دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری
راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی

"مقاله پژوهشی"

بررسی عوامل پیش‌بینی‌کننده قصد کارآفرینی در بین دانشجویان مرکز آموزش کشاورزی بوشهر با استفاده از تئوری شناختی- اجتماعی و تئوری رفتار برنامه‌ریزی‌شده

نوذر منفرد[۱]، مسعود یزدان‌پناه[۲]، طاهره زبیدی[۳] و سیده بهار همایون[۴]

۱- استاد مرکز تحقیقات و آموزش کشاورزی و منابع طبیعی استان بوشهر، سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی، تهران، ایران
۲- دانشیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی خوزستان، ایران (نویسنده مسوول: yazdanm@asnrukh.ac.ir)
۳- دانشجوی دکتری آموزش کشاورزی پایدار و محیط زیست، گروه ترویج، ارتباطات و توسعه روستایی، دانشگاه زنجان، ایران
۴- دانشجوی دکتری آموزش کشاورزی پایدار و محیط زیست، گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی خوزستان، ایران
تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۳/۲۵ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۷/۲۸
صفحه: ۳۲ تا ۴۲

چکیده

چگونگی ترویج کارآفرینی در کشاورزی یک مسئله حیاتی در آموزش کشاورزی است. مطالعه حاضر دو مدل تئوری رفتاری برنامه‌ریزی‌شده و نظریه شناختی-اجتماعی را جهت پیش‌بینی قصد کارآفرینی در میان دانشجویان کشاورزی مورد بررسی قرار داده است. جامعه‌ی آماری پژوهش حاضر شامل دانشجویان کارشناسی ورودی ۹۶-۱۳۹۵ مرکز آموزش علمی- کاربردی علوم و صنایع شیلاتی خلیج فارس بوشهر بود. تعداد افراد جامعه مورد مطالعه ۱۹۲ نفر بودند که با استفاده از جدول کرجسی و مورگان ۱۲۴ نفر با استفاده از روش نمونه‌گیری به‌صورت تصادفی ساده مورد مطالعه قرار گرفتند. روایی پرسشنامه بر اساس نظر اعضای هیأت علمی دانشگاه و پایایی پرسشنامه با استفاده از طرح پیش‌آزمون به حجم ۳۰ نفر با استفاده از آزمون تتا اندازه‌گیری و تأیید شد (۰/۸۹- ۰/۷۶). نتایج حاصل از مدل‌سازی معادله‌های ساختاری نشان داد در نظریه‌شناختی اجتماعی، انتظارات درک‌شده و عوامل ساختاری اجتماعی، تأثیری معنی‌دار، مثبت و مستقیم برای قصد کارآفرینانه دانشجویان دارد. افزون بر آن، در نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده نیز نمایان شد که سازه‌های خودکارآمدی، هنجار اخلاقی و هویت تأثیر معنی‌دار و مثبت بر قصد کارآفرینی دارند، در حالی که سازه‌های کنترل، نگرش و هنجار ذهنی تأثیر مستقیمی بر قصدکارآفرینی ندارند. نگرش بر هنجار اخلاقی اثر مثبت و مستقیم و بر قصد اثری غیرمستقیم دارد. براساس یافته‌ها، دو مدل مورد بررسی قادر بودند بخش قابل‌توجهی از واریانس قصد کارآفرینی را تبیین کنند. تئوری‌شناختی اجتماعی می‌تواند ۷۶ درصد از تغییرات قصد و تئوری رفتاری برنامه‌ریزی‌شده، ۷۷ درصد از تغییرات قصد کارآفرینی کشاورزی را پیش‌بینی کند. بنابراین، براساس یافته‌ها، دو تئوری شناخت اجتماعی و رفتار برنامه‌ریزی‌شده چارچوب‌های مؤثری برای تبیین قصد کارآفرینانه هستند و از این‌رو می‌توان از آن‌ها برای ترویج کارآفرینی در میان دانشجویان کشاورزی استفاده کرد.

واژه‌های کلیدی: تئوری رفتار برنامه‌ریزی‌شده، تئوری شناختی- اجتماعی، کارآفرینی کشاورزی

مقدمه

کشاورزی و کارآفرینی هر دو نقش مهمی در رشد اقتصادی مناطق و کشورها دارند (۱،۳۹). کارآفرینی یک فرایند شناختی بسیار پیچیده است (۱۴)؛ که با خلق ارزش‌ها در ارتباط است و تأثیر قابل‌توجهی بر رشد اقتصادی، نوسازی حرفه‌ها و اشتغال دارد (۳۹). کارآفرینی یک کسب‌وکار یا تجارت جدید ایجاد می‌کند، کسب‌وکار جدید به‌نوبه‌ی خود شغل ایجاد می‌کند (۱). تحقیقات تجربی نشان دادند که رابطه‌ی مثبتی بین فعالیت‌های کارآفرینی، رشد اقتصادی و نوآوری وجود دارد؛ این موضوع دلیل افزایش توجهات در برنامه‌های آموزشی طراحی‌شده جهت تشویق کارآفرینی و ارائه زیرساخت‌های بهتر برای شروع کسب‌وکار است (۳۹). بسیاری از دولت‌ها به اهمیت کارآفرینی برای اقتصاد خود پی برده‌اند، چرا که با ایجاد کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، افراد بیشتری نسبت به شرکت‌های بزرگ استخدام می‌شوند و درآمد بیشتری را تولید می‌کنند (۲۵). با این حال، نقش کارآفرینی و نوآوری در رشته‌های آموزش کشاورزی دانشگاه‌ها مورد تأکید قرار نگرفته است. در حالی که آموزش کشاورزی نسل آینده رهبران، پژوهشگران، متخصصان، کارشناسان فنی و در آخر کشاورزان نوآور را آماده سازد. اگرچه تأکید بر آموزش مستمر کشاورزان صورت گرفته است، اما دانشجویان کشاورزی در مقایسه با افراد بدون تحصیلات دانشگاهی احتمالاً بیشتر به‌دنبال فعالیت‌های کارآفرینی و شروع یک کسب‌وکار در بخش محصولات غذایی کشاورزی که تأثیر قابل‌توجهی بر رشد اقتصادی دارد، خواهند رفت (۲۲). از همین رو، یکی از مأموریت‌های اصلی دانشگاه‌ها در قرن ۲۱، پیش‌بردن توسعه‌ی اجتماعی- اقتصادی محیط پیرامونی خود با آموزش راه‌اندازی کسب‌وکار و توسعه‌ی کارآفرینی است (۹). تمرکز اصلی آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها پرورش دانش، نگرش و مهارت‌های کارآفرینانه‌ای است که دانشجویان را قادر می‌سازد به شیوه کارآفرینانه فکر و عمل کند و و از استعداد درک فرصت‌ها برخوردار شوند (۳۴). دانشگاه‌های کشاورزی می‌توانند از طریق معرفی برنامه‌های تحقیقاتی کارآفرینی و برنامه‌های آموزشی به عنوان عوامل تسهیل‌کننده‌ی آغاز کسب‌وکار دانشجویان عمل کنند (۳۹). عوامل داخلی و خارجی بسیاری تصمیمات افراد را برای درگیرشدن و مشارکت در رفتارهای کارآفرینی شکل می‌دهد (۳۷)؛ قصد کارآفرینی اساس فرآیند کارآفرینی است

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-24]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1399.7.14.5.3]
[DOI: 10.52547/jea.7.14.32]

(۲۴). قصدکارآفرینی ظرفیتی است که فرد را در خوداشتغالی یا راه‌اندازی کسب‌وکار شخصی هدایت می‌کند (۱۴). از این‌رو، رفتارها و تصمیمات دانشجویان کشاورزی برای مشارکت در فعالیت‌های کارآفرینانه را می‌توان به‌وسیله قصد آنان مورد ارزیابی قرار داد (۳۹). نیت‌های انتخاب، سمت و سوی فعالیت‌ها و همچنین پایداری آن‌ها را تحت‌تأثیر قرار می‌دهند (۷). در واقع، ایجاد قصد کارآفرینی یکی از مراحل مهم در فرایند کارآفرینی است (۲۰).

آجزن (۴) در یک تعریف عمومی قصد را به‌عنوان آمادگی فرد برای انجام یک رفتار خاص تعریف می‌کند و اشاره به تصمیم افراد برای انجام یک رفتار دارد. فرض بر این است که قصد می‌تواند تلاش‌هایی که احتمالاً یک فرد را برای رسیدن به یک هدف یا اصلاح رفتار اعمال می‌کند، نشان دهد (۳۹). همچنین در زمینه‌ی کارآفرینی، تامپسون (۳۷) قصد کارآفرینی را به‌عنوان اعتقاد اذعان‌شده‌ی فرد برای ایجاد سرمایه‌گذاری تجاری جدید و برنامه‌ریزی آگاهانه برای انجام آن کار در آینده تعریف می‌نماید (۳۷). از این‌رو، پژوهشگران بسیاری به‌دنبال این هستند که چگونه می‌توان مدل‌های قصدکارآفرینی را به‌منظور انعکاس بهتر از پیچیدگی فرایندهای کارآفرینی، بهبود داد و یا اصلاح کرد (۱۴). تاکنون پژوهش‌های بسیاری در مورد قصد کارآفرینی صورت گرفته است و این پژوهش‌ها بسیار پربار بودند؛ اما مطالب بسیاری هنوز باید شناخته شوند تا به‌طور کامل بتوان درک کرد که چگونه یک تصمیم در مورد شروع سرمایه‌گذاری شکل می‌گیرد و چگونه افراد برای اجرای آن تصمیم اقدام می‌کنند (۱۴). از این‌رو، هدف این پژوهش به بررسی عوامل مؤثر بر قصد کارآفرینی دانشجویان کارشناسی مرکز آموزش علمی- کاربردی علوم و صنایع شیلاتی خلیج فارس بوشهر زیرمجموعه مرکز تحقیقات و آموزش کشاورزی و منابع طبیعی استان بوشهر بود.

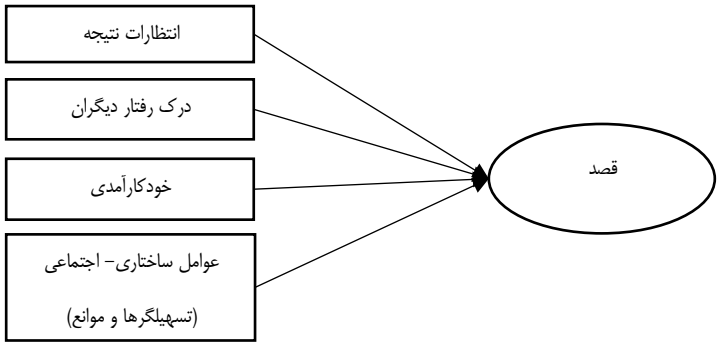
در بررسی عوامل پیش‌بینی‌کننده قصد و رفتار کارآفرینی، می‌توان اذعان کرد که تصمیم به استارتاپ ذاتاً شخصی است و ارزش‌های شخصی، نگرش‌ها و ادراکات بین افراد یکسان نیست. به‌عبارتی، انگیزه‌ها برای کارآفرینی و پاداش‌های درک‌شده احتمالاً بین افراد متفاوت است (۱۴). یکی از روش‌های مطالعه رفتار انسان و عوامل پیش‌بینی‌کننده آن، کاربرد روانشناسی و مدل‌های اجتماعی- روانی است (۱۷). بنابراین، به‌منظور دستیابی به عوامل مؤثر بر قصد کارآفرینی در این پژوهش از دو تئوری شناختی - اجتماعی بندورا (۶) و تئوری رفتار برنامه‌ریزی‌شده آجزن (۳) استفاده گردید. به‌علاوه به جهت امکان مقایسه بین قدرت پیش‌بینی‌کنندگی دو مدل، هر کدام از مدل‌ها به‌صورت جداگانه مورد آزمون قرار گرفت.

تئوری شناختی-اجتماعی[1]

تئوری شناختی-اجتماعی به‌عنوان یکی از مدل‌هایی است که برای پیش‌بینی رفتار و شناسایی روش‌های تغییر و یا اصلاح رفتار مورد استفاده قرار می‌گیرد (۲۸). همچنین، این نظریه یکی از مرسوم‌ترین و معتبرترین مدل‌های مورد بحث در رابطه با درکِ تمایل‌های شغلی و مقاصد انتخاب شغلی می‌باشد (۲۶). دو سازه اصلی تئوری شناختی-اجتماعی خودکارآمدی و انتظار نتیجه است. به عقیده بندورا خودکارآمدی یک سازه‌ی محوری در تئوری شناختی- اجتماعی است و تأثیر مستقیمی بر رفتار و همچنین تأثیر غیرمستقیمی از طریق تمام دیگر اجزای مدل دارد. انتظار نتیجه دیگر سازه مهم این تئوری بوده و نشان‌دهنده قضاوت یک فرد در مورد احتمال پیامدهایی است که به‌عنوان نتیجه‌ی انجام‌دادن یا انجام‌ندادن یک عمل خاص می‌باشد. این تئوری بر این فرض مبتنی است که افراد در مسیری اقدام خواهند کرد که باور دارند منجر به نتایج مثبت و باارزشی خواهد شد و از رفتارهایی که انتظار دارند نتایج نامطلوبی داشته باشد، اجتناب می‌کنند (۳۸). خودکارآمدی یک سازه انگیزشی است که بر انتخاب‌های فردی، فعالیت‌ها، سطوح هدف، پشتکار و پافشاری و عملکرد در طیف وسیعی از زمینه‌ها مؤثر است. خودکارآمدی کارآفرینی نیز به قدرت اعتقاد یک فرد که وی قادر است وظایف و نقش‌های مختلف و مرتبط با کارآفرینی را انجام دهد، اشاره دارد (۲۰). از دیگر سازه‌های اضافه‌شده به نظریه شغلی شناختی-اجتماعی می‌توان درک رفتار دیگران را نام برد. بدین معنی که افراد نه تنها از تجارب شخصی خود یاد می‌گیرند، بلکه از دیدن رفتار و نتایج رفتار دیگران نیز می‌آموزند؛ همچنین به قصد فرد نسبت به اینکه چقدر دیگران (افراد مهم در زندگی) آن رفتار خاص را انجام می‌دهند، اشاره دارد (۳۰). عوامل ساختاری-اجتماعی (تسهیل‌کننده‌ها و موانع)، نیز آخرین سازه در تئوری شناختی-اجتماعی است (۳۸). منظور از عوامل ساختاری-اجتماعی موانع انجام یک رفتار و یا موانعی است که از مشارکت و یا تعامل در یک رفتار جلوگیری می‌کنند (۳۷). براساس مطالعه یناکالو این متغیر بر قصد خودکارآفرینی نیز مؤثر است (۲۱). چارچوب نظری تئوری اجتماعی-شناختی در شکل ۱ نشان داده شد.

1- Social Cognitive Theory

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-24]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1399.7.14.5.3]
[DOI: 10.52547/jea.7.14.32]



شکل ۱- چارچوب اجتماعی شناختی (بندورا، ۱۹۸۶)
Figure 1. Cognitive Social Theory (Bandura, 1986)

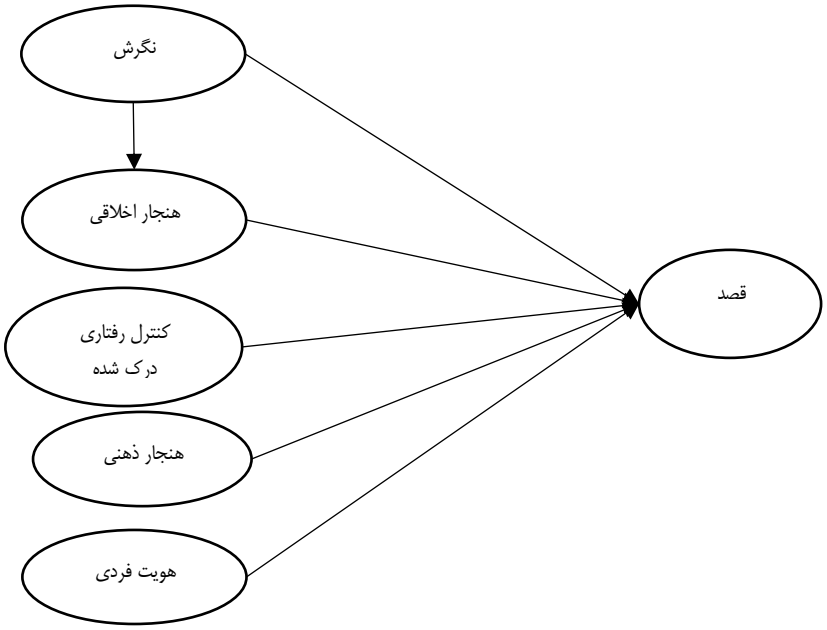
تئوری رفتار برنامه‌ریزی‌شده[1]

با توجه به این‌که فعالیت‌های کارآفرینی به‌وضوح نشان‌دهنده رفتاری برنامه‌ریزی‌شده هستند (۱۹)؛ تئوری رفتار برنامه‌ریزی‌شده آجزن (۳) یکی از تئوری‌هایی است که در سطح وسیعی برای توضیح قصد کارآفرینی مورد استفاده قرار گرفته است و به‌طورکلی در این زمینه تأییدشده می‌باشد (۱۴). در این تئوری قصد تابعی از سه پیش‌بینی‌کننده مهم نگرش، هنجارهای اجتماعی یا ذهنی و کنترل رفتاری درک‌شده است؛ نگرش به ارزیابی مطلوب یا نامطلوب (مثبت یا منفی) از یک رفتار و یا به‌عبارتی به ارزیابی کلی فرد از مزایا و معایب انجام یک رفتار خاص گفته می‌شود (۱۸). به‌علاوه، فشارهای اجتماعی درک‌شده برای انجام‌دادن یا ندادن یک رفتار را هنجارهای اجتماعی و آسانی یا سختی انجام یک رفتار را کنترل رفتاری درک‌شده تعریف می‌کنند (۱۸). هنجارهای اجتماعی به ادراکات افراد از مخالفت یا تأیید افراد مهم دیگر (به‌عنوان مثال انتظارات هنجاری) برای انجام‌دادن یک رفتار (مانند شروع یک کسب‌وکار) اشاره دارد. همچنین، کنترل رفتاری درک‌شده به باور افراد در مورد اینکه آن‌ها قادرند یک رفتار خاص را انجام دهند، اشاره دارد (۳۹).

پژوهش‌های صورت‌گرفته بر روی مدل رفتار برنامه‌ریزی‌شده نشان داد نیاز به توجهات بیشتر به تأثیرات هنجاری بر رفتار وجود دارد (۱۲). آجزن معتقد است هنجار اخلاقی ممکن است یک متغیر مفید دیگر برای تئوری رفتار برنامه‌ریزی‌شده باشند. هنجارهای اخلاقی به‌عنوان ادراک فرد در مورد درستی یا نادرستی انجام یک رفتار از نظر اخلاقی تعریف می‌شود و مواردی همچون احساسات شخصی، مسئولیت‌پذیری برای انجام یک رفتار و یا امتناع از انجام یک رفتار خاص را مورد توجه قرار می‌دهد. هنجارهای اخلاقی ارزش‌ها یا قوانین اخلاقی قانونی هستند که به‌وسیله پاداش یا تنبیهی که فرد برای خود در نظر می‌گیرد، برانگیخته می‌شوند (۲). به‌عبارت‌دیگر، هنجارهای اخلاقی به باورهای فرد در مورد اینکه چه چیزی درست یا غلط برای انجام است، اشاره می‌کنند (۲۹). هنجارهای اخلاقی تأثیر مهمی بر رفتارهایی با ابعاد اخلاقی دارد و به موازات نگرش، هنجارهای ذهنی و کنترل رفتاری درک‌شده کار می‌کند و بنابراین تأثیر مستقیمی بر قصد دارد (۱۲). همچنین، سازه هویت فردی به‌عنوان عاملی که می‌تواند پیش‌بینی‌کننده نیات رفتاری باشد در این الگو مورد نظر دیگر پژوهشگران قرار گرفت. مفهوم هویت فردی از نظریه هویت استرایکر گرفته شد که بیان می‌دارد خویشتن عبارت از مجموعه نقش‌های ساختاریافته اجتماعی است که نشان می‌دهد که شخص تا چه حد خود را مسئول تحقق معیارهایی می‌بیند که برای ادای یک نقش اجتماعی خاص لازم است (۲۷). هویت نقش مهمی در تبیین قصد یک فرد برای تبدیل‌شدن به یک کارآفرین دارد (۱۳). آکرلوف و کرانتون (۵) مفهوم هویت را به‌معنی تصویر فرد از خود درون یک تابع سودمندی اقتصادی معرفی می‌کنند. آن‌ها استدلال می‌کنند که افراد از هویتی که منطبق بر آرمان‌های آنان باشد مطلوبیت و یا سود اضافه‌ای به‌دست می‌آورند. بر این اساس مطالعه فالک و همکاران (۱۳) هویت را به‌عنوان یک عامل مهم در تبیین قصد افراد برای کارآفرین‌شدن در نظر می‌گیرد. هویت کارآفرینی نیز به این معناست که فرد به‌طور ذهنی یک موقعیت خاص کارآفرینی را شکل دهد و رفتارهای خود را با آن تنظیم کند. این افراد تلاش می‌کنند تا یک شخصیت واقعی یا فرضی را زندگی و یا شبیه‌سازی کنند (شکل ۲).

1- Planned Behavior Theory

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-24]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1399.7.14.5.3]
[DOI: 10.52547/jea.7.14.32]



شکل ۲ – چارچوب تئوری رفتار برنامه‌ریزی‌شده
Figure 2. Planned Behavior Theory Framework (Ajzen, 1975)

مواد و روش‌ها

پژوهش حاضر از لحاظ هدف، کاربردی و از لحاظ نحوه‌ی گـردآوری داده‌هـا از نـوع تحقیقـات پیمایشی به‌شمار می‌آید. جامعه‌ی آماری پژوهش حاضر شامل دانشجویان کارشناسی ورودی ۹۶–۱۳۹۵ مرکز آموزش علمی– کاربردی علوم و صنایع شیلاتی خلیج فارس بوشهر زیرمجموعه مرکز تحقیقات و آموزش کشاورزی و منابع طبیعی استان بوشهر که در رشته‌های بهداشت مواد غذایی با منشاء دامی، مدیریت تعاون، مهندسی فناوری شبکه‌های آبیاری و زهکشی، مهندسی فناوری صید و بهره‌برداری آبزیان مشغول به تحصیل هستند. حجم جامعه مورد مطالعه ۱۹۲ نفر بود که براساس جدول کرجسی و مورگان حجم نمونه ۱۲۴ نفر برآورد شد.

با استفاده از روش نمونه‌گیری به‌صورت تصادفی ساده پرسشنامه محقق‌ساخت در اختیار دانشجویان قرار گرفت. روایی پرسشنامه بر اساس نظرات اعضای هیأت علمی دانشگاه تأیید شد و پایایی پرسشنامه با استفاده از طرح پیش‌آزمون به حجم ۳۰ نفر در خارج از جامعه مورد بررسی با استفاده از آزمون تتا اندازه‌گیری و تأیید شد (۰/۸۹– ۰/۷۶). پرسشنامه شامل دو بخش بود در بخش اول ویژگی‌های فردی شامل سن، جنسیت، وضعیت تأهل، شغل پدر، تعداد اعضای خانواده، محل زندگی مورد بررسی قرار گرفت و در بخش دوم سوالات مربوط به پیش‌بینی‌کننده‌های قصد کارآفرینی با طیف لیکرت پنج‌تایی (خیلی کم– خیلی زیاد) مطرح شد. برای سنجش قصد کارآفرینی از ۵ گویه استفاده شد که نمونه‌هایی شامل "من قصد دارم در آینده به خوداشتغالی در بخش کشاورزی بپردازم"، "من قصد دارم سایر دوستان یا افراد را تشویق کنم که به‌صورت خوداشتغال فعالیت کنند"، "من به خوداشتغالی در بخش کشاورزی تمایل دارم" بود. تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش نیز در دو سطح آمار توصیفی و استنباطی به‌منظور شناسایی عوامل پیش‌بینی‌کننده قصد کارآفرینی در بین دانشجویان با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS و AMOS انجام شد.

به‌منظور بررسی عوامل مؤثر بر قصد کارآفرینی و بررسی قدرت تبیین‌کنندگی تئوری رفتار برنامه‌ریزی‌شده، و تئوری شناختی–اجتماعی در پیش‌بینی قصد کارآفرینی از تجزیه و تحلیل مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده گردید. مدل‌سازی معادلات ساختاری توانایی محاسبه خطای اندازه‌گیری را دارد و به‌طور همزمان می‌تواند ضرایب مسیر مدل‌سازی شده را تخمین بزند. دو مرحله انجام مدل‌سازی معادلات ساختاری شامل انجام تحلیل عاملی تأییدی[2] برای ارزیابی مناسب‌بودن مدل اندازه‌گیری و سپس انجام مدل‌سازی معادلات ساختاری است. در واقع، از پس از تأیید برازش مدل اندازه‌گیری، مدل‌سازی معادلات ساختاری انجام شد. شاخص‌های ریشه‌ی میانگین مجذور برآورد خطای تقریب (RMSEA) و میزان کای اسکوئر نسبی یا نرمال‌شده به‌وسیله درجه آزادی ($\chi 2/df$) برای مدل اندازه‌گیری تئوری شناختی به‌صورت (RMSEA= 0.078, $\chi 2/df$=1.756) و برای مدل اندازه‌گیری تئوری رفتار برنامه‌ریزی‌شده (RMSEA= 0.075, $\chi 2/df$=1.695) و بود که در محدوده قابل‌قبولی قرار داشتند و برازش مناسب مدل اندازه‌گیری را نشان داد.

1- Social Cognitive Theory
2- Confimatory Factor Analysis

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-24]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1399.7.14.5.3]
[DOI: 10.52547/jea.7.14.32]

نتایج و بحث

نتایج آمار توصیفی در جدول (۱) نشان داد که درصد بیشتر پاسخگویان مرد (۸۱/۵) هستند. میانگین سنی (SD=۱۰/۶۹ و M=۳۳/۴۲) نشان‌دهنده جوان‌بودن جامعه مورد مطالعه است. درصد بالایی از افراد (۷۱ درصد)، متأهل بودند، محل زندگی (۸۴/۷ درصد) آنها شهر بود و پدر ۴۷ نفر از آنها در مشاغل دولتی مشغول هستند. شرح کامل یافته‌های توصیفی در جدول ۱ قابل‌مشاهده است.

ارزیابی مدل معادله‌های ساختاری تئوری شناختی-اجتماعی

برای آزمون مدل تئوری شناختی-اجتماعی از مدل معادله‌های ساختاری استفاده گردید. برای تأیید برازش مدل، میزان کای اسکوئر یا CMIN تقسیم بر درجه آزادی یا همان کای اسکوئر نسبی می‌بایست کمتر از ۵ باشد. همچنین، تقریب ریشه میانگین مربع خطا (RMSEA) باید کمتر از ۰/۱۰ باشد (۲۹). همان‌گونه که جدول ۲ نشان داد، در این پژوهش نسبت کای اسکوئر به درجه آزادی برابر ۱/۹۳ و تقریب ریشه میانگین مربع خطا (RMSEA) برابر ۰/۰۷۸ است که در محدوده آستانه پذیرش قرار گرفتند. بنابراین، برازش مدل تأیید شده است.

نتایج مدل‌سازی معادلات ساختاری نشان داد، تئوری شناختی-اجتماعی می‌تواند ۷۶ درصد از واریانس تغییرات قصدکارآفرینی را تبیین کند. همان‌گونه که در جدول ۳ و همچنین روی دیاگرام مسیر (شکل ۳) قابل‌مشاهده است، انتظار نتیجه ($\beta= 0.68, p < 0.01$) تأثیر مثبت، مستقیم و معنی‌داری بر روی متغیر قصد داشته است، عوامل ساختاری اجتماعی ($\beta= - 0.18, p < 0.04$) تأثیر منفی معنی‌داری بر قصد کارآفرینی داشته است. همچنین، سازه‌های خودکارآمدی ($\beta= 0.14, p < 0.41$) و درک رفتار دوستان نیز ($\beta= 0.09, p < 0.52$) تأثیر معنی‌داری بر روی متغیر قصد ندارند.

جدول ۱- یافته‌های توصیفی

Table 1. Descriptive findings

متغیر		فراوانی	درصد
جنسیت	مرد	۱۰۱	۸۱/۵
	زن	۱۹	۱۵/۳
	بی‌پاسخ	۴	۳/۲
وضعیت تأهل	متأهل	۸۸	۷۱
	مجرد	۲۶	۲۱
	بی‌پاسخ	۱۰	۸/۱
محل سکونت	شهر	۱۰۵	۸۴/۷
	روستا	۹	۷/۳
	بی‌پاسخ	۱۰	۸/۱
شغل پدر	دولتی	۴۷	۳۷/۹
	آزاد	۴۳	۳۴/۷
	بی‌پاسخ	۳۴	۲۷/۴

جدول ۲- شاخص‌های برازش مدل

Table 2. Goodness of fit index

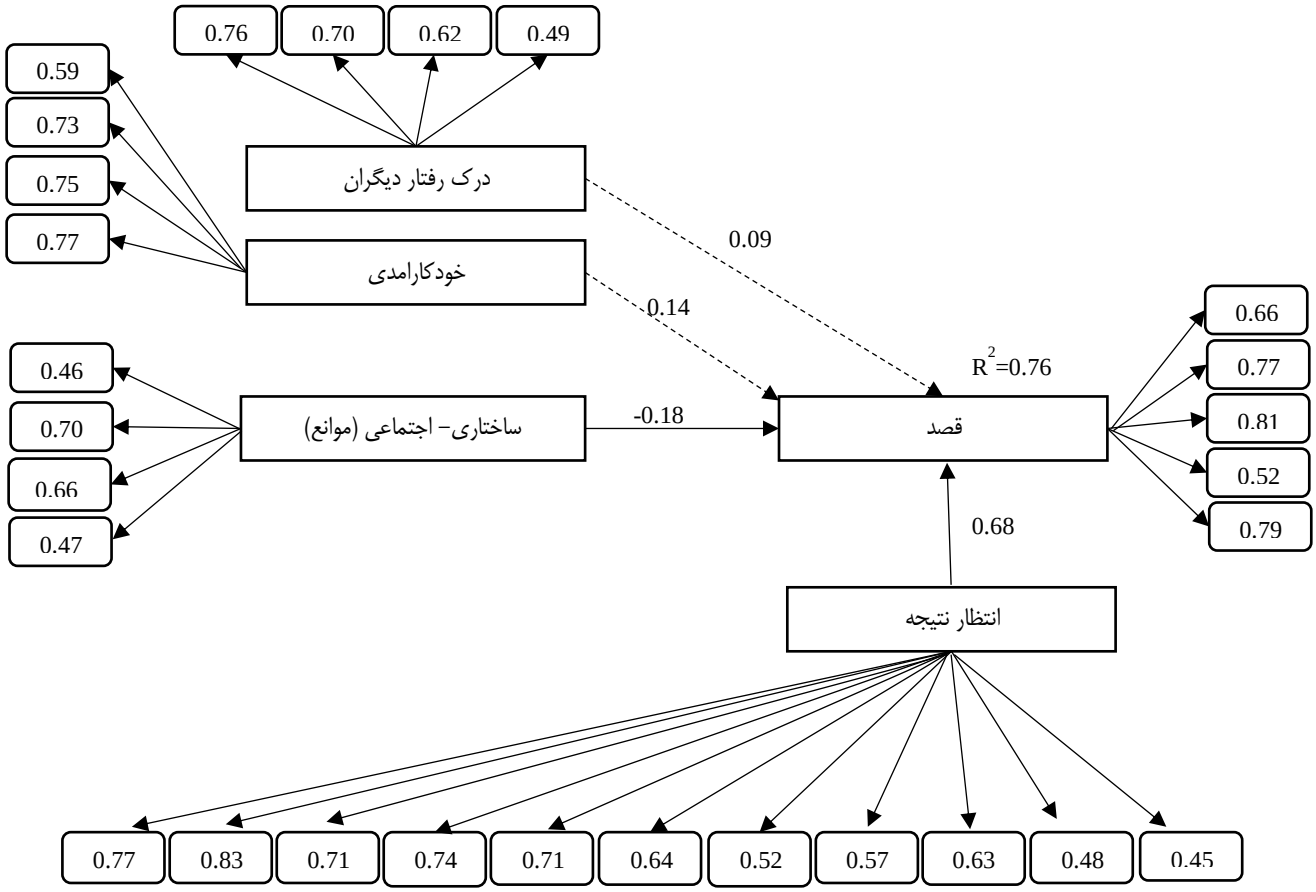
شاخص	$\chi 2/df$	RMSEA
آستانه پذیرش	۵>	۰/۱>
مقدار	۱/۷۵۶	۰/۰۷۸

جدول ۳ - اثرات متغیرهای تئوری شناختی-اجتماعی بر قصد کارآفرینی

Table 3. Effects of Cognitive-Social Theory variables on Entrepreneurial Intention

تأثیر مستقیم=تأثیر کل استاندارد				
	عوامل ساختاری-اجتماعی	خودکارآمدی	انتظارات	درکِ رفتار دیگران
قصد کارآفرینی	-۰/۱۷۶	۰/۱۳۵	۰/۶۷۶	۰/۰۹۰

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-24]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1399.7.14.5.3]
[DOI: 10.52547/jea.7.14.32]



شکل ۳- مدل‌سازی معادلات ساختاری تئوری شناختی-اجتماعی

Figure 3. Structural Equation Modeling of Cognitive Social Theory

ارزیابی مدل معادله‌های ساختاری تئوری رفتار برنامه‌ریزی‌شده

برای آزمون مدل تئوری رفتار برنامه‌ریزی‌شده از مدل معادله‌های ساختاری استفاده گردید. همان‌گونه که در جدول ۴ شاخص‌های برازندگی مدل نشان داد میزان کای اسکوئر نسبی ۱/۷۸۴ و میزان RMSEA = ۰/۰۸ در محدوده قابل‌قبول قرار دارند، بنابراین برازش مدل رفتار برنامه‌ریزی‌شده تأیید شد.

مدل‌سازی تئوری رفتار برنامه‌ریزی‌شده نشان داد که این مدل ۷۷ درصد از واریانس تغییرات قصد کارآفرینی را تبیین می‌کند. جدول ۵ میزان اثرات کل، مستقیم و غیرمستقیم متغیرها را بر قصد کارآفرینی نشان می‌دهد. همان‌گونه که در جدول ۵ و همچنین روی دیاگرام مسیر (شکل ۴) قابل مشاهده است، هنجار اخلاقی، (β- 0.68, $p < 0.003$) و متغیر هویت (β- 0.32, $p < 0.002$) تأثیر مثبت، مستقیم و معنی داری روی قصد داشته دارند. متغیر نگرش نیز تأثیر مستقیم و مثبت معنی‌داری روی هنجار اخلاقی داشت (β- 0.86, $p < 0.0001$). افزون بر آن، متغیر نگرش ۷۵ درصد از تغییرات واریانس هنجار اخلاقی را تبیین کرد. بررسی نتایج نشان داد که متغیر نگرش تأثیر مستقیم و معنی‌داری بر روی قصد ندارد (β- 0.30, $p < 0.55$). یافته‌ها نمایانگر این مطلب بود که متغیرهای کنترل (β- 0.11, $p < 0.51$) و هنجار ذهنی (β- 0.27, $p < 0.32$) نیز تأثیر معنی‌داری بر قصد ندارند. مقایسه مقدار ضریب استاندارد نیز نشان داد هنجار اخلاقی ضریب بالاتری نسبت به هویت دارد و می‌توان نتیجه گرفت بیشترین اثر بر روی قصد مربوط به هنجار اخلاقی است.

جدول ۴- شاخص‌های برازش مدل

Table 4. Goodness of fit index

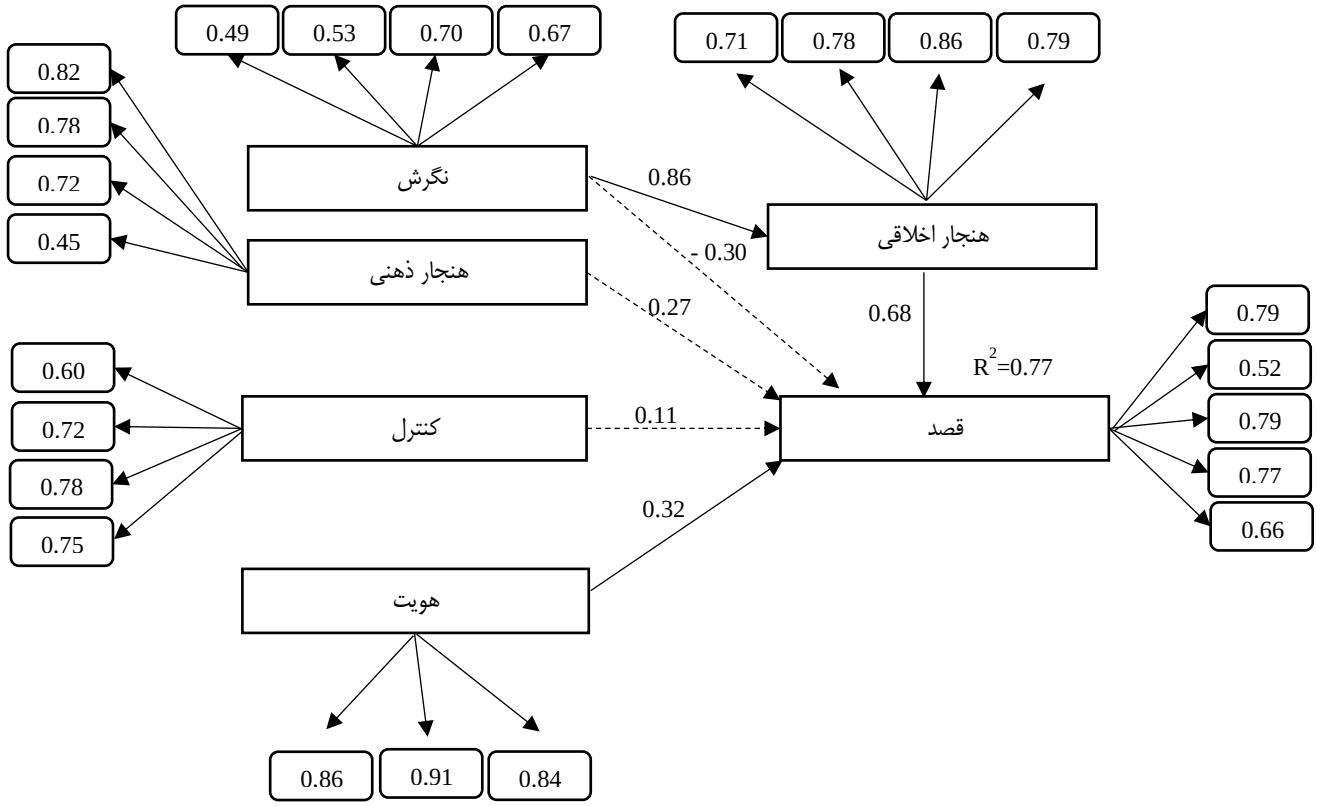
شاخص	$\chi 2/df$	RMSEA
آستانه پذیرش	۵>	۰/۱>
مقدار	۱/۷۸۴	۰/۰۸۰

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-24]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1399.7.14.5.3]
[DOI: 10.52547/jea.7.14.32]

جدول ۵ – اثرات متغیرهای تئوری رفتار برنامه‌ریزی‌شده بر قصد کارآفرینی

Table 5. Effects of Planned Behavior Theory Variables on Entrepreneurial Intention

	کنترل	هنجار ذهنی	نگرش	هویت	هنجار اخلاقی
اثر مستقیم استاندارد					
هنجار اخلاقی	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۸۶۴	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
قصد	۰/۱۱۳	۰/۲۶۸	-۰/۲۹۸	۰/۳۲۰	۰/۶۸۳
اثر غیرمستقیم استاندارد					
قصد	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۸۶۴	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
اثر کل استاندارد					
هنجار اخلاقی	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۸۶۴	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
قصد	۰/۱۱۳	۰/۲۶۸	-۰/۲۹۳	۰/۳۲۰	۰/۶۸۳



شکل ۴ – مدل معادلات ساختاری تئوری رفتار برنامه‌ریزی‌شده

Figure 4. Structural Equation Modeling of Planned Behavior Theory

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

افزایش نرخ تشکیل شرکت‌های جدید به‌منظور تشویق توسعه‌ی اقتصادی و کاهش نابرابری‌های اجتماعی و منطقه‌ای، نیازمند توجه سازمان‌های موجود به افزایش استفاده از مهارت‌ها و توانایی دانش‌آموختگان با استعداد و با مهارت است. دانشگاه‌های کشاورزی می‌توانند از طریق معرفی برنامه‌های تحقیقاتی کارآفرینی و برنامه‌های آموزشی به‌عنوان عوامل تسهیل‌کننده‌ی آغاز کسب‌وکار دانشجویان عمل کنند. رفتارها و تصمیمات دانشجویان کشاورزی برای مشارکت در فعالیت‌های کارآفرینانه تحت تأثیر قصد افراد برای ایجاد کسب‌وکار قرار دارد. لذا، هدف این پژوهش شناسایی عوامل پیش‌بینی‌کننده قصد بود و برای این منظور از دو تئوری شناختی- اجتماعی و تئوری رفتار برنامه‌ریزی‌شده استفاده گردید. نتایج به‌دست‌آمده نشان داد، تئوری شناختی–اجتماعی ۷۶ درصد و تئوری رفتار برنامه‌ریزی‌شده ۷۷ درصد از تغییرات واریانس قصد کارآفرینی را پیش‌بینی کردند. بنابراین، هر دو تئوری در تبیین قصد کارآفرینی به‌صورت قابل‌توجهی قوی و مناسب بودند. در تئوری شناختی–اجتماعی متغیر انتظارات

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-24]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1399.7.14.5.3]
[DOI: 10.52547/jea.7.14.32]

درک‌شده اثر مثبت، مستقیم و معنی‌داری بر قصد کارآفرینی داشت. به‌عبارت‌دیگر، افرادی که انتظارات بیشتری از کارآفرینی داشتند و یا به عبارتی نتایج آن را با ارزش‌تر می‌دانستند، قصد کارآفرینانه در آنها بیشتری وجود داشت. این یافته با نتایج رودریگز و همکاران (۲۳) و بلانکو (۱۰) و سگال و همکاران (۲۶) مطابقت داشت. افزون بر آن، یافته‌های نشان داد که متغیر عوامل ساختاری–اجتماعی نیز اثر معنی‌دار و منفی بر قصد کارآفرینی داشت. این یافته به این معنی است که هرچقدر افراد فکر کنند که موانع بیشتری بر سر راه کارآفرینی وجود دارد تمایل کمتری به انجام فعالیت‌های کارآفرینانه خواهند داشت. به‌صورت مثال افرادی که فکر کردند مقررات و قوانین مناسبی جهت ورود به کسب‌وکار کشاورزی وجود ندارد، و یا خوداشتغالی را کار و منبع درآمد نامطمئن و پر ریسکی دانستد، تمایل کمتری به کارآفرینی داشتند.

براساس یافته‌های پژوهش خودکارآمدی درک‌شده از عواملی است که در پیش‌بینی قصد کارآفرینی تأثیر معنی‌داری نداشت، به‌عبارتی نمی‌توان گفت که اگر فردی خود را در انجام فعالیت‌های کارآفرینانه کشاورزی توانا می‌داند، برای شروع یک شراکت یا کسب وکار جدید قصد و نیت بیشتری دارد، این نتیجه با تحقیقات رودریگز و همکاران (۲۳) و بلانکو (۱۰) و سگال و همکاران (۲۶) مغایرت داشت. ساختار اجتماعی و کنترل نیز از جمله سازه‌های بودند که بر قصد کارآفرینی تأثیری نداشتند. در تئوری رفتار برنامه‌ریزی‌شده نیز نگرش تأثیر معنی‌دار و مثبتی بر روی متغیر میانجی هنجار اخلاقی داشته است. به‌عبارت روشن‌تر، افرادی که دیدگاه‌های مثبت‌تری نسبت به کارآفرینی داشتند از نظر اخلاقی کارآفرینی را لازم دانسته و آن را از وظایف خود تلقی می‌کردند. به علاوه متغیر هنجار اخلاقی نیز تأثیر مثبتی بر عوامل مؤثر بر قصد کارآفرینی داشت. افرادی که شخصیت خود را مناسب کارآفرینی می‌دانستند و یا استعداد کارآفرینی را در خود می‌دیدند قصد بیشتر برای کارآفرینی داشتند.

با توجه به نتایج پژوهش راهکارهایی جهت بهبود عوامل مؤثر بر قصد کارآفرینی پیشنهاد می‌گردد؛ ۱. در مراکز آموزش کشاورزی برنامه‌های بازدید از کارآفرینی‌ها و کسب‌وکارهای کوچک همانند کارگاه‌های کوچک تولیدات گیاهی، صندوق اعتبارات خرد زنان روستایی، سایت‌های تولید ورمی کمپوست از فضولات دامی و باقی‌مانده زباله‌های تر شهری و روستایی در طول سال‌های تحصیلی دانشجویان برنامه‌ریزی شود، این بازدیدها سبب بهبود تصور افراد از توانایی‌های خود می‌شود و برخودکارآمدی در نتیجه قصد کارآفرینی تأثیر مثبت دارد. ۲. برگزاری دوره‌های پودمانی و افزایش مهارت دانشجویان در ایجاد کسب‌وکارهای کوچک باعث می‌شود افراد شرایط خود را مناسب با کارآفرینی و شروع یک کار جدید بدانند و برای عملی‌کردن ایده‌های خود تشویق شوند، این موضوع سبب بهبود نگرش و در نتیجه هنجارهای اخلاقی می‌گردد. مطالعات یزدانی و همکاران (۳۶) نیز نشان داد که کارآفرینان کلاس‌ها و دوره‌های آموزشی در زمینه‌ی کسب‌وکارهای کشاورزی را مؤثرترین موضوع در توجه به نوآوری‌ها می‌دانند. ۳. تغییر در برنامه‌های آموزشی دانشجویان نیز باید مورد توجه باشد؛ متأسفانه با وجود عملیاتی‌بودن ماهیت رشته‌های کشاورزی اما در برنامه‌های درسی مراکز آموزشی بیشتر دروس به شکل نظری تعریف شده و واحدهای عملی نیز چندان مناسب برگزار نمی‌شوند و این باعث شد که دانش‌آموختگان فاقد مهارت‌های لازم برای شروع کار باشند، این موضوع سبب کاهش خودکارآمدی افراد می‌گردد و بر نگرش فرد و جامعه نسبت توانایی‌هایی دانشآموختگان و قصد کارآفرینی در جامعه نیز تأثیری مخرب خواهد داشت. ولی‌زاده و کریمی (۳۲) نیز در تحقیقات خود فعالیت‌های یادگیری را از عوامل اثربخش بر قصد کارآفرینی می‌دانند، لذا توجه به فعالیت‌های یادگیری باید در برنامه‌های آموزشی مورد توجه قرار گیرد.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-24]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1399.7.14.5.3]
[DOI: 10.52547/jea.7.14.32]

منابع

1. Acs, Z. 2006. How is entrepreneurship good for economic growth? *Innovations*, 1(1): 97-107.
2. Aguilar-Arevalo, A.A., A.O. Bazarko, S.J. Brice, B.C. Brown, L. Bugel, J. Cao and Z. Djurcic. 2008. Measurement of muon neutrino quasielastic scatterin g on carbon. Physical review letters, 100(3): 032301.
3. Ajzen, I. 1991. The theory of planned behavior. Organizational behavior and human decision processes, 50(2): 179-211.
4. Ajzen, I. 2011 Theory of planned behavior. Available at http://www.people.umass.edu/aizen/tpb accessed 24February 2011).
5. Akerlof, G.A. and R.E. Kranton. 2000. Economics and identity. The Quarterly Journal of Economics, 115(3): 715-753.
6. Bandura, A. 1982. Self-efficacy mechanism in human agency. American psychologist, 37(2): 122.
7. Bandura, A. 2001. Social cognitive theory: An agentic perspective. Annual Review of Psychology, 52: 1-26.
8. Barani, Sh., K. Zarafshani. S. Del Angizan and S.M. Osseini Lorgani. 2010. The effect of entrepreneurship education on entrepreneurial behavior of students of Payame Noor University of Kermanshah: A structural equation modeling approach, Journal of Research and Planning in Higher Education, 57: 105-85.
9. Barba-Sánchez, V. and C. Atienza-Sahuquillo. 2018. Entrepreneurial intention among engineering students: The role of entrepreneurship education. European Research on Management and Business Economics, 24(1): 53-61.
10. Blanco, Á. 2011. Applying social cognitive career theory to predict interests and choice goals in statistics among Spanish psychology students. Journal of Vocational Behavior, 78(1): 49-58.
11. Carree, M.A. and A.R. Thurik. 2010. The impact of entrepreneurship on economic growth. In Handbook of entrepreneurship Research, 557-594.
12. Conner, M. and C.J. Armitage. 1998. Extending the theory of planned behavior: A review and avenues for further research. Journal of applied social psychology, 28(15): 1429-1464.
13. Falck, O., S. Heblich and E. Luedemann. 2012. Identity and entrepreneurship: do school peers shape entrepreneurial intentions?. Small Business Economics, 39(1): 39-59.
14. Favolle, A., F. Liñán and J.A. Moriano. 2014. Beyond entrepreneurial intentions: values and motivations in entrepreneurship. International Entrepreneurship and Management Journal, 10(4): 679-689.
15. Favolle, A. and F. Liñán. 2014. The future of research on entrepreneurial intentions. Journal of business research, 67(5): 663-666.
16. Franke, N. and C. Lüthje. 2004. Entrepreneurial intentions of business students—A benchmarking study. International Journal of Innovation and Technology Management, 1(03): 269-288.
17. Hunt, H.K., L.Y. Flores, R.L. Navarro and H.S. Lee. 2016. Increasing diverse students' persistence in engineering: A social cognitive perspective. In 2016 IEEE Frontiers in Education Conference (FIE). 1-6.
18. Kautonen, T., M. Van Gelderen and E.T. Tornikoski. 2013. Predicting entrepreneurial behaviour: a test of the theory of planned behaviour. Applied Economics, 45(6): 697-707.
19. Krueger, N.F. and A.L. Carsrud. 1993. Entrepreneurial intentions: applying the theory of planned behaviour. Entrepreneurship & Regional Development, 5(4): 315-330.
20. Laguna, M. 2013. Self-efficacy, self-esteem, and entrepreneurship among the unemployed. Journal of Applied Social Psychology, 43(2): 253-262.
21. Peña-Calvo, J.V., M. Inda-Caro, C. Rodríguez-Menéndez and C.M. Fernández-García. 2016. Perceived Supports and Barriers for Career Development for Second-Year STEM Students. Journal of Engineering Education, 105(2): 341-365.
22. Robinson, P.B. and E.A. Sexton. 1994. The effect of education and experience on self-employment success. Journal of business Venturing, 9(2): 141-156.
23. Rodríguez, C., M. Inda and C.M. Fernández. 2015. Influence of social cognitive and gender variables on technological academic interest among Spanish high-school students: testing social cognitive career theory. International Journal for Educational and Vocational Guidance, 1-21.
24. Sardeshmukh, S. and R. Smith. 2010. An examination of skills and abilities in a process model of entrepreneurship, Retrieved September 24 2017, from: http://www.swinburne.edu.au/lib/ir/onlineconferences/agse2010/000113.pdf
25. Schmidt, C., 2011. Factors influencing Entrepreneurship. http://www.grin.com/en/e-book/204296/factors-influencing-entrepreneurship
26. Segal, G., D. Borgia and J. Schoenfeld. 2002. Using social cognitive career theory to predict self-employment goals. New England Journal of Entrepreneurship, 5(2): 47-56. 4.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-24]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1399.7.14.5.3]
[DOI: 10.52547/jea.7.14.32]

27. Shangali Najafabadi, M., S. Mohammadzadeh, B. Khosrowipour and M. Yazdanpanah. 2014. Factors Affecting Students' Job Desire to Employ: Applied from Developed Theory of Planned Behavior, Quarterly Journal of Research and Planning in Higher Education, 20(4): 75-93 (In Persian).
28. Shu, Q., Q.Tu and K. Wang. 2011. The impact of computer self-efficacy and technology dependence on computer-related technostress: A social cognitive theory perspective. International Journal of Human-Computer Interaction, 27(10): 923-939.
29. Şimşekoğlu, Ö. and T. Lajunen. 2008. Social psychology of seat belt use: A comparison of theory of planned behavior and health belief model. Transportation research part F: traffic psychology and behaviour, 11(3): 181-191.
30. Thøgersen, J. and A. Grønhøj. 2010. Electricity saving in households—a social cognitiveapproach. Energy Policy, 38(12): 7732-7743.
31. Thompson, E.R. 2009. Individual entrepreneurial intent: Construct clarification and development of an internationally reliable metric. Entrepreneurship Theoryand Practice, May, 669-694.
32. Valizadeh, N. and H. Karimi. 2020. Analysis of the Relationship between Self-Directed Learning Skills and Entrepreneurial Intention among Agriculture and Natural Resources Students of University of Zabol. Journal of Entrepreneurial Strategies in Agriculture, 7(13): 97-105.
33. Volkmann, C.K. and D.B. Audretsch. 2017. Introduction: The mandate for entrepreneurship education. In Entrepreneurship Education at Universities: 1-10.
34. Volkmann, C. and D. Audretsch. 2017. Entrepreneurship education at universities. In International Studies in Entrepreneurship, Springer International Publishing AG: 1-10.
35. Westhead, P., M. Wright and G. McElwee. 2011. Entrepreneurship: Perspectives and Cases, Pearson Education Limited, Harlow.
36. Yazdani, R., M. Khairandish, M. Mohammadi Khyareh and H. Amini. 2020. Study of Factors Affecting Rural Development, With A Focus on the Role of Agricultural Entrepreneurship (Case Study: North Khorasan Province). Journal of Entrepreneurial Strategies in Agriculture, 7(13): 63-77.
37. Yazdanpanah, M., N. Komendantova and R.S. Ardestani. 2015. Governance of energy transition in Iran: Investigating public acceptance and willingness to use renewable energy sources through socio-psychological model. Renewable and Sustainable Energy Reviews, 45: 565-573.
38. Young, M.D., R.C. Plotnikoff, C.E. Collins, R. Callister and P.J. Morgan. 2014. Social cognitive theory and physical activity: a systematic review and meta-analysis. Obesity Reviews, 15(12): 983-995.
39. Zampetakis, L.A., A. Anagnosti and S. Rozakis. 2013. Understanding entrepreneurial intentions of students in agriculture and related sciences (No. 2013-4).

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-24]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1399.7.14.5.3]
[DOI: 10.52547/jea.7.14.32]

Investigating the Predictors of Entrepreneurial Intention among Students of Bushehr Agricultural Education Center Using Cognitive-Social Theory and Theory of Planned Behavior

Nozar Monfared[1], Masoud Yazdanpanah[2], Tahereh Zobeidi[3] and Seyede Bahar Homayoun[4]

1- Professor of Bushehr Agricultural and Natural Resources Research and Education Center, AREEO, Tehran, Iran
2- Associate Professor of Deptartment of Agriculture Extension and Education / Agricultural Sciences and Natural Resources University of Khuzestan, Iran (Corresponding author: yazdanm@asnrukh.ac.)
3- Ph.D. Student of Sustainable Agriculture Education and Environment, Department of Agricultural Extension, Communication and Rural Development, University of Zanjan, Zanjan, Iran
4- Ph.D. Student of Sustainable Agriculture Education and Environment, Department of Agricultural Extension and Education, Agricultural Sciences and Natural Resources University of Khuzestan, Khuzestan, Iran
Received: June 14, 2020 Accepted: August 18, 2020

Abstract

Entrepreneurship should be considered one of the necessities of the new millennium, an age known as the information society and the age of globalization. And it has important consequences such as the acquisition of emerging technologies and rapid changes in the field of human exchanges and fierce and brutal competition in the business world. This study examines two models of planned behavioral theory and cognitive-social theory to predict entrepreneurial intent among agricultural students. The statistical population of the present study included incoming undergraduate students in 2016-17, Bushehr Persian Gulf Fisheries Science and Technology Training Center. The number of people in the study population was 192. Using Krejcie and Morgan's table, the sample size was 124 people using a simple random sampling method. The validity of the questionnaire was confirmed based on the opinion of the faculty members of the university and the reliability of the questionnaire was measured and confirmed using a pre-test design of 30 people using theta test (0.76-0.89). The results of structural equations showed that in social cognitive theory, perceived expectations and perception of behavior have a significant, positive, and direct effect on students' entrepreneurial intentions. In addition, in the theory of planned behavior, it was shown that the structures of self-efficacy, moral norm, and identity have a significant and positive effect on entrepreneurial intention. While the structures of control, attitude, and mental norm do not have a direct impact on entrepreneurial intention. Attitude has a positive and direct effect on the moral norm and an indirect effect on intention. Social cognitive theory can predict 76% of changes in intentions and planned behavioral theory predicts 77% of changes in agricultural entrepreneurial intentions.

Keywords: Agricultural Entrepreneurship, Planned Behavior Theory, Social Cognitive Theory

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-24]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1399.7.14.5.3]
[DOI: 10.52547/jea.7.14.32]