

Entrepreneurial Self-Efficacy, Socio-Cultural Characteristics and Agricultural Student's Entrepreneurial Intention: Application of Resources-Based View

Zahra Korani^{1*}

¹ Department of Agricultural Sciences, Payam-e-Noor University, Tehran, Iran, Email: zkorani@pnu.ac.ir

Article Info

Article type:
Research Full Paper

Article history:
Accepted: 30.11.2022
Received: 18.12.2022
Revised: 01.01.2023

Keywords:
Entrepreneurial intention
Entrepreneurial self-
efficacy
Resources-based view
Razi university

ABSTRACT

The purpose of the study was to analyzing the effect of most important socio-cultural characteristics and as well as entrepreneurial self-efficacy on students' entrepreneurial intention considering resources-based view in Razi university (N = 1439). 178 students were selected as statistical sample using stratified sampling method (based on the gender) and Cochran's formula. The main tool of data gathering was a researcher-made questioner which its validity and reliability were confirmed using Content Validity Ratio ($CVR \geq 0.75$) and Cronbach alpha ($\alpha \geq 0.74$). Data were analyzed using Excel 2013 and SPSS Ver.22 software. Findings showed that despite the male students have higher entrepreneurial intention than females, no significant difference was observed between them. However, this difference based on the variables of residence and marital status was significant. Univariate analyses of variance indicated that students' financial resources don't have significant effect on their entrepreneurial intention. However, when considering its interaction effect alongside self-efficacy, this effect becomes significant. In other word, by simultaneously increasing the level of entrepreneurial self-efficacy of students and their financial resources, their entrepreneurial intention also improves significantly.

Cite this article: Korani, Z. 2023. Entrepreneurial self-efficacy, socio-cultural characteristics and agricultural student's entrepreneurial intention: application of resources-based view. *Journal of Studies in Entrepreneurship and Sustainable Agricultural Development*, 10 (2), 1-14.



© The Author(s).

DOI: 10.22069/jead.2023.20836.1675

Publisher: Gorgan University of Agricultural Sciences and Natural Resources

خودکارآمدی کارآفرینانه، ویژگی‌های جمعیت‌شناختی و تمایل کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی: کاربست دیدگاه مبتنی بر منابع

زهرا کرانی^{*۱}

۱ گروه علوم کشاورزی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران، رایانامه: zkorani@pnu.ac.ir

| اطلاعات مقاله | چکیده |
|---|---|
| نوع مقاله: مقاله کامل علمی- پژوهشی | هدف این پژوهش بررسی نقش برخی از مهم‌ترین ویژگی‌های جمعیت‌شناختی و خودکارآمدی کارآفرینانه بر تمایل کارآفرینانه‌ی دانشجویان کشاورزی دانشگاه رازی کرمانشاه با کاربست دیدگاه مبتنی بر منابع بود (N= ۱۴۳۹). حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران، ۱۷۸ نفر تعیین و با استفاده از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای انتساب متناسب (بر اساس جنسیت) انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه‌ی محقق ساخته در سه بخش بود که روایی و پایایی آن به ترتیب از طریق محاسبه‌ی نسبت روایی محتوا ($CVR \geq 0.75$) و ضریب آلفای کرونباخ تأیید شد ($\alpha \geq 0.74$). داده‌ها در محیط نرم‌افزارهای Excel 2013 و SPSS Ver.22 مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. یافته‌ها نشان داد که علیرغم بالاتر بودن تمایل کارآفرینانه دانشجویان پسر نسبت به دختران، تفاوت معنی‌داری بین آنها وجود ندارد. اما این تفاوت بر اساس متغیرهای محل سکونت و وضعیت تأهل در سطح پنج درصد خطا معنی‌دار بود. برونداد آزمون تحلیل واریانس تک متغیره نشان داد که منابع مالی تأثیر معنی‌داری بر افزایش تمایل کارآفرینانه‌ی دانشجویان کشاورزی ندارد اما اثر تعاملی آن با خودکارآمدی کارآفرینانه، تأثیر معنی‌داری در سطح پنج درصد خطا بر تمایل کارآفرینانه‌ی دانشجویان دارد. به عبارت دیگر، با افزایش هم‌زمان سطح خودکارآمدی کارآفرینانه‌ی دانشجویان و منابع مالی آنها تمایل کارآفرینانه‌ی آنان نیز به‌طور معنی‌داری بهبود می‌یابد. |
| تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۹/۰۹ تاریخ ویرایش: ۱۴۰۱/۰۹/۲۷ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۱۰/۰۸ | |
| واژه‌های کلیدی: تمایل کارآفرینانه خودکارآمدی کارآفرینانه دیدگاه مبتنی بر منابع دانشگاه رازی | |

استناد: کرانی، ز. (۱۴۰۲). خودکارآمدی کارآفرینانه، ویژگی‌های جمعیت‌شناختی و تمایل کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی: کاربست دیدگاه مبتنی بر منابع. *مطالعات کارآفرینی و توسعه پایدار کشاورزی*، ۱۰ (۲)، ۱-۱۴.

DOI: 10.22069/jead.2023.20836.1675



© نویسندگان.

ناشر: دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان

مقدمه

مهم‌اند؛ با این حال، شایستگی‌های نامشهود مانند توانمندی‌ها و مهارت‌های سرمایه‌ی انسانی چیزی است که می‌تواند موفقیت یک کسب‌وکار را تضمین و تسهیل کند (Bacq and Eddleston, 2018; Hameedet al., 2021; Kellermannset al., 2016). این بدان معنا است که دارایی‌های ناملموس کارآفرینان (شایستگی‌ها) به تقویت بیش نظری آنان یاری می‌رساند و به رشد بهره‌وری، کارایی و دستیابی به مزایای رقابتی و دائماً در حال تغییر کمک می‌کند (Freiling and Baron, 2017).

شایستگی‌ها، دارایی‌های نامشهود ارزشمندی هستند که در نتیجه‌ی فرایندهای یادگیری و انتخاب در کارآفرینان پدید می‌آیند. بر این اساس، Teece et al. (1997) بیان کردند که شایستگی‌ها دارای دو ساختار کلی هستند: الف) شایستگی‌های پویا که به عنوان توانایی سازگاری با تغییرات کسب‌وکار در پاسخ به تغییر نوآوری‌ها تعریف می‌شود؛ و ب) شایستگی مدیریت استراتژیک که به تلفیق منابع کنونی در گروهی از منابع جدید یاری می‌رساند. طبق ساختار نخست (شایستگی پویا)، شناسایی و پیگیری فرصت‌های کسب‌وکار اصلی‌ترین شایستگی مورد نیاز برای یک کارآفرین است (Hajizadeh and Valliere, 2022; Moroz and Hindle, 2012). طبق این دیدگاه، کارآفرین دارای خصوصیات شخصی برتر از تغییرات اجتماعی، اقتصادی، محیطی و تکنولوژیکی برای اهداف کارآفرینانه خود و معرفی تولیدات جدید، روش‌های جدید تولید، بازارهای جدید، و راه‌های جدید سازماندهی فرآیندهای تجاری بهره می‌برد (Gast et al., 2017; Ismail and Zainol, 2018). دسته‌بندی دوم شایستگی‌ها (مدیریت استراتژیک) بیان می‌دارد که یک کارآفرین جدا از اجتماع نیست و شایستگی برقراری ارتباطات اجتماعی و استفاده از

تمایل کارآفرینانه به‌عنوان یکی از مهم‌ترین پیش‌بین‌های رفتار کارآفرینی دانشجویان پس از دانش‌آموختگی شناخته شده است و مؤسسات آموزشی در سراسر جهان تلاش زیادی برای تقویت و توسعه‌ی آن در دانشجویان خود انجام می‌دهند (Anwaret al., 2022; Iwuet al., 2021; Nowiński and Haddoud, 2019). اما، تجربه نشان داده است که این تلاش‌ها بدون داشتن دیدگاهی جامع از عامل‌های اثرگذار بر آن انتظارات را برآورده نمی‌کند و به نتیجه‌ی مطلوب نمی‌رسد (Badri and Hachicha, 2019; Vodă and Florea, 2019). با چنین دیدگاهی، پژوهشگران تلاش کرده‌اند که مهم‌ترین عامل‌های اثرگذار یا پیش‌بین تمایل کارآفرینانه‌ی دانشجویان را از جنبه‌های مختلف شناسایی کنند و از این طریق، مسیر روشنی پیش‌روی آموزشگران برای آموزش اثربخش دانشجویان در راستای تقویت تمایل کارآفرینانه‌ی آنان قرار دهند (Chaudhary, 2017; Hamzahet al., 2016; Turker and Selcuk, 2009). با این حال، دیدگاه‌ها در این‌باره بسیار گسترده بوده و طیف وسیعی از عوامل را در برمی‌گیرد که این امر به نوبه‌ی خود تشخیص مهم‌ترین عامل‌های پیش‌بین تمایل کارآفرینانه را دشوار می‌کند.

در این کشاکش، دیدگاه مبتنی بر منابع و شایستگی‌های پویا یک چارچوب نظری مناسب برای مطالعه‌ی تجربی عامل‌های اثرگذار بر تمایل کارآفرینانه‌ی دانشجویان فراهم می‌کند و به دیدگاه‌های متفاوت در این باره انسجام می‌بخشد. این دیدگاه بیان می‌دارد که فرایندهای کارآفرینانه از پیچیدگی‌های بسیار بالایی برخوردارند و موفقیت کسب‌وکارها تابعی از تعامل بین شایستگی‌های فردی ناملموس و ملموس در کارآفرینان است. طبق این دیدگاه، منابع ملموس برای توسعه‌ی کارآفرینی بسیار

ویژه‌ی کارآفرین تعریف می‌کنند (Li and Wu, 2019; Szymanska et al., 2020). در مقابل، گروهی دیگر، خودکارآمدی کارآفرینانه را به عنوان توان تسلط بر شناخت (عواطف فردی)، پردازش حافظه و رفتار مقابله‌ی مؤثر با محیط دائماً در حال تغییر تعریف کرده‌اند (Lakerveld et al., 2020; Schlegel, 2020). گروه اول در تعریف خود از خودکارآمدی کارآفرینانه بر اعتماد به باورهای فردی بدون توجه به مهارت‌های واقعی تمرکز دارد؛ در حالی که گروه دوم در تعریف خود از خودکارآمدی کارآفرینانه بر مجموعه‌ای از مهارت‌های شناختی و رفتاری بدون در نظر گرفتن اعتماد به نفس افراد تمرکز کرده‌اند. بروز چنین دوگانگی‌هایی در تعریف خودکارآمدی کارآفرینانه سبب سردرگمی پژوهشگران به هنگام مطالعه‌ی این موضوع مهم می‌شود؛ به طوری که این پرسش مطرح می‌شود که آیا خودکارآمدی کارآفرینانه یک ارزیابی درونی فرد از توانمندی‌های کارآفرینانه‌ی خود است (اعتماد به نفس) و یا دستیابی به نتایج ملموس و یا هر دو.

با توجه به این دوگانگی‌ها می‌توان بیان کرد که خودکارآمدی کارآفرینانه به معنای باور افراد به توانمندی‌های خویش در زمینه‌ی کنترل منابع شناختی خود برای رسیدن به موفقیت و اهداف چالش برانگیز در طول فرایند راه‌اندازی کسب‌وکار است (Maheshwari and Kha, 2022). به عبارت دیگر، خودکارآمدی کارآفرینانه عبارت است از توانایی یا قابلیت‌های فرد برای بسیج منابع شناختی، انگیزه‌ها و مجموعه‌ای از فعالیت‌های عملی برای دستیابی به موفقیت در حین انجام یک کار مشخص (Dissanayake, 2013). این تعاریف به‌طور عمیقی ریشه در نظریه‌ی شناختی-اجتماعی دارند و به‌طور هم‌زمان بر تعامل پویای بین فرد و محیط تأکید دارند. با مبنا قرار دادن این تعاریف، صالحی و همکاران

منابع در دسترس و تلفیق آنها با یکدیگر، مهم‌ترین شایستگی یک کارآفرین است (Emami and Klein, 2018; Longet al., 2020).

با توجه به مباحث مطرح شده، مشخص می‌شود که دیدگاه مشترکی میان پژوهشگران مختلف درباره‌ی مهم‌ترین شایستگی‌های یک کارآفرین وجود ندارد. هر یک از آنها با توجه به زمینه‌ی مطالعاتی خود، نوع ویژه‌ای از این شایستگی‌ها را برجسته کرده است. علاوه بر این، نوعی پراکندگی و عدم توافق بین پژوهشگران درباره‌ی جایگاه منابع مالی و شایستگی‌ها در تبیین تمایل کارآفرینانه وجود دارد. برخی از آنها بر این باورند که داشتن منابع مالی و زیرساخت‌ها از اولویت و اهمیت بیشتری در تمایل به کارآفرینی و رفتار کارآفرینانه برخوردارند (Fachinger, 2019; Molina, 2020) و برخی دیگر، جایگاه شایستگی‌ها را برجسته می‌دانند (Irwin et al., 2018; Stoian et al., 2018; Varadarajan, 2020). اما، نقطه مشترک بین همه‌ی آنها این است که منابع مالی و خودکارآمدی کارآفرینانه دو مؤلفه‌ی بنیادین در تبیین تمایل و رفتار کارآفرینانه هستند (Adomako and Ahsan, 2022; Sohail et al., 2022; Wardana et al., 2020). ولی به شکل تجربی به این پرسش پاسخ نداده‌اند که کدام یک از آنها از جایگاه برجسته‌تری در تبیین تمایل کارآفرینانه‌ی دانشجویان کشاورزی برخوردارند. پرسش دیگر آن است که آیا تأثیر این منابع در همه‌ی جوامع یکسان است یا اثرگذاری آنها در جوامع مختلف تغییر می‌کند. این پژوهش تلاش می‌کند که به این پرسش‌ها به شکلی جامع پاسخ دهد.

مبانی نظری و پیشینه تحقیق

رویکردهای متفاوتی برای تعریف خودکارآمدی کارآفرینانه وجود دارد. یک گروه از پژوهش‌ها، خودکارآمدی کارآفرینانه را به عنوان اعتماد به نفس

یافته‌های آنها گویای وجود تفاوت معنی‌داری بین تمایل کارآفرینانه‌ی دانشجویان دختر و پسر بر اساس سطح خودکارآمدی کارآفرینانه‌ی آنها بود. Şahin et al. (2019) نیز در پژوهش خود نشان دادند که سطح خودکارآمدی افراد دارای تأثیر مستقیم و معنی‌دار بر تمایل کارآفرینانه آنان است. در مطالعه‌ی دیگر، Hsu et al. (2019) نشان دادند که با افزایش سطح خودکارآمدی کارآفرینانه در میان دانشجویان، تمایل کارآفرینانه‌ی آنها نیز افزایش می‌یابد و بالعکس. علیرغم وجود شواهد تجربی فراوان درباره‌ی نقش خودکارآمدی کارآفرینانه بر تمایل کارآفرینانه‌ی دانشجویان، مطالعات انجام شده درباره‌ی نقش منابع مادی و سایر ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مانند جنسیت بر آن بسیار محدود است. با این وجود، Adu et al. (2020) در مطالعه‌ی خود نشان دادند که درک از داشتن منابع مالی به‌طور مثبت و معنی‌داری بر ارتقاء تمایل کارآفرینانه اثرگذار است. از سوی دیگر، Laouiti et al. (2022) در مطالعه‌ی خود از دانشجویان فرانسوی نشان دادند که تمایل کارآفرینانه‌ی دانشجویان بر اساس جنسیت به‌طور معنی‌داری از یکدیگر متفاوت است؛ به‌طوری‌که دانشجویان دختر از تمایل کارآفرینانه‌ی بالاتری برخوردار بودند. با Camelo-Ordaz et al. (2016) بررسی تمایل کارآفرینانه‌ی زنان و مردان کارآفرین و غیر کارآفرین در کشور اسپانیا نشان دادند که بین تمایل کارآفرینانه‌ی زنان و مردان در گروه غیر کارآفرین تفاوت معنی‌داری وجود دارد (تمایل کارآفرینی مردان بیشتر از زنان بوده است)؛ اما این تفاوت در میان کارآفرینان معنی‌دار نبود. این پژوهش‌ها نشان می‌دهند که تمایل کارآفرینانه‌ی دانشجویان به‌طور معنی‌داری تحت تأثیر منابع مالی و جنسیت قرار دارد اما ماهیت جامعه تعیین‌کننده‌ی آن است که کدام جنس دارای تمایل کارآفرینانه‌ی بالاتری باشد. نتایج پژوهش‌های Elnadi and Gheith

(۱۳۹۵) در پژوهش خود پنج جنبه برای ارزیابی خودکارآمدی کارآفرینانه‌ی دانشجویان کشاورزی شامل جستجوگری، برنامه‌ریزی، هدایت، به‌کارگیری منابع انسانی، و به‌کارگیری منابع مالی پیشنهاد داده‌اند. کیفیت جستجو به توانایی نوآورانه‌ی دانشجو بستگی دارد. برنامه‌ریزی به توانایی دانشجو در زمینه‌ی تبدیل ایده‌های کسب‌وکار به طرح‌های انعطاف‌پذیر اجرایی اشاره می‌کند. هدایت به توانمندی دانشجویان برای تجمع منابع و شبکه‌سازی برای شروع کسب‌وکار متمرکز است. دو مورد آخر نیز در برگیرنده‌ی اجرای طرح کسب‌وکار از طریق اجرای اصول مدیریت هستند.

با توجه به این تعاریف و ابعاد تعیین شده، خودکارآمدی کارآفرینانه به عنوان مؤلفه‌ای کلیدی برای تمایل کارآفرینانه شناخته شده است (Laviolette et al., 2012). تمایل کارآفرینانه اشاره به میل افراد به داشتن یک کسب‌وکار دارد (Zhang and Cain, 2017). مدل تمایل کارآفرینانه‌ی پیشنهاد شده توسط Boyd and Vozikis (1994) بیان می‌دارد که خودکارآمدی کارآفرینانه نقش میانجی مهمی در تبیین تمایل و رفتار کارآفرینانه دارد. تجارب میدانی نیز حاکی از وجود همبستگی قوی بین خودکارآمدی کارآفرینانه و تمایل کارآفرینانه است (Anwaret et al., 2022; Hassanet et al., 2020; Wuet et al., 2022). به‌عنوان مثال، Anwar et al. (2022) در پژوهش خود و با مطالعه‌ی ۶۶۳ دانشجو در هندوستان نشان دادند که خودکارآمدی کارآفرینانه‌ی آنها به‌طور مستقیم و معنی‌داری بر تمایل کارآفرینانه اثرگذار است. Elnadi and Gheith (2021) در پژوهش خود با استفاده از تحلیل همبستگی و تحلیل گروه‌های چندگانه نشان دادند که رابطه‌ی مثبت و معنی‌داری بین خودکارآمدی کارآفرینانه دانشجویان و تمایل کارآفرینانه‌ی آنها وجود دارد. افزون بر این،

Camelo-Ordaz et al. (2021)، Laouiti et al. (2022) و (2016) al. این موضوع را به خوبی تأیید می‌کنند.

روش تحقیق

پژوهش حاضر از نظر ماهیت از نوع پژوهش‌های کمی است که داده‌های آن در یک زمان مشخص و از طریق پیمایش گردآوری شده است. با توجه به هدف، از نوع پژوهش‌های کاربردی است زیرا یافته‌های آن دیدگاه جامع‌تری درباره‌ی توسعه‌ی تمایل کارآفرینانه‌ی دانشجویان کشاورزی و به تبع آن رفتار کارآفرینانه آنان فراهم می‌آورد. جامعه‌ی آماری پژوهش شامل دانشجویان رشته‌های کشاورزی دانشگاه رازی کرمانشاه بودند (N=۱۴۳۹). حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران و محاسبه‌ی انحراف معیار متغیر «خودکارآمدی کارآفرینانه»، ۱۷۸ نفر تعیین شد. به منظور انتخاب نمونه‌ها از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای انتساب متناسب (بر اساس جنسیت) استفاده شد. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه‌ی محقق ساخت در سه بخش بود. بخش اول مربوط به ویژگی‌های جمعیت‌شناختی دانشجویان (مانند سن، جنسیت، روستایی یا شهری بودن، میزان درآمد خانوار و غیره)، بخش دوم مربوط به ارزیابی تمایل کارآفرینانه دانشجویان (محقق ساخته)، و بخش سوم نیز مربوط به ارزیابی سطح خودکارآمدی کارآفرینانه‌ی

دانشجویان با استفاده از پرسشنامه‌ی تدوین شده توسط صالحی و همکاران (۱۳۹۵) بود (گویه‌های مورد استفاده در این بخش‌ها در جدول ۲ قابل مشاهده است). در این پرسشنامه از پاسخگویان خواسته شد که میزان موافقت خود با هر یک از گویه‌ها را با دادن نمره‌ای از یک (کاملاً مخالف) تا پنج (کاملاً موافق) مشخص کنند. داده‌های به دست آمده در این بخش به عنوان پایه‌ای برای تحلیل‌های بعدی قرار گرفت. یادآور می‌شود که دانشجویان مجاز بودند که هر عدد دیگری را نیز در این طیف انتخاب کنند (مقیاس اندازه‌گیری در سطح فاصله‌ای بود).

روایی ابزار پژوهش قبل از ورود به بخش میدانی، توسط متخصصان موضوعی و اصلاح پرسشنامه طبق نظر آنها و محاسبه‌ی نسبت روایی محتوا (CVR) تأیید شد. این پانل متشکل از استادان ترویج و آموزش کشاورزی، روانشناسی و مدیریت و کارآفرینی دانشگاه رازی بود (۱۴ نفر). پایایی ابزار پژوهش نیز از طریق محاسبه‌ی ضریب آلفای کرونباخ تأیید شد (جدول ۱). داده‌ها در محیط نرم‌افزارهای SPSS Ver.22 و Excel 2013 مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آماره‌های تحلیل واریانس تک متغیره و آزمون تی مستقل بهره گرفته شد. لازم به ذکر است که قبل از استفاده از آزمون‌های پارامتری، شرط نرمال بودن داده‌ها با استفاده از آماره‌های کلموگروف-اسمیرنوف، چولگی و کشیدگی مطابق با جدول (۱) تأیید شد.

جدول ۱- بروندهای آماری مربوط به نرمال بودن داده‌ها، روایی و پایایی ابزار پژوهش

| شاخص | نام متغیر | خودکارآمدی کارآفرینانه | تمایل کارآفرینانه |
|------------------------|-----------|------------------------|-------------------|
| کلموگروف-اسمیرنوف | | ۱/۶۵۱ | ۱/۴۱۸ |
| سطح معنی داری | | ۰/۲۱۲ | ۰/۳۸۲ |
| چولگی | | -۱/۵۵۶ | -۰/۲۶۲ |
| کشیدگی | | ۰/۴۲۵ | -۰/۲۷۹ |
| نسبت روایی محتوا (CVR) | | ۰/۷۴ | ۰/۸۲ |
| آلفای کرونباخ | | ۰/۸۹ | ۰/۷۵ |

خودکارآمدی کارآفرینانه، دانشجویان بیشترین امتیاز را به ترتیب در زمینه‌ی به‌کارگیری منابع مالی (با میانگین ۳/۵۷)، برنامه‌ریزی (با میانگین ۳/۴۷) و هدایت (با میانگین ۳/۳۹) کسب کرده‌اند. در مقابل، آنان در زمینه‌ی توانایی به‌کارگیری منابع انسانی (با میانگین ۳/۲۴) و جستجوگری (با میانگین ۳/۳۶) کمترین خودکارآمدی را داشته‌اند. یافته‌های تفصیلی مربوط به این بخش به همراه گویه‌های مورد استفاده برای ارزیابی آنها در جدول (۲) آورده شده است.

یافته‌ها

یافته‌ها نشان داد که ۴۹/۴ درصد از نمونه‌ی آماری را پسران و ۵۰/۶ درصد دختران تشکیل داده‌اند. ۶۵/۲ درصد مجرد و ۳۴/۸ درصد متأهل بودند. ۵۰/۵ درصد از آنها در مقطع کارشناسی، ۴۱/۸ درصد در مقطع کارشناسی ارشد و ۷/۷ درصد در مقطع دکتری مشغول به تحصیل بودند و میانگین درآمد خانوادگی آنها ۴/۷۳ میلیون تومان بوده است. اولویت‌بندی شاخص‌های تبیین‌کننده‌ی خودکارآمدی کارآفرینانه (جدول ۲) نشان داد که از میان شاخص‌های پنج‌گانه

جدول ۲- اولویت‌بندی شاخص‌های تبیین‌کننده خودکارآمدی و تمایل کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی

| شاخص | گویه‌ها | میانگین (رتبه) | معیار | تفاضل | اولویت | میانگین کل |
|-------------------------|--|----------------|-------|-------|--------|------------|
| جستجوگری | یافتن یک دیدگاه جدید برای تولید یک محصول یا ارائه یک خدمت از راه طوفان اندیشه | ۳/۵۳ | ۱/۰۶ | ۰/۳۰ | ۱ | ۳/۳۶ |
| | طراحی یک محصول یا یک خدمت که برابر با نیاز و خواسته مصرف‌کنندگان باشد. | ۳/۴۰ | ۱/۰۷ | ۰/۳۲ | ۲ | |
| | شناسایی یک نیاز برای تولید یا ارائه خدمت | ۳/۱۶ | ۱/۱۰ | ۰/۳۵ | ۳ | |
| برنامه‌ریزی | طراحی یک رقابت بازاریابی مؤثر برای محصول یا خدمت تولید شده | ۳/۵۵ | ۰/۹۵ | ۰/۲۷ | ۱ | ۳/۴۷ |
| | برآورد میزان تقاضای مصرف‌کنندگان برای یک کالا یا خدمت جدید | ۳/۳۷ | ۰/۹۷ | ۰/۲۹ | ۲ | |
| | برآورد میزان سرمایه اولیه و سرمایه کاری مورد نیاز برای آغاز تجارت خود | ۳/۵۸ | ۱/۱۳ | ۰/۳۲ | ۳ | |
| | تعیین یک قیمت رقابتی برای محصول یا خدمت جدید | ۳/۳۶ | ۱/۱۶ | ۰/۳۵ | ۴ | |
| هدایت (رهبری) | شبکه‌سازی - به عنوان مثال ایجاد تماس و تبادل اطلاعات با دیگران | ۳/۶۱ | ۱/۰۰ | ۰/۲۸ | ۱ | ۳/۳۹ |
| | توضیح روشن و دقیق دیدگاه کسب و کار خود به صورت شفاهی یا نوشتاری به صورت روزانه | ۳/۶۱ | ۱/۰۶ | ۰/۳۰ | ۲ | |
| | مجاوب کردن دیگران به شناخت و باور به دیدگاه و طرح‌های شما برای یک کسب و کار جدید | ۲/۹۴ | ۱/۱۳ | ۰/۳۸ | ۳ | |
| به‌کارگیری منابع انسانی | برخورد مؤثر با مشکلات و بحران‌های روزانه | ۳/۶۲ | ۱/۲۰ | ۰/۳۳ | ۱ | ۳/۲۴ |
| | واگذاری اختیار و مسئولیت به کارکنان در کسب و کار خود | ۳/۵۰ | ۱/۱۹ | ۰/۳۴ | ۲ | |
| | به خدمت گرفتن و استخدام نیروهای جدید | ۳/۱۰ | ۱/۲۴ | ۰/۴۰ | ۳ | |
| | آموزش دادن به کارکنان | ۳/۰۳ | ۱/۲۵ | ۰/۴۱ | ۴ | |
| | راهنمایی کارکنان | ۳/۰۴ | ۱/۲۶ | ۰/۴۱ | ۵ | |
| | الهام بخشی، تشویق و ایجاد انگیزه در کارکنان | ۳/۲۰ | ۱/۳۳ | ۰/۴۲ | ۶ | |

خودکارآمدی کارآفرینانه، ویژگی‌های جمعیت‌شناختی... / زهرا کرانی

| ردیف | تاریخ | مقدار | سطح معنی‌داری | درجه‌ی آزادی | مقدار t | فصله‌ی اطمینان |
|------|-------|-------|---------------|--------------|---------|----------------|
| ۳/۵۷ | ۱ | ۳/۵۶ | ۰/۲۹ | ۱/۰۴ | ۱۷۲ | ۰/۴۹ |
| | ۲ | ۳/۵۶ | ۰/۲۹ | ۱/۰۵ | ۱۷۱/۱۷ | ۰/۴۹ |
| | ۳ | ۳/۵۹ | ۰/۳۰ | ۱/۰۷ | ۱۷۲ | -۲/۳۰ |
| ۳/۶۲ | ۱ | ۳/۸۵ | ۰/۲۹ | ۱/۱۳ | ۱۷۲ | ۱/۸۸ |
| | ۲ | ۳/۵۳ | ۰/۳۰ | ۱/۰۴ | ۲۴/۳۲ | ۱/۹۶ |
| | ۳ | ۳/۵۳ | ۰/۳۲ | ۱/۱۳ | ۱۷۲ | -۲/۳۰ |

تمایل کارآفرینانه دانشجویان بر اساس متغیرهای محل سکونت و وضعیت تأهل تفاوت معنی‌داری در سطح پنج درصد خطا وجود دارد. طبق این یافته‌ها، دانشجویان ساکن در روستا و متأهل از تمایل کارآفرینانه‌ی بالاتری در مقایسه با دانشجویان شهری و متأهل بودند.

یافته‌های آزمون تی مستقل (جدول ۳) نشان داد که علیرغم بالاتر بودن تمایل کارآفرینانه دانشجویان پسر نسبت به دختران، تفاوت معنی‌داری بین آنها وجود ندارد. این بدان معنی است که جنسیت نمی‌تواند عامل تعیین‌کننده‌ای در تمایل کارآفرینانه‌ی دانشجویان باشد. با این حال، یافته‌ها نشان داد که بین

جدول ۳- مقایسه میانگین تمایل کارآفرینانه‌ی دانشجویان با توجه به متغیرهای جنسیت، محل سکونت و وضعیت تأهل

| متغیر آزمون (تمایل کارآفرینانه) | آماره لون | | میانگین گروه‌ها | | آزمون تی برای برابری میانگین‌ها | |
|---------------------------------|-----------|---------------|-----------------|-------|---------------------------------|--------------|
| | F مقدار | سطح معنی‌داری | پسر | دختر | مقدار t | درجه‌ی آزادی |
| جنسیت | ۰/۴۶ | ۰/۴۹ | ۱۳/۲۳ | ۱۲/۸۴ | ۰/۴۹ | ۱۷۲ |
| | | | | | ۰/۳۹ | ۱۷۱/۱۷ |
| محل سکونت | ۰/۱۱ | ۰/۷۳ | ۱۵/۱۰ | ۱۲/۷۶ | ۰/۰۵ | ۱۷۲ |
| | | | | | ۲/۳۳ | ۲۴/۳۲ |
| وضعیت تأهل | ۰/۰۴ | ۰/۹۵ | ۱۴/۲۸ | ۱۲/۳۷ | ۰/۰۲ | ۱۷۲ |
| | | | | | -۱/۹۰ | ۱۱۸/۵۳ |

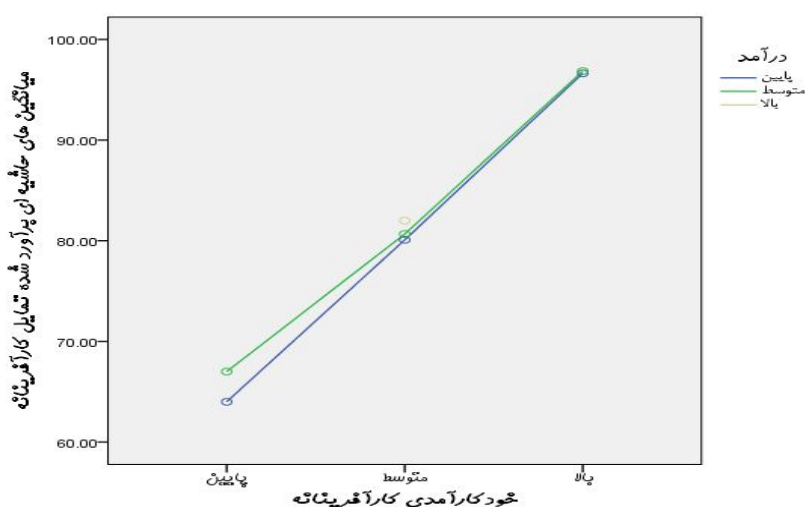
یافته‌های جدول (۴) نشان می‌دهند که سطح درآمد دانشجویان نمی‌تواند مؤلفه‌ای تأثیرگذار بر تمایل کارآفرینانه‌ی دانشجویان باشد. در مقابل، خودکارآمدی کارآفرینانه تأثیر معنی‌داری در سطح پنج درصد خطا بر تمایل کارآفرینانه‌ی دانشجویان دارد.

به‌منظور آزمون اثرگذاری متغیرهای درآمد و خودکارآمدی دانشجویان بر تمایل کارآفرینانه‌ی آنها از تحلیل واریانس تک‌متغیره استفاده شد. بروندادهای آماری نشان داد که برابری واریانس‌ها برای استفاده از این آزمون برقرار است ($F= ۱/۶۸۶$ ؛ $\text{Sig.} = ۰/۲۱$).

مقادیر گزارش شده برای اندازه‌ی اثر نیز این یافته‌ها را خودکارآمدی و درآمد نیز تأثیر معنی‌داری بر تمایل تأیید می‌کنند. یادآور می‌شود که اثر تعاملی متغیرهای کارآفرینانه‌ی دانشجویان دارد (جدول ۴ و نمودار ۱).

جدول ۴- برونداد آزمون واریانس تک متغیره برای اثرگذاری درآمد و خودکارآمدی کارآفرینانه دانشجویان بر تمایل کارآفرینانه آنان

| منبع | مجموع مجدورها | df | میانگین مجدورها | F | Sig. | اندازه اثر |
|--------------------|---------------|----|-----------------|----------------------|------|------------|
| مدل تصحیح شده | ۲۱۸۴۷/۵۵ | ۶ | ۳۶۴۱/۲۶ | ۵۵/۹۵ | ۰/۰۰ | ۰/۷۲ |
| درآمد | ۵۹/۴۹ | ۲ | ۲۹/۷۴ | ۰/۴۶ | ۰/۶۳ | ۰/۰۱ |
| خودکارآمدی | ۱۸۵۰۳/۶۴ | ۲ | ۹۲۵۱/۸۲ | ۱۴۲/۱۶ | ۰/۰۰ | ۰/۶۸ |
| خودکارآمدی * درآمد | ۴۴۲/۹۳ | ۲ | ۲۲۱/۴۶ | ۴۱/۳۳ | ۰/۰۴ | ۰/۴۳ |
| | | | | $R^2 = ۰/۷۱۶$ | | |
| | | | | $R^2_{Adj.} = ۰/۷۰۳$ | | |



نمودار ۱- اثر تعاملی سطح درآمد و خودکارآمدی کارآفرینانه بر تمایل کارآفرینانه‌ی دانشجویان

معنی‌دار بود. به طوری که دانشجویان دارای سطح خودکارآمدی کارآفرینانه‌ی بالاتر، تمایل بیشتری به راه‌اندازی فعالیت‌های کارآفرینانه از خود نشان داده‌اند. این یافته‌ها در جدول (۵) قابل مشاهده‌اند.

یافته‌های آزمون تعقیبی توکی نشان داد که تفاوت معنی‌داری بین تمایل کارآفرینانه‌ی دانشجویان بر اساس سطح درآمد وجود ندارد. با این حال، این تفاوت بر اساس سطح خودکارآمدی دانشجویان

جدول ۵- آزمون تعقیبی توکی برای تمایل کارآفرینانه‌ی دانشجویان با توجه به سطح خودکارآمدی کارآفرینانه آنان

| فاصله‌ی اطمینان ۹۵٪ | | Sig. | خطای استاندارد | تفاوت میانگین (I-J) | خودکارآمدی (J) | خودکارآمدی (I) |
|---------------------|----------|------|----------------|---------------------|----------------|----------------|
| حد بالا | حد پایین | | | | | |
| -۱۱/۳۴ | -۱۹/۳۵ | ۰/۰۰ | ۱/۶۹ | -۱۵/۳۴* | متوسط | پایین |
| -۲۷/۵۴ | -۳۵/۷۷ | ۰/۰۰ | ۱/۷۴ | -۳۱/۶۵* | بالا | پایین |
| ۱۹/۳۵ | ۱۱/۳۴ | ۰/۰۰ | ۱/۶۹ | ۱۵/۳۴* | پایین | متوسط |
| -۱۲/۴۷ | -۲۰/۱۴ | ۰/۰۰ | ۱/۶۲ | -۱۶/۳۰* | بالا | متوسط |
| ۳۵/۷۷ | ۲۷/۵۴ | ۰/۰۰ | ۱/۷۴ | ۳۱/۶۵* | پایین | بالا |
| ۲۰/۱۴ | ۱۲/۴۷ | ۰/۰۰ | ۱/۶۲ | ۱۶/۳۰* | متوسط | بالا |

* معنی‌داری در سطح پنج درصد خطا

بحث، نتیجه‌گیری و پیشنهادات

کارآفرین شدن و هدایت دانشجویان به سوی کارآفرینی موضوع ساده‌ای نیست که بدون داشتن طرحی روشن از عامل‌های اثرگذار بتوان انتظار وقوع آن را داشت. با چنین دیدگاهی، پژوهشگران مختلف تلاش کرده‌اند که این عامل‌ها را شناسایی و مسیر روشنی پیش‌روی مؤسسات آموزش عالی برای هدایت و پرورش دانشجویان قرار دهند. در این تلاش‌ها، تمایل کارآفرینانه به عنوان یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌های پیش‌بین برای رفتار کارآفرینی دانشجویان پس از دانش‌آموختگی شناسایی شده است. از این رو، تلاش‌های گسترده‌ای برای تدوین سازوکارهای ارتقاء تمایل کارآفرینانه دانشجویان در سراسر جهان صورت گرفت که نتیجه‌ی آن، شناسایی طیف گسترده‌ای از عامل‌های اثرگذار بر تمایل کارآفرینانه بدون وجود انسجام ساختاری لازم بین آنها بود. به عبارت دیگر، پژوهشگران مختلف با توجه به جهان‌بینی و دیدگاه رشته‌ای خود تأکید ویژه‌ای بر نوع خاصی از عامل‌های اثرگذار داشته‌اند و به نظر می‌رسد که نوعی عدم توافق بین آنها وجود دارد. با این حال، دیدگاه مبتنی بر منابع سازوکار جامعی درباره‌ی عامل‌های اثرگذار بر تقویت تمایل کارآفرینانه فراهم کرده است. نقطه‌ی ثقل این دیدگاه، توجه هم‌زمان به اهمیت همه‌ی منابع شناختی، اجتماعی و محیطی در تقویت تمایل کارآفرینانه است.

با مبنای قرار دادن این دیدگاه، یافته‌های این پژوهش نشان داد که جنسیت دانشجویان نمی‌تواند عامل تعیین‌کننده‌ای در تبیین تمایل کارآفرینانه‌ی دانشجویان مورد بررسی باشد؛ زیرا تفاوت معنی‌داری بین تمایل کارآفرینانه‌ی دانشجویان بر اساس جنسیت مشاهده نشد. این در حالی است که تحقیقات پیشین (Elnadi and Gheith, 2021; Laouiti et al., 2022) نشان دادند که تفاوت معنی‌داری بین تمایل

کارآفرینانه‌ی دانشجویان بر اساس جنسیت آنها وجود دارد. این امر به وضوح نشان می‌دهد که تغییر در فرهنگ‌ها، شرایط اقتصادی و حتی روش‌های آموزشی مورد استفاده در نظام آموزش عالی می‌تواند موجب تغییر در تمایل کارآفرینانه دانشجویان بر اساس جنسیت آنها شود. افزون بر این، عدم وجود تفاوت در تمایل کارآفرینانه‌ی دانشجویان بر اساس جنسیت در این پژوهش ممکن است ناشی از تمایل بالای همه‌ی آنها به کارآفرینی باشد. در تأیید این استدلال می‌توان به یافته‌های پژوهش پیشین (Camelo-Ordaz et al., 2016) اشاره کرد. آنها در پژوهش خود نشان دادند که تفاوت معنی‌داری بین تمایل کارآفرینانه‌ی زنان و مردان کارآفرین وجود ندارد اما این تفاوت برای زنان و مردان غیرکارآفرین معنی‌دار بود.

یافته‌های پژوهش نشان داد که محل سکونت دانشجویان، عاملی تعیین‌کننده در تبیین تمایل کارآفرینانه‌ی آنان است. به عبارت دیگر، دانشجویان ساکن روستا به طور معنی‌داری از تمایل کارآفرینانه‌ی بالاتری نسبت به دانشجویان شهری برخوردار بودند. این موضوع از چند جهت قابل بررسی است: (۱) هم‌خوانی رشته‌ی تحصیلی دانشجویان ساکن روستا با فعالیت‌های کشاورزی موجب ایجاد دیدگاهی جامع‌تر در آنها درباره‌ی ظرفیت‌های کارآفرینی موجود در بخش کشاورزی می‌شود که این امر اساساً تمایل کارآفرینانه را تقویت می‌کند (Cochran, 2019)؛ (۲) دانشجویان ساکن روستا از نزدیک با خطرات پیش‌روی ایجاد کسب‌وکارهای کشاورزی آشنا می‌شوند و دیدگاه جامع‌تری درباره مدیریت این خطرات به دست می‌آورند که این موضوع می‌تواند تمایل کارآفرینانه‌ی آنها را به نسبت افزایش دهد (Ahmed et al., 2022)؛ و (۳) دانشجویان ساکن در مناطق روستایی با توجه به ماهیت مشارکتی بودن فعالیت‌های کشاورزی به‌خوبی با چالش‌ها و مزایای کارآفرینی اجتماعی آشنا می‌شوند و توانمندی‌های

تأیید می‌کند. از این‌رو، لازم است که توانمندی‌های مرتبط با این ویژگی شناختی (جدول ۲) در دانشجویان ایجاد شود. نکته‌ی قابل توجه در این یافته‌ها آن بود که داشتن منابع مالی به‌تنهایی تأثیر معنی‌داری بر تقویت تمایل کارآفرینانه‌ی دانشجویان نداشت اما کنش تعاملی آن با خودکارآمدی، اثر معنی‌داری بر تقویت تمایل کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی داشت. این یافته در تضاد آشکاری با نتایج پژوهش Adu et al. (2020) است. آنها در پژوهش خود نشان داده بودند که درک از داشتن منابع مالی اثر معنی‌داری بر تقویت تمایل کارآفرینانه دارد. این موضوع نیازمند بررسی در پژوهش‌های آینده و ریشه‌یابی است.

این پژوهش نشان داد که عامل‌های اثرگذار بر تمایل کارآفرینانه دانشجویان در همه‌ی موقعیت‌ها یا جوامع دارای اثر یکسان نیستند و زمینه‌های مختلف اجتماعی و شناختی مؤلفه‌هایی تعیین‌کننده در اثرگذاری آنها هستند؛ به‌طوری که در یک جامعه جنسیت و منابع مالی عامل‌هایی تعیین‌کننده در تبیین تمایل کارآفرینانه بوده و در جامعه‌ای دیگر (مانند یافته‌های این پژوهش) چنین امری حاکم نیست. بنابراین، ضرورت دارد که پژوهش‌ها به‌صورت محلی و منطقه‌ای درباره‌ی مهم‌ترین عامل‌های اثرگذار انجام شود و مطابق با نتایج آنها، برنامه‌ریزی‌های آموزشی مورد بازنگری قرار گیرد.

تشکر و قدردانی

بدین‌وسیله از معاونت و مدیریت پژوهشی دانشگاه پیام نور که هزینه‌های اجرای این طرح را فراهم کردند، تشکر و قدردانی می‌شود.

خود را در زمینه‌ی بهره‌گیری از ظرفیت‌های موجود و همکاری با سایر کنشگران بالا می‌برند که این امر نیز به نوبه‌ی خود می‌تواند عاملی تعیین‌کننده در افزایش تمایل کارآفرینانه‌ی آنان باشد (Bazan et al., 2020). وضعیت تأهل عامل دیگری بود که موجب ایجاد تفاوت معنی‌دار در تمایل کارآفرینانه‌ی دانشجویان کشاورزی شد. دانشجویان متأهل از تمایل کارآفرینانه‌ی بالاتری در مقایسه با مجردها برخوردار بودند. این موضوع بر اساس نظریه‌ی هنجارباور- ارزش قابل بررسی است. طبق این نظریه، باورها و تمایل کارآفرینانه‌ی افراد به‌طور عمیقی ریشه در ارزش‌های آنها دارد (Contreras-Barraza et al., 2021). از این‌رو، با تغییر در ارزش‌ها تمایل کارآفرینانه‌ی افراد (دانشجویان) دستخوش تغییر می‌شود. از آنجا که دانشجویان متأهل دارای ارزش‌های ویژه‌ی خود و متفاوت از مجردها هستند، می‌توان استدلال کرد که تفاوت در تمایل کارآفرینانه آنها ریشه در ارزش‌های آنان دارد. بررسی گونه‌های ارزشی دانشجویان و جایگاه این ارزش‌ها در تبیین تمایل کارآفرینانه‌ی دانشجویان می‌تواند موضوع جذابی برای پژوهش‌های آینده باشد.

یافته‌های تحلیل واریانس تک متغیره نشان داد که درک از خودکارآمدی جایگاه ویژه‌ای در تبیین تمایل کارآفرینانه‌ی دانشجویان دارد. به عبارت دیگر، هرچه درک دانشجویان از توانمندی‌های خود برای برنامه‌ریزی، رهبری، به‌کارگیری منابع مالی و انسانی بالا باشد از تمایل کارآفرینانه‌ی بالاتری نیز برخوردار خواهد بود. این یافته‌ها، نتایج پژوهش‌های Elnadi and Gheith (2021)، Şahin et al. (2019) و Hsu et al. (2019) را مبنی بر تأثیر معنی‌دار درک از خودکارآمدی بر تقویت تمایل کارآفرینانه دانشجویان

منابع

- Boyd, N.G. and Vozikis, G.S. 1994. The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship theory and Practice*, 18(4): 63-77 .
- Camelo-Ordaz, C., Diáñez-González, J.P. and Ruiz-Navarro, J. 2016. The influence of gender on entrepreneurial intention: The mediating role of perceptual factors. *BRQ business research quarterly*, 19(4): 261-277 .
- Chaudhary, R. 2017. Demographic factors, personality and entrepreneurial inclination: A study among Indian university students. *Education+ Training*, 59(2): 171-187 .
- Cochran, S.L. 2019 .What's gender got to do with it? The experiences of US women entrepreneurship students. *Journal of Small Business Management*, 57: 111-129 .
- Contreras-Barraza, N., Espinosa-Cristia, J. F., Salazar-Sepulveda, G. and Vega-Muñoz, A. 2021. Entrepreneurial intention: A gender study in business and economics students from Chile. *Sustainability*, 13(9): 4693 .
- Dissanayake, D. 2013. The impact of perceived desirability and perceived feasibility on entrepreneurial intention among undergraduate students in Sri Lanka: An extended model. *Dissanayake, DMNSW*, (2013). The Impact of Perceived Desirability and Perceived Feasibility on Entrepreneurial Intention among Undergraduate Students in Sri Lanka: An Extended Model. *The Kelaniya Journal of Management*, 2(1): 39-57.
- Elnadi, M. and Gheith, M.H. 2021. Entrepreneurial ecosystem, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial intention in higher education: Evidence from Saudi Arabia. *The International Journal of Management Education*, 19(1): 100458 .
- Emami, A. and Klein, P.G. 2020. The entrepreneurial propensity for market analysis and the intention-action gap. *International Journal of Entrepreneurial Venturing*, 12(3): 303-320 .
- Fachinger, U. 2019. Senior Entrepreneurship. Self-employment by Older People—an Uncharted Territory. *Zagreb International*
- نوریخس، ن. و صالحی، ل. ۱۴۰۰. تحلیل شایستگی‌های کارآفرینانه‌ی زنان روستایی هدف‌ طرح منارید در کرمانشاه. *مطالعات کارآفرینی و توسعه پایدار کشاورزی*، ۸ (۳): ۷۲-۵۳.
- Adomako, S. and Ahsan, M. 2022. Entrepreneurial passion and SMEs' performance: Moderating effects of financial resource availability and resource flexibility. *Journal of Business Research*, 144: 122-135 .
- Adu, I.N., Boakye, K.O., Suleman, A.-R. and Bingab, B.B.B. 2020. Exploring the factors that mediate the relationship between entrepreneurial education and entrepreneurial intentions among undergraduate students in Ghana. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 14(2): 215-228 .
- Ahmed ,M.A., Khattak, M.S. and Anwar, M. 2022. Personality traits and entrepreneurial intention: The mediating role of risk aversion. *Journal of Public Affairs*, 22(1): e2275 .
- Anwar, I., Thoudam, P. and Saleem, I. 2022. Role of entrepreneurial education in shaping entrepreneurial intention among university students: Testing the hypotheses using mediation and moderation approach. *Journal of Education for Business*, 97(1): 8-20 .
- Bacq, S. and Eddleston, K.A. 2018. A resource-based view of social entrepreneurship : How stewardship culture benefits scale of social impact. *Journal of Business Ethics*, 152(3): 589-611.
- Badri, R. and Hachicha, N. 2019. Entrepreneurship education and its impact on students' intention to start up: A sample case study of students from two Tunisian universities. *The International Journal of Management Education*, 17(2): 182-190 .
- Bazan, C., Gaultois, H., Shaikh, A., Gillespie, K., Frederick, S., Amjad, A., Yap, S., Finn, C., Rayner, J. and Belal, N. 2020. A systematic literature review of the influence of the university's environment and support system on the precursors of social entrepreneurial intention of students. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 9(1): 1-28 .

- Iwu, C.G., Opute, P.A., Nchu, R., Eresia-Eke, C., Tengeh, R.K., Jaiyeoba, O. and Aliyu, O.A. 2021. Entrepreneurship education, curriculum and lecturer-competency as antecedents of student entrepreneurial intention. *The International Journal of Management Education*, 19(1): 100295 .
- Kellermanns, F., Walter, J., Crook, T.R., Kemmerer, B. and Narayanan, V. 2016. The resource-based view in entrepreneurship: A content-analytical comparison of researchers' and entrepreneurs' views. *Journal of Small Business Management*, 54(1): 26-48 .
- Lakerveld, J., Palmeira, A., van Duinkerken, E., Whitelock, V., Peyrot, M. and Nouwen, A. 2020. Motivation: key to a healthy lifestyle in people with diabetes? Current and emerging knowledge and applications. *Diabetic Medicine*, 37(3): 464-472.
- Laouiti, R., Haddoud, M.Y., Nakara, W.A. and Onjewu, A.-K.E. 2022. A gender-based approach to the influence of personality traits on entrepreneurial intention. *Journal of Business Research*, 142: 819-829 .
- Lavolette, E.M., Lefebvre, M.R. and Brunel, O. 2012. The impact of story bound entrepreneurial role models on self-efficacy and entrepreneurial intention. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 18(6): 720-742 .
- Li, L. and Wu, D. 2019. Entrepreneurial education and students' entrepreneurial intention: does team cooperation matter? *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1): 1-13 .
- Long, T.B., Looijen, A. and Blok, V. 2018. Critical success factors for the transition to business models for sustainability in the food and beverage industry in the Netherlands. *Journal of cleaner production*, 175: 82-95 .
- Maheshwari, G. and Kha, K.L. 2022. Investigating the relationship between educational support and entrepreneurial intention in Vietnam: the mediating role of entrepreneurial self-efficacy in the theory of planned behavior. *The International Journal of Management Education*, 20(2): 100553.
- Review of Economics & Business, 22: 95-106.
- Freiling, J. and Baron, T. 2017. A resource-based view of entrepreneurial ecosystems. In *Technologie, Strategie und Organisation* (65-84): Springer.
- Gast, J., Gundolf, K. and Cesinger, B. 2017. Doing business in a green way: A systematic review of the ecological sustainability entrepreneurship literature and future research directions. *Journal of cleaner production*, 147: 44-56 .
- Hajizadeh, A. and Valliere, D. 2022. Entrepreneurial foresight: Discovery of future opportunities. *Futures*, 135: 102876 .
- Hameed, I., Zaman, U., Waris, I. and Shafique, O. 2021. A serial-mediation model to link entrepreneurship education and green entrepreneurial behavior: application of resource-based view and flow theory. *International journal of environmental research and public health*, 18(2): 550 .
- Hamzah, H., Yahya, Z., Sarip, A.G. and Mohd Adnan, Y. 2016. Impact of entrepreneurship education programme (EEP) on entrepreneurial intention of real estate graduates. *Pacific Rim Property Research Journal*, 22(1): 17-29 .
- Hassan, A., Saleem, I., Anwar, I. and Hussain, S.A. 2020. Entrepreneurial intention of Indian university students: the role of opportunity recognition and entrepreneurship education. *Education+ Training*, 62(8): 843-861 .
- Hsu, D.K., Burmeister-Lamp, K., Simmons, S.A., Foo, M.-D., Hong, M. C. and Pipes, J.D. 2019. "I know I can, but I don't fit": Perceived fit, self-efficacy, and entrepreneurial intention. *Journal of business venturing*, 34(2): 311-326 .
- Irwin, K.C., Landay, K.M., Aaron, J.R., McDowell, W.C., Marino, L.D. and Geho, P.R. 2018. Entrepreneurial orientation (EO) and human resources outsourcing (HRO): A "HERO" combination for SME performance. *Journal of Business Research*, 90: 134-140 .
- Ismail, M. and Zainol, F.A. 2018. A review on the evolution and definition of entrepreneurial marketing. *Marketing*, 8(5): 642-656 .

- perceived self-efficacy as factors shaping entrepreneurial intentions. *Administrative sciences*, 10(3): 73 .
- Teece, D.J., Pisano, G. and Shuen, A. 1997. Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic management journal*, 18(7): 509-533.
- Turker, D. and Selcuk, S.S. 2009. Which factors affect entrepreneurial intention of university students? *Journal of European industrial training*, 33(2): 142-159.
- Varadarajan, R. 2020. Customer information resources advantage, marketing strategy and business performance: A market resources based view. *Industrial Marketing Management*, 89: 89-97.
- Vodă, A.I. and Florea, N. 2019. Impact of personality traits and entrepreneurship education on entrepreneurial intentions of business and engineering students. *Sustainability*, 11(4): 1192 .
- Wardana, L.W., Narmaditya, B.S., Wibowo, A., Mahendra, A.M., Wibowo, N.A., Harwida, G. and Rohman, A.N. 2020. The impact of entrepreneurship education and students' entrepreneurial mindset: the mediating role of attitude and self-efficacy. *Heliyon*, 6(9): e04922 .
- Wu, J., Alshaabani, A. and Rudnák, I. 2020. Testing the Influence of Self-Efficacy and Demographic Characteristics among International Students on Entrepreneurial Intention in the Context of Hungary. *Sustainability*, 14(3): 1069 .
- Zhang, P. and Cain, K.W. 2017. Reassessing the link between risk aversion and entrepreneurial intention: The mediating role of the determinants of planned behavior. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 23(5): 793-811.
- Molina, J.A. 2020. Family and entrepreneurship: New empirical and theoretical results. In (Vol. 41. 1-3): Springer.
- Moroz, P.W. and Hindle, K. 2012. Entrepreneurship as a process: Toward harmonizing multiple perspectives. *Entrepreneurship theory and Practice*, 36(4): 781-818 .
- Nowiński, W. and Haddoud, M. Y. 2019. The role of inspiring role models in enhancing entrepreneurial intention. *Journal of Business Research*, 96: 183-193 .
- Şahin, F., Karadağ, H. and Tuncer, B. 2019 . Big five personality traits, entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial intention: A configurational approach. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(6): 1188-1211 .
- Schlegel, L. 2020. "Yes, I can": what is the role of perceived self-efficacy in violent online-radicalisation processes of "homegrown" terrorists? *Dynamics of Asymmetric Conflict*, 13(3): 212-229 .
- Sohail, F., Abbas, M., Siddiqui, A.A., Khan, E., Rehman, A. and Ali, S.M. 2022. Entrepreneurial Challenges of Transgender Entrepreneurs in Pakistan. *Journal of Contemporary Issues in Business and Government*, 28(1): 194-204.
- Stoian, M.C., Dimitratos, P. and Plakoyiannaki, E. 2018. SME internationalization beyond exporting: A knowledge-based perspective across managers and advisers. *Journal of World Business*, 53(5): 768-779 .
- Szymanska, I., Sesti, T., Motley, H. and Puia, G. 2020. The effects of hackathons on the entrepreneurial skillset and