

## تأثیر مولفه های هوش فرهنگی بر رفتار کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی دانشگاه رازی

عبدالحمید پاپ زن<sup>۱</sup>، وحید علی آبادی<sup>۲</sup>، سمیره صی محمدی<sup>۳</sup>، فاطمه قربانی پیرعلی دهی<sup>۴</sup>

۱. دانشیار ترویج و توسعه روستایی، پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه رازی کرمانشاه،
۲. کارشناسی ارشد ترویج و آموزش کشاورزی، پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه رازی کرمانشاه.
۳. دانشجوی دکتری توسعه کشاورزی، پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه رازی کرمانشاه،
۴. دانشجوی دکتری ترویج و آموزش کشاورزی، پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه رازی کرمانشاه

## چکیده

این پژوهش با هدف کلی بررسی تأثیر مولفه های هوش فرهنگی بر رفتار کارآفرینانه دانشجویان با بهره گیری از مدل آژن در بین دانشجویان سال آخر مقطع کارشناسی رشته های کشاورزی دانشگاه رازی کرمانشاه و در چارچوب کلی پژوهش های توصیفی - همبستگی انجام شده است. جامعه آماری این پژوهش را ۱۰۰۰ تن دانشجویان سال آخر کارشناسی دانشکده کشاورزی تشکیل دادند. که به روش نمونه گیری طبقه ای تصادفی ۲۸۰ تن از آنان به عنوان نمونه گزینش شدند. برای گرد آوری داده ها، از پرسشنامه استفاده شد که روایی آن با نظرسنجی از متخصصان تأیید شد. ضریب آلفای کرونباخ به منظور بررسی پایایی پرسشنامه برای مولفه های هوش فرهنگی دانشجویان هوش شناختی  $\alpha_1 = 0/81$ ، فراشناختی  $\alpha_2 = 0/82$ ، انگیزشی،  $\alpha_3 = 0/79$ ، رفتاری،  $\alpha_4 = 0/86$ ، نیت کارآفرینی  $\alpha_5 = 0/80$  و رفتار کارآفرینانه  $\alpha_6 = 0/79$  محاسبه شد که همگی در سطح مطلوبی هستند. به منظور تجزیه و تحلیل داده ها از نرم افزار SPSS<sub>16</sub> و AMOS<sub>18</sub> استفاده شد. نتایج پژوهش نشان داد که ۷۸/۵۶ درصد از دانشجویان دارای نیت کارآفرینی در حد متوسط و پایین بودند. مدل سازی معادله های ساختاری نشان داد که هوش فرهنگی فراشناختی بیشتر از دیگر مولفه های هوش فرهنگی می تواند در نیت کارآفرینی دانشجویان مؤثر باشد. هم چنین بر اساس شاخص های برازش، متغیرهای به کار رفته در پژوهش مدل مناسبی برای اندازه گیری تأثیر مولفه های هوش فرهنگی بر میزان رفتار کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی است. نتیجه ی آزمون همبستگی پیرسون نیز نشان داد که بین مولفه های هوش فرهنگی با یکدیگر و با نیت و رفتار کارآفرینانه رابطه ی مثبت و معنی دار وجود دارد.

کلید واژه ها: نیت کارآفرینی، رفتار کارآفرینانه، هوش فرهنگی، مدل سازی معادله ی ساختاری

نویسنده ی مسئول: عبدالحمید پاپ زن

رایانامه: papzanabdolhamid89@gmail.com

دریافت: ۱۳۹۲/۱۱/۲۵؛ پذیرش: ۱۳۹۳/۴/۴

## مقدمه

کارآفرینی یکی از مؤثرترین راهکارهای ایجاد اشتغال دانش‌آموختگان دانشگاهی در کشور معرفی شده است. شواهد جدید جامعه و بازار کار ایجاب می‌کند که به دانشجویان آموزش عالی به صورت کارآفرینانه آموزش داده شود تا بتوانند در جامعه با شرایط جدید موفق‌تر عمل کنند. لذا، یکی از هدف‌های نظام آموزش عالی، ضمن ارتقای دانش تخصصی؛ ایجاد بسترهای مناسب اشتغال، نوآوری، خلاقیت و کارآفرینی است. در این زمینه یکی از مهم‌ترین رویکردها در مطالعه‌ی کارآفرینی، شناخت ویژگی‌های کارآفرینان است.

این رویکرد به دنبال تشخیص کارآفرینان از غیرکارآفرینان می‌باشد. هرچند همگرایی در مورد ویژگی‌های کارآفرینان وجود ندارد، اما با مرور تحقیق‌های انجام شده می‌توان برخی شاخص‌های مشترک را شناسایی کرد. برای مثال، بروک هاوز و هورویتز (۱۹۸۶)، با بررسی منبع‌های پرشمار کارآفرینی، چهار ویژگی را به عنوان ویژگی‌های شخصیتی اصلی کارآفرینان مطرح کردند که شامل توفیق‌طلبی، مرکز کنترل درونی، گرایش به خطرپذیری و تحمل بود. البته به همراه این متغیرها، در بسیاری از تحقیقات به دو ویژگی خلاقیت و استقلال‌طلبی نیز اشاره شده است (جهانگیری و کلانتری ثقفی، ۱۳۸۷؛ رازقندی و درانی، ۱۳۸۸).

مهم‌تر از ویژگی‌های کارآفرینانه در ادبیات کارآفرینی، مجموعه عامل‌هایی نیز وجود دارد که سبب بهبود یا تقویت این ویژگی‌ها می‌شود. این امر، به ویژه، هنگامی که کارآفرینی در یک محیط پیچیده‌ی فرهنگی انجام می‌شود اهمیت دوچندان می‌یابد. به این دلیل که حتی در صورت شناسایی درست و به‌هنگام فرصت‌ها، کارآفرین بدون رفع بازدارنده‌های فرهنگی پیش‌رو، در به‌کارگیری و عملیاتی‌کردن فرصت‌ها توفیق چندانی نخواهد داشت (مولر، ۲۰۰۰؛ نایجی و عباسعلی زاده، ۱۳۹۰). بسیاری از کارآفرینان به علت نداشتن گرایش یا ناتوانی در کارکردن با دیگر فرهنگ‌ها و جامعه‌ها، از گسترش فعالیت‌های کارآفرینانه پرهیز می‌کنند (گوپا و دیگران، ۲۰۰۴). در نتیجه کارآفرینان نیاز به هوش فرهنگی بالایی به منظور هماهنگ‌سازی با فرهنگ‌های مختلف دارند.

کارآفرینی فرآیند خلاق در استفاده از منبع‌ها و

سازماندهی آنها برای نیازهای اشخاص است (جارویس و همکاران، ۱۹۹۱). از سویی دیگر، نیت کارآفرینی تابعی از نگرش نسبت به عمل، هنجارهای ذهنی و باور به خودکارآمدی است و در شکل‌گیری رفتار نهایی نقش بسزایی دارد (آژن، ۱۹۹۱). نیت کارآفرینی را می‌توان عاملی مؤثر بر رفتار کارآفرینانه یا تصمیم برای کارآفرین بودن قلمداد کرد (مورینو و گورجیوسکی، ۲۰۰۷).

به دلیل ضرورت‌ها و دشواری‌های کارآفرینی در محیط‌های متنوع فرهنگی، کارآفرینان باید توانایی‌هایی داشته باشند تا آنها را در درک درست پیچیدگی‌های شناختی، رفتاری و ارزشی دیگران کمک‌کند. این امر به ویژه در سازمان‌های غیرانتفاعی که به دلیل اتکال نداشتن به بخش دولتی، برای بقا به توانمندی‌های کارکنان و حامیان خود متکی هستند و باید سازوکارهای خلاقانه‌ای برای حفظ و تداوم بقای خود در محیط‌های پویا داشته باشند، بیشتر اهمیت دارد (گورمییت و بلوال، ۲۰۰۸).

پیش از این، قابلیت‌هایی مانند هیجان‌پذیری، هوش اجتماعی و هوش هیجانی به عنوان قابلیت‌های مورد نیاز کارآفرینان برای شناخت عامل‌های ادراکی مطرح و تایید شده بود (هادی زاده مقدم و همکاران، ۱۳۸۸)، اما در اختیار داشتن این هوش تنها در محیط‌های ایستای فرهنگی کفایت می‌کند و در صورت افزایش تنوع فرهنگی، هوش هیجانی به تنهایی پاسخگوی پویایی‌های حوزه‌ی فرهنگ نیست (نائیجی و عباسعلی زاده، ۱۳۹۰). بنابراین، کارآفرینان نیاز به هوش فرهنگی در کنار هوش هیجانی دارند. از آنجایی که هوش فرهنگی سازه‌ای چند بعدی است و جنبه‌های انگیزشی، شناختی و رفتاری را هم در نظر دارد بنابراین به نظر می‌رسد که با کمک آن بتوان به یک بررسی فراگیر رسید. هوش از جمله مفاهیمی است که در حوزه روانشناسی تعریف‌های پرشماری از آن ارائه شده است. با وجود تعریف‌هایی که از هوش ارائه شده و یا ویژگی‌هایی که برای افراد باهوش مورد شناسایی قرار گرفته است، می‌توان جهت‌گیری‌های واحدی را در آنها یافت. مفهوم هوش فرهنگی برای نخستین بار توسط ایرلی و انگ (۲۰۰۳)، از مدرسه‌ی کسب و کار لندن مطرح شد. آنان هوش فرهنگی را قابلیت یادگیری الگوهای جدید در تعامل‌های فرهنگی و آرایه‌ی پاسخ‌های رفتاری درست به این الگوها تعریف

که، بین هوش فرهنگی و مؤلفه های آن (راهبرد، دانش، انگیزش و رفتار) با اثربخشی گروهی رابطه معناداری وجود دارد. همچنین از بین این مؤلفه ها، مؤلفه انگیزش و رفتار، قابلیت پیش بینی اثربخشی گروهی را داشتند (ابزری و همکاران، ۱۳۸۹).

بررسی رحیم نیا و همکاران (۱۳۸۸)، در بین مدیران شعبه های بانک اقتصاد نوین استان تهران نشان داد که بین هوش فرهنگی و عملکرد وظیفه ای مدیران رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد و این تأثیر گذاری ناشی از بعدهای دانش و رفتار هوش فرهنگی است. در بررسی رابطه بین هوش فرهنگی با بهره وری مدیران در مدارس شاهد استان آذربایجان غربی نتایج نشان داد که بین هوش فرهنگی و مؤلفه های آن با بهره وری مدیران رابطه ی مثبت و معنی داری وجود دارد (حسینی نسب و قادری، ۱۳۹۰). در بررسی دیگری که رابطه بین هوش فرهنگی در تعامل با کارآفرینی راهبردی در بین ۴۱۳ نفر از مدیران و کارشناسان صنایع نفت، گاز و پتروشیمی صورت گرفت، نتایج تحلیل عاملی توسط رضاییان و ناییجی (۱۳۹۱)، نشان داد که هوش فرهنگی مشتمل بر سه بعد اداری، ارتباطی و انطباقی می باشد. نتایج نشان دادند که در جامعه ی ایران، متغیرهای جمعیت شناختی مانند جنس، سن، سطح تحصیلات و پیشینه تعامل های فرهنگی، با برخی جنبه های هوش فرهنگی ارتباطی قوی دارند.

بررسی رفتارهای کارآفرینانه مدیران ۱۳۶ شرکت کوچک و متوسط صنعت نفت ایران نتایج نشان دادند، که سه متغیر هوش عاطفی، هوش فرهنگی و هیجان پذیری در رفتارهای کارآفرینانه این مدیران مؤثر هستند. ارتباط مثبت همه ی بعدهای هوش فرهنگی با سه بعد رفتارهای کارآفرینانه شامل شناسایی فرصت ها، قوه ی ابتکار و خطرپذیری نیز از نتایج این بررسی است (ناییجی و عباسعلی زاده، ۱۳۹۰). نتایج تحقیق نشان می دهند که، افزون بر هوش فرهنگی رفتاری، هوش فرهنگی شناختی نیز به عنوان متغیر پیش بین ویژگی های کارآفرینانه عمل می کند. بنابراین، با تقویت هوش فرهنگی شناختی و رفتاری، می توان انتظار داشت که به صورت مستقیم شاهد افزایش بروز ویژگی های کارآفرینانه باشیم (ناییجی و عباسعلی زاده، ۱۳۹۰). با توجه به این که بررسی همه جانبه ای در زمینه ی

کرده اند. در تعریفی دیگر، هوش فرهنگی یک قابلیت فردی برای درک، تفسیر و اقدام اثربخش در موقعی های متنوع فرهنگی می باشد و با آن دسته از مفاهیم مرتبط با هوش سازگار است که هوش را بیشتر یک توانایی شناختی می دانند (Peterson, 2004). هوش فرهنگی درک ظاهر و باطن افراد از نظر فکری و عملی است. هم چنین چارچوب و زبانی را در اختیار قرار می دهد که تفاوت ها را درک کرده و روی آنها سرمایه گذاری کنیم (Plum et al., 2007). مرکز هوش فرهنگی، یک الگوی چهاربعدی برای سنجش هوش فرهنگی معرفی کرده که به شرح زیر است:

هوش فرهنگی شناختی بیانگر درک فرد از شباهت ها و تفاوت های فرهنگی است و دانش عمومی و نقشه های ذهنی و شناختی فرد از فرهنگ های دیگر را نشان می دهد (Cheng, 2007). از این رو، هوش فرهنگی شناختی به فرد اجازه می دهد اشتراک های فرهنگی را درک کرده و از آنها در برقراری ارتباط بهره گیرد.

هوش فرهنگی انگیزشی نشان دهنده ی علاقه ی فرد به آزمون فرهنگ های دیگر و تعامل با افرادی از فرهنگ های مختلف است. بر پایه ی این بعد هوش فرهنگی، افراد تنها هنگامی از عهده ی تعامل های اثربخش فرهنگی بر می آیند که انگیزش و اعتماد به نفس زیادی داشته و به توانایی خود ایمان و باور دارند (Ang et al, 2004). هوش فرهنگی فراشناختی بدین معناست که فرد چگونه تجربه های میان فرهنگی را درک می کند. این راهبرد شامل تدوین راهبرد پیش از برخورد میان فرهنگی، بررسی مفروض های در حین برخورد و تعدیل نقشه های ذهنی در صورت متفاوت بودن تجارب واقعی از انتظارات پیشین است (ناییجی و عباسعلی زاده، ۱۳۹۰).

هوش فرهنگی رفتاری این رفتار قابلیت فرد را برای سازگاری با آن دسته از رفتارهای کلامی و غیرکلامی در بر می گیرد که برای برخورد با فرهنگ های مختلف مناسب هستند. افراد می توانند با نشان دادن شناخت خود از فرهنگ میزبانان، میهمانان یا همکارانشان، آنان را خلع سلاح کنند. از این رو، اعمال و رفتار افراد باید بیانگر آمادگی آنان برای ورود به دنیای درون دیگران باشد (ناییجی و عباسعلی زاده، ۱۳۹۰). محققان مختلفی هوش فرهنگی را مورد بررسی قرار داده اند. نتایج بررسی در بین ۴۷ گروه کاری در شرکت فولاد مبارکه اصفهان نشان داد

موجود در دانشکده کشاورزی ۳۵ دانشجوی مورد بررسی قرار گرفتند. برای گردآوری داده‌ها از پرسشنامه‌ی محقق ساخته با استفاده از پرسشنامه‌های استاندارد بهره‌گیری شد. پرسشنامه شامل چهار قسمت ویژگی‌های جمعیت شناختی (دموگرافیک)، نیت کارآفرینانه با ۸ گویه که با بررسی‌های مورینو و همکاران (۲۰۰۷)، وانگ و همکاران (۲۰۰۷)، به دست آمده است، بررسی رفتار کارآفرینانه (۹ گویه) و مولفه‌های هوش فرهنگی (۲۰ گویه)، می‌باشد.

در رابطه با رفتار کارآفرینانه ۹ گویه در پرسش نامه درج شد روایی پرسشنامه با نظرسنجی از متخصصان (اعضای هیات علمی دانشکده کشاورزی) تأیید شد. ضریب آلفا کرونباخ به منظور بررسی پایایی پرسشنامه برای مؤلفه‌های هوش فرهنگی دانشجویان هوش شناختی  $\alpha_p = 0.781$ ، فراشناختی  $\alpha_p = 0.782$ ، انگیزشی  $\alpha_p = 0.779$ ، رفتاری  $\alpha_p = 0.786$ ، نیت کارآفرینانه  $\alpha_p = 0.780$  و رفتار کارآفرینانه  $\alpha_p = 0.779$  محاسبه شد که همگی در سطح مطلوبی هستند.

به منظور بررسی چارچوب نظری پژوهش از روش مدلسازی معادله ساختاری و نرم افزار SPSS<sub>16</sub> و AMOS<sub>18</sub> استفاده شد. پس از بررسی ویژگی‌های جمعیت شناختی از مدل معادله‌های ساختاری برای آزمون مدل نظری پژوهش استفاده شد. مدل معادله‌های ساختاری دو مدل اندازه‌گیری و ساختاری را در بین متغیرهای مدل پژوهش مورد بررسی قرار می‌دهد. در مدل اندازه‌گیری، هماهنگی درونی مدل مورد بررسی قرار می‌گیرد که نتایج آن در دو بخش برازش مدل یا میزان هماهنگی و ضریب همبستگی بین متغیرها بیان شده است.

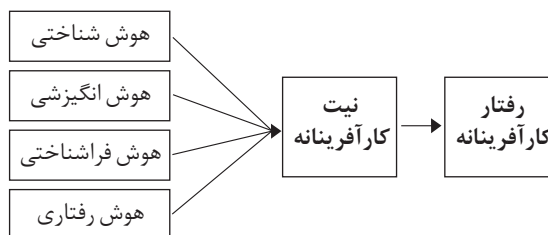
### یافته‌ها

بر پایه نتایج پژوهش میانگین سن دانشجویان مورد بررسی ۲۱/۵ سال بود که جوان‌ترین آنان ۲۱ سال و مسن‌ترین آنان ۲۸ سال داشت. بیشتر پاسخگویان، زن (۵۸/۱٪) بودند. برای تعیین توزیع فراوانی میزان نیت کارآفرینی دانشجویان مورد بررسی، از جمع جبری گویه‌ها بر پایه فاصله انحراف معیار از میانگین یا معیار (ISDM) استفاده شد که به شرح زیر می‌باشد:

$$D < M - 1/2SD = \text{در سطح کم}$$

$$M - 1/2SD \leq D \leq M + 1/2SD = \text{در سطح متوسط}$$

رابطه هوش فرهنگی و نیت‌های کارآفرینانه دانشجویان صورت نگرفته به منظور حل این شکاف اطلاعاتی در این تحقیق به بررسی این رابطه پرداخته شد. آنچه روشن به نظر می‌رسد، این است که با بهره‌گیری از مدل‌های مبتنی بر نیت به عنوان ابزار مناسب برای توضیح و تفسیر شکل‌گیری نیت‌های کارآفرینانه و رفتار کارآفرینی، می‌توان از آن، به شکل یک چارچوب مناسب برای اندازه‌گیری تأثیر مولفه‌های هوش فرهنگی بر نیت و رفتار کارآفرینانه در آموزش عالی بهره‌گرفت. مدل رفتار برنامه‌ریزی شده آژن (۱۹۹۱)، در زمینه‌های گوناگونی به کار گرفته شده است و نسبت به مدل‌های دیگر، نیت کارآفرینانه را با جزئیات بیشتر و دقیق‌تر مورد بررسی قرار می‌دهد. از این رو، چارچوب نظری این تحقیق در نگاره ۱ ترسیم شده و هدف کلی آن نیز، تبیین تأثیر مولفه‌های هوش فرهنگی بر میزان رفتار کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی با بهره‌گیری از مدل آژن است.



نگاره ۱- چارچوب نظری تحقیق

### روش شناسی

این تحقیق از نظر ماهیت از نوع پژوهش‌های کمی و از نظر هدف کاربردی است؛ به لحاظ گردآوری و تحلیل داده‌ها، علی است و با توجه به محدوده‌ی تحقیق، طرح مورد استفاده در این بررسی مقطعی می‌باشد. جامعه‌ی آماری پژوهش را دانشجویان سال آخر کارشناسی دانشکده کشاورزی دانشگاه رازی به شمار ۱۰۰۰ نفر تشکیل دادند که بر پایه جدول بارتلت و همکاران (۲۰۰۱)، حجم نمونه ۲۸۰ نفر برآورد شد و با روش نمونه‌گیری طبقه‌ای تصادفی‌گزینه‌ش شدند.

از هر ۸ گروه ترویج و آموزش کشاورزی، زراعت، گیاهپزشکی، منابع طبیعی و آبخیزداری، مهندسی آب، مهندسی ماشین‌های کشاورزی، خاکشناسی و علوم دامی)

برآورد شد. نتایج برآورد مدل اندازه گیری در جدول ۲ آمده است. با توجه به معیارهای پیشنهاد شده در این جدول می توان نتیجه گرفت که متغیرهای به کار رفته در پژوهش، مدل مناسبی برای اندازه گیری تأثیر مؤلفه های هوش فرهنگی بر میزان رفتار کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی است.

جدول ۲- شاخص های برازندگی مدل اندازه گیری

شاخص برازش	معیار مطلوب*	مقدار گزارش شده
$\chi^2$ df	$\leq 3$	۲/۸۹
NFI شاخص برازش هنجار شده	$\geq 0.90$	۰/۹۴
CFI شاخص برازش مقایسه ای	$\geq 0.90$	۰/۹۵
IFI شاخص برازش افزایشی	$\geq 0.90$	۰/۹۷
RMSEA ریشه میانگین مربعات خطای تقریب	$< 0.05$	۰/۰۴

P=۰/۰۰۱

روابط بین متغیرهای هوش انگیزشی، هوش رفتاری، هوش فراشناختی، هوش شناختی و نیت و رفتار کارآفرینی مورد آزمون قرار گرفت. برای این منظور از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد (جدول ۳).

در سطح زیاد  $D > M + 1/2SD$  (زرافشانی و همکاران ۱۳۸۶ به نقل از گنگاهارپا و همکاران، ۲۰۰۷).

در زمینه نیت کارآفرینی دانشجویان مورد بررسی نتایج به دست آمده از آن نشان می دهد که حدود ۱۹۰ نفر از دانشجویان مورد بررسی نیت کارآفرینی در حد متوسط، ۶۰ نفر دارای نیت کارآفرینی قوی و ۳۰ نفر نیز نیت کارآفرینی ضعیف داشته اند. در مجموع نتایج نشان می دهد که ۲۲۰ نفر (۷۸/۵۶ درصد) از دانشجویان دارای نیت کارآفرینی در حد متوسط و پایین می باشند (جدول ۱).

جدول ۱- توزیع فراوانی دانشجویان بر پایه نیت کارآفرینی

نیت کارآفرینی	فراوانی	درصد	درصد انباشته
ضعیف	۳۰	۱۰/۷۱	۱۰/۷۱
متوسط	۱۹۰	۶۷/۸۵	۷۸/۵۶
قوی	۶۰	۲۱/۴۲	۱۰۰
جمع	۲۸۰	۱۰۰	

روابط علی بین متغیرهای مدل پژوهش در قالب مدل معادله های ساختاری توسط نرم افزار AMOS

جدول ۳- ماتریس همبستگی متغیرهای پژوهش

متغیر	هوش انگیزشی	هوش رفتاری	هوش فراشناختی	هوش شناختی	نیت کارآفرینی	رفتار کارآفرینانه
هوش انگیزشی	۱					
هوش رفتاری	۰/۹۱**	۱				
هوش فراشناختی	۰/۹۲**	۰/۹۵**	۱			
هوش شناختی	۰/۹۶**	۰/۹۲**	۰/۹۱**	۱		
نیت کارآفرینانه	۰/۸۱**	۰/۶۹**	۰/۷۴**	۰/۷۸**	۱	
رفتار کارآفرینانه	۰/۸۴**	۰/۹۱**	۰/۸۷**	۰/۹۰**	۰/۹۱**	۱

P<۰/۰۱\*\*

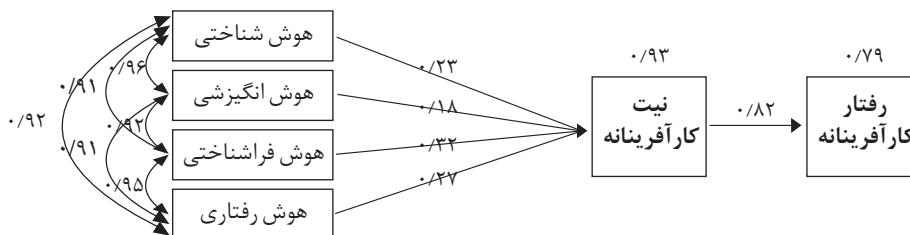
\*مقیاس: بسیار مخالفم=۱ تا بسیار موافقم=۷

آخر مقطع کارشناسی رشته مهندسی کشاورزی نشان داد که رابطه ی مثبت و معنی داری بین متغیرهای بیرونی هوش رفتاری، هوش فراشناختی، هوش شناختی و هوش انگیزشی با نیت کارآفرینی وجود دارد (P<۰/۰۱) (نگاره ی ۲)، در این بین متغیر هوش فراشناختی بیشترین تأثیر مستقیم را بر نیت کارآفرینی دارد. ضریب مسیر این متغیر برابر با ۰/۳۲ و به لحاظ آماری در سطح P=۰/۰۱ معنی دار است. همان طور که در شکل نشان داده می شود مؤلفه های هوش فرهنگی

نتایج آزمون همبستگی پیرسون گویای آن است که بین هریک از مولفه های هوش فرهنگی با یکدیگر و با نیت و رفتار کارآفرینانه در جامعه مورد بررسی رابطه معنادار و مثبتی وجود دارد. دومین مرحله در برآورد مدل، پس از آزمون نتایج برازش مدل یا برآورد مدل اندازه گیری، برآورد مدل ساختاری یا آزمون معنی داری ضرایب مسیر فرض شده در مدل پژوهش و واریانس تشریح شده یا ضریب تعیینی است که به وسیله ی هر مسیر برآورد می شود. نتایج تحلیل نظر دانشجویان سال

دارد و می تواند ۷۹ درصد از تغییرات رفتار کارآفرینی را تبیین کند، لذا تلاش برای تغییر نیت کارآفرینی و ارتقای آن در بین دانشجویان ضروری به نظر می رسد. تا هنگامی که نیت کارآفرینانه ی دانشجویان تغییر نیابد و به کارآفرینی گرایش پیدا نکنند از خود رفتار کارآفرینانه بروز نخواهند داد. هر کدام از مؤلفه های هوش فرهنگی با ۵ متغیر فرعی

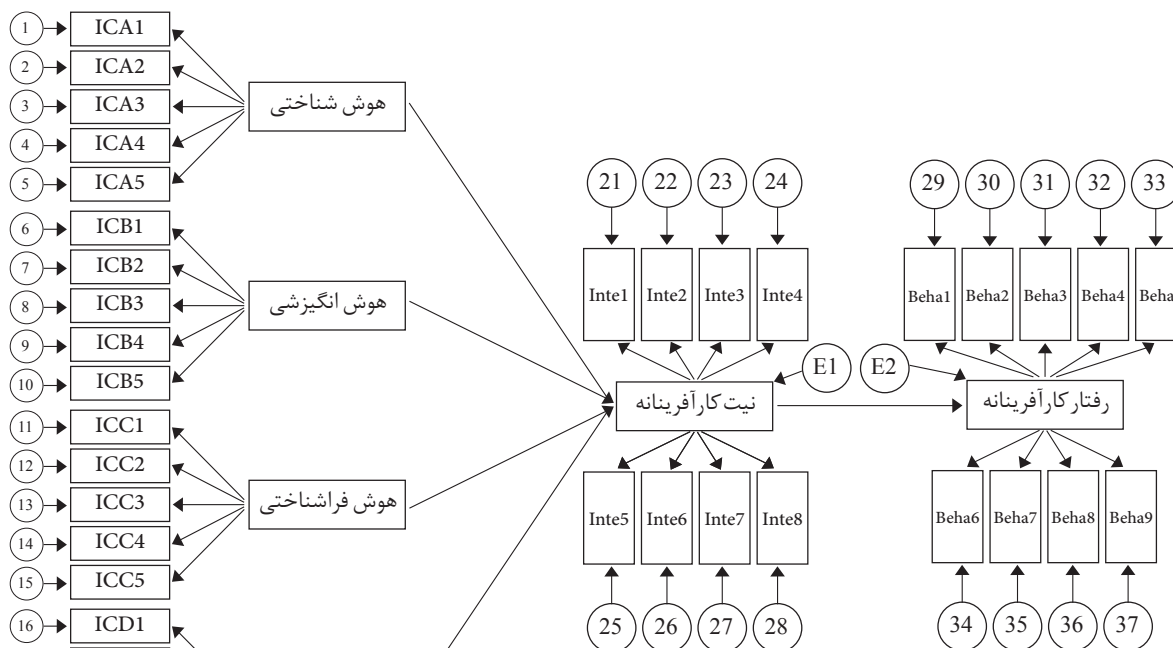
می توانند تا ۹۳ درصد از تغییرات نیت کارآفرینی را تبیین کنند. از آن جایی که نیت کارآفرینی را می توان عاملی مؤثر بر رفتار کارآفرینانه قلمداد کرد. در این تحقیق به دنبال بررسی نیت کارآفرینی دانشجویان کشاورزی بودیم. در نتیجه به رغم این نکته که بر پایه یافته های تحقیق نیت کارآفرینی رابطه ی مثبت و معنی داری (ضریب مسیر ۰/۸۲)، با رفتار کارآفرینی



نگاره ۲- مدل معادله ساختاری و ضریب مسیر متغیرهای پژوهش

به کار رفته در پژوهش، مدل مناسبی برای اندازه گیری تأثیر مؤلفه های هوش فرهنگی بر میزان رفتار کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی است. بنابراین مدل، مدل مناسبی است و شاخص های برازش مدل نهایی همان شاخص های موجود در جدول ۲ خواهد بود.

(گویه های پرسشنامه)، نیت کارآفرینی نیز با ۸ متغیر و رفتار کارآفرینانه با ۹ متغیر فرعی سنجیده شدند. ارتباط بین متغیرهای اصلی و فرعی در نگاره ۳ و در جدول ۴ ارائه شده است. همانطور که گفته شد بر اساس جدول ۲، شاخص های برازش موجود در این جدول نشان می دهد که متغیرهای



نگاره ۳- مدل نهایی تحقیق

جدول ۴- متغیرها و ضریب مسیر متغیرهای مدل نهایی پژوهش

متغیرهای اصلی	متغیرهای فرعی	نماد	ضریب مسیر
هوش شناختی	بهره گیری از دانش فرهنگی	ICA1	۰/۷۲
	هماهنگ کردن دانش در تعامل با دیگران	ICA2	۰/۷۱
	آگاهی از دانش فرهنگی	ICA3	۰/۷۲
	بازبینی درستی دانش فرهنگی	ICA4	۰/۶۵
	آشنایی با نظام های اجتماعی دیگر فرهنگ ها	ICA5	۰/۶۳
هوش انگیزشی	اطمینان از خو گرفتن با دیگر فرهنگ ها	ICB1	۰/۶۷
	لذت بردن از گفتگو با دیگر افراد	ICB2	۰/۷۳
	کنترل تنش در دیگر فرهنگ ها	ICB3	۰/۶۵
	لذت بردن از زندگی در دیگر فرهنگ ها	ICB4	۰/۷۱
	لذت بردن از کار کردن در دیگر فرهنگ ها	ICB5	۰/۷۴
هوش فراشناختی	آشنایی با دیگر لهجه ها و زبان ها	ICC1	۰/۷۵
	آشنایی با دیگر باورهای فرهنگی	ICC2	۰/۷۳
	آشنایی با دیگر سنت های اعتقادی	ICC3	۰/۶۳
	آشنایی با دیگر هنرهای دستی و صنایع	ICC4	۰/۶۵
	آشنایی با دیگر ابزار رفتارهای غیر کلامی	ICC5	۰/۷۱
هوش رفتاری	اطمینان به زندگی و کار کردن در دیگر فرهنگ ها	ICD1	۰/۶۵
	تغییر رفتار کلامی در برخورد با دیگر فرهنگ ها	ICD2	۰/۶۴
	استفاده از تأمل و سکوت در تعامل با دیگر افراد	ICD3	۰/۷۱
	تغییر رفتارهای غیرکلامی در برخورد با دیگر فرهنگ ها	ICD4	۰/۷۰
	تغییر چهره در برابر صحبت کردن با دیگر افراد	ICD5	۰/۷۰
نیت کارآفرینانه	سودمندی بالای کارآفرینی برای فرد	Inte1	۰/۶۶
	جذاب بودن کارآفرینی برای فرد	Inte2	۰/۶۲
	راه اندازی کسب و کار در صورت فراهم بودن منابع و فرصت ها	Inte3	۰/۷۷
	احساس رضایت از کارآفرینی	Inte4	۰/۷۱
	اعتماد به نفس از کارآفرین شدن	Inte5	۰/۶۴
	دوست داشتن کارآفرین شدن	Inte6	۰/۷۱
	تشویق هم کلاس ها و استادان به کارآفرین شدن	Inte7	۰/۷۱
	تشویق خانواده به کارآفرین شدن	Inte8	۰/۶۰
رفتار کارآفرینانه	داشتن طرح مشخص برای کارآفرین شدن	Beha1	۰/۷۰
	دانستن راه اندازی کسب و کار جدید	Beha2	۰/۶۷
	آگاهی از زمان مناسب برای کارآفرینی	Beha3	۰/۶۳
	آگاهی از مکان مناسب برای کارآفرینی	Beha4	۰/۶۵
	توان مدیریتی برای مدیریت کسب و کار	Beha5	۰/۶۵
	اطلاع از کسب و کار در شاخه های مختلف	Beha6	۰/۶۵
	توان جذب مشتری ها	Beha7	۰/۷۵
	آشنایی با بازار محصولات کارآفرینی	Beha8	۰/۷۱
	برخورد مناسب در برابر رقیبان	Beha9	۰/۷۰

## بحث و نتیجه گیری

توسط زرافشانی و همکاران (۱۳۸۶)، نیز در بین دانشجویان مرکز علمی- کاربردی کشاورزی قزوین نسبت به راه اندازی فعالیت های کارآفرینانه به دست آمد. از سوی دیگر با توجه به شاخص های برآزش به دست آمده در پژوهش می توان نتیجه گرفت که متغیرهای به کار رفته در پژوهش، مدل مناسبی را

همان گونه که نتایج تحقیق نشان می دهد از بین ۲۸۰ نفر دانشجوی سال آخر کارشناسی رشته های مهندسی کشاورزی ۲۲۰ نفر (۷۸/۵۶ درصد)، از دانشجویان دارای نیت کارآفرینی در حد ضعیف و متوسط می باشند، که این نتیجه

دانشجویان با فرهنگ های دیگر، و بالابردن هوش فرهنگی فراشناختی آنان اقدام شود.

- به منظور ارتقای نیت کارآفرینی دانشجویان، دوره های تخصصی کارآفرینی متناسب با رشته ها و گرایش های تخصصی دانشجویان در دانشگاه ها برگزار شود و برای برگزاری دوره های آموزش کارآفرینی در دانشگاه ها از مربیان یا استادان با تجربه در زمینه آموزش های کارآفرینی استفاده شود.

- در گزینش روش های آموزشی دوره های آموزش کارآفرینی از شیوه های عملی استفاده شود و در حد امکان گزینش محتوای آموزشی و برنامه های درسی بر پایه علاقه و نیاز دانشجویان باشد.

- به منظور تقویت و توسعه فرهنگ کارآفرینی به طور دوره ای سمینارهای علمی و کارگاه های تخصصی در سطح دانشگاه برگزار شود و از کارآفرینان موفق نیز برای ارائه دیدگاه ها و تجربه خود دعوت به عمل آید.

- به منظور انگیزش دانشجویان به کارآفرینی، مرکز پژوهش های کارآفرینی در برنامه ریزی های آتی دانشگاه و دستگاه های اجرایی تأسیس شود.

- این بررسی ادامه یابد تا نیت و رفتار کارآفرینی دانشجویان توسط محققان باتجربه در دوره های مختلف مقایسه و پیشرفت رفتار کارآفرینانه دانشجویان در پی انجام پیشنهادهای بالا مطالعه شود.

برای تبیین تأثیر مؤلفه های هوش فرهنگی بر میزان رفتار کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی ارایه داده اند.

نتایج تحلیل نظر دانشجویان سال آخر مقطع کارشناسی رشته مهندسی کشاورزی نشان داد که رابطه ی مثبت و معنی داری بین متغیرهای بیرونی هوش رفتاری، هوش فراشناختی، هوش شناختی و هوش انگیزشی با نیت کارآفرینی وجود دارد که این یافته توسط Naeiji & Abbasalizadeh (۲۰۱۰)، و نائیجی و عباسعلی زاده (۱۳۹۰)، نیز مطرح شده است. این پژوهش هم چنین نشان داد که هوش فرهنگی فراشناختی بیشتر از دیگر مؤلفه های می تواند در نیت کارآفرینی دانشجویان مؤثر باشد، حال آن که هوش فرهنگی فراشناختی نیز بدین معناست که فرد چگونه تجربه های میان فرهنگی را درک می کند. این راهبرد شامل تدوین راهبرد پیش از برخورد میان فرهنگی، بررسی مفروض های در حین برخورد و تعدیل نقشه های ذهنی در صورت متفاوت بودن تجارب واقعی از انتظارات پیشین است.

با توجه به نتایج به دست آمده به منظور ارتقای هوش فرهنگی دانشجویان در رابطه با میزان رفتار کارآفرینانه آنان پیشنهادهای زیر ارائه می شود:

- به منظور بهبود نیت کارآفرینی دانشجویان دوره های تخصصی کارآفرینی متناسب با گرایش دانشجویان در دانشگاه برگزار شوند.

- برای برقراری ارتباط با کارآفرینان موفق و آشنایی

## منبع ها

- ابزری، م؛ اعتباریان، ا؛ خانی، ا. (۱۳۸۹). تأثیر هوش فرهنگی بر اثربخشی گروهی (مورد مطالعه: شرکت فولاد مبارکه اصفهان). پژوهش نامه مدیریت تحول، سال دوم، شماره ۴، صص ۴۱-۲۵.
- جهانگیری، ع؛ کلانتری ثقفی، ر. (۱۳۸۷). بررسی و سنجش ویژگی های کارآفرینی مدیران. مطالعه موردی شرکت مخابرات. فصلنامه توسعه کارآفرینی، سال اول، شماره اول، صص ۱۱۰-۸۷.
- حسینی نسب، د؛ قادری، و. (۱۳۹۰). بررسی رابطه ی بین هوش فرهنگی با بهره وری مدیران در مدارس شاهد استان آذربایجان غربی. فصلنامه علوم تربیتی، سال چهارم، شماره ۱۳، صص ۴۴-۲۷.
- رازقندی، ن؛ درانی، ک. (۱۳۸۸). شناسایی عوامل فردی و محیطی مؤثر بر موفقیت کارآفرینان برتر استان تهران جهت ارائه ی الگوی آموزشی. توسعه کارآفرینی، سال دوم، شماره ششم، صص ۵۵-۳۹.
- رحیم نیا، ف؛ مرتضوی، س؛ دلارام، ط. (۱۳۸۸). بررسی میزان تأثیر هوش فرهنگی بر عملکرد وظیفه ای مدیران. نشریه علمی-پژوهشی مدیریت فردا، سال ۸، شماره ۲۲، صص ۷۸-۶۷.
- رضائیان، ع؛ نائیجی، م. ج. (۱۳۹۱). هوش فرهنگی در تعامل با کارآفرینی استراتژیک. مطالعات مدیریت راهبردی،



شماره ۹، صص ۳۴-۱۵.

زرافشانی، ک؛ رجیبی، س؛ پاپ زن، ع؛ بیگلری، ا. (۱۳۸۶). بررسی نیت کارآفرینی دانشجویان علمی-کاربردی کشاورزی استان قزوین با توجه به سبک های یادگیری. فصلنامه پژوهش در نظام های آموزشی، سال اول، شماره دوم و سوم، صص ۶۵-۷۶. نائیجی، م. ج؛ عباسعلی زاده، م. (۱۳۹۰). هوش فرهنگی و رابطه ی آن با ویژگی های کارآفرینانه ی مدیران سازمان های غیر انتفاعی در ایران. فصلنامه توسعه کارآفرینی، سال سوم، شماره ۱۲، صص ۲۷-۴۴.

هادی زاده مقدم، ا؛ رامین مهر، ح؛ حسینی، س. (۱۳۸۸). بررسی ارتباط هوش هیجانی با گرایش کارآفرینانه مطالعه موردی: سازمان های وابسته به شرکت نفت. توسعه کارآفرینی، سال دوم، شماره چهارم، صص ۱۶۲-۱۳۹.

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179- 211.

Ang, S., Dyne, L. V, Koh, S. K., Ng, K. Y. (2004). The measurement cultural intelligence, Paper presented at the 2004 Academy of management symposium on Cultural Intelligence.

Ang, S., Dyne, L. V, Koh, S. K., Ng, K. Y., Templer, K. J., Tay, C., Lee, S., Ling, C., Chandrasekar, N. A. (2007). Cultural Intelligence: Its Measurement and Effects on Cultural Judgment and Decision Making, Cultural Adaptation and Task Performance, *Management, and Organization Review*, Vol. 3, No.3, 335-371.

Brackhaus, R., Horwitz, P. (1986). The Psychology of the Entrepreneur, in d. Sexton & R. Smilor (eds). *The Art and Science of Entrepreneurship*, Cambridge, Mass: Ballinger.

Cheng, L. (2007). "Cultural Intelligence (CQ): A Quest for Cultural Competence", *Communication Disorders Quarterly*, vol. 29, No. 1, pp. 36-42.

Early, P. C., Ang, S. (2003). *Cultural intelligence: Individual interactions across cultures*. Stanford, CA: Stanford University Press.

Gupta, V., MacMillanb, I. C., Gita, S. (2004). "Entrepreneurial leadership: developing and measuring a cross-cultural construct", *Journal of Business Venturing*, 19, 241-260.

Gurmeet, S., Belwal, R. (2008). "Entrepreneurship and SMEs in Ethiopia", *Gender in Management: an International Journal*, Vol 23, Number 2, pp 120-136.

Jarvis, k., Renner, A., Shook, R., Smith, S. (1991). *Entrepreneurship Classroom Note*, University Alberta Kanada.

Moriano, J. A., Gorgievski, M. (2007). *Psychology of Entrepreneurship: Research and Education*. Universidad national education a distancia (UNED) Madrid.

Moriano, J. A., Gomez, A., Palaci, F. J. (2007). A psychosocial model of entrepreneurial intentions. Xth European Congress of Psychology. Prague, Czech Republic, 3- 6 July.

Mueller, S. (2000). "Culture and Entrepreneurial Potential: A Nine Country Study of Locus of Control and Innovativeness", *Journal of Business Venturing*, Vol. 16, pp 51-75.

and Entrepreneurial Behaviors: Evidence from Iran SMEs, First International Conference on Entrepreneurship (ICE- 2010), university of Tehran, Iran.

Peterson, B. (2004). *Cultural Intelligence: a Guide to Working with People from Other Cultures*, Yarmouth, ME: Intercultural Press.

## Impacts of Cultural Intelligence on Entrepreneurial Behavior among Agriculture Students at Razi University, Iran

A. H. Papzan<sup>1</sup>, V. Aliabadi<sup>2</sup>, S. Saymohammadi<sup>3</sup>, F. Ghorbani Piralidehi<sup>4</sup>

1. Associate Professor, Department of Agricultural Extension and Education, Faculty of Agriculture, University of Razi.
2. M.Sc. Graduate Agricultural Extension and Education, Faculty of Agriculture, University of Razi.
3. PHD. Student in Agricultural Development, Faculty of Agriculture, University of Razi.
4. PHD. Student in Agricultural Extension and Education, Faculty of Agriculture, University of Razi

### Abstract

The purpose of this study was to investigate cultural intelligence indices on the level of entrepreneur behavior of agriculture students by Ajzen Model among the last grade agriculture student at Razi University. Statistical population consisted of 1000 students and the sample size as of 280 students applying Battlet table. Researcher made questionnaire was used to collect data. Validity of the questionnaire was approved by a panel of experts and Kronbach alpha reliability for students' cultural intelligence indices was 0/82 and entrepreneurship intention was 0/80 and entrepreneurial behavior 0/79 which are Desired level. In order to data analysis was used of SPSS16 and AMOS 18. The results showed that 78/56 of students have entrepreneurship mentality at weak and mean levels. Structural equations modeling showed that meta-cognitive cultural intelligence more than other indices of cultural intelligence can be effective in student's entrepreneurial behavior. Also According to the Indices of Model Fit, the variables are adequate to factors of cultural intelligence impact on entrepreneurial behavior of agricultural students. Pearson Test Results shown that there was significant relationship between factors of cultural intelligence with Entrepreneurial intentions and behavior.

**Index Terms:** Entrepreneurship intention, entrepreneurial behavior, intelligence cultural, structural equations modeling.

**Corresponding Author:** A. H. Papzan

**Email:** papzanabdolhamid89@gmail.com

**Received:** 14/2/2014 ; **Accepted:** 25/6/2014