

راهبرد توسعه نیمرخ کارآفرینی دانش‌آموختگان آموزش عالی

مژده نیلچیان* ، مسعود کسایی**

چکیده

در دهه‌های اخیر، توجه به کارآفرینی و آموزش آن، در سطح آموزش عالی مطرح گشته؛ و نیاز به دانش‌آموختگان کارآفرین، در راستای توسعه برنامه‌های آموزشی پایدار، جهت ترویج کارآفرینی در کشور افزایش یافته است. مسأله پیش‌روی این پژوهش وضعیت گرایش کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه‌ها، به‌عنوان یک منبع بالقوه کارآفرینی است. در این پژوهش، به‌منظور سنجش مشخصه‌های کارآفرینانه، آزمون جامع کارآفرینی در قالب پرسشنامه پژوهشی در بین ۱۲۰ نفر از دانشجویان دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه شهید بهشتی توزیع گردیده است. نتایج پایانی تحقیق، حکایت از اثر معنادار سوابق و رشته تحصیلی دانشجویان دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه شهید بهشتی، بر نیمرخ کارآفرینی آنان دارد.

کلیدواژه‌ها: توفیق‌طلبی؛ کانون کنترل درونی؛ خطرپذیری؛ تحمل ابهام؛ سلاست فکری؛ عملگرایی؛ رویاپردازی؛ چالش‌طلبی.

تاریخ دریافت مقاله: ۹۱/۵/۱۶، تاریخ پذیرش مقاله: ۹۱/۸/۲۰

* دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید بهشتی (نویسنده مسئول).

Email: m.nilchian@yahoo.com

** استادیار، دانشگاه شهید بهشتی.

۱. مقدمه

طی سال‌های اخیر، کارآفرینی، به‌عنوان یک رفتار اجتماعی مطلوب شناخته شده و مسئولان کشور، برنامه‌ریزی برای توسعه آن را برای ایجاد تحول در عرصه اقتصاد ضروری می‌دانند. از این‌رو، بخش اعظمی از تحقیقات کارآفرینی، به تبیین ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان اختصاص یافته است؛ زیرا "ویژگی‌های شخصیتی" کارآفرینان را از غیر کارآفرینان متمایز می‌سازند. این ویژگی‌ها مانند سایر رفتارهای کارآفرینانه، نظیر نحوه ایجاد و راه‌اندازی کسب‌وکار، قابل آموزش و یادگیری هستند. از این‌رو، پیتر دراگر معتقد است، کارآفرینی رفتار مبتنی بر افکار و دیدگاه‌ها است و تکیه بر الهام و اشراق ندارد [۶].

به هر حال، ضروری است گرایش کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه‌ها را به‌عنوان یک منبع بالقوه کارآفرینی، مورد مطالعه قرار داد. گرایش و دانش کارآفرینی دانشجویان، احتمالاً بر تمایل آن‌ها به راه‌اندازی کسب و کارشان در آینده تأثیر می‌گذارد. بنابراین، بر اساس جایگاه متغیرها و ویژگی‌های شخصیتی در پیش‌بینی کارآفرینی - هدف این پژوهش شناخت و سنجش مشخصه‌های کارآفرینانه دانشجویان دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه شهید بهشتی است.

۲. مبانی چارچوب نظری و پیشینه تحقیق

واژه "کارآفرینی" از کلمه فرانسوی "Entreprendre" به معنای "آغاز کردن" نشأت گرفته است. واژه کارآفرینی معادل فارسی کلمه "Entrepreneurship" است و معنای ایجاد کار و اشتغال‌زایی می‌دهد؛ البته کارآفرینی دارای مفهومی ارزشمندتر از اشتغال‌زایی است [۱۲]. خلاصه کردن کارآفرینی به اشتغال‌زایی، موجب نادیده گرفتن پیامدهای مثبت و مهم آن خواهد شد. کارآفرینی به همراه خود ویژگی‌های: بارور شدن خلاقیت‌ها، ترغیب به نوآوری و توسعه آن، افزایش اعتماد به نفس، ایجاد و توسعه تکنولوژی، تولید ثروت در جامعه، و افزایش رفاه عمومی نیز دارد. با نگاهی جامع به کارآفرینی، می‌توان از همه پیامدهای مهم آن بهره‌مند شد. هر چند که اشتغال‌زایی یکی از راه‌آورد‌های مهم کارآفرینی است. به هر حال، کارآفرین شخصی است که متعهد می‌شود تا مخاطرات یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی، اداره، و تقبل کند. لذا، کارآفرینی، فرآیند ایجاد ارزش از راه تشکیل مجموعه منحصر به فردی از منابع، به منظور بهره‌گیری از فرصت‌ها می‌باشد. بنابراین، کارآفرین بنگاهی را ایجاد و اداره می‌کند، و هدف اصلی‌اش سودآوری و رشد می‌باشد [۱۲]. در کارآفرینی راه‌اندازی کسب‌وکار جدید و یا یک سازمان جدید، با خطرپذیری و عدم قطعیت دستاوردها روبرو است [۱، ۱۱].

در تبیین ویژگی‌های خاص کارآفرینی، شرایط متفاوت می‌شود؛ لذا، صاحب‌نظران بر مباحثی چون: ارزش‌آفرینی و شناسایی، تأکید دارند. بر اساس این دیدگاه، کارآفرینی فرآیند شناسایی، پیگیری و بهره‌برداری از فرصت‌ها، به منظور حداکثرسازی ارزش ناشی از آن‌ها تعریف می‌شود. این ارزش می‌تواند ابعاد اجتماعی، مذهبی، اقتصادی، و سیاسی داشته باشد. فرصت، قلب کارآفرینی است. فرصت نیازهای پنهان و تأمین‌نشده، می‌باشد؛ که افراد جامعه برای تأمین آن‌ها، حاضر به پرداخت هزینه‌هایش هستند [۱].

اگرچه کارآفرینی، مفهومی است که ابتدا در اقتصاد مطرح شده؛ و تا دهه ششم قرن بیستم میلادی نیز بیشتر از سوی اقتصاددانان به آن پرداخته می‌شده؛ لیکن به تدریج نقش آن در نظریه‌های اقتصادی کمرنگ شده، و با ورود نظریه‌های روان‌شناختی کارآفرینانه، شاخه‌ای از علم مدیریت را به خود اختصاص داد. از آنجا که دانش سازمانی و مدیریت در طول یک‌صد سال اخیر، دست‌خوش تغییرات و تحولاتی بنیادی شده است؛ از اوایل دهه ۱۹۸۰، سازمان‌ها به منظور تسریع تغییرات، توجه بالایی به خلاقیت و نوآوری نشان دادند. امروزه، برای بقا، نوآوری جزو ویژگی‌های نهادی سازمان‌ها شده است؛ بنابراین، بهترین روش، تشویق افراد خلاق است تا متناسب با ساختار سازمان، به یک کارآفرین تبدیل شوند. شومپتر، در سال ۱۹۳۴، خاطرنشان ساخت به احتمال بسیار، کارآفرینی با شخصیت نوآورانه مرتبط است. از آن زمان به بعد، غالب محققان از ایده شومپتری ارتباط کارآفرینی با ویژگی‌های شخصیتی تبعیت کردند.

مک‌کله‌لند (۱۹۶۱) دریافت که کارآفرینان برعکس عامه مردم، نیاز شدیدی به موفقیت دارند. وی در کتاب "جامعه کامیاب" بیان داشت بین میزان نیاز یک ملت به توفیق‌طلبی و توسعه اقتصادی‌اش رابطه وجود دارد. با این وجود، او خاطر نشان می‌سازد که توسعه اقتصادی پدیده پیچیده‌ای است و صرفاً نمی‌تواند براساس میزان نیاز یک ملت به توفیق‌طلبی توضیح داده شود. در نتیجه، متغیرهای دیگری باید مورد توجه نیز قرار داده شوند؛ مثل انگیزه رابطه و نیاز به کنترل فرد [۴].

تلاش‌های علمی مک‌کله‌لند باعث شد که شایستگی‌های شخصی فرد کارآفرین به‌عنوان ویژگی دائمی، وارد حوزه تحقیقاتی کارآفرینی شود. تغییرات سریع محیطی، شرایط جدیدی را برای آموزش عالی ایجاد کرده است. براینده این شرایط، لزوم توسعه توانمندی‌های کارآفرینی در کشور، به منظور ایجاد کسب‌وکارهای جدید، بهره‌گیری از ظرفیت‌های بدون استفاده، توسعه ظرفیت‌های موجود، و حل مشکلات اجتماعی است. کارآفرینان با توانمندی ویژه‌ای که در تشخیص فرصت‌ها و موقعیت‌ها و

ایجاد حرکت در جهت توسعه این موقعیت‌ها دارند، می‌توانند دولت را در رسیدن به توسعه همه‌جانبه و حل مشکلات اقتصادی و تحولات اجتماعی یاری نمایند. از این‌رو، در سال‌های اخیر دانش‌آموختگان دانشگاه‌ها به‌طور جدی علاقه‌مند به ایجاد کسب‌وکارهای مستقل برای خودشان هستند [۱]. در پاسخ به این چالش‌ها، مأموریت جدید دانشگاه‌ها، ایجاد توانمندی‌های کارآفرینی در دانش‌آموختگان آموزش‌عالی است. بدین منظور، دانشگاه‌ها باید ابتدا خود را برای ایفای این نقش آماده کنند. به بیان دیگر، "کارآفرینی دانشگاهی" راهی به‌سوی "دانشگاه‌های کارآفرین" است. در واقع، توسعه کارآفرینی در جامعه، نیازمند شناسایی و پرورش افراد کارآفرین و حمایت از آن‌ها می‌باشد [۶]. در دیدگاه سنتی، خصوصیات کارآفرینی را نمی‌توان تعلیم داد یا یاد گرفت، و یا اینکه آن‌ها جزء صفات ذاتی و مادرزادی هستند؛ اما در دیدگاه نوین، "کارآفرینی" به‌عنوان یک علم، همانند دیگر علوم، دارای مدل‌ها، فرآیندها و سازوکارهایی است که می‌توان آن‌ها را آموخت و به رفتار تبدیل کرد. آموزش کارآفرینی طی ۵۰ سال گذشته گسترش بسیار یافته؛ برای مثال، در ایالات متحده آمریکا، در سال ۱۹۷۰ تنها تعداد معدودی از دانشگاه‌ها رشته‌های کارآفرینی را ارائه می‌کردند؛ اما در اوایل دهه ۱۹۸۰، ۳۰۰ دانشگاه رشته‌های کارآفرینی و کسب‌وکار کوچک را ارائه می‌دادند و این آمار در ۱۹۹۰ به ۱۰۵۰ دانشگاه افزایش یافت. امروزه، تنها در آن کشور، آموزش کارآفرینی به ۲۲۰۰ رشته در بیش از ۱۶۰۰ دانشگاه رسیده است [۱۴].

فرآیند کارآفرینی، دارای اجزای نگرشی و رفتاری است؛ از نظر نگرشی، فرآیند کارآفرینانه به تمایل یک فرد یا سازمان برای بهره‌گیری و استفاده از فرصت‌های جدید و ایجاد تغییرهای خلاقانه اشاره دارد؛ و از نظر رفتاری، فرآیند کارآفرینی شامل مجموعه‌ای از اقدامات است که برای شناسایی و ارزیابی یک فرصت، تعریف یک مفهوم تجاری و کاری، شناسایی منابع مورد نیاز، به‌دست آوردن منابع ضروری، و پیاده‌سازی و بهره‌برداری از کسب‌وکار، ضروری می‌باشند. کارآفرینی پدیده‌ای پیچیده و چندبعدی است که تحت‌تأثیر عوامل مختلفی قرار دارد؛ بنابراین، نهادینه کردن آن در سازمان‌ها - اعم از خصوصی یا دولتی - مستلزم رویکردی سیستماتیک، واقع‌بینانه، و بلندمدت می‌باشد. این موضوع که آیا کارآفرینی می‌تواند به‌وسیله ویژگی‌های شخصیتی افراد کارآفرین پیش‌بینی شود، توجه بسیاری از محققان را در طول چند دهه اخیر به‌خود جلب کرده است. از این‌رو، در این تحقیق تلاش می‌شود تا به سؤال زیر پاسخ داده شود:

" آیا دانشجویان دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه شهید بهشتی دارای ویژگی‌های کارآفرینانه هستند؟"

همچنین، جهت بررسی تأثیر سوابق تحصیلی بر ویژگی‌های کارآفرینانه سؤال زیر در این پژوهش مطرح می‌باشد:

"آیا بین دانشجویان گروه‌های مختلف آموزشی، از نظر ویژگی‌های کارآفرینانه تفاوت وجود دارد؟" تا اوایل دهه ۱۹۷۰، پژوهش‌های کارآفرینی بر اقدامات یا ویژگی‌ها متمرکز بود. شروع دهه ۱۹۸۰، با "آغاز دهه کارآفرینی" همگام گردید. از این رو، حجم بالایی از مطالعات، در راستای تمرکز بر ویژگی‌ها و خصیصه‌های شخصیتی کارآفرینان، به رشته تحریر درآمدند. این آثار در پی آن بودند تا ویژگی‌های مهم کارآفرینان را توصیف کنند. تعدادی از صاحب‌نظران نیز آزمون‌های ارزیابی از خود^۱ را به منظور ارزیابی قابلیت‌های افراد در زمینه کارآفرین شدن طراحی کردند. در این راستا، هر پژوهشگری بر متغیر یا متغیرهای خاصی تمرکز کرده، و آن را مبنای تمایز کارآفرین از غیرکارآفرین معرفی نموده است. پژوهشگران و صاحب‌نظران ویژگی‌های رفتاری و شخصیتی متعددی را برای کارآفرینان مطرح کرده‌اند. در این پژوهش، ۸ ویژگی: توفیق‌طلبی، کانون کنترل درونی، خطر پذیری، سلاست فکری، عملگرایی، رویاپردازی، و چالش‌طلبی (مطابق مدل شکل ۱) مورد ارزیابی قرار می‌گیرد.



شکل ۱. مدل مفهومی تحقیق

اولین ویژگی، "توفیق‌طلبی" است. کارآفرینان به موفقیت می‌اندیشند؛ و بیشتر از دیگران کار می‌کنند؛ از این‌رو، علاقه‌مند به پیشرفت و رشد می‌باشند. فردی که نیاز به موفقیت در او در حد بالایی وجود دارد، شخصی است که در جستجوی عملکرد بالاتر می‌باشد، و از مسائل و اهداف چالشی لذت می‌برد، و از پشتکار و روحیه رقابتی در انجام فعالیت‌های کاری برخوردار می‌باشد [۳].

ویژگی دوم افراد کارآفرین، "خطرپذیری" است. خطرپذیری - و یا ریسک‌پذیری - از ویژگی‌های عمده کارآفرینان است. در واقع، کارآفرینان فعالیت و کارهای جدیدی را - علی‌رغم اینکه از نتیجه آن اطمینان کامل ندارند - شروع می‌کنند. البته کارآفرینان اشخاصی میانه‌رو هستند؛ که حساب‌شده ریسک می‌کنند. آنان لزوماً در پی فعالیتی نیستند که مخاطره آن زیاد باشد؛ بلکه مایل‌اند مقدار متوسط از مخاطره را - که برای شروع یک کسب‌وکار، معمولی تلقی می‌شود - بپذیرند [۹]. ویژگی سوم کارآفرینان به "عملگرایی" آنان بازمی‌گردد. این افراد عملگرا هستند، و تنها به دنبال تئوری و مسائلی از این قبیل نمی‌باشند.

ویژگی چهارم، "چالش‌طلبی" است. کارآفرینان به وضع موجود راضی نیستند، و همیشه به دنبال بهتر انجام‌دادن کارها می‌باشند [۹].

ویژگی پنجم، به "کانون کنترل درونی" مربوط می‌شود. کارآفرینان دارای کانون کنترل درونی می‌باشند؛ به طوری که، به خود ایمان دارند و موفقیت یا شکست را به سرنوشت، اقبال، یا نیروهای مشابه، نسبت نمی‌دهند. به عقیده آنان، شکست‌ها و پیشرفت‌ها، تحت کنترل و نفوذ خودشان است؛ و خود را در نتایج عملکردشان مؤثر می‌دانند [۹].

ششمین ویژگی، "سلاست فکری" است؛ که به معنای توانایی گردآوری افکار متنوع و متعدد در رابطه با یک موضوع می‌باشد. طبیعی است، چنانچه در حل یک مسئله یا مفهوم‌یابی از یک موضوع، فکرهای متنوع صورت گیرد؛ از تجزیه و یا ترکیب افکار مختلف، می‌توان به راه‌حل‌های عملی‌تری دست یافته؛ و هنگام حل مسأله، کمتر دچار خطا شد؛ اضافه بر آن، سلاست فکری به انسان قدرت تجزیه و تحلیل بیشتر مسئله را می‌دهد [۵].

هفتمین ویژگی، یعنی "قدرت تحمل ابهام"، پذیرفتن عدم قطعیت به‌عنوان بخشی از زندگی، توانایی ادامه حیات با دانشی ناقص دربارهٔ محیط، و تمایل به آغاز فعالیتی مستقل است، بی‌آنکه شخص بداند که آیا موفق خواهد شد یا خیر. به نظر می‌رسد که کارآفرینان به مراتب بیشتر از افراد دیگر، قدرت تحمل ابهام را داشته باشند [۹].

و در نهایت، هشتمین ویژگی "رویپردازی" است. رویپردازی، توانایی و ظرفیت ایجاد و توسعه یک آرمان از آینده است [۱۰].

اردکانی و همکاران (۱۳۸۹) به بررسی ارتباط بین خلاقیت و رفتار کارآفرینانه پرداخته‌اند و بیان می‌دارند که رابطه‌ی معناداری بین خلاقیت افراد به‌عنوان یکی از ویژگی‌های کارآفرینانه و رفتار کارآفرینانه وجود دارد. به‌عبارت دیگر، آنان یکی از پایه‌های رفتار کارآفرینانه را خلاقیت می‌دانند [۲]. سعیدی مهرآباد (۱۳۸۷) تأثیر آموزش کارآفرینی بر توسعه‌ی رفتارهای کارآفرینانه در وزارت کار را بررسی کرده است؛ که نشان می‌دهد برگزاری دوره‌های کارآفرینی تأثیرات مثبتی بر بروز رفتارهای کارآفرینانه در وزارت کار داشته است [۷].

زالی و همکاران (۱۳۸۶) به ارزیابی مشخصه‌های کارآفرینی دانشجویان دانشگاه مازندران پرداخته‌اند. نتایج نشان می‌دهد از نمونه تحقیق، ۲۱ درصد دانشجویان ویژگی‌های کارآفرینی داشته و در این میان، در مقایسه با سایر ویژگی‌ها، ویژگی عزم و اراده در نزد دانشجویان این دانشگاه بیشتر ملاحظه می‌شود و امتیاز ویژگی‌های توفیق‌طلبی، استقلال‌طلبی، خطرپذیری و خلاقیت دانشجویان، فاصله‌ی کمی با حداقل امتیاز قابل قبول دارند [۶].

در مطالعه‌ای، گوئرو و همکارانش (۲۰۰۶) ادراک از گرایش و امکان بروز رفتار و نیت کارآفرینانه را در میان دانشجویان کاتالونیا بررسی کردند و در نهایت، به این نتیجه رسیدند که بیشتر دانشجویان به ایجاد یک کار جدید علاقه‌مند بودند، در حالی که به توانایی خود در اجرای آن شک داشتند [۱۳]. صفری و همکاران (۱۳۹۱) به شناسایی وضعیت آموزش کارآفرینی و نیازسنجی آموزش کارآفرینی در رشته‌های علوم انسانی پرداخته‌اند. نتایج این بررسی نشان می‌دهد تقریباً در همه رشته‌های علوم انسانی دانشگاه، وضعیت آموزش کارآفرینی، چه از دید دانشجویان و چه از دید استادان، دارای وضعیت نامناسبی است. در حقیقت مواد، محتوا و برنامه‌های فرعی علمی آموزشی و حتی شیوه‌های تدریس در رشته‌های علوم انسانی در انتقال مفاهیم کارآفرینی و کسب‌وکار به دانشجویان وضعیت مناسبی ندارند. همچنین، از نظر استادان رشته‌های علوم انسانی دانشگاه، گنجاندن موضوعات آموزشی چون: مبانی کسب‌وکار، طرح کسب‌وکار، ارتباطات، مدیریت و سازمان، قوانین و مقررات حقوقی و تجاری، حسابداری، مدیریت مالی، کسب‌وکار الکترونیک، تأسیس کسب‌وکار، بازاریابی، مدیریت استراتژیک، کسب‌وکار بین‌الملل، مهارت‌های کارآفرینی، به‌عنوان یک واحد علمی - آموزشی در واحدهای درسی دانشجویان، برای گسترش دانش و مهارت کارآفرینی و افزایش آگاهی کارآفرینانه دانشجویان لازم است [۸].

۳. روش شناسی تحقیق

باتوجه به مسأله تحقیق که تبیین وضعیت ویژگی‌های کارآفرینی دانشجویان است، این تحقیق از نوع پیمایشی می‌باشد. از این‌رو، واقعیت‌های زندگی، باورها، عقاید، نگرش‌ها، انگیزش و رفتار دانشجویان مورد توجه قرار می‌گیرد. جامعه آماری تحقیق، شامل کلیه دانشجویان دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه شهید بهشتی در نیمسال اول سال تحصیلی ۹۱-۱۳۹۰ به حجم حدود ۱۶۰۰ دانشجو می‌باشد؛ که یک نمونه‌ی ۱۲۰ تایی از آن، با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌بندی شده انتخاب شد. از بین ۱۲۰ پرسشنامه، ۱۰۹ پرسشنامه کامل و قابل رسیدگی بودند. همچنین، از روش کتابخانه‌ای برای تدوین مبانی نظری و پیشینه‌ی تحقیق استفاده شد. در این تحقیق، از پرسشنامه بومی و استاندارد "ابزار سنجش ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان" استفاده شد. این پرسشنامه حاوی ۹۵ سؤال به منظور سنجش ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان می‌باشد [۱۰]. برای بررسی اعتبار ابزار بومی شناسایی کارآفرینان ایرانی، از شیوه آلفاکرونباخ به عمل آمد. اعتبار کلی پرسشنامه، ۰/۹۲ شد. باتوجه به نتایج آزمون آلفاکرونباخ، موردی در پرسشنامه وجود ندارد که با حذف آن، اعتبار پرسشنامه به اندازه‌ی معناداری افزایش یابد. در نهایت، اعتبار هر یک از مقیاس‌های نه‌گانه در جدول ۱ ارائه شده است.

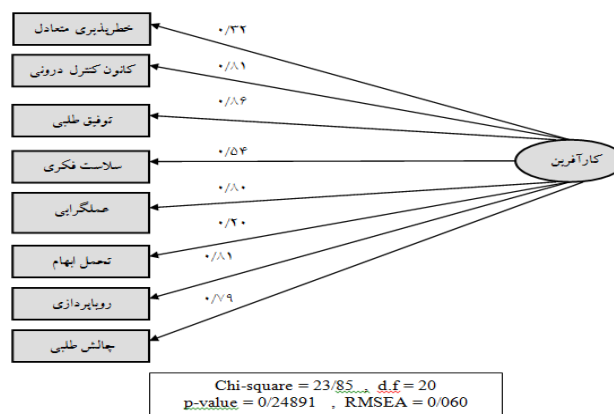
جدول ۱. اعتبار مقیاس‌های شناسایی کارآفرینان ایرانی

ردیف	مقیاس	آلفاکرونباخ	همبستگی اصلاح‌شده	آلفا در صورت حذف مقیاس از پرسشنامه
۱	توفیق‌طلبی	۰/۸۱۸	۰/۰۲	۰/۷۲
۲	کانون کنترل درونی	۰/۸۷۸	۰/۶۸	۰/۵۵
۳	خطرپذیری	۰/۹۲۳	۰/۷۳	۰/۵۴
۴	تحمل ابهام	۰/۸۳۱	۰/۴۰	۰/۶۱
۵	سلاست فکری	۰/۸۹۱	۰/۵۵	۰/۵۶
۶	رویاپردازی	۰/۶۶۱	۰/۷۲	۰/۵۴
۷	عمل‌گرایی	۰/۶۷۰	۰/۵۴	۰/۵۷
۸	چالش‌طلبی	۰/۸۲۶	۰/۰۲	۰/۷۲
۹	کل			۰/۶۵۶

مطابق جدول ۱، ضریب آلفاکرونباخ کلی مقیاس‌های هشت‌گانه، برابر با ۶۶ درصد است که در صورت حذف مقیاس نیاز به موفقیت و چالش‌طلبی، اعتبار مقیاس‌های باقی‌مانده به ۷۲ درصد افزایش می‌یابد. برای تعیین روایی ابزار اندازه‌گیری، دو نوع: "روایی سازه" و "روایی هم‌زمان" بررسی می‌شود که نتایج آن در ادامه ارائه گشته است.

الف) بررسی و تعیین "روایی سازه" ابزار: باتوجه به داده‌های تحقیق، نتیجه‌ی تحلیل عاملی، تأییدی مطابق آنچه در نمودار شکل ۲ مشاهده می‌شود، به‌دست آمد. در نمودار مذکور، کارآفرین متغیر مکنون و بقیه عوامل هشت‌گانه، متغیرهای اندازه‌گیری (مشاهده) شده، هستند.

بر این اساس، خطرپذیری متعادل، به‌طور مستقل (از صد در صد) ۳۲٪ مربوط به کارآفرینی می‌شود؛ در حالی که عامل‌های رویاپردازی و کنترل درونی، هر کدام به میزان ۸۱٪ مربوط به کارآفرینی می‌شوند؛ اما عامل توفیق‌طلبی با ضریب ۸۶٪، بیشتر از سایر متغیرها به کارآفرینی مربوط می‌شود. شاخص‌های برازندگی مدل شناسایی کارآفرینان در جدول ۲ ارائه شده است.



شکل ۲. تحلیل عاملی تأییدی ابزار شناسایی کارآفرینان

جدول ۲. شاخص‌های برازندگی مدل شناسایی کارآفرینان

ردیف	شاخص برازندگی	نماد	مقدار	تفسیر
۱	کای دو	χ^2	۲۳/۸۵ (P=0/250)	آزمون کای دو برازش دقیق مدل را با داده‌های مشاهده شده تأیید می‌کند.
۲	نسبت کای دو به درجه آزادی	χ^2/df	۱/۱۹۲۵	برازش مدل با داده‌های مشاهده شده تأیید می‌شود.
۳	جذر برآورد میانگین واریانس خطای تقریب	RMSEA	۰/۰۶۰	چون حد پایین این برآورد کوچکتر از ۰/۰۵ است، بنابراین درجه تقریب مدل در جامعه کوچک و مدل مورد تأیید است.
۴	برآورد فاصله‌ای میانگین واریانس خطای تقریب	RMSEA	(۰/۰۰۰-۰/۰۱۴)	

البته لازم به یادآوری است که مدل باید دارای برازندگی کافی باشد. برای تصمیم‌گیری درباره‌ی برازندگی مدل با داده‌های مشاهده‌شده، شاخص‌های متعددی وجود دارد که جدول ۲، آن‌ها را نشان می‌دهد. آزمون کای دو این فرضیه را که مدل مورد نظر هماهنگ با الگوی همپراشی بین متغیرهای مشاهده شده است، می‌آزماید. مقادیر کوچک آن نشانگر برازندگی بیشتر است. مقدار کای دو محاسباتی در این مدل، با ۲۰ درجه آزادی، برابر با ۲۳/۸۵ (با سطح معناداری ۲۵٪) است. از آنجا که سطح معناداری آزمون مذکور، بزرگتر از میزان خطای ۰/۰۵ درصد می‌باشد؛ لذا آزمون کای دو برازش دقیق مدل را با داده‌های مشاهده‌شده، تأیید می‌کند.

البته، نسبت کای دو تحقیق به درجه آزادی، برابر با ۱/۱۹۳ است؛ که مقدار کمتری نسبت به کای دو اولیه می‌باشد. به همین دلیل، برازندگی مدل مورد تأیید قرار می‌گیرد. از طرف دیگر، ریشه دوم میانگین خطای تقریب (RMSEA) برابر با ۰/۰۶ درصد است. این شاخص نشانگر درجه تقریب مدل در جامعه است. هر اندازه حد پایین برآورد فاصله‌ای این شاخص کوچکتر باشد، درجه تقریب مدل در جامعه کوچکتر و بنابراین مدل برازش خواهد داشت. باتوجه به حد پایین شاخص RMSEA کوچکتر از ۰/۰۵ است؛ از این رو، می‌توان نتیجه گرفت که درجه تقریب مدل در جامعه بزرگ نیست و مدل از برازندگی کافی برخوردار می‌باشد.

ب) بررسی و تعیین "روایی هم‌زمان" ابزار: روایی هم‌زمان یکی از انواع روایی ملاک (وابسته به معیار) است. روایی ملاک، نشانگر درجه دقت ابزار اندازه‌گیری است که به‌طور دقیق، عناصر مهم متغیر مورد نظر را پیش‌بینی می‌کند. در روایی ملاک این سوال مطرح است که: آیا ابزار سنجش قادر به پیش‌بینی متغیر ملاک و شناسایی و تفکیک آزمودنی‌ها بر اساس آن هست یا خیر؟

روایی هم‌زمان هنگامی مطرح است که ابزار اندازه‌گیری بتواند به نحو مطلوب آزمودنی‌هایی را که با هم تفاوت دارند، از یکدیگر متمایز کند. بنابراین، هدف اصلی این نوع روایی، تفکیک و تمایز آزمودنی‌ها از یکدیگر است؛ اما در این روایی، اطلاعات مربوط به متغیر ملاک به‌طور هم‌زمان با اجرای آزمون جمع‌آوری می‌شود.

بنابراین، هشت ویژگی عمده کارآفرینان که در پرسشنامه استاندارد سنجش ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان ایرانی سنجیده می‌شوند، عبارت‌اند از:

۱. کانون کنترل ۲. رویاپردازی ۳. سلاست فکری ۴. ریسک‌پذیری متعادل ۵. توفیق‌طلبی ۶. چالش‌طلبی ۷. تحمل ابهام ۸. عملگرایی.

بدین‌گونه، داده‌های اولیه (داده‌هایی که قبلاً وجود نداشته و باید توسط پژوهشگر ایجاد شوند) با روش میدانی، جهت آزمون فرضیه‌های تحقیق به‌دست آمد.

۴. یافته‌های پژوهش

پیش از ورود به بحث، باید متذکر شد که این تحقیق به دنبال تعیین روابط علی و معلولی نیست، و تنها به توصیف وضع موجود می‌پردازد. از سوی دیگر، در تحقیق حاضر، تلاش در انتخاب دانشجویان ترم‌های پایانی مقطع کارشناسی - به لحاظ نزدیکی آنان به ایام فارغ‌التحصیلی و ورود به بازار کار - بوده است.

با مطالعه و بررسی نتایج سوالات مشخصات کلی افراد، ملاحظه می‌گردد:

- حدود ۶۰ درصد از اعضای نمونه را خانم‌ها، و ۴۰ درصد آن را آقایان تشکیل می‌دهند.

- حدود ۵۱ درصد از اعضای نمونه، دانشجو مقطع کارشناسی، و ۴۹ درصد دانشجویان تحصیلات تکمیلی می‌باشند.

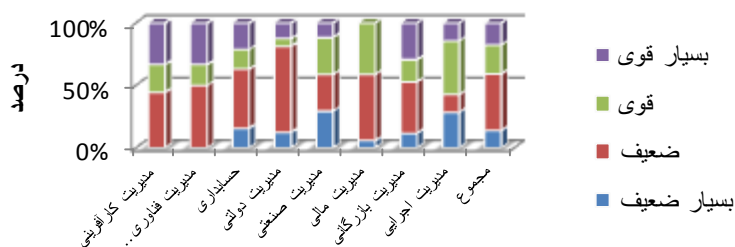
- حدود ۱۳ درصد از اعضای نمونه شاغل هم هستند.

- از میان کل اعضای نمونه، ۵۷ درصد دارای مهارت خاص و ۴۳ درصد فاقد مهارتی خاص بوده‌اند.

- در ارتباط با میزان علاقه‌مندی به راه‌اندازی کسب‌وکار جدید، ۷۰ درصد ابراز تمایل و ۳۰ درصد عدم تمایل خود را اعلام نموده‌اند؛ که خود گویای سطح بالایی از علاقه‌مندی به ایجاد کسب‌وکار جدید می‌باشد.

در گام بعدی، به بررسی تطبیقی دانشجویان رشته‌های تحصیلی دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه شهید بهشتی، بر اساس نتایج پاسخ‌های ۹۵ سوال پرسشنامه برای هشت مشخصه کارآفرینی، پرداخته شده است:

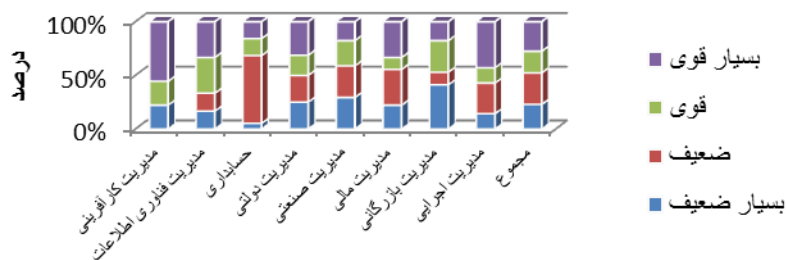
ویژگی نخست: ریسک‌پذیری متعادل



نمودار ۱. توزیع ریسک‌پذیری متعادل دانشجویان بر حسب رشته‌های تحصیلی

ملاحظه نمودار ۱، نشانه آن است که برخورداری از این ویژگی در کل رشته‌های دانشکده را می‌توان در سطح ضعیف ارزیابی نمود؛ و فقط شاید دانشجویان رشته مدیریت کارآفرینی، در مقایسه، از سطح بهتری از سایر رشته‌ها قرار داشته باشند؛ و البته به‌طور خاص، دانشجویان رشته مدیریت مالی دارای افرادی با امتیاز بسیار قوی نبوده؛ و لذا نیاز به بهبود این ویژگی، در میان دانشجویان این دانشکده، محسوس می‌باشد.

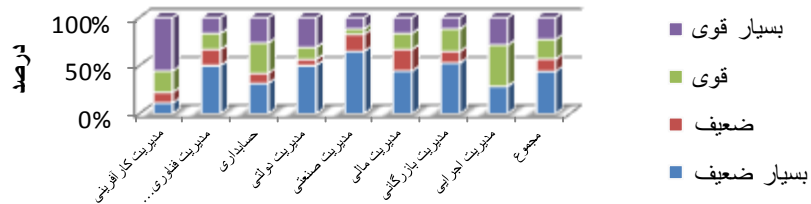
دومین ویژگی: کانون کنترل درونی



نمودار ۲. توزیع: کانون کنترل درونی دانشجویان بر حسب رشته‌های تحصیلی

نمودار ۲، نشان می‌دهد که بجز دانشجویان رشته مدیریت کارآفرینی - که عمدتاً قوی هستند - و رشته حسابداری - که عمدتاً ضعیف می‌باشند - دانشجویان سایر رشته‌ها از تنوع وسیعی در امتیازهای مکتسبه - از بسیار قوی تا بسیار ضعیف - برخوردار هستند.

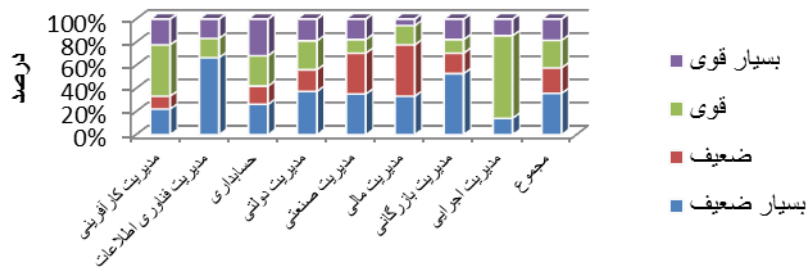
سومین ویژگی: نیاز به موفقیت



نمودار ۲: نیاز به موفقیت دانشجویان بر حسب رشته‌های تحصیلی

در یک نگاه اجمالی به نمودار ۳، ملاحظه می‌گردد که بجز در رابطه با دانشجویان رشته‌های مدیریت کارآفرینی و مدیریت اجرایی، که در سطح بسیار قوی ارزیابی می‌شوند؛ دانشجویان سایر رشته‌ها در سطح بسیار ضعیف ارزیابی می‌گردند.

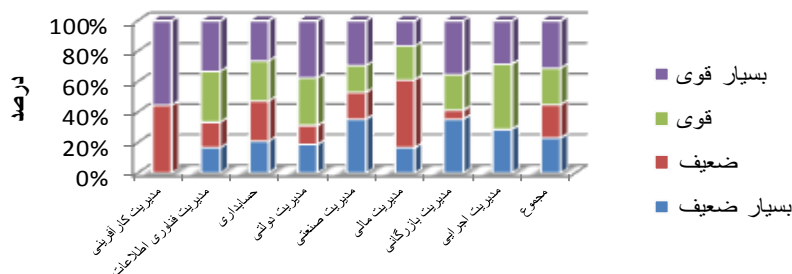
چهارمین ویژگی: سلاست فکری



نمودار ۳: توزیع سلاست فکری دانشجویان بر حسب رشته‌های تحصیلی

بر اساس نمودار ۴، امتیازات سوالات این ویژگی به ترتیب برای، دانشجویان رشته‌های: مدیریت کارآفرینی، حسابداری، و مدیریت اجرایی، عمدتاً در سطوح قوی و بسیار قوی قرار گرفته‌اند؛ در حالی که دانشجویان سایر رشته‌ها، بیشتر در سطوح ضعیف و بسیار ضعیف تجمع دارند.

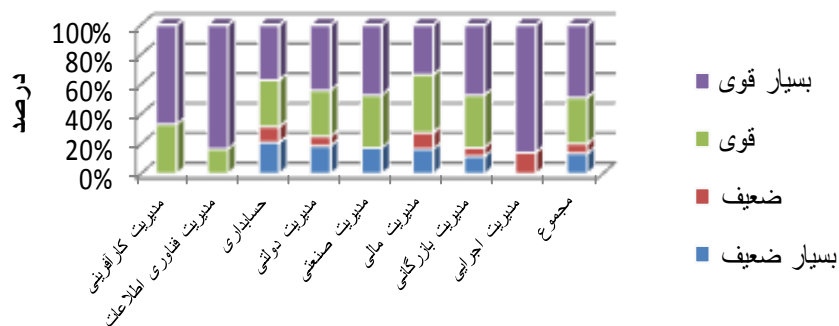
پنجمین ویژگی: عملگرایی



نمودار ۵. توزیع عملگرایی دانشجویان بر حسب رشته‌های تحصیلی

نکته جالب‌توجه در رابطه با نمودار ۵، وجود دو گروه با امتیازهای ضعیف و بسیار قوی، با آماره نسبتاً مساوی، در میان دانشجویان رشته مدیریت کارآفرینی است. بدون در نظر گرفتن دانشجویان رشته مدیریت مالی - که ضعیف ارزیابی می‌شوند - در میان دانشجویان سایر رشته‌ها، تنوع سطوح ویژگی "عملگرایی" - از بسیار قوی تا بسیار ضعیف - زیاد است.

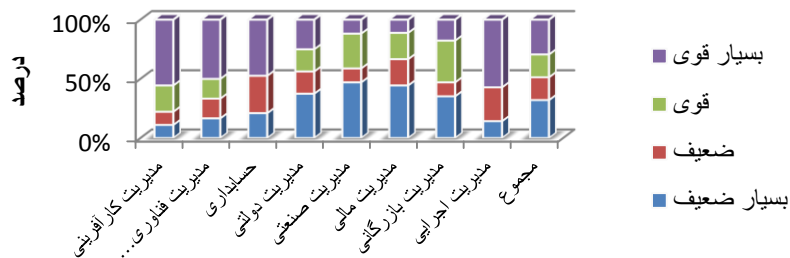
ششمین ویژگی: تحمل ابهام



نمودار ۶. توزیع تحمل ابهام دانشجویان بر حسب رشته‌های تحصیلی

مطابق نمودار ۶، تقریباً در کلیه رشته‌های این دانشکده، دانشجویان نمونه مورد بررسی در سطوح قوی و بسیار قوی از این ویژگی قرار داشته؛ و لذا از تحمل ابهام بالایی برخوردار می‌باشند.

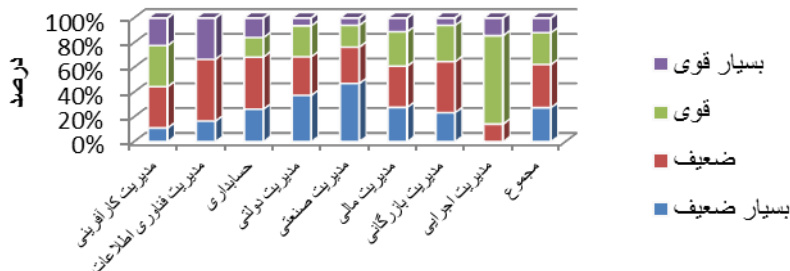
هفتمین ویژگی: رویاپردازی



نمودار ۷. توزیع رویاپردازی دانشجویان بر حسب رشته‌های تحصیلی

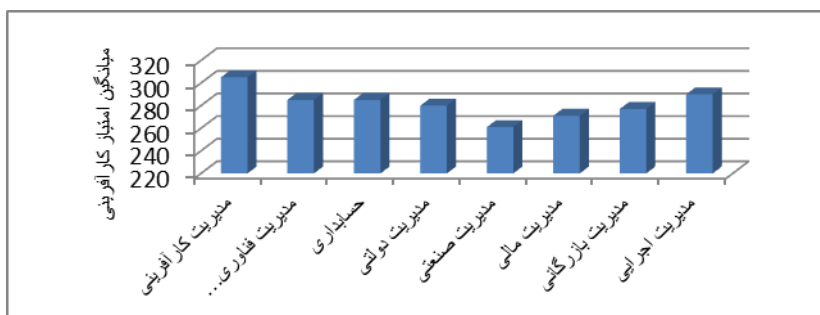
تعداد دانشجویانی که از رشته‌های: مدیریت کارآفرینی، حسابداری، مدیریت اجرایی، و مدیریت فناوری اطلاعات، در سطح امتیاز بسیار قوی قرار دارند؛ نسبتاً زیاد است؛ لیکن سایر رشته‌ها در حد متوسط یا ضعیف قرار دارند.

هشتمین ویژگی: چالش‌طلبی



نمودار ۸. توزیع چالش‌طلبی دانشجویان بر حسب رشته‌های تحصیلی

هر چند که با ملاحظه نمودار ۸ برای این ویژگی، دانشجویان هیچ کدام از رشته‌ها در سطح بسیار قوی ارزیابی نمی‌شوند؛ لیکن در مقایسه، دانشجویان رشته‌های مدیریت اجرایی و مدیریت کارآفرینی از شرایط بهتری در رابطه با این ویژگی، برخوردار می‌باشند. در این حال، پراکندگی باقی رشته‌ها در سه سطح: قوی و ضعیف و بسیار ضعیف، همگون‌تر است. اکنون، توزیع میانگین نیمرخ‌های کارآفرینی دانشجویان رشته‌های مختلف این دانشکده مطابق نمودار ۹ ارائه می‌شود.



نمودار ۹. توزیع نیمرخ‌های کارآفرینی دانشجویان بر حسب رشته‌های تحصیلی

نمودار ۹، نشانگر آن است که بجز رشته مدیریت صنعتی - که در سطح "ضعیف" - و رشته مدیریت کارآفرینی - که در سطح "قوی" - ارزیابی می‌شوند؛ سایر رشته‌ها در سطح "متوسط" قرار دارند؛ و در مجموع، کل دانشکده را می‌توان در سطح "متوسط" ارزیابی نمود.

۵. نتیجه‌گیری و پیشنهاد

هدف این پژوهش، ارزیابی ویژگی‌های کارآفرینانه دانش‌آموختگان آموزش عالی بود. هرچند که در مجموع، ویژگی‌های کارآفرینانه نمونه مورد بررسی در سطح متوسط ارزیابی می‌شود؛ بی‌تردید، نتایج پایانی حاصل از تحقیق، حکایت از اثر معنادار سوابق و رشته تحصیلی دانشجویان دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه شهید بهشتی، بر نیمرخ کارآفرینی آنان دارد. همچنین، عوامل فردی رابطه‌ی معناداری با ویژگی‌های کارآفرینانه دارد، به‌طوری که جنسیت و رشته تحصیلی آن‌ها بر ویژگی‌های کارآفرینانه‌ی آنان تأثیرگذار می‌باشد. همچنین، شرکت در کلاس‌های آموزشی مرتبط با کارآفرینی، موجب پرورش ویژگی‌های کارآفرینانه می‌شود. البته نباید تأثیر عوامل دیگری، نظیر محیط

دوران کودکی که تأثیرات شگرفی بر شخصیت فرد می‌گذارد و همچنین حوادث دوران زندگی فرد، فراموش شوند.

نتایج تحقیق حاضر و الزامات وابسته باید در سایه محدودیت‌های مطالعه، نمایان شوند. دو محدودیت شاید قابل توجه‌تر باشند: اول آنکه، نمونه‌ی این تحقیق، تنها از دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه شهید بهشتی انتخاب شده است؛ بنابراین، نتایج تحقیق حاضر، قابلیت تعمیم به دانشجویان سایر دانشگاه‌ها و یا دانشکده‌ها را ندارد. دوم آنکه، این مطالعه بر اطلاعات نمونه‌ای محدود تکیه کرده است و در صورت استفاده از نمونه‌ای وسیع‌تر، نتایجی با قابلیت اطمینان بیشتر به‌دست خواهد آمد.

نتایج این تحقیق، با پژوهش‌های مرتبطی که تاکنون صورت گرفته است، همخوانی دارد. یافته‌های سعیدی مهرآباد نیز نشان می‌دهد که برگزاری دوره‌های کارآفرینی تأثیرات مثبتی بر بروز رفتارهای کارآفرینانه داشته است [۷]. نتایج پژوهش زالی و همکاران نشانگر این مطلب است که در مقایسه با سایر ویژگی‌ها، ویژگی عزم و اراده در نزد دانشجویان بیشتر ملاحظه می‌شود و امتیاز ویژگی‌های توفیق‌طلبی، استقلال‌طلبی، خطرپذیری و خلاقیت دانشجویان، فاصله‌ی کمی با حداقل امتیاز قابل قبول دارند [۶]. همچنین نتیجه مطالعه‌ی، گوئرو و همکارانش حاکی از این است که بیشتر دانشجویان به ایجاد یک کار جدید علاقه‌مند بودند، در حالی که به توانایی خود در اجرای آن شک داشتند [۱۳]. بررسی صفری و همکاران نشان می‌دهد که تقریباً در همه رشته‌های علوم انسانی دانشگاه، وضعیت آموزش کارآفرینی چه از دید دانشجویان و چه از دید استادان دارای وضعیت نامناسبی است. در حقیقت مواد، محتوا و برنامه‌های فرعی علمی آموزشی و حتی شیوه‌های تدریس در رشته‌های علوم انسانی در انتقال مفاهیم کارآفرینی و کسب‌وکار به دانشجویان وضعیت مناسبی ندارند [۸]، که نتایج این تحقیقات با نتایج تحقیق حاضر همسویی دارد.

بر اساس یافته‌های پژوهش حاضر، پیشنهادهای ذیل ارائه می‌گردند:

۱. وسایل ارتباط جمعی از طریق برنامه‌های آموزشی، برگزاری میزگردهای کارشناسی و مصاحبه با کارآفرینان نمونه می‌تواند علاوه بر ایجاد انگیزش و مهارت در افراد بالقوه، ارتقا و ترویج فرهنگ کارآفرینانه در جامعه را تسریع بخشند.

۲. باتوجه به تأثیر عوامل فردی و محیطی بر ویژگی‌های کارآفرینانه دانشجویان، توصیه می‌شود با آموزش‌های همگانی به نهادهای اجتماعی - از جمله نهاد خانواده و نهادهای آموزشی - آنها را نسبت به پرورش فرزندان خود به گونه‌ای که ویژگی‌های کارآفرینی؛ از قبیل: ریسک‌پذیری، کنترل درونی و استقلال‌طلبی تقویت شود، آگاه کنند.

۳. سرانجام، مهم‌ترین نکته این است که با نظر به اینکه دانشجویان از ویژگی عزم و اراده بیشتری برخوردار هستند؛ از طریق آموزش کارآفرینی - به‌ویژه آموزش‌های رفتاری - می‌توان روحیه خلاقیت، انگیزه توفیق‌طلبی، خطرپذیری، و استقلال‌طلبی را در آن‌ها تقویت کرد؛ بدیهی است که هدف آموزش‌های کارآفرینی باید انتقال دانش و ایجاد مهارت در دانشجویان باشد؛ و در نهایت، این آموزش‌ها باید نگرش‌های کارآفرینانه را در آن‌ها ایجاد نماید. از این‌رو، پیشنهاد می‌شود محتوای برنامه‌های آموزشی دانشگاه‌ها در راستای ایجاد خلاقیت و نوآوری، آشنایی با نحوه راه‌اندازی کسب و کار و همچنین گسترش تخصص‌های حرفه‌ای و ایجاد مهارت‌های چندگانه - مانند: مهارت‌های رهبری، فنی و مدیریت منابع انسانی - تنظیم شود.

Archive of SID

منابع

۱. احمدپور داریانی، محمود و مقیمی، سید محمد (۱۳۸۵). "مبانی کارآفرینی"، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
۲. اردکانی، سعید، حاتمی‌نسب، سید حسین، طالع‌فر، رضا (۱۳۸۹). خلاقیت و رفتار کارآفرینانه، مدیریت تکنولوژی، کنفرانس خلاقیت‌شناسی، مدیریت و مهندسی نوآوری.
۳. اعرابی، سید محمد (۱۳۸۴). تبیین عوامل موفقیت و ارائه الگوی مناسب کارآفرینان در بازار ایران، مجموعه مقالات اولین کنگره کارآفرینی در بخش بهداشت و درمان، تهران: سیما فرهنگ.
۴. حمیدی‌زاده، محمدرضا (۱۳۷۵). نیازها، بهره‌وری و توسعه، شیوه‌های عملی ارتقای بهره‌وری نیروی انسانی، مرکز آموزش مدیریت دولتی، چاپ اول، صفحات ۲۵۱-۲۶۸.
۵. رضائیان، علی (۱۳۸۰). مبانی سازمان و مدیریت چاپ سوم. تهران: انتشارات سمت.
۶. زالی، محمدرضا، مدهوشی، مهرداد، کردنائیچ، اسدالله (۱۳۸۶). ارزیابی مشخصه‌های کارآفرینی دانشجویان (مورد مطالعه: دانشگاه مازندران)؛ فصلنامه مدرس علوم انسانی، ویژه‌نامه مدیریت، پاییز ۱۳۸۶.
۷. سعیدی مهرآباد، محمد، مهتدی، محمد مهدی (۱۳۸۷). تأثیر آموزش کارآفرینی بر توسعه رفتارهای کارآفرینانه (مطالعه موردی: آموزش‌های کارآفرینی وزارت کار و امور اجتماعی)، توسعه کارآفرینی، سال اول، شماره دوم، زمستان ۱۳۸۷، صفحات ۵۷-۷۳.
۸. صفری، سعید، سمیع‌زاده، مهدی، (۱۳۹۱). نیازسنجی آموزش دانش و مهارت کارآفرینی در رشته‌های علوم انسانی، نشریه علمی پژوهشی فناوری آموزش، دوره ۷، شماره ۱، صفحات ۶۵-۷۹.
۹. فرهنگ اصطلاحات کارآفرینی، (۱۳۸۴). مرکز انتشارات سازمان سنجش آموزش کشور.
۱۰. کردنائیچ، اسدالله و همکاران، (۱۳۸۶). ابزار سنجش ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان. تهران: انتشارات مرکز کارآفرینی دانشگاه تربیت مدرس.
11. Byer, Tom, Kist, Heleen and Sutton, Robert I (1997). Characteristics of the Entrepreneur: Social Creatures, Not Solo Heroes, The Handbook of Technology Management. Richard C. Dorf (Ed.), CRC Press LLC: Boca Raton, FL.
12. Cochran, T.(1968).Entrepreneurship ,In D.L.Sills (ed). International Encyclopedia of the Social Sciences, New York :Free Press.
13. Guerrero M., J. Rialp & D. Urbano (2006). The impact of desirability and feasibility on entrepreneurial intentions: A structural equation model, Estudios De Economia Aplicada, Vol. 24 ,NO , 2 pp 509-523.
14. Katz J.A. (2003), The chronology and intellectual trajectory of American entrepreneurship education, Journal of Business venturing, Vol.18, No.2,2003, pp.283-300.