

## Investigating the Relationship between Self-Esteem and Creativity with Entrepreneurship among the Students of PN University of Boukan

Kamal Mahboobi<sup>6</sup>  
Parinaz Banisi<sup>7</sup>  
Baharak Shirzad Kebrya<sup>8</sup>

بررسی رابطه عزت نفس و خلاقیت با کارآفرینی دانشجویان  
دانشگاه پیام نور مرکز بوکان در سال تحصیلی ۸۹-۱۳۸۸

کمال محبوبی<sup>۱</sup>  
پری ناز بنی سی<sup>۲</sup>  
دکتر بهارک شیرزاد کبری<sup>۳</sup>

### Abstract

The aim of this study was to determine the relationship between self-esteem and creativity with entrepreneurship among the students of Payam-e-Noor University of Boukan. The sample included 190 students (106 females and 84 males) selected through stratified random sampling. Besides descriptive methods of mean and standard deviation, the data analyzed using multivariate regression to test hypotheses. The methodology was descriptive and correlational study. Research tools included: Self-Esteem Questionnaire (Cooper Smith, 1967), test of creativity (Abedi, 1372), and Entrepreneurship Questionnaire (Robinson et al., 1991). Multiple regression analysis of data showed that the effect of self-esteem on students' entrepreneurship was significant at the level of 0.0<sup>o</sup> in general and at the level of 0.0<sup>o</sup> separately for male and female students. Also, the correlation coefficient between self esteem and entrepreneurship equals 0.427 for all the participants (with 0.48 for females and 0.415 for males at the level of 0.01). The correlation coefficient between creativity and entrepreneurship at the level of 0.01 was significant at 0.57 in general (with 0.52 in females, and 0.58 in males).

**Keywords:** Self-esteem, creativity, entrepreneurship, Payam-e-Noor University

### چکیده

هدف از انجام پژوهش حاضر تعیین رابطه عزت نفس و خلاقیت با کارآفرینی دانشجویان دانشگاه پیام نور مرکز بوکان می باشد. تعداد نمونه برابر ۱۹۰ نفر دانشجو، ۱۰۶ نفر دانشجوی زن و ۸۴ نفر دانشجوی مرد با روش نمونه گیری طبقه ای - تصادفی انتخاب شده بودند. برای تحلیل داده ها علاوه بر روش های توصیفی میانگین و انحراف معیار از ضریب همبستگی و رگرسیون چندگانه برای آزمون فرضیه ها استفاده شد. روش تحقیق از نوع توصیفی و به شیوه همبستگی انجام شده است. ابزارهای پژوهش شامل پرسش نامه های عزت نفس کوپراسمیت (۱۹۶۷)، خلاقیت عابدی (۱۳۷۲) و کارآفرینی روینسون و همکاران (۱۹۹۱) است. نتایج رگرسیون چند متغیره تأثیر عزت نفس بر کارآفرینی دانشجویان به طور کلی در سطح ۰/۰۵ و در زنان و مردان در سطح ۰/۰۵، خلاقیت با کارآفرینی دانشجویان به طور کلی در سطح ۰/۰۱ و در زنان و مردان در سطح ۰/۰۱ معنی دار بوده است. هم چنین ضریب همبستگی بین عزت نفس و کارآفرینی، برای کل آزمودنی ها برابر ۰/۴۲۷ در سطح ۰/۰۱ و در زنان برابر ۰/۴۸ و مردان برابر ۰/۴۱۵ در سطح ۰/۰۱ و ضریب همبستگی بین خلاقیت و کارآفرینی، برای کل آزمودنی ها برابر ۰/۵۶۷ در سطح ۰/۰۱ و در زنان ۰/۵۲ و در مردان ۰/۵۸ در سطح ۰/۰۱ معنی دار بوده است.

**کلیدواژه ها:** عزت نفس<sup>۴</sup>، خلاقیت<sup>۵</sup>، کارآفرینی، دانشگاه پیام نور

۱. کارشناس ارشد برنامه ریزی آموزشی، معلم دوره ابتدایی، ایران: بوکان،

نویسنده مسئول، همراه: ۰۹۱۴۸۲۴۱۰۰۳

۲. استادیار و عضو باشگاه پژوهشگران جوان، دانشگاه آزاد اسلامی واحد

رودهن. رودهن، ایران.

۳. استادیار و عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن، دانشکده

علوم تربیتی، ایران، ایمیل: bshirzad86@yahoo.com

4. Self-Esteem

5. Creativity

6. MA Educational Planning, Corresponding Author, Primary school teacher, Iran: Boukan (E-mail: k\_mahbooby@yahoo.com.

7 Assistant Professor and member of Young Researchers Club, Islamic Azad University Roudehen branch, Email: P\_Banisi@yahoo.com

8 Assistant Professor and Faculty Member of Islamic Azad University Roudehen branch, Faculty of Education, Iran, E-mail: bshirzad86@yahoo.com.

## مقدمه

و برخورداری از رضایت و خشنودی درونی» تعریف می کند (فرمینی فراهانی، ۱۳۷۸). تورنس (۱۹۹۸) به نقل از میهن دوست (۱۳۷۹)، خلاقیت را فرایندی مشتمل بر حساسیت به مسائل، کمبودها، تنگناها و ناهماهنگی ها تعریف می کند. به نظر وی این حساسیت در پی تشخیص مشکل یا مشکلاتی به وجود می آید و به دنبال آن جستجو برای یافتن راه حل هایی جهت رفع آن مشکلات و طرح فرضیه هایی برای این منظور آغاز می گردد.

عزت نفس و خلاقیت به عنوان متغیرهای پیش بین می توانند بر متغیر ملاک کارآفرینی تأثیر داشته باشد. در این زمینه تحقیقاتی انجام گرفته است، از جمله کورمن (۱۹۷۷) در پژوهشی نشان داد: افرادی که عزت نفس بالایی دارند با احتمال بیشتر مشاغلی را انتخاب می کنند که در آن ها خود را دارای درجه ی بالایی از توانایی می دانند، تا آن هایی که عزت نفس پایینی دارند. هم چنین فینکلن<sup>۱۱</sup> (۱۹۶۹) با انجام پژوهشی به این نتیجه رسید که افراد دارای عزت نفس بالا هنگامی که توانایی هایشان به چالش طلبیده شود، به احتمال بیشتر کار را با موفقیت به انجام می رسانند تا افرادی که عزت نفس پایینی دارند، و گرینهاوس و بادین<sup>۱۲</sup> (۱۹۷۴) با انجام پژوهشی تحت عنوان «بررسی رابطه عزت نفس با عملکرد» نشان دادند که؛ عزت نفس با عملکرد رابطه معنی داری دارد. نتایج تحقیق دیپ بوی، زولوسکی، دیوهرست و آروری<sup>۱۳</sup> (۱۹۷۸) نیز نشان داد که رابطه ی بین علائق شغلی و خشنودی از آن، با عزت نفس معنی دار است. در همین راستا تحقیقی دیگر توسط تانگ و سارسفیلد- بالدوین<sup>۱۴</sup> (۱۹۹۱) انجام شد، در این پژوهش آزمایشی، اثرات عزت نفس، نوع تکلیف و پس خوراند عملکرد بر روی میل و علاقه به شغل و انگیزش درونی افراد معنی دار بود. هم چنین دیویدز<sup>۱۵</sup> (۱۹۶۳) در پژوهش خود تحت عنوان «ویژگی های مؤسسين شرکت ها و کسب و کارهای کوچک تگزاس و جورجیای آمریکا، استقلال، مسئولیت پذیری و اعتماد به نفس را از جمله مهم ترین ویژگی های افراد کارآفرین می دانند. در تحقیقی دیگر، که

کارآفرینی<sup>۱</sup> و مباحث مربوط به آن را با توجه به این که در حوزه های مختلف دانش از جمله روان شناسی، جامعه شناسی و اقتصاد مورد توجه قرار گرفته اند، می توان به عنوان یک موضوع بین رشته ای قلمداد کرد. این موضوع نشان دهنده وسعت بحث کارآفرینی از یک سو و پیچیدگی آن از سوی دیگر است. موضوع دیگری که به مباحث مربوط به کارآفرینی دامن زده و آن را مورد توجه قرار داده است، نگرانی مدیران اجتماعی و اقتصادی کشورها و سیاست مداران در مورد اشتغال و مشکل بیکاری است که به طور فزاینده ای تفکر خوداشتغالی را به عنوان یک راه حل مورد توجه قرار داده است.

هر چند که اصطلاح کارآفرینی برای نخستین بار توسط کانتیلون<sup>۲</sup> (حدود ۱۷۰۰) تعریف شده است (کیلی، ۱۹۷۱)، ولی شومپتر<sup>۴</sup> (۱۹۳۴) کاربرد عام اصطلاح کارآفرینی را در حوزه اقتصادی به میل<sup>۵</sup> (۱۸۴۸) نسبت می دهد. رساله میل در رابطه با اقتصاد سیاسی می باشد. بعد از میل، شومپتر (۱۹۳۴) از منظر دیگری به کارآفرینی توجه داشته است. وی بر نوآوری و نقش آن در پویایی نظام های اقتصادی تأکید می کند. پارادی<sup>۶</sup> به نقل از شهنی بیلاق، (۱۳۸۱) معتقد است که هیچ تعریفی نمی تواند جامع و رضایت بخش باشد، و تعریف کارآفرینی را به طور اختصاری شامل: کسب و کار، ساختن، یا دادوستد<sup>۸</sup> یا خدمات و تنها مالک<sup>۹</sup> بخشی از یک گروه کوچک می داند.

مک کلند (۱۹۶۱)، کارآفرین را فردی توصیف می کند که با فشار نیازها و رغبت شدید جهت پیشرفت و ساختن برانگیخته می شود. کول<sup>۱۰</sup> افراد کارآفرین را به چهار گروه دسته بندی کرده است: ۱- نوآور، ۲- بازسازی کننده، ۳- مثبت اندیش و ترویج کننده مثبت اندیشی ۴- سازنده و ترمیم کننده سازمان (احمدی پور، ۱۳۸۶).

از نظر مفهومی فرهنگ توصیفی علوم تربیتی «عزت نفس را احساس قائل بودن ارزش برای خود یا میزان ارزش مندی، احترام، شایستگی، توانایی، شناخت شأن و خصایص فردی

ریس سال<sup>۲۹</sup> (۱۹۹۲) نیز، در پژوهشی تحت عنوان «مطالعه ویژگی‌های کارآفرینان» در کشور اندونزی به ۷ ویژگی و خصوصیت در انتخاب یک شغل کارآفرین اشاره می‌کند که یکی از آن صفات، اخلاقیات و نوآوری می‌باشد. شاور، و یلیامز و اسکات<sup>۳۰</sup> (۱۹۹۰) در تحقیقی پیرامون ریسک‌پذیری، اخلاقیات و اعتقادات کارآفرینی نشان دادند، کسانی که فکر می‌کردند ویژگی‌های یک فرد کارآفرین را دارا هستند، اخلاقیات و انگیزه پیشرفت بیشتری داشتند. هم‌چنین احمدپورداریانی<sup>۳۱</sup> (۱۳۸۰) در مقایسه برخی از صفات و ویژگی‌های کارآفرینان مستقل و کارآفرینان سازمانی با هم، نشان داد که ۸۰ تا ۸۵ درصد کارآفرینان مستقل خود را افرادی خلاق ارزیابی می‌کنند. در تحقیقی که توسط آدامز (۱۹۶۵) در خصوص رابطه عزت‌نفس با اخلاقیات دانشجویان رشته علوم اجتماعی دانشگاه پنسیلوانیا انجام گرفت، مشاهده گردید که؛ رابطه عزت‌نفس با اخلاقیات دانشجویان مرد و زن معنی‌دار است. هم‌چنین مقصودی<sup>۳۲</sup> (۱۳۸۴) در پژوهش خود به بررسی ویژگی‌های افراد کارآفرین و مقایسه آن با افراد غیر کارآفرین پرداخت، نشان داد که هوش هیجانی، اخلاقیات، خودکارآمدی، خودپنداره و منبع کنترل، همگی به طور معناداری در افراد کارآفرین بالاتر هستند. کالینگ<sup>۳۳</sup> و موری<sup>۳۴</sup> (۱۹۷۰) نیز، مطالعه‌ای را روی ۱۵۰ نفر انجام دادند و به این نتیجه رسیدند که کارآفرینان انسان‌های سخت‌کوش و پایداری هستند و مردمی عمل‌گرایند که به وسیله نیاز به استقلال و پیشرفت برانگیخته می‌شوند. این بررسی می‌تواند این فواید را برای مطالعه حاضر در برداشته باشد: آیا عزت‌نفس و اخلاقیات می‌توانند کارآفرینی دانشجویان را تبیین نمایند؟ آیا دانشگاه زمینه‌های تقویت و پرورش عزت‌نفس و اخلاقیات و در نهایت کارآفرین‌بار آوردن دانشجویان را فراهم آورده است؟ از این‌رو سؤال اساسی که در دانشگاه مطرح می‌شود آن‌است که؛ عزت‌نفس و اخلاقیات تا چه اندازه پیش‌بینی‌کننده میزان کارآفرینی دانشجویان است؟ هدف

توسط ولش و وایت<sup>۱۶</sup> (۱۹۸۱) تحت عنوان نقاط مشترک ویژگی‌های کارآفرینان انجام شد، از نیاز به کنترل، مسئولیت‌پذیری، هماوردطلبی و عزت‌نفس به‌عنوان ویژگی‌های مشترک کارآفرینان یاد می‌شود، و نتایج تحقیق هورنادی و بونکر<sup>۱۷</sup> (۱۹۷۰) در بررسی ویژگی‌های نمونه‌ای از کارآفرینان بوستون با سابقه‌ی تأسیس شرکت‌های خدماتی و تولیدی نشان داد که؛ اعتماد به نفس، اخلاقیات، رهبری، انگیزه پیشرفت جزو مهم‌ترین خصوصیات افراد کارآفرین هستند. تیمونز<sup>۱۸</sup> (۱۹۷۸) و هورنادی<sup>۱۹</sup> (۱۹۸۲) نیز، در تحقیقات‌شان به این مطلب اشاره می‌نمایند که اعتماد به نفس، جایگاه مهار درونی، اخلاقیات و نوآوری، انگیزه پیشرفت و خطرپذیری متوسط از جمله ویژگی‌های کارآفرینان هستند. و نتایج تحقیق شکرکن و برومندنسب (۱۳۸۱) نشان داد که بین اخلاقیات، انگیزه پیشرفت و عزت‌نفس با کارآفرینی دانشجویان رابطه معنی‌دار وجود دارد. هم‌چنین محبوبی<sup>۲۰</sup> (۱۳۸۶) در تحقیقی نتیجه گرفت بین عزت‌نفس و کارآفرینی رابطه معنی‌دار وجود دارد. از طرف دیگر سولومون<sup>۲۱</sup> (۱۹۸۹؛ به‌نقل از فارسی<sup>۲۱</sup>، ۱۹۹۹) با بررسی ۱۵۰ کارآفرین به این نتیجه رسید که انگیزه کارآفرینان برای شروع به کار، تصمیم به خلق چیزهای جدید و متفاوت بود و سود اقتصادی انگیزه و محرک اولیه رفتار کارآفرینی نبوده‌است. در همین راستا شاین<sup>۲۲</sup> (۱۹۹۴) معتقد است که؛ کارآفرینان واقعی مشاغل جدید را بیشتر برای نوآوری و اخلاقیات شروع می‌کنند تا دلایل اقتصادی. هم‌چنین در تحقیقی که توسط هورنادی و ابود (۱۹۷۱)، تحت عنوان «ویژگی‌های کارآفرینان موفق»، صورت گرفت، این نتیجه مشاهده شد که؛ نوآوری از ویژگی‌های کارآفرینان موفق است. در بعضی از مطالعات مختلف از جمله: هورنادی<sup>۲۳</sup> (۱۹۸۲)، هال، بوسلی و یودل<sup>۲۴</sup> (۱۹۸۰)، به‌نقل از؛ گارتتر<sup>۲۵</sup> (۱۹۸۴)، کارلند و استوارت<sup>۲۶</sup> (۱۹۹۶) و بولی<sup>۲۷</sup> به‌نقل از؛ آمیت<sup>۲۸</sup> و همکاران، (۱۹۹۳)، به برخی از ویژگی‌های افراد کارآفرین اشاره کرده‌اند که اخلاقیات و نوآوری یکی از آن ویژگی‌ها است. از طرف دیگر

ارتباط بالایی با کارآفرینی داشته باشند، مشخص کردند. این چهار حوزه شامل نوآوری کنترل شخصی، نیاز به پیشرفت و عزت نفس بودند. بر این اساس ۷۰۰ ماده شکل گرفت. سپس این ۷۰۰ ماده به وسیله رو بینسون و همکارانش به همراهی دو متخصص روان شناسی بر مبنای یک ارتباط محتوا برای چهار حوزه نوآوری، کنترل، نیاز به پیشرفت و عزت نفس و با توجه به سه مؤلفه توانایی یعنی رفتار، عاطفه و شناخت، سرنده و ویرایش شد و به ۲۶۲ ماده کاهش یافت و در اختیار ۹۱ نفر از دانشجویان رشته روان شناسی دانشگاه بریگهام یونگ قرار داده شد و از آن ها خواسته شد تا ۲۶۲ ماده را به عنوان رفتاری، شناختی و عاطفی طبقه بندی کنند. در نظریه بخشی توانایی این موضوع اهمیت دارد که هر بخش توانایی فقط شامل یک بُعد توانایی باشد و گویه های مربوط به بخش های دیگر را در برنگیرد، ماده هایی که حد اقل ۶۰٪ آزمودنی ها به وجود عاطفه، شناخت و یا رفتار در آنها موافق نبودند. حذف شدند و با انجام دادن این کار تعداد ماده ها به ۹۱ ماده کاهش یافت. سپس پایایی چهار خرده مقیاس با استفاده از روش آزمون-باز آزمون روی نمونه ای از دانشجویان اجرا شد و ضرایب همبستگی به دست آمده بین ۷۱٪ تا ۸۵٪ بود. برای اعتباریابی آزمون از مقایسه گروه های شناخته شده استفاده شد و روی نمونه ای از ۵۴ کارآفرین و ۵۷ غیر کارآفرین اجرا شد که تفاوت میانگین دو گروه در سطح ۰۵٪ معنی دار بود. برای بالابردن همسانی درونی آزمون در ویرایش دیگر که توسط رو بینسون و همکارانش صورت گرفت، تعداد سؤالات به ۷۵ گویه کاهش یافت، با این کار آلفای کرونباخ آزمون به بالای ۸۰٪ افزایش یافت. هم چنین بعد از کاهش گویه ها به ۷۵ عدد، اعتباریابی مجدداً روی گروه های شناخته شده انجام شد که بر این اساس میانگین جهت گیری کارآفرینان و غیر کارآفرینان متفاوت و در سطح ۰۱/۰۰۱ معنی دار بود. طریقه اجرای پرسش نامه به این صورت است که آزمودنی هر یک از گویه ها را می خواند و بر طبق

پژوهش حاضر بررسی رابطه عزت نفس و خلاقیت با کارآفرینی دانشجویان دانشگاه پیام نور مرکز بوکان می باشد.

## روش

این تحقیق از نظر هدف کاربردی است و از نظر ماهیت و روش توصیفی از نوع پیمایشی است. از آن جا که رابطه بین سه متغیر را بررسی می کنیم، تحقیق از نوع همبستگی نیز می باشد.

## جامعه، نمونه و روش نمونه گیری

جامعه آماری در این پژوهش شامل دانشجویان ورودی تا سال ۸۶-۸۵ دانشگاه پیام نور مرکز بوکان است که در مقطع کارشناسی به تحصیل مشغول بوده اند شامل ۵۰۰ نفر (۲۹۰ زن، ۲۱۰ مرد) می باشد و دلیل انتخاب این افراد آن است که با توجه به سطح سنی و سابقه تحصیل در دانشگاه، احتمالاً این گروه از دانشجویان تا اندازه ای ذهن شان متوجه اشتغال شده است و به موضوع کار و چگونگی وارد شدن به بازار کار اندیشیده اند.

نمونه آماری این تحقیق شامل ۲۰۰ نفر دانشجو (۱۱۶ نفر زن و ۸۴ نفر مرد) بود، نمونه با استفاده از نمونه گیری تصادفی- طبقه ای انتخاب گردید.

## ابزار

در این بخش به معرفی آزمون هایی پرداخته خواهد شد که برای ارزیابی فرضیه های تحقیق به کار برده شده اند که ابزارهای پژوهش عبارتند از:

(۱) آزمون کارآفرینی: پرسش نامه کارآفرینی دارای ۷۵ گویه است. این پرسش نامه توسط رو بینسون، استیمپسون، هوفینرو هانت<sup>۳۳</sup> (۱۹۹۱) تهیه شده است و برای نخستین بار در دانشکده علوم تربیتی روان شناسی دانشگاه شهید چمران اهواز توسط شکر کن و برومند نسب (۱۳۸۱) ترجمه شده است. برای تهیه این آزمون رو بینسون و همکارانش (۱۹۹۱)، ابتدا با استفاده از بازنگری گسترده ادبیات کارآفرینی ۴ حوزه ای را که به نظر می رسید

در این پژوهش هم‌چنین ضریب پایایی محاسبه شده به روش آلفای کرانباخ برای آزمودنی‌های زن ۰/۹۳ و برای آزمودنی‌های مرد ۰/۹۴ و برای کل آزمودنی‌ها ۰/۹۳ می‌باشد.

(۲) آزمون اخلاقیات عابدی: این آزمون چهار ویژگی روان‌شناختی زیر را ارزیابی می‌کند:

۱. سیالیت<sup>۳۴</sup> فکری
۲. انعطاف‌پذیری<sup>۳۵</sup> فکری
۳. اصالت<sup>۳۶</sup> یا ابتکار فکری
۴. پیچیدگی<sup>۳۷</sup> یا وسعت و گستردگی فکری

آزمون اخلاقیات عابدی، یک آزمون سه‌گزینه‌ای است که فرم اصلی آن شامل ۵۰ سؤال بود که در ابتدا در ایران در سال ۱۳۶۲ بر روی یک گروه ۶۰۰ نفری از دانش‌آموزان اجرا شد. پس از یک هفته این آزمون مجدداً بر روی گروهی دیگر اجرا شد و ثبات بازآزمایی آن ۰/۸۵ به دست آمد. سپس این آزمون چندین بار مورد تجدید نظر قرار گرفت تا اینکه در سال ۱۹۹۴ نسخه جدیدی از آن توسط عابدی، اونیل و اسپیل برگر معرفی گردید و در سال ۱۹۹۶ به صورت ۶۰ سؤالی تنظیم شد. فرم جدید آن در سال ۱۹۹۷ با ۵۶ سؤال تدوین گردید. در پژوهش حاضر از این فرم استفاده شده است.

شیوه نمره‌گذاری آزمون اخلاقیات عابدی

در این آزمون که به صورت سه‌گزینه‌ای می‌باشد در مورد هر آیت‌م‌گزینه الف یک امتیاز، گزینه ب دو امتیاز و گزینه ج سه امتیاز دریافت می‌کند. به این ترتیب در این آزمون حداکثر نمره ۱۶۸ و حداقل نمره ۵۶ است (مقصودی، ۱۳۸۴).

پایایی آزمون اخلاقیات توسط کفایت به روش آلفای کرانباخ برای کل آزمون ۰/۸۵ به دست آمد. در این پژوهش نیز، آزمون اخلاقیات با ۶۰ سؤال دارای ضریب آلفای کرانباخ محاسبه شده، برابر با ۰/۸۸ بوده است که برای اجرای پرسشنامه شواهد کافی در اختیار قرار می‌دهد.

دست‌والعمل، یکی از گزینه‌های «کاملاً مخالفم»، «مخالفم»، «نظری ندارم»، «موافقم»، «کاملاً موافقم» را انتخاب می‌کند، که گزینه‌های ارائه شده برای هر ماده ۵ گزینه است. بر این اساس حداکثر نمره بین ۱ تا ۵ می‌باشد که با توجه به تعداد گزینه‌های هر ماده تغییر می‌کند. طریقه نمره‌گذاری به این صورت است که بر حسب اینکه گزینه‌های مربوط به هر ماده کارآفرینی را از مخالف به موافق یا از موافق به مخالف اندازه‌گیری می‌کند، ممکن است گزینه «کاملاً مخالفم» بالاترین نمره را به خود اختصاص دهد یا گزینه «کاملاً مخالفم» پایین‌ترین نمره را بگیرد یعنی سؤال‌های ۵-۱۴-۱۸-۲۱-۲۸-۲۹-۳۳-۳۷-۳۸-۵۰-۵۳-۵۶-۶۶-۷۳-۷۴ به صورت «کاملاً مخالفم» (۵)، «مخالفم» (۴)، «نظری ندارم» (۳)، «موافقم» (۲)، «کاملاً موافقم» (۱) می‌باشد، و بقیه سؤالات بصورت «کاملاً مخالفم» (۱)، «مخالفم» (۲)، «نظری ندارم» (۳)، «موافقم» (۴)، «کاملاً موافقم» (۵) می‌باشد.

۷۵ گویه این آزمون شامل ۳ مؤلفه توانایی است که به شرح زیر هر گروه از گویه‌ها یک جنبه از توانایی را اندازه‌گیری می‌کند.

الف) مؤلفه عاطفه: گویه‌های ۱، ۵، ۶، ۱۳، ۱۴، ۱۷، ۱۹، ۲۱، ۲۸، ۳۱، ۳۳، ۳۵، ۳۶، ۴۵، ۴۷، ۵۳، ۵۷، ۶۱، ۶۲، ۶۵، ۶۷، ۶۸، ۷۲، ۷۵ مؤلفه عاطفه را اندازه‌گیری می‌کنند.

ب) مؤلفه شناخت: گویه‌های ۷، ۱۰، ۱۱، ۱۵، ۱۶، ۲۲، ۲۴، ۲۵، ۲۶، ۳۰، ۳۲، ۳۴، ۴۰، ۴۱، ۴۲، ۴۶، ۵۲، ۵۵، ۵۶، ۵۹، ۶۳، ۶۶، ۶۹ مؤلفه شناخت را اندازه‌گیری می‌کنند.

ج) مؤلفه رفتار: گویه‌های ۲، ۴، ۸، ۹، ۱۲، ۱۸، ۲۰، ۲۳، ۲۷، ۲۹، ۳۷، ۳۸، ۳۹، ۴۳، ۴۴، ۴۸، ۴۹، ۵۰، ۵۱، ۵۸، ۶۰، ۶۴، ۷۰، ۷۱، ۷۳، ۷۴ مؤلفه رفتار را اندازه‌گیری می‌کنند.

در پژوهش شکرکن و برومندنسب ضریب پایایی محاسبه شده به روش آلفای کرانباخ برای آزمودنی‌های زن ۰/۹۳ و برای آزمودنی‌های مرد ۰/۹۴ و برای کل آزمودنی‌ها ۰/۹۳ است.

(۳) آزمون عزت نفس کوپراسمیت کوپراسمیت<sup>۳۸</sup> (۱۹۷۶) مقیاس عزت نفس خود را براساس تجدید نظری که بر روی مقیاس راجرز دیموند (۱۹۵۶) انجام داده تهیه و تدوین کرد. این مقیاس دارای ۵۸ ماده است که ۸ ماده آن یعنی شماره های ۶-۱۳-۲۰-۲۷-۳۴-۴۱-۴۸-۵۵ دروغ سنج است در مجموع ۵۰ ماده آن بر ۴ خرده مقیاس عزت نفس کلی، عزت نفس اجتماعی (هم سالان) و عزت نفس خانوادگی (والدین) و عزت نفس تحصیلی (آموزشگاه) تقسیم شده است. شیوه نمره گذاری این آزمون بصورت صفر و یک است به این معنا که ماده های شماره ۲-۴-۵-۱۰-۱۴-۱۸-۱۹-۲۱-۲۳-۲۸-۲۹-۳۰-۳۲-۳۶-۴۵-۴۷-۵۷ پاسخ بلی یک نمره و پاسخ خیر صفر می گیرد و بقیه سؤالات به صورت معکوس است یعنی پاسخ خیر آنها یک نمره و پاسخ بلی صفر میگیرد. بدیهی است که حداقل نمره ای که یک فرد ممکن است بگیرد صفر و حداکثر ۵۰ خواهد بود. چنان چه پاسخ دهنده از ۸ ماده دروغ سنج بیش از ۴ نمره بیاورد بدان معنی است که اعتبار آزمون پایین است و یافته ها

آزمودنی سعی کرده است خود را بهتر از آن چه که هست جلوه دهد. در تحقیقی که بر روی ۲۳۰ نفر در سال ۱۳۷۰ بر روی دانش آموزان سال سوم دبیرستان های شهرستان تهران انجام شده است، میانگین به دست آمده ۲۵/۴ است لذا افرادی که در این آزمون بیشتر از میانگین نمره بگیرند دارای عزت نفس بالا و افرادی که کمتر از آن نمره بگیرند دارای عزت نفس پایین خواهد بود. در این پژوهش آزمون عزت نفس با ۵۸ سوال دارای ضریب آلفای کراباخ محاسبه شده برابر با ۰/۸۳ بوده است که برای اجرای پرسشنامه مناسب می باشد. در پژوهش حاضر روش های آمار توصیفی و استنباطی به کار برده شده است، روش های توصیفی مورد استفاده شامل محاسبه انحراف معیار، میانگین و... می باشد برای آزمون فرضیه ها از ضریب همبستگی پیرسون، و رگرسیون چندمتغیره استفاده شد ضمناً تجزیه و تحلیل داده ها با استفاده از کامپیوتر و برنامه آماری SPSS انجام گرفت.

#### الف) تحلیل های توصیفی تحقیق

جدول ۱: جامعه آماری به تفکیک جنسیت

جنسیت	جامعه	حجم نمونه	نرخ بازگشت
پسر	۲۱۰	۸۴	۸۴
دختر	۲۹۰	۱۱۶	۱۰۶
جمع	۵۰۰	۲۰۰	۱۹۰

جدول ۲: شاخص های توصیفی عزت نفس و خلاقیت با کارآفرینی دانشجویان دانشگاه پیام نور

متغیرها	میانگین	انحراف استاندارد	تعداد
کارآفرینی	۳/۴۲۲	۳۶۴۹۳	۱۹۰
عزت نفس	۶۲۴۳	۱۱۹۹۶	۱۹۰
خلاقیت	۲/۲۰۰۲	۲۶۸۱۱	۱۹۰

جدول شماره ۲: نشان می دهد که میانگین نمره کارآفرینی که از پرسش نامه کارآفرینی و میانگین نمره عزت نفس که از پرسش نامه عزت نفس و میانگین نمره خلاقیت که از پرسش نامه خلاقیت به دست آمده است به ترتیب ۳/۴۲۲، ۶۲۴۳/۲، ۲/۲۰۰۲ می باشد.

جدول ۳: شاخص های توصیفی عزت نفس و خلاقیت با کارآفرینی دانشجویان (زن) دانشگاه پیام نور

متغیرها	میانگین	انحراف استاندارد	تعداد
کارآفرینی	۳/۴۹۷۱	۳۰۳۴۳	۱۰۶
عزت نفس	۶۵۲۷	۱۰۸۵۶	۱۰۶
خلاقیت	۲/۱۷۰۳	۲۳۷۹۸	۱۰۶

جدول شماره ۳: نشان می دهد که میانگین نمره کارآفرینی که از پرسش نامه کارآفرینی و میانگین نمره عزت نفس که از پرسش نامه عزت نفس و میانگین نمره خلاقیت که از پرسش نامه خلاقیت به دست آمده است. به ترتیب برای زنان ۳/۴۹۷۱، ۶۵۲۷/۲، ۲/۱۷۰۳ می باشد.

جدول ۴: شاخص های توصیفی عزت نفس و خلاقیت با کارآفرینی دانشجویان (مرد) دانشگاه پیام نور

متغیرها	میانگین	انحراف استاندارد	تعداد
کارآفرینی	۳/۳۲۸۳	۴۱۳۱۳	۸۴
عزت نفس	۵۸۸۴	۱۲۴۶۰	۸۴
خلاقیت	۲/۲۳۷۹	۲۹۹۱۰	۸۴

جدول شماره ۴: نشان می دهد که میانگین نمره کارآفرینی که از پرسش نامه کارآفرینی و میانگین نمره عزت نفس که از پرسش نامه عزت نفس و میانگین نمره خلاقیت که از پرسش نامه خلاقیت به دست آمده است. به ترتیب برای مردان ۳/۳۲۸۳، ۵۸۸۴/۲، ۲/۲۳۷۹ می باشد.

رگرسیون چندمتغیره استفاده شد و برای فرضیه های که به تفکیک جهت رابطه عزت نفس و خلاقیت با کارآفرینی دانشجویان تدوین شده بودند، ضریب همبستگی پیرسون برای این فرضیه ها انجام داده شد.

فرضیه (۱) بین عزت نفس و خلاقیت و جنسیت با کارآفرینی دانشجویان دانشگاه پیام نور رابطه وجود دارد.

#### ب) تحلیل های استنباطی تحقیق

برای تحلیل فرضیه های اصلی و فرعی تأثیر عزت نفس و خلاقیت بر کارآفرینی دانشجویان از

جدول ۵: آنالیز واریانس بررسی معنی داری ارتباط عزت نفس و خلاقیت و جنسیت با کارآفرینی دانشجویان دانشگاه پیام نور به طور کلی

منابع	مجموع مجدورات	Df	میانگین مجدورات	F	سطح معنی داری
رگرسیون	۵/۱۰۰	۳	۱/۷۰۰		
باقی مانده	۲۰/۰۶۹	۱۸۶		۱۵/۷۵۶	۰/۰۱
کل	۲۵/۱۶۹	۱۸۹	۱/۰۸		

جدول شماره ۵: نشان می دهد که آنالیز واریانس مربوط به بررسی ارتباط عزت نفس و خلاقیت با کارآفرینی دانشجویان دانشگاه پیام نور به طور کلی در سطح ۰/۰۱ معنی دار بوده است که نحوه اثر گذاری و

جدول ۶: ضریب رگرسیون تاثیر عزت نفس و خلاقیت و جنسیت بر کارآفرینی دانشجویان دانشگاه پیام نور به طور کلی

مدل	B مقدار ضریب رگرسیون	خطا	t	معنی داری
ثابت مدل	۱/۹۶۶	۲۲۲	۸/۸۳۸	۰/۰۱
عزت نفس	۴۶۱	۲۲۹	۲/۰۱۳	۰/۰۵
خلاقیت	۴۱۳	۰۹۹	۴/۱۴۹	۰/۰۱
جنسیت	۱۶۷	۰۵۱	۳/۲۴۶	۰/۰۱

جدول شماره ۶: نشان می دهد که با توجه به مقدار آماره  $t = ۲/۰۱۳$  ارتباط عزت نفس با کارآفرینی دانشجویان به طور کلی با مقدار ضریب رگرسیونی برابر با  $۴۶۱$  در سطح  $۰/۰۵$ ، مقدار آماره  $t = ۴/۱۴۹$  ارتباط خلاقیت با کارآفرینی دانشجویان به طور کلی با مقدار ضریب رگرسیونی برابر با  $۴۱۳$  در سطح  $۰/۰۱$  معنی دار بوده است و هم چنین با توجه به مقدار آماره  $t = ۳/۲۴۶$  ارتباط جنسیت با کارآفرینی دانشجویان به طور کلی با

جدول ۷: آنالیز واریانس بررسی معنی داری ارتباط عزت نفس و خلاقیت با کارآفرینی دانشجویان مرد دانشگاه پیام نور

منابع	مجموع مجدورات	Df	میانگین مجدورات	F	سطح معنی داری
رگرسیون	۲/۶۸۱	۲	۱/۳۴۱		
باقی مانده	۱۱/۴۸۵	۸۱		۹/۴۵۵	۰/۰۱
کل	۱۴/۱۶۶	۸۳	۱/۴۲		



جدول شماره ۷: نشان می دهد که آنالیز واریانس مربوط به بررسی ارتباط عزت نفس و اخلاقیت با کارآفرینی دانشجویان مرد دانشگاه پیام نور در سطح ۰/۱ معنی دار بوده است که نحوه اثرگذاری و میزان ارتباط عزت نفس و اخلاقیت با کارآفرینی دانشجویان دانشگاه پیام نور مرد در جدول زیر آمده است.

جدول ۸: ضریب رگرسیون ارتباط عزت نفس و اخلاقیت با کارآفرینی دانشجویان مرد دانشگاه پیام نور

مدل	B مقدار ضریب رگرسیون	خطا	t	معنی داری
ثابت مدل	۱/۹۴۸	۳۲۵	۵/۹۸۴	۰/۱
عزت نفس	۰/۷۰۱	۳۵۴	۱/۹۸۰	۰/۵
اخلاقیت	۰/۴۳۳	۱۴۸	۲/۹۳۲	۰/۱

جدول شماره ۸: نشان می دهد که با توجه به مقدار آماره  $t = ۱/۹۸۰$  ارتباط عزت نفس با کارآفرینی دانشجویان مرد با مقدار ضریب رگرسیونی برابر با ۰/۷۰۱ در سطح ۰/۵ و هم چنین با توجه به مقدار آماره ۲/۹۳۲  $t =$  ارتباط اخلاقیت با کارآفرینی دانشجویان مرد با مقدار ضریب رگرسیونی برابر با ۰/۴۳۳ در سطح ۰/۱ معنی دار بوده است که علامت مثبت متغیرهای عزت نفس، اخلاقیت بیانگر ارتباط مثبت آن با کارآفرینی دانشجویان مرد می باشد.

۱-۲- بین عزت نفس و اخلاقیت با کارآفرینی دانشجویان زن دانشگاه پیام نور رابطه وجود دارد.

جدول ۹: آنالیز واریانس بررسی معنی داری ارتباط عزت نفس و اخلاقیت با کارآفرینی دانشجویان زن دانشگاه پیام نور

منابع	مجموع مجذورات	Df	میانگین مجذورات	F	سطح معنی داری
رگرسیون	۱/۲۶۰	۲	۰/۶۳۰		
باقی مانده	۸/۴۰۸	۱۰۳	۰/۰۸۲	۷/۷۱۸	۰/۱
کل	۹/۶۶۸	۱۰۵			

جدول شماره ۹: نشان می دهد که آنالیز واریانس مربوط به بررسی ارتباط عزت نفس و اخلاقیت با کارآفرینی دانشجویان دانشگاه پیام نور زن در سطح ۰/۱ معنی دار بوده است که نحوه اثرگذاری و میزان ارتباط عزت نفس و اخلاقیت با کارآفرینی دانشجویان دانشگاه پیام نور زن در جدول زیر آمده است.

جدول ۱۰: ضریب رگرسیون ارتباط عزت نفس و اخلاقیت با کارآفرینی دانشجویان زن دانشگاه پیام نور

مدل	B مقدار ضریب رگرسیون	خطا	t	معنی داری
ثابت مدل	۲/۴۸۵	۲۵۹	۹/۵۹۲	۰/۱
عزت نفس	۰/۸۰۱	۳۸۳	۲/۰۹	۰/۵
اخلاقیت	۰/۴۰۶	۱۳۷	۲/۹۵۷	۰/۱

جدول شماره ۱۰: نشان می دهد که با توجه به مقدار آماره  $t = ۲/۰۹$  ارتباط عزت نفس با کارآفرینی دانشجویان زن با مقدار ضریب رگرسیونی برابر با ۰/۸۰۱ در سطح ۰/۵ و هم چنین با توجه به مقدار آماره ۲/۹۵۷

$t$ = ارتباط خلاقیت با کارآفرینی دانشجویان زن با مقدار ضریب رگرسیونی برابر با ۰/۴۰۶ در سطح ۰/۰۱ معنی دار بوده است که علامت مثبت متغیرهای عزت نفس، خلاقیت بیانگر ارتباط مثبت آن با کارآفرینی دانشجویان زن می باشد.  
فرضیه (۲) بین عزت نفس با کارآفرینی دانشجویان دانشگاه پیام نور رابطه وجود دارد.

جدول ۱۱: ضرایب همبستگی ساده بین متغیرهای عزت نفس با کارآفرینی به طور کلی

کارآفرینی با	R	R <sup>2</sup>	سطح معنی داری
عزت نفس به طور کلی	۰/۴۲۷	۰/۱۸۲	۰/۰۱
عزت نفس دانشجویان زن	۰/۴۸	۰/۲۳	۰/۰۱
عزت نفس دانشجویان مرد	۰/۴۱۵	۰/۱۷	۰/۰۱

جدول شماره ۱۱: نشان می دهد که همبستگی کارآفرینی با عزت نفس دانشجویان به طور کلی ۰/۴۲۷ و دانشجویان زن ۰/۴۸ و دانشجویان مرد ۰/۴۱۵ در سطح ۰/۰۱ معنی دار است.

فرضیه (۳) بین خلاقیت با کارآفرینی دانشجویان دانشگاه پیام نور رابطه وجود دارد.

جدول ۱۲: ضرایب همبستگی ساده بین متغیرهای خلاقیت با کارآفرینی

کارآفرینی با	R	R <sup>2</sup>	سطح معنی داری
خلاقیت به طور کلی	۰/۵۶۷	۰/۳۲	۰/۰۱
خلاقیت دانشجویان زن	۰/۵۲	۰/۲۷	۰/۰۱
خلاقیت دانشجویان مرد	۰/۵۸	۰/۳۳	۰/۰۱

جدول شماره ۱۲: نشان می دهد که همبستگی کارآفرینی با خلاقیت دانشجویان به طور کلی ۰/۵۶۷ و دانشجویان زن ۰/۵۲ و دانشجویان مرد ۰/۵۸ در سطح ۰/۰۱ معنی دار است.

$F=۲/۰۱۳$  در سطح ۰/۰۵، و ارتباط خلاقیت با کارآفرینی دانشجویان پیام نور به طور کلی  $B=۰/۴۱۳$  و  $t=۴/۱۴۹$  در سطح ۰/۰۱ و جنسیت با کارآفرینی دانشجویان پیام نور به طور کلی  $B=۰/۱۶۷$  و  $t=۳/۲۴۶$  در سطح ۰/۰۱ معنی دار است، که علامت مثبت متغیرهای عزت نفس، خلاقیت و جنسیت بیانگر ارتباط مثبت آن با کارآفرینی دانشجویان به طور کلی می باشد.

#### الف - مردان

برای بررسی ارتباط عزت نفس و خلاقیت به عنوان متغیرهای مستقل هم زمان با کارآفرینی دانشجویان مرد به عنوان متغیر وابسته از تحلیل رگرسیون چندمتغیره استفاده شد که نتایج نشان داد بین عزت نفس و خلاقیت با کارآفرینی دانشجویان مرد به طور کلی ( $F=۹/۴۵۵$ ،  $p<۰/۰۱$ ) ارتباط معنی داری وجود دارد که مقدار

#### بحث و نتیجه گیری

همان طور که در بخش یافته های مربوط به فرضیه ها ملاحظه شد نتایج تحلیل رگرسیون چندمتغیره ارتباط عزت نفس، خلاقیت و جنسیت به عنوان متغیرهای مستقل هم زمان با کارآفرینی به عنوان متغیر وابسته نشان داد که ارتباط عزت نفس، خلاقیت و جنسیت با کارآفرینی دانشجویان پیام نور به طور کلی ( $F=۱۵/۷۵۶$  و  $p<۰/۰۱$ ) معنی دار است که مقدار ضرایب رگرسیونی ارتباط عزت نفس با کارآفرینی دانشجویان به طور کلی  $B=۰/۴۶۱$  و

ضریب رگرسیونی ارتباط عزت نفس با کارآفرینی دانشجویان مرد  $B=701$  و  $t=1980$  در سطح  $0.05$  و ارتباط اخلاقیت با کارآفرینی دانشجویان مرد  $B=433$  و  $t=2932$  در سطح  $0.01$  معنی دار است که علامت مثبت متغیرهای عزت نفس و اخلاقیت بیانگر ارتباط مثبت آن با کارآفرینی دانشجویان مرد می باشد.

ب- زنان

برای بررسی ارتباط عزت نفس و اخلاقیت به عنوان متغیرهای مستقل هم زمان با کارآفرینی دانشجویان زن به عنوان متغیر وابسته از تحلیل رگرسیون چندمتغیره استفاده شد که نتایج نشان داد بین عزت نفس و اخلاقیت با کارآفرینی دانشجویان زن به طور کلی  $(p < 0.01, F = 7718)$  ارتباط معنی داری وجود دارد که مقدار ضریب رگرسیونی ارتباط عزت نفس با کارآفرینی دانشجویان زن  $B=801$  و  $t=209$  در سطح  $0.05$  و ارتباط اخلاقیت با کارآفرینی دانشجویان زن  $B=406$  و  $t=2957$  در سطح  $0.01$  معنی دار است که علامت مثبت متغیرهای عزت نفس و اخلاقیت بیانگر ارتباط مثبت آن با کارآفرینی دانشجویان زن می باشد.

همان طور که در بخش یافته های مربوط به فرضیه ها ملاحظه شد، شدت همبستگی بین عزت نفس و کارآفرینی مثبت و در سطح  $p < 0.01$  معنی دار بود نتایج به دست آمده، در مورد این فرضیه ضمن تأیید نتایج پژوهش های انجام شده، توسط پژوهشگران دیگر هم چون خدمتی توسل (۱۳۷۹)، شکر کن (۱۳۸۱)، محبوبی (۱۳۸۶)، مقصدی (۱۳۸۴)، دیپ بسوی، زولوسکی، دیوهرست و آروری (۱۹۷۸)، تانگ و سارسفیلد- بالدوین (۱۹۹۱)، دیولدز (۱۹۶۳)، ولش و وایت (۱۹۸۱)، هورنادی (۱۹۸۲)، سولومون (۱۹۸۹)؛ به نقل از؛ فارس، (۱۹۹۹)، گرینهاسوس و بادین (۱۹۷۴)، آدامز (۱۹۶۵)، فینکلن (۱۹۶۹) و کورمن (۱۹۷۷) حاکی از این است که؛ هر چه عزت نفس دانشجویان بالاتر باشد کارآفرینی در آن ها بیشتر است.

نتایج به دست آمده از این فرضیه، در مورد رابطه بین عزت نفس با کارآفرینی به برخی از ویژگی های افراد دارای عزت نفس بالا بر می گردد که در افراد کارآفرین نیز یافت می شود یکی از ویژگی های افراد دارای عزت نفس بالا که در برخی از تحقیقات به آن اشاره شده است، (ابراز وجود) است. مثلاً در زمینه انگیزش افراد برای کار، نظریه های مختلفی در حوزه روان شناسی صنعتی و سازمانی مطرح شده است. معروف ترین این نظریه ها، نظریه تباین شناختی<sup>۳۹</sup> (فستینگر<sup>۴۰</sup>، ۱۹۵۷). نظریه نابرابری<sup>۴۱</sup> (آدامز ۱۹۶۵) و نظریه خودباقائی<sup>۴۲</sup> (کورمن، ۱۹۷۷) هستند. از میان این نظریه ها، نظریه خودباقائی با موضوع عزت نفس قرابت بیشتری دارد.

به عقیده ی کورمن (۱۹۷۷) برای تحقق رفتار اثربخش وجود حداقل سه شرط ضروری است. اولاً، لازم است فرد به انجام وظیفه اقدام کند. ثانیاً، تعارض خصمانه و پرخاشگری باید به اندازه ی کافی مهار شوند تا منجر به تضعیف سازمان نشوند و وقت و کوشش صرف آنها نگردد که نتوان به اهداف سازمان نائل آمد. ثالثاً در صورتی که شغل ایجاب کند باید برای دگرگونی و اخلاقیت گنجایش وجود داشته باشد. کورمن (۱۹۷۷) معتقد است نظریه خود باقائی تمام این شرایط را در بر می گیرد. و می تواند شرایطی را که در آن ها پیشرفت، پرخاشگری، پذیرا بودن دگرگونی و آفرینندگی در محیط های سازمانی روی دهد، پیش بینی کند.

پالمر<sup>۴۳</sup> (۱۹۸۷) کارآفرینان را افرادی مبتکر و متکی به نفس می داند. وی معتقد است ثروت از طریق افراد با جرأت ایجاد می شود که هیچ کس انتظار آن را ندارد. و یا مک کران و فلائیگان<sup>۴۴</sup> (۱۹۹۶) کارآفرینان را افرادی نوآور، با فکری متمرکز، دارای انگیزه پیشرفت بالا و مایل به استفاده از میان برها می داند که کمتر مطابق کتاب و اصول پذیرفته شده عمل می کنند. هم چنین،

در تبیین این یافته می توان گفت که بین ویژگی های افراد خلاق و افراد کارآفرین هم پوشی وجود دارد. به طوری که برخی از پژوهشگران کارآفرینی را مطابق با خلاقیت تصور می کنند. مثلاً شومپتر (۱۳۳۴) ملاک و اساس کارآفرینی را خلاقیت و نوآوری می داند، وی در کتاب، نظریه اقتصاد پویا<sup>۴۵</sup>، مشخصات یک اقتصاد سالم و پویا را نوآوری و کارآفرینی می داند، به نظر وی تعادل پویا از طریق نوآوری و کارآفرینی ایجاد می شود. هم چنین دراکر<sup>۴۶</sup> (۱۹۸۵) معتقد است کارآفرینی بدون خلاقیت و نوآوری حاصلی ندارد. به دلیل این که کارآفرینان کارهایی را انجام می دهند و یا خدماتی را ارائه می دهند که قبل از آنان توسط دیگران نشده است، کارآفرینان تمامی جوانب امور را برای حل مشکلات در نظر می گیرند. و بنا بر تناسب، مشکلات را طبقه بندی می کنند. از آن جایی که راه حل ها فقط برای موارد در نظر گرفته شده، قابل اجرا می باشند، کارآفرینان همیشه در جستجوی راه حل های جایگزین هستند (نطاق، ۱۳۸۰). از سوی دیگر اشخاص خلاق استقلال را ارج می نهند، بلند پرواز هستند و فرایندهای فکری غیرعادی دارند (کورمن، ۱۹۷۷). هم چنین تورنس<sup>۴۷</sup> (۱۹۹۸) برخی از ویژگی های افراد خلاق را چنین برمی شمرد: آزردهی از کارهای تکراری، توان فکر کردن و پرداختن به چند موضوع در یک زمان، تلاش در انجام کارها با این که نسبت به دیگران متفاوت به نظر آیند، مخاطره پذیر بودن، خودآغازگری، پشتکار و پایداری. هم چنین، سیمونتون (۲۰۰۰) معتقد است که روش غیرمعمول، درک سریع و صحیح از روابط بین پدیده ها، مستقل بودن، نگرانی نداشتن از ویژگی های افراد خلاق هستند، افراد خلاق مستعد آند که مستقل، ناهم رنگ، غیرمعمول و حتی تک رو باشند، نسبت به تجربه های تازه بازترند و شهامت مخاطره پذیری بیشتری دارند. براین اساس منطقی به نظر می رسد که بین خلاقیت و کارآفرینی رابطه وجود داشته باشد.

سالازار و همکاران (نطاق، ۱۳۸۰) معتقدند کارآفرینان به خاطر اعتماد به نفس خود، شهرت دارند. آن ها بر این باورند که انتظاراتی از آن ها هست که می توانند برآورده کنند. آن ها امکان موفقیت خویش را بیش از آن چیزی که هست در نظر می گیرند. وقتی که ندانند به چه شکلی می توانند کاری را انجام دهند، بر توانایی های خود متکی شده و معیارهای بالایی را برای انتظاراتی که از آن ها می رود در نظر می گیرند. به همین خاطر است که دیگران به آن ها اطمینان دارند و معمولاً نظرات و عقاید آن ها را جویا می شوند. این صفت به نوعی توضیح می دهد که چرا کارآفرینان از خطر استقبال می کنند. زیرا آن ها به توانایی های خود برای تأثیر در نتیجه ی کار، اعتماد دارند و این اعتماد بیش از اعتماد دیگران است. کارآفرینان افرادی غیرعملی که در دنیای رؤیایی زندگی کنند، نیستند. آن ها به واقعیت ها استناد کرده، و محاسبات خود را بر مبنای آن انجام می دهند.

هم چنین نتایج به دست آمده در بخش یافته ها نشان می دهد همبستگی بین خلاقیت و کارآفرینی مثبت و در سطح  $p < 0/01$  معنی دار بود. نتایج به دست آمده در مورد این فرضیه ضمن تأیید نتایج پژوهش های انجام شده توسط پژوهشگران دیگر هم چون خدمتی (۱۳۷۹)، بدری و همکارانش (۱۳۸۳)، کلانتری و همکارانش (۱۳۸۳)، کفایت (۱۳۷۳)، حقیقت (۱۳۷۷)، شکرکن و برومندنسب (۱۳۸۱)، محبویی (۱۳۸۶)، مقصودی (۱۳۸۴)، هورنادی و بونکر (۱۹۷۰)، تیمونز (۱۹۷۸)، هورنادی (۱۹۸۲)، سولومون (۱۹۸۹)؛ به نقل از؛ فارس (۱۹۹۹)، شاین (۱۹۹۴)، هورنادی و ابود (۱۹۷۱)، هورنادی (۱۹۸۲)، هال، بوسلی و یودل (۱۹۸۰)؛ به نقل از؛ گارتنر، (۱۹۸۴)، بولی به نقل از؛ آمیت و همکاران، (۱۹۹۳)، شاور، ویلیامز و اسکات (۱۹۹۰) و ریس سال (۱۹۹۲) حاکی از این است که؛ هرچه خلاقیت دانشجویان بیشتر باشد تمایلات کارآفرینی آنان بیشتر است.

31. Colling
32. Morre
33. Robinson , et al
34. Fluency
35. Flexibility
36. Originality
37. Elaboration
38. Coopersmith
39. Cognitive -Dissonance Theory
40. Festinger
41. Inequity Theory
42. Self – Consistency Theory
43. Palmer
44. Mckeran & Flannigan
45. Theory of Dynamic Economics
46. Drucker
47. Torrance

#### منابع

- احمدپور داریانی، م. (۱۳۸۰). ضرورت توسعه آموزش کارآفرینی. تهران: مرکز کارآفرینی دانشگاه امیرکبیر.
- احمدی پور، ل. (۱۳۸۶). اثربخشی آموزش مهارت های کارآفرینی بر نگرش نسبت به بازار کار و خودپنداره شغلی افراد مراجعه کننده به ستاد کارآفرینی شهرداری تهران. پایان نامه کارشناسی ارشد چاپ نشده، دانشگاه علامه طباطبایی.
- بدری، ا. (۱۳۸۴). بررسی قابلیت های کارآفرینی دانشجویان دانشگاه اصفهان، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم تربیتی. دانشگاه اصفهان.
- حقیقت، ش. (۱۳۷۷). بررسی ویژگی های شخصیتی دانش آموزان خلاق و تعیین رابطه میان خلاقیت، پیشرفت تحصیلی، هوش، طبقه اجتماعی و جنسیت در گروهی از دانش آموزان سال سوم راهنمایی در شهر شیراز. شورای تحقیقات آموزش و پرورش استان فارس.
- شکرکن، ح. (۱۳۷۷). مجله علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه شهید چمران اهواز، دوره سوم، سال پنجم، شماره های ۱ و ۲ صص ۹۴-۷۱.
- خدمتی توسل، بی نام (۱۳۷۹). بررسی زمینه های بروز و پرورش کارآفرینی در دانشجویان سال آخر کارشناسی و کارشناسی ارشد دانشگاه شهید بهشتی، پایان نامه ی کارشناسی ارشد، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی دانشگاه شهید بهشتی.

براساس یافته‌ها پیشنهاد می‌شود که:

- ۱- مسئولین دانشگاه بایستی تمهیداتی اتخاذ نمایند که در زمینه تحصیلی، اجتماعی و سایر جنبه‌های عزت نفس دانشجویان را تقویت نمایند چراکه نتایج نشان داده‌است که دانشجویان از عزت نفس پایین برخوردارند.
- ۲- با انجام پژوهش‌هایی، ارتباط برخی از متغیرهای روان‌شناختی و زمینه‌ای دیگر مانند فناوری اطلاعات و ارتباطات، شیوه‌های یادگیری (سبک‌های شناختی)، سبک‌های هویتی، خودکارآمدی، انگیزه پیشرفت، سن، سابقه خدمت و سطح تحصیلات و نظایر این‌ها با کارآفرینی، مورد بررسی قرار گیرد.
- ۳- پیشنهاد می‌شود که رابطه عزت نفس و اخلاقیت با کارآفرینی در سایر سازمان‌های دولتی و غیردولتی مورد بررسی قرار گیرد.

#### یادداشت‌ها

1. Entrepreneurship
2. Cantillion
3. Kilby
4. Schumpeter
5. Mill
6. Paradi
7. Business
8. Trading
9. Proprietor
10. Cole
11. Finkleman
12. Greenhaus & Badin
13. Dipboy, et al
14. Tang & Sarsfield - Baldwin
15. Davids
16. Welsh & White
17. Hornaday & Bunker
18. Timmons
19. Hornaday
20. Solomon
21. Faris
22. Schein
23. Hornaday
24. Hull, et al
25. Gartner
26. Carland, et al
27. Bewly
28. Amit
29. Rissal
30. Shaver, et al

مقصودی، ج. (۱۳۸۴). بررسی و مقایسه ویژگیهای شخصیتی و روان شناختی (هوش هیجانی، خلاقیت، خو"دپنداره، خودکارآمدی و منبع کنترل) کارآفرینان تهرانی با افراد عادی. پایان نامه کارشناسی ارشد چاپ نشده، دانشگاه علامه طباطبایی.

هیأت نویسندگان (ملیتو، سالازار، تیونگ، آگیو و پاز). (۱۳۸۰). مقدمه ای بر کارآفرینی. ترجمه سیامک نطق. تهران: کوهسار.

Amit, Glosten, L., Muller, E. (1993). *Challenges to theory development in entrepreneurship research*. Journal of Management, 8(2), 15-27.

Adams, J. S. (1965). *Inequality in social exchange*. In L. Brekowitz (ed.) *Advances in Experimental social Psychology*, Vol. 2. New York: Academic, 267- 299.

Coopersmith, S. A. (1967). *The antecedents of self-esteem*. Sanfrancisco: Freeman.

Carland, J. A., Carland, J. w & Stewart, W. H. (1996). *Seeing what's not there: The enigma of entrepreneurship*, Journal of Small Business Strategy, 7(1), 1-20.

Collin, O. F., & Morre, D. G. (1970). *The organization makers*. New York :Appleton Century-Crofts.

Dams, J. S. (1965). *Inequality in social exchange*. In L. Brekowitz (ed.) *Advances in Experimental social Psychology*, Vol. 2. New York: Academic, 267-299.

Dipboy, R. H. Zullowski, W. H. Dewhirst H.D & Arvey, R. D. (1978). *Self-esteem as a moderator of the relationship between scientific interest and the job satisfaction of physicists and engineers*. Journal of Psychology, 63(3), 289-294.

Dauids, I. F. (1963). *Characteristics of small business founders in Texas & Georgia*. Athens, Ga: Bureau of Business Research, University of Georgia.

Drucker, P. (1985). *The discipline of innovation*. Harvard Business Review, 26(4), 67-72.

Farsi, S. (1999). *Seeking entrepreneurial origins: Are entrepreneurs born or made?* Kauffman Center for Entrepreneurial.

Festinger, L. (1957). *A theory of cognitive dissonance*. Evanston: Row, Peterson.

سالازار، ام. اس. تیونگ-ا. کو. ای. و دیاز، پی. اچ. (۱۳۸۰). مقدمه ای بر کارآفرینی. ترجمه: سیامک نطق. سازمان ملی بهره وری ایران. تهران: انتشارات کوهسار.

سیموتون. دی. ک. (۲۰۰۰). *خلاقیت: جنبه های شناختی، شخصی، تحولی، و اجتماعی*، ترجمه: حسین شکر کن (۱۳۷۷). مجله علوم تربیتی و روانشناسی دانشگاه شهید چمران اهواز، دوره سوم، سال پنجم شماره های ۲۱ و ۲ صص ۹۴-۷۱.

شهنی ییلاق، م. (۱۳۸۱). *کارآفرینی. مقاله ارائه شده در سمینار: پیش آمدهای مهم روان شناسی در کارآفرینی*، مرکز کاراد دانشگاه شهید چمران اهواز.

شکر کن و دیگران (۱۳۸۱). *بررسی رابطه ساده و چندگانه خلاقیت، انگیزه پیشرفت و عزت نفس با کارآفرینی در دانشجویان دانشگاه شهید چمران اهواز*.

عابدی، ج. (۱۳۷۲). *خلاقیت و شیوه های نو در اندازه گیری آن*، مجله پژوهش های روانشناختی، دوره دوم شماره ۲۱ و ۲ صص ۵۴-۴۶.

فرمهبینی فراهانی، م. (۱۳۷۸). *فرهنگ توصیفی علوم تربیتی*. تهران: انتشارات اسرار دانش.

کلاتری، ص.؛ ربانی، ر.؛ هزار جریبی، ج. (۱۳۸۳). *بررسی میزان کارآفرینی دانش آموختگان در عرصه نشریات و مطبوعات*، نامه ی علوم اجتماعی. شماره ۲۳.

کفایت، س.م. (۱۳۷۳). *بررسی ارتباط شیوه ها و نگرش های فرزند پروری با خلاقیت و رابطه متغیر اخیر با هوش، پیشرفت تحصیلی و رفتارهای پیشرفت گرای دانش آموزان سال اول دبیرستان های اهواز*. اداره کل آموزش و پرورش استان خوزستان. شورای تحقیقات.

کورمن، ا. ک. (۱۹۷۷). *روانشناسی صنعتی و سازمانی*. ترجمه : حسین شکر کن ( ۱۳۷۰ ). تهران: انتشارات رشد.

مهین دوست، ز. (۱۳۷۹). *بررسی رابطه مسئولیت پذیری و جایگاه مهار با خودشکوفایی و رابطه خودشکوفایی با خلاقیت در دانشجویان دانشگاه شهید چمران اهواز*. پایان نامه کارشناسی ارشد روانشناسی تربیتی دانشگاه شهید چمران اهواز.

محبوبی، ط. (۱۳۸۶). *بررسی رابطه باورهای هوشی، عزت نفس و انگیزه پیشرفت و توانایی کارآفرینی دانشجویان دانشگاه های پیام نور استان آذربایجان شرقی و غربی*.

- entrepreneurship*. Entrepreneurship Theory and Practice, 13 -31.
- Rissal, R. (1992). **A study of the characteristics of entrepreneurs in Indonesia**. Dissertation, George Washington University.
- Rogers, C. R. (1983). **Freedom to Learn for the 80s**. Columbus, OH: Merrill.
- Solomon. G. T., & Winslow. E. K. (1989). **Toward a descriptive profile of the entrepreneur**. Journal of Creative Behavior, 22(3), 162- 171.
- Schein, E. H. (1994). **Entrepreneurs: what they really like**. Vocational Education Journal, 64 (80), 42-44.
- shaver, K. G., Williams, S. L., & Scott, L. R. (1990). **Entrepreneurial beliefs. Creativity and risk-taking: Personality or situation?** Unpublished manuscript, College of William & Mary.
- Schumpeter, J. A. (1934). **The theory of economic development** Cambridge. Mass: Harvard University Press.
- Timmins, J. A. (1978). **Characteristics and role demands of entrepreneurship**. American Journal of small Business, 3(5), 17-17.
- Tang. T. L., & Sars Field, B. L. (1991). **The effects of self esteem task label, and performance feedback on goal setting, certainty, and attribution**. Journal of Psychology, 125(4), 413-418.
- Torrance, E. P. (1998). **An interview with E. Paul Torrance: About creativity**. Educational Psychology Review, 10(2), 441-452.
- Torrance, E. P. (1974). **Norms, technical manual, Torrance test of creative thinking, verbal test, forms A and B, figural tests, forms A and B**. Massachusetts: Personnel Press.
- Welsh, J. A., & White. J. P. (1981). **Converging on characteristics of entrepreneurs**. In K. H. Vesper, ed. **Frontiers of entrepreneurship research**. Wellesley, MA: Babson Center for Entrepreneurial Studies, 504-515.
- Greenhaus, J. H., Badin, I. J. (1974). **Self-esteem, performance, and satisfaction**, Journal of Applied Psychology, 52(6), 15-35.
- Gartner, W. (1984). **A Framework for describing the Phenomenon of new venture creation**. Academy of Management Review, 21(10), 696- 706.
- Hornaday, J., & About, J. (1971). **Characteristics of successful entrepreneurs**. Personnel Psychology, 24, 141-153.
- Hornaday, J. A., Bunker, C. S. (1970). **The nature of the entrepreneur**. Personnel Psychology, 23, 47-54.
- Hornaday, J. (1982). **Research about living entrepreneurs**, In C. Kent, Sexton & K. Vesper (Eds). Encyclopedia of entrepreneurship Englewood Cliffs. N J: Prentice Hall Co.
- Hull, D. L., Bosley, J. J., & Udell, I. G. (1980). **Renewing the hunt for the heffalump: Identifying potential entrepreneurs by personality characteristics**. Journal of Small Business Management, 18, 11-18.
- Hebert, R., Link, A. (1989). **In search of the meaning of entrepreneurship**. Small Business Economics, 1, 39-49.
- Kilby, P. (1971). **Entrepreneurship and economic development**. New York: Free Press.
- Korman. A. K. (1977). **Organizational behavior**. New Jersey: Prentice-Hall.
- McClelland, D. C. (1961). **The achieving society**. Princeton, N. J: Van Nostrand.
- Mill, J. S. (1848). **Principles of political economy with some of their applications to social philosophy**. London: John W. Parker.
- Mckeran, D., & Flannigan, E. (1996). **Shaping the entrepreneurial company, Chalford**. Management Books Ltd.
- Palmer, M. (1987). **The application of psychological testing to entrepreneurial potential**, In C. Baumbach & J. Mancusol (eds). Entrepreneurship and venture management. N. J: Prentice- Hall Inc.
- Robinson, P. B., Stimpson, D. V., Huefner, J. C., & Hunt, H. K. (1991). **An attitude approach to the prediction of**