

## بررسی ویژگی های کار آفرینانه مالکان واحدهای تولیدی در صنعت گاو شیری استان خراسان رضوی

علیرضا فروغی<sup>۱\*</sup> - جواد ایزی<sup>۲</sup> - مریم حسن نژاد<sup>۳</sup>

تاریخ دریافت: ۱۳۹۱/۹/۲۵

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۲/۳/۴

### چکیده

کارآفرینی قدمتی بسیار طولانی در حیات انسانی دارد و مطالعات مربوط به آن ابتدا از سوی محافل علمی کشورهای صنعتی صورت گرفته است. با این حال، این مبحث در کشور ما به تازگی مورد توجه قرار گرفته است. هدف اصلی این مطالعه سنجش ویژگی های رفتاری و شخصیتی کارآفرینی به منظور شناسایی کارآفرینان صنعت گاو شیری استان خراسان رضوی و نیز بررسی عوامل متمایزکننده دو گروه کارآفرین و غیرکارآفرین این صنعت می باشد. به همین منظور از داده های مقطع زمانی مربوط به ۸۵ نفر از مالکان گاودارپهای شیری صنعتی، ۳۰ مالک مرکز جمع آوری شیر و ۱۰ نفر کارخانه دار خوراک دام استان خراسان رضوی (جامعه آماری مورد مطالعه ۱۲۵ عضو) استفاده شد. با بهره گیری از تکنیک تحلیل سلسله مراتبی، ضمن شناسایی شاخصهای رفتاری فعالان صنعت گاو شیری، درجه اهمیت هر یک از این شاخصها مشخص گردید. سپس با استفاده از روش آنالیز خوشه ای و شاخصهای فوق و با بهره گیری از تکنیک تحلیل تمایزی، عوامل متمایزکننده دو گروه کارآفرین و غیرکارآفرین مورد بررسی قرار گرفت. نتایج نشان داد که از مجموع جامعه آماری مطالعه، ۱۹ گاو دار، ۵ مالک مرکز جمع آوری شیر و ۲ کارخانه دار خوراک دام کارآفرین بودند. مهمترین شاخصهای رفتاری موثر بر کارآفرین شدن این مالکان، به ترتیب میزان ریسک پذیری در فعالیت، رشد فعالیت و انتخاب واحد آنها به عنوان نمونه بودند. همچنین نتایج تکنیک تحلیل تمایزی حاکی از آن بوده که از میان مجموع متغیرهای شخصیتی طراحی شده در مطالعه، متغیرهای روحیه ریسک پذیری (حالت بالقوه متغیر رفتاری میزان ریسک پذیری)، نوآوری، تلاش و پیگیری، توسعه طلبی، مرکز کنترل درونی و فرصت گرایی به ترتیب مهمترین عوامل موثر بر تمایز دو گروه کارآفرین از غیر کارآفرین بودند. با استفاده از یافته های این مطالعه پیشنهادهای در راستای بهبود روند کارآفرینی در صنعت گاو شیری استان ارائه شده است.

**واژه های کلیدی:** کارآفرینی، صنعت گاو شیری، تحلیل سلسله مراتبی، تحلیل تمایزی، خراسان رضوی

### مقدمه

فرآیندها و روش های جدید می باشد (۱). در این میان، کارآفرینی از کارآمدترین روشهای تغییر عملیات و سبک مدیریتی است، که طی آن، حرکت از عملیات دیوان سالار به نگرش، فرهنگ و مدیریت کارآفرینانه تبدیل می شود و در واقع عامل کلیدی تغییر رویکرد تفکر به سوی رویکرد کار و تلاش می باشد (۱۵).

کارآفرینی در طی ۳۰ سال گذشته به یک رفتار اجتماعی مطلوب تبدیل شده، به طوری که امروزه هدف بسیاری از کشورها، برنامه ریزی برای توسعه آن به عنوان یک تغییر اجتماعی است. ترویج کارآفرینی حداقل به دو دلیل، مسأله اصلی سیاستگذاران است: «تأثیر اقتصادی» و «ایده کارآفرینان به عنوان عاملان تغییر، رشد و نوآوری» (۲۱). در این میان، کارآفرین فردی است که به منظور کسب سود و رشد، کسب و کاری را تاسیس و اداره می کند که مشخصات اصلی آن نوآوری و مدیریت راهبردی است. کارآفرین فرصت ها را

طی سالهای اخیر با توجه به شرایط اقتصادی، اجتماعی و سیاسی حاکم بر جهان، سازمان های جدید با تحولات و تهدیدهای گسترده ای بین المللی رو برو هستند، از این رو تضمین و تداوم حیات و بقای آنها در گرو یافتن راه حل ها و روشهای جدید مقابله با مشکلات است. این امر خود مستلزم تغییرات گسترده ای در فعالیتهای، شیوه مدیریت و به تبع آن بروز و ظهور نوآوری، ابداع، خلق محصولات،

۱ و ۲ - به ترتیب استادیار و مربی گروه علوم دامی مرکز آموزش عالی جهاد کشاورزی خراسان رضوی، موسسه آموزش عالی علمی کاربردی وزارت جهاد کشاورزی

\*- نویسنده مسئول: (Email: afroghi@yahoo.com)

۳- پژوهشگر گروه اقتصاد شهری جهاد دانشگاهی مشهد

خود نشأت گرفته از آموزشهای کارآفرینانه در میان فعالان این حوزه می‌باشد (۱۸). انتخاب استان خراسان رضوی به عنوان منطقه مورد مطالعه به دلیل نقش و اهمیت این استان در تامین فرآورده های دامی کشور از یکسو و احساس نیاز جهادکشاورزی این استان به موضوع مطالعه از سوی دیگر بوده است.

ویژگی های افراد کارآفرین نشان می دهد که این افراد دارای یکسری خصیلهها هستند که شناسایی این خصیله ها فراهم کننده زمینه لازم در تقویت و توسعه کارآفرینی بین سایر افراد جامعه خواهد بود. این ویژگیها که خود به عنوان شاخصهای شناسایی کارآفرینان از آن یاد می شود در مطالعات مختلف در عرصه های فعالیتی گوناگون مورد ارزیابی قرار گرفته اند. در همین راستا با توجه به ضرورت توجه به مباحث پیرامون کارآفرینی و بویژه ویژگی های ایجاد روحیه کارآفرینی در افراد، در مطالعه حاضر سعی شده ضمن شناسایی شاخصهای کارآفرینان صنعت گاو شیری استان خراسان رضوی (مطالعه موردی)، شاخص موفقیت کارآفرینی در میان فعالان این صنعت محاسبه و افراد کارآفرین از غیر کارآفرین تمیز داده شوند. در گام بعد مطالعه پس از تفکیک افراد به دو گروه کارآفرین و غیر کارآفرین، به شناسایی ویژگی های متمایزکننده این دو گروه پرداخته شده است.

در زمینه کارآفرینی و مباحث مرتبط با آن مطالعات زیادی در داخل و خارج کشور انجام شده است که بخشی از این مطالعات مبنای نظری مطالعه حاضر را تشکیل میدهند، در ادامه به برخی از این مطالعات که بیش از سایرین با اهداف مطالعه حاضر در ارتباط هستند، اشاره شده است:

کاتیلون برای اولین بار در سال ۱۷۵۵ در فرانسه موضوع کارآفرینی را مورد بررسی قرار داد و مطالعاتی در خصوص کارآفرینی و شناسایی کارآفرینان انجام داد و شومپتر در سال ۱۹۳۴ باب جدیدی را در نظریه ها و عوامل توسعه کارآفرینی باز می کند و نقش برجسته ای را برای کارآفرینان در اقتصاد جامعه قائل است. او سازوکار و عملکرد کارآفرینان را تشریح می کند. به بیان شومپتر کارکرد کارآفرین نوآوری و ایجاد ترکیبات نو می باشد (۴). البته بخش اعظمی از تحقیقات انجام شده درباره کارآفرینی به مقوله ویژگی های شخصیتی کارآفرینان اختصاص یافته است. گارتنر در طی مطالعه ای گسترده، ۳۲ پژوهش را در زمینه ویژگی های شخصیتی کارآفرینان، بررسی کرد (۲۶). به این نوع رویکرد که به دنبال تبیین ویژگی های شخصیتی است، رویکرد ویژگیها گفته می شود. درباره ی ویژگی ها مطالعات زیادی توسط دانشمندان انجام شده، از جمله این ویژگی ها حالت های ذهنی مثبت، نیاز به موفقیت، اعتماد به نفس، تمایل به ریسک، خلاقیت و نوآوری و غیره است (۱). رویکرد صفات یا ویژگی های شخصیتی، گرچه با مفروضات نادرستی شکل گرفت، ولی کماکان در رویکردهای بعدی، مانند رویکرد رفتاری به شکل دیگری

تشخیص میدهد، منابع مورد نیاز را جمع آوری و طراحی و اجرای نقشه ای عملی را به عهده می گیرد. بعلاوه نتایج بدست آمده را به موقع و با روشی انعطاف پذیر جمع آوری می کند. به بیان دیگر، کارآفرینان به عنوان عناصر اصلی در تسریع توسعه کشورهای در حال توسعه و در تجدید حیات و استمرار توسعه کشورهای صنعتی مورد توجه و مطالعه بوده اند.

به دلیل نقش و جایگاه ویژه کارآفرینان در روند توسعه و رشد اقتصادی، بسیاری از دولت ها در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه تلاش می کنند با حداکثر امکانات و بهره برداری از دستاوردهای تحقیقاتی، شمار هر چه بیشتری از جامعه را که دارای ویژگی های کارآفرینی هستند به آموزش در جهت کارآفرینی و فعالیت های کارآفرینانه تشویق و هدایت کنند. کارآفرینان با مهارتی که در تشخیص فرصت ها و موقعیت ها و ایجاد حرکت در جهت توسعه این موقعیت ها دارند، پیشگامان حقیقی تغییر در اقتصاد و تحولات اجتماعی محسوب می شوند. آنها اثبات می کنند که موفقیت و بقاء در چشم اندازهای برخوردارانه از فردا، نیازمند چالاکی، قوه ابتکار و خلاقیت است. علاوه بر این کارآفرینی به ریسک پذیری، نوآوری و کنش کارآفرینانه هم نیاز دارد (۱۶). بر اساس نظریات اقتصادی و

تجارب حاصله در اقتصادهای روبه رشد، «کارآفرینان» موتور محرکه توسعه و رشد اقتصادی محسوب می شوند و طبیعی است که اشتغالزایی یکی از راه آوره های مهم کارآفرینی به حساب می آید. از سوی دیگر با نگاهی به روند تاریخی پیشرفت کشاورزی در کشورهای توسعه یافته، به ضرورت آموزش کارآمد به منظور تربیت نیروی انسانی کارآفرین و در نتیجه بروز خلاقیت و پویایی در بستر کشاورزی پی خواهیم برد (۱۷). تحولات صورت گرفته در بخش کشاورزی، افزایش نرخ بیکاری در این بخش و نقش کارآفرینی در توسعه اقتصادی از عوامل بسیار مهمی هستند که لزوم توجه به توسعه کارآفرینی در زیر بخشهای مختلف عرصه کشاورزی ایران را، از جمله در زیربخش علوم دام، روز به روز بیشتر می کند (۳). قابل ذکر است لازمه هر نوع توسعه ای در حوزه کارآفرینی، شناسایی مقدماتی ویژگی های موثر بر فرآیند کارآفرین شدن افراد می باشد که در مطالعه حاضر سعی شده این مهم به عنوان گام اولیه حرکت در مسیر فرآیند کارآفرینی، مد نظر قرار گیرد. همچنین با توجه به ضعف مطالعاتی نسبتا بالای مسائل مرتبط با کارآفرینی در حوزه های مختلف علوم دام، صنعت گاو شیری استان خراسان رضوی به عنوان نمونه مورد مطالعه انتخاب گردید.

براساس اطلاعات آخرین اطلاعات موجود (سال ۱۳۸۵) استان خراسان رضوی مقام اول تولید گوشت قرمز و مقام دوم تولید شیر را در بین استانهای کشور دارا است (۷)، که بهبود و توسعه آگاهی ها، دانسته ها و مهارتهای مختلف در زمینه های علمی گوناگون مدیریت این عرصه از دلایل بارز ایجاد این موقعیت بوده است، که این بهبود

را مورد بررسی قرار داد. نتایج این تحقیق نشان داد که گاوداران برتر از نظر دیدگاه برنامه ریزی، انتخاب راه حلها و درک اهداف در سطح کمتر از میانگین می باشند. در حالی که به ترتیب از نظر تصمیم گیری آگاهانه، استفاده از مشاور هنگام تصمیم گیری، ارزیابی مکرر از نتایج مزرعه، برخورداری از امکانات کافی برای پایش مزرعه و اجتناب از ریسک در سطح بالاتر از میانگین قرار داشتند. همچنین نتایج مطالعه فوق حاکی از آن بود که موفقیت کارآفرینی با توانمندی های استراتژیک و نوآوری همبستگی مثبت و با مرکز کنترل خارجی و اجتناب از خطر همبستگی منفی ضعیف داشت. در این بررسی بین موفقیت کار آفرینی و توانمندی های فرصتی و جستجوی اطلاعات هیچگونه همبستگی وجود نداشت. در مجموع با استفاده از مطالعات یاد شده، برخی از شاخصها و متغیرهای مورد بررسی در مطالعه حاضر استخراج و بخشی از مبانی نظری مطالعه شکل گرفت.

بر اساس مباحث یاد شده هدف اصلی مطالعه حاضر در دو بخش کلی معرفی مهمترین شاخصهای رفتاری کارآفرینان جهت شناسایی کارآفرین از غیر کارآفرین و نیز بررسی عوامل و ویژگیهای شخصیتی متمایزکننده این دو گروه از یکدیگر در صنعت گاو شیری دنبال شده است. نتایج این تحقیق میتواند از طریق شناخت کارآفرینان عرصه صنعت گاو شیری، امکان استفاده از این افراد در فرآیند آموزش و انتقال تجارب به دانشجویان را فراهم نماید.

## مواد و روش ها

برای شناسایی کارآفرین، از سوی صاحبانظران حوزه های مختلف علوم انسانی، ویژگی های متعددی ارائه شده است، دسته نخست این ویژگیها که روان شناسان به آن توجه کرده اند، متغیرهای شخصیتی و روان شناختی است که رویکرد ویژگیها نامیده می شود. اکثر صاحب نظران این حوزه به دنبال کشف پاسخ این پرسش بودند که کدام ویژگیهای شخصیتی کارآفرین است که وی را از غیر کارآفرین متمایز می سازد؟ هدف آنان، در واقع شناخت چگونگی ایجاد این ویژگی های متمایز کننده است. از اوایل دهه شصت میلادی، با هدف تکمیل مطالعات مربوط به ویژگیهای شخصیتی، توجه جامعه شناسان و روان شناسان به دسته دیگری از مطالعات، تحت عنوان متغیرهای جمعیت شناختی معطوف شد که از مطالعات آنان تحت عنوان رویکرد رفتاری یاد می شود که در آن ویژگیهای رفتاری افراد عامل کارآفرین شدن آنهاست و خود به عنوان شاخصهای عملکردی کارآفرینان شناسایی شده اند (۱). براین اساس در مطالعه حاضر سعی شده طی دو مرحله ضمن شناسایی افراد کارآفرین با استفاده از شاخصهای رفتاری، عوامل و ویژگیهای شخصیتی متمایزکننده کارآفرینان از غیر کارآفرینان مورد ارزیابی قرار گیرد. تحقیق از نظر هدف، کاربردی و از حیث روش تحقیق به صورت

خود را نمایان ساخت. به طور مثال رویکرد رفتاری به رفتارهایی از قبیل، تصمیم گیرنده، استفاده کننده از فرصت ها، جذب کننده سرمایه و افزایش دهنده آن، برنامه ریز، ایجادکننده سود از کسب و کار و غیره اشاره دارد (۹). به هر حال آنچه در این میان به درستی تشخیص داده شد، این بود که ویژگیهای شخصیتی از جمله مهمترین عوامل متمایزکننده کارآفرینان را از غیر کارآفرینان می باشد. اما باید توجه داشت که این ویژگی شخصیتی نیز مانند سایر رفتارهای کارآفرینانه، از قبیل نحوه ایجاد و راه اندازی کسب و کار، قابل آموزش و یادگیری است. از این رو، به قول پیتر دراکر، کارآفرینی رفتار است و مبتنی بر تئوری، و نه بر الهام و اشراق (۲۳).

همچنین به اعتقاد موسوی بازرگانی (۱۶) مهم ترین عوامل محیطی موثر در کارآفرینی شامل عوامل اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، حمایت های مالی و حمایت های غیرمالی، دانش و مهارت درباره ی کسب و کار است. نتایج برخی مطالعات دیگر نیز در زمینه این ویژگیها عبارتند از، تحمل ریسک و هدفگرا بودن (۱۰)، فرصت گرا بودن، از خود گذشتگی، میل به پیشرفت، توفیق طلب، رقابت مندی و قدرت تحمل (۱۱)، خوشبینی، آینده نگر بودن، کنترل محیط بیرون، انگیزش، مصمم بودن، اعتماد به نفس داشتن، نتیجه گرا بودن، خلاقیت و نوآوری، قدرت طلبی و استقلال طلبی (۱۴). همچنین مطالعات زیادی در سطح بین المللی نیز سعی کرده اند شایستگیها و خصیصه های ویژه کارآفرینان را شناسایی کنند، از جمله مهمترین نتایج این مطالعات عبارتند از، نیاز به موفقیت (۲۲)، تمایل به خطر پذیری (۲۴)، کانون کنترل درونی (۳۳) و خوش بینی و تمایل به استقلال طلبی (۲۷). همچنین تیمونز، با تجربه و تحلیل بیش از ۵۰ مطالعه، ویژگیهای ششگانه ای برای کارآفرینان شناسایی کرد، تعهد و تعیین گرایی، رهبری، فرصت گرایی، تحمل ریسک و ابهام، خلاقیت، خوداتکایی و توانایی انطباق پذیری و انگیزه بالا (۲۱). از نظر لیتون (۲۸) توانایی ریسک پذیری، نوآوری، دانش در زمینه ی فنون کار، بازار و بازاریابی، مهارت های مدیریت کسب و کار، توانایی برای همکاری، برداشت خوب نسبت به کسب و کار و توانایی برای شکار فرصت، از جمله ی مشخصات یک کارآفرین می باشد.

احمدپور داریانی (۲) در مطالعه ای به بررسی ویژگیهای کارآفرینان موفق استان آذربایجان غربی پرداخته اند. نتایج به دست آمده از این مطالعه نشان داد که تصمیم گیری سریع، هم دلی خانواده، باور ذهنی به موفقیت، مشارکت، مشتری مداری، اراده، توفیق طلبی، تبادل اطلاعات با همکاران، نوآوری، ارتباط معنی دار تاثیر محیط بر کارآفرینی، یادگیری، پیوسته در حال تغییر، استقلال طلبی، داشتن برنامه ی کسب و کار از مهم ترین ویژگی های کارآفرینان موفق است. برگووت (۱۹) پیش بینی موفقیت کار آفرینانه گاوداران گاو شیری هلند را از نظر خصوصیات روان شناختی و توانمندی های آنها

حاوی مقایسه زوجی معیارهای مورد نظر است را شامل می‌شود. در پرسشنامه از هر صاحب‌نظر و فعال صنعت گاو شیری خواسته شده که هر یک از روشهای تبلیغاتی را دو به دو با یکدیگر مقایسه نماید و در گام بعد از اعضای نمونه خواسته شده است که درجه ارجحیت روش انتخابی خود را در مقابل روش دیگر مشخص کنند.

۳) تشکیل ماتریس مقایسه زوجی: پس از تکمیل پرسشنامه‌ها، در این مرحله عملیات بر روی داده‌ها انجام می‌گیرد. ابتدا ماتریس مقایسه زوجی استخراج می‌گردد. قطر ماتریس به‌طور طبیعی عدد یک است، زیرا در مقایسه ماتریسی، مقایسه دو جایگزین مشابه یکسان خواهد بود. از سوی دیگر، معکوس مقایسه دو جایگزین با یکدیگر نیز به‌صورت کسری ثبت خواهد شد.

۴) محاسبه وزن‌ها: برای بدست آوردن وزن هر یک از معیارها، ابتدا لازم است عناصر ماتریس مقایسه زوجی نرمال شوند:

$$r_{ij} = \frac{a_{ij}}{\sum_{i=1}^n a_{ij}}$$

که در آن،  $r_{ij}$  میزان ترجیح نرمال شده دو جایگزین  $i$  و  $j$ ، جمع عناصر در هر ستون ماتریس می‌باشد. از این‌رو، ماتریس مقایسه زوجی، از تقسیم هر عنصر در جمع ستون خودش نرمال می‌شود. سپس، میانگین عناصر در هر سطر از ماتریس نرمال، محاسبه شده که همان وزن معیارها را نشان می‌دهد:

$$w_i = \frac{1}{n} \left[ \sum_{j=1}^n r_{ij} \right]$$

که در رابطه فوق،  $w_i$  وزن معیار  $i$ ام و  $n$  تعداد عناصر مورد مقایسه در هر سطر می‌باشد. لازم به ذکر است که در تصمیم‌گیری‌های گروهی برای انجام ماتریس گروهی می‌بایست از میانگین هندسی پاسخ‌های پرسش‌شوندگان به‌عنوان عناصر ماتریس استفاده شود:

$$\bar{a}_{ij} = \left( \prod_{k=1}^p a_{ij}^{(k)} \right)^{\frac{1}{p}}$$

که در آن،  $\bar{a}_{ij}$  میانگین هندسی میزان ترجیحات دو جایگزین  $i$  و  $j$ ؛  $k$  کد مربوط به فرد پرسش‌شونده و  $p$  تعداد افرادی است که پرسشنامه توسط آنها تکمیل می‌گردد (۱۲).

۵) نرخ ناسازگاری  $(I.R.)$ : قبل از تحلیل داده‌ها لازم است از سازگاری مقایسه‌ها اطمینان حاصل شود. زیرا تصمیم‌گیرنده به

پیمایشی-اسنادی صورت پذیرفته است. در مجموع اهداف پیش روی مطالعه طی دو مرحله مورد ارزیابی قرار گرفته است. در مرحله اول، به منظور شناسایی کارآفرینان صنعت گاو شیری، با استفاده از مطالعات کتابخانه‌ای و بررسی اسناد و مطالعات موجود در حوزه کارآفرینی و نیز مصاحبه‌های حضوری با تعدادی از کارآفرینان مشهور در صنعت گاو شیری و همچنین متخصصین علوم دامی و اساتید درس کار آفرینی، شاخصها و ویژگی‌های رفتاری افراد که به نوعی بر کارآفرین شدن آنها موثر بوده، شناسایی گردید. سپس با استفاده از تکنیک تحلیل سلسله مراتبی (AHP) <sup>۱</sup>، این شاخصها رتبه بندی شده و با استفاده از نتایج آن افراد کارآفرین صنعت گاو شیری شناسایی شدند. به بیان دیگر با استفاده از شاخصهای یاد شده اعضای نمونه مورد مطالعه به دو گروه کارآفرین و غیر کارآفرین تفکیک شدند. در مرحله دوم مطالعه نیز بر اساس نتایج مطالعات نظری و مصاحبه‌های کارشناسی با صاحب‌نظران عرصه کارآفرینی، متغیرها و ویژگی‌های شخصیتی موثر بر کارآفرین شدن افراد شناسایی و تدوین گردید، سپس این متغیرها با استفاده از تکنیک تحلیل تمایزی در میان دو گروه کارآفرین و غیر کارآفرین مورد ارزیابی قرار گرفت تا با استفاده از نتایج آن بتوان عوامل و ویژگی‌های شخصیتی متمایزکننده این دو گروه را شناسایی نمود. قابل ذکر است متغیر وابسته این بخش از مطالعه از نتایج مرحله اول مطالعه استخراج گردید (متغیر وابسته دوگانه بوده، افراد کارآفرین و غیر کارآفرین). در ادامه مباحث تئوریک مربوط به هر یک از دو روش تحلیل سلسله مراتبی و نیز تحلیل تمایزی مورد استفاده در مطالعه به اختصار شرح داده شده‌اند:

#### فرایند تحلیل سلسله مراتبی (AHP)

الگوهای تصمیم‌گیری چند معیاره متنوع بوده که یکی از کارآمدترین این تکنیکها فرایند تحلیل سلسله مراتبی (AHP) است که برای اولین بار توسط توماس ال ساعتی در سال ۱۹۸۰ مطرح شد. این تکنیک بر اساس مقایسه‌های زوجی بنا نهاده شده و امکان بررسی سناریوهای مختلف را به مدیران می‌دهد. فرایند تحلیل سلسله مراتبی به علت ماهیت ساده و در عین حال جامعی که دارد مورد استقبال مدیران و کاربران مختلف واقع شده است. براساس این تکنیک، هر مسئله تصمیم‌گیری دارای ساختاری است که سلسله مراتب نام داشته و شامل سطوح هدف، معیارها و گزینه‌ها می‌باشد. انجام این فرایند در هر مسئله مبتنی بر مراحل زیر می‌باشد (۱۲):

۱) ترسیم درخت سلسله مراتبی: در این مرحله، لازم است مسئله تصمیم‌گیری به‌صورت گرافیکی همراه با هدف، معیارها و گزینه‌های تصمیم‌گیری نشان داده شود.

۲) جدول مقایسه زوجی: این مرحله، طراحی پرسشنامه‌ای که

انتخاب شوند که واریانس  $\lambda'X$  در بین گروهها نسبت به واریانس آن در داخل گروهها حداکثر باشد ( $\lambda'$  و  $X$  بردارهایی با ابعاد  $K$  هستند). با فرض وجود دو گروه در متغیر وابسته و فرض اینکه  $x_1$  و  $x_2$  به ترتیب میانگین متغیرهای تمایزی در گروه های اول و دوم متغیر وابسته بوده و  $x$  و  $S$  به ترتیب میانگین متغیرها و واریانس مشاهدات در دو گروه باشند و واریانس بین گروهی نیز برابر با  $\frac{1}{2}(\bar{x}_1 - \bar{x}_2)^2$  و واریانس درون گروهی آن برابر با  $\lambda'S\lambda$  باشد (۳۰)،  $\lambda$  باید طوری انتخاب شود که عبارت زیر حداکثر شود:

$$\Phi = \frac{\lambda'(\bar{x}_1 - \bar{x}_2)^2}{\lambda'S\lambda}$$

با مشتق گیری از رابطه فوق نسبت به  $\lambda$  و مساوی صفر قرار دادن آن، مقدار  $\lambda$  به صورت زیر به دست می آید:

$$\hat{\lambda} = S^{-1}(\bar{x}_1 - \bar{x}_2)$$

با محاسبه ضرایب متغیرهای تمایزی، می توان میانگین تابع تمایزی را برای دو گروه بدست آورد که برابر است با:

$$\bar{y}_1 = \hat{\lambda}'\bar{x}_1 = (\bar{x}_1 - \bar{x}_2)' S^{-1}\bar{x}_1$$

$$\bar{y}_2 = \hat{\lambda}'\bar{x}_2 = (\bar{x}_1 - \bar{x}_2)' S^{-1}\bar{x}_2$$

برای نسبت دادن یک مشاهده جدید با بردار متغیرهای تمایزی  $x_0$ ، مقدار تابع تمایزی ( $y_0$ ) برای آن با استفاده از ضرایب تابع تمایزی بدست آمده به صورت زیر محاسبه می شود:

$$y_0 = \hat{\lambda}'x_0 = (\bar{x}_1 - \bar{x}_2)' S^{-1}x_0$$

اگر  $y_0$  به  $\bar{y}_1$  نزدیکتر باشد، مشاهده جدید به گروه اول و اگر به

$\bar{y}_2$  نزدیکتر باشد، به گروه دوم تعلق خواهد گرفت. در واقع  $y_0$

زمانی به  $\bar{y}_1$  نزدیکتر است که با فرض  $\bar{y}_1 > \bar{y}_2$ ، رابطه زیر برقرار باشد:

$$|y_0 - \bar{y}_1| > |y_0 - \bar{y}_2| \quad \text{یا} \quad y_0 > \frac{1}{2}(\bar{y}_1 + \bar{y}_2)$$

برای انجام طبقه بندی با استفاده از تجزیه و تحلیل تمایزی باید با استفاده از یک معیار بتوان مشاهده جدید را به یکی از دو گروه نسبت داد. ارزش مرزی یکی از معیارهایی است که برای این حالت به کار می رود. اگر تعداد مشاهدات در دو گروه برابر نباشند از فرمول زیر برای محاسبه ارزش میانی استفاده می شود (۳۰):

مقایسه دو به دوی عوامل پرداخته و این امکان وجود دارد که مقایسه های ابراز شده در کل با هم سازگار نباشد. اگر ناسازگاری تصمیم بیش از ۰/۱ باشد، بهتر است تصمیم گیرنده در قضاوت های خود تجدیدنظر کند (۱۲).

در این بخش از مطالعه در ابتدا با استفاده از روش تحلیل سلسله مراتبی و نظرات تعدادی از کارآفرینان صنعت گاو شیری، متخصصین علوم دامی و اساتید درس کار آفرینی، اولویت های شاخصها و ویژگی های رفتاری موثر بر کارآفرین شدن افراد برآورد گردید. در هنگام تکمیل پرسشنامه ها، از متخصصین و صاحب نظران خواسته شد که مؤثرترین ویژگی رفتاری را با انجام مقایسه زوجی انتخاب نمایند، به بیان دیگر در این بخش از مطالعه اعضای نمونه، ویژگی های رفتاری را به لحاظ میزان اثرگذاری شان بر کارآفرینی، دو به دو مورد مقایسه قرار داده اند، سپس با استفاده از نرم افزار Expert Choice، اطلاعات و داده ها مورد پردازش و تحلیل قرار گرفته و شاخصهای رفتاری کارآفرینی اولویت بندی گردید.

### تکنیک تحلیل تمایزی

فرهنگ کارآفرینی در سطح خرد در قالب ویژگی های شخصیتی متبلور می شود. در یک دیدگاه افراطی، ولف بر این باور است که افرادی که دارای خمیرمایه ی کارآفرینی هستند، کارآفرین میشوند و افرادی که دارای این گونه ویژگی های طبیعی و شخصیتی نباشند، به هیچ وجه کارآفرین نخواهند بود. این نگرش نمایانگر اهمیت وافر، ویژگی های شخصیتی در شکل گیری کارآفرینی است. در این خصوص صاحب نظران اذعان دارند که عوامل شخصیتی و سبک فردی اهمیت فراوان دارد. به همین منظور در این بخش از مطالعه با استفاده از تکنیک تحلیل تمایزی به بررسی ویژگی های شخصیتی متمایز کننده کارآفرینان از غیر کارآفرین پرداخته شده است.

تحلیل تمایزی یک روش پیشرفته آماری است که به طور همزمان متغیرهای مختلفی را مورد بررسی قرار داده و برای ایجاد مدل پیشگویانه از عضویت گروهی در گروه های نامتداخل بر مبنای مشخصات مشاهده شده از هر مورد (در گروه) استفاده می شود. این روش هنگامی که متغیر وابسته یک متغیر چند طبقه ایست قابل کاربرد می باشد، البته رایج ترین کاربرد تحلیل تمایزی زمانی است که متغیر وابسته از دو طبقه تشکیل شده باشد (۶). روش تجزیه و تحلیل تمایزی، یک ترکیب خطی از متغیرهای مستقل را برای بررسی وابستگی یک فرد به یکی از چند گروه متغیر وابسته تشکیل می دهد (۶)؛ اگر دو گروه وجود داشته باشند، می توان یک تابع خطی به صورت  $\lambda'X$  متشکل از  $K$  متغیر توضیحی  $X = (X_1, X_2, \dots, X_K)$  تعریف کرد که به بهترین وجه تبعیض را بین دو گروه ایجاد می کند. بنابراین  $\lambda$  ها باید به نحوی

شاخصهای رفتاری و شخصیتی یاد شده خود از ترکیب و تلفیق چندین پرسش و گویه مختلف تشکیل شده‌اند که به دلیل جلوگیری از ارائه حجم بالای مطالب در مقاله، نتایج تلفیق این گویه‌ها در قالب شاخصهای نهایی ارائه شده است. به طور مثال در این تحقیق میزان ریسک پذیری (شاخص عملکردی- رفتاری) توسط سه سوال سنجیده شده است؛ سوال اول: در صورتیکه شما در یک فعالیت اقتصادی با گزینه‌های زیر مواجه شوید کدام مورد را انتخاب می‌کنید؟ با سه پاسخ "الف" ۲۵ درصد احتمال موفقیت و سود ۷۵ درصد (ریسک زیاد)، "ب" ۵۰ درصد احتمال موفقیت و سود ۵۰ درصد (ریسک متوسط) و "ج" ۷۵ درصد احتمال موفقیت و سود ۲۵ درصد (ریسک کم)؛ سوال دوم: اگر برای انجام کاری پول ساز نیاز به پول داشته باشیم، ترجیح می‌دهم؟ با سه پاسخ "الف- قرض کنم و آن کار را انجام دهم"، "ب" دیگران را شریک کنم و کار را انجام دهم" و "ج" تا اعتبار آن توسط خودم تامین نشود کار را شروع نمی‌کنم" و سوال سوم: از ریسک کردن در پروژه‌های اقتصادی چقدر لذت می‌برید؟ با پاسخ در ۵ طیف لیکرت (خیلی زیاد، زیاد، متوسط، کم و خیلی کم).

#### جدول ۱- شاخصها و ویژگی‌های رفتاری و شخصیتی کارآفرینی

ویژگی شخصیتی	شاخص و ویژگی رفتاری-عملکردی
نیاز به موفقیت	سرمایه اولیه
روحیه ریسک پذیری <sup>۳</sup>	درصد وام و سرمایه
خلاقیت و نوآوری	میزان وام
نیاز به استقلال	سابقه مدیریت
اعتماد به نفس	مشکلات شروع به کار
تلاش و پیگیری	رشد فعالیت
توسعه طلبی	کیفیت نیروی انسانی
مرکز کنترل درونی	شرکت در نمایشگاه
فرصت گرایی	انتخاب به عنوان نمونه
رضایت مندی	سطح نمونه (ملی، استانی)
	داشتن ایده نو
	استفاده از تکنولوژی نو
	استفاده از ایده دیگران
	میزان ریسک پذیری

مآخذ: یافته‌های پژوهش (جمع بندی نظرات کارشناسی و بررسی‌های اسنادی و کتابخانه‌ای)

جامعه آماری تحقیق (در راستای برآورد مقادیر شاخصهای رفتاری از یک سو و نیز شناسایی عوامل و ویژگی‌های شخصیتی متمایزکننده کارآفرینی از سوی دیگر) شامل مالکان گاوآردبهای شیری صنعتی

۳- در زمینه متغیر شخصیتی "روحیه ریسک پذیری" این نکته قابل ذکر است که متغیر یاد شده خود در زمان اجرا به متغیر رفتاری "میزان ریسک پذیری" تبدیل خواهد شد، به بیان دیگر متغیر شخصیتی "روحیه ریسک پذیری" حالت بالقوه متغیر رفتاری "میزان ریسک پذیری" است و پس از بالفعل شدن از حالت شخصیتی به رفتاری تغییر خواهد کرد.

$$\text{Cutt-off Value} = \frac{n_0 \bar{Z}_0 + n_1 \bar{Z}_1}{n_0 + n_1}$$

که  $\bar{Z}_0$  و  $\bar{Z}_1$  به ترتیب میانگین تابع تبعیضی برای دو گروه می‌باشد.  $n_0$  و  $n_1$  به ترتیب تعداد اعضای گروه می‌باشد. اگر مقدار تابع تمایزی برای مشاهده جدید بزرگتر یا مساوی ارزش میانی باشد، مشاهده جدید مربوط به گروه اول و در غیر اینصورت مربوط به گروه دوم است. از جمله شیوه‌های تحلیل تمایزی، رگرسیون گام به گام برای تمام متغیرهای پیش‌بینی است که به شیوه ویلکز<sup>۱</sup> شهرت دارد (۳۰). همچنین در راستای مقایسه طبقه‌بندی تحلیل تمایزی و تصادفی، از جداول مربوط به طبقه‌بندی داده‌ها و نیز آماره Press s Q با توزیع  $\chi^2$  استفاده می‌گردد، آماره فوق به صورت زیر معرفی شده است:

$$\text{Press s Q} = \frac{[N - (nK)]^2}{N(K - 1)}$$

در معادله فوق؛ N بیانگر تعداد کل مشاهدات، n تعداد مشاهداتی که به درستی طبقه‌بندی شده‌اند و K نیز نشاندهنده تعداد گروههای متغیر وابسته می‌باشد. چنانچه آماره فوق از مقدار بحرانی  $\chi^2$  با درجه آزادی یک بیشتر باشد می‌توان اینطور استنباط نمود که طبقه‌بندی تحلیل تمایزی بهتر از طبقه بندی تصادفی می‌باشد (۳۰). همچنین طی مصاحبه‌های حضوری و جلسات کارشناسی تشکیل شده در میان صاحبانظران و کارشناسان حوزه کارآفرینی و علوم دامی، شاخص ویژه ای برای شناسایی و طبقه بندی کارآفرینان با استفاده از شاخصهای چهارده گانه ویژگی‌های رفتاری، تهیه و تدوین گردید. شاخص امتیاز کار آفرینی به شرح زیر فرمول بندی گردید:

$$\text{Entrepreneurship Index} = \sum_{i=1}^{14} W_i F_i$$

که در آن  $W_i$  و  $F_i$  به ترتیب وزن شاخص (وزن محاسبه شده در تحلیل سلسله مراتبی) و مقدار شاخصهای رفتاری می‌باشد (متغیر  $F_i$  برای هر شاخص بصورت دو مقداری (صفر و یک) در نظر گرفته شد). مقدار این شاخص (که بین ۰ تا ۱۰۰ در نوسان می‌باشد) برای همه تولید کنندگان محاسبه و بر این اساس افراد کار آفرین از غیر کار آفرین با استفاده از روش آنالیز خوشه ای<sup>۲</sup> در سه گروه غیر کارآفرین (مقادیر شاخص بین ۰ تا ۳۰)، کارآفرین ضعیف (مقادیر شاخص بین ۳۰ تا ۵۰) و کارآفرین قوی (مقادیر شاخص بیش از ۵۰) متمایز شدند. قابل ذکر است طبقه بندی یاد شده طی مصاحبه‌های حضوری و تشکیل جلسات کارشناسی مختلف، بنا به نظر متخصصان و خبرگان حوزه مطالعاتی تعیین و نهایی گردید.

1 - Wilks

2- Cluster analysis

ارائه شده است. در اینجا تنها به وزن و اولویت (اهمیت) هر یک از شاخصهای رفتاری در کارآفرین شدن افراد و نیز نرخ ناسازگاری تصمیمات متخصصان و صاحبان اشاره شده است.

مقایسه نتایج به دست آمده از بررسی روش تحلیل سلسله مراتبی حاکی از آن بوده است که به اعتقاد متخصصان و صاحبان، شاخص "میزان ریسک پذیری" بالاترین سطح اهمیت و شاخص "شرکت در نمایشگاه" پایین ترین سطح اهمیت را بر کارآفرین شدن افراد را دارا هستند. نتایج مربوط به شاخص "میزان ریسک پذیری" توسط مطالعات زیادی از جمله شاهرکنی (۱۰)، موسوی بازرگانی (۱۶)، ریپاس (۳۲)، براندستار (۲۰)، مولر و توماس (۳۱) و برگفوت (۱۹) مورد تایید قرار گرفته است. به عبارت دیگر بررسی مطالعات فوق حاکی از آن بوده است که کارآفرینان اغلب با صفت ریسک پذیری مشخص میشوند و در وقایع روحیه ریسک پذیری در ایشان به عنوان بارزترین ویژگی شخصیتی و رفتاری آنها در میان سایر فعالان عرصه های مختلف شناخته می شود. دلیل این بروز شرایط فوق این می تواند باشد که کارآفرینان فرصتهای شغلی را با نگاه خوش بینانه و مثبت در مقایسه با دیگران ارزیابی میکنند، این مثبت نگری خود منجر خواهد شد افراد بدون ترس و دلهره اقدام به شروع فعالیت نمایند که از این روحیه با عنوان ریسک پذیری یاد می شود. در مجموع ویژگی رفتاری "میزان ریسک پذیری" افراد بیشترین نقش را در کارآفرین شدن افراد بازی می نماید. رتبه و درجه اهمیت سایر شاخصهای رفتاری در کارآفرین شدن افراد در جدول ۲ ارائه شده است.

(۱۱۶ واحد)، مراکز جمع آوری شیر (۴۳ واحد) و کارخانجات خوراک دام استان خراسان رضوی (۱۶ واحد) می باشد. البته تعداد این واحدها در استان خراسان رضوی بیشتر از اعداد ذکر شده بود، ولی در این تحقیق فقط واحدهایی انتخاب گردید که خصوصی و دارای مدیریت انفرادی بودند. با توجه به ارزش ذاتی اطلاعات مندرج در واحدهای جامعه آماری، جمع آوری داده ها به صورت تمام شماری صورت گرفت و لذا نمونه آماری با جامعه آماری منطبق بود. در مجموع سه پرسشنامه جهت جمع آوری اطلاعات از مالکان گاوداریهای صنعتی، مراکز جمع آوری شیر و کارخانجات خوراک دام تدوین و ارسال گردید. از تمامی تعداد پرسشنامه های ارسالی، ۱۲۵ پرسشنامه مناسب ارزیابی بود که از این تعداد ۸۵ پرسشنامه مربوط به مالکان گاوداریهای شیری صنعتی، ۳۰ پرسشنامه مربوط به مراکز جمع آوری شیر و ۱۰ پرسشنامه مربوط به کارخانجات خوراک دام استان بوده است. برای افزایش روایی پرسشنامه پس از طراحی اولیه پرسشنامه ها، نظر تعدادی از متخصصین در مورد اینکه "آیا سئوالات طرح شده همان متغیرهای مورد نظر را می سنجد یا خیر؟" اخذ شد. بعلاوه تعدادی از پرسشنامه ها جهت تعدادی از افراد جامعه آماری به صورت تصادفی ارسال شد تا ابهامات، سئوالات و اشکالات اجرایی برطرف گردد. آلفای کرانباخ برای سئوالات مربوط به شاخص ها و ویژگی های کار آفرینی ۰/۹۸ بود که نشان از روایی خوب سئوالات می باشد.

## نتایج و بحث

### شناسایی کارآفرینان صنعت گاو شیری بر اساس امتیاز کار آفرینی

خلاصه نتایج حاصل از تکنیک تحلیل سلسله مراتبی در جدول ۲

جدول ۲- الویت بندی ویژگی های رفتاری موثر بر شناسایی کارآفرینان صنعت گاو شیری از دیدگاه کارشناسان

رتبه (اولویت اثرگذاری)	وزن شاخص (از ۱۰۰)	عنوان شاخص
۱	۲۲/۰۷	میزان ریسک پذیری
۲	۱۴/۷۶	رشد فعالیت
۳	۱۳/۶۱	انتخاب به عنوان نمونه
۴	۷/۱۵	داشتن ایده نو
۵	۶/۰۷	استفاده از تکنولوژی نو
۶	۵/۸۴	درصد وام و سرمایه
۷	۵/۷۶	سرمایه اولیه
۸	۴/۶۱	میزان وام
۹	۴/۰۰	سطح نمونه (ملی، استانی)
۱۰	۳/۶۹	مشکلات شروع به کار
۱۱	۳/۳۸	کیفیت نیروی انسانی
۱۲	۳/۱۵	سابقه مدیریت
۱۳	۲/۵۳	استفاده از ایده دیگران
۱۴	۲/۳۸	شرکت در نمایشگاه

نرخ ناسازگاری = ۰/۰۷

ماخذ: یافته های پژوهش

آماره حکایت از وجود اختلاف معنی‌دار میانگین متغیر مورد بررسی در گروهها می‌باشد. متغیرهای مستقل این بخش از مطالعه شامل کلیه ویژگی‌های شخصیتی شناسایی شده توسط متخصصان و صاحب‌نظران می‌باشد. از سوی دیگر گروههای مورد بررسی در متغیر وابسته در این بخش عبارتند از کارآفرینان صنعت گاو شیری به عنوان گروه اول و غیرکارآفرینان این صنعت به عنوان گروه دوم، که در گام قبل شناسایی شده‌اند. خلاصه نتایج آزمون برابری میانگین‌های بین گروهی برای هر یک از متغیرهای مستقل الگو در جدول ۴ نشان داده شده‌اند. نتایج حاصل حاکی از اختلاف معنی‌دار میانگین متغیرهای شخصیتی ریسک‌پذیری، نوآوری، تلاش و پیگیری، توسعه طلبی و فرصت‌گرایی در سطح اطمینان ۹۹ درصد و متغیر شخصیتی تغییرپذیری در سطح اطمینان ۹۵ درصد می‌باشد. میانگین سایر متغیرهای مطرح شده در دو گروه اختلاف معنی‌داری را نشان نمی‌دهند، بنابراین بایستی از الگوی تحلیل تمایزی کنار گذاشته شوند. به بیان دیگر متغیرهای یاد شده از جمله متغیرها و ویژگی‌های شخصیتی اثرگذار بر کارآفرین شدن فعالان صنعت گاو شیری هستند. جدول ۵ خلاصه نتایج حاصل از برآورد الگوی تحلیل تمایزی و معیارهای مربوط به آن در راستای بررسی اثر متغیرها و ویژگی‌های شخصیتی افراد بر کارآفرین شدن آنها را نشان می‌دهد. جهت دستیابی به میزان مشارکت هر یک از متغیرها در تابع تمایزی، ضرایب این تابع مورد استفاده قرار می‌گیرد، نتایج مربوط به ضرایب تابع تمایزی استاندارد نشده و استاندارد شده در جدول ۵ ارائه شده است. ضرایب استاندارد شده، نشان‌دهنده مقادیر ضرایب معادله تمایزکننده دو گروه کارآفرین و غیرکارآفرین می‌باشند؛ مقادیر این ضرایب، تغییر درجه تشخیصی را در ازای یک واحد تغییر در متغیر مستقل نشان می‌دهد، بنابراین این ضریب تنها برای متغیرهای مستقل پیوسته قابل تفسیر می‌باشد. در مجموع نتایج برآورد تابع تمایزی، حاکی از آن بوده است که از میان ۱۲ متغیر شخصیتی طراحی شده در مطالعه، متغیرهای شخصیتی ریسک‌پذیری، نوآوری، تلاش و پیگیری، توسعه طلبی، مرکز کنترل درونی و فرصت‌گرایی به عنوان مهمترین عوامل موثر بر تمایز دو گروه کارآفرین از غیر کارآفرین شناسایی شده‌اند (میانگین این متغیرهای در دو گروه یاد شده اخلاف معنی‌دار داشته است).

در ادامه با استفاده از وزنه‌های محاسبه شده در تحلیل سلسله مراتبی و مقادیر هر یک از این شاخصهای رفتاری، شاخص تدوین شده امتیاز کارآفرینی برای هر یک از اعضای نمونه (متشکل از ۱۲۵ عضو در سه گروه گاودار (۸۵ عضو در این گروه)، مالک مرکز جمع آوری شیر (۳۰ عضو در این گروه) و مالک کارخانه خوراک دام (۱۰ عضو در این گروه)) مورد محاسبه قرار گرفت. سپس همانطور که پیشتر بیان شد با توجه به مقادیر این شاخص (شاخص امتیاز کارآفرینی)، اعضای نمونه به سه گروه غیرکارآفرین، کارآفرین ضعیف و کارآفرین قوی طبقه بندی شدند (مقادیر شاخص امتیاز کارآفرینی در هر سه گروه به ترتیب عبارتند از: غیرکارآفرین ۳۰-۰، کارآفرین ضعیف ۵۰-۳۰ و کارآفرین قوی بالاتر از ۵۰). خلاصه نتایج این بخش و نیز تفکیک مالکان کارآفرین از غیر کارآفرین با استفاده از آنالیز خوشه‌ای روی شاخص امتیاز کارآفرینی در جدول ۳ ارائه شده است. نتایج حاصل از برآورد شاخص امتیاز کارآفرینی حاکی از آن بوده در هر سه گروه فعالان عرصه صنعت گاو شیری (گاوداران، مالکان مراکز جمع‌آوری شیر و مالکان کارخانه خوراک دام) کمتر از ۲۵ درصد از جامعه کارآفرینان قوی بوده‌اند و عمده فعالان این سه حوزه به عنوان کارآفرینان ضعیف و یا غیرکارآفرین شناسایی شده‌اند، که خود حاکی از ضعف روحیه کارآفرینی در این صنعت در استان خراسان رضوی و به تبع آن لزوم برگزاری دوره‌ها و کارگاههای آموزش کارآفرینی و نیز ارائه عوامل انگیزشی ویژه جهت تقویت این روحیه در فعالان این صنعت می‌باشد.

### بررسی و شناسایی ویژگی‌های شخصیتی متمایزکننده

#### کارآفرینان از غیرکارآفرینان صنعت گاو شیری

در این بخش از مطالعه به منظور شناسایی ویژگی‌های شخصیتی متمایزکننده کارآفرینان از غیرکارآفرینان صنعت گاو شیری از روش تحلیل تمایزی بهره گرفته شده است. در این روش آماری ابتدا لازم است تفاوت‌های بین گروهها از طریق آزمون برابری میانگین مربوط به هر یک از متغیرهای مستقل با استفاده از آزمون آماری تک متغیره‌ای نظیر آماره U یا ویلکز لامبدا مورد بررسی قرار گیرد. این آماره معنی‌داری یک متغیر وقتی به صورت انفرادی بین دو گروه مورد بررسی مقایسه می‌شود را بیان می‌نماید. به عبارت دیگر مقادیر کوچک این

جدول ۳- تعداد و درصد مالکان در طبقات کارآفرینی و میانگین شاخص امتیاز کارآفرینی در هر طبقه کارآفرینی

تعداد (درصد)*	گاودار	مالک مرکز جمع آوری شیر	مالک کارخانه خوراک دام	میانگین شاخص امتیاز کارآفرینی
غیر کارآفرین	۳۳ (۳۸/۸)	۱۴ (۴۶/۷)	۳ (۳۰)	۱۶/۲۵
کارآفرین ضعیف	۳۳ (۳۸/۸)	۱۱ (۳۶/۷)	۵ (۵۰)	۴۰/۱۳
کارآفرین قوی	۱۹ (۲۲/۴)	۵ (۱۶/۶)	۲ (۲۰)	۶۴/۷۱
جمع	۸۵	۳۰	۱۰	

\*- اعداد داخل پرانتز به صورت درصد بیان شده اند

ماخذ: یافته‌های پژوهش



جدول ۴- نتایج آزمون مقایسه میانگین متغیرهای مستقل در دو گروه کارآفرین و غیر کارآفرین

متغیر	آماره ویلکس لامبدا	آماره F	Sig.
نیاز به موفقیت	۰/۸۹	۰/۲۹۵	۰/۵۸۹
ریسک یا مخاطره پذیری	۰/۸۰۱	۱۸/۸۷	۰/۰۰۰
خلاقیت و نوآوری	۰/۸۱۰	۱۷/۷۸	۰/۰۰۰
نیاز به استقلال	۰/۰۹۱	۰/۶۶۸	۰/۴۱۸
اعتماد به نفس	۰/۰۷۲	۲/۱۹	۰/۸۴۳
تلاش و پیگیری	۰/۹۲۴	۶/۲۲	۰/۰۱۵
توسعه طلبی	۰/۹۱۹	۷/۴۰	۰/۰۰۸
مرکز کنترل درونی و تغییرپذیری	۰/۹۴۴	۵/۰۲	۰/۰۲۸
فرصت گرایی	۰/۸۵۳	۱۳/۰۵	۰/۰۰۱
رضایت مندی	۰/۰۷۹	۰/۲۴۸	۰/۶۱۹

ماخذ: یافته های پژوهش

بیانگر آنند که افراد باید تمایل به پذیرش ریسک، شکست و اشتباه را داشته باشند (۲۹ و ۳۵). همچنین بر اساس گزارش ریسک‌سناس (۳۲) و براندستار (۲۰) کارآفرینان اغلب با صفت ریسک‌پذیری مشخص میشوند و به احتمال زیاد در وقایع دارای ریسک مشارکت دارند. دلیل این مشارکت این است که کارآفرینان فرصتهای شغلی را با نگاه خوش بینانه و مثبت در مقایسه با دیگران ارزیابی میکنند. برگفوت (۱۹) در بررسی ویژگیهای گاوداران کارآفرین هلندی گزارش کرد در طیف ۱ تا ۵ مربوط به ویژگی نوآوری گاوداران دارای میانگین ۳/۸ بودند. قابل ذکر است این متغیر (ریسک‌پذیر) هم در حالتی که هنوز بالقوه بوده و در قالب ویژگی شخصیتی نمود پیدا میکند، به عنوان موثرترین متغیر کارآفرینی فعالان صنعت شیر شناسایی شده است و هم در حالتی که بالفعل شده و تبدیل به متغیر رفتاری می‌گردد، بیشترین تاثیر را بر فرآیند کارآفرین شدن فعالان این صنعت داراست. افرادی که دارای مرکز کنترل درونی هستند برای مهارت‌ها و توانایی‌های خود ارزش قایل بوده و رویدادهای مثبت زندگی را نتیجه‌ی نقشه‌ریزی دقیق و کوشش‌پی‌گیر خود می‌دانند، از این رو این گونه افراد چون بر این باورند که تلاش تاثیر زیادی بر موفقیت آن‌ها خواهد گذاشت، پس در این مسیر از هرگونه سعی و کوششی دریغ نمی‌ورزند (۳۱). مولر و توماس (۳۱) نیز گزارش کردند بین مرکز کنترل درونی و نوآوری و این دو ویژگی با گرایش فرد به کارآفرینی همبستگی مثبتی وجود دارد.

اما مقادیر ضرایب تابع تمایزی هیچگونه شاخصی جهت بیان اهمیت نسبی متغیرهای دارای اختلاف در گروه‌های مورد بررسی ارائه نمی‌نماید؛ به همین منظور برای دستیابی به این هدف از همبستگی میان تابع تمایزی و مقادیر متغیرها استفاده می‌شود که نتایج در ماتریس ساختار ارائه می‌شود؛ این مقادیر در واقع نشان دهنده میزان همبستگی خطی میان هر یک از متغیرهای پیش‌بینی و تابع تمایزی است. براساس نتایج حاصل ماتریس ساختار در جدول ۶ متغیر ریسک

نتایج حاصل از برآورد ضرایب استاندارد شده تابع تمایزی نشان می‌دهد که با افزایش هر یک از شش متغیر یاد شده (ریسک‌پذیری، نوآوری، تلاش و پیگیری، توسعه‌طلبی، تغییرپذیری و فرصت‌گرایی)، احتمال کارآفرین شدن فرد در صنعت گاو شیری افزایش می‌یابد، به بیان دیگر متغیرهای فوق رابطه مستقیمی با کارآفرین شدن افراد دارد. زالی و همکاران (۸) نیز در مطالعه‌ای بر این نتایج تاکید داشته‌اند. نتایج مربوط به هر یک از متغیرهای معنی‌دار تابع تمایزی را اینطور می‌توان استنباط نمود که براساس بررسی‌های صورت گرفته فراوان در میان کارآفرینان فعالیتهای مختلف اقتصادی، اصولاً کارآفرینان به وضع موجود حتی با داشتن درآمد و شرایط کاری مناسب راضی نمی‌شوند و همواره درصدد انجام فعالیتهای غیریکنواختند و عموماً به دنبال کارهایی هستند که توانایی آنها را افزایش داده و منجر به بهبود فعالیت آنها شود که خود تاکید بر نقش به‌سزای متغیرهای تغییرپذیری و توسعه‌طلبی بر کارآفرین شدن افراد دارد (۵، ۸، ۱۳، ۲۲ و ۳۴). همچنین واقعیت این است که براساس نتایج بررسی‌های صورت گرفته از یک سو وقت‌کشی و عدم بهره‌برداری اثربخش از وقت می‌تواند شکستهای جبران‌ناپذیری برای کارآفرینان بالقوه فراهم آورد و از سوی دیگر بدون سخت‌کوشی و تلاش دستیابی به این موفقیت میسر نیست. بنابراین می‌توان اینطور استنباط نمود که یک فرد کارآفرین و موفق عموماً بایستی ضمن تلاش و پیگیری فعالیتهای (متغیر تلاش و پیگیری) به دنبال بهره‌گیری مناسب از زمان و فرصتهای پیش‌روی خود باشد (متغیر فرصت‌گرایی). از آنجایی که ریسک، مبنای بحث کارآفرینی بشمار می‌آید و همچنین، کارآفرین بودن نیاز به ریسک‌پذیری بالایی دارد، بویژه در شرایط محیطی امروز که بسیار رقابتی، پیچیده، پویا و نامطمئن است. همانگونه که در بخش ویژگی‌های کارآفرینان و تعریفهای کارآفرینی مشاهده میشود، ریسک‌پذیری یکی از مهمترین ویژگی‌های کارآفرینان و جزء لاینفک تعریف و پروسه‌ی کارآفرینی است و پژوهشهای مستند،

اداره واحدهای تولیدی دارند به عنوان یک مطالعه پژوهشی دیگر مورد ارزیابی قرار گیرد تا امکان استفاده بیشتر از نکات برجسته مرتبط با آن در بهبود فرآیند کارآفرینی صنعت گاو شیری فراهم گردد.

در مجموع با توجه به تجربیات دیگر کشورها و براساس نتایج به دست آمده، به منظور اشاعه و تقویت فرهنگ کارآفرینی در صنعت گاو شیری، ایجاد بستر مناسب برای بروز خلاقیت و نوآوری در این عرصه و بهره گیری از استعدادها و توانایی‌های کارآفرینان و به ویژه کارآفرینان موفق راه کارها و تدابیر زیر پیشنهاد می‌شود:

- با توجه به پیش بینی ویژگی‌های رفتاری و شخصیتی تاثیرگذار بر موفقیت کارآفرینان، شایسته است که از یکسو نظام آموزشی نسبت به ایجاد تدابیر ویژه جهت تقویت این ویژگیها در فعالان عرصه صنعت گاو شیری به طور خاص اقدام کند، به طور مثال ارائه دوره‌های آموزشی کاربردی و علمی به صورت دوره ای به فعالان این عرصه، که این دوره ها خود برگرفته از تجارب کارآفرینان صنعت گاو شیری باشد. از سوی دیگر دولت با سیاست‌گذاری‌ها و پشتیبانی‌های اجرایی خود شرایط تشویقی جهت بهبود ویژگی‌های مورد ارزیابی برای توسعه ی کارآفرینی را فراهم کند.
- از آن جا که شناسایی و تجلیل از افراد کارآفرین سبب ترویج و توسعه‌ی فرهنگ خلاقیت، نوآوری، کارآفرینی و تشویق حامیان کارآفرینی به مشارکت و سرمایه گذاری در اجرای طرح های کارآفرینانه می شود، به جا خواهد بود که جشنواره‌های کارآفرینی با هدف معرفی کارآفرینان برتر در حوزه های مختلف زیربخش کشاورزی توسعه یابد.
- با توجه به اینکه ویژگی شخصیتی ریسک‌پذیری و نیز نوآوری از جمله مهمترین عوامل متمایزکننده کارآفرینان از غیر کارآفرین می‌باشند، حمایت از ریسک و خلاقیت فعالان صنعت گاو شیری، با استفاده از پرداخت پاداش‌های متناسب به عملکردهای‌شان به عنوان اقدامی تشویقی در بهبود این ویژگی‌ها پیشنهاد می‌گردد.
- به منظور بهبود و ارتقای ویژگی‌های شخصیتی "مرکز کنترل درونی"، "توسعه طلبی" و "فرصت‌گرایی" در فعالان این صنعت، لازم است ارتباط آنها را با محیط‌های بیرونی فعالیتشان افزایش داد که به این منظور ارائه تسهیلات مناسب رفت و آمد به شهرها، استفاده از امکانات مطالعه مطبوعات، استفاده از اینترنت و آشنایی با نوآوری های خدمات سازمان ها و دواير توصیه می‌گردد.
- برگزاری دوره‌های آموزشی کارآفرینی و خلاقیت برای فعالان صنعت گاو شیری با بهره‌گیری از مربیان مجرب یا کارآفرینان موفق نیز از دیگر راهکارهای پیشنهادی در راستای ارتقای سه ویژگی اخیر در فعالان این صنعت می‌باشد.

پذیری از بیشترین درجه اهمیت در تمایز بین دو گروه کارآفرین و غیرکارآفرین برخوردار بوده و متغیرهای نوآوری، تلاش و پیگیری، توسعه طلبی، مرکز کنترل درونی و فرصت‌گرایی به ترتیب رتبه‌های بعدی اهمیت را در ایجاد تمایز بین دو گروه مورد بررسی را داراست. به بیان دیگر متغیر فرصت‌گرایی کمترین درجه اهمیت را در تمایز کارآفرین از غیرکارآفرین داراست. بروز این شرایط را میتوان اینطور استنباط نمود که متغیر شخصیتی فوق در مقایسه با سایر ویژگی‌های شخصیتی یاد شده، بیش از آنکه از ویژگی‌های فرد اثرگرفته باشد، متاثر شرایط و موقعیتهای اقتصادی، اجتماعی جامعه می‌باشد، بنابراین اثرگذاری آن بر ایجاد تمایز میان این دو گروه کمتر از سایر متغیرهای شخصیتی فرد است.

ضریب همستگی کونیکال نیز بیانگر همبستگی نسبتاً مناسب میان متغیرهای مستقل و درجه تشخیص می‌باشند (ضریب همستگی کونیکال = ۰/۶۶). بررسی برازش کلی اطلاعات با استفاده از تابع تمایزی با استفاده از آماره  $\chi^2$ ، حاکی از معنی‌داری کلی تابع تمایزی بوده که خود به این مفهوم است که میانگین تمامی متغیرهای تشخیصی در دو گروه به طور همزمان کاملاً متفاوت از یکدیگر بوده و دو گروه با استفاده از این متغیرها قابل تفکیک و تمایز می‌باشند. همچنین در راستای مقایسه طبقه‌بندی تحلیل تمایزی و تصادفی، درصد بالای مشاهدات کل که به طور صحیح طبقه‌بندی شده‌اند (۶۹ درصد) از یک سو و مقدار آماره  $Q = 19/21$  (بزرگتر از مقدار بحرانی آماره  $\chi^2$  در سطح ۹۹ درصد) از سوی دیگر، نشان داده‌اند که طبقه‌بندی تحلیل تمایزی به طور معنی‌داری بهتر از طبقه‌بندی تصادفی می‌باشد.

## پیشنهادها

با توجه به نتایج این تحقیق در بین دوازده ویژگی شخصیتی کارآفرینانه مورد بررسی در صنعت گاو شیری خراسان رضوی سه ویژگی روحیه ریسک‌پذیری، خلاقیت و نوآوری و تلاش و پیگیری به ترتیب مهمترین عوامل متمایزکننده کارآفرینان این بخش از غیرکارآفرینان می‌باشد. همچنین در میان متغیرها و ویژگی‌های رفتاری-عملکردی، متغیر میزان ریسک‌پذیری نیز به اعتقاد کارشناسان و متخصصان از اهمیت بالاتری در تشخیص کارآفرینان برخوردار است. لذا پیشنهاد می‌شود به عنوان گام اولیه در بهبود فرآیند کارآفرینی فعالان صنعت گاو شیری، مطالعه‌ای جامع جهت شناسایی راهکارهای عملی ارتقای سطح ریسک‌پذیری فعالان این حوزه صورت پذیرد.

همچنین با توجه به اینکه در جریان این تحقیق، کارآفرینان صنعت گاو شیری شناسایی گردیدند، پیشنهاد می‌شود از یکسو زندگی خصوصی، ویژگی‌های شاخص این افراد، توانمندی‌ها و تجربی که در راه اندازی کسب و کار، اخذ تسهیلات، جذب حمایت‌ها و روشهای

- در مجموع توجه و تمرکز بر ویژگی‌های رفتاری و شخصیتی فعالان صنعت گاو شیری به طور خاص و سایر زیربخش‌های کشاورزی به طور عام در فرآیند کارآفرینی این بخش و سیاستگذاری‌های مربوط به آن توصیه می‌گردد.

جدول ۵- نتایج حاصل از برآورد الگوی تحلیل تمایزی

متغیر	ضرایب استاندارد شده	مقادیر ماتریس ساختار
ریسک پذیری	۰/۷۲۲	۰/۹۱۸
نوآوری	۰/۴۰۹	۰/۵۳۹
تلاش و پیگیری	۰/۱۶۲	۰/۴۹۹
توسعه طلبی	۰/۰۳۳	۰/۳۴۳
مرکز کنترل درونی	۰/۲۷	۰/۳۱
فرصت گرایی	۰/۳۹۳	۰/۲۸۱

ضریب همبستگی کونیگال = ۰/۶۶۴  
 درصد طبقه بندی صحیح کل مشاهدات = ۶۹ درصد  
 Chi-square = ۴۵/۸۶ whit ۶ D.F. sig. = ۰/۰۰۰  
 Press s Q = ۱۹/۲۱

ماخذ: نتایج پژوهش

## منابع

- ۱- احمدپور داریانی م.، و مقیمی م. ۱۳۸۵. مبانی کارآفرینی. انتشارات فراندیش. چاپ اول، تهران.
- ۲- احمدپور داریانی م. ۱۳۷۷. طراحی و تبیین الگوی پرورش مدیران کارآفرین در صنعت. رساله‌ی دکتری، دانشگاه تربیت مدرس.
- ۳- اسکندری ف.، حسینی م.، و کلانتری خ. ۱۳۸۵. عوامل مؤثر بر عملکرد کارآفرینانه دانش آموختگان، آموزش عالی کشاورزی و منابع طبیعی ایران. فصلنامه اقتصاد کشاورزی و توسعه. ۱۴(۵۳)، ص ۱۳۴-۱۰۷.
- ۴- پورقاز ع.، و محمدی الف. ۱۳۹۰. بررسی رابطه‌ی منابع قدرت مدیران با ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی کارکنان. پژوهش‌های مدیریت عمومی. سال چهارم. شماره دوازدهم، ص ۱۱۱-۱۳۰.
- ۵- جاجرمی ح.، و میانداوب پ. ۱۳۸۸. سنجش و تحلیل ویژگی های کارآفرینی دهیاران با تأکید بر عوامل زمینه ای مؤثر بر آن (مطالعه موردی: دهیاران روستاهای شهرستان میانداوب). مجله پژوهش‌های روستائی (۱۱).
- ۶- رضایی ع. الف.، و سلطانی الف. ۱۳۸۲. مقدمه‌ای بر تحلیل رگرسیون کاربردی. مرکز نشر دانشگاه صنعتی اصفهان. چاپ اول، اصفهان.
- ۷- روابط عمومی معاونت امور دام سازمان جهاد کشاورزی خراسان رضوی. ۱۳۸۸. آمار و تولیدات دام و طیور استان خراسان رضوی.
- ۸- زالی م.، مدهوشی م.، و کردنائیج الف. ۱۳۸۶. ارزیابی مشخصه‌های کارآفرینی در دانشجویان (مورد مطالعه: دانشگاه مازندران). فصلنامه مدرس علوم انسانی (ویژه نامه مدیریت)، ۱۱(۳)، ص ۸۱-۱۱۲.
- ۹- سعیدی کیا م. ۱۳۸۲. آشنایی با کارآفرینی. انتشارات نشر سپاس، تهران.
- ۱۰- شاهرکنی س. ۱۳۸۴. ویژگی‌های کارآفرین. ماهنامه علمی آموزشی تدبیر. سال شانزدهم، شماره ۱۶۰.
- ۱۱- شریف زاده م.، و زمانی غ. ۱۳۸۵. روحیه کارآفرینی در دانشجویان کشاورزی. مجله علوم کشاورزی ایران. ۳۷(۱)، صفحات ۱۰-۱.
- ۱۲- قدسی پور س. ح. ۱۳۸۵. فرآیند تحلیل سلسله مراتبی (AHP). انتشارات دانشگاه صنعتی امیرکبیر. چاپ پنجم، تهران.
- ۱۳- قوامی ه. و لطفعلی پور م. ۱۳۸۷. بررسی عوامل مؤثر بر انتخاب کارآفرینی در مقایسه با اشتغال دستمزدی دانش آموخته‌گان: مطالعه موردی دانشگاه فردوسی مشهد. مجله دانش و توسعه. سال پانزدهم، شماره ۲۴.
- ۱۴- مفاخری ن. ۱۳۸۶. کارآفرینی چیست (۷ خرداد ۱۳۸۹) قابل دسترس در: <http://www.modiriran.ir/modules/article/trackback.php/331>
- ۱۵- مقیمی م. ۱۳۸۳. کارآفرینی در نهادهای جامعه مدنی. انتشارات دانشگاه تهران و مرکز کارآفرینی دانشگاه تهران. چاپ دوم، تهران.
- ۱۶- موسوی بازرگانی ج. ۱۳۸۶. مولفه های کارآفرینی. انتشارات جهاد دانشگاهی. چاپ اول، تهران.
- ۱۷- نجفی ز.، و شاه مراد ل. ۱۳۸۸. نقش ترویج در تقویت روحیه کارآفرینی در بخش کشاورزی. اولین همایش ملی دانشجویی ترویج و آموزش.

شیراز، ایران.

۱۸- نیکخواه ع. ۱۳۸۳. رابطه بین تولید و سود دهی گاو. اولین کنگره علوم و آبیان کشور. کرج، ایران.

- 19- Bergevoet R.H.M. 2005. Entrepreneurship of Dutch dairy farmers. PhD Thesis, Wageningen University.
- 20- Brandstätter H. 1997. Becoming an entrepreneur -A question of personality structure? *Journal of Economic Psychology*. 18: 157-177.
- 21- Byer T., Kist H., and Sutton R.I. 1997. " Characteristics entrepreneur: social creators, not solo Heroes!" <http://www.sanforded/clss/e/45/mat>.<http://www.sanford.edu/clss/e/45/materialscharacteristics.html>, 1997
- 22- Chell E. 2008. *The Entrepreneurial Personality: A Social Construction*, Routledge, London.
- 23- Collins L., Hannon P.D., and Smith A. 2004. Enacting entrepreneurial intent: the gaps between student needs and higher education Capability. *Education training*, vol. 46, no,8/9.
- 24- Deakins D., and Freel M. 2002. *Entrepreneurship and small firms*, 3d edition, London: McGraw – hill.
- 25- Elfring T. 1999. *Reviewing entrepreneurship*. Wageningen University, Wageningen, 46 pp.
- 26- Gartner W.B. 1989. "Who is an Entrepreneur? Is the Wrong Question.", *Entrepreneurship Theory & Practice*, Vol.13.
- 27- Hansmark O.C. 1998. "The effect of an Entrepreneurship programe on Need for Achievement and Locus of Control of Reinforcement".*International Journal of Entrpreneurship Behaiver and Research*.Vol. 4, Issue 1, pp: 28-50.
- 28- Littunen H. 2000. Entrepreneurship and the Characteristics of Entrepreneurial Personality, *International Journal of Entrepreneurial ,Behavior Research*. Vol.6, No. 6.
- 29- Luke B. 2006. *Exploring Strategic Entrepreneurship in the Public Sector*, Auckland University of Technology, New Zland.
- 30- Mclachlan G.J. 1992. *Discriminant analysis and statistical pattern recognition*. NewYork MC, Graw-Hill.
- 31- Mueller S.L., and Thomas A.S. 2001. Culture and entrepreneurial potential: A nine country study of locus of control and innovativeness. *Journal of Business Venturing* 16: 51-75.
- 32- Ripsas S. 1998. Towards an interdisciplinary theory of entrepreneurship. *Small Business Economics* 10: 103-115.
- 33- Stewart W.H., Carland J., and Carland J. 1998. Is risk taking propensity an attribute of entrepreneurship? A comparative analysis of strumentation".<http://www.sbaer.vca.edulresearch/1998/ASBE/98asb5/>
- 34- Thornberry N. 2006. *Lead like on Entrepreneur*, Simon press.
- 35- Zampetakis L.A. 2007. Entrepreneurial Behavior in the Greek Public Sector, *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Volume 13.