

ارزیابی و مقایسه ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه دانشجویان دانشکده‌های مختلف دانشگاه سمنان^۱

داود فیض^۲،
میلاذ صفایی^۳

تاریخ پذیرش: ۱۳۸۸/۹/۲۹

تاریخ دریافت: ۱۳۸۷/۸/۱۲

چکیده

از آنجاکه دانشگاه‌ها به عنوان متولیان اصلی پرورش نیروهای متخصص جامعه، نقشی کلیدی و تعیین‌کننده در توسعه کارآفرینی و پرورش ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه در دانشجویان دارند، در این پژوهش به ارزیابی و مقایسه ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه دانشجویان در دانشکده‌های مختلف دانشگاه سمنان پرداخته شده است. نتایج تحقیق حاضر می‌تواند در طراحی دوره‌های آموزشی کارآفرینی در دانشگاه‌ها استفاده شود. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از آمار توصیفی نشان داد در مجموع بین ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه دانشجویان دانشکده‌های مختلف تفاوت معنی‌داری وجود ندارد. البته بررسی داده‌های مربوط به هریک از ویژگی‌ها به صورت مجزا، تفاوت‌هایی را بین دانشجویان دانشکده‌های مختلف دانشگاه سمنان نشان می‌دهد.

۱. این مقاله برگرفته از یک طرح پژوهشی با عنوان بررسی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه سمنان با حمایت مالی دانشگاه سمنان می‌باشد.

۲. استادیار دانشکده اقتصاد و مدیریت دانشگاه سمنان feiz@emodir.com

۳. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی گرایش بازرگانی بین‌الملل دانشگاه پیام نور واحد گرمسار safaei@emodir.com

همچنین بررسی فرضیه‌های تحقیق با استفاده از آزمون t من - ویتنی نشان داد بین ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه دانشجویان دانشکده‌های علوم انسانی و هنر، فنی - مهندسی و هنر، دامپزشکی و هنر، و همچنین علوم پایه و هنر تفاوت معناداری وجود دارد. علاوه بر این، رتبه‌بندی نمره کارآفرینی دانشجویان دانشکده‌های مختلف با استفاده از آزمون تحلیل واریانس فریدمن نشان داد دانشجویان دانشکده های علوم پایه، علوم انسانی، فنی - مهندسی، روان‌شناسی، هنر و دامپزشکی به ترتیب در رتبه‌های اول تا ششم قرار می‌گیرند.

واژگان کلیدی: کارآفرینی - ویژگی‌های کارآفرینانه - آموزش کارآفرینی - دانشگاه

۱. مقدمه

به گفته شول هامر (۱۹۸۲)، کارآفرینی^۱ موتور محرکه توسعه اقتصادی جوامع است و کشورها برای دستیابی سریع‌تر به توسعه اقتصادی، باید تعداد کارآفرینان را در جامعه افزایش دهند. سال‌های متمادی اندیشمندان در پی یافتن راهی برای تکثیر کارآفرینان در جامعه بودند، مطالعات انجام شده در این زمینه منجر به شکل‌گیری رویکرد ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه^۲ شد. در این رویکرد با دیدگاهی روان‌شناسانه، ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان مورد بررسی و شناسایی قرار گرفته و تلاش می‌شود این ویژگی‌ها در افراد مختلف جامعه پرورش داده شده و از این طریق گامی مثبت در جهت تکثیر کارآفرینان برداشته شود. ویژگی‌های شناسایی شده در کشورهای مختلف شامل پشتکار، انگیزه موفقیت^۳، نوآوری و خلاقیت^۴، پافشاری بر حل مشکل، تحمل ابهام^۵، تحمل شکست، اعتماد به نفس، ریسک‌پذیری^۶، استقلال‌طلبی^۷، خوش‌بینی به آینده، کانون کنترل داخلی^۸

1. Entrepreneurship
2. Entrepreneurial Traits
3. Need for Achievement
4. Creativity
5. Ambiguity Tolerance
6. Risk Taking Propensity
7. Need for Independence
8. Internal Locus of Control

و... بوده که از این میان ویژگی‌هایی نظیر ریسک‌پذیری، توفیق‌طلبی، استقلال‌طلبی، خلاقیت، و عزم و اراده، در اغلب تحقیقات مورد تأیید قرار گرفته است. تحقیقاتی که با رویکرد ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان انجام می‌شوند، می‌توانند با برآورد وضعیت ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه در جامعه آماری خود، راهنمایی برای پرورش این ویژگی‌ها و توسعه کارآفرینی در آن جامعه باشند؛ لذا تحقیق حاضر با همین رویکرد، در پی ارزیابی و مقایسه ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه دانشجویان در دانشکده‌های مختلف دانشگاه سمنان است. نتایج این مطالعه می‌تواند توسط مراکز کارآفرینی و طراحان دوره‌های آموزشی، در طراحی دوره‌های آموزش کارآفرینی و پذیرش افراد مستعد برای ورود به دوره‌های آموزش کارآفرینی و فرایند مشاوره کارآفرینی مورد استفاده قرار گیرد. در ادامه پس از بیان پیشینه تحقیق، مبانی نظری مرتبط با موضوع، روش تحقیق و همچنین نتایج حاصل از تحقیق، تشریح خواهد شد.

۲. پیشینه تحقیق

تحقیقات زیادی در زمینه ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه افراد در کشورهای مختلف انجام شده است. مطالعات مک‌کله‌ند در سال ۱۹۶۱، وجود ویژگی شخصیتی توفیق‌طلبی در اکثر کارآفرینان را تأیید می‌کند. تحقیقات هنسمارک در سال ۲۰۰۳ نیز نشان می‌دهد اغلب کارآفرینان ویژگی‌های روان‌شناختی خاصی نظیر استقلال‌طلبی، نیاز به پیشرفت و کانون کنترل درونی دارند. با وجود آنکه نقش کارآفرینان در توسعه اقتصادی کشورها انکارناپذیر است، ولی شواهد موجود نشان می‌دهد که برنامه‌های آموزشی موجود در آموزش عالی کشور ما، در جهت پرورش ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه دانشجویان تدوین نشده است. در تحقیقی که عزیزی در سال ۱۳۸۲ بر روی دانشجویان دانشگاه شهید بهشتی انجام داده، به این نتیجه رسیده است که زمینه بروز و پرورش کارآفرینی برای دانشجویان فراهم نشده است. /حمادی نیز در پژوهشی که تحت عنوان نیازسنجی آموزش کارآفرینی در بین دانشجویان دوره کارشناسی مهندسی برق دانشگاه تهران انجام داده، به این نتیجه رسیده است که برنامه‌های درسی دوره کارشناسی مهندسی برق دانشگاه تهران نتوانسته دانش و مهارت‌های مورد نیاز در زمینه کارآفرینی را در دانشجویان پرورش

دهد و فارغ‌التحصیلان، پس از اتمام تحصیلات آماده ایجاد یک کسب‌وکار برای خود نمی‌باشند (۱۳۸۵). نتایج تحقیق صالحی عمران که در دانشگاه مازندران انجام شده، حاکی از آن است که بین روحیه کارآفرینی دانشجویان در چهارده دانشکده دانشگاه مازندران تفاوت معناداری وجود ندارد (۱۳۸۶). بر اساس تحقیق علی‌بیگی نیز هیچ‌گونه اختلاف معنی‌داری از لحاظ ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه در بین دانشجویان دانشکده‌های مختلف دانشگاه رازی وجود ندارد (۱۳۸۶).

۳. ادبیات تحقیق

۳-۱. مفهوم کارآفرینی

عصر جدید، عرصه رقابت بر سر منابع و سرمایه‌هاست. کشورهای بزرگ صنعتی که فاتحان این عرصه‌اند، بهره‌وری از منابع و سرمایه‌ها را در سرلوحه کار خود قرار داده‌اند و در پرتو وجود افراد تحصیلکرده و متخصص، چرخ‌های رشد و توسعه را به حرکت درآورده‌اند و به ابداعات و نوآوری‌هایی دست یافته‌اند. دسترسی به این نوآوری‌ها که اقتصاد کشورهای توسعه‌یافته را از نو زنده کرده است، منوط به کارآفرینی است. کارآفرینی به این دلیل که جامعه را به سمت تغییرات تکنیکی و مبتکرانه سوق داده و باعث رشد اقتصادی می‌شود و همچنین چون کارآفرینی دانش جدید را به خدمات و محصولات جدید تبدیل می‌کند حائز اهمیت است (شان^۱ و دیگران، ۲۰۰۳). سلازار نیز بر این اعتقاد است که کارآفرینی علاوه بر ایجاد اشتغال، موجب بالا رفتن کیفیت زندگی، توزیع مناسب درآمد، کاهش اضطراب‌های اجتماعی و بهره‌وری از منابع ملی می‌شود (۱۳۸۳). کارآفرینی پدیده فنی - اقتصادی جدیدی است که در دو دهه اخیر جهان اقتصاد و صنعت را با پیامدهای شگفت خود متحول ساخته است. در حال حاضر که اقتصاد کشور ما گرفتار نارسایی‌ها، کمبودها، و سوءمدیریت‌هایی است که منجر به وضعیت ناهنجار بیکاری، کمبود تولید ناخالص داخلی، کاهش قدرت سرمایه‌گذاری دولت، ضعف در صادرات غیر نفتی و بیماری‌هایی از این قبیل شده است، نیم‌نگاهی به وضعیت جهانی اقتصاد، ما را به سوی این باور می‌کشاند که رشد کارآفرینی و فرهنگ کارآفرینانه، به

1. Shan

شرطی که هنرمندان، با فرهنگ، امکانات، توانایی‌ها و سلیقه ایرانی آمیخته شود، تنها راه بهبود بیماری امروز اقتصاد کشور و پیشگیری از وخامت حال فرداست (دهقانپور فراشاه، ۱۳۸۱).

۲-۳. تعریف کارآفرینی

می‌توان گفت نخستین گام برای شناخت و درک هر مفهوم یا پدیده، ارائه تعریف واضح و روشن از آن می‌باشد. کارآفرینی یکی از مفاهیم مطرح در حوزه علوم انسانی است و از آنجاکه مفاهیم علوم انسانی همانند مفاهیم علوم تجربی قطعی و واحد نیست، ارائه یک تعریف مشخص برای واژه‌های آن که مورد تأیید همگان باشد، کاری بسیار دشوار و حتی غیر ممکن است. اغراق نیست اگر گفته شود که به تعداد صاحب‌نظران این حوزه، برای کارآفرینی تعریف وجود دارد (احمدپور، ۱۳۸۱). وجود تفاوت‌ها و مغایرت‌ها در تعریف کارآفرینی، از یک سو نشان‌دهنده گستردگی و اهمیت آن است که می‌تواند از زوایای مختلف مورد بررسی قرارگیرد، از سوی دیگر بیانگر پویایی موضوع است که زمینه ارائه مدل‌ها و تئوری‌ها و نظرات متفاوت را فراهم آورده است (شاکر^۱، ۱۹۹۶).

صاحب‌نظران در حال حاضر از کارآفرینی تعریف‌های زیر را ارائه می‌کنند:

◆ فرهنگ لغت آکسفورد کارآفرین را فردی معرفی می‌کند که با استفاده از ابتکار و ریسک‌پذیری تلاش می‌نماید تا سود به دست آورد (برنز^۲، ۲۰۰۱).

◆ فراگرد شکار فرصت‌ها به وسیله افراد (به طور انفرادی یا در سازمان‌ها)، بدون در نظر گرفتن منابع موجود (تفت^۳، ۱۹۹۳) و (نولتی^۴، ۱۹۹۵).

◆ کارآفرینی به معنای به‌کارگیری مفاهیم و فنون مدیریتی، ابزارها و فرایندهای طراحی، استاندارسازی محصول و بنا نهادن کار بر پایه آموزش و سپس تحلیل آن است (دراکر، ۱۹۸۵، بر گرفته از سلجوقی و آق اولی ۱۳۸۶).

◆ کارآفرینی یک فعالیت آزاد تجاری است که در محیطی می‌تواند به بهترین شکل ابراز وجود کند که عاری از بوروکراسی و مقررات دست‌وپاگیر باشد. بنابراین یک مدل

1. Shaker
2. Burns
3. Tefft
4. Nulty

تجویز شده می‌تواند با فعالیت‌های کارآفرینی در تضاد باشد (براون^۱، ۲۰۰۳).

◆ روشی برای انجام دادن کسب‌وکار به شیوه‌ای مبتکرانه، با تمرکز بر مشتری و پذیرفتن خطرهای حساب شده (کارترایت، ۱۳۸۳).

◆ کارآفرینی فرایندی است که طی آن محصول یا خدمتی جدید با نوآوری و خلاقیت به بازار ارائه شده و این کسب‌وکار مدام در حال رشد و ترقی باشد (احمدپور، ۱۳۸۳).
به نظر می‌رسد تعریف هیسریچ، تعریفی است که اغلب نکات مطرح در تعاریف دیگر را در بردارد و بیشتر در کشور مورد استفاده و توجه قرار گرفته است. از نگاه هیسریچ کارآفرینی عبارت است از فرایند نوآوری و بهره‌گیری از فرصت‌ها با تلاش و پشتکار بسیار، همراه با پذیرش ریسک‌های مالی، روانی و اجتماعی که با انگیزه توفیق طلبی، رضایت شخصی، استقلال و کسب سود مالی صورت می‌پذیرد (هیسریچ^۲، ۱۹۸۵).

۳-۳. آموزش کارآفرینی

تحقیقات نشان می‌دهد که کارآفرینی امری آموزش‌پذیر، تقویت‌پذیر و پرورش‌پذیر است. نخستین کشورهایی که در زمینه آموزش کارآفرینی فعالیت‌هایی را انجام دادند، کشورهای آلمان، انگلیس، امریکا و ژاپن بودند (فیض، ۱۳۸۶). آموزش کارآفرینی از تجربیات گوناگونی تشکیل یافته است که دورنمایی به افراد می‌دهد تا از فرصت‌های مختلفی که وجود دارد، استفاده کنند. با توجه به دلایلی که در زمینه اهمیت کارآفرینی وجود دارد، ضروری است که برنامه‌ریزان و کارگزاران دولتی با حمایت همه‌جانبه از فرایند کارآفرینی و برنامه‌ریزی جامع، زمینه رشد و ترویج فرهنگ کارآفرینی را فراهم کنند. امروزه شواهد موجود نشان می‌دهد که کارآفرینی می‌تواند در نتیجه برنامه‌های آموزشی، پرورش یابد (سالازار، ۱۳۸۳). نظریه‌پردازان علم مدیریت که بُعد فنی کارآفرینی را بررسی می‌کنند، بر این اعتقاد هستند که کارآفرینان می‌توانند در کلاس درس آموزش ببینند و بالنده شوند (عابدی، ۱۳۸۱). بنابراین کارآفرینی امروزه به یکی از مهم‌ترین و گسترده‌ترین فعالیت‌های دانشگاه‌ها تبدیل شده است (احمدپور، ۱۳۸۱). بدون شک دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی یکی از مهم‌ترین منابع توسعه کارآفرینی در کشور محسوب می‌شوند. نقش کلیدی دانشگاه

1. Brown
2. Hisrich

ها در توسعه کارآفرینی، موجب شده است تا کشورهای مختلف به امر توسعه کارآفرینی از طریق نظام آموزش عالی خود اقدام نموده و در این راه برنامه‌های بلندمدت، میان‌مدت و کوتاه‌مدت را تدوین و اجرا نمایند (فیض و صفائی، ۱۳۸۶).

۳-۴. رویکردهای مطالعه کارآفرینی

در سیر تبیین مفهوم کارآفرینی، ویژگی‌ها، کارکردها و فعالیت‌های متنوعی به فرد کارآفرین نسبت داده می‌شوند. بنابراین ارائه چهارچوب و طبقه‌بندی تعاریف می‌تواند تا حدودی از ابهام‌های موجود بکاهد. کارآفرینی در بطن تئوری‌های اقتصادی تبلور یافت و از قرن نوزدهم تا دهه ۱۹۶۰ تنها اندیشمندان اقتصادی به آن می‌پرداختند که بعد از آن همراه با گرایش تحلیل‌های اقتصادی به استفاده از شیوه‌های آماری و ریاضی، عملاً از تئوری‌های اقتصادی حذف شد. با خارج شدن کارآفرینی از نظریه‌های اقتصادی و پر رنگ شدن نقش کارآفرینان در توسعه اقتصادی، روان‌شناسان با هدف ارائه نظریه‌هایی مبتنی بر ویژگی‌های شخصیتی و همچنین با تفاوت قائل شدن بین کارآفرینان با مدیران و غیرکارآفرینان، به بررسی ویژگی‌های روان‌شناختی کارآفرینی پرداختند. نظریه کارآفرینی امروزه به جای این که صرفاً پدیده کارآفرینی را مستندسازی کند، دارای قابلیت‌های تشریح و توصیف رفتار کارآفرین‌ها، پیش‌بینی شرایطی که منجر به کارآفرینی می‌شود و ارائه رهنمودهای ارزشی برای اقدام درست در یک شرایط معین است (کردنائیچ و دیگران، ۱۳۸۶). در اینجا از میان رویکردهای ویژگی‌های شخصیتی، ویژگی‌های رفتاری و عوامل محیطی، رویکرد اول که ارتباط مستقیم با موضوع تحقیق دارد، تبیین می‌شود:

۳-۴-۱. رویکرد ویژگی‌های شخصیتی^۱

همان‌گونه که ذکر شد در رویکرد ویژگی‌های شخصیتی، ویژگی‌های خاصی مورد شناسایی قرار گرفته و به منظور شناسایی افراد مستعد برای کارآفرین شدن و تکثیر تعداد کارآفرینان در جامعه، بسیار مورد استقبال قرار گرفته است.

در میان ویژگی‌های مختلفی که در خصوص کارآفرینان شناسایی شده است، ویژگی‌های زیر در اغلب تحقیقات مورد تأیید قرار گرفته‌اند:

1. Traits Approach

۱. کانون کنترل درونی: کنترل درونی بدین معنی است که شخص رویداد خاصی را ناشی از رفتار یا ویژگی‌های نسبتاً پایدار خود می‌داند (اتکینسون و دیگران، ۱۳۶۹). به عبارت دیگر کانون کنترل درونی به این معناست که تقویت و تنبیه‌های شخصی حامل تلاش و رای کنترل او است (لیبرت و اسپیلبرگر، ۱۳۷۵).

۲. خلاقیت: به معنای ایده‌ها و تکنیک‌های جدیدی است که به عنوان راه حل‌هایی مورد استفاده قرار می‌گیرند تا بتوانند مشکلات شناخته شده را حل کنند (پروچاسکا، ۲۰۰۲).

۳. تحمل ابهام: قدرت تحمل ابهام عبارت است از پذیرفتن عدم قطعیت به عنوان بخشی از زندگی، توانایی ادامه حیات با دانش ناقص درباره محیط و تمایل به آغاز فعالیتی مستقل بی‌آنکه شخص بدانند آیا موفق خواهد شد یا خیر. به نظر می‌رسد کارآفرینان به مراتب بیش از مدیران شرکت‌ها قدرت تحمل ابهام را داشته باشند، کارآفرینان بدون اینکه احساس تهدید یا ناراحتی کنند قادرند به طور اثربخش با شرایط و اطلاعات مبهم، ناقص، غیرقطعی، سازمان نیافته و غیر شفاف روبه‌رو شوند و ضمن رفع ابهامات، آنها را به نفع خود تغییر دهند. در واقع ابهام سبب انگیزش آنها می‌شود (احمدپور، ۱۳۸۱).

۴. ریسک‌پذیری: یا تمایل به مخاطره‌پذیری عبارت است از رضایت فرد یا سازمان برای درگیر شدن در فعالیت‌ها و استراتژی‌های کسب‌وکار که نتایج آن ممکن است به شکل قابل توجهی نامعلوم باشد (هینونین^۲ و کورولا^۳، ۲۰۰۲).

۵. توفیق‌طلبی: انگیزه موفقیت به عنوان تمایل فرد به کسب هدف بر اساس مجموعه‌ای از استانداردهاست. توفیق‌طلبی، بیانگر گرایش همه‌جانبه به ارزیابی عملکرد خود با توجه به عالی‌ترین معیارها، تلاش برای موفقیت در عملکرد و برخورداری از لذتی که با موفقیت در عملکرد همراه است (ماسن، ۱۳۷۰).

۴. مسئله تحقیق

تحقیقات مایرون و مک‌کله‌لند، (۱۹۷۹) نشان داد که آموزش در کارآفرین شدن افراد تأثیر بسزایی دارد؛ از این رو تلاش در جهت آموزش و تعمیم دادن دانش و روحیه کارآفرینی در

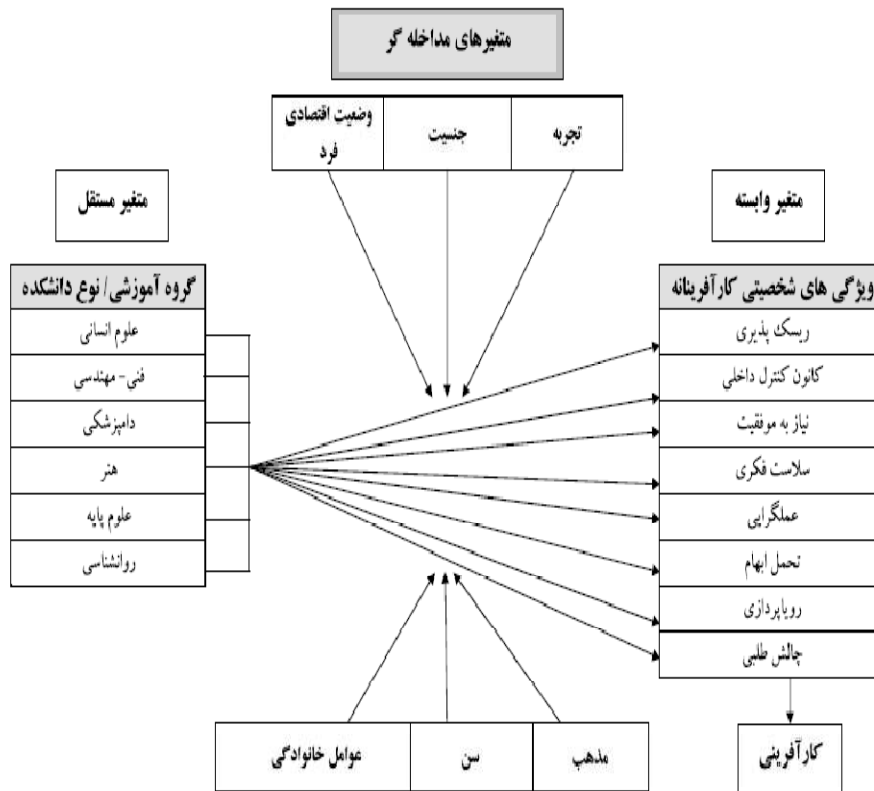
1. Prochaska
2. Heinonen
3. Korvela

بین کارآفرینان بالقوه مثل مدیران، تجار و دانشجویان و همچنین کارآفرینان بالفعل رونق گرفت. هدف اولیه از توسعه این فعالیت‌ها، تربیت نمودن افراد متکی به نفس و آگاه به فرصت‌ها و به‌طورکلی افرادی بوده است که تمایل بیشتری به راه‌اندازی کسب‌وکارهای مستقل دارند. در واقع هدف این بوده که افراد طی دوران تحصیل افرادی مؤسس تربیت شوند. این قبیل دوره‌ها به دنبال بهبود انگیزش و گرایش‌های افراد، همچون تمایل به استقلال، فرصت‌جویی، ابتکار، مخاطره‌پذیری، تعهد به کار، تمایل به حل مشکلات و لذت بردن از عدم قطعیت و ابهام می‌باشند (احمد پور، ۱۳۸۲). پس از ایجاد طرح کارا (طرح توسعه کارآفرینی در دانشگاه‌های کشور) در آموزش عالی ایران، مسئله آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها مورد توجه قرار گرفته و در سال‌های اخیر آموزش دو واحد اختیاری کارآفرینی برای دانشجویان تمام رشته‌ها به دانشگاه‌ها ابلاغ شده است. اجرای برنامه آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها با چالش‌های جدی مواجه شد که از جمله آنها می‌توان به فقدان محتوای مناسب، عدم وجود اساتید کارآفرینی، عدم وجود تجربه کافی برای آموزش کارآفرینی اشاره نمود. همچنین در دسترس نبودن برآوردی از ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه دانشجویان در رشته‌ها و گروه‌های آموزشی یکی دیگر از چالش‌های پیش روی آموزش کارآفرینی در رشته‌ها و دانشکده‌های مختلف محسوب می‌شد، چراکه اثربخشی آموزش کارآفرینی دانشجویان تا حد زیادی بستگی به استعدادها و ویژگی‌های شخصیتی آنان در ارتباط با کارآفرینی دارد. بنابراین در تحقیق حاضر محقق در پی یافتن پاسخ به این سؤال است که: ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه دانشجویان دانشکده‌های مختلف دارای چه وضعیتی است؟ با پاسخ به این سؤال، طراحی دوره‌های آموزش رسمی و غیررسمی کارآفرینی در دانشگاه‌ها، مبتنی بر استعدادها و ویژگی‌های شخصیتی دانشجویان انجام شده و اثربخشی آموزش کارآفرینی افزایش خواهد یافت.

۵. مدل نظری تحقیق

همان‌گونه که در نمودار شماره یک مشاهده می‌شود، در این تحقیق رابطه بین نوع گروه آموزشی/دانشکده و ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه دانشجویان و همچنین تفاوت بین ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه دانشجویان دانشکده‌های مختلف مورد بررسی قرار می‌

گیرد. بدیهی است با توجه به مطالب مطرحه در مبانی نظری، عوامل دیگری غیر از نوع گروه آموزشی می‌تواند به عنوان متغیرهای مداخله‌گر بر ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه دانشجویان تأثیرگذار باشند که در این تحقیق مورد بررسی قرار نگرفته‌اند. این عوامل شامل سن، جنسیت، عوامل خانوادگی (مانند تحصیلات والدین)، وضعیت اقتصادی، مذهب و تجربه می‌باشد.



نمودار شماره ۱: مدل نظری تحقیق

۶. روش تحقیق

۶-۱. نوع تحقیق

تحقیق حاضر از لحاظ هدف تحقیقی، کاربردی بوده و از لحاظ گردآوری داده‌ها از نوع تحقیقات میدانی به شمار می‌رود.

۶-۲. جامعه آماری و روش نمونه‌گیری

جامعه آماری این تحقیق، شامل کلیه دانشجویان مشغول به تحصیل در مقطع کارشناسی در ۶ دانشکده دانشگاه سمنان (علوم انسانی، علوم پایه، فنی و مهندسی، هنر، روان‌شناسی و دامپزشکی) می‌باشد. در تحقیق حاضر هریک از دانشکده‌های دانشگاه سمنان به مثابه یک طبقه از کل جامعه دانشگاه سمنان در نظر گرفته شده و روش نمونه‌گیری طبقه‌ای برای نمونه‌گیری از این جامعه آماری انتخاب شده است.

۶-۳. تعیین حجم نمونه آماری

برای تعیین حجم نمونه از جدول مورگان استفاده شده است. مورگان در کتاب خود تحت عنوان (ارزشیابی عقلایی: نظریه‌ها، مسائل...) نسبت جامعه آماری بر نمونه آماری را در یک جدول تخمین می‌زند. اگر تعداد اعضای جامعه آماری این تحقیق (۶۷۰۶) را ۷۰۰۰ نفر فرض کنیم، طبق جدول مورگان باید حداقل ۳۶۴ نمونه مورد مطالعه قرار می‌گرفت (بیانی، ۱۳۷۸). تیم تحقیق بیش از ۵۰۰ نفر را به صورت تصادفی از بین ۶ دانشکده، به تفکیک و نسبت جمعیت هر دانشکده و به تفکیک و نسبت جنسیت انتخاب کرده و از میان پرسش‌نامه‌های توزیع شده، ۴۰۰ پرسش‌نامه قابل بررسی را به همان نسبت انتخاب کرده است. طبقه‌بندی جامعه آماری تحقیق و همچنین حجم نمونه از طبقات مختلف جامعه آماری به شرح جدول شماره یک است:

جدول شماره ۱. حجم نمونه‌گیری از طبقات مختلف جامعه آماری

تعداد نمونه	نسبت جمعیت دانشکده	تعداد کل جمعیت	دانشکده
۱۵۵	۳۸/۸ درصد	۲۵۹۸	فنی و مهندسی
۱۱۴	۲۸/۵ درصد	۱۹۱۲	علوم انسانی
۸۰	۲۰ درصد	۱۳۴۷	علوم پایه
۱۸	۴/۳ درصد	۲۸۹	هنر
۱۷	۴/۳ درصد	۲۸۶	دامپزشکی
۱۶	۴/۱ درصد	۲۷۴	روان‌شناسی
۴۰۰	۱۰۰ درصد	۶۷۰۶	جمع کل

نمونه‌های آماری تحقیق که تعداد آنها به شرح جدول شماره ۱ می‌باشد، به صورت

تصادفی از دانشکده‌های مربوطه انتخاب شده و پرسش‌نامه استاندارد تحقیق بین آنها توزیع شده است. همان‌طور که در جدول شماره ۱ مشخص است، در نمونه‌گیری این تحقیق، نسبت جمعیت دانشجویان هر دانشکده در نسبت تعداد نمونه‌ها لحاظ شده است تا در تجزیه و تحلیل داده‌های آماری، بهترین و نزدیک‌ترین نتیجه به واقعیت، حاصل شود.

۴-۶. روش گردآوری داده‌ها

در این تحقیق از دو روش مطالعات کتابخانه‌ای و پرسش‌نامه استاندارد جهت گردآوری داده‌ها استفاده شده است. از روش کتابخانه‌ای به منظور تدوین مبانی نظری تحقیق و از روش پرسش‌نامه استاندارد شده به منظور سنجش ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه افراد نمونه استفاده شده است (کردنائیج و دیگران، ۱۳۸۶). پرسش‌نامه تحقیق حاوی ۹۵ سؤال ۴ گزینه‌ای با گزینه‌های کاملاً موافقم، نسبتاً موافقم، نسبتاً مخالفم و کاملاً مخالفم می‌باشد. برای هر یک از ویژگی‌های شخصیتی ریسک‌پذیری متعادل، کانون کنترل درونی، توفیق طلبی، سلامت فکری، عمل‌گرایی، تحمل ابهام، رویاپردازی و چالش‌طلبی سؤالاتی در این پرسش‌نامه در نظر گرفته شده است. پاسخ‌های هر سؤال، طبق جدولی مشخص، بین ۱ تا ۴ امتیاز خواهند داشت. نمره کارآفرینی هر فرد معادل جمع امتیازات مربوط به کلیه سؤالات می‌باشد.

۵-۶. نحوه تفسیر نتایج

با مراجعه به جدول ۲، می‌توان بر اساس نمرات کسب شده هر فرد، جایگاه او را از نظر میزان کارآفرینی و خصیصه‌های زیرمجموعه آن استخراج کرد. جدول شماره ۲ وضعیت هر فرد را در خصوص هر یک از خصیصه‌ها در قالب چهار مقوله بسیار ضعیف تا بسیار قوی نشان می‌دهد. مطابق جدول مزبور، همه ویژگی‌های هشت‌گانه و نیز مقیاس کلی کارآفرینی در یک پیوستار از بسیار ضعیف تا بسیار قوی طبقه‌بندی شده‌اند.

جدول شماره ۲. نرم‌های چهار مقوله‌ای خصیصه‌ها

مقوله	بسیار ضعیف	ضعیف	قوی	بسیار قوی
ریسک‌پذیری متعادل	[۱۸-۴۳]	[۴۳-۵۱]	[۵۱-۵۷]	[۴۳-۵۷]
کانون کنترل	[۱۷-۴۹]	[۴۹-۵۵]	[۵۵-۶۰]	[۴۳-۶۰]
نیاز به موفقیت	[۱۵-۴۴]	[۴۴-۴۸]	[۴۸-۵۳]	[۴۳-۵۳]
سلامت فکری	[۱۳-۳۴]	[۳۴-۳۸]	[۳۸-۴۳]	[۴۳-۴۳]
عمل‌گرایی	[۸-۲۵]	[۲۵-۲۸]	[۲۸-۳۰]	[۳۰-۴۳]
تحمل ابهام	[۱۱-۱۸]	[۱۸-۲۲]	[۲۲-۲۶]	[۲۶-۴۳]
رویا پردازی	[۷-۱۹]	[۱۹-۲۱]	[۲۱-۲۳]	[۲۳-۴۳]
چالش طلبی	[۶-۱۶]	[۱۶-۱۹]	[۱۹-۲۱]	[۲۱-۴۳]
کارآفرینی	[۹۵-۲۶۴]	[۲۶۴-۲۸۳]	[۲۸۳-۳۰۳]	[۳۰۳-۴۳]

نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل پرسش‌نامه‌ها، داده‌های تحقیق را به دست می‌دهند. علاوه بر استفاده از روش پیش‌بینی شده در مدل برای تحلیل توصیفی داده‌ها، از آزمون‌های تحلیل واریانس فریدمن و لآمن‌وینتی نیز برای استنباط آماری از داده‌ها استفاده شده است.

۷. تجزیه و تحلیل داده‌ها

۷-۱. داده‌های آماری تحقیق

با توجه به پرسش‌نامه‌های بررسی شده طبق دستورالعمل تحلیل پرسش‌نامه‌ها، داده‌های آماری تحقیق به شرح جدول شماره ۳ استخراج شده است. جدول شماره ۳ وضعیت ویژگی‌های شخصیتی دانشجویان دانشکده‌های مختلف را نشان می‌دهد.

جدول شماره ۳. داده‌های آماری تحقیق

میانگین معیار دانشکده	ریسک‌پذیری	کانون کنترل	توفیق طلبی	سلامت فکری	عمل‌گرایی	تحمل ابهام	رویا پردازی	چالش طلبی	کارآفرینی
علوم انسانی	۵۰/۰۳	۵۷/۹۷	۴۷/۹۳	۳۶/۵۲	۲۸/۷۲	۲۵/۴۲	۲۲/۰۸	۱۸/۳۵	۲۸۷/۰۷
فنی و مهندسی	۴۹/۹۸	۵۵/۷۷	۴۷/۷۱	۳۶/۱۲	۲۸/۵۳	۲۶/۶۳	۲۱/۷	۱۸/۲۰	۲۸۴/۶۹

ارزیابی و مقایسه ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه .. / ۱۵۰

۲۸۴/۰۶	۱۸/۲۳	۲۱/۴۶	۲۵/۷	۲۹/۱۳	۳۶/۴۵	۴۷/۹۳	۵۷/۱۶	۴۷/۹۷	علوم پایه
۳۰۰/۷۲	۱۹/۲۷	۲۲/۱۶	۲۷/۸۳	۲۹/۳۳	۳۷/۷۲	۵۱/۳۳	۵۹/۲۷	۵۳/۷۷	هنر
۲۸۵/۷۵	۱۸/۳۷	۲۱/۳۱	۲۵/۶۸	۲۸/۹۳	۳۵/۰۶	۴۷/۱۲	۵۷/۳۷	۵۱/۸۷	روان‌شناسی
۲۷۸/۴۱	۱۸/۲۳	۲۰/۷	۲۲/۹۴	۲۷/۱۱	۳۶/۹۴	۴۸/۰۵	۵۵/۶۴	۴۸/۷۶	دامپزشکی

۷-۲. تفسیر داده‌های آماری تحقیق

با توجه به داده‌های آماری تحقیق در جدول ۳ و همچنین دستورالعمل تفسیر داده‌ها در جدول ۲، تفسیر داده‌های آماری تحقیق به شرح جدول شماره ۴ خواهد بود.

جدول شماره ۴. تفسیر داده‌های آماری تحقیق

کارآفرینی	چالش طلبی	رویا پردازی	تحمل ابهام	عمل‌گرایی	سلامت فکری	توفیق طلبی	کانون کنترل	ریسک‌پذیری	میانگین معیار دانشکده
قوی	ضعیف	قوی	قوی	قوی	ضعیف	ضعیف	قوی	ضعیف	علوم انسانی
قوی	ضعیف	قوی	بسیار قوی	قوی	ضعیف	ضعیف	قوی	ضعیف	فنی و مهندسی
قوی	ضعیف	قوی	قوی	قوی	ضعیف	ضعیف	قوی	ضعیف	علوم پایه
قوی	قوی	قوی	بسیار قوی	قوی	ضعیف	قوی	قوی	قوی	هنر
قوی	ضعیف	قوی	قوی	قوی	ضعیف	ضعیف	قوی	قوی	روان‌شناسی
ضعیف	ضعیف	ضعیف	قوی	ضعیف	ضعیف	قوی	قوی	ضعیف	دامپزشکی

۸. بررسی داده‌ها توسط آمار توصیفی

آمار توصیفی تحقیق نشان می‌دهد که ویژگی شخصیتی ریسک‌پذیری در دانشجویان دانشکده‌های هنر و روان‌شناسی قوی بوده و در دانشجویان دیگر دانشکده‌ها ضعیف می‌باشد. ویژگی شخصیتی کانون کنترل درونی در تمام دانشجوین تمام دانشکده‌ها قوی و ویژگی شخصیتی سلامت فکری در دانشجویان تمام دانشکده‌ها ضعیف است. در توفیق طلبی

دانشجویان دانشکده‌های هنر و دامپزشکی قوی و دیگر دانشجویان ضعیف هستند. ویژگی عمل‌گرایی در دانشجویان دانشکده دامپزشکی ضعیف و در دانشجویان دیگر دانشکده‌ها قوی ارزیابی شده است. از نظر تحمل ابهام دانشجویان دانشکده‌های فنی مهندسی و هنر بسیار قوی و دانشجویان دیگر دانشکده‌ها قوی نشان داده‌اند. ویژگی چالش‌طلبی جز در دانشکده هنر در دانشجویان سایر دانشکده‌ها ضعیف است. بنابراین یافته‌ها، در مجموع ویژگی شخصیتی کارآفرینی در دانشجویان دانشکده دامپزشکی ضعیف و در دانشجویان سایر دانشکده‌ها قوی ارزیابی شده است.

۹. بررسی فرضیه‌ها با استفاده از آمار استنباطی

فرضیه‌های تحقیق حاضر که در جدول شماره ۵ آمده است، توسط آزمون‌های آماری لآمن‌ویتنی و فریدمن بررسی شده‌اند. از آنجاکه نرمال بودن توزیع و همچنین انحراف معیار جامعه نامعلوم است، از آزمون لآ، برای بررسی معنی‌دار بودن اختلاف بین میانگین امتیازات دانشجویان در ویژگی‌هایی شخصیتی و از آزمون تحلیل واریانس فریدمن برای رتبه‌بندی دانشجویان دانشکده‌های مختلف دانشگاه سمنان در ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه استفاده شده است. لازم به ذکر است که سطح خطای مجاز آزمون لآمن‌ویتنی در این تحقیق ۵ درصد در نظر گرفته شده است.

۹-۱. فرضیه اصلی تحقیق:

ویژگی شخصیتی کارآفرینی دانشجویان دانشکده‌های مختلف، متفاوت است.

در این فرض معنی‌داری تفاوت ویژگی شخصیتی کارآفرینی بین هر دو دانشکده از ۶ دانشکده دانشگاه سمنان از طریق آزمون لآمن‌ویتنی مورد آزمون قرار گرفته است. بنابراین ۱۵ فرضیه فرعی برای فرضیه اصلی تحقیق تعریف و از طریق آزمون معنی‌داری لآمن‌ویتنی، آزمون می‌شود. جدول شماره ۵ فرضیات فرعی تحقیق و نتایج آزمون آنها را نمایش می‌دهد:

جدول شماره ۵. آزمون فرضیه‌های تحقیق

شماره فرضیه‌ها	فرضیه‌ها	سطح معناداری	نتیجه آزمون
فرضیه فرعی اول	بین دانشجویان دانشکده‌های دامپزشکی و روان‌شناسی از نظر ویژگی شخصیتی کارآفرینی تفاوت معنی‌داری وجود دارد.	۰/۲۸۰	رد H_1
فرضیه فرعی دوم	بین دانشجویان دانشکده‌های دامپزشکی و علوم انسانی از نظر ویژگی شخصیتی کارآفرینی تفاوت معنی‌داری وجود دارد.	۰/۱۱۴	رد H_1
فرضیه فرعی سوم	بین دانشجویان دانشکده‌های علوم انسانی و فنی - مهندسی از نظر ویژگی شخصیتی کارآفرینی تفاوت معنی‌داری وجود دارد.	۰/۷۴۳	رد H_1
فرضیه فرعی چهارم	بین دانشجویان دانشکده‌های علوم انسانی و هنر از نظر ویژگی شخصیتی کارآفرینی تفاوت معنی‌داری وجود دارد.	۰/۰۴۴	تأیید H_1
فرضیه فرعی پنجم	بین دانشجویان دانشکده‌های علوم انسانی و علوم پایه از نظر ویژگی شخصیتی کارآفرینی تفاوت معنی‌داری وجود دارد.	۰/۷۷۱	رد H_1
فرضیه فرعی ششم	بین دانشجویان دانشکده‌های علوم انسانی و روان‌شناسی از نظر ویژگی شخصیتی کارآفرینی تفاوت معنی‌داری وجود دارد.	۰/۹۹۴	رد H_1
فرضیه فرعی هفتم	بین دانشجویان دانشکده‌های دامپزشکی و فنی - مهندسی از نظر ویژگی شخصیتی کارآفرینی تفاوت معنی‌داری وجود دارد.	۰/۱۱۳	رد H_1
فرضیه فرعی هشتم	بین دانشجویان دانشکده‌های فنی - مهندسی و هنر از نظر ویژگی شخصیتی کارآفرینی تفاوت معنی‌داری وجود دارد.	۰/۰۱۵	تأیید H_1
فرضیه فرعی نهم	بین دانشجویان دانشکده‌های فنی - مهندسی و علوم پایه از نظر ویژگی شخصیتی کارآفرینی تفاوت معنی‌داری وجود دارد.	۰/۹۶۳	رد H_1
فرضیه فرعی دهم	بین دانشجویان دانشکده‌های فنی - مهندسی و روان‌شناسی از نظر ویژگی شخصیتی کارآفرینی تفاوت معنی‌داری وجود دارد.	۰/۸۳۲	رد H_1
فرضیه فرعی یازدهم	بین دانشجویان دانشکده‌های دامپزشکی و هنر از نظر ویژگی شخصیتی کارآفرینی تفاوت معنی‌داری وجود دارد.	۰/۰۱۰	تأیید H_1
فرضیه فرعی دوازدهم	بین دانشجویان دانشکده‌های علوم پایه و هنر از نظر ویژگی شخصیتی کارآفرینی تفاوت معنی‌داری وجود دارد.	۰/۰۱۹	تأیید H_1
فرضیه فرعی سیزدهم	بین دانشجویان دانشکده‌های هنر و روان‌شناسی از نظر ویژگی شخصیتی کارآفرینی تفاوت معنی‌داری وجود دارد.	۰/۱۲۹	رد H_1
فرضیه فرعی چهاردهم	بین دانشجویان دانشکده‌های دامپزشکی و علوم پایه از نظر ویژگی شخصیتی کارآفرینی تفاوت معنی‌داری وجود دارد.	۰/۱۳	رد H_1
فرضیه فرعی پانزدهم	بین دانشجویان دانشکده‌های علوم پایه و روان‌شناسی از نظر ویژگی شخصیتی کارآفرینی تفاوت معنی‌داری وجود دارد.	۰/۷۴۹	رد H_1

همان‌گونه که در جدول شماره ۵ مشاهده می‌شود، سطح معنی‌داری آزمون فرضیات فرعی اول، دوم، سوم، پنجم، ششم، هفتم، نهم، دهم، سیزدهم، چهاردهم و پانزدهم از سطح خطای مجاز بیشتر است و در این ۱۱ فرضیه فرعی، فرض H_1 رد می‌شود. به این معنا که با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان ادعا کرد بین دانشجویان دانشکده‌های دامپزشکی و روان‌شناسی، دامپزشکی و علوم انسانی، علوم انسانی و فنی - مهندسی، علوم انسانی و علوم پایه، علوم انسانی و روان‌شناسی، دامپزشکی و فنی - مهندسی، فنی - مهندسی و علوم پایه، فنی - مهندسی و روان‌شناسی، دانشکده‌های هنر و روان‌شناسی، دامپزشکی و علوم پایه، و همچنین بین دانشجویان دانشکده‌های علوم پایه و روان‌شناسی از نظر ویژگی شخصیتی کارآفرینی تفاوت معنی‌داری وجود ندارد اما با توجه به اینکه سطح معنی‌داری فرضیات چهارم، هشتم، یازدهم و دوازدهم از سطح خطای مجاز کمتر است، فرض H_1 در این چهار فرضیه تأیید می‌شود. به این معنا که با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان ادعا نمود که بین دانشجویان دانشکده‌های علوم انسانی و هنر، فنی - مهندسی و هنر، دامپزشکی و هنر و همچنین بین دانشجویان دانشکده‌های علوم پایه و هنر از نظر ویژگی شخصیتی کارآفرینی تفاوت معنی‌داری وجود دارد.

۹-۲. رتبه‌بندی دانشکده‌های دانشگاه سمنان نسبت به ویژگی شخصیتی کارآفرینی در دانشجویان آن

دانشکده

H_0 = دانشجویان دانشکده‌های مختلف دانشگاه سمنان از نظر ویژگی شخصیتی کارآفرینی از رتبه یکسانی برخوردار نیستند.

H_1 = دانشجویان دانشکده‌های مختلف دانشگاه سمنان از نظر ویژگی شخصیتی کارآفرینی از رتبه یکسانی برخوردار هستند.

برای رتبه‌بندی دانشکده‌ها از نظر ویژگی کارآفرینی، از آزمون تحلیل واریانس فریدمن استفاده شده است. طبق این آزمون وضعیت رتبه‌بندی دانشکده‌های دانشگاه سمنان نسبت به ویژگی شخصیتی کارآفرینی در دانشجویان آن دانشکده، به شرح جدول شماره ۶ می‌باشد:

جدول شماره ۶. رتبه‌بندی دانشکده‌های دانشگاه سمنان نسبت به ویژگی شخصیتی کارآفرینی

اولویت	رتبه میانگین	دانشکده
۱	۴/۵۰	علوم پایه
۲	۳/۶۶	علوم انسانی
۳	۳/۵۹	فنی مهندسی
۴	۳/۳۸	روان‌شناسی
۵	۳/۰۳	هنر
۶	۲/۸۴	دامپزشکی

همان‌گونه که در جدول شماره ۶ مشاهده می‌شود، رتبه کارآفرینی دانشجویان دانشکده‌های مختلف متفاوت بوده و در این میان دانشجویان دانشکده علوم پایه رتبه اول و دانشجویان دانشکده دامپزشکی در رتبه آخر قرار دارند.

۱۰. بحث و نتیجه‌گیری

همان‌گونه که اشاره شد، یکی از رویکردهای مهم در توسعه کارآفرینی در جوامع مختلف، رویکرد ویژگی‌های شخصیتی است. رویکرد ویژگی‌های شخصیتی بر این اساس شکل گرفت که برای پرورش و تکثیر کارآفرینان باید یک‌سری از ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه را در افراد تقویت نمود. برخی از مهم‌ترین این ویژگی‌ها که در تحقیق حاضر نیز مورد توجه قرار گرفته‌اند شامل ریسک‌پذیری متعادل، کانون کنترل درونی، توفیق طلبی، سلامت فکری، عمل‌گرایی، تحمل ابهام، رویا پردازی و چالش طلبی می‌باشد. در این رویکرد اعتقاد بر این است که برای توسعه کارآفرینی، یا باید افرادی را در جامعه جستجو نمود که ذاتاً دارای این ویژگی‌ها هستند و یا این ویژگی‌ها را در افرادی که واجد آن نیستند، با آموزش و مشاوره، پرورش داد. در این راستا، در تحقیق حاضر برای اندازه‌گیری ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه سمنان، از ابزار استاندارد سنجش ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان استفاده شده است. با توجه به نتایج به‌دست‌آمده از این تحقیق، توجه به نکات زیر به عنوان نتیجه‌گیری و جمع‌بندی حائز اهمیت است:

۱. همان‌گونه که از آزمون فرضیه‌های تحقیق مشخص است، نتایج به‌دست‌آمده از این پژوهش در خصوص عدم معناداری اختلاف میان اغلب ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه

دانشجویان دانشکده‌های مختلف دانشگاه سمنان، با نتایج تحقیقات صالحی (۱۳۸۶) و علی بیگی (۱۳۸۶) که در بخش پیشینه تحقیق بدان‌ها اشاره شد، هم‌خوانی دارد. همچنین نتایج تحقیق حاضر بابخشی از نتایج حاصل از مطالعات مک‌کله‌لند (۱۹۶۱) در ارتباط با ویژگی شخصیتی توفیق‌طلبی کارآفرینان و مطالعات هنسمارک (۲۰۰۳) که استقلال‌طلبی، نیاز به پیشرفت و کانون کنترل درونی را از ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان برمی‌شمرد، هم‌خوانی دارد.

۲. نتایج تحقیق حاضر و تحقیقات مشابه دیگر مانند تحقیقات صالحی عمران و علی بیگی نشان می‌دهد که هرچند فارغ‌التحصیلان رشته‌های مختلف دانشگاهی از نظر فرصت‌های اشتغال به کار پس از اتمام دوره تحصیل، از شرایط یکسانی برخوردار نیستند، اما ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه آنان تقریباً یکسان بوده و در صورتی که اراده ورود به دنیای کارآفرینی و کسب‌وکارهای مستقل را داشته باشند، می‌توانند استعدادهای خود را در این عرصه شکوفا کرده و به منصفه ظهور رسانند.

۳. با توجه به عدم وجود تفاوت محسوس بین دانشجویان دانشکده‌های مختلف از نظر ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه، می‌توان بدون نگرانی برای طراحی دوره‌های هماهنگ آموزش کارآفرینی در تمام دانشکده‌ها و رشته‌ها اقدام نمود. علاوه بر این در تهیه منابع آموزشی و نیز تربیت اساتید کارآفرینی نیز می‌توان برای همه دانشکده‌ها به صورت یکسان عمل نمود.

۴. در صورتی که برخی از ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه در افراد ضعیف باشد، می‌توان از طریق آموزش و مشاوره این ضعف‌ها را مرتفع نمود و افراد را آماده ورود به دنیای کارآفرینی کرد. این موضوع طبق نتایج به‌دست‌آمده، برای دانشجویان دانشکده دامپزشکی ضروری‌تر از سایر دانشکده‌ها به نظر می‌رسد.

۵. یکی از نکات قابل توجه در این تحقیق، اشتیاق و علاقه‌مندی دانشجویان به آگاهی از ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه خود بود. انجام آزمون‌های مشابه با ابزارهای استاندارد شده به کار گرفته شده در این تحقیق و سایر ابزارهای استاندارد و دادن بازخورد به دانشجویان به منظور اصلاح ویژگی‌های شخصیتی نامطلوب و تقویت ویژگی‌های کارآفرینانه ضعیف، می‌تواند در سرنوشت شغلی دانشجویان بسیار مؤثر واقع شود.

۶. با توجه به نتایج به‌دست‌آمده، بهتر است قبل از برگزاری دوره‌های آموزش کارآفرینی در درون دانشگاه یا خارج از آن، با استفاده از ابزارهای استاندارد شده، ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه شرکت‌کنندگان دوره مورد ارزیابی قرار گیرد تا بتوان برای شکوفا کردن استعداد کارآفرینانه افراد، مبتنی بر نوعی نیازسنجی علمی برنامه‌ریزی نمود و دوره را برگزار کرد.

۷. رتبه پایین دانشجویان دانشکده دامپزشکی در ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه جای تأمل دارد. انجام تحقیق مشابه دیگری می‌تواند علت این موضوع را روشن نماید.

۸. پیشنهاد می‌شود مشابه تحقیق حاضر در سایر دانشگاه‌های کشور انجام شده و نتایج، با نتایج این پژوهش مورد مقایسه قرار گیرد.

۹. توصیه می‌شود تحقیقی در این ارتباط در خارج از مجموعه دانشگاهی انجام شده و نتایج حاصل، با نتایج این تحقیق مقایسه گردد.

۱۰. ضعف دانشجویان دانشکده‌های مختلف در برخی ویژگی‌های شخصیتی، راهنمای خوبی است تا در صورت محدودیت منابع جهت برگزاری دوره‌های آموزشی کارآفرینی و به‌کارگیری مشاوران کارآفرینی، بر روی این ویژگی‌ها متمرکز شده و این ویژگی‌ها در دانشجویان تقویت شود.

منابع و ماخذ

۱. اتکینسون و دیگران (۱۳۶۹)، زمینه روان‌شناسی، جلد اول، مترجم: براهنی و همکاران، تهران: انتشارات رشد.
۲. احمد پورداریانی، محمود (۱۳۸۳)، «کارآفرینی یک دقیقه‌ای»، در: هزار نکته کارآفرینانه، تهران: انتشارات محراب قلم.
۳. احمد پورداریانی، محمود (۱۳۸۱)، کارآفرینی (نظریات، تعاریف، الگوها)، چاپ چهارم، تهران: انتشارات پردیس.
۴. احمد پورداریانی، محمود (۱۳۸۲)، «کارآفرینی و نقش آن در اقتصاد ملی»، مجموعه مقالات کارآفرینی و فناوری‌های پیشرفته، انتشارات دانشگاه تهران.
۵. احمدی، محمد (۱۳۸۵)، «نیازسنجی آموزش کارآفرینی در دانشجویان دوره کارشناسی رشته برق دانشکده فنی دانشگاه تهران»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه تهران.
۶. بیانی، احمد (۱۳۷۸)، روش‌های تحقیق و سنجش در علوم تربیتی و روان‌شناسی، تهران: نشر رهیافت.
۷. دهقان‌پور فراشاه، علی (۱۳۸۱)، «کارآفرینی و کارآفرینان»، تعاریف و ویژگی‌ها، فصلنامه صنایع، شماره ۳۳.
۸. سالازار (۱۳۸۳)، مقدمه‌ای بر کارآفرینی، مترجم: سیامک نطق، چاپ اول، تهران: انتشارات سازمان ملی بهره‌وری ایران.
۹. صالحی عمران، ابراهیم و رستمی، فرخنده (۱۳۸۶)، «آموزش عالی و پرورش روحیه کارآفرینی در دانشجویان»، مجموعه مقالات همایش ملی آموزش عالی و کارآفرینی، انتشارات دانشگاه سمنان.
۱۰. عابدی، رحیم (۱۳۸۱)، «مروری بر مکاتب فکری کارآفرینی»، مجله علوم انسانی و اجتماعی دانشگاه سیستان و بلوچستان، ویژه‌نامه اقتصاد و مدیریت.
۱۱. عزیزی، محمد (۱۳۸۲)، «بررسی زمینه‌های بروز و پرورش کارآفرینی در دانشجویان سال آخر کارشناسی و کارشناسی ارشد دانشگاه شهید بهشتی»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه شهید بهشتی.
۱۲. علی بیگی، امیرحسین و زرافشانی، کیومرث (۱۳۸۶)، «بررسی وضعیت ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه رازی»، مجموعه مقالات همایش ملی آموزش عالی و کارآفرینی، انتشارات دانشگاه سمنان.
۱۳. فیض، داود و صفایی، میلاد (۱۳۸۶)، «طراحی الگوی مفهومی استفاده از ظرفیت‌های خوابگاه‌های دانشجویی در توسعه کارآفرینی دانشگاهی»، مجموعه مقالات همایش ملی آموزش عالی و کارآفرینی، انتشارات دانشگاه سمنان.
۱۴. فیض، داود (۱۳۸۶)، «روش‌های تدریس کارآفرینی در نظام آموزش عالی کشور»، مجموعه مقالات همایش ملی آموزش عالی و کارآفرینی، انتشارات دانشگاه سمنان.

۱۵. کارترایت، راجر (۱۳۸۳)، *سازمان‌های کارآفرین*، مترجم: علی پارسیان، تهران: انتشارات ترمه.
۱۶. کردنائیج، اسدالله و دیگران (۱۳۸۶)، *ابزار سنجش ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان*، چاپ اول، تهران: دفتر نشر آثار علمی دانشگاه تربیت مدرس.
۱۷. لیبرت، رابرت و اسپیلبرگر، میشل (۱۳۷۵)، *شخصیت از دیدگاه رفتاری*، مترجم: حسن صبوری مقدم، مشهد، انتشارات آستان قدس رضوی.
۱۸. ماسن، هنری پاول (۱۳۷۰)، *رشد و شخصیت کودک*، مترجم: مهشید یاسایی، تهران: نشر مرکز.
۱۹. مصلح شیرازی، علینقی (۱۳۸۴)، «مقایسه ویژگی‌های کارآفرینانه دانشجویان دختر و پسر دانشگاه شیراز»، *مجموعه مقالات همایش توسعه کارآفرینی و تجلیل از زنان کارآفرین*، انتشارات دانشگاه شیراز.
۲۰. سلجوقی، خسرو و فرید آق اولی، (۱۳۸۶)، «ساز و کار مدیریت توسعه‌ی کارآفرینی در کشور: طرح ایجاد سازمان کارآفرینی»، *طرح پژوهشی، معاونت برنامه ریزی منابع انسانی و توسعه‌ی کارآفرینی، وزارت کار و امور اجتماعی*.
21. Brown P. J. (2003), "Entrepreneurial programming: Home Based and micro business", *Family development and Resource management*.
22. Burns, P. (2001), *Entrepreneurship and small Business*, New York: Palgrave.
23. Heinonen, J. Korvela, K. (2003), "How About Measuring Intrapreneurship", *small Business Institute*, Turku school of Economics and Business Administration.
24. Hisrich, Robert D. and Candida G. Brush, *The woman Entrepreneur: Starting, Financing, and Managing a successful New Business*, Lexington books, 1985, p. 18.
25. Nulty, peter (1995), "A chef's secret ingredient for building a business: perfection" *fortune magazine*; 7August. Retrieved 27 September 2008
26. Prochaska, J. (2002), "A New View of Creativity and Innovation", *Prochaska Company, Willmar, Minnesota*, Vol. 22, No. 2.
27. Scholhammer, hans. (1982). "Internal corporate Entrepreneurship" pp209-229 in *Encyclopedia of Entrepreneurship*, edited by Calvin A. Kent, Donald L. Sexton, and Karl H. Vesper. Englewood Cliffs, NJ, USA: Prentice-HALL.
28. Shaker, Zahra (1996), "Ownership and Corporate Entrepreneurship" *The Academy of Management*, December, Vol. 39.
29. Shan. S. Locke, E. & Collin, C. (2003), "Entrepreneurial motivation Human resource management Review", Vol. 13. pp. 257-279
30. Tefft, Sheila (1993), "from Tiananmen to office tower", *the Christian Science monitor*, March.
31. Ussman, Anna-Maria (1998), "University and Entrepreneurship Development International", *Conference Budapest Hungary*, July, p. 13-15.