

«مطالعات جامعه‌شناسی»

سال چهارم، شماره پانزدهم، تابستان ۱۳۹۱

ص ص ۱۹-۷

بررسی عوامل اجتماعی مرتبط با روحیه کارآفرینی

دانشجویان فنی دانشگاه آزاد اسلامی واحد مهاباد

میرمحمد جمال عبداللهی^۱

دکتر فیروز راد^۲

دکتر سیروس فخرایی^۳

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۲/۸/۲

تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۱۳۹۳/۴/۱۳

چکیده

هدف اصلی این پژوهش بررسی عوامل اجتماعی مرتبط با روحیه کارآفرینی در بین دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد مهاباد است. با توجه به ماهیت تحقیق، روش پژوهش توصیفی از نوع پیمایشی است. نمونه‌های آماری مشتمل بر ۳۳۶ نفر از دانشجویان مقاطع مختلف تحصیلی دانشکده فنی دانشگاه آزاد اسلامی واحد مهاباد است که از طریق نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای انتخاب شده‌اند. برای گردآوری داده‌ها از پرسشنامه محقق‌ساخته روحیه کارآفرینی استفاده شده است. تجزیه و تحلیل داده‌ها در دو سطح آمار توصیفی و آمار استنباطی، و از طریق نرم‌افزار SPSS انجام شد. نتایج نشان داد که بین روحیه کارآفرینی دانشجویان فنی دانشگاه آزاد اسلامی واحد مهاباد و مؤلفه‌های عوامل اجتماعی هم‌چون سطح تحصیلات پدر، رشته تحصیلی، عضویت در شبکه‌های اجتماعی، سطح مهارت‌آموزی، میزان مطالعه و وضعیت تأهل در سطح $p < 0/05$ رابطه معناداری وجود دارد، ولی بین روحیه کارآفرینی و دیگر مؤلفه‌های عوامل اجتماعی هم‌چون تحصیلات مادر، استفاده از اینترنت، شغل والدین، محل سکونت، جنسیت، مقطع تحصیلی و درآمد در سطح $p < 0/05$ رابطه معناداری وجود ندارد.

واژگان کلیدی: روحیه کارآفرینی، عوامل اجتماعی، کارآفرین، ریسک‌پذیری، خلاقیت و نوآوری.

۱. کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز- ایران.

E- mail: jamal.abdollahi51@gmail.com

۲. استادیار گروه علوم اجتماعی، دانشگاه پیام نور، صندوق پستی ۳۶۹۷-۱۹۳۹۵، تهران- ایران (نویسنده مسئول).

۳. دانشگاه پیام نور، گروه علوم اجتماعی؛ تهران ۴۶۹۷-۱۹۳۹۵، ج. ا. ایران.

مقدمه

امروزه کارآفرینی منبع توسعه به شمار می‌رود. گذار از عصر استخدام دولتی به عصر کارآفرینی فردی و خوداشتغالی، عصر استخدام دولتی که در آن استخدام شکل غالب کار بوده رو به انتها رفته و عصر نوینی به نام کارآفرینی و خوداشتغالی آغاز شده است. نقش آموزش در افزایش مهارت‌های کارآفرینی در تحقیقات جدید پذیرفته شده است و کارآفرینی فرآیندی علمی است که آموزش می‌تواند در ارتقای آن موثر باشد.

در دنیای مدرن یکی از دغدغه‌های مهم کشورها و جوامع امروزی مشکل اشتغال‌زایی و کارآفرینی می‌باشد که دولت‌ها و مردم به خصوص دانشجویان دانشگاه‌ها، درگیر آن هستند. اگر نگاهی گذرا به سیر تحولات تاریخی نظریات توسعه صنعتی داشته باشیم در می‌یابیم که جدیدترین این نظریات تأکید دارند که توسعه صنعت و ایجاد اشتغال و کارآفرینی، مبتنی بر علم و نوآوری است و بدون قرار گرفتن در مسیر وصف پیشروان علم و نوآوری هیچ کشوری در پیمودن سریع مسیر تحولات و توسعه موفق نخواهد شد و این موضوعی است که با پرداختن به آن از طریق تحقیق و مطالعه و بررسی و شواهد لازم میسر می‌گردد.

مدارس و دانشگاه‌ها نیز باید از دانش‌آموزان و دانشجویانی حمایت‌کننده روحیه بالا و توان کارآفرینی دارند در غیر این صورت پس از فارغ‌التحصیلی به جای جویندگان کار، افرادی را خواهیم داشت که خود می‌توانند، کار جدیدی را شروع کنند. در راستای بهبود نیروی انسانی کارآفرین مورد نیاز صنایع نیز، مراکز آموزشی و دانشگاهی نقش ویژه‌ای ایفا می‌کنند (نیازی و دیگری، ۱۳۸۹: ۵۲).

متأسفانه واژه کارآفرینی، موجب شده که معنی ایجاد کار و اشتغال‌زایی از این واژه برداشت شود در حالی که کارآفرینی دارای مفهومی وسیع‌تر و با ارزش‌تر از اشتغال‌زایی است. این برداشت از این مفهوم و هم‌چنین تورم نیروی انسانی بیکار در جامعه (به ویژه در بین دانش‌آموختگان دانشگاهی) موجب شده بسیاری از سیاست‌هایی که برای توسعه آن اتخاذ شده و نیز بخشنامه‌ها و سخنرانی‌های مسئولان در این خصوص، صرفاً جنبه اشتغال‌زایی برای آن در نظر گرفته شود (همان: ۳۳).

ایالات متحده آمریکا در بین کشورهای جهان به عنوان پیش‌تاز برنامه‌ها و سیاست‌گذاری‌های حمایت و توسعه کارآفرینی محسوب می‌گردد. همین امر سبب شده که الگوی این کشور، مورد اقتباس سایر کشورهای جهان قرار گیرد.

در ایران تا آغاز برنامه سوم توسعه اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی به کارآفرینی توجه جدی نشده بود، اما در این برنامه با توجه به بیکاری گسترده به‌ویژه در میان جوانان، دانش‌آموختگان دانشگاه‌ها و پیش‌بینی تشدید این معضل در دهه ۱۳۸۰، کارآفرینی مورد توجه قرار گرفت. کشور ما دارای منابع عظیم طبیعی، اقتصادی، انسانی و غیره است. متأسفانه به دلایل گوناگون استفاده مؤثر از این منابع برای رشد و توسعه متوازن و پایدار به کار گرفته نشده است. یکی از این منابع، منابع انسانی است.

کارآفرینی به معنی ایجاد شغل مؤثر و پویا در جامعه است. کسانی را که در زمینه ایجاد شغل مؤثر و پویا در جامعه فعالیت دارند، کارآفرین می‌نامند. کارآفرین باید علاوه بر آگاهی، تجربه، قدرت نوآوری بالایی داشته باشد. در کشورمان سازمان‌ها و مراکز دولتی و غیردولتی وجود دارند که می‌توانند کارآفرین باشند. دانشگاه‌های دولتی و غیردولتی خصوصاً دانشگاه آزاد یکی از این مجموعه‌هاست. این گونه مراکز توانایی ایجاد اشتغال در زمینه تولید را می‌توانند داشته باشند. در حال حاضر این توانایی در برخی از آن‌ها وجود ندارد و در برخی بسیار ضعیف است لذا ضرورت دارد جهت تقویت اشتغال‌زایی و ایجاد زمینه اشتغال دانشجویان خصوصاً دانشجویان فنی که انگیزه میل به انجام کار و شغل در آن‌ها به چشم می‌خورد، اقداماتی هرچند کم و بیش انجام گردد و گام‌های مهم برداشته شود.

اکنون در عرصه جهانی، افراد خلاق، نوآور و مبتکر به عنوان کارآفرینان، منشاء تحولات بزرگی در زمینه‌های صنعتی، تولیدی و خدماتی شده‌اند و از آن‌ها به عنوان «قهرمان ملی» یاد می‌کنند. چرخ‌های توسعه اقتصادی همواره با توسعه کارآفرینی به حرکت در می‌آید. در اهمیت کارآفرینی همین بس که طی ۲۰ سال در کشور هند تنها ۵۰۰ مؤسسه کارآفرینی شروع به کار کرده‌اند و حتی پاره‌ای از شرکت‌های بزرگ جهان برای حل مشکلات خود به کارآفرینان روی آورده‌اند. این در حالی است که در ایران حتی یک مؤسسه کارآفرینی در دهه‌های اخیر نداشته‌ایم.

تغییرات سریع جامعه و ضرورت سازگاری فعالانه با چنین جوامعی، ارزش کارآفرین‌ها را روزافزون نموده است. پژوهش‌ها نشان داده که بین رشد اقتصادی و تعداد کارآفرین‌ها در یک کشور همبستگی وجود دارد، زیرا کشوری که دارای تعداد زیادی کارآفرین باشد از محرک‌های تجاری و اقتصادی قویتری برخوردار است. با توجه به نقش نیروی انسانی به عنوان یک منبع نامحدود در محور هر نوع توسعه، کارآفرین‌ها به گونه‌ای خاص دارای نقشی مؤثر در فرآیند توسعه اقتصادی می‌باشند. بعلاوه آنان به علت قابلیت اشتغال‌زایی که دارند، به کاهش نرخ بیکاری که خود از اهداف کلان اقتصادی-اجتماعی دولت‌ها است، کمک می‌کنند.

امروزه اهمیت کارآفرینی به مرحله‌ای رسیده است که بعضی از صاحب‌نظران آن را یکی از عوامل تولید شناخته و از آن بعنوان موتور توسعه اقتصادی نام می‌برند. هر ساله کتب و مقالات زیادی درباره کارآفرینی نوشته و سمینارها، کنفرانس‌ها و پژوهش‌های مختلفی درباره کارآفرینی، کارآفرینان و سازمان‌های کارآفرین و ... برگزار می‌شود که همه بیانگر اهمیت و ضرورت کارآفرینی است.

واژه کارآفرین در ترجمه از لغت آنتروپرونور و از فعل آنتروپراندر فرانسوی که به معنای متعهد شدن است، مشتق شده است. بعضی از دانشمندان نظیر شومپیتر، کارآفرین را مهم‌ترین عامل توسعه اقتصادی دانسته‌اند. وی معتقد است، کارآفرین یک مدیر صاحب فکر و ابتکار است که همراه با خلاقیت، خطرپذیری، هوش، اندیشه و وسعت دید، فرصت‌های طلایی می‌آفریند. به عبارتی، کارآفرین فردی است که ایده جدید را به محصول یا خدمات تبدیل می‌کند و کارآفرین به قول جیمز تیمونز، کسی است که باعث خلق بینشی

ارزش‌مند از هیچ می‌شود. هدف کلی تحقیق شناسایی عوامل اجتماعی مرتبط با روحیه کارآفرینی دانشجویان فنی دانشگاه آزاد اسلامی واحد مهاباد می‌باشد.

ادبیات تحقیق

برای تبیین تغییرات روحیه کارآفرینی رویکردها، مدل‌ها و نظریات متعددی ارائه شده است، اما در این مقاله برای تبیین روابط متغیرهای مستقل با متغیر وابسته ۳ مدل فردیت جفری، ویلیام بای‌گریو و جفری تیمونز مورد توجه قرار گرفته است که در زیر هر یک از مدل‌های مذکور به اختصار مطرح شده و در پایان فرضیه‌ها ارائه می‌شوند.

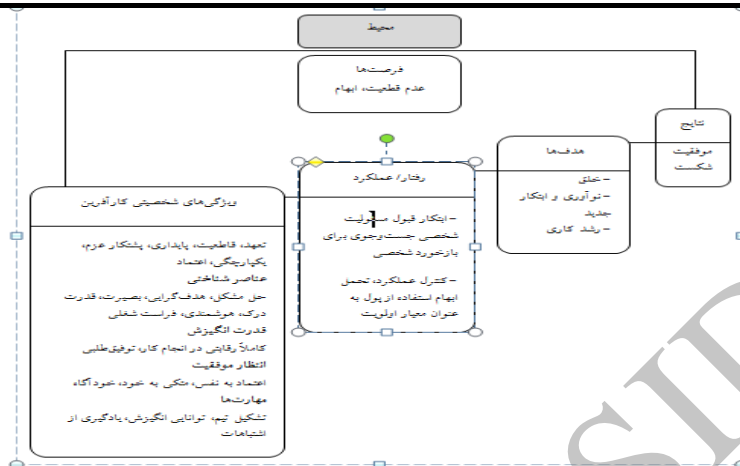
فردیت جفری ویژگی‌های عمومی کارآفرینان را در شش گروه اصلی ارایه و در ارتباط با هر ویژگی، مجموعه‌ای از صفات ویژه را برشمرده است. در جدول ذیل ویژگی‌های کارآفرینان از نظر وی ارائه شده است:

جدول شماره (۱): ویژگی‌های عمومی و صفات ویژه کارآفرینان

ویژگی‌های عمومی	صفات ویژه
خودباوری	اعتماد به نفس، استقلال رأی، شخصیت فردی، خوش‌بینی
میل به نتیجه	نیاز به کامیابی، منفعت‌شناسی، ایستادگی، پشتکار، شوق، انرژی، پیش‌قدمی
ریسک‌پذیری	توانایی ریسک‌پذیری، اشتیاق به کارهای بزرگ
هدایت و رهبری	رفتار هدایت‌گرانه، مردم‌داری، واکنش نسبت به پیشنهاد، انتقادپذیری
خلاقیت	نوآوری، ابتکار، انعطاف‌پذیری، فکرباز
آینده‌نگری	کاردانی و تدبیر، تغییرپذیری، دانایی، دوراندیشی، قدرت درک

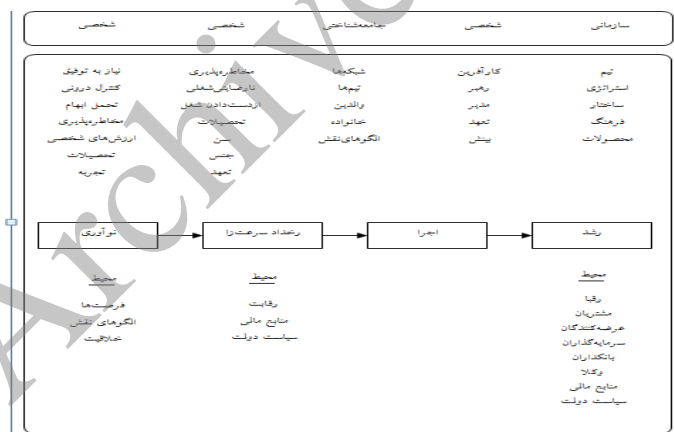
منبع: (فردیت جفری، ۱۳۷۱: ۲).

در مدل فرآیندی جفری تیمونز و دیگران (۱۹۸۵)، محیط، ویژگی‌های شخصیتی، انگیزه‌ها، رفتار، اهداف و نتایج را در نظر می‌گیرد و بر توانایی سرمایه‌گذاری در فرصت‌ها تکیه می‌کند. هم‌چنین کارآفرین را فردی می‌پندارد که دارای مهارت‌های چندگانه است.



شکل شماره (۱): نمودار فرآیند کارآفرینی جفری تیمونز

در مدل رویدادی ویلیام بای گریو (۱۹۹۴)، عوامل مهم در رخداد کارآفرینی عوامل شخصی، روانی و محیطی می‌باشند. یک شخص، فکر نو برای ایجاد تشکیلات اقتصادی جدید را یا از طریق تحقیقات دقیق و یا به طور تصادفی به دست می‌آورد. تصمیم‌گیری یا عدم تصمیم‌گیری برای پیگیری آن فکر به عواملی هم‌چون زمینه‌های شغلی، خانواده، دوستان، الگوی نقش، وضعیت اقتصاد و قابل دسترس بودن منابع بستگی دارد.



شکل شماره (۲): فرآیند شکل‌گیری رویداد کارآفرینانه بای گریو

منبع: (هزار جریبی، ۱۳۸۷: ۱۲۷).

پیشینه تحقیق

در مطالعاتی که قاسمی و همکاران در رابطه با بررسی عوامل تأثیرگذار در ایجاد روحیه کارآفرینی دانشجویان تحصیلات تکمیلی پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران انجام شد، نتایج پژوهش‌ها نشان داد که بین امکانات و تجهیزات آزمایشگاهی، دسترسی به کامپیوتر و اینترنت دارای بیشترین تأثیر

و مدرک‌گرایی در بین دانشجویان و جنسیت و محیط خوابگاه و تحصیل در دانشگاه دارای کمترین تأثیر در ایجاد روحیه کارآفرینی دانشجویان بوده اند (قاسمی و همکاران، ۱۳۸۶: ۴۰).

یافته‌های تحقیقی انجام شده توسط اچ پاتریشیا و همکاران در رابطه با عضویت در شبکه‌های اجتماعی، نشان داد که برای یکپارچه‌سازی از دیدگاه نظری، عوامل اجتماعی و فرهنگی و فعالیت کارآفرینی ضروری است و رویکرد سازمانی می‌تواند یک چارچوب مستعد برای توسعه تحقیقات در آینده و تجزیه و تحلیل عوامل اجتماعی و فرهنگی مؤثر بر تصمیم‌گیری برای ایجاد کسب و کار فراهم نماید (اچ پاتریشیا و همکاران، ۲۰۱۱: ۱۱۸-۱۰۵).

نتایج حاصل از پژوهش‌های انجام شده توسط مرادی و همکاران در رابطه با آموزش مهارت‌آموزی و روحیه کارآفرینی نشان داد که ۳۳ درصد از بیکاران علت بیکاری خود را عدم وجود مهارت‌های مورد نیاز کار برشمردند (مجموعه مقالات کارآفرینی و جامعه، ۱۳۸۸: ۶۴).

نتایج به دست آمده از تحقیق هانگ کونلیان در ارتباط با میزان مطالعه و روحیه کارآفرینی دانشجویان سبب ایجاد یک مدل کلیدی تعیین‌کننده کارآفرینی در کشور چین شده است. هم‌چنین راهکارهای جدید حمایتی برای رشد کارآفرینی در بین دانشجویان را فراهم نموده و نشان داد که در صورت استفاده این کشور از مدل کلیدی کارآفرینی، تصمیم‌گیری‌ها و سیاست‌ها و استراتژی‌های حمایتی کارآفرینی بهبود یافته و این امر در تشویق کارآفرینان دانشجو و افزایش توانایی‌ها و روحیه کارآفرینی آنان مؤثر خواهد بود (هانگ کونلیان، ۲۰۱۲: ۲۳۹-۲۲۸).

نتایج به دست آمده از تحقیقات مرادلو و همکاران در رابطه با جنسیت و روحیه کارآفرینی دانشجویان نشان داد که تفاوت معناداری بین دو گروه جنسی دانش‌آموختگان از لحاظ ویژگی نیاز به توفیق، نیاز به استقلال، خلاقیت و منبع کنترل درونی وجود ندارد ولی از لحاظ ویژگی مخاطره‌پذیری، تفاوت معناداری بین دانش‌آموختگان جنس مذکر و مؤنث مشاهده شد. عبارت دیگر، پسران مخاطره‌پذیری بیشتری نسبت به دختران دارند (مجموعه مقالات کارآفرینی و جامعه، ۱۳۸۸: ۳۰).

نتایج به دست آمده از پژوهش انجام شده توسط عزیزی و یوسفی در ارتباط با وضعیت تأهل و روحیه کارآفرینی دانشجویان نشان داد که بین روحیه کارآفرینی افراد مجرد و متأهل اختلاف معنی‌داری وجود دارد. بنابراین می‌توان چنین اظهار کرد که افراد متأهل روحیه کارآفرینی بالاتری دارند. لذا بین تحقیقات انجام گرفته و یافته‌های پژوهش حاضر همگونی وجود دارد (مجله علوم کشاورزی ایران، ۱۳۸۶: ۳۸).

فرضیه‌ها

- بین میزان استفاده از اینترنت و میزان روحیه کارآفرینی دانشجویان رابطه وجود دارد.
- بین سطح عضویت در شبکه‌های اجتماعی و میزان روحیه کارآفرینی دانشجویان رابطه وجود دارد.

- بین سطح مهارت‌آموزی و میزان روحیه کارآفرینی دانشجویان رابطه وجود دارد.
- بین میزان مطالعه و میزان روحیه کارآفرینی دانشجویان رابطه وجود دارد.
- میزان روحیه کارآفرینی دانشجویان برحسب جنسیت آن‌ها متفاوت است.
- میزان روحیه کارآفرینی دانشجویان برحسب وضعیت تأهل آن‌ها متفاوت است.

روش تحقیق

تحقیق حاضر از نظر هدف یک مطالعه کاربردی و از نظر زمان مطالعه مقطعی و از نظر گردآوری داده‌ها یک بررسی پیمایشی می‌باشد.

جامعه آماری، حجم نمونه و شیوه نمونه‌گیری

در این پژوهش جامعه آماری شامل کلیه دانشجویان مقاطع کاردانی و کارشناسی و کارشناسی ارشد مشغول به تحصیل در دانشکده فنی دانشگاه آزاد اسلامی واحد مهاباد در نیمسال دوم سال تحصیلی ۹۱-۹۰ می‌باشد که با توجه به نسبت جنسی دانشجویان ۳۴ نفر دانشجوی زن و ۳۰۲ نفر دانشجوی مرد

می‌باشد و حجم نمونه آن با استفاده از فرمول کوکران
$$n = \frac{Nt^2pq}{Nd^2+t^2pq}$$
 ، ۳۳۶ نفر تعیین شده و شیوه نمونه‌گیری به صورت نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای متناسب با حجم نمونه انتخاب شده است.

$$n = \frac{Nt^2pq}{Nd^2+t^2pq} = 336$$

جامعه آماری $N=2659$ ، حجم نمونه $n=336$ ، ضریب اطمینان $t=1/96$ ، دقت احتمالی مطلوب $d=0/05$ ، نسبت صفت در جامعه $p=0/5$ ، $q=1-p$

ابزار گردآوری داده‌ها

ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه محقق ساخته درخصوص روحیه کارآفرینی دانشجویان مورد مطالعه، متشکل از ۵۲ گویه با سؤالات بسته می‌باشد که با استفاده از طیف لیکرت طراحی شده است و بین دانشجویان فنی کاردانی، کارشناسی و کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد مهاباد توزیع شد. بعد از جمع‌آوری پرسشنامه داده‌ها با استفاده از برنامه SPSS تجزیه و تحلیل آماری شده است.

اعتبار و پایایی

پرسشنامه به وسیله خود محقق طراحی و تدوین شده است، ضمن آن که جهت تعیین «روایی صوری» از طریق مراجعه به چند نفر آگاه و کارشناس و استفاده از نظرات آن‌ها صحت پرسشنامه محقق ساخته مورد تأیید قرار گرفته شد. جهت تعیین پایایی پرسشنامه به ویژه گویه‌های سنجش کارآفرینی از «ضریب

آلفای کرونباخ» استفاده شد. پایایی ابزار اندازه‌گیری از طریق پری‌تست (پیش‌آزمون) با استفاده از فرمول آلفای کرونباخ، که مقدار آن $0/813$ بدست آمد و این خود دلیلی بر پایایی تحقیق است. با توجه به سطح اندازه‌گیری متغیرهای مستقل و متغیر وابسته از آزمون‌های همبستگی پیرسون، آنالیز واریانس یک طرفه و آزمون تی‌تست استفاده شده است.

یافته‌های پژوهش

الف) توزیع فراوانی جنسیت پاسخگویان:

نمونه آماری برای تحقیق حاضر، ۳۳۶ نفر از دانشجویان رشته‌های فنی دانشگاه آزاد اسلامی در نظر گرفته شده است. تا نظرات آنان در خصوص موضوعات مطرح شده در پرسشنامه مورد سنجش قرار گیرد. بر اساس اطلاعات جدول شماره (۲) ملاحظه می‌شود که از این تعداد ۳۴ نفر (۱۰٪ نمونه مورد بررسی) زن و ۳۰۲ نفر (۹۰٪ نمونه مورد بررسی) مرد می‌باشند.

جدول شماره (۲): توزیع فراوانی و درصد جنسیت پاسخگویان

جمع	نوع پاسخ		کمیت پاسخ
	مرد	زن	
۳۳۶	۳۰۲	۳۴	فراوانی
٪۱۰۰	٪۹۰	٪۱۰	درصد

ب) توزیع فراوانی وضعیت تأهل پاسخگویان:

بر اساس اطلاعات جدول شماره (۳) ملاحظه می‌شود که از مجموع پاسخگویان در تحقیق حاضر ۲۶۸ (۸۰٪ نمونه مورد بررسی) مجرد و ۶۸ نفر (۲۰٪ نمونه مورد بررسی) متأهل می‌باشند.

جدول شماره (۳): توزیع فراوانی و درصد وضعیت تأهل پاسخگویان

جمع	نوع پاسخ		کمیت پاسخ
	متأهل	مجرد	
۳۳۶	۶۸	۲۶۸	فراوانی
٪۱۰۰	٪۲۰	٪۸۰	درصد

آزمون فرضیه‌ها

فرضیه ۱: بین میزان استفاده از اینترنت و میزان روحیه کارآفرینی دانشجویان رابطه وجود دارد.

بر اساس اطلاعات جدول شماره (۴) ملاحظه می شود که یک رابطه ضعیف بین دو متغیر به میزان $r = 0/010$ ، در سطح معناداری $\alpha = 0/05$ وجود دارد. با توجه به سطح معنی داری $0/855$ به دست آمده که بیشتر از آلفای $0/05$ است، می توان گفت که بین میزان استفاده از اینترنت و میزان روحیه کارآفرینی دانشجویان رابطه معناداری وجود ندارد.

جدول شماره (۴): محاسبه ضریب همبستگی پیرسون برای رابطه بین میزان استفاده از اینترنت و میزان روحیه کارآفرینی

استفاده از اینترنت		
0/010	ضریب همبستگی پیرسون	روحیه کارآفرینی
0/855	سطح معنی داری	
336	حجم نمونه	

فرضیه ۲: بین سطح عضویت در شبکه های اجتماعی و میزان روحیه کارآفرینی دانشجویان رابطه وجود دارد.

بر اساس اطلاعات جدول شماره (۵) ملاحظه می شود که یک رابطه نسبتاً متوسط بین دو متغیر به میزان $r = 0/341$ ، در سطح معناداری $\alpha = 0/05$ وجود دارد و بیانگر این است که با افزایش میزان عضویت در شبکه های اجتماعی، روحیه کارآفرینی به همان اندازه بالاتر می رود و برعکس. همچنین با توجه به سطح معنی داری $0/047$ به دست آمده که کمتر از آلفای $0/05$ است، می توان گفت بین سطح عضویت در شبکه های اجتماعی و میزان روحیه کارآفرینی دانشجویان رابطه معناداری وجود دارد.

جدول شماره (۵): محاسبه ضریب همبستگی پیرسون برای رابطه بین سطح عضویت در شبکه های اجتماعی و میزان روحیه کارآفرینی

سطح عضویت در شبکه های اجتماعی		
0/341	ضریب همبستگی پیرسون	روحیه کارآفرینی
0/047	سطح معنی داری	
336	حجم نمونه	

فرضیه ۳: بین سطح مهارت آموزی و میزان روحیه کارآفرینی دانشجویان رابطه وجود دارد. بر اساس اطلاعات جدول شماره (۶) ملاحظه می شود، میزان روحیه کارآفرینی در بین سطوح مختلف مهارت آموزی، تفاوت معناداری وجود دارد و با توجه به سطح معنی داری $0/000$ به دست آمده که کمتر از آلفای $0/05$ است، لذا می توان گفت در بین سطوح مختلف مهارت آموزی، میزان روحیه کارآفرینی متفاوت است و رابطه معناداری بین سطح مهارت آموزی دانشجویان و میزان روحیه کارآفرینی وجود دارد.

جدول شماره (۶): بررسی رابطه بین سطح مهارت آموزی و میزان روحیه کارآفرینی

متغیرها	سطح مهارت آموزی	میانگین	انحراف معیار	مقدار F	سطح معنی داری
روحیه کارآفرینی	خیلی زیاد	۲۵۶/۴	۲۸/۴	۵/۹۲۸	۰/۰۰۰
	زیاد	۲۵۷/۱	۲۷/۸		
	نسبتاً زیاد	۲۵۳/۹	۲۶/۰		
	نسبتاً کم	۲۵۲/۳	۲۴/۱		
	کم	۲۳۸/۲	۲۸/۱		
	خیلی کم	۲۱۰/۶	۱۶/۷		

فرضیه ۴: بین میزان مطالعه و میزان روحیه کارآفرینی دانشجویان رابطه وجود دارد. براساس اطلاعات جدول شماره (۷) ملاحظه می‌شود که میزان روحیه کارآفرینی در بین سطوح مختلف مطالعه، رابطه معناداری وجود دارد و با توجه به سطح معنی داری ۰/۰۰۰ به دست آمده که کمتر از آلفای ۰/۰۵ است، رابطه معناداری بین سطح مطالعه دانشجویان و میزان روحیه کارآفرینی وجود دارد.

جدول شماره (۷): بررسی رابطه بین میزان مطالعه و میزان روحیه کارآفرینی

متغیرها	میزان مطالعه	میانگین	انحراف معیار	مقدار F	سطح معنی داری
روحیه کارآفرینی	کمتر از یک ساعت	۲۴۲/۵	۲۵/۴	۸/۷۹۷	۰/۰۰۰
	یک الی ۲ ساعت	۲۵۶/۶	۲۲/۰		
	۲ الی ۳ ساعت	۲۵۹/۴	۲۹/۵		
	۳ الی ۴ ساعت	۲۷۴/۱	۲۵/۳		
	۴ الی ۵ ساعت	۲۴۳/۳	۳۲/۵		
	۵ ساعت به بالا	۲۶۱/۰	۳۰/۷		

فرضیه ۵: میزان روحیه کارآفرینی دانشجویان بر حسب جنسیت آن‌ها متفاوت است. براساس اطلاعات جدول شماره (۸) ملاحظه می‌شود که بین میزان روحیه کارآفرینی دانشجویان مرد و زن تفاوت معنی داری وجود ندارد و با توجه به سطح معنی داری ۰/۹۳۸ به دست آمده که بیشتر از آلفای ۰/۰۵ است، بین میزان روحیه کارآفرینی دانشجویان مرد و زن تفاوت چندانی وجود ندارد.

جدول شماره (۸): مقایسه میزان روحیه کارآفرینی دانشجویان بر حسب جنسیت

متغیرها	جنسیت	میانگین	مقدار t	سطح معناداری
روحیه کارآفرینی	مرد	۲۸/۵۶	۰/۰۷۷	۰/۹۳۸
	زن	۲۶/۳۲		

فرضیه ۶: میزان روحیه کارآفرینی دانشجویان بر حسب وضعیت تأهل آن‌ها متفاوت است. براساس اطلاعات جدول شماره (۹) ملاحظه می‌شود، بین میزان روحیه کارآفرینی دانشجویان مجرد و متأهل تفاوت معنی‌داری با توجه به سطح معنی‌داری ۰/۰۱۶ بدست آمده که کمتر از آلفای ۰/۰۵ است، تفاوت معناداری وجود دارد.

جدول شماره (۹): مقایسه میزان روحیه کارآفرینی دانشجویان بر حسب وضعیت تأهل

متغیرها	وضعیت تأهل	میانگین	مقدار t	سطح معناداری
روحیه کارآفرینی	مجرد	۲۵۲/۰۵	-۲/۴۲	۰/۰۱۶
	متأهل	۲۶۱/۳۰		

بحث و نتیجه‌گیری

با شتاب روزافزون تحولات و دگرگونی‌ها در دنیای کنونی که عصر اطلاعات و ارتباطات است و به دلیل بی‌ثباتی و تغییرپذیری و نیز غیرقابل پیش‌بینی بودن این تغییرات فرآیند تغییر و تحول و پرشتاب در آغاز هزاره سوم میلادی از عمده جریان‌ها حاکم بر حیات بشری و از مشخصات بارز آن به شمار می‌رود. آنچه که به کشورهای جهان به ویژه کشورهای در حال توسعه در جهت افزایش بهره‌وری و پیشرفت آن‌ها مدد می‌رساند. همانا استفاده از فرصت‌ها در رقابت با سایر کشورهاست و این امر میسر نمی‌گردد مگر با درایت، خلاقیت و نوآوری و تقویت روحیه کارآفرینی دانشجویان با توجه به رویکردهای اجتماعی مرتبط با آن. بر همین اساس در پژوهش حاضر رابطه عوامل اجتماعی با روحیه کارآفرینی دانشجویان فنی دانشگاه آزاد اسلامی واحد مهاباد بررسی شده است.

نتایج تحلیل در رابطه با استفاده از اینترنت و روحیه کارآفرینی نشان داد که بین میزان استفاده از اینترنت و میزان روحیه کارآفرینی دانشجویان رابطه معناداری وجود ندارد که با یافته‌های انجام شده توسط قاسمی و همکاران (۱۳۸۶) همخوانی ندارد.

در رابطه با سطح عضویت در شبکه‌های اجتماعی و میزان روحیه کارآفرینی نتایج تحقیقات به دست آمده نشان داد که بین سطح عضویت در شبکه‌های اجتماعی و میزان روحیه کارآفرینی دانشجویان رابطه معناداری وجود دارد. که با یافته‌های اچ پاتریشیا و ریبریو (۲۰۱۱) همخوانی دارد.

در رابطه با سطح مهارت‌آموزی و میزان روحیه کارآفرینی دانشجویان نتایج به دست آمده نشان داد که رابطه معناداری بین سطوح مهارت‌آموزی دانشجویان و میزان روحیه کارآفرینی دانشجویان وجود دارد که با پژوهش‌های انجام یافته مرادی و همکاران (۱۳۸۸) همخوانی دارد.

در رابطه با میزان مطالعه و میزان روحیه کارآفرینی دانشجویان بر حسب جنسیت نتایج به دست آمده نشان داد که بین دانشجویان مرد و زن از نظر میزان روحیه کارآفرینی در تحقیق حاضر تفاوتی وجود ندارد که با یافته‌های مرادلو و همکاران (۱۳۸۸) همخوانی دارد.

در رابطه با میزان روحیه کارآفرینی دانشجویان برحسب وضعیت تأهل نتایج به دست آمده نشان داد که بین دانشجویان مجرد و متأهل از نظر میزان روحیه کارآفرینی تفاوت معناداری وجود دارد که با تحقیقات انجام شده عزیزی و یوسفی (۱۳۸۸) همخوانی دارد.

پیشنهادها

- ایجاد و توسعه و گسترش دانشگاه‌های کارآفرین در مراکز استان‌ها به خصوص مناطق محروم و فاقد امکانات و ارائه بستر لازم جهت شکوفایی استعدادها و پتانسیل‌های موجود در جوانان دانشجویی دانشگاه آزاد در شهرستان مهاباد.

- ایجاد و راه‌اندازی شبکه‌های اجتماعی بیشتر و پایگاه‌های اینترنتی مرتبط با اشتغال و کارآفرینی.
- از آنجایی که کارآفرینی، علم دانستن مسائل و هنر به کار بستن آن دانسته‌هاست به همین دلیل با نگاه صرف به یادگیری تئوری‌ها و بدون دانستن هنر به کارگیری و استفاده از آن‌ها، کسی کارآفرین نمی‌شود، لذا دولت بعنوان مهم‌ترین رکن می‌تواند نقش بسزایی در بسترسازی فرآیند کارآفرینی در کشور ایفا نماید. بنابراین پیشنهاد می‌شود توسط مسئولین و نهادها و مؤسسات مربوط به کارآفرینی زیر نظر دولت تحقیقات و پژوهش‌ها و مطالعات بیشتری انجام گیرد.

- پیشنهاد می‌شود که در صورت امکان طرح‌های کسب و کار و کارآفرینی و تهیه و تنظیم طرح‌های کسب و کار توسط نهادها و سازمان‌های مستقل (جهاد دانشگاهی، سازمان همیاری اشتغال، بانک‌ها، دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی) به ارائه منابعی به صورت کتاب در قالب کار گروه‌های ویژه کارآفرینی بپردازند که این امر به نو به خود به تقویت روحیه کارآفرینی در دانشجویان و جوانان و متعاقب آن در جامعه و توان‌مندسازی آنان مؤثر خواهد بود.

منابع

پورسلیمانی، ع؛ و دیگری. (۱۳۸۶). بررسی تأثیر ویژگی‌های شخصیتی جنسیت کارآفرینان در بنگاه‌های خرد و کوچک. **مجله کارآفرینان**.

قاسمی، ج؛ و دیگران. (۱۳۸۶). بررسی عوامل تأثیرگذار در ایجاد روحیه کارآفرینی دانشجویان تحصیلات تکمیلی پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران. **مجله تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران**. دوره ۲- ۴۰، شماره ۲.

مجله علوم کشاورزی ایران. (۱۳۸۶). دوره ۲- ۳۸، شماره ۲.

مجموعه مقالات کارآفرینی و جامعه. (۱۳۸۸). اولین همایش کارآفرینی دانشگاه پیام‌نور استان آذربایجان شرقی، مراغه، مهرگان.

نخعی، ک؛ و دیگری. (۱۳۸۸). تأثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر خلاقیت کارآفرینی. **فصلنامه رهبردی آموزش**. دوره ۴، شماره ۲.

نیازی، م؛ و دیگری. (۱۳۸۹). **مبانی و اصول کارآفرینی با تکیه بر جنبه‌های نظری و عملیاتی**. تهران: نشر سخنوران.

هزارجریبی، ج. (۱۳۸۷). **کارآفرینی**. تهران: انتشارات پژوهشکده امور اقتصادی.

Citation: Hong Qunlion (2012). The major difficulties and countermeasures of current university graduates entrepreneurship in China. **Journal of Chinese Entrepreneurship**. v. 31 ss. 3. pp. 228-239.

International Small Business Journal. (2011). 29 (2), No 105-118.

International Small Business Journal. (2011). 29 (2), No 108-118.

Archive Online