

رابطه بین کارآفرینی و مدیریت زمان دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی (واحدهای منطقه ۱۲)

محمدجواد قائدمحمدی^۱، دکتر فتاح ناظم^۲

چکیده

یکی از عوامل مهم در رشد و توسعه نظام آموزش عالی جهت دستیابی به کارآفرینی عامل مدیریت زمان است. توجه به این پدیده مهم نظام مذکور را به اهداف خود نزدیکتر می‌سازد. بنابراین یکی از وظایف مدیران آموزش عالی این است که عوامل تاثیرگذار بر کیفیت نیروهای متخصص را دریابند تا دانشجویان را به سازمان متعهد نمایند. مقاله حاضر برگرفته از پژوهشی است که هدف آن شناخت رابطه بین کارآفرینی و مدیریت زمان دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی به منظور فراهم آوردن الگوی مناسب برای مدیریت زمان دانشجویان براساس کارآفرینی آنان است. جامعه آماری این پژوهش را کلیه دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحدهای منطقه ۱۲ تشکیل می‌دهند. که از میان آنها تعداد ۱۸۰ نفر به روش تصادفی چند مرحله ای به عنوان نمونه پژوهش انتخاب شدند. ابزار پژوهش شامل پرسش نامه محقق ساخته کارآفرینی و مدیریت زمان است. نتایج حاصل از رگرسیون چند متغیری خطی نشان داد که: ۱- بین کارآفرینی و مدیریت زمان دانشجویان رابطه وجود دارد. ۲- الگوی کارآفرینی براساس مدیریت زمان دانشجویان به قرار زیر است:

$$\text{(پشتکار)} + ۰/۳۸۹ + \text{(خلاقیت)} + ۰/۲۵۸ + ۹/۴۳۵ = \text{مدیریت زمان}$$

واژگان کلیدی: کارآفرینی، مدیریت زمان، دانشجو

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۰/۹/۱۷

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۰/۸/۲

^۱ -عضو هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن (دانشکده علوم اجتماعی) رودهن، ایران (نویسنده مسئول) MJ_Gheed@yahoo.com

^۲ دانشیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن (دانشکده علوم تربیتی) رودهن، ایران f_nazem@yahoo.com

مقدمه

بحث کارآفرینی در ایران در سال‌های اخیر در شرف گسترش و جلب توجه محافل سازمانی و دانشگاهی است. هر چند رویکرد جدید دانشگاهی به مقوله کارآفرینی تحت عنوان «طرح کاد» چندان که انتظار می‌رفت، مقرون به موقعیت نبوده و هنوز خلاءهای شگرفی در این وادی وجود دارد، ولی در هر حال طرح موضوع در سطح دانشگاه‌های ایران چشم اندازهایی را در این مسیر گشوده است. کارآفرینی دانشگاهی عبارت است از حل مسایل علمی جامعه، دولت و بنگاه‌ها ایجاد زمینه توسعه نوآوری در اعضاء دانشگاه، عرضه نتایج تحقیقات دانشگاهی به بازار، تولید و عرضه فناوری‌های جدید و نوآوری در گسترش مرزهای دانش بشری.

آنچه امروزه برای حل معضلات و مشکلات کشورها عنوان می‌گردد تکیه بر عنصر انسانی به عنوان مهمترین سرمایه و منبع پایان ناپذیر الهی است و از این رو در میان انسان‌ها به افراد خاص که کارآفرین نامیده می‌شود توجه ویژه می‌شود. استادانی که اعتماد و اطمینان کامل نسبت به دانشجویان خود ابراز کنند، آنها را در تصمیم‌گیری‌ها مشارکت دهند و محیطی پدید آورند که دانشجویان از جایگاه در خور و شایسته احترام برخوردار شوند و احساس شخصیت، امنیت و آرامش کنند، می‌توانند انجام کار را از نظر کمیت و کیفیت به بالاترین سودمندی برسانند.

مدیریت زمان با تأکید بر انضباط فردی و گروهی و بهره‌وری بهینه از وقت به ما امکان می‌دهد که خلاقیت خود را به خدمت گرفته تا ضمن نجات از استرس‌های کسالت بار روزمره، مدیری موفق باشیم. در گذشته، زمان به این درجه اهمیت نداشت. امروزه هر لحظه از زمان آستان حوادث و تحولات شگرف می‌باشد. پس به جهت همگام بودن و همراه بودن با تحولات باید در لحظه لحظه زمان مدیریت به اهداف مان دست یابیم، کارهای مهم تر را انجام دهیم، ارزش‌ها را بشناسیم، تعادل را حفظ کنیم، استرس را کاهش دهیم، به جای کار بیشتر دقیق‌تر کار کنیم، زمان را تحت کنترل خود در آوریم و با کارایی بالاتر عمل کنیم (محمدیون، ۱۳۸۴).

استادان واحدهای دانشگاهی می‌توانند با رهبری پویای خویش و ایجاد یک محیط شکل گرفته برپایه خلاقیت، موجب رضایت دانشجویان شده تا آنها هم در تحقق اهداف مثمرتر باشند.

دانشگاه آزاد اسلامی با توجه به گسترش کمی و کیفی آن در سال‌های اخیر اکنون می‌تواند با طرح و ترویج مباحث کارآفرینی در طیف وسیع اقدام نماید و دانشجویان و دانش‌آموختگان این دانشگاه را به احیای انگیزه‌های پیشرفت، موفقیت و کارآفرینی در آینده نوید دهد. این مهم البته با در نظر گرفتن مدیریت زمان و سازماندهی منسجم قابل تحقق است.

مفهوم کارآفرینی

کارآفرینی: کارآفرینی به معنای شناسایی و بهره‌وری از افکار فرصت طلبانه برای ایجاد و توسعه شرکت‌های کوچک است. کارآفرینی فرآیند کسب سود از طریق ترکیب جدید، منحصر به فرد و ارزشمند منابع، در محیطی همراه با ابهام و عدم قطعیت است. کارآفرینی به معنای آغاز یا رشد یک شرکت نوپا از طریق مدیریت نوآورانه و خطرپذیر است (احمدپورداریانی، ۱۳۸۱). یکی از بهترین تعاریفی که می‌توان از کارآفرینی ارائه نمود این است که؛ کارآفرینی عبارت است از فرآیند نوآوری و بهره‌گیری از فرصت‌ها با تلاش و پشتکار بسیار و همراه با پذیرش خطرات مالی، روانی و اجتماعی، که البته با انگیزه کسب سود مالی، توفیق طلبی رضایت شخصی و استقلال صورت می‌پذیرد. (هیستریچ، ۲۰۰۲). واژه کارآفرینی به معنی متعهد شدن است و بنا به تعریف واژه نامه دانشگاهی و بستر، کارآفرین^۱ کسی است که مخاطره یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی، اداره تقبل کند.

توانایی افراد برای ارایه کالا و خدماتی که دیگران نیاز دارند، در زمان مناسب و مکان مناسب و به افراد مناسب و با قیمت مناسب را کارآفرینی می‌گویند و کسی که بتواند عوامل مختلف تولید را گردآوری کند و با کوشش‌های خلاقه، نوآوری، ابتکار، ریسک‌پذیری، خودباوری و مدیریت خود این نیازها را برآورده سازد، کارآفرین است (کندال، ۲۰۰۳). روان‌شناسان براین باورند که شماری از ویژگی‌های فردی چون: خودباوری، استعداد، سخت‌کوشی، خلاقیت، دوراندیشی، قدرت طلبی، غرور، انعطاف‌پذیری و ... وجود دارند که موجب تمایز افراد کارآفرین از غیر کارآفرین می‌شود (ملیکپور، ۱۳۸۱). شالن برگر^۱ (۱۹۶۸) کارآفرینان را مترادف با صفاتی مانند: جسور^۲، مخاطره‌جو^۳، مخاطره‌پذیر^۴ و مجری^۵ می‌داند و ویژگی‌هایی چون: سازگاری^۶ محافظه‌کاری^۷ و روزمرگی را متضاد

کارآفرینی می شناسد. نظریه پردازان و پژوهشگران روانی- اجتماعی (روان شناسان اجتماعی) در موضوع کارآفرینی، بیشتر بر فرد و ویژگیهای شخصیتی او به عنوان مثال: فرهنگ (ارزشها و هنجارها)، نظامهای سیاسی (کارگزاران دولتی)، کارکردهای سازمانها و موسسه های اقتصادی، عوامل محیطی و اجتماعی هستند که فرآیند، کیفیت تکوین و رشد کارآفرینی را توجیه می کنند (کرباسی، ۱۳۸۱).

دانشمندان مدیریت از اوایل دهه ۱۹۸۰ به تبیین کارآفرینی در درون سازمان ها پرداختند. آنها ضمن انتخاب رویکرد فرایندی، به تشریح مدیریت کارآفرینی و ایجاد جو و محیط کارآفرینانه در سازمان های موجود اقدام نمودند. چنان که هارینسون و مایرز^۱ (۱۹۵۵) کارآفرین را در درون سازمان، به عنوان اساس مدیریت تشخیص می دهند و براین باورند که کارآفرین کسی است که نمی توان او را از سازمانش جدا کرد؛ زیرا وی با آن در آمیخته است. وظیفه او این است که شرایطی را فراهم آورد که تحت آن دیگر عناصر مدیریت بتوانند ضمن انجام وظایفی که در سازمان تعیین شده، به هدف های شخصی خود نیز دست یابند (احمدپورداریانی، ۱۳۸۱).

کردستانی (۱۳۸۲) در پژوهشی با عنوان «بررسی وضعیت کارآفرینی در مدارس متوسطه و ارائه مدلی برای پرورش مدیران کارآفرین در آموزش و پرورش» به این نتیجه رسید که ایجاد فرهنگ کارآفرینی از خانواده و سپس از مراکز آموزشی شروع می شود.

متغیر کارآفرینی نیز می تواند در سایر متغیرهای شناخته شده در تحقیقات پژوهشگران دیگران نظیر سبک رهبری (جانسون، ۱۹۹۴؛ لالر، ۱۹۸۲، لانگ شور، ۱۹۸۸؛ ساساکی، ۱۹۸۰؛ دیونس، ۱۹۹۷)، جو سازمانی (استراتون، توما و پلتون، ۱۹۹۳؛ ووهان، ۱۹۸۳) به عنوان متغیری مؤثر در بهره وری قرار گیرد.

مفهوم مدیریت زمان

مسئله زمان از دیر باز به عنوان یکی از بزرگترین معماهای جوامع انسانی مطرح بوده و هر کس از این معمای حل نشدنی، تفسیری داشته است. تمامی وقایعی که هر انسان از بدو تولد تا مرگ می گذراند، جملگی در گذر زمان جاری است، لذا زمان معنایی بسیار وسیع و طیف گسترده ای دارد. ما مسئله زمان را تنها با توجه به کره زمین و شرایط خاص آن مورد بررسی قرار می دهیم. عرفا نیز به واسطه ماهیت ابزار شناختی خود، یعنی دل، از زبان نمادین و سمبلیک استفاده می کنند و زمان را دارای جنبه درونی دانسته و از آن اصطلاحاتی مانند وقت، آن دم، یاد می کنند. عرفا وقت خوش عارفانه را همانا نوعی بی وقتی و رها شدن از سیطره زمان و مکان عارف می دانند (خاکی، ۱۳۸۲). فلاسفه، دانشمندان و متخصصان علوم اجتماعی و مدیریت هر یک تعریفی از زمان ارائه داده اند. اما لازم نیست به زمان فکر کنیم و تعریفی از آن داشته باشیم. همین که آن را احساس کنیم کافی است. اما امروز روی یک تعریف از زمان کار می کنند. بر طبق این تعریف زمان عبارت است از وسیله اندازه گیری فعالیت (رحیمی، ۱۳۸۱).

زمان تنها منبعی است که باید در قبال آن چه به دست می آورید، صرف کنید و باید سرانجام با یک نرخ ثابت صرف شود. هر دقیقه ۶۰ ثانیه است و هر ساعت ۶۰ دقیقه است (مکنزی، ۱۳۷۴). وقت موهبتی است که در این کره خاکی به هر یک از ما به رایگان اعطا شده است و میزان آن برای همه یک سان است. موفقیت ما در زندگی بستگی به چگونگی استفاده از این گوهر گرانبها دارد. موفقیت هر شخص در جهت تحقق اهداف و آرمان هایش به مقدار قابل توجهی تابع استفاده موثر از وقت است (نصراصفهانی، ۱۳۸۱).

در میان منابعی که در اختیار داریم زمان با ارزش ترین منبع است، با بررسی مستمر چگونگی استفاده از زمان، می توانیم اثر بخش ترین روش به کارگیری آن را پیدا کنیم (هیندل، ۱۳۸۳). زمان با ارزش ترین منبعی است که در اختیار انسان قرار دارد، زیرا منابع دیگر به شرط وجود زمان ارزش پیدا می کنند. به همین دلیل در خصوص اهمیت و ارزش توجه به زمان، در فرهنگ ها و زبان های مختلف صحبت های زیادی شده است. از جمله واقعیت های که در مورد زمان مطرح گردیده عبارتند از: زمان را نمی توان پس انداز و ذخیره نمود. افزایش زمان غیرممکن است و در واقع مدیریت کردن زمان یک فرض نادرست به نظر می آید، چرا که زمان قابل کنترل و مدیریت نیست، فقط می توان گفت که چگونه از زمانی که در دست ماست بهره گرفت. ما حتی قادر نیستیم استفاده یا عدم استفاده از زمان را انتخاب کنیم بلکه فقط می توانیم نوع استفاده از آن را تعیین کنیم، وقتی زمان را از دست دادیم دیگر نمی توانیم آن را جبران

کنیم. یکی از اساسی‌ترین جنبه‌های مدیریت در وقت، بهینه‌سازی استفاده از آن است، در واقع «مدیریت زمان یعنی اینکه زمان و کار خویش را به دست گیریم و اجازه ندهیم که امور و حوادث ما را هدایت کند» (فرنر، ۱۹۹۶، ترجمه جواهری زاده، ۱۳۸۱).

الک مکنتزی (۱۹۹۳) در مورد زمان چنین می‌گوید: زمان تنها منبعی است که به محض دستیابی به آن می‌باید مصرف شود و نرخ مصرف آن نیز ثابت است، شصت ثانیه در هر دقیقه و شصت دقیقه در هر ساعت. به این ترتیب ما نمی‌توانیم زمان را اداره کنیم بلکه فقط می‌توانیم خودمان را در ارتباط با زمان اداره نماییم. به این تعبیر که مقدار زمانی که در اختیار ماست قابل کنترل نیست و ما فقط می‌توانیم نحوه استفاده از آن را کنترل کنیم. ما همچنین در مورد مصرف شدن اصل زمان اختیاری نداریم، بلکه فقط نحوه مصرف آن به ما مربوط می‌شود. زمانی را هم که تلف کرده‌ایم، دیگر از دست رفته و قابل جایگزینی نیست (کرمی مقدم، ۱۳۷۷).

میلر^۱ (۱۹۸۵) و دیلون^۲ (۱۹۸۱) بیان می‌کنند: «زمان تنها منبعی است. که به محض دستیابی به آن می‌باید مصرف شود و آهنگ مصرف آن هم ثابت است. بعضی محققین در نوشته‌های خود برای افزایش اوقات آموزش از نظر کمی پیشنهاداتی کرده‌اند، ولی آن چه که بیش از همه مورد نیاز است، استفاده مؤثر از مقدار زمانی است که در دسترس می‌باشد و برای این امر برنامه ریزی و سازماندهی کافی مورد نیاز است. در غیر این صورت زمان بیشتر به هدر می‌رود. رابینز^۳ (۱۹۹۲) که یکی از صاحب نظران مدیریت است اعتقاد دارد که دو نوع «زمان» وجود دارد: یکی زمان غیرقابل کنترل و دیگری زمان قابل کنترل. او می‌گوید بسیاری از مدیران نمی‌توانند تمام وقتشان را کنترل نمایند، آن‌ها پیوسته و روزمره به بحران‌های ناگهانی، واکنش نشان می‌دهند. وقت عمده مدیران صرف پاسخ‌گویی به درخواست‌ها و تقاضاها و هم چنین توجه به مسایل و مشکلاتی می‌شود که توسط دیگران ایجاد شده است و این نوع زمان را نمی‌توان کنترل و مدیریت نمود. در مقابل بخشی از وقت آدمی قابل کنترل می‌باشد. بسیاری از پیشنهادها ارائه شده جهت مدیریت زمان، مربوط به استفاده از زمان قابل کنترل است. برای این که بخشی از وقت آدمی که قابلیت کنترل دارد، قابل مدیریت کردن است (لاکین، ۲۰۰۰).

الک مکنتزی (۱۹۷۸) در مقاله‌ای تحت عنوان «مدیریت زمان: از اصل تا عمل» درباره اصول مدیریت بطور اعم و درباره مدیریت زمان بطور اخص صحبت می‌کند. او می‌گوید: بیشتر دانشجویان ما اصول مدیریت زمان را نمی‌دانند. وی در این مقاله توصیف می‌کند که چگونه دانشجویان باید برنامه‌های مدیریت زمان را طراحی کنند. یک اصل مهم که نه تنها در مدیریت زمان بلکه بطور کلی در مدیریت به معنای عام باید مد نظر هر دانشجویی باشد، پرهیز از واقع‌گرایی و مطلق‌نگری است هر قدر که دانشجو در انجام کاری دقت و انرژی به خرج دهد نتیجه صد درصد حاصل نخواهد شد. بنابراین مدیر باید بجای وسواس داشتن، وظایفی را که برعهده دارد تنها در حد خواسته شده و استاندارد انجام دهد. در واقع جوهر مدیریت زمان این است که بهترین و پرنرژترین اوقات خود را صرف مهمترین کارها کنید تا به بیشترین نتایج مطلوب برسید (کامرون، ۲۰۰۲).

اسنل (۲۰۰۳) با استناد به پژوهش خود می‌گوید همه ساله هزاران نفر از افرادی که فارغ‌التحصیل دانشگاه‌ها می‌شوند فاقد مهارت لازم برای ورود به بازار کار هستند. باید توجه داشت که اهداف افراد از شرکت در دوره تحصیلی و نوع نیازهای مهارتی و عملی آنها می‌تواند متفاوت باشد. بنابراین آموزش یادگیری شامل کسب دانش و درک مفاهیم مدیریت زمان چون چگونگی یافتن فرصت‌ها، هدف‌گرایی، برنامه‌ریزی، اولویت‌بندی، کسب استفاده از فنون مدیریتی مانند توانایی تحلیلی یک موقعیت و ترکیب یک طرح عملیاتی و تعیین و تقویت ظرفیت، استعداد و مهارت‌های کارآفرینی از جمله ریسک‌پذیری، واقع‌گرایی، دارای خلاقیت و داشتن پشتکار است. پیترس (۲۰۰۳) نیز در پژوهش که از ۱۵۰۰ دانشجو به منظور سنجش مدیریت زمان آنها به عمل آورد به این نتیجه رسید که ضعف در اولویت‌بندی فعالیت‌ها در تمام دانشجویان مشترک است (مرتضوی، ۱۳۸۶).

نصرافصهانی (۱۳۸۱) در پژوهش خود معتقد است که در مدیریت زمان هدف آن است که به افراد کمک شود تا از قید و بندهای دست و پاگیر درونی و بیرونی خود خلاص شوند. بدون اینکه از استقلال و آزادی آنها کاسته شود. مرادی (۱۳۸۲) در پژوهش خود اشاره می‌کند که چگونه دانشجویان با استفاده از آموزش از نحوه گذران اوقات فراغت خود آگاهی می‌شوند و از زمان خود برای انجام کارها استفاده مفید دارند.

سلطانی باراندوزی (۱۳۸۰) در پژوهشی با عنوان «بررسی چگونگی بقای فرهنگ کارآفرینی در صنایع فلزی» به این نتیجه رسید که جهت بقای فرهنگ کارآفرینی در سازمان ها، فاکتورهای اصلی و اساسی که باید مورد توجه مدیران و مسئولان باشد، عوامل انگیزشی و آموزشی است.

جوهری زاده (۱۳۸۱) در پژوهش خود ویژگی هایی همچون عدم برنامه ریزی، عدم نظم شخصی، تفویض اختیار نامناسب، وقفه های تلفنی، جلسات، مسئولیت بیش از حد، ضعف در گفتن نه، عدم صداقت با خود، گزارشات، ملاقات های برنامه ریزی نشده، معاشرت های دوستانه، ارتباطات نامؤثر، کاغذبازی، ضعف اطلاعات و کارکنان فاقد صلاحیت را از عوامل عمده اتلاف وقت مدیران به حساب می آورد. لکین (۲۰۰۰) نیز در پژوهشی که از ۱۳۰۰ مدیر به منظور سنجش مدیریت زمان آنها به عمل آورد به این نتیجه رسیده که ضعف در اولویت بندی فعالیت ها در تمام مدیران مشترک است. نصرافهانی (۱۳۸۱) در پژوهش خود معتقد است که در مدیریت زمان، هدف آن است که به افراد کمک شود تا از قید و بندهای دست و پاگیر درونی و بیرونی خود خلاص شوند، بدون اینکه از استقلال و آزادی آنها کاسته شود. لباف (۱۳۸۰) همچنین در پژوهش خود اشاره می کند که چگونه مدیران با استفاده از ابزار ساده ای مانند یادداشت شغلی، از نحوه گذراندن اوقات فراغت خود آگاه می شوند و از دقایق آن برای انجام کارهای درست، مؤثرتر استفاده می کنند. بخش مدیریت بهداشتی دانشکده آموزشی بهداشت دانشگاه آنکارا در سال ۲۰۰۵ به ارزیابی نگرش مدیران بهداشتی به مدیریت زمان پرداخت. مطابق نتایج این مطالعه، ضرورت توجه مدیران به مفهوم برنامه ریزی و همچنین آموزش مدیران در زمینه مدیریت زمان را خاطر نشان می سازد.

نیر (۱۳۸۲) در پژوهش خود به وجود رابطه بین متغیرهای کارآفرینی و زمان نظیر ریسک پذیری، خلاقیت، واقع گرایی، هدف گرایی و اثربخش بودن پی بردند.

هدف تحقیق

شناخت و تبیین رابطه بین کارآفرینی دانشجویان و مدیریت زمان آنان

سوال های تحقیق

آیا بین کارآفرینی دانشجویان و مدیریت زمان آنان رابطه وجود دارد؟

الگوی مدیریت زمان بر اساس کارآفرینی دانشجویان کدام است؟

روش شناسی

پژوهش حاضر از لحاظ هدف از نوع کاربردی و از نظر روش از نوع تحقیقات همبستگی است که در آن به مطالعه رابطه بین متغیرهای کارآفرینی با مدیریت زمان دانشجویان پرداخته شده است. جامعه مورد مطالعه در این پژوهش شامل کلیه دانشجویان رشته مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی منطقه ۱۲ که در سال تحصیلی ۸۸-۸۷ به امر تحصیل مشغول می باشند.

از آنجا که جامعه آماری از حجم و وسعت جغرافیایی زیادی برخوردار است و محقق نمی تواند به تمام آنها مراجعه کند، بنابراین ناگزیر به انتخاب جمعی از آنها به عنوان نمونه و تعمیم نتایج آن به جامعه مورد مطالعه است.

به منظور برآورد حجم نمونه از فرمول $n = \frac{z^2 q^2}{d^2}$ استفاده شد که نمونه مورد نظر ۱۸۱ نفر برآورد شد. در این پژوهش از طریق

نمونه گیری تصادفی چند مرحله ای، به این شکل که از میان واحدهای دانشگاهی منطقه ۱۲ به صورت تصادفی ۳ واحد انتخاب شدند که از بین دانشکده مدیریت هر واحد تعداد ۶۰ دانشجو جمعاً ۱۸۱ نفر با ۲ پرسشنامه مدیریت زمان و کارآفرینی پرسشگری شدند. به منظور جمع آوری اطلاعات میدانی از ۲ پرسشنامه کارآفرینی و مدیریت زمانی استفاده شد.

۱) برای سنجش کارآفرینی از پرسشنامه ای مشتمل بر ۵۸ سوال براساس گزینه های خیلی مخالفم = ۱، مخالفم = ۲، نظری ندارم = ۳، موافقم = ۴ و خیلی موافقم = ۵ که در مجموع نظرات را در مورد ویژگی های افراد کارآفرینی نشان می دهد به آنها پاسخ داده شده پرسشنامه فوق با مقیاس لیکرت از ۱۰ خرده مقیاس ریسک پذیری و رقابت جویی، خلاقیت، داشتن پشتکار، پیشرفت، اعتماد به نفس، واقع گرایی و انتقادپذیری، کنترل درونی و نیاز به استقلال تشکیل شده است. به منظور برآورد اعتبار آن با استفاده از روش آلفای

کروناخ ابتدا روی گروهی از دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن ($n=35$) که به طور تصادفی ساده انتخاب شده بودند اجرا شد که برآورد ضریب $0/81$ بدست آمد. در نهایت پرسشنامه با 58 ماده اجرا شد.

۲) پرسش نامه مدیریت زمان، برای ساخت پرسشنامه مدیریت زمان ابتدا مبانی نظری موضوع مورد نظر بررسی شد و براساس نتایج به دست آمده با استفاده از پرسشنامه‌های موجود به تهیه پرسشنامه با 40 سوال که براساس گزینه‌های هرگز = ۱، گاهی = ۲، نظری ندارم = ۳، بیشتر اوقات = ۴ و همیشه = ۵ ساخته شد. پرسشنامه فوق از 4 خرده مقیاس تعیین مدت، اولویت بندی، برنامه ریزی و ارزیابی عملکرد تشکیل شده است. برای برآورد اعتبار، پرسشنامه فوق روی 35 نفر از دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن که به طور تصادفی انتخاب شده بودند، اجرا شد، برآورد ضریب آلفای کروناخ محاسبه و رقم $0/85$ بدست آمد که در حد بسیار مطلوبی است. در نهایت پرسشنامه با 40 ماده اجرا شد.

یافته ها

جدول ۱: خلاصه شاخص های آماری مربوط به نمونه دانشجویان در پرسش نامه کارآفرینی و مؤلفه های آن در گروه نمونه ($n=181$)

شاخص					متغیرها
کشیستگی	کجی	انحراف معیار	میانه	میانگین	
-۰/۲۷۸	-۰/۲۰۷	۲/۹۴	۱۸	۱۷/۹۸	ریسک پذیری
۱/۸۳	-۰/۷۱۹	۲/۹۰	۲۲	۲۲/۱۲	خلاقیت
۳/۸۶	-۱/۲۱	۱/۳۱	۸	۸/۱۳	داشتن پشتکار
۰/۱۰۴	-۰/۱۸۲	۱/۷۶	۱۶	۱۵/۸۱	اعتماد به نفس
۰/۴۹۳	-۰/۴۲۶	۲/۴۳	۱۸	۱۷/۵۸	واقع گرایی
۰/۰۱۰	-۰/۰۹۲	۲/۰۴	۱۵	۱۵/۱۳	کنترل درونی
۰/۶۰۹	-۰/۰۱۹	۱/۹۹	۱۴	۱۳/۹۲	پیشرفت
۱/۶۵	-۰/۵۰۵	۱/۶۷	۱۰	۱۰/۰۵۷	نیاز به استقلال
۰/۱۳۷	-۰/۰۸۲	۳/۰۲	۱۷	۱۷/۰۸	رقابت جویی
۰/۹۹۵	-۰/۵۴۸	۱/۹۹	۱۶/۵	۱۶/۵۳	انتقادپذیری
۰/۶۴۲	-۰/۳۳۴	۲/۷۱	۲۴	۲۳/۶۱	مدیریت
۲/۹۳	-۰/۸۴۱	۲/۳۷	۲۰	۲۰/۴۵	هدف گرایی
۰/۲۳۳	۰/۳۱۰	۳/۱۰	۱۷	۱۷/۱۲	با انرژی بودن
۰/۶۸۵	۰/۳۵۶	۱۵/۰۸	۲۱۶	۲۱۶/۹۱	کارآفرینی (نمره کل)

براساس اطلاعات جدول ۱ مقادیر مربوط به شاخص های مختلف گرایش مرکزی، پراکندگی و توزیع نمره های دانشجویان در پرسشنامه کارآفرینی و ۱۳ مؤلفه آن را نشان می دهد که توزیع نمره های دانشجویان مورد مطالعه در این متغیرها به توزیع نرمال میل دارد. گذشته از این، با توجه به مقیاس های اندازه گیری متغیرهای مورد نظر، و در عین حال براساس قضیه حد مرکزی می توان نتیجه گرفت که توزیع داده ها به توزیع نرمال نزدیک است و می توان برای آزمون فرضیه های تحقیق از آزمون های پارامتری استفاده کرد.

جدول ۲: خلاصه شاخص های آماری مربوط به نمونه دانشجویان در پرسش نامه کارآفرینی و مؤلفه های آن در گروه نمونه (n=۱۸۱)

شاخص				متغیرها	
کشیستگی	کجی	انحراف معیار	میانه	میانگین	
۰/۶۳۷	۰/۱۴	۵/۹۴	۳۴	۳۳/۸۵	تعیین هدف
۰/۴۲۱	۰/۲۰۱	۶/۵۷	۳۴	۳۴/۵۹	اولویت بندی
-۰/۲۸۷	-۰/۰۰۶	۷/۶۹	۳۹	۳۹/۲۶	برنامه ریزی
-۰/۸۲۰	-۰/۰۸۴	۴/۱۸۷	۲۰	۲۰/۰۱	ارزیابی عملکرد
-۰/۶۰۳	۰/۱۱۶	۱۲/۰۸	۱۲۷	۱۲۷/۰۸	مدیریت زمان (نمره کل)

براساس اطلاعات جدول ۲ مقادیر مربوط به شاخص های مختلف گرایش مرکزی، پراکندگی و توزیع نمره های دانشجویان در پرسشنامه مدیریت زمان و ۴ مؤلفه آن را نشان می دهد که توزیع نمره های دانشجویان مورد مطالعه در این متغیرها به توزیع نرمال میل دارد. گذشته از این، با توجه به مقیاس های اندازه گیری متغیرهای مورد نظر، و در عین حال براساس قضیه حد مرکزی می توان نتیجه گرفت که توزیع داده ها به توزیع نرمال نزدیک است و می توان برای آزمون فرضیه های تحقیق از آزمون های پارامتری استفاده کرد. پرسش یکم: آیا بین مؤلفه های کارآفرینی و مدیریت زمان رابطه وجود دارد؟

جدول ۳: تحلیل رگرسیون چندگانه برای پیش بینی مدیریت زمان مدیران براساس مؤلفه های کارآفرینی آنان (n=۱۸۱)

شاخص ها			متغیرها	
ضرایب استاندارد نشده	ضرایب استاندارد شده (بتا)	t	سطح معنی داری	
-۹/۴۳۵	--	-۰/۳۶۵	۰/۷۱۶	عدد ثابت
-۰/۳۲۸	-۰/۰۴۴	-۰/۴۰۲	۰/۶۸۸	ریسک پذیری
-۰/۸۷۹	-۰/۱۰۴	-۱/۲۳۶	۰/۲۱۹	خلاقیت
۲/۶۸۱	۰/۱۴۰	۱/۵۳۸	۰/۱۲۷	داشتن پشتکار
۱/۲۳۰	۰/۱۰۶	۱/۱۱۲	۰/۲۶۹	اعتماد به نفس
۰/۴۸۹	۰/۰۶۰	۰/۶۴۵	۰/۵۲۱	واقع گرایی
-۲/۴۲۲	-۰/۲۱۹	-۲/۷۷۶	۰/۰۰۷	کنترل درونی
۰/۸۱۹	۰/۰۷۷	۰/۹۵۲	۰/۳۴۳	پیشرفت
۰/۶۲۵	۰/۰۴۶	۰/۵۹۴	۰/۵۵۴	نیاز به استقلال
۰/۰۱۰	۰/۰۰۱	۰/۰۱۵	۰/۹۸۸	رقابت جویی
-۰/۰۷۴	-۰/۰۰۶	-۰/۷۶۶	۰/۹۳۹	انتقادپذیری
۱/۹۹۲	۰/۲۵۸	۲/۵۷۷	۰/۰۱۱	مدیریت
۳/۸۸۵	۰/۳۸۹	۴/۲۵۸	۰/۰۰۰	هدف گرایی
۰/۲۵۰	۰/۰۳۴	۳/۲۱	۰/۷۴۹	با انرژی بودن

متغیر وابسته: مدیریت زمان $F = ۷/۴۶۹^{**}$ $R^2 = ۰/۵۰۳$ $R = ۰/۷۰۹$

* معنی داری در سطح ۰/۰۵ ** معنی داری در سطح ۰/۰۱

همانطور که در جدول ۳ ملاحظه می شود، مقدار R^2 (۰/۵۰۳) بدین معنی است که نزدیک به ۵۰ درصد از واریانس مدیریت زمان دانشجویان توسط مؤلفه های مرتبط با کارآفرینی (۱۳ مؤلفه) تبیین می شود به سخن دیگر، ۵۰ درصد از پراکندگی مشاهده شده در متغیر مدیریت زمان توسط این ۱۳ مؤلفه توجیه می شود. مقدار R مشاهده شده (۰/۷۰۹) نیز نشان می دهد که مدل رگرسیون خطی حاضر می تواند برای پیش بینی استفاده شود. علاوه براین، مقدار F محاسبه شده (۷/۴۶۹) که در سطح اطمینان ۹۹ درصد معنی دار

است حاکی از این است که بین مؤلفه های کارآفرینی و مدیریت زمان همبستگی معنی دار وجود دارد و حداقل یکی از ضرایب رگرسیون معنادار است.

اطلاعات جدول ۳ نشان می دهد که ضرایب ستون بتا مربوط به پیشرفت نیاز به استقلال، مدیریت داشتن، پشتکار، هدف گرایی، واقع گرایی، با انرژی بودن، رقابت جویی مثبت است. هر چند با مراجعه با آماره t و سطوح معنی داری آنها می توان قضاوت کرد که بین متغیرهای فوق تنها دو متغیر مدیریت ($p < 0.05$ و $t = 2.577$) و پشتکار ($p < 0.01$ و $t = 2.257$) با مدیریت زمان همبستگی دارد و می تواند پیش بینی کننده سطح مدیریت زمان باشد. علاوه بر این می توان نتیجه گرفت که با افزایش این دو متغیر، متغیر مدیریت زمان به ترتیب ۰/۲۵۸ و ۰/۳۸۹ افزایش می یابد در نهایت، معادله رگرسیون به شرح زیر تنظیم می شود.

$$\text{پشتکار} (0.389) + \text{مدیریت} (0.258) = \text{مدیریت زمان} - 9.435$$

پرسش دوم: آیا بین کارآفرینی و مدیریت زمان رابطه وجود دارد؟

جدول ۴: تحلیل رگرسیون چندگانه برای پیش بینی مدیریت زمان مدیران براساس کارآفرینی آنان ($n=181$)

شاخص ها				
متغیرها	ضرایب استاندارد نشده	ضرایب استاندارد شده (بتا)	t	سطح معنی داری
عدد ثابت	-۲۵/۸۲۱	--	-۱/۳۹	۰/۳۰۱
کارآفرینی	۰/۶۹۹	۰/۵۰۸	۶/۱۲۴	۰/۰۰۰
متغیر وابسته: مدیریت زمان	$F = 37.503^{**}$	$R^2 = 0.258$	$R = 0.508$	
* معنی داری در سطح ۰/۰۵	** معنی داری در سطح ۰/۰۱			

همانطور که در جدول ۴ ملاحظه می شود، مقدار R^2 (۰/۲۵۸) بدین معنی است که تنها ۰/۲۶ از واریانس مدیریت زمان دانشجویان توسط توسط کارآفرینی (نمره کل) تبیین می شود به سخن دیگر ۲۶ درصد از پراکندگی مشاهده شده در متغیر مدیریت زمان توسط این متغیر توجیه می شود. مقدار R مشاهده شده (۰/۵۰۸) نیز نشان می دهد که مدل رگرسیون خطی حاضر می تواند برای پیش بینی استفاده شود. علاوه بر این، مقدار F محاسبه شده (۳۷/۵۰۳) که در سطح اطمینان ۹۹ درصد معنی دار است حاکی از این است که بین کارآفرینی و مدیریت زمان همبستگی معنی دار وجود دارد و ضریب رگرسیون معنادار است.

با توجه به اطلاعات جدول ۴ و مراجعه به آماره t و سطوح معنی داری آنها می توان قضاوت کرد که متغیر کارآفرینی با مدیریت زمان ($p < 0.001$ و $t = 6.124$) همبستگی معنی دار وجود دارد و معادله رگرسیون به شرح زیر تنظیم می شود.

$$\text{کارآفرینی} (0.699) + 25.821 = \text{مدیریت زمان}$$

بحث و نتیجه گیری

در میان منابعی که در اختیار داریم زمان با ارزش ترین منبع است، با بررسی مستمر چگونگی استفاده از زمان، می توانیم اثر بخش ترین روش به کارگیری آن را پیدا کنیم. زمان با ارزش ترین منبعی است که در اختیار انسان قرار دارد، زیرا منابع دیگر به شرط وجود زمان ارزش پیدا می کنند. یکی از اساسی ترین جنبه های مدیریت در وقت، بهینه سازی استفاده از آن است، در واقع مدیریت زمان یعنی اینکه زمان و کار خویش را به دست گیریم و اجازه ندهیم که امور و حوادث ما را هدایت کند.

زمان کالایی کم یاب و محدود است، قابل خریداری و ذخیره شدن و نگهداری نیست، افزایش و طولانی کردن زمان غیرممکن است و زمان را نمی توان متوقف کرد. گذشت زمان دایمی و غیر قابل برگشت است. به همین دلیل زمان ضروری ترین منبع است، زیرا تمام فعالیت های انسان در بعد زمان انجام می شود و انسان باید از همه لحظه ها و دقائق عمرش بهترین استفاده را ببرد. از این رو گفته می شود وقت طلاست.

بنابراین یکی از منابعی که دانشجویان می توانند از آن سود و بهره ببرند زمان است. با توجه به نقش آموزش عالی که منشأ تحولات زیادی در زمینه های مختلف اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و سیاسی است یکی از مشکلات گریبانگیر افراد به ویژه دانشجویان، عدم استفاده صحیح از زمان و وقت آنها است.

یافته های پژوهش حاکی از آن است که بین کارآفرینی و مدیریت زمان رابطه وجود دارد. این یافته با یافته های پژوهش افرادی همچون لباف (۱۳۸۰) و کرمی مقدم (۱۳۷۷) همسویی دارد.

شواهد پژوهش حاکی از این است که دانشجویان آگاهی توانایی آن را دارند که با بهره گیری از توانایی های درونی، دانش تخصصی و تقویت توانایی علمی خود با کمک آموزش های علمی بالا توانمندی خود را برای مدیریت زمان براساس کارآفرینی تقویت کنند.

یافته های پژوهش حاضر در صورتی که با آموزش های مناسب و کلاسیک دانشگاهی بتوان ویژگی کارآفرینی را در مورد دانشجویان تقویت نمود آنان قادر خواهند بود از زمان و وقت که گرانبهاترین منبع در اختیار آنان است حداکثر استفاده را ببرند.

با توجه به اهمیت نظام آموزش عالی و نقش اساسی دانشگاه ها در توسعه ملی و بین المللی کشور جایگاه و نقش حساس و مؤثر دانشگاه ها در توسعه اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی جامعه بر کسی پوشیده نیست. با توجه به هدف پژوهش فوق مبنی بر شناخت رابطه بین کارآفرینی و مدیریت زمان دانشجویان، یافته های پژوهش حاکی از این است که دانشجویان آگاهی و توانایی آن را دارند که با بهره گیری از توانایی های درونی، دانش تخصصی و تقویت توانایی علمی خود با کمک آموزش های علمی بالا و توانمندی خود را برای مدیریت زمان براساس کارآفرینی تقویت کنند.

در مجموع با توجه به تحلیل داده های به دست آمده از این پژوهش که در راستای سایر پژوهش های مرتبط نیز بود پیشنهاد می شود، پژوهش های بعدی صورت گیرد تا طی آن برخی از عوامل اتلاف وقت دانشجویان شناسایی و معرفی گردد تا ارائه راهکاری برای جلوگیری از اتلاف وقت صورت گیرد.

پی نوشتها

1. entrepreneur
2. Shallenberger
3. bold
4. venturesome
4. risk taker
5. doer
6. adjustment
7. conservative
- 8- Harbinson & A. Myers
9. Miller
10. Dillon
11. Robbins

منابع

۱. احمدپورداریانی، م؛ مقیمی، م. (۱۳۸۱). **کارآفرینی**. تهران: نشر پردیس.
۲. جواهری زاده، ن. (۱۳۸۱). ارائه الگویی جهت استفاده بهینه مدیران مقطع راهنمایی از مدیریت زمان، رساله دکتری مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران.
۳. خاکی، غ. (۱۳۸۲). **مدیریت زمان**. تهران: انتشارات بازتاب.
۴. رحیمی، ش. (۱۳۸۱). مدیریت زمان. **کارآفرین**. شماره ۱۴، ص ۶۳-۵۶.
۵. سرایی، ح (۱۳۷۲). **مقدمه ای بر نمونه گیری در تحقیق**. تهران: انتشارات سمت.
۶. فرمز، ج. د. (۱۳۸۱). **مدیریت موفق زمان**. ترجمه ناصر جوادی زاده، تهران: انتشارات پژوهش.
۷. کرباسی، ع. (۱۳۸۱). **مروری بر ادبیات کارآفرینی**. انتشارات دانشگاه تهران.
۸. کرمی مقدم، ف. (۱۳۷۷). «بررسی رابطه مهارت فردی مدیریت زمان و مهارت سازمانی در بین مدیران دبیرستان های دولتی شیراز». پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شیراز.
۹. لباف، ح. (۱۳۸۰). چگونه از وقت خود بهتر استفاده کنیم. **نشریه مدیریت و توسعه**. شماره ۱.

۱۰. محمدیون، س. (۱۳۸۴). شیوه های مدیریت زمان. **نشریه پیام مدیریت موفق**.
۱۱. مرتضوی، س. م. (۱۳۸۶). «رابطه بین هوش هیجانی و مدیریت زمان دانشجویان». پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن.
۱۲. معین، م. (۱۳۸۳). **فرهنگ معین**. جلد ۴، تهران: انتشارات رحیم.
۱۳. مکنزی، ا. (۱۳۸۴). گریز از دام زمان. ترجمه محمود اسماعیل نیا. **تدبیر**. شماره ۴۴.
۱۴. ملکپور، ع. (۱۳۸۱). **جامعه، فرهنگ و کارآفرینی**. تهران: دانشگاه صنعتی امیرکبیر.
۱۵. نصراصفحانی، ع. (۱۳۸۱). فنون مدیریت زمان. **مدیریت توسعه**. شمار ۱۴.
۱۶. نیر، ج. (۱۳۸۲). «کارآفرینی و زمان». پایان نامه دکتری مدیریت، دانشگاه اصفهان.
۱۷. هیندل، ت. (۱۳۸۳). **مدیریت زمان**. ترجمه شفیع الهی. تهران: انتشارات سارگل.
18. Davis, M., L. (1997). "Assesment of the effects of leadership on productivity". Dissertatoin Abstract MBA. Michigan State University.
19. Hisrich, R. D. & Peters, M. (2002). **Entrepreneurship**, New York: Mc. Graw Hill.
20. Johnson, P., L. (1995). "Effect of leadership style on work climate and program completion in domiciliary addiction program". Dissertatoin Abstract, EDD. Est Tennessee State University.
21. Kamron, S., (2002). Five Time management mistakes. www.Goolge/TOP
22. Kandel, J. (2003). **Entrepreneurship and organization**. New York: Kill Bant.
23. Lakin, Peter (2000). **Management decision**, London, publication title management decision.
24. Lawler, E., E. (1982). Education, Management style, and organizational effectiveness. **Journal announcement, Sponsoring agency:** National Inst. Of education, Washington, Dc.
25. Longshore, J. M. (1988). "The associative relationship between transformational and transactional leadership styles and group productivity". Dissertatoin Abstract DBA.
26. Sasaki, M. (1980). "Network analysis of industrial organizationa in Japan: Group cohesiveness, leadership, and group productivity". Dissertatoin Abstract, PhD. Princeton University.
27. Snell, Liza. (2003). When principals can be entrepreneur schools improve. **School reform news:** vol. 7, No. 11.
28. Strutton- D, Toma- A, and Pelton- LE, (1993). Relationship between psychological climate and trust between salespersons and their managers in sales organizations. **Psychological report** vol 72, ISS 3.
29. Vaigjam. K. M. (1983). "The relationship of manager's educationa, training and expericence to ogranizational climate and producativity", Dissertatoin Abstract, EDD, Boston University school of education.