

## شناسائی عوامل فردی مؤثر بر افزایش کارآفرینی دانش‌آموختگان رشته تحصیلی دانشگاهی (مطالعه موردی: دانشکده مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی)

فرشاد سارجالویی<sup>۱</sup>، دکتر محمد رضا کابارنژاده قدیم<sup>۲</sup> و جمشید عدالتیان شهریار<sup>۳</sup>

### چکیده

هدف تحقیق شناسائی عوامل فردی مؤثر بر افزایش کارآفرینی دانش‌آموختگان رشته تحصیلی دانشگاهی در دانشکده مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی بود. جامعه آماری شامل کلیه دانش‌آموختگان دانشکده مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی می‌باشد که با استفاده از جدول برآورد حجم نمونه مورگان ۳۰۵ نفر به صورت نمونه گیری تصادفی انتخاب گردیدند. روش تحقیق توصیفی از نوع همبستگی بود و به منظور جمع‌آوری اطلاعات مورد نیاز از پرسشنامه محقق ساخته به منظور شناسائی عوامل فردی مؤثر بر افزایش کارآفرینی دانش‌آموختگان رشته تحصیلی دانشگاهی استفاده شد که روایی و پایایی آنها مورد بررسی و تایید قرار گرفت. اطلاعات گردآوری شده با استفاده از نرم افزار آماری SPSS با روش‌های آماری توصیفی و استنباطی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. یافته تحقیق با استفاده از آزمون‌های همبستگی تاوبی کندال و اسپیرمن نشان داد که عوامل فردی دانش‌آموختگان شامل خودباوری، میل به نتیجه، ریسک‌پذیری، هدایت و رهبری، خلاقیت و آینده‌نگری در افزایش کارآفرینی آنها نقش دارد.

**کلمات کلیدی:** عوامل فردی، کارآفرینی، دانش‌آموختگان رشته تحصیلی دانشگاهی

<sup>۱</sup> گروه کارآفرینی بین الملل دانشکده مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز

<sup>۲</sup> دانشیار دانشکده مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز

<sup>۳</sup> دانشیار دانشکده مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز

## ۱- مقدمه

در جهان امروز، توسعه کارآفرینی نقش مؤثری در توسعه اقتصادی، اجتماعی، صنعتی و سیاسی هر کشور دارد و از سویی به عنوان مهم‌ترین راه کار رفع معضل بیکاری دانش‌آموختگان دانشگاهی محسوب می‌شود. از آنجایی که آموزش عالی یکی از زیرساخت‌های اساسی توسعه‌ی هر کشور شمرده می‌شود به همین لحاظ توجه به آموزش عالی یکی از دغدغه‌ها مهم تصمیم‌گیران و برنامه‌ریزان کشورها بوده است به طوری که در بسیاری از دانشگاه‌های کشورهای پیشرفته و در حال توسعه، مدت‌هاست که بهره‌گیری از کارآفرینی آغاز شده است و در قالب محتوای استراتژی‌ها، سیاست‌ها و برنامه‌های عملی، توجه خاصی به بسط و تقویت روحیه کارآفرینانه دانش‌آموختگان دانشگاهی شده است (یانگ<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۱۶). در کشور ما در طول سی سال گذشته، رشد کمی دانشجویان دانشگاه‌های نظری از افزایش چشم‌گیری برخوردار بوده است اما کیفیت آنان با نیازهای بازار کار سازگار نبوده است به طوری که این امر منجر به بروز یکی از معضلات اساسی کشور با عنوان بیکاری دانش‌آموختگان دانشگاهی نظری شده است. در این خصوص تحقیقات یک آمار نشان می‌دهد که ۷۰٪ از بیکاران دانشگاهی فاقد مهارت‌های لازم و تعدادی از آن‌ها هم که دارای تخصص می‌باشند و فاقد روحیه کارجویی و کارآفرینی هستند. بسیاری از محققان و پژوهشگران این عرصه معتقدند میان فقدان مهارت لازم و نامناسب بودن آموزش‌های ارائه‌شده به دانشجویان رابطه‌ای مستقیم وجود دارد (وود<sup>۲</sup>، ۲۰۱۳). در سال‌های اخیر با توجه به برخی از اشکالات آموزش عالی مانند عدم امکان جذب مؤثر دانش‌آموختگان در بازار کار، عدم رعایت تناسب بین رشته‌های تحصیلی و فعالیت‌های شغلی و جذب حداکثری دانش‌آموختگان دانشگاه‌ها در بخش‌های غیرتولیدی و غیرمؤثر، به دانشگاه آزاد اسلامی با توجه به رسالت، ماهیت و اهداف ویژه‌ای که در تربیت نیروی انسانی ماهر و کارآمد در سطوح تخصصی مورد نیاز بازار کار و بخش‌های مختلف اقتصادی و صنعتی کشور دارد توجه خاص و ویژه‌ای شده است به طوری که نقش این دانشگاه را در مقایسه با سایر دانشگاه‌های کشور در مقوله کارآفرینی و اشتغال برجسته‌تر و بارزتر نموده است (وان لوی<sup>۳</sup> و همکاران، ۲۰۱۶).

## ۲- بیان مسئله

مهم‌ترین دستاوردهای کارآفرینی در توسعه کشورها، ایجاد اشتغال، رفاه، ثروت و شناخت فرصت‌های شغلی مناسب است. گسترش فرهنگ کارآفرینی به عنوان یکی از نیازهای ضروری

<sup>۱</sup> Yang

<sup>۲</sup> Wood

<sup>۳</sup> Van Looy

جامعه، نیازمند توجه اساسی به امر آموزش در مقوله کارآفرینی است. اهمیت توسعه کارآفرینی به حدی است که مطابق با برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، دولت موظف است توجه ویژه‌ای به بحث کارآفرینی و حمایت از طرح‌های خوداشتغالی بنماید و با توجه به بند ج ماده ۲۷ این قانون، دولت می‌بایست تدابیر لازم، به منظور اصلاح نظام آموزش کشور جهت ارتقای توانایی، خلاقیت، مهارت، نوآوری، خطرپذیری، کارآفرینی و ایجاد روحیه آموختن و پژوهش دانش‌آموختگان دانشگاهی را اتخاذ نماید (نوروزی و سریع القلم، ۱۳۹۵). همچنین، این برنامه دولت را موظف ساخته توسعه کمی و کیفی تربیت نیروی انسانی متخصص، متعهد، دانش‌مدار، خلاق و کارآفرین، منطبق با نیازهای نهضت نرم‌افزاری را فراهم سازد. تدوین سند فرابخشی توسعه اشتغال در کاهش بیکاری از جمله اقدامات اجرایی برنامه توسعه کشور بوده و از اهمیت به‌سزایی برخوردار است. از طرفی بر اساس سند چشم‌انداز جمهوری اسلامی ایران در افق ۱۴۰۴ هجری شمسی، ایران در پایان برنامه به عنوان کشوری توسعه یافته با جایگاه اول اقتصادی، علمی و فناوری در سطح منطقه، با هویت اسلامی و انقلابی، الهام‌بخش در جهان اسلام و با تعامل سازنده و موثر در روابط بین‌المللی ترسیم شده است (مجلل چوبقلو و همکاران، ۱۳۹۰). برای تحقق راهبردی این سند، می‌توان اهداف آرمانی بازار کار را افزایش اشتغال پایدار و رفع معضل بیکاری و همچنین دسترسی به فرصت‌های برابر اشتغال برای تمام گروه‌های جامعه عنوان کرد. بخشی از سیاست‌هایی که در راستای دستیابی به این اهداف فوق اتخاذ شده است، عبارتند از: الف) ارتقای سطح کیفی آموزش‌های ارائه شده برای نیروی کار با تأکید بر آموزش‌های معطوف به نیاز بازار کار. ب) ارتقای سطح کیفی مراکز کاریابی و ادارات خدمات اشتغال به منظور کاهش هزینه‌های استخدام و افزایش کارایی انتخاب نیروی کار و ایجاد رقابت سالم و متوازن بین مراکز کاریابی دولتی و خصوصی. ج) حمایت از مراکز آموزشی غیردولتی با تأکید بر آموزش‌های مهارتی‌همانند آموزش‌های دانشگاه آزاد اسلامی متناسب با جذب دانش‌آموختگان در بازار کار (فراهانی و همکاران، ۱۳۹۴).

باتوجه به آنچه ذکر شد به نظر می‌رسد نقش و مأموریت دانشگاه آزاد اسلامی در مقوله کارآفرینی و اشتغال، برجسته‌تر از سایر دانشگاه‌های آموزش عالی باشد. دانشگاه آزاد اسلامی به عنوان یکی از دانشگاه‌های آموزش عالی با هدف ایجاد زمینه مناسب برای فعالیت همه جانبه در گسترش اعتلای دانش، ارتقای شاخص‌های کمی و کیفی و منزلت اجتماعی آموزش‌های کاربردی فعالیت می‌نماید که رسالت تربیت نیروی انسانی متخصص و کارآمد فعالیت می‌نماید. آموزش‌های دانشگاه آزاد اسلامی به دلیل ماهیت طرح و تأکید بر جنبه‌های کاربردی در آموزش از اهمیت ویژه و استراتژیکی برخوردار است. این آموزش‌ها در واقع یک نوع مهارت‌اندوزی بر اساس تقاضای بازار کار است که با ایجاد

یک‌شغل تخصصی باعث بهبود توانایی فردی و تخصصی دانشجویان می‌شود. این نوع آموزش‌ها یکی از عوامل مهم و مؤثر بر توسعه و اثربخشی کارآفرینی در سطح کشور است. دانشگاه آزاد اسلامی با برنامه‌ریزی، اجرا و ارزیابی دقیق فعالیت‌های آموزشی کارآفرینانه باعث تربیت نیروی انسانی متخصص، ماهر و کارآفرین و آماده‌کار برای خدمت در تمامی بخش‌های اقتصادی، اجتماعی، صنعتی و فرهنگی کشور شده و موجب پیشرفت و توسعه تکنولوژی و فناوری کشور شده و از طریق طرح و اجرای ایده‌های جدید، فرصت‌هایی را برای وقوع فرآیندهای کارآفرینی ملی ایجاد نموده است (شریف زاده و عبدالله زاده، ۱۳۹۵). یکی دیگر از اهداف دانشگاه آزاد اسلامی، تربیت نیروهای متخصص و ماهری است که بتوانند پس از تکمیل تحصیلات، به عنوان مؤسس، کسب‌وکاری را ایجاد نمایند و خود استخدام‌کننده باشند. اکنون دانشگاه آزاد اسلامی به عنوان یکی از عوامل مهم در ایجاد تفکر و انگیزه کارآفرینی کشور باعث بالابردن سطح علمی و دانش فنی و مهارتی دانشجویان شده است، به‌گونه‌ای که نتایج یک آمار نشان می‌دهد ۸۵٪ دانش‌آموختگان این نظام آموزشی، شاغل و با روحیه کارآفرینانه می‌باشند (رضایی و همکاران، ۱۳۹۲).

دانش‌آموخته دانشگاه آزاد اسلامی در یکی از مشاغل تخصصی مورد نیاز بازار کار آموزش دیده و دارای دانش کافی، توانایی و تخصص لازم برای احراز آن شغل است. او با توجه به ماهیت این نوع آموزش‌ها در مقایسه با سایر دانش‌آموختگان نظام‌های آموزشی دیگر دارای نرخ بیکاری بسیار پایین‌تری می‌نماید. مهمترین عامل مؤثر در پایین بودن نرخ بیکاری دانش‌آموختگان دانشگاه آزاد اسلامی، اثربخشی ماهیتی آموزش‌ها در مهارت آموزی منطبق با نیاز بازار کار است. دانش‌آموختگان دانشگاه آزاد اسلامی به افرادی مبدل شده‌اند که به کار و کارآفرینی و بروز کارهای خلاقانه گرایش معنی‌داری نشان داده و ایده‌های نو ارائه می‌نمایند. اینان منشاء ایجاد شغل، توسعه کسب و کار، افزایش بازدهی در بهبود فرآیندهای کاری کشور شده پس به انتظار استخدام دولتی نمانده بلکه خود استخدام‌کننده نیروی کار هستند (رضایی و همکاران، ۱۳۹۲).

همه‌ی پژوهشگران، بر نقش کارآفرینی به عنوان عامل کلیدی بهبود عملکرد اقتصادی شرکتی، منطقه‌ای و ملی تأکید کرده‌اند. اما تاکنون مطالعه‌ای که به شناسایی عوامل فردی دانش‌آموختگان دانشگاه آزاد اسلامی خصوصاً رشته تحصیلی مدیریت پرداخته باشد و عوامل تاثیرگذار را معرفی کرده باشد، وجود ندارد و این خلا مطالعاتی در زمینه کارآفرینی به چشم می‌خورد. بنابراین، در این مطالعه محقق در نظر دارد که عوامل فردی مؤثر بر افزایش کارآفرینی دانش‌آموختگان رشته تحصیلی دانشگاهی خصوصاً دانش‌آموختگان دانشکده مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی را شناسایی نماید و این شکاف مطالعاتی را پر نماید.

### ۳- مبانی نظری تحقیق

#### ۳-۱- کارآفرینی

تعاریف متعددی در مورد کارآفرینی مطرح گردیده‌است که در ذیل به برخی از آن اشاره می‌کنیم. دایره‌المعارف بریتانیکا کارآفرین اینگونه تعریف شده‌است: شخصی که کسب‌وکار و یا مؤسسه اقتصادی را سازماندهی و مدیریت کرده و خطرات ناشی از آنرا می‌پذیرد. کارآفرینی فرآیند خلق چیزی جدید و با ارزش با اختصاص زمان و بکارگیری تلاش لازم و در نظر گرفتن ریسکهای مالی، روانی و اجتماعی است که هدف آن رسیدن به رضایت فردی مالی و استقلال است. اقتصاددان مشهور اتریشی، جوزف شومپیتر می‌گوید: کارآفرین نیروی محرکه اصلی در توسعه اقتصادی و موتور توسعه می‌باشد و نقش وی عبارت است از نوآوری یا ایجاد ترکیب‌های تازه از مواد. شومپیتر مشخصه اصلی کارآفرین را «نوآوری» می‌داند و کار یک کارآفرین را تخریب خلاقانه تعریف می‌کند (ابرو و گرینویچ<sup>۱</sup>، ۲۰۱۳).

تقریباً در همه تعاریف کارآفرینی، این توافق نظر وجود دارد که ما درباره رفتاری بحث می‌کنیم که: پیشگام است، سازوکارهای اجتماعی و اقتصادی را برای تبدیل منابع و موقعیت‌ها به وضعیت عملی، سازماندهی یا سازماندهی مجدد می‌کند و با مخاطره و شکست همراه است. بطور کلی، کارآفرینی می‌تواند در سه زمینه یا قالب ذیل شکل بگیرد (احمدی و امیدی نجف‌آبادی، ۱۳۹۴):

۱. در قالب افراد مستقل و غیروابسته به سازمان؛ الف) کارآفرینان شخصی، ب) کارآفرینی مستقل.

۲. در قالب کارکنان سازمان؛ پ) کارآفرینی سازمانی، ت) کارآفرینی درون سازمانی.

۳. در قالب سازمان؛ ث) سازمان کارآفرین، ج) کارآفرینی سازمانی.

#### ۳-۲- آموزش کارآفرینی

تحول و دگرگونی که در مقوله‌ی کارآفرینی روی داده، تمامی جهان را متأثر کرده است؛ به گونه‌های که دنیای کار و تجارت برای همیشه متأثر از این مقوله خواهد بود. برای مثال، میتوان به شروع قدرتمندانه‌ی فعالیتهای کارآفرینی در کشور آمریکا طی ده سال گذشته اشاره کرد. آمار مربوط به ثبت شرکت‌های تجاری جدید، رقمی در حدود ۶۰۰ هزار مؤسسه‌ی تجاری در سال است. هر چند تعداد زیادی از این مؤسسه‌ها و واحدهای تجاری ممکن است در گذشته واحدهای کوچکتر و یا تعاونی مانند باشند، اما تمایل و گرایش آنها به سمت کارهایی با خطرپذیری بالاتر، چه به هنگام شروع کار و چه در مراحل توسعه و پیشرفت مؤسسه، افزایش یافته است. آمار دقیقتر نشان میدهد

<sup>۱</sup> Abreu and Grinevich

که در سال ۱۹۹۵ میلادی تعداد ۸۰۷ هزار مؤسسه‌ی تجاری کوچک به ثبت رسیده‌اند. از سال ۱۹۸۰ میلادی تاکنون حدود پانصد شرکت بزرگ، بیش از پنج میلیون فرصت شغلی را از دست داده‌اند، اما آمار نشان می‌دهد که در مقابل این رقم، حدود ۳۴ میلیون فرصت شغلی جدید هم ایجاد شده است (بابایی و همکاران، ۱۳۹۵). در سال ۹۶ نیز تنها یک زمینه‌ی شغلی کوچک توانست یک میلیون و ششصد هزار فرصت شغلی جدید ایجاد کند. ۱۵ درصد از واحدهای تجاری که بسیار سریع در حال رشد بوده و توسعه یافته بودند ۹۴ درصد از شبکه‌ی ایجاد فرصت‌های شغلی را به خود اختصاص داده بودند و حدود کمتر از یک سوم این واحدها از فناوری پیشرفت‌های برخوردار بودند (بینز<sup>۱</sup>، ۲۰۱۵).

کسب‌وکارهای کوچک، یعنی آنهایی که دارای کمتر از پانصد نفر شاغل هستند، ۵۳ درصد از نیروی کار خصوصی را استخدام کرده و همچنین ۴۷ درصد از میزان فروش و ۵۱ درصد از تولید ناخالص داخلی مربوط به بخش خصوصی را به خود اختصاص می‌دهند. ۱۶ درصد از تمامی واحدهای تجاری که اکنون در آمریکا مشغول به فعالیت هستند، ظرف یک سال گذشته به ثبت رسیده‌اند و واحدهای تجاری کوچکتر هم حدود ۶۷ درصد از اختراعات و اکتشافات جدید را به نام خود ثبت کرده‌اند. با وجود این داده‌ها و یافته‌های جدید، روشن است که باید پذیرفت تعداد واحدهای تجاری جدید، چیزی حدود ۶۰۰ هزار واحد در یک سال است و چند میلیون شغل جدید هم در قالب طرح‌های خود اشتغالی، همه ساله ایجاد خواهد شد (پاورسا و مکدوگال<sup>۲</sup>، ۲۰۱۵).

به‌طور متوسط در آمریکا در هر سال به ازای هر ۳۰۰ نفر یک واحد جدید به ثبت می‌رسد. از آنجایی که هر کدام از این واحدها حداقل ۲ مدیر یا مالک دارند، بنابراین در هر سال از هر ۱۵۰ نفر، یک شخص پایه‌گذار یک واحد کسب‌وکار جدید می‌شود (جاکوب<sup>۳</sup> و همکاران، ۲۰۱۳). اصولاً دانش آموختگان بیشتری هم درگیر مسائل مربوط به راه‌اندازی یک واحد جدید میشوند که آمار مربوط عدد ۱ به ۱۲ را نشان می‌دهد؛ یعنی از هر ۱۲ نفر دانش آموخته یک نفر درگیر راه‌اندازی یک واحد تجاری جدید است. نتیجه‌ی نهایی این است که آمریکا آمار بسیار خوبی در زمینه‌ی ایجاد موسسه‌های جدید تجاری دارد. از بین حدود ۶ میلیون واحدی که ثبت شده‌اند (تک شعبه و یا چند شعبه) به طور متوسط رقمی حدود ۶۰۰ هزار تا ۸۰۰ هزار واحد، هر ساله به این آمار افزوده می‌شوند (پورشریعت و همکاران، ۱۳۹۵).

<sup>۱</sup> Bains

<sup>۲</sup> Powersa and McDougallb

<sup>۳</sup> Jacob

این آمار و ارقام را میتوان به این شکل تفسیر کرد که میزان ثبت این واحدها در یک سال، رقمی حدود ۱۴ الی ۱۶ واحد در هر ۱۰۰ شرکت و واحد ثبت شده است. میتوان ادعا کرد، آمریکا در طول ۱۰ سال گذشته به بالاترین میزان عملکرد اقتصادی خود دستیافته و این نتیجهی تشویق، ترغیب و نیز بهبود و ارتقای کیفیت فعالیتهای کارآفرینانه در زمینه‌های گوناگون است (جنکینز و اسمیت<sup>۱</sup>، ۲۰۱۳).

به طور خلاصه، میتوان گفت که واحدهای کارآفرینانه به دو صورت کاملاً ضروری و تعیین کننده در بازار اقتصادی سهیم هستند. در حالت اول، این واحدها قسمت جدایی‌ناپذیر فرآیند تحول و دگرگونی هستند که در بازار رو به گسترش است. اینها در ابداع شیوه‌های جدید که منجر به تغییرات فناوری و افزایش توانایی تولید خواهد شد، نقش مهمی ایفا می‌کنند (دباکر و وگولرز<sup>۲</sup>، ۲۰۱۵). باید گفت که چنین واحدهایی در جستجوی تغییر و تحول و رقابت هستند، چون در حال دگرگون کردن ساختار کلی بازار هستند. اقتصاد بازار، واحدهای سازمانی پویایی را شامل میشود که همواره در حال تبدیل شدن بوده و واحدهای تازه به ثبت رسیده را در برنمی‌گیرد. این واحدها در جستجوی آینده‌اند و سعی دارند آینده را از آن خود نمایند، نه این که میراث گذشته را حفظ کنند (خرسندی یامچی و همکاران، ۱۳۹۴).

در حالت دوم نیز سهم این واحدها به این شکل است که مجرای اصلی ورود میلیونها نفر به جریان و روند کلی اقتصاد هستند. این واحدها به میلیونها نفر از جمله زنان، مهاجرین و اقلیت‌های دیگر کشورها امکان میدهند که در زمینه‌ی فعالیتهای اقتصادی به موفقیت‌هایی دست یابند. برای مثال، میتوان به آمریکا اشاره کرد که همواره در پی رسیدن به آن بوده، از این رو دستیابی به رشد اقتصادی، فرصتهای برابر شغلی و پیمودن مسیر رشد می‌تواند مجرای اصلی رسیدن به این هدف باشد. اما در این فرآیند که میتوان آن را نوعی فرآیند دگرگونی نامید، مقوله‌ی کارآفرینی نقش بسیار مهم و غیرقابل انکاری در ایجاد «همبستگی اجتماعی» به عهده دارد؛ این اتحاد و همبستگی میتواند فعالیتهای مربوط به بخشهای پیشرفته و دارای فناوری بالا را به یکدیگر مرتبط ساخته و نوعی حالت الزام‌آور به آنها بدهد (ذوالفقاری و همکاران، ۱۳۹۰).

کارآفرینی را میتوان یک فرآیند پویا نامید؛ که شامل آرمان، تحول، دگرگونی و خلاقیت میشود. این فرآیند به کاربرد و استفاده‌ی نیرو و انگیزهی افراد در جهت خلق و اجرای ایده‌های نو و همچنین

---

<sup>۱</sup> Jenkins and Smith

<sup>۲</sup> Debackere and Veugelers

راه‌حل‌های کاربردی احتیاج دارد. اجزای اصلی این فرآیند شامل موارد زیر است (رضایی و همکاران، ۱۳۹۲):

- میل به خطرپذیری حساب شده براساس زمان،
- ارزش خالص یا فرصت شغلی،
- توانایی تشکیل یک تیم در ارتباط با انجام یک کار پرخطر،
- داشتن مهارت خلاق در نظم بخشیدن به منابع مورد نیاز،
- داشتن مهارت اساسی در پیروزی و طراحی یک طرح منسجم و پایدار شغلی،
- داشتن چشماندازی برای یافتن فرصتهایی که دیگران نمیتوانند در یک موقعیت به هم ریخته و پر آشوب دریابند.

از این جنبه، کارآفرینی چیزی فراتر از اشتغال‌زایی محض است. هر چند می‌توان آن را از اجزای مهم پیکره‌ی اقتصادی به حساب آورد، اما مطمئناً این مقوله تمام آن چیزی نیست که تا اینجا درباره‌اش بحث شد. ویژگی‌ها و مشخصه‌های جستجوی فرصت‌ها یعنی پذیرفتن خطرها بدون پشتوانه‌ی امنیتی و نیز تحمل سختی کنار زدن یک ایده‌ی قدیمی برای رسیدن به واقعیت، همه و همه در کنار هم با یک دیدگاه و دورنمایی ویژه ترکیب شده و کارآفرینان را به شدت تحت تأثیر قرار می‌دهد (رنولت<sup>۱</sup>، ۲۰۱۶). شاید بتوان این دیدگاه را «دید کارآفرینانه» نام برد که به آرامی از سوی افراد در حال پذیرش است. از این منظر داخل یا خارج هر مؤسسه‌ی انتفاعی یا غیرانتفاعی یا فعالیت‌های تجاری و غیر آن با هدف پیشبرد ایده‌های خلاق می‌تواند نشان داده شود. پس میتوان نتیجه گرفت که مفهوم کارآفرینی یک مفهوم منسجم بوده که به گونه‌ای کاملاً نوآورانه در زمینه‌ی اشتغال فردی نقش ایفا می‌کند. به جرأت میتوان گفت که این دیدگاه چگونگی هدایت و پیشبرد فعالیتهای اقتصادی را در تمامی سطوح و در همهی کشورها دچار تحول شگرفی کرده است (شریف زاده و عبدالله زاده، ۱۳۹۵). این دگرگونی در یک مفهوم اقتصادی آغاز شده و کارآفرینی هم در این مسیر نقش غالب ایفا میکند. نسل جوان امروز در ابتدای قرن بیست و یکم از زمان انقلاب صنعتی تا کنون در مقام نسل کارآفرینانه قرار دارد. آمار هم این ادعا را ثابت می‌کند. در حال حاضر ۵/۶ میلیون جوان آمریکایی زیر ۳۴ سال فعالیت اقتصادی و کسب و کار خود را به طور جدی دنبال کرده و فعالیت خود را آغاز کرده‌اند. در این میان، یک سوم، کارآفرینان جدیدی هستند که سن آنان کمتر از سیسال است. چیزی حدود ۶۰ درصد و حتی بیشتر هم بین ۱۸ تا ۲۹ ساله



بوده و می‌خواهند کارفرمای خود باشند. دیگر این که حدود ۸۰ درصد، کارآفرینان آینده‌ی آمریکا ۱۸ تا ۳۴ ساله هستند (زالی و همکاران، ۱۳۹۲).

این آمار روزافزون تنها به کارآفرینان اختصاص ندارد، بلکه در مورد کسب‌وکارهای جدید مخاطره‌آمیز در چند سال گذشته رشد قابل توجهی داشته است. تعداد دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی که دوره‌های مربوط به کارآفرینی را ارائه می‌دهند از چند دوره‌ی انگشت شمار دهه‌ی ۱۹۷۰ به تعداد ۱۶۰۰ دوره در سال ۲۰۰۵ افزایش یافته است (فراهانی و همکاران، ۱۳۹۴).

### ۳-۳- عوامل فردی مؤثر بر کارآفرینی

در دنیای در حال تحول و پیشرفت امروز که زندگی را خواسته یا ناخواسته تحت تاثیر قرار می‌دهد، کام‌یابی برای جوامعی است که از نیروی ماهر و متخصص، خلاق و خودباور برخوردار باشند، چرا که اکنون در عرصه‌ی جهانی افراد خلاق و مبتکر به عنوان کارآفرینان، منشا تحول‌های بزرگی در زمینه‌ی صنعتی، تربیتی و خدماتی شده‌اند. زیرا کارآفرین کسی است که در نوآوری پیش قدم بوده و فرایندهای جدیدی را ایجاد کرده، مشاغل نو به وجود می‌آورد و صنعت جدیدی را سازمان می‌دهد. محققان معتقدند که کارآفرینان موفق از طریق سازگاری راهبردهای کارآفرینانه‌ی خود با قابلیت‌های سطح بالای جامعه می‌توانند گام‌های بلندتر و استوارتری را برای بهبود اوضاع اقتصادی جامعه بردارند (گلدفارب و هنرکسن<sup>۱</sup>، ۲۰۱۳).

کارآفرینان برای دست‌یابی به موفقیت پیوسته در تلاش برای تبدیل رویاها و ایده‌های خلاقانه‌ی خود به حقیقت هستند. اما در این میان کارآفرینی موفق، بیش از آن که یک فعالیت اقتصادی باشد، نوعی هنر بوده و این در حالی است که تعریف این فعالیت هنری بر اساس روش‌های موجود یا اثرهای محیطی کار، بسیار دشوار بوده و عنصر اصلی این معضل، ریشه در شرایط ناملموس کارآفرینی موفق دارد. اما آنچه که مسلم است این که برای موفقیت، فرد باید صفت‌ها و مهارت‌های فردی مختلفی را دارا باشد. اما چنانچه تمامی شرایط و عوامل فردی هم مساعد باشد، موفقیت حاصل نخواهد شد مگر آن که عوامل محیطی به شکل مطلوبی فراهم شوند (گورائو<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۱۴). به همین دلیل در تربیت افراد کارآفرین و به ویژه هدایت آنها به سمت و سوی موفقیت دو گروه از عوامل مد نظر قرار می‌گیرند: یکی رویکردها، ویژگی‌ها و رفتار کارآفرینانه‌ی فرد و دیگری عواملی که محیط را برای فعالیت کارآفرینانه مساعد می‌کند. در عامل اول (دیدگاه روانشناختی) ویژگی‌های کارآفرینان را برای فرد بیان کرده و راه‌های کسب این توانمندی‌ها و ویژگی‌ها را به او

---

<sup>۱</sup> Goldfarb and Henrekson

<sup>۲</sup> Gurau

نشان می دهند تا فرد با کسب توانایی‌های فردی دست به فعالیت‌های کار آفرینانه بزند. اما عامل دوم (دیدگاه جامعه شناختی) محیط را متناسب با فعالیت کارآفرین تنظیم کرده و با انواع تسهیلات، حمایت‌ها و تشویق‌ها جامعه را برای فعالیت افراد خلاق و کارآفرین مهیا می‌کند (لینک<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۱۴). شناخت این ویژگی‌ها و شرایط و آرایه‌ی آنها در یک فرایند آموزشی به طور قابل ملاحظه‌ای تمایل کار آفرینانه‌ی فراگیران را تغییر داده، امکان خوداشتغالی آنها را بیشتر کرده، اطمینانی برای افرادی که قصد شروع کسب و کار را دارند فراهم می‌کند و در نهایت احتمال موفقیت کار آفرینانه‌ی آنها را افزایش می‌دهد (مجلل چوبقلو و همکاران، ۱۳۹۰).

کارآفرینی دارای پیامدهای مثبت و مهمی همچون: بارور شدن خلاقیت‌ها، ترغیب به نوآوری و توسعه آن، افزایش اعتماد به نفس، ایجاد و توسعه تکنولوژی، تولید ثروت در جامعه و افزایش رفاه عمومی است. عوامل کلیدی در مورد کارآفرینی وجود دارد که عبارتند از: شناخت هدف، داشتن افق، بکارگیری خلاقیت‌های ذهنی، جامعه‌گرا و جامعه‌پذیر بودن، شهامت، ابتکار، امیدوار و ریسک‌پذیر بودن، واقع‌بینانه برخورد کردن با تفاوت بین خلاقیت‌ها و فرصت‌ها (نل<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۱۲).

تا به حال ویژگی‌ی زیادی در خصوص کارآفرینان بیان شده است. همه کارآفرینان در صفات فردی یکسان نیستند اما ویژگی‌های عمومی در آنها وجود دارد که عبارتند از: خلاقیت و نوآوری، هدف‌گرایی، ریسک‌پذیری، فرصت‌گرایی و فرصت‌شناسی، آینده‌نگری و دوراندیشی، انعطاف‌پذیری، اهل کار و عمل، رهبری، اعتماد به نفس و خودباوری، واقع‌بینی (نوروزی و سریع‌القلم، ۱۳۹۵).

جدول ۱: ویژگی‌های فردی کارآفرینی

ویژگی‌های فردی	مولفه‌ها
خودباوری	اعتماد به نفس، استقلال رای، خوش‌بینی
میل به نتیجه	نیاز به کامیابی، منفعت‌شناسی، ایستادگی، پشتکار، پیش‌قدمی
ریسک‌پذیری	توانایی ریسک‌پذیری، اشتیاق به کارهای بزرگ
هدایت و رهبری	رفتار هدایت‌گرایانه، مردم‌داری، انتقادپذیری
خلاقیت	نوآوری و ابتکار، انعطاف‌پذیری، تغییرپذیری
آینده‌نگری	دور اندیشی، قدرت درک

<sup>۱</sup> Link

<sup>۲</sup> Nell

#### ۴- پیشینه تحقیق

در این بخش به بررسی و ارزیابی برخی مطالعات داخلی و خارجی انجام شده در حوزه موضوع مطرح شده در پژوهش حاضر پرداخته می‌شود. به عنوان مثال؛ بابایی و همکاران (۱۳۹۵) در مطالعه خود این چنین عنوان کردند که کارآفرینی دانشگاهی از رسالت‌های جدید دانشگاه‌ها پس از رسالت‌های آموزش و پژوهش است. هدف از انجام پژوهش آنها، شناسایی عوامل مؤثر بر کارآفرینی دانشگاهی در پارک علم و فناوری دانشگاه تهران بوده است. این پژوهش توصیفی و از نوع همبستگی است و جهت گردآوری اطلاعات از پرسشنامه استفاده شده است، سپس براساس اطلاعات مدل مفهومی برای عوامل مؤثر بر کارآفرینی دانشگاهی طراحی شد. جامعه آماری ۳۱ شرکت دانش بنیان مستقر در پارک علم و فناوری دانشگاه تهران در نظر گرفته شد و با استفاده از روش‌های تحلیل آماری بررسی شدند، تاثیر عوامل درون سازمانی (اعتماد نهادی) و عوامل برون سازمانی (نیروهای دولتی، رقبا و رقابت‌پذیری و پیشرفت فناورانه) بر کارآفرینی دانشگاهی در پارک علم و فناوری دانشگاه تهران مورد مطالعه قرار گرفته است. پایایی متغیرها از طریق آلفای کرونباخ محاسبه، که اعتماد نهادی ۰,۷۲۱ و عوامل برون سازمانی ۰,۸۷۲ استخراج گردید. یافته‌ها نشان می‌دهد که عوامل درون‌سازمانی (اعتماد نهادی) و عوامل برون‌سازمانی با کارآفرینی دانشگاهی رابطه مثبت و معنی‌داری دارند. نوروزی و سریع القلم (۱۳۹۵) در مقاله خود، ابتدا به تعریف مفاهیم و مبانی کارآفرینی اشاره کردند و بعد از آن آنالیز کلی، یک سری موانع موجود در کارآفرینی دانشگاهی و عواملی که باعث پایین آمدن یا پایین ماندن سرعت کارآفرینی در دانشگاه‌ها می‌شود و عواملی را که برای افزایش سرعت کار آفرینی در دانشگاه‌ها باید انجام شود را بررسی نمودند. ضمناً یک سری اقداماتی را که باید دانشگاهها و مراکز آموزش عالی انجام دهند تا در مسیر کارآفرینی قدم بگذارند و بتوانند در این دنیایی که با سرعت در تغییر و تحول می‌باشد پا برجا بمانند را بیان نمودند. شیوه تحقیق در این مقاله بیشتر کتابخانه‌ای است و از مطالعات میدانی نیز از جمله مشکلات ساختاری و جنسیتی و دیگر فاکتورهای مؤثر بررسی و پیشنهادات استفاده گردیده است. در این بررسی سعی شده اکثر موانع راهبردی و کاربردی لازم ارائه گردد. پورشریعت و همکاران (۱۳۹۵) در مقاله خود به بررسی وضعیت عوامل ساختاری و کارآفرینی دانشگاهی در دانشگاه هوئی شهید ستاری (وابسته به نیروی هوئی ارتش جمهوری اسلامی ایران) پرداخته‌اند. نوع پژوهش از نظر هدف کاربردی و به جهت شیوه تحقیق از نوع آمیخته می‌باشد. جامعه آماری پژوهش، اعضاء هیئت علمی دانشگاه هوئی شهید ستاری بوده‌اند و جهت گردآوری داده‌ها از ابزارهای مصاحبه و پرسشنامه استفاده شده است. در مرحله اول برای شناسایی عوامل ساختاری مؤثر بر کارآفرینی دانشگاهی از تحلیل محتوای مصاحبه‌ها استفاده شد و داده‌های حاصل از ۵ مصاحبه با

کارآفرینان دانشگاهی، مبنای تحلیل قرار گرفت. تحلیل محتوای داده‌های کیفی نشان داد که عوامل ساختاری مؤثر بر کارآفرینی دانشگاهی در دانشگاه هوایی عبارتند از: ساختار سازمانی، تجهیزات و امکانات فیزیکی، راهبرد سازمانی، فرآیندهای کاری، سامانه نظارتی، سامانه پژوهشی، سامانه پرداخت، سیستم مالی، مدیریت منابع انسانی و مدیریت منابع اطلاعاتی. در مرحله دوم، پرسشنامه بین ۳۳۱ نفر از اعضاء هیئت علمی توزیع گردید و داده‌های حاصل از پرسشنامه نشان داد که وضعیت عوامل ساختاری و همچنین وضعیت کارآفرینی دانشگاهی در دانشگاه هوایی در حد نسبتاً مطلوب است. شریف زاده و عبدالله زاده (۱۳۹۵) در مطالعه خود این چنین عنوان نمودند که از آنجا که کارآفرینی دانشگاهی برای بسیاری از موسسه‌های آموزش عالی کشاورزی در ایران پدیده به نسبت جدیدی به شمار می‌آید، این فرآیند به خوبی برای آن‌ها تبیین نشده است. تحقیق آنها در دو مرحله و با هدف شناسایی و اولویت‌بندی سازوکارهای کارآفرینی دانشگاهی در آموزش عالی کشاورزی به انجام رسیده است. جامعه‌ی آماری شامل ۲۴ تن از خبرگان با تجربه‌ی عملی، تجربه‌ی مدیریتی در سیاست‌گذاری و پشتیبانی نهادی و تجربه‌ی حرفه‌ای به شکل آموزش و پژوهش در زمینه‌ی کارآفرینی دانشگاهی برای مشارکت در بررسی دلفی بود. بررسی دلفی در سه دور انجام شد و در نتیجه، ۵ گزیدار و ۷ معیار برای اولویت‌بندی سازوکارهای کارآفرینی دانشگاهی در آموزش عالی کشاورزی شناسایی شدند. در مرحله‌ی دوم تحقیق، با استفاده از فرآیند تحلیل سلسله‌مراتبی، گزیدارها و معیارهای استخراج شده برای اولویت‌بندی سازوکارهای کارآفرینی دانشگاهی در آموزش عالی کشاورزی اولویت‌بندی شدند. داده‌های مورد نیاز از راه تکمیل ۲۱ پرسشنامه توسط نمونه‌ای از خبرگان بر مبنای مقایسه‌های زوجی، گردآوری و از نرم‌افزار Expert Choice برای تحلیل داده‌های گردآوری شده بهره گرفته شد. در نتیجه، پنج شیوه‌ی کارآفرینی دانشگاهی از منظر همه‌ی هفت معیار مورد مطالعه رتبه‌بندی شدند. بر این پایه؛ تاسیس شرکت‌های دانش‌بنیان، با وزن نسبی ۰/۲۶۴، بالاترین رتبه را احراز کرد. تاسیس شرکت تعاونی دانشگاهی، با وزن نسبی ۰/۲۴۲، و واگذاری یا فروش امتیاز اختراعات، با وزن نسبی ۰/۲۱۳، در رتبه‌ی دوم و سوم و انجام طرح تحقیقاتی برون‌دانشگاهی، با وزن نسبی ۰/۱۸۲، در رتبه چهارم قرار گرفت. سرانجام، ارائه خدمات مشاوره‌ای، با وزن نسبی ۰/۰۹۹، در رتبه‌ی آخر قرار گرفتند. هر سازوکار پیامد ویژه خود را دارد. در نتیجه‌ی این تحقیق، مجموعه‌ای از ملزومات نهادی، حرفه‌ای و زیرساختی مورد نیاز برای پرداختن موسسه‌های آموزش عالی کشاورزی به کارآفرینی دانشگاهی معرفی شده است.

بینز<sup>۱</sup> (۲۰۱۵) با بررسی امکان کسب درآمد مالی بیشتر توسط دانشگاهیان در انگلستان با گزینه‌های مختلف تجاری‌سازی در چندین دانشگاه بریتانیا، چهار گزینه زیر را برای تجاری‌سازی پیشنهاد کرده است: اعطای حق بهره‌برداری یا لیسانس دارایی‌های معنوی، راه‌اندازی شرکت‌های زایشی، مشاوره‌دهی به صورت فردی، و نوشتن کتاب. در نتیجه تحقیق دباکر و وگولرز<sup>۲</sup> (۲۰۱۵) انواع مختلف ارتباطات رسمی برای تبادل دانش به صورت زیر معرفی شده است: راه‌اندازی شرکت‌های مبتنی بر فناوری به کوشش محققان، تحقیقات مشترک، تعریف و اجرای پروژه‌های مشترک تحقیق و توسعه از سوی موسسه‌های علمی و بنگاه‌ها؛ توسعه‌ی انواع دارایی‌های فکری موسسه‌های علمی از رهگذر ثبت و حفاظت و پروانه‌دهی آن‌ها؛ و نیز، همکاری مشترک در آموزش، آموزش‌های پیشرفته برای کارکنان شرکت‌ها و تبادل کارکنان تحقیقاتی بین شرکتها و موسسه‌های تحقیقاتی. یانگ<sup>۳</sup> و همکاران (۲۰۱۶) با بررسی عامل‌های تاثیرگذار بر کارآفرینی دانشگاهی که به صورت پیمایشی و با نظرخواهی از گروهی از کارآفرینان دانشگاهی دارای اختراع ثبت شده انجام شده است، شبکه کارآفرینانه، زیرساخت‌های سازمانی، کنشگری پیش‌گستر کارآفرینانه، قابلیت‌های کارآفرینانه و مشروعیت کارآفرینانه و پاداش‌های کارآفرینانه را به عنوان عامل‌های کلیدی تاثیرگذار برشمرده‌اند. رنولت<sup>۴</sup> (۲۰۱۶) در یک بررسی با عنوان سرمایه‌گذاری دانشگاهی و مشوق‌های دانشگاهی برای کارآفرینی اعضای هیات علمی، کارآفرینی دانشگاهی را در قالب رفتار کارآفرینانه استادان از راه سه گزینه همکاری با صنعت، ثبت اختراع و شرکت‌های انشعابی ملاحظه کرده و بیان داشته این امر می‌تواند بر بهره‌وری تلاش‌های دانشگاه‌ها در انتقال فناوری تاثیر بگذارد. وان لوی<sup>۵</sup> و همکاران (۲۰۱۶) به بررسی رابطه دو نشانگر عملکرد پژوهشگران دانشگاهی، شامل انتشار (شیوه سنتی) و ثبت اختراع (شیوه کارآفرینانه) در بلژیک پرداخته‌اند و به این نتیجه رسیده‌اند که مخترعان به طور معنی‌داری نسبت به دیگر همکاران انتشارات بیشتری دارند.

---

<sup>۱</sup> Bains

<sup>۲</sup> Debackere and Veugelers

<sup>۳</sup> Yang

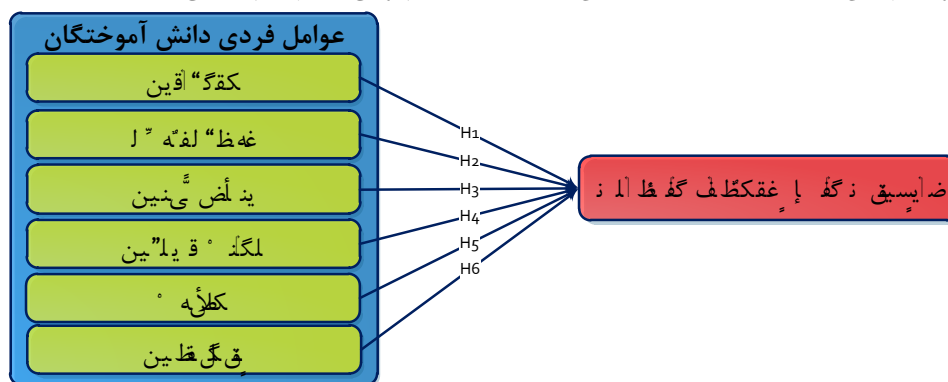
<sup>۴</sup> Renault

<sup>۵</sup> Van Looy

## ۵- فرضیات تحقیق

به منظور هدایت مسیر تجزیه و تحلیل، شش فرضیه بر اساس یافته‌های شناسایی شده در بررسی‌هایی که در پژوهش‌های مربوطه صورت پذیرفته است، تدوین گردیدند. این فرضیات عبارتند از:

۱. خودباوری دانش‌آموختگان رشته تحصیلی دانشگاهی بر افزایش کارآفرینی آنها تاثیر دارد.
  ۲. میل به نتیجه دانش‌آموختگان رشته تحصیلی دانشگاهی بر افزایش کارآفرینی آنها تاثیر دارد.
  ۳. ریسک‌پذیری دانش‌آموختگان رشته تحصیلی دانشگاهی بر افزایش کارآفرینی آنها تاثیر دارد.
  ۴. هدایت و رهبری دانش‌آموختگان رشته تحصیلی دانشگاهی بر افزایش کارآفرینی آنها تاثیر دارد.
  ۵. خلاقیت دانش‌آموختگان رشته تحصیلی دانشگاهی بر افزایش کارآفرینی آنها تاثیر دارد.
  ۶. آینده‌نگری دانش‌آموختگان رشته تحصیلی دانشگاهی بر افزایش کارآفرینی آنها تاثیر دارد.
- با ارزیابی و بررسی مطالعات داخلی و خارجی انجام شده در زمینه موضوع مطرح شده در پژوهش حاضر و همچنین فرضیات ارائه شده در این مطالعه، مدل مفهومی زیر پیشنهاد می‌گردد:



شکل ۱: مدل مفهومی محقق ساخته مطالعه حاضر

## ۶- روش‌شناسی تحقیق

روش تحقیق از نظر نوع استنتاج داده‌ها استقرایی و از نظر هدف کاربردی است. همچنین این تحقیق از روش‌های تحقیق توصیفی نیز محسوب می‌شود چون تحقیق درصدد شناسایی عوامل فردی مؤثر بر افزایش کارآفرینی دانش‌آموختگان رشته تحصیلی دانشگاهی می‌باشد از این رو در زمره تحقیقات توصیفی قرار می‌گیرد. با توجه به آنکه تحقیق حاضر به بررسی روابط بین متغیرها می‌پردازد بنابراین روش تحقیق توصیفی از نوع همبستگی می‌باشد.

#### ۶-۱- داده‌ها و مقیاس اندازه‌گیری

در این تحقیق پس از مطالعه‌ی کتابخانه‌ای با توجه به اطلاعات به‌دست‌آمده، به ارائه‌ی پرسش‌نامه‌ای که یکی از رایج‌ترین مقیاس‌های اندازه‌گیری به شمار می‌رود، مورد استفاده قرار گرفت. در این پژوهش از پرسشنامه محقق ساخته شناسائی عوامل فردی مؤثر بر افزایش کارآفرینی دانش‌آموختگان رشته تحصیلی دانشگاهی استفاده شد. پرسشنامه فوق از دو قسمت تشکیل شده است. قسمت اول در برگیرنده سؤالاتی است که به ویژگی‌های جمعیت شناختی مانند سن، جنسیت، میزان تحصیلات و میزان سابقه کار می‌پردازد و قسمت دوم که حاوی ۴۲ سوال پنج‌گزینه‌ای است که آزمودنی پاسخ خود را در مورد هر سوال در دامنه‌ی ۱ (خیلی کم) تا ۵ (خیلی زیاد) ابراز می‌نماید. این پرسشنامه از هفت زیر مقیاس خودباوری (سوالات ۱-۶)، میل به نتیجه (سوالات ۷-۱۲)، ریسک‌پذیری (سوالات ۱۳-۱۸)، هدایت و رهبری (سوالات ۱۹-۲۴)، خلاقیت (سوالات ۲۵-۳۰)، آینده‌نگری (سوالات ۳۱-۳۶) و کارآفرینی (سوالات ۳۷-۴۲) تشکیل شده است.

#### ۶-۲- روایی و پایایی ابزار تحقیق

##### ۶-۲-۱ روایی

مقصود از روایی آن است که ابزار اندازه‌گیری واقعاً بتواند خصیصه مورد نظر را اندازه بگیرد و نه متغیر دیگری را، به عبارت دیگر منظور از روایی یک تحقیق، میزان دقت شاخص‌ها و معیارهایی است که در راه سنجش پدیده مورد نظر تهیه شده‌اند. جهت تعیین روایی صوری و محتوایی پرسشنامه‌های محقق ساخته شناسائی عوامل فردی مؤثر بر افزایش کارآفرینی دانش‌آموختگان رشته تحصیلی دانشگاهی پس از مطالعه عمیق مبانی نظری تحقیق ابتدا تعداد ۴۸ سوال در خصوص موضوع مطرح شده در پژوهش حاضر طراحی گردید، سپس در اختیار ۱۰ نفر از متخصصین و کارشناسان آن حیطه قرار گرفته و در نهایت پس از حذف برخی از سوالات روایی ۴۲ سوال پرسشنامه محقق ساخته مورد تایید قرار گرفت.

##### ۶-۲-۲ پایایی

اعتماد یا پایایی مسئله کمی و تکنیکی است و بیشتر ناظر به این سؤال است که ابزار اندازه‌گیری با چه دقت و صحتی پدیده یا صفت مورد نظر را اندازه‌گیری می‌کند. به منظور بررسی میزان پایایی پرسشنامه‌های محقق ساخته ابتدا پرسشنامه فوق بین ۳۰ نفر از دانش‌آموختگان دانشکده مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی توزیع و پس از پاسخگویی جمع‌آوری شد، آنگاه جهت بررسی میزان پایایی از نرم‌افزار SPSS استفاده گردید و با بهره‌مندی از روش آلفای کرونباخ مقدار

پایایی برای پرسشنامه بدست آمد. در جدول زیر میزان پایایی ابعاد پرسشنامه به تفکیک ارائه شده است.

جدول ۲: میزان آلفای کرونباخ برای متغیرهای پژوهش

متغیرها	ضریب آزمون
خودباوری	۰,۸۴۶
میل به نتیجه	۰,۸۱۹
ریسک‌پذیری	۰,۹۹۷
هدایت و رهبری	۰,۷۲۹
خلاقیت	۰,۸۷۷
آینده‌نگری	۰,۷۶۰
کارآفرینی	۰,۹۲۱

### ۳-۶- جامعه و نمونه آماری

جامعه آماری این پژوهش، شامل کلیه دانش‌آموختگان دانشکده مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی می باشد. نمونه‌گیری یکی از مهمترین مباحث در آمار اجتماعی است، تا آنجا که به نظر ایس و روبرتز، مفهوم اساسی در آمار اجتماعی، نمونه و جامعه آماری می باشد. بر اساس تعریف، نمونه عبارت است از تعدادی از افراد جامعه که صفات آنها با صفات جامعه مشابهت داشته و معرف جامعه بوده و از تجانس و همگنی با افراد جامعه برخوردار باشند. جهت انتخاب حجم نمونه از رابطه کوکران استفاده گردید. در زیر رابطه کوکران و پارامترهای آن شرح داده شده است:

$$n = \frac{Nt^2 pq}{\varepsilon^2(N-1) + t^2 pq} = \frac{1500 \times 1.96 \times 0.5 \times 0.5}{(0.05)^2 \times (1500-1) + (1.96 \times 0.5 \times 0.5)} = 305 \quad (1)$$

در این رابطه داریم،  $n$ : حداقل حجم نمونه،  $N$ : حجم جامعه آماری،  $t$ : مقدار متغیر نرمال واحد متناظر با سطح اطمینان  $1-\alpha$ ،  $1.96$  در نظر گرفته می‌شود،  $\varepsilon$ : میزان اشتباه مجاز، معادل  $0.05$ ،  $p$ : برآورد نسبت صفت متغیر و  $q: 1-p$ . در این تحقیق، تعداد جامعه آماری  $1500$  نفر می باشد که با استفاده از معادله کوکران، تعداد افراد مورد بررسی برابر با  $305$  نفر ارزیابی شده‌اند و این افراد به صورت کاملاً تصادفی و رندوم از میان جامعه آماری به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه‌ی آماری مطابق با داده‌های جدول ۲ می‌باشد.



جدول ۳: ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه‌ی آماری

متغیر جمعیت شناختی	گروه	فراوانی	درصد فراوانی	درصد فراوانی صحیح	درصد فراوانی تجمعی
سن	۲۰ تا ۳۰ سال	۳۲	۱۰,۵	۱۰,۹	۱۰,۹
	۳۰ تا ۴۰ سال	۱۴۰	۴۵,۹	۴۷,۸	۵۸,۷
	۴۰ تا ۵۰ سال	۱۱۱	۳۶,۴	۳۷,۹	۹۶,۶
	۵۰ به بالا	۱۰	۳,۳	۳,۴	۱۰۰
جنسیت	زن	۹۸	۳۲,۱	۳۳,۸	۳۳,۸
	مرد	۱۹۲	۶۳	۶۶,۲	۱۰۰
میزان تحصیلات	فوق دیپلم	۴۶	۱۵,۱	۱۵,۶	۱۵,۶
	لیسانس	۱۵۸	۵۱,۸	۵۳,۷	۶۹,۴
	فوق لیسانس و بالاتر	۹۰	۲۹,۵	۳۰,۶	۱۰۰
میزان سابقه کار	بین ۱ تا ۵ سال	۲۷	۸,۹	۸,۹	۸,۹
	بین ۵ تا ۱۰ سال	۲۲۹	۷۵,۱	۷۵,۸	۸۴,۸
	بین ۱۰ تا ۲۰ سال	۱۸	۵,۹	۶	۹۰,۷
	۲۰ سال به بالا	۲۸	۹,۲	۹,۳	۱۰۰
کل افراد		۳۰۵	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰

نتایج آنالیز آماره‌های توصیفی نشان می‌دهد که سن ۱۰,۹ درصد از افراد پاسخگو ۲۰ تا ۳۰ سال، ۴۷,۸ درصد افراد ۳۰ تا ۴۰ سال، ۳۷,۹ درصد افراد ۴۰ تا ۵۰ سال و بقیه دارای سن بالای ۵۰ سال هستند. با توجه به نتایج می‌توان دریافت که بیشتر افراد مورد بررسی دارای سن بین ۳۰ تا ۴۰ سال هستند. ۳۳,۸ درصد از افراد پاسخگو زن و ۶۶,۲ درصد از افراد پاسخگو مرد می‌باشند. با توجه به نتایج می‌توان دریافت که بیشتر افراد مورد بررسی مرد هستند. میزان تحصیلات ۱۵,۶ درصد افراد پاسخگو فوق دیپلم، ۵۳,۷ درصد افراد پاسخگو لیسانس و ۳۰,۶۰ درصد افراد فوق لیسانس و بالاتر می‌باشد. با توجه به نتایج می‌توان دریافت که مدرک بیشتر افراد مورد بررسی، لیسانس می‌باشد. میزان سابقه کار ۸,۹ درصد افراد پاسخگو بین ۱ تا ۵ سال، ۷۵,۹ درصد افراد پاسخگو بین ۵ تا ۱۰ سال، ۶ درصد افراد پاسخگو بین ۱۰ تا ۲۰ سال، ۹,۳ درصد افراد پاسخگو ۲۰ سال به بالا می‌باشد. با توجه به نتایج می‌توان دریافت که میزان سابقه کار بیشتر افراد مورد بررسی، بین ۵ تا ۱۰ سال می‌باشد.

۷- یافته‌ها

۷-۱- آزمون کولموگروف-اسمیرنف

قبل از آزمون فرضیات بایستی نوع آزمون مناسب برای آزمون آنها تعیین شود. بر اساس نرمال بودن و یا نبودن داده‌های جمع‌آوری شده؛ نوع آزمون تعیین می‌گردد. به منظور بررسی و ارزیابی نرمال بودن از آزمون کولموگروف-اسمیرنف استفاده شد. با توجه به داده‌های جدول ۴ مشاهده می‌شود که سطح معناداری آزمون نرمال بودن داده در متغیر یاد شده بزرگتر از  $0/05$  است. بنابراین با اطمینان  $0/95$  می‌توان بیان نمود که متغیرهای یادشده از مفروضه نرمال بودن برخوردار می‌باشند، بنابراین می‌توان از آزمون‌های پارامتریک جهت آزمون فرضیه‌های تحقیق استفاده کرد.

جدول ۴: نتیجه آزمون کولموگروف-اسمیرنف

متغیرها	ضریب آزمون	سطح معناداری
خودباوری	۰,۰۷۶	۰,۲۳۲
میل به نتیجه	۰,۰۶۴	۰,۴۶۸
ریسک‌پذیری	۰,۰۳۷	۰,۲۰۰
هدایت و رهبری	۰,۱۱۷	۰,۳۰۲
خلاقیات	۰,۰۸۸	۰,۱۰۱
آینده‌نگری	۰,۰۷۸	۰,۱۲۱
کارآفرینی	۰,۱۰۷	۰,۳۵۶

۷-۲- آزمون فرضیات

در این بخش به بررسی و ارزیابی فرضیات تحقیق پرداخته می‌شود.

**فرضیه اول: خودباوری دانش‌آموختگان رشته تحصیلی دانشگاهی بر افزایش کارآفرینی آنها تاثیر دارد.**

برای ارزیابی این فرضیه از آزمون رگرسیون استفاده شد که در زیر نتایج آن مورد تحلیل قرار گرفته است.

جدول ۵: ضرایب پردازش مدل رگرسیونی

متغیر وابسته: کارآفرینی دانش‌آموختگان رشته تحصیلی دانشگاهی					متغیر مستقل
نتیجه	سطح معناداری	مقدار آمار آزمون t	انحراف معیار ضرایب	ضرایب	
پذیرش فرضیه برهان	۰,۰۰۰	۱۱,۹۸۸	۰,۲۳۴	۲,۸۰۸	عرض از مبدا
	۰,۰۰۰	۶,۱۰۰	۰,۰۵۶	۰,۳۳۹	خودباوری
۳۷,۲۰۷			آماره F	تحلیل واریانس	آزمون
۰,۰۰۰			سطح معناداری آماره F		
۰,۳۸۳			ضریب تعیین	توان تبیین	
۰,۱۴۷			ضریب تعیین تعدیل شده		
۱,۶۸۳			آماره دوربین-واتسون	استقلال خطا	

سطح معناداری آماره F کمتر از ۵ درصد بوده و نشان می‌دهد که فرضیه با ۹۵ درصد اطمینان پذیرفته شده و بین خودباوری و کارآفرینی دانش‌آموختگان رشته تحصیلی دانشگاهی رابطه معناداری وجود دارد. همچنین با توجه به ضریب تعیین (۰,۳۸۳) می‌توان گفت که مدل ارائه شده با دقت بالایی برازش شده و از سوی دیگر، مقدار ضریب تعیین تعدیل شده (۰,۱۴۷)، گواه بر این واقعیت می‌باشد که متغیر مستقل در حدود ۱۵ درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین می‌نماید. مقدار آماره دوربین-واتسون (۱,۶۸۳) نیز چون بین ۱/۵ تا ۲/۵ می‌باشد، پس می‌توان نتیجه‌گیری کرد که بین متغیرها مشکل وجود خود همبستگی سریالی در اجزای اخلاقی رگرسیون وجود ندارد. سطوح معنی‌داری مقدار ضریب متغیر مستقل خودباوری نشان می‌دهد که این متغیر مستقل در مدل رگرسیونی ارائه شده بر متغیر وابسته کارآفرینی دانش‌آموختگان رشته تحصیلی دانشگاهی، تأثیرگذار هستند، از سوی دیگر، سطح معنی‌داری عرض از مبدا نشان می‌دهد که مدل رگرسیونی دارای عرض از مبدا نیز می‌باشد. از سوی دیگر، ضرایب عرض از مبدا و مولفه خودباوری با علامت مثبت گزارش شده است و نشان دهنده رابطه مستقیم بین این ضرایب با متغیر وابسته است.

**فرضیه دوم: میل به نتیجه دانش‌آموختگان رشته تحصیلی دانشگاهی بر افزایش کارآفرینی آنها تأثیر دارد.**

برای ارزیابی این فرضیه از آزمون رگرسیون استفاده شد که در زیر نتایج آن مورد تحلیل قرار گرفته است (جدول ۶). سطح معناداری آماره  $F$  کمتر از ۵ درصد بوده و نشان می‌دهد که فرضیه با ۹۵ درصد اطمینان پذیرفته شده و بین میل به نتیجه و کارآفرینی دانش‌آموختگان رشته تحصیلی دانشگاهی رابطه معناداری وجود دارد. همچنین با توجه به ضریب تعیین (۰,۵۲۴) می‌توان گفت که مدل ارائه شده با دقت بالایی برازش شده و از سوی دیگر، مقدار ضریب تعیین تعدیل شده (۰,۲۷۴)، گواهی بر این واقعیت می‌باشد که متغیر مستقل در حدود ۲۷ درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین می‌نماید. مقدار آماره دوربین-واتسون (۱,۸۹۴) نیز چون بین ۱/۵ تا ۲/۵ می‌باشد، پس می‌توان نتیجه‌گیری کرد که بین متغیرها مشکل وجود خود همبستگی سریالی در اجزای اخلاص رگرسیون وجود ندارد. سطوح معنی‌داری مقدار ضریب متغیر مستقل میل به نتیجه نشان می‌دهد که این متغیر مستقل در مدل رگرسیونی ارائه شده بر متغیر وابسته کارآفرینی دانش‌آموختگان رشته تحصیلی دانشگاهی، تاثیرگذار هستند، از سوی دیگر، سطح معنی‌داری عرض از مبدا نشان می‌دهد که مدل رگرسیونی دارای عرض از مبدا نیز می‌باشد. از سوی دیگر، ضرایب عرض از مبدا و مولفه میل به نتیجه با علامت مثبت گزارش شده است و نشان دهنده رابطه مستقیم بین این ضرایب با متغیر وابسته است.

جدول ۶: ضرایب پردازش مدل رگرسیونی

متغیر وابسته: کارآفرینی دانش‌آموختگان رشته تحصیلی دانشگاهی					متغیر مستقل
نتیجه	سطح معناداری	مقدار آمار آزمون $t$	انحراف معیار ضرایب	ضرایب	
پذیرش فرضیه برهان	۰,۰۰۸	۰,۴۴۳	۰,۴۷۴	۰,۲۱۰	عرض از مبدا
	۰,۰۰۰	۹,۰۳۱	۰,۱۱۳	۱,۰۱۸	میل به نتیجه
۸۱,۵۶۵			آماره $F$	تحلیل واریانس	آزمون
۰,۰۰۰			سطح معناداری آماره $F$		
۰,۵۲۴			ضریب تعیین	توان تبیین	
۰,۲۷۴			ضریب تعیین تعدیل شده		
۱,۸۹۴			آماره دوربین-واتسون	استقلال خطا	

## فرضیه سوم: ریسک‌پذیری دانش‌آموختگان رشته تحصیلی دانشگاهی بر افزایش کارآفرینی آنها تاثیر دارد.

برای ارزیابی این فرضیه از آزمون رگرسیون استفاده شد که در زیر نتایج آن مورد تحلیل قرار گرفته است.

جدول ۷: ضرایب پردازش مدل رگرسیونی

متغیر وابسته: کارآفرینی دانش‌آموختگان رشته تحصیلی دانشگاهی					متغیر مستقل
نتیجه	سطح معناداری	مقدار آمار آزمون t	انحراف معیار ضرایب	ضرایب	
پذیرش فرضیه	۰,۰۰۰	۳۸,۶۰۱	۰,۰۹۵	۳,۶۶۹	عرض از مبدا
برهان	۰,۰۰۰	۶,۱۰۳	۰,۰۲۴	۰,۱۴۶	ریسک‌پذیری
۳۷,۲۵۰			آماره F		تحلیل واریانس
۰,۰۰۰			سطح معناداری آماره F		
۰,۳۸۴			ضریب تعیین		توان تبیین
۰,۱۴۷			ضریب تعیین تعدیل شده		
۱,۷۷۴			آماره دوربین-واتسون		استقلال خطا

سطح معناداری آماره F کمتر از ۵ درصد بوده و نشان می‌دهد که فرضیه با ۹۵ درصد اطمینان پذیرفته شده و بین ریسک‌پذیری و کارآفرینی دانش‌آموختگان رشته تحصیلی دانشگاهی رابطه معناداری وجود دارد. همچنین با توجه به ضریب تعیین (۰,۳۸۴) می‌توان گفت که مدل ارائه شده با دقت بالایی برازش شده و از سوی دیگر، مقدار ضریب تعیین تعدیل شده (۰,۱۴۷)، گواه بر این واقعیت می‌باشد که متغیر مستقل در حدود ۱۵ درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین می‌نمایند. مقدار آماره دوربین-واتسون (۱,۷۷۴) نیز چون بین ۱/۵ تا ۲/۵ می‌باشد، پس می‌توان نتیجه‌گیری کرد که بین متغیرها مشکل وجود خود همبستگی سریالی در اجزای اخلاص رگرسیون وجود ندارد. سطوح معنی‌داری مقدار ضریب متغیر مستقل ریسک‌پذیری نشان می‌دهد که این متغیر مستقل در مدل رگرسیونی ارائه شده بر متغیر وابسته کارآفرینی دانش‌آموختگان رشته تحصیلی دانشگاهی، تاثیرگذار هستند، از سوی دیگر، سطح معنی‌داری عرض از مبدا نشان می‌دهد که مدل رگرسیونی دارای عرض از مبدا نیز می‌باشد. از سوی دیگر، ضرایب عرض از مبدا و مولفه ریسک‌پذیری با علامت مثبت گزارش شده است و نشان دهنده رابطه مستقیم بین این ضرایب با متغیر وابسته است.

## فرضیه چهارم: هدایت و رهبری دانش‌آموختگان رشته تحصیلی دانشگاهی بر افزایش کارآفرینی آنها تاثیر دارد.

برای ارزیابی این فرضیه از آزمون رگرسیون استفاده شد که در زیر نتایج آن مورد تحلیل قرار گرفته است.

جدول ۸: ضرایب پردازش مدل رگرسیونی

متغیر وابسته: کارآفرینی دانش‌آموختگان رشته تحصیلی دانشگاهی					متغیر مستقل
نتیجه	سطح معناداری	مقدار آمار آزمون t	انحراف معیار ضرایب	ضرایب	
پذیرش فرضیه برهان	۰,۰۰۰	۱۲,۰۳۸	۰,۱۸۷	۲,۲۴۸	عرض از مبدا
	۰,۰۰۰	۱۰,۰۰۵	۰,۰۴۷	۰,۴۷۰	هدایت و رهبری
۱۰۰,۱۰۹			آماره F	تحلیل واریانس	آزمون
۰,۰۰۰			سطح معناداری آماره F		
۰,۵۶۳			ضریب تعیین	توان تبیین	
۰,۳۱۷			ضریب تعیین تعدیل شده		
۱,۹۲۱			آماره دوربین-واتسون	استقلال خطا	

سطح معناداری آماره F کمتر از ۵ درصد بوده و نشان می‌دهد که فرضیه با ۹۵ درصد اطمینان پذیرفته شده و بین هدایت و رهبری و کارآفرینی دانش‌آموختگان رشته تحصیلی دانشگاهی رابطه معناداری وجود دارد. همچنین با توجه به ضریب تعیین (۰,۵۶۳) می‌توان گفت که مدل ارائه شده با دقت بالایی برازش شده و از سوی دیگر، مقدار ضریب تعیین تعدیل شده (۰,۳۱۷)، گواه بر این واقعیت می‌باشد که متغیر مستقل در حدود ۳۲ درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین می‌نماید. مقدار آماره دوربین-واتسون (۱,۹۲۱) نیز چون بین ۱/۵ تا ۲/۵ می‌باشد، پس می‌توان نتیجه‌گیری کرد که بین متغیرها مشکل وجود خود همبستگی سریالی در اجزای اخلاص رگرسیون وجود ندارد. سطوح معنی‌داری مقدار ضریب متغیر مستقل هدایت و رهبری نشان می‌دهد که این متغیر مستقل در مدل رگرسیونی ارائه شده بر متغیر وابسته کارآفرینی دانش‌آموختگان رشته تحصیلی دانشگاهی، تاثیرگذار هستند، از سوی دیگر، سطح معنی‌داری عرض از مبدا نشان می‌دهد که مدل رگرسیونی دارای

شناسائی عوامل فردی مؤثر بر افزایش کارآفرینی دانش‌آموختگان رشته تحصیلی دانشگاهی □ ۱۶۷

عرض از مبدا نیز می‌باشد. از سوی دیگر، ضرایب عرض از مبدا و مولفه هدایت و رهبری با علامت مثبت گزارش شده است و نشان دهنده رابطه مستقیم بین این ضرایب با متغیر وابسته است.

### فرضیه پنجم: خلاقیت دانش‌آموختگان رشته تحصیلی دانشگاهی بر افزایش کارآفرینی آنها تاثیر دارد.

برای ارزیابی این فرضیه از آزمون رگرسیون استفاده شد که در زیر نتایج آن مورد تحلیل قرار گرفته است.

جدول ۹: ضرایب پردازش مدل رگرسیونی

متغیر وابسته: کارآفرینی دانش‌آموختگان رشته تحصیلی دانشگاهی					متغیر مستقل
نتیجه	سطح معناداری	مقدار آمار آزمون t	انحراف معیار ضرایب	ضرایب	
پذیرش فرضیه برهان	۰,۰۰۸	۱,۰۶۵	۰,۵۹۰	۰,۶۲۸	عرض از مبدا
	۰,۰۰۰	۵,۸۲۴	۰,۱۳۹	۰,۸۰۹	خلاقیت
۳۳,۹۲۳			آماره F	تحلیل واریانس	آزمون
۰,۰۰۰			سطح معناداری آماره F		
۰,۳۶۸			ضریب تعیین	توان تبیین	
۰,۱۳۶			ضریب تعیین تعدیل شده		
۱,۶۶۸			آماره دوربین-واتسون	استقلال خطا	

سطح معناداری آماره F کمتر از ۵ درصد بوده و نشان می‌دهد که فرضیه با ۹۵ درصد اطمینان پذیرفته شده و بین خلاقیت و کارآفرینی دانش‌آموختگان رشته تحصیلی دانشگاهی رابطه معناداری وجود دارد. همچنین با توجه به ضریب تعیین (۰,۳۶۸) می‌توان گفت که مدل ارائه شده با دقت بالایی برازش شده و از سوی دیگر، مقدار ضریب تعیین تعدیل شده (۰,۱۳۶)، گواه بر این واقعیت می‌باشد که متغیر مستقل در حدود ۱۴ درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین می‌نماید. مقدار آماره دوربین-واتسون (۱,۶۶۸) نیز چون بین ۱/۵ تا ۲/۵ می‌باشد، پس می‌توان نتیجه‌گیری کرد که بین متغیرها مشکل وجود خود همبستگی سریالی در اجزای اخلاقی رگرسیون وجود ندارد. سطوح معنی‌داری مقدار ضریب متغیر مستقل خلاقیت نشان می‌دهد که این متغیر مستقل در مدل رگرسیونی ارائه شده بر متغیر وابسته کارآفرینی دانش‌آموختگان رشته تحصیلی دانشگاهی، تاثیرگذار هستند، از سوی دیگر،

سطح معنی داری عرض از مبدا نشان می‌دهد که مدل رگرسیونی دارای عرض از مبدا نیز می‌باشد. از سوی دیگر، ضرایب عرض از مبدا و مولفه خلاقیت با علامت مثبت گزارش شده است و نشان دهنده رابطه مستقیم بین این ضرایب با متغیر وابسته است.

### فرضیه ششم: آینده‌نگری دانش‌آموختگان رشته تحصیلی دانشگاهی بر افزایش کارآفرینی آنها تاثیر دارد.

برای ارزیابی این فرضیه از آزمون رگرسیون استفاده شد که در زیر نتایج آن مورد تحلیل قرار گرفته است.

جدول ۱۰: ضرایب پردازش مدل رگرسیونی

متغیر وابسته: کارآفرینی دانش‌آموختگان رشته تحصیلی دانشگاهی					متغیر مستقل
نتیجه	سطح معناداری	مقدار آمار آزمون t	انحراف معیار ضرایب	ضرایب	
پذیرش فرضیه برهان	۰,۰۰۸	۱,۰۶۵	۰,۳۵۰	۰,۵۴۸	عرض از مبدا
	۰,۰۰۰	۵,۸۲۴	۰,۰۳۴	۰,۶۸۹	آینده‌نگری
۳۲,۷۵۷			آماره F		تحلیل واریانس
۰,۰۰۰			سطح معناداری آماره F		
۰,۴۲۱			ضریب تعیین		آزمون توان تبیین
۰,۱۷۷			ضریب تعیین تعدیل شده		
۱,۸۶۴			آماره دوربین-واتسون		استقلال خطا

سطح معناداری آماره F کمتر از ۵ درصد بوده و نشان می‌دهد که فرضیه با ۹۵ درصد اطمینان پذیرفته شده و بین آینده‌نگری و ع کارآفرینی دانش‌آموختگان رشته تحصیلی دانشگاهی رابطه معناداری وجود دارد. همچنین با توجه به ضریب تعیین (۰,۴۲۱) می‌توان گفت که مدل ارائه شده با دقت بالایی برازش شده و از سوی دیگر، مقدار ضریب تعیین تعدیل شده (۰,۱۷۷)، گواه بر این واقعیت می‌باشد که متغیر مستقل در حدود ۱۸ درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین می‌نمایند. مقدار آماره دوربین-واتسون (۱,۶۶۸) نیز چون بین ۱/۵ تا ۲/۵ می‌باشد، پس می‌توان نتیجه‌گیری کرد که بین متغیرها مشکل وجود خود همبستگی سریالی در اجزای اخلاص رگرسیون وجود ندارد. سطوح معنی داری مقدار ضریب متغیر مستقل آینده‌نگری نشان می‌دهد که این متغیر مستقل در مدل



رگرسیون‌های ارائه شده بر متغیر وابسته کارآفرینی دانش‌آموختگان رشته تحصیلی دانشگاهی، تاثیرگذار هستند، از سوی دیگر، سطح معنی‌داری عرض از مبدا نشان می‌دهد که مدل رگرسیونی دارای عرض از مبدا نیز می‌باشد. از سوی دیگر، ضرایب عرض از مبدا و مولفه آینده‌نگری با علامت مثبت گزارش شده است و نشان دهنده رابطه مستقیم بین این ضرایب با متغیر وابسته است.

#### ۸- نتیجه‌گیری

در مورد فرضیه اول که بیان می‌کند خودباوری دانش‌آموختگان رشته تحصیلی دانشگاهی بر افزایش کارآفرینی آنها تاثیر دارد، سطح معناداری آماره  $F$  کمتر از ۵ درصد بوده و نشان می‌دهد که فرضیه با ۹۵ درصد اطمینان پذیرفته شده و بین خودباوری و کارآفرینی دانش‌آموختگان رشته تحصیلی دانشگاهی رابطه معناداری وجود دارد. همچنین با توجه به ضریب تعیین (۰,۳۸۳) می‌توان گفت که مدل ارائه شده با دقت بالایی برازش شده و از سوی دیگر، مقدار ضریب تعیین تعدیل شده (۰,۱۴۷)، گواه بر این واقعیت می‌باشد که متغیر مستقل در حدود ۱۵ درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین می‌نماید. مقدار آماره دوربین-واتسون (۱,۶۸۳) نیز چون بین ۱/۵ تا ۲/۵ می‌باشد، پس می‌توان نتیجه‌گیری کرد که بین متغیرها مشکل وجود خود همبستگی سریالی در اجزای اخلاص رگرسیون وجود ندارد. سطوح معنی‌داری مقدار ضریب متغیر مستقل خودباوری نشان می‌دهد که این متغیر مستقل در مدل رگرسیونی ارائه شده بر متغیر وابسته کارآفرینی دانش‌آموختگان رشته تحصیلی دانشگاهی، تاثیرگذار هستند، از سوی دیگر، سطح معنی‌داری عرض از مبدا نشان می‌دهد که مدل رگرسیونی دارای عرض از مبدا نیز می‌باشد. از سوی دیگر، ضرایب عرض از مبدا و مولفه خودباوری با علامت مثبت گزارش شده است و نشان دهنده رابطه مستقیم بین این ضرایب با متغیر وابسته است. نتایج به دست آمده از این فرضیه با بخشی از نتایج گزارش شده در مطالعات یانگ<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۱۶)، وود<sup>۲</sup> (۲۰۱۳)، وان لوی<sup>۳</sup> و همکاران (۲۰۱۶)، نوروزی و سریع القلم (۱۳۹۵)، نل<sup>۴</sup> و همکاران (۲۰۱۲)، مجلل چوبقلو و همکاران (۱۳۹۰) و لینک<sup>۵</sup> و همکاران (۲۰۱۴) همخوانی دارد.

در مورد فرضیه دوم که بیان می‌کند میل به نتیجه دانش‌آموختگان رشته تحصیلی دانشگاهی بر افزایش کارآفرینی آنها تاثیر دارد، سطح معناداری آماره  $F$  کمتر از ۵ درصد بوده و نشان می‌دهد که

---

<sup>۱</sup> Yang

<sup>۲</sup> Wood

<sup>۳</sup> Van Looy

<sup>۴</sup> Nell

<sup>۵</sup> Link

فرضیه با ۹۵ درصد اطمینان پذیرفته شده و بین میل به نتیجه و کارآفرینی دانش‌آموختگان رشته تحصیلی دانشگاهی رابطه معناداری وجود دارد. همچنین با توجه به ضریب تعیین (۰,۵۲۴) می‌توان گفت که مدل ارائه شده با دقت بالایی برازش شده و از سوی دیگر، مقدار ضریب تعیین تعدیل شده (۰,۲۷۴)، گواه بر این واقعیت می‌باشد که متغیر مستقل در حدود ۲۷ درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین می‌نماید. مقدار آماره دوربین-واتسون (۱,۸۹۴) نیز چون بین ۱/۵ تا ۲/۵ می‌باشد، پس می‌توان نتیجه‌گیری کرد که بین متغیرها مشکل وجود خود همبستگی سریالی در اجزای اخلاص رگرسیون وجود ندارد. سطوح معنی‌داری مقدار ضریب متغیر مستقل میل به نتیجه نشان می‌دهد که این متغیر مستقل در مدل رگرسیونی ارائه شده بر متغیر وابسته کارآفرینی دانش‌آموختگان رشته تحصیلی دانشگاهی، تاثیرگذار هستند، از سوی دیگر، سطح معنی‌داری عرض از مبدا نشان می‌دهد که مدل رگرسیونی دارای عرض از مبدا نیز می‌باشد. از سوی دیگر، ضرایب عرض از مبدا و مولفه میل به نتیجه با علامت مثبت گزارش شده است و نشان دهنده رابطه مستقیم بین این ضرایب با متغیر وابسته است. نتایج به دست آمده از این فرضیه با بخشی از نتایج گزارش شده در مطالعات گورائو<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۱۴)، گلفارب و هنرکسن<sup>۲</sup> (۲۰۱۳)، فراهانی و همکاران (۱۳۹۴)، شریف زاده و عبدالله زاده (۱۳۹۵)، زالی و همکاران (۱۳۹۲)، رنولت<sup>۳</sup> (۲۰۱۶) و رضایی و همکاران (۱۳۹۲) همخوانی دارد.

در مورد فرضیه سوم که بیان می‌کند ریسک‌پذیری دانش‌آموختگان رشته تحصیلی دانشگاهی بر افزایش کارآفرینی آنها تاثیر دارد، سطح معناداری آماره F کمتر از ۵ درصد بوده و نشان می‌دهد که فرضیه با ۹۵ درصد اطمینان پذیرفته شده و بین ریسک‌پذیری و کارآفرینی دانش‌آموختگان رشته تحصیلی دانشگاهی رابطه معناداری وجود دارد. همچنین با توجه به ضریب تعیین (۰,۳۸۴) می‌توان گفت که مدل ارائه شده با دقت بالایی برازش شده و از سوی دیگر، مقدار ضریب تعیین تعدیل شده (۰,۱۴۷)، گواه بر این واقعیت می‌باشد که متغیر مستقل در حدود ۱۵ درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین می‌نماید. مقدار آماره دوربین-واتسون (۱,۷۷۴) نیز چون بین ۱/۵ تا ۲/۵ می‌باشد، پس می‌توان نتیجه‌گیری کرد که بین متغیرها مشکل وجود خود همبستگی سریالی در اجزای اخلاص رگرسیون وجود ندارد. سطوح معنی‌داری مقدار ضریب متغیر مستقل ریسک‌پذیری نشان می‌دهد که این متغیر مستقل در مدل رگرسیونی ارائه شده بر متغیر وابسته کارآفرینی دانش‌آموختگان رشته

<sup>۱</sup> Gurau

<sup>۲</sup> Goldfarb and Henrekson

<sup>۳</sup> Renault

تحصیلی دانشگاهی، تاثیرگذار هستند، از سوی دیگر، سطح معنی داری عرض از مبدا نشان می‌دهد که مدل رگرسیونی دارای عرض از مبدا نیز می‌باشد. از سوی دیگر، ضرایب عرض از مبدا و مولفه ریسک‌پذیری با علامت مثبت گزارش شده است و نشان دهنده رابطه مستقیم بین این ضرایب با متغیر وابسته است. نتایج به دست آمده از این فرضیه با بخشی از نتایج گزارش شده در مطالعات ذوالفقاری و همکاران (۱۳۹۰)، دباکر و وگولرز<sup>۱</sup> (۲۰۱۵)، خرسندی یامچی و همکاران (۱۳۹۴)، جنکینز و اسمیت<sup>۲</sup> (۲۰۱۳)، جاکوب<sup>۳</sup> و همکاران (۲۰۱۳) و پورشریعت و همکاران (۱۳۹۵) همخوانی دارد.

در مورد فرضیه چهارم که بیان می‌کند هدایت و رهبری دانش‌آموختگان رشته تحصیلی دانشگاهی بر افزایش کارآفرینی آنها تاثیر دارد، سطح معناداری آماره  $F$  کمتر از ۵ درصد بوده و نشان می‌دهد که فرضیه با ۹۵ درصد اطمینان پذیرفته شده و بین هدایت و رهبری و کارآفرینی دانش‌آموختگان رشته تحصیلی دانشگاهی رابطه معناداری وجود دارد. همچنین با توجه به ضریب تعیین (۰,۵۶۳) می‌توان گفت که مدل ارائه شده با دقت بالایی برازش شده و از سوی دیگر، مقدار ضریب تعیین تعدیل شده (۰,۳۱۷)، گواه بر این واقعیت می‌باشد که متغیر مستقل در حدود ۳۲ درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین می‌نمایند. مقدار آماره دوربین-واتسون (۱,۹۲۱) نیز چون بین ۱/۵ تا ۲/۵ می‌باشد، پس می‌توان نتیجه‌گیری کرد که بین متغیرها مشکل وجود خود همبستگی سریالی در اجزای اخلاص رگرسیون وجود ندارد. سطوح معنی‌داری مقدار ضریب متغیر مستقل هدایت و رهبری نشان می‌دهد که این متغیر مستقل در مدل رگرسیونی ارائه شده بر متغیر وابسته کارآفرینی دانش‌آموختگان رشته تحصیلی دانشگاهی، تاثیرگذار هستند، از سوی دیگر، سطح معنی داری عرض از مبدا نشان می‌دهد که مدل رگرسیونی دارای عرض از مبدا نیز می‌باشد. از سوی دیگر، ضرایب عرض از مبدا و مولفه هدایت و رهبری با علامت مثبت گزارش شده است و نشان دهنده رابطه مستقیم بین این ضرایب با متغیر وابسته است. نتایج به دست آمده از این فرضیه با بخشی از نتایج گزارش شده در مطالعات ذوالفقاری و همکاران (۱۳۹۰)، دباکر و وگولرز<sup>۴</sup> (۲۰۱۵)، خرسندی یامچی و همکاران (۱۳۹۴)، جنکینز و اسمیت<sup>۵</sup> (۲۰۱۳)، جاکوب<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۱۳) و پورشریعت و همکاران (۱۳۹۵) همخوانی دارد.

---

<sup>۱</sup> Debackere and Veugelers

<sup>۲</sup> Jenkins and Smith

<sup>۳</sup> Jacob

<sup>۴</sup> Debackere and Veugelers

<sup>۵</sup> Jenkins and Smith

در مورد فرضیه پنجم که بیان می کند خلاقیت دانش آموختگان رشته تحصیلی دانشگاهی بر افزایش کارآفرینی آنها تاثیر دارد، سطح معناداری آماره  $F$  کمتر از ۵ درصد بوده و نشان می دهد که فرضیه با ۹۵ درصد اطمینان پذیرفته شده و بین خلاقیت و کارآفرینی دانش آموختگان رشته تحصیلی دانشگاهی رابطه معناداری وجود دارد. همچنین با توجه به ضریب تعیین (۰,۳۶۸) می توان گفت که مدل ارائه شده با دقت بالایی برازش شده و از سوی دیگر، مقدار ضریب تعیین تعدیل شده (۰,۱۳۶)، گواه بر این واقعیت می باشد که متغیر مستقل در حدود ۱۴ درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین می نمایند. مقدار آماره دوربین-واتسون (۱,۶۶۸) نیز چون بین ۱/۵ تا ۲/۵ می باشد، پس می توان نتیجه گیری کرد که بین متغیرها مشکل وجود خود همبستگی سریالی در اجزای اخلاص رگرسیون وجود ندارد. سطوح معنی داری مقدار ضریب متغیر مستقل خلاقیت نشان می دهد که این متغیر مستقل در مدل رگرسیونی ارائه شده بر متغیر وابسته کارآفرینی دانش آموختگان رشته تحصیلی دانشگاهی، تاثیرگذار هستند، از سوی دیگر، سطح معنی داری عرض از مبدا نشان می دهد که مدل رگرسیونی دارای عرض از مبدا نیز می باشد. از سوی دیگر، ضرایب عرض از مبدا و مولفه خلاقیت با علامت مثبت گزارش شده است و نشان دهنده رابطه مستقیم بین این ضرایب با متغیر وابسته است. نتایج به دست آمده از این فرضیه با بخشی از نتایج گزارش شده در مطالعات پاورسا و مکدوگال<sup>۲</sup> (۲۰۱۵)، بینز<sup>۳</sup> (۲۰۱۵)، بابایی و همکاران (۱۳۹۵)، احمدی و امیدوی نجف آبادی (۱۳۹۴) و ابرو و گرینویچ<sup>۴</sup> (۲۰۱۳) همخوانی دارد.

در مورد فرضیه ششم که بیان می کند آینده نگری دانش آموختگان رشته تحصیلی دانشگاهی بر افزایش کارآفرینی آنها تاثیر دارد، سطح معناداری آماره  $F$  کمتر از ۵ درصد بوده و نشان می دهد که فرضیه با ۹۵ درصد اطمینان پذیرفته شده و بین آینده نگری و کارآفرینی دانش آموختگان رشته تحصیلی دانشگاهی رابطه معناداری وجود دارد. همچنین با توجه به ضریب تعیین (۰,۴۲۱) می توان گفت که مدل ارائه شده با دقت بالایی برازش شده و از سوی دیگر، مقدار ضریب تعیین تعدیل شده (۰,۱۷۷)، گواه بر این واقعیت می باشد که متغیر مستقل در حدود ۱۸ درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین می نمایند. مقدار آماره دوربین-واتسون (۱,۶۶۸) نیز چون بین ۱/۵ تا ۲/۵ می باشد، پس می توان نتیجه گیری کرد که بین متغیرها مشکل وجود خود همبستگی سریالی در اجزای اخلاص

---

<sup>۱</sup> Jacob

<sup>۲</sup> Powersa and McDougallb

<sup>۳</sup> Bains

<sup>۴</sup> Abreu and Grinevich

شناسائی عوامل فردی مؤثر بر افزایش کارآفرینی دانش‌آموختگان رشته تحصیلی دانشگاهی □ ۱۷۳

رگرسیون وجود ندارد. سطوح معنی‌داری مقدار ضریب متغیر مستقل آینده‌نگری نشان می‌دهد که این متغیر مستقل در مدل رگرسیونی ارائه شده بر متغیر وابسته کارآفرینی دانش‌آموختگان رشته تحصیلی دانشگاهی، تاثیرگذار هستند، از سوی دیگر، سطح معنی‌داری عرض از مبدا نشان می‌دهد که مدل رگرسیونی دارای عرض از مبدا نیز می‌باشد. از سوی دیگر، ضرایب عرض از مبدا و مولفه آینده‌نگری با علامت مثبت گزارش شده است و نشان دهنده رابطه مستقیم بین این ضرایب با متغیر وابسته است. نتایج به دست آمده از این فرضیه با بخشی از نتایج گزارش شده در مطالعات پاورسا و مک‌دوگال<sup>۱</sup> (۲۰۱۵)، بینز<sup>۲</sup> (۲۰۱۵)، بابایی و همکاران (۱۳۹۵)، احمدی و امیدي نجف‌آبادی (۱۳۹۴) و ابرو و گرینویچ<sup>۳</sup> (۲۰۱۳) همخوانی دارد.

#### ۹- پیشنهادات

با توجه به نتایج به دست آمده از پروژه حاضر، می‌توان پیشنهادات زیر را در این رابطه ارائه نمود:

۱. تقویت پارامتر ابتکار عمل دانش‌آموختگان رشته تحصیلی دانشگاهی رشته مدیریت
۲. تقویت پارامتر خلاقیت دانش‌آموختگان رشته تحصیلی دانشگاهی رشته مدیریت
۳. تقویت پارامتر ریسک‌پذیری دانش‌آموختگان رشته تحصیلی دانشگاهی رشته مدیریت
۴. تقویت پارامتر قدرت تصمیم‌گیری دانش‌آموختگان رشته تحصیلی دانشگاهی رشته مدیریت
۵. تقویت پارامتر توانایی رهبری دانش‌آموختگان رشته تحصیلی دانشگاهی رشته مدیریت
۶. متمایل نمودن دانش‌آموختگان رشته تحصیلی دانشگاهی رشته مدیریت
۷. وسیع نمودن دید و نگرش دانش‌آموختگان رشته تحصیلی دانشگاهی رشته مدیریت در قبال کارآفرینی

#### ۱۰- منابع

- احمدی حیدر، امیدي نجف‌آبادی مریم (۱۳۹۴) بررسی وضعیت آموزش‌های دانشگاهی برای ترویج کارآفرینی (مطالعه موردی: دانشکده کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران)، پژوهش‌های ترویج و آموزش کشاورزی، سال دوم، شماره ۳.
- بابایی محمدرضا، نبی بیدهندي مهشيد، نظری قهرودی محمدمهدی (۱۳۹۵) عوامل مؤثر بر کارآفرینی دانشگاهی در پارک علم و فناوری دانشگاه تهران، کنفرانس بین‌المللی کسب و کار: فرصت‌ها و چالش‌ها، رشت، دانشگاه فنی و حرفه‌ای میرزا کوچک صومعه سرا.

<sup>۱</sup> Powersa and McDougallb

<sup>۲</sup> Bains

<sup>۳</sup> Abreu and Grinevich

- پورشریعت عیسی، محبوب حسن، مصطفایی مهرداد (۱۳۹۵) بررسی وضعیت عوامل ساختاری و کارآفرینی دانشگاهی دانشگاه های ارتش (مطالعه موردی: دانشگاه هوایی شهید ستاری، شماره ۷، ۱۲۳-۱۴۳).
- خرسندی یامچی اکبر، عارفی محبوبه، بیات نبی اله، سلیمانی مطلق خدایار، روشنی علی بنه سی حسن (۱۳۹۴) ارزیابی دانش، توانش، نگرش و خلاقیت کارآفرینی دانشجویان (مورد مطالعه: دانشگاه های اصفهان و زنجان)، مقاله ۳، دوره ۸، شماره ۲۹، بهار ۱۳۹۴، صفحه ۵۹-۸۳
- ذوالفقاری علی، حجازی سارا، فرهودی، آهو (۱۳۹۰). جایگاه شرکتهای زایشی دانشگاهی در توسعه کارآفرینی در دانشگاهها. رشد فناوری، ۷ (۲۷)، صص ۴۵ - ۵۲
- رضایی بیژن، عباسپور عباس، نیکنامی مصطفی، رحیمیان حمید، دلاور علی (۱۳۹۲) واکاوی راهکارهای بهبود کارآفرینی دانشگاهی در حوزه علوم انسانی و ارائه یک نظریه زمینه‌ای، ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، دوره ۳، شماره ۲.
- زالی محمدرضا، رضوی سید مهدی، محمدزاده پارچین عباس (۱۳۹۲) تبیین تاثیر فرهنگ سازمانی کارآفرینانه بر کارآفرینی دانشگاهی در دانشگاه تهران. فصلنامه مدیریت بازرگانی، ۱۶، صص ۱۱۴-۸
- شریف زاده محمدشریف، عبدالله زاده غلامحسین (۱۳۹۵) سازوکارها و معیارهای کارآفرینی دانشگاهی در آموزش عالی کشاورزی از دیدگاه خبرگان کارآفرینی، پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، مقاله ۱، دوره ۸، شماره ۳۸، پاییز ۱۳۹۵، صفحه ۳-۱۷
- فراهانی ابوالفضل، قاسمی حمید، محمدی نصراله (۱۳۹۴) تبیین معادله ساختاری عوامل موثر بر کارآفرینی دانش آموختگان تحصیلات تکمیلی رشته تربیت بدنی، پژوهش در ورزش تربیتی، مقاله ۵، دوره ۳، شماره ۸، صفحه ۸۹-۱۰۶
- نوروزی محمدرضا، سریع القلم نرگس (۱۳۹۵) کار آفرینی دانشگاهی شناسایی موانع کارآفرینی دانشگاهی و راهکارهای تقویت آن، مرکز انتشارات مرکز آموزش مدیریت دولتی، چاپ اول، ۱۲-۳۵.
- Abreu, M., and Grinevich, V. ۲۰۱۳. The nature of academic entrepreneurship in the UK: Widening the focus on entrepreneurial activities. *Research Policy*, ۴۲: ۴۰۸-۴۲۲
- Bains, W. ۲۰۱۵. How academics can make (extra) money out of their science. *Journal of Commercial Biotechnology*, ۱۱(۴): ۳۵۳-۳۶۳
- Debackere, K., and Veugelers, R. ۲۰۱۵. The role of academic technology transfer organizations in improving industry science links. *Research Policy*, ۳۴: ۳۴۲-۳۲۱
- Goldfarb, B., and Henrekson, M. ۲۰۱۳. Bottom-Up Versus Top-Down Policies Towards the Commercialization of University Intellectual Property. *Research Policy*, ۳۲, P: ۶۴۱
- Gurau, C., Dana, L., and Lasch, F. ۲۰۱۴. Academic entrepreneurship in UK biotechnology firms Alternative models and the associated performance. *Journal*

of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy, ۶(۲):  
۱۶۸-۱۵۴

- Jacob, M., Lundqvist, M. and Hellsmark, H. ۲۰۱۳. Entrepreneurial transformations in the Swedish University system: the case of Chalmers University of Technology. *Research Policy*, ۳۲: ۱۵۶۸-۱۵۵۵
- Jenkins, D. A., and Smith, T. E. ۲۰۱۳. Applying Delphi methodology in family therapy research. *Contemporary Family Therapy: An International Journal*, ۱۶, ۴۳۰-۴۱۱
- Link, A., Siegel, D., Wright, M., & Ensley, M. ۲۰۱۴. An empirical analysis of the propensity of academics to engage in informal university technology transfer (Working Paper in Economics, No. ۰۶۱۰). Troy, NY: Rensselaer Polytechnic Institute
- Powersa, J.B., and McDougallb, P. P. ۲۰۱۵. University start-up formation and technology licensing with firms that go public: a resource-based view of academic entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, ۲۰: ۲۹۱-۳۱۱
- Renault, C. S. ۲۰۱۶. Academic Capitalism and University Incentives for Faculty Entrepreneurship. *Journal of Technology Transfer*; ۳۱: ۲۳۹-۲۲۷
- Van Looy, B., Callaertb, J. Debackere, K. ۲۰۱۶. Publication and patent behavior of academic researchers: Conflicting, reinforcing or merely co-existing? *Research Policy*, ۳۵(۴):۵۹۶-۶۰۸
- Wood, M.S. ۲۰۱۳. A process model of academic entrepreneurship. *Business Horizons*, ۵۴, ۱۵۳-۱۶۱
- Yang, P. Y. Chang, Y. and Chen, M. ۲۰۱۶. Factors Nurturing Academic Entrepreneurship in Taiwan. *Journal of Enterprising Culture*, ۱۴(۴):۲۹۰-۲۶۷