

بررسی ارتباط سبک‌های تصمیم‌گیری و ادراک ریسک با رفتارهای کارآفرینانه در بین مدیران فرهنگی

فاطمه ناظمی^۱

مجید صفاری نیا^۲

چکیده

زمینه: مدیریت کارآفرینانه فرایند مشخص ساختن فرصت برای خلق ارزش از طریق نوآوری و غنیمت داشتن فرصت‌هاست؛ با وجود آنکه در آغاز منابع کافی وجود ندارد. این در حالی است که نقش کارآفرینی در سازمان‌های دولتی هنوز دوره طفولیت خود را می‌گذرانند.

هدف: هدف از انجام این مطالعه بررسی ارتباط و توان پیش‌بینی ادراک ریسک و خطرپذیری، سبک‌های تصمیم‌گیری در خصوص رفتارهای کارآفرینانه است.

روش پژوهش: طرح پژوهش از نوع توصیفی است که با هدف کاربردی و به روش همبستگی انجام شده است. صد و یک نفر از مدیران دستگاه‌های فرهنگی شهر تهران به صورت تصادفی انتخاب شدند که برای اجرای پژوهش از پرسشنامه رفتار کارآفرینانه، ادراک ریسک و سبک‌های تصمیم‌گیری استفاده شد.

یافته‌ها: پژوهش حاضر نشانگر این موضوع است که ادراک ریسک با رفتارهای کارآفرینانه رابطه معکوسی دارد که البته از بین رفتارهای کارآفرینانه، رفتار مربوط به شناسایی اهداف ($R = -0/266$)، $P < 0/05$ به طور معناداری با ادراک ریسک مرتبط است. همچنین از بین سبک‌های تصمیم‌گیری، سبک تصمیم‌گیری منطقی در پیش‌بینی رفتارهای کارآفرینانه نقش مؤثری دارد.

۱. دانشجوی دکتری روان‌شناسی دانشگاه پیام نور تهران (نویسنده مسئول) fatemeh.nazemi@yahoo.com

۲. دانشیار دانشگاه پیام نور تهران msaffarinia@yahoo.com

نتیجه‌گیری: طرح این موضوع توجه به مدیریت کارآفرینانه را متذکر می‌شود، به گونه‌ای که مدیریت کارآفرینانه در حیطه‌های مختلف دولتی می‌تواند زمینه‌های پیشرفت را با توجه به امکانات موجود به صورتی روزافزون فراهم کند و رکود و فرسایش در این سیستم را کاهش دهد.

کلیدواژه‌ها: ادراک ریسک، سبک تصمیم‌گیری منطقی، سبک تصمیم‌گیری شهودی، سبک تصمیم‌گیری اجتنابی، رفتار کارآفرینانه.

مقدمه

واژه کارآفرینی از کلمه فرانسوی «Entreprendre» به معنای متعهدشدن نشأت گرفته است. جان استوارت میل^۱ در سال ۱۸۴۸م. این واژه را وارد زبان انگلیسی کرد و عمل کارآفرین را هدایت، نظارت و مخاطره‌پذیری دانسته است (احمدپور داریانی، ۱۳۸۴). سکتون و کاساردا (۱۹۹۲) توانایی خلق چیزی، عملکرد بالاتر در تولید، قبول خطر و شناخت فرصت‌ها را از جمله مهارت‌های یک کارآفرین می‌دانند (وارن و نیمان^۲، ۲۰۰۵؛ نقل از رعدی، ۱۳۸۹). دراکر^۳ (۱۹۸۵) معتقد است خلاقیت و نوآوری با کارآفرینی لازم و ملزوم یکدیگرند و کارآفرینی بدون خلاقیت و نوآوری حاصلی ندارد. یک شخص خلاق، کارش فقط به رشد اقتصادی منجر نمی‌شود، بلکه نوآوری و خلاقیت از عامل‌های اصلی مواجهه با نیازهای در حال تغییر جامعه هستند؛ بنابراین، در فرایند کارآفرینی فرد کارآفرین با ایده‌های نو و خلاق، شناسایی فرصت‌های جدید و با «بسیج منابع» به ایجاد کسب و کار و شرکت‌های نو، سازمان‌های جدید، نوآور و رشد‌یابنده مبادرت می‌ورزد که همراه با پذیرش مخاطره، محصول یا خدمت جدیدی به جامعه معرفی می‌کند (استیونسون و جاریلو^۴، ۱۹۹۰؛ نقل از ذبیحی و مقدسی، ۱۳۸۵).

1. John Stuart Mill
2. Vuuran & Niemen
3. Drucker
4. Stevenson & Jarillo

کارآفرینی از منابع مهم و پایان‌ناپذیر همهٔ جوامع بشر است. منبعی که به توانِ خلاقیت انسان‌ها بر می‌گردد. از یک سو ارزان و از سوی دیگر بسیار ارزشمند و پایان‌ناپذیر است. امروزه همگان دریافته‌اند جوامعی که به فکر متکی بوده‌اند تا به منابع زیرزمینی، در بلندمدت موفق‌تر و سرفرازتر بوده‌اند. منابع زیرزمینی در کشورهای جهان سوم با وجود مزیت‌های آن، از جمله موانع توسعه‌یافتگی محسوب می‌شود. در صورتی که نبود این منابع در بعضی از کشورها باعث شده است تا آن‌ها با استفاده از نیروی فکر، خلاقیت و ابتکار یا در یک کلمه «کارآفرینی» در زمرهٔ کشورهای پیشرو قرار گیرند. خصوصاً عصر حاضر، عصر دانایی و خلاقیت و دوران تلفیق اندیشه‌ها و ابتکارهاست و توجه به کارآفرینی در توسعه و پیشرفت کشورها بسیار اهمیت دارد (برماس و همکاران، ۱۳۹۰).

فرهنگ از دیدگاه کارآفرینی مبتنی بر ساختارها و کارکردهای این بخش است. بر حسب دیدگاه کارکردی، فرهنگ در هم آمیختگی بیرونی فعالیت‌های مستقل است. از آنجا که کارآفرینی، به معنی «ارزش آفرینی» (ارزش‌های اقتصادی، اخلاقی، هنری و فرهنگی) است، «کارآفرینی فرهنگی» به معنای مدیریت روندها و فرایندهای تولید و عرضه خدمات و کالاهای فرهنگی و هنری است به گونه‌ای که نوآورانه به احیا و آفرینش ارزش فرهنگی پردازد. ارزش فرهنگی همیشه در برگیرندهٔ ارزش اقتصادی نیست، اما ارزش اقتصادی می‌تواند در برگیرنده ارزش فرهنگی نیز باشد.

کارآفرینان فرهنگی این تصور را نمی‌پذیرند که هنر حوزه‌ای خود شکوفا و خودکفاست. کارآفرینان فرهنگی تنها با محتوا آفرینی ارضا نمی‌شوند، بلکه می‌خواهند در فرایند بازاریابی و بهره‌برداری از محتوایی که ایجاد می‌کنند، سهم باشند. بنابراین، کارآفرینی فرهنگی به معنای فرایند ایده‌پردازی، فرصت‌شناسی و ایجاد کسب و کارها و تأسیس مراکز و بنگاه‌های فرهنگی است. این فرایند با یک ایدهٔ فرهنگی آغاز و به یک کسب و کار فرهنگی منتهی می‌شود.

به لحاظ تاریخی تمایلات کارآفرینانه را می‌توان در بسیاری از هنرمندان و تولیدکنندگان فرهنگی در اروپای قرون وسطی تا مجریان نمایش و مدیران اجرایی قرن پیش مشاهده کرد. در

این حالت، تولیدات فرهنگی در گفتمان‌های فرهنگی، به سمت محصول تجاری کشیده شده و راه اندازی کسب و کارهای فرهنگی را رونق بخشیده است. با توجه به تأثیرات جنگ در نیمه اول قرن بیستم روشن‌فکران، فیلسوفان و هنرمندان خود را در جوامع صنعتی شده و در رقابت و حشمتناک قدرت‌های اقتصادی برای به‌دست آوردن بازارهای جهانی بسیار ناتوان، مایوس و بی‌تأثیر می‌دیدند. تأثیرات این روند در تفسیر آنان از هنر و اثر هنری به گونه‌ای بود که آثار هنری پیچیده‌تر شد و مرزهای بین اثر هنری و غیرهنری مبهم شدند؛ هنرمندان آثار هنری فقط در پی ترغیب حس لذت‌طلبی و خط ذهنی مخاطب نبودند بلکه می‌خواستند مخاطب را حیرت زده کنند. بدین ترتیب، سبک‌ها و مکاتب فرهنگی و هنری جدید همراه با توسعه هنرها ظهور یافتند. فضاهای گوناگون فرهنگی و هنری به گونه‌ای دیگر برای بقای خود تلاش کردند. با این دید، کارآفرینی فرهنگی شکل دیگری به خود گرفت. هنر متأثر به واسطه ارتباط مستقیم با تماشاگر، سریع‌تر از سایر فعالیت‌های فرهنگی و هنری جایگاه خود را در جامعه باز کرد. پیدایش مکاتب گوناگون تئاتری مانند رومانتیک‌گرایی، واقع‌گرایی، واقع‌گرایی اجتماعی، واقع‌گرایی انتقادی- اجتماعی و متأثر سیاسی گواه صادقی بر این معناست. در این معنا، کارآفرینی فرهنگی به شکل انتقال مفاهیم اخلاقی نظیر انسانی کردن جامعه، حقیقت‌یابی زندگی انسانی و تغییر بنیادی انسان در جامعه و جهان ظاهر می‌شود (هزارجریبی، ۱۳۸۴: ۵۷).

به مرور زمان عرصه‌های دیگر فعالیت‌های فرهنگی و هنری شکل بارزتری به خود می‌گیرند. شناسایی نیاز به مخاطبان و ارائه تولید انبوه برخی آثار فرهنگی باعث ایجاد زمینه‌های کسب و کار فرهنگی می‌شود. پیامد تولید آثار دیداری و نوشتاری، ایجاد کسب و کار فرهنگی است. در این معنا کارآفرینی فرهنگی فرایند شناخت فرصت‌ها و کشف ایده‌هایی است که به کسب و کار فرهنگی منجر می‌شود. کارآفرین فرهنگی نیز در قلمرو فعالیت‌های فرهنگی از لحاظ اصول و شیوه‌ها و پیامدهای اقدام کارآفرینانه خود به کارآفرینان عرصه صنعت، خدمات و تجارت شباهت می‌یابد ولی به لحاظ محتوای فعالیت‌ها در یکی از

حوزه‌های نمایش، سینما، نقاشی، چاپ و نشر کتاب، روزنامه، مجلات و قلمروهایی مشابه فعالیت می‌کند.

در نظریه کار آفرینی فرهنگی، فرهنگ و هنر به شکل مستقیم در قالب تولیدات فرهنگی ابراز وجود می‌کنند. بنابر این، تعریف کلی کار آفرینی بر مبنای رویکرد اقتصادی عبارت است از «فرایند تولید کالاهای اقتصادی با استفاده از عوامل مختلف تولید»، از دیدگاه محقق «کار آفرینی فرهنگی به معنای تولید کالاها و خدمات فرهنگی با استفاده از عوامل مختلف تولید و خدمات است و می‌تواند به گونه‌ای ویژه، ایده فرهنگی را به سرانجام برساند». تولید و توزیع صنعت موسیقی از مثال‌های بارز کار آفرینی فرهنگی است. کارآفرینان فرهنگی با استفاده از رشد و توسعه شیوه‌های جدید تحویل و مصرف موسیقی بر ارزش محصولات خود می‌افزایند. علاوه بر ارزش محتوای موسیقی، ویژگی صنعتی آن، نحوه استفاده از موسیقی، تجربه (خرید، انتخاب و قابلیت دسترسی) و تجربه شنیداری آن (کیفیت صدا، انتقال پذیری) است که به مزایای اصلی این صنعت در کار آفرینی فرهنگی معطوف است (آنتونیک و هیسریچ^۱، ۲۰۰۴؛ شاه حسینی ۱۳۹۱).

با تلفیقی از دو تعریف فرهنگ و مدیریت، می‌توان مدیریت فرهنگی را علم و هنر اداره سازمان‌ها و مؤسسه‌های متولی امور فرهنگی دانست که به منظور ایجاد، تغییر و تکامل (تراکم عناصر فرهنگی) در فرهنگ جامعه معرفی می‌شوند. هدف نهایی مدیریت فرهنگی، اصلاح یا تقویت عناصر فرهنگ جامعه از طریق برنامه‌ریزی‌ها و فعالیت‌های فرهنگی است. بنابر این، مدیریت فرهنگی شامل همه باورها، ارزش‌ها، قوانین، سنن و بالاخره عادت‌ها و رفتار و ضوابطی می‌شود که انسان در جایگاه عضوی از جامعه فرا می‌گیرد و در قبال آن تعهداتی دارد. خصوصیات مدیر فرهنگی با ویژگی‌هایی که برای دیگر مدیران ذکر شده است بسیار تفاوت دارد. مدیران فرهنگی مجبورند اهداف تجاری خود را با مسائل مهم هنری و اجتماعی و فردی غیر تجاری تطبیق دهند. از همین روی، مدیر فرهنگی به مدیری گفته می‌شود که در

1. Antonic & Hisrich

سازمان‌های فرهنگی به طور مستقیم به سیاست گذاری، برنامه ریزی و اجرای آن دسته از برنامه‌های فرهنگی بپردازد که با مسائل هنری، اجتماعی و فردی همخوان هستند (Arancibia, 2005).

با نگرشی بر کارآفرینی، کارآفرینی فرهنگی نیز تعاریف متعددی به خود می‌گیرد. به گمان محقق، کارآفرینی فرهنگی به فرایندی گفته می‌شود که از ایده‌ای فرهنگی آغاز و به یک کسب و کار فرهنگی منجر شود. بنابر این، مدیر فرهنگی کارآفرین کسی است که به نیروی هدایت کننده و به توانایی خود اعتماد دارد و از فرصت‌ها با تغییر و نوآوری بهره می‌گیرد. اعتقادهای شخصی و آرزوها نیروهای هدایت کننده مدیر فرهنگی کارآفرین هستند که در نهایت به خلاقیت منجر می‌شود. دیگر آنکه اهداف و فعالیت‌های غیر تجاری همراه با طرح‌های شخصی و آرمان‌ها، نیروی محرک مهمی برای مدیران فرهنگی کارآفرین است. در واقع، از دید محیط بیرونی فعالیت‌هایی بی ارتباط قلمداد می‌شوند که می‌توانند وزنه مهمی در به حرکت در آوردن مدیران خلاق باشند. بدین ترتیب، فعالیت‌های فرهنگی که در امتداد با اهداف و انگیزه‌های غیر تجاری به حرکت در آورده می‌شوند، در نهایت بازده مالی به وجود می‌آورند (طالبیان، ۱۳۸۱: ۵۲).

حال در این میان در هر سازمانی رشد، موفقیت و شکست نتیجه تصمیم‌های مدیران آن سازمان است. در یک سازمان مدیران تصمیم گیرنده هستند و کیفیت این تصمیم‌ها در موفقیت به دستیابی به اهداف سازمانی تعیین کننده است.

از آنجایی که تصمیم‌گیری جوهره اصلی مدیریت را تشکیل می‌دهد، انجام درست و مؤثر وظایف مدیریت به طور کامل به آن بستگی دارد و فلسفه وجودی مدیریت، پیوندی ناگسستنی با تصمیم‌گیری ایجاد می‌کند. بنابر این، تصمیم‌گیری موضوعی با ارزش و مهم تلقی می‌شود. تخصیص منابع، شبکه ارتباطی، روابط رسمی و غیر رسمی و تحقق اهداف سازمانی به وسیله سازوکارهای تصمیم‌گیری کنترل می‌شود؛ از این رو تصمیم‌گیری به منزله کلید فهم پیچیدگی‌های سازمان و عملکردهای مدیریت است. نقش مدیریت در مجموعه‌هایی که

خلاقیت و نوآوری از ضروریات و عامل اصلی آن به شمار می‌رود، بسیار مهم و حساس است؛ زیرا مدیر می‌تواند توانایی و استعداد خلاقیت و نوآوری را در افراد ایجاد، ترویج و تشویق کند و رفتار و عملکرد آن‌ها می‌تواند مانع این امر حیاتی شود (حقایق، ۱۳۸۰؛ سرافرازی، ۱۳۸۹). مدیران بنا بر ضرورت حرفه‌ای تصمیم‌گیری می‌کنند و کیفیت این تصمیم‌ها می‌تواند تعیین‌کننده موقعیت سازمان برای دستیابی به اهداف سازمان باشد. خلاقیت نیز یکی از ابعاد شناختی فرد است که بر نحوه تصمیم‌گیری مدیران تأثیرگذار است.

تفاوت در شبکه‌های تصمیم‌گیری به خلاقیت فردی مدیران بستگی دارد. اثر نوع خلاقیت بر مهارت مدیران از نظر خود مدیر و دیگران و بهره‌برداری از این مهم نقش بسزایی در بهبود تصمیم‌گیری ایفا می‌کند.

تصمیم‌گیری اصل مدیریت است؛ زیرا مدیر تمامی وظایف خود را با تصمیم‌گیری انجام می‌دهد. اگر هدف گذاری، سیاست گذاری، تعیین استراتژی، تعیین قوانین، مقررات و راه و روش کار، انتخاب و استخدام نیروی انسانی، تعیین وظایف و مسئولیت‌های مرئوس و همچنین سرپرستی، کنترل و ارزیابی عملکرد آن‌ها را از جمله وظایف مدیر به شمار آوریم لازمه همه این موارد تصمیم‌گیری است (سعادت، ۱۳۷۲).

مهارت در تصمیم‌گیری کلید برنامه‌ریزی توفیق‌آمیز در سطوح است. این امر تنها شامل انتخاب یک برنامه کار نیست زیرا قبل از اینکه انتخابی انجام شود، لااقل باید سه مرحله شناخت مؤثر مسایل، کشف راه‌حل‌ها، تجزیه و تحلیل موقعیت‌ها انجام شده باشد (سرافرازی، ۱۳۸۹). کوونتز^۱ (1989) معتقد است که تصمیم‌گیری، اصل و اساس برنامه‌ریزی را تشکیل می‌دهد زیرا بدیهی است طرح، برنامه، سیاست و خط مشی نمی‌تواند وجود داشته باشد مگر اینکه کسی در جایی تصمیمی گرفته باشد.

کست معتقد است تصمیم‌گیری و هماهنگ کردن عملیات هم راستا با اهداف سازمان نیز نقش مهمی دارد و دسترسی به اطلاعات صحیح و کافی به خصوص در موقعیت و شرایط

1. Koontz

پیچیده می‌تواند عامل بسیار مؤثری در تصمیم‌گیری باشد. به گفته برنارد تصمیم‌گیری، اصل و اساس وظایف مدیر را تشکیل می‌دهد و مهارت او در تصمیم‌گیری، کارایی وظایف و کیفیت خدمات را نمایان می‌کند.

تصمیم‌گیری، جوهر شغل مدیریت است. وظایف اصلی مدیریت برنامه‌ریزی، سازماندهی، کارگزینی، رهبری و نظارت است که انجام هر کدام مستلزم تصمیم‌گیری‌هایی است. مثلاً چه برنامه‌ای اجرا شود و چه هدف‌هایی در نظر گرفته شود. در هیچ جایی به اندازه مرحله برنامه‌ریزی، به تصمیم‌گیری مؤثر احساس نیاز نمی‌شود و همان‌طور که ملاحظه می‌شود برنامه‌ریزی، احتیاج به تصمیم‌گیری عملاً فعالیت است که در تمام وظایف پنج‌گانه مدیریت به کار می‌رود و شامل موارد زیر است: الف) تشخیص مشکل اصلی، ب) تهیه راه حل‌های مختلف، ج) فنون تجزیه تحلیل راه حل‌ها، و) اتخاذ تصمیم.

اسکات و بروس^۱ (۱۹۹۵) در مطالعات خود پیرامون سبک تصمیم‌گیری افراد و عوامل مؤثر بر آن، بر ویژگی‌های درونی و تفاوت‌های فردی افراد توجه بسیاری کرده است و بر این اساس چهار سبک تصمیم‌گیری را تحت عنوان سبک‌های عمومی تصمیم‌گیری ارائه کرده‌اند. این چهار سبک عبارت‌اند از: سبک تصمیم‌گیری عقلانی، سبک تصمیم‌گیری شهودی، سبک تصمیم‌گیری وابسته و سبک تصمیم‌گیری اجتنابی.

سبک تصمیم‌گیری افراد بیانگر الگوی عاداتی است که آنان در هنگام تصمیم‌گیری استفاده می‌کنند. به عبارت دیگر، سبک تصمیم‌گیری هر فرد رویکرد شخصیت او در درک و واکنش به وظیفه تصمیم‌گیری خود است.

چهار سبک تصمیم‌گیری زیر را اسکات و بروس به منزله سبک‌های عمومی تصمیم‌گیری ارائه کرده‌اند:

1. Scott & Bruce

- سبک تصمیم‌گیری عقلانی: این سبک بیانگر تمایل تصمیم‌گیرنده است به شناسایی تمامی راهکارهای ممکن، ارزیابی نتایج هر راهکار از تمامی جنبه‌های مختلف و در نهایت انتخاب راهکار بهینه و مطلوب توسط تصمیم‌گیرنده در هنگام مواجهه با شرایط تصمیم‌گیری.
 - سبک تصمیم‌گیری شهودی: فرایندی ناخودآگاه است که در سایه تجربه‌های استنتاج شده به دست می‌آید. در این شیوه تصمیم‌گیری فرد تصمیم‌گیرنده منطق روشنی در رابطه با درست بودن تصمیم خود ندارد، بلکه با تکیه بر بینش و فراست درونی است و خود آن چیزی را که فکر می‌کنند درست است انجام می‌دهند.
 - سبک تصمیم‌گیری وابسته: این سبک بیانگر نبود استقلال فکری و عملی تصمیم‌گیرنده و تکیه بر حمایت‌ها و راهنمایی‌های دیگران در هنگام تصمیم‌گیری است.
 - سبک تصمیم‌گیری اجتنابی: افرادی که از سبک تصمیم‌گیری اجتنابی برخوردارند، در هنگام مواجهه با مسئله تا آنجا که امکان‌پذیر باشد تصمیم‌گیری را به تعویق می‌اندازند و از هر گونه واکنش نسبت به مسئله طفره می‌روند. بنابر این، سبک تصمیم‌گیری اجتنابی را می‌توان تلاش و تمایل فرد تصمیم‌گیرنده به اجتناب از اتخاذ هرگونه تصمیم و تا حد امکان دوری از موقعیت‌های تصمیم‌گیری تعریف کرد.
- در کنار این موضوع اساسی و مهم قابلیت‌ها، ظرفیت‌ها و توانمندی‌هایی وجود دارد که از جمله ویژگی‌های رفتاری یک کارآفرین تلقی می‌شود. مدیر فرهنگی کارآفرین همواره به دنبال تغییر است. تغییراتی که بر ترجیح‌های ذهنی مخاطب اثر گذار باشد و به نیاز او سمت و سو بدهد. تغییر در ترجیح‌ها، تغییر در ارزش‌ها و باورهای مصرف‌کننده کالا و خدمات فرهنگی است. رفتار مدیر فرهنگی کارآفرین این چنین خود را نمایان می‌کند.
- در طی سالیان متمادی محققان کارآفرینی به دنبال ویژگی‌ها و خصوصیات کارآفرینان در مقایسه با افراد غیر کارآفرین بوده‌اند. در نتیجه فعالیت‌های به‌دست آمده، ویژگی‌ها و خصوصیات کارآفرینان به سه دسته تقسیم شده است:

الف) ویژگی‌های مربوط به صفات شخصیتی کارآفرینان در دو بُعد روان‌شناختی و جمعیت‌شناختی (دموگرافیکی) که در این ویژگی به خصوصیات نسبتاً ثابت شخصیتی اشاره می‌شود.

ب) ویژگی‌های مربوط به رفتار کارآفرینان با عنوان رویکرد رفتاری کارآفرینان. در چنین رویکردی فعالیت‌ها و ویژگی‌های نسبتاً متغیر رفتاری کارآفرینان مبنای تعریف و بازشناسی قرار گرفته است.

ج) ویژگی‌های مربوط به رفتار کارآفرینان در محیط‌های مختلف با نگرش بر رفتار اقتضایی کارآفرینان ویژگی‌های شخصیتی از آن روی اهمیت دارد که در نهایت به رفتار منجر می‌شود. ویژگی‌های شخصیتی نسبتاً ثابت است و آنچه تغییر می‌یابد، ویژگی‌های رفتاری است. این ویژگی‌ها در طول زمان و بر حسب باورها و ارزش‌های موجود در جامعه ارزش‌های خانوادگی و گروه‌های اجتماعی تأثیر پذیرفته و تغییر می‌یابد. بر این اساس، مدیر فرهنگی کارآفرین با توجه به ملاحظات باورها و ارزش‌های جامعه، فعالیت‌ها و ویژگی‌های نسبتاً متغیر رفتاری کارآفرینی را از خود بروز می‌دهند.

در طبقه‌بندی که از عملکرد مدیران فرهنگی به دست آمده است، قابلیت‌های مدیر فرهنگی کارآفرین از جمله ویژگی‌های شخصیتی یک کارآفرین تلقی می‌شود. سرمایه‌گذاری در متنوع کردن کالاها و خدمات فرهنگی، زمینه آفرینش ارزش فرهنگی را فراهم آورده و بر ترجیح‌های ذهنی مخاطب آن‌گونه که خواهان آن است تأثیر می‌گذارد. نتیجه آنکه یافتن جایگاه و ثبات وضعیت بازار، جملگی از ویژگی‌های عملکردی یک مدیر فرهنگی کارآفرین خواهد بود.

در هر صورت، انسان‌ها همگی دارای استعداد خلاقیت و نوآوری هستند، اگرچه به اهم متفاوت‌اند. اما در مجموع می‌توان ویژگی‌ها و خصوصیات افراد خلاق را چنین برشمرد: تیزهوشی، علاقه به مسائل علمی، هنری، فرهنگی و اجتماعی به طور وسیع، داشتن اندیشه عمیق درباره مسائل انتزاعی، حساسیت نسبت به مسائل اجتماعی و سیاسی، انعطاف‌پذیری،

داشتن بیانی طنزآلود، کنجکاوی، ریسک‌پذیری، استقلال طلبی، دارای ثبات عاطفی بالا، اعتماد به نفس بالا، مسئولیت‌پذیری و در نهایت در فکر و عمل از اصالت و نوآوری بیشتری برخوردار است (عبدلهی، ۱۳۸۷).

پژوهش‌های انجام شده در خصوص کارآفرینی در کارهای پائولین^۱ «که از سال ۱۹۸۰» شروع شده قابل مشاهده است (هزار جریبی، ۱۳۸۴).

پائولین در تحقیقات کارآفرینی چهار روند را معرفی کرد. روند اول: مطالعات در خصوص کارآفرین و ویژگی‌های روان‌شناختی و جامعه‌شناختی شخصیت و رفتار اوست. روند دوم: فرایند کارآفرینی در سطح شرکت و ساز و کارهای تشکیل نوپاست. روند سوم: در این طبقه بندی ارتباط کارآفرینی با جامعه است و در آخر نیز روندهای جانبی همچون آموزش تحقیقات و نقش دولت در کارآفرینی قرار دارند. به‌طور کلی وی نتیجه‌گیری کرد که گرچه تحقیقات اولیه غیرتجربی و قیاسی بوده است اما روند تکامل به سوی تحقیقات نظام‌مند در حال شکل‌گیری است و شیوه‌های استنتاجی و تبیینی و استفاده از همبستگی متغیرها بیش از پیش استفاده می‌شود (احمد پور، ۱۳۸۲).

به‌گونه‌ای که در مطالعه راپوز، پاکو و فری^۲ (۲۰۰۸) ویژگی‌های فردی، ریسک‌پذیری، نیاز به موفقیت، مرکز کنترل، اعتماد به نفس و خوش‌بینی، انگیزه سود، خلاقیت در خصوص ابعاد نگرش کارآفرینانه شناسایی شدند. موریسون^۳ (۲۰۰۰) ریسک‌ناپذیری، خلاقیت و تصمیم‌گیری سریع را عنوان می‌کند.

نوئل^۴ (۲۰۰۵) توفیق طلبی، نوآوری، استقلال طلبی، اعتماد به نفس و شناسایی فرصت را مطرح می‌کند. نتایج مطالعات رابینسون و همکاران^۵ (۱۹۹۱) و مک کله لند^۱ (۱۹۶۱) نیز نتایج مشابهی را ارائه کرده‌اند.

-
1. paolin
 2. Raposo,Paco,Ferreira
 3. Morrison
 4. Noel
 5. Robinson

نتیجه پژوهش کردنائیج و همکاران (۱۳۸۶) که باهدف طراحی ابزار سنجش ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان ایرانی صورت گرفته بود، نشان داد که هشت عامل ریسک‌پذیری، کانون نظارت، نیاز به پیشرفت، سلاست فکری، عمل‌گرایی، تحمل ابهام، رویاپردازی و چالش طلبی از جمله ویژگی‌های مهم کارآفرینان ایرانی است (نقل از رعدی، ۱۳۸۹).

حسینی و همکاران (۱۳۸۸) نیز در پژوهش خود به منظور مطالعه عوامل تأثیرگذار بر کار آفرینی دانشجویان کشاورزی استان تهران انجام گرفته است نشان داد، آموزش فوق برنامه مرتبط با مهارت شغلی، روش تدریس خلاق و محتوای مناسب دروس دانشگاهی از مهم‌ترین عوامل هستند.

سرمدی و همکاران (۱۳۸۸) در مطالعه خود به بررسی رابطه متغیرهای باورهای هوشی، عزت نفس و انگیزه‌های پیشرفت با کارآفرینی در دانشجویان دانشگاه پیام نور پرداخته است. این تحقیق که بروی ۸۴۸ نفر دانشجو صورت گرفت نشان داد که همبستگی انگیزه پیشرفت، عزت نفس و باورهای هوشی با کارآفرینان معنادار است. نتایج تحلیل رگرسیونی نیز نشان داد که متغیرهای پیش بین این پژوهش (باورهای هوشی، عزت نفس و انگیزه پیشرفت) توانایی پیش بینی واریانس متغیر ملاک را دارا هستند.

شکر کن و برومند نسب (۱۳۸۱) نیز در مطالعه خود به ارتباط کارآفرینی و انگیزه پیشرفت و عزت نفس اشاره کرده است.

کلانتری و همکاران (۱۳۸۳) که به بررسی مقوله کارآفرینی در دانش‌آموختگان در عرصه نشریات و مطبوعات پرداخته است، در یک تحقیق میدانی با حجم نمونه ۲۸۶ نفر علاوه بر شناسایی مشخصات فردی شاغلان در مطبوعات به ویژگی‌هایی از جمله دارا بودن مدرک دانشگاهی، داشتن انگیزه فردی و ریسک‌پذیری نیز اشاره می‌کند.

چری^۱ و همکاران در سال ۲۰۰۸ در مطالعه خود به بررسی قابلیت دانشجویانی پرداخت که در رشته کارآفرینی تحصیل می‌کردند و توانمندی‌هایی که آنان در دوره تحصیل کسب می‌کنند تا برای ایجاد شغل و کارآفرینی از آن‌ها استفاده کنند را مطرح می‌کنند.

در مطالعه صادقی (2012) هدف معرفی یک مدل در خصوص کارآفرینی مبتنی بر خصوصیات و ویژگی‌های افراد است. این خصوصیات شامل توانایی فرصت‌سازی، منبع کنترل، خطرپذیری، نیاز به موفقیت، عمل‌گرایی، توانایی مقابله با چالش و یادگیری مداوم است.

در نگاهی کلی منطبق با نظریات ارائه شده در زمینه عوامل تأثیرگذار بر انتخاب و جهت‌گیری کارآفرینی دیدگاه عمده بسیاری از تحقیقات و مطالعات انجام شده مبتنی بر صفات شخصیتی و رویکرد مبنی بر نگرش است.

نحوه تصمیم‌گیری یکی از متغیرهایی است که در شرایط گوناگون در بین افراد مختلف بسیار کارگشا است. این وضعیت به گونه‌ای است که مدیران به طور قطع ناگزیرند تحت هر شرایطی برای پیشبرد اهداف سازمان تصمیم‌گیری کنند. حتی در شرایط عدم اطمینان که اطلاعات مدیر بسیار اندک و ناچیز بوده و نتیجه تصمیم‌های او غیر قابل پیش‌بینی است. بنا بر این، در سیستم مدیریت کارآفرینی شبکه‌های عمومی تصمیم‌گیری اهمیت بسیاری دارد.

این موضوع در حالی است که در بررسی مطالعات پیشین در مورد رابطه میان مشخصات و ویژگی‌های مدیران با فرایند تصمیم‌گیری راهبردی این نتیجه به دست آمد که تعداد مطالعات در این زمینه بسیار محدود است. برای نمونه از ۲۷ مورد مطالعات انجام شده در مورد تأثیر ویژگی‌های مدیر بر فرایند تصمیم‌گیری تنها در دو مورد رابطه خطرپذیری مدیر با فرایند تصمیم‌گیری بررسی و به آن توجه شد که آن هم به یافته‌هایی متضاد منتهی شده است.

هیت و تیلو^۱ (1991) معتقدند که بین خطرپذیری مدیر و فرایند تصمیم‌گیری رابطه معناداری وجود ندارد. در حالی که پاپا راکیس^۲ و همکاران (1998) بر این عقیده‌اند: خطر

1. Carry

پذیری مدیر با فرایند تصمیم‌گیری بر اساس قواعد مشخص رابطه‌ای معنادار و منفی دارد (نورانی، ۱۳۸۹).

طالبی و امامی (۲۰۱۱) نیز در پژوهشی در حوزه مقایسه تصمیم‌گیری کارآفرینان با تجربه و کم تجربه بر اساس قالب‌دهی ریسکی، دریافتند که کارآفرینان با تجربه از ریسک تعدیل شده‌تری در مقایسه با کارآفرینان نوظهور برخوردارند و نیز کارآفرینان نوظهور سوگیری زیادتری به سمت اثر اجتناب از ضرر داشته‌اند.

فرهنگ، گذشته از نگرش بر ادراک و رفتار نیز اثرگذار است. امروزه گسترش لگام گسیخته صنایع فرهنگی در کشورهای رو به توسعه بر پایه نیازها نیست و در بیشتر موارد با شرایط محلی هماهنگی ندارد و با هویت فرهنگی این کشورها در چالش است. در این کشورها بیشتر پیام‌های فرهنگی با ارزش و کم مانند به حاشیه رانده شده است و رفته رفته اهمیت خود را از دست می‌دهد. بنا بر این، باید هر چه بیشتر از این واقعیت آگاه بود که کارآفرینی در گستره فرهنگ و هنر که بازتاب دهنده ارزش‌های فرهنگی هر جامعه است برآیند یک فرایند تولید منطقی ویژه است که باید شناسایی شود و در جهانی که آگاهانه یا ناآگاهانه سرگرم تبادل فرهنگی است؛ فرهنگی که به منزله یک نیاز اجتماعی رفتارسازی می‌کند یکی از راه‌های پاسداری از هویت و فرهنگ ملت‌ها تقویت صنعت فرهنگ از راه بها دادن به کارآفرینی فرهنگی به عنوان ابزار توسعه است. بنا بر موضوعات بیان شده پرداختن به متغیرهای وابسته برای پدیدآیی شرایط کارآفرینی در حیطه‌های فرهنگی بسیار مهم و ضروری است. از این منظر سؤالی که در این پژوهش مطرح می‌شود این است که آیا بین سبک‌های تصمیم‌گیری و ادراک ریسک با رفتار کارآفرینی در بین مدیران فرهنگی رابطه وجود دارد؟

سؤالات تحقیق

- ۱- آیا بین شبکه‌های تصمیم‌گیری و رفتارهای کارآفرینانه در بین مدیران فرهنگی رابطه معناداری وجود دارد؟
- ۲- آیا شبکه‌های تصمیم‌گیری می‌تواند به صورت معناداری رفتارهای کارآفرینانه را پیش‌بینی کند؟
- ۳- آیا بین ادراک ریسک و رفتارهای کارآفرینانه در بین مدیران فرهنگی رابطه معناداری وجود دارد؟

جامعه و نمونه آماری

از آنجا که هدف پژوهش حاضر تعیین رابطه رفتار کارآفرینانه، ریسک‌پذیری و شبکه تصمیم‌گیری مدیران فرهنگی است. با توجه به ماهیت موضوع، روش تحقیق پیمایشی و از لحاظ روابط بین متغیرهای پیش‌بین و ملاک از نوع مطالعات همبستگی بود. جامعه آماری این تحقیق عبارت است از کلیه مدیران دستگاه‌های فرهنگی شهر تهران که در سال ۹۳-۹۴ مشغول به فعالیت هستند. از این میان با استفاده از فرمول محاسباتی کوکران از ۱۳۰ نفر به صورت تصادفی برای شرکت در مطالعه دعوت به عمل آمد. این در حالی بود که از میان ۱۳۰ پرسشنامه توزیع شده ۱۰۱ برگه عودت داده شد. بنا بر این، داده‌های به دست آمده از ۱۰۱ نفر از مدیران تجزیه و تحلیل شد.

به منظور جمع‌آوری اطلاعات از چهار پرسشنامه استفاده شد که شامل موارد زیر است:

۱. پرسشنامه شناسایی کارآفرین (طالبی و امامی، ۱۳۸۸): این پرسشنامه مشتمل بر پنج سؤال است که طالبی و امامی (۱۳۸۸) از آن استفاده کردند. در این پرسش‌نامه که به صورت پنج گزینه‌ای طراحی شده است بر اساس نظر خبرگان حداقل امتیاز لازم برای شناسایی کارآفرین ۱۷ از ۲۵ است. به منظور ارزیابی پایایی پرسشنامه با محاسبه ضریب آلفای کرونباخ، ضریب ۰/۸۳ محاسبه شد.

۲. پرسشنامه رفتار کارآفرینانه (شفیع آبادی و فکری، ۱۳۹۰): این پرسشنامه ۲۰ سوالی به صورت دو گزینه‌ای (بلی و خیر) طراحی شده است. حداقل نمره کسب شده در این پرسشنامه صفر و حداکثر نمره ۲۰ تعیین شده است. این پرسشنامه مشتمل بر پنج خرده مقیاس ۱- تصمیم‌گیری ۲- شناخت فرصت‌ها ۳- تعیین ساختار ۴- تأمین منابع و شرایط ۵- تعیین اهداف و استراتژی است.

ضریب اعتبار پرسشنامه با استفاده از روش دو نیمه کردن ۰/۷۲ محاسبه شده است و ضرایب اعتبار کل آزمون و خرده مقیاس‌هایش نیز با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شد؛ به گونه‌ای که ضریب آلفای کرونباخ برای کل آزمون ۰/۹۰ است که ضریب بالا و قابل قبولی است. به علاوه ضریب آلفای محاسبه شده برای هر خرده مقیاس بالای ۰/۷۰ است که ضریب قابل قبولی است. تقسیم‌بندی سؤالات و ضریب آلفا برای هر کدام از خرده مقیاس‌ها به ترتیب برای خرده مقیاس تصمیم‌گیری با چهار سؤال و با ضریب ۰/۷۶، خرده مقیاس شناخت فرصت‌ها با چهار سؤال و ضریب ۰/۷۶۵، خرده مقیاس تعیین ساختار با دو سؤال و ضریب ۰/۷۶۸، خرده مقیاس تأمین منابع و شرایط با پنج سؤال و ضریب ۰/۷۶۶، خرده مقیاس تعیین اهداف و راهبردها با پنج سؤال و ضریب ۰/۸۵ محاسبه شده است (فکری و شفیع آبادی، ۱۳۹۱). ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شده در این مطالعه ۰/۸۳ اندازه‌گیری شد.

۳. پرسشنامه سبک‌های تصمیم‌گیری (اسکت و به روس، ۱۹۹۵): این پرسشنامه مشتمل بر ۲۳ گزاره است که به صورت مقیاس لیکرت از کاملاً موافقم تا کاملاً مخالفم پاسخ داده می‌شود. برای نمره گذاری آن پاسخ‌ها به ترتیب از ۱ تا ۵ نمره گذاری می‌شود و جمع نمره‌های گزاره‌های ۲۳ گانه نمره کل را تشکیل می‌دهد. این پرسشنامه چهار سبک تصمیم‌گیری را در قالب سبک تصمیم‌گیری منطقی با هشت سؤال، سبک تصمیم‌گیری اجتنابی با هفت سؤال، سبک تصمیم‌گیری وابسته با پنج سؤال و سبک تصمیم‌گیری شهودی با پنج سؤال می‌سنجد. به منظور اندازه‌گیری و بررسی اعتبار پرسشنامه از آلفای کرونباخ استفاده شده است. در مطالعه حاجی زاده مقدم (۱۳۸۷) آلفای کرونباخ ۰/۷۱ محاسبه شد که این میزان

نشان دهنده این است که پرسشنامه سبک تصمیم‌گیری از پایایی خوبی برخوردار است. همچنین پایایی ابزار در مطالعه حیدری (۱۳۹۱) برای هر کدام از خرده‌مقیاس‌ها به ترتیب سبک عقلانی ۰/۷۷، سبک شهودی ۰/۷۸، سبک وابسته ۰/۷۶، سبک اجتنابی ۰/۸۳ محاسبه شد. ضریب آلفای محاسبه شده در این مطالعه ۰/۷۵ بود.

۴. ادراک ریسک (Benthin, 1993): این آزمون، آزمون هفت گزاره‌ای است که به صورت مقیاس لیکرت از کاملاً موافق تا کاملاً مخالف است. پاسخ‌ها به ترتیب از ۱ تا ۵ نمره گذاری می‌شود. ضریب آلفای کرونباخ برای مقیاس ادراک ریسک برابر است با ۰/۸۹ محاسبه شده است. متخصصان علوم شناختی روایی محتوایی پرسشنامه را نیز تأیید کرده‌اند (زارع و عرب شیبانی، ۱۳۹۰) ضریب آلفای محاسبه شده در این مطالعه ۰/۷۱ است.

روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

در این مطالعه به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش‌های توصیفی و روش همبستگی پیرسون استفاده شده است. علاوه بر این به منظور بررسی توان پیش‌بینی متغیرها از تحلیل رگرسیون چندگانه استفاده شده است.

یافته‌های پژوهش

نتایج به‌دست آمده در این مطالعه از نمونه متشکل از ۱۰۱ نفر از مدیران فرهنگی شهر تهران فراهم شده است. افراد شرکت‌کننده میانگین سنی ۴۰ و ۶۳ درصد مرد و ۳۵ درصد زن و با سطح تحصیلات لیسانس ۴۱/۶ درصد، فوق لیسانس ۴۹/۵ درصد و دکتری ۷/۹ درصد در این پژوهش شرکت داشتند.

جدول ۱. مشخصات توصیفی متغیرهای کارآفرینی، سبک‌های تصمیم‌گیری و ادراک ریسک

متغیرها	متغیرها	تعداد	حداقل	حداکثر	میانگین	انحراف معیار
سبک تصمیم‌گیری	منطقی	۱۰۱	۷	۴۰	۳۲/۷۵	۴/۵۷۵
	وابسته	۱۰۱	۸	۲۵	۱۹/۲۵	۲/۸۶۸
	اجتنابی	۱۰۱	۱۴	۳۱	۲۲/۸۳	۳/۶۳۳
	شهودی	۱۰۱	۲۴	۲۹	۱۵/۹۶	۲/۷۸۲
	ادراک ریسک	۱۰۱	۱۲	۲۸	۱۹/۴۸	۲/۸۳۸
	کارآفرینی	۱۰۱	۷	۲۵	۱۷/۸۶	۳/۴۳
	رفتارهای کارآفرینی	۱۰۱	۰	۲۰	۱۰/۱۵	۶/۶۷۰

بر اساس نتایج به دست آمده در جدول ۱ سبک تصمیم‌گیری منطقی با بیشترین میانگین سبک غالبی است که مدیران فرهنگی از آن در تصمیم‌گیری‌های خود بهره می‌برند. همچنین بر اساس میانگین به دست آمده در میزان شناسایی کارآفرین و رفتارهای کارآفرینانه نتایج بیانگر این است که در رفتارهای مدیران فرهنگی به طور متوسط رفتارهای کارآفرینانه و کارآفرینی مشاهده می‌شود.

جدول ۲. ارتباط همبستگی بین وجود کارآفرینی و رفتارهای کارآفرینی

متغیرها		رفتار کارآفرینی		تصمیم‌گیری		شناخت فرصت		ایجاد ساختارها		شناسایی منابع		تعیین اهداف	
df	R	df	R	Df	R	df	R	Df	R	df	R	df	r
۱۰۰	**۰/۴۸۵	۱۰۰	**۰/۴۹۹	۱۰۰	**۰/۳۴۶	۱۰۰	**۰/۳۵۷	۱۰۰	**۰/۴۳۱	۱۰۰	**۰/۴۲۵	۱۰۰	**۰/۴۲۵

جدول ۳. ارتباط سبک‌های تصمیم‌گیری منطقی و رفتارهای کارآفرینانه در بین مدیران

متغیرها	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷
سبک تصمیم‌گیری منطقی	۱						
رفتار کارآفرینانه	*۰/۲۴۳	۱					
تصمیم‌گیری	۰/۱۹۱	**۰/۷۷۳	۱				
شناخت فرصت	۰/۰۹۲	**۰/۸۲۵	**۰/۴۸۶	۱			
تعیین ساختار	۰/۰۹۴	**۰/۷۶۰	**۰/۴۹۸	**۰/۶۲۶	۱		
تأمین منابع	*۰/۳۰۴	**۰/۹۳۱	**۰/۶۷۳	**۰/۶۸۰	**۰/۶۵۰	۱	
اهداف	*۰/۲۷۶	**۰/۹۲۱	**۰/۶۲۹	**۰/۶۷۹	**۰/۶۳۶	**۰/۸۶۴	۱

* $P < 0.05$ ** $P < 0.01$

همان‌طور که نتایج به دست آمده در خصوص ارتباط بین سبک‌های تصمیم‌گیری و رفتارهای کارآفرینی نشان می‌دهد، از بین سبک تصمیم‌گیری ارتباط بین سبک منطقی با رفتارهای کارآفرینانه ($r=0.24$ ، $P < 0.05$) و زیر مقیاس تأمین منابع ($r=0.304$ ، $P < 0.05$) و اهداف ($r=0.276$ ، $P < 0.05$) معنادار است. ارتباط بین سایر سبک‌های تصمیم‌گیری و رفتارهای کارآفرینانه معناداری نبود.

نتایج مربوط به بررسی توان پیش‌بینی سبک‌های تصمیم‌گیری در خصوص تغییرهای رفتارهای کارآفرینانه در جدول ۴ و ۵ ارائه شده است.

جدول ۴. تحلیل رگرسیونی سبک‌های تصمیم‌گیری و خرده مقیاس شناسایی منابع در رفتارهای کارآفرینی

متغیرها	R	R ²	F	B	T	Sig
منطقی	۰/۳۶۴	۰/۱۳۲	۲/۳۶۷	۰/۳۴۹	۲/۳۲۸	<۰/۰۵
وابسته				-۰/۰۴۳	-۰/۲۸۱	NS
اجتنابی				-۰/۲۲۷	-۱/۵۸۱	NS
شهودی				۰/۰۸۱	۰/۵۶۶	NS

جدول ۵. تحلیل رگرسیونی سبک‌های تصمیم‌گیری و خرده‌مقیاس اهداف رفتارهای کارآفرینی

متغیرها	R	R ²	F	B	T	Sig
منطقی	۰/۳۵۰	۰/۱۲۳	۲/۱۶۶	۰/۲۹۰	۱/۹۲۷	<۰/۰۶
وابسته				۰/۰۰۸	-۰/۰۵۳	NS
اجتنابی				-۰/۲۶۰	-۱/۰۰۸	<۰/۰۸
شهودی				۰/۱۵۶	۱/۰۸۲	NS

در خصوص تحلیل رگرسیونی سبک‌های تصمیم‌گیری و رفتارهای کارآفرینانه تنها سبک تصمیم‌گیری منطقی ($\beta=۰/۲۲۳$ ، $p<۰/۰۵$) تغییرهای خرده‌مقیاس ارزیابی منابع را در بین رفتارهای کارآفرینانه به طور معناداری پیش‌بینی می‌کند. همان‌طور که در جدول ۵ نیز عنوان شده است چهار سبک تصمیم‌گیری توانایی پیش‌بینی معناداری در رفتارهای کارآفرینی نداشتند. البته در این میان ذکر این نکته حائز اهمیت است که سبک تصمیم‌گیری منطقی و اجتنابی تا اندازه‌ای می‌توانند تغییرهای تعیین اهداف را پیش‌بینی کنند، اگرچه این ارتباط معنادار نبود.

تفاوتی که بین نتایج به‌دست آمده در خصوص سبک منطقی و اجتنابی نیز می‌تواند اطلاعات تکمیلی را در اختیار ما بگذارد و آن شیب رگرسیونی منفی به‌دست آمده در خصوص سبک تصمیم‌گیری اجتنابی است.

نتایج حاصل از آزمون همبستگی پیرسون برای پاسخگویی به این سؤال که آیا بین ادراک ریسک و رفتارهای کارآفرینانه با یکدیگر مرتبط هستند؟ در جدول ۶ ارائه شده است.

جدول ۶. ارتباط ادراک ریسک و رفتارهای کارآفرینانه در بین مدیران فرهنگی

متغیرها		رفتار کارآفرینی		تصمیم‌گیری		شناخت فرصت		ایجاد ساختارها		شناسایی منابع		تعیین اهداف	
df	R	df	R	Df	R	Df	R	Df	R	Df	R	df	R
۱۰۰	۰/۰۳۹	۱۰۰	۰/۰۳۷	۱۰۰	۰/۰۳۷	۱۰۰	-۰/۱۱۴	۱۰۰	-۰/۰۹	۱۰۰	-۰/۱۶۳	۱۰۰	*-۰/۲۶۶

* $p<۰/۰۵$

از بین رفتارهای کارآفرینانه، تعیین اهداف با ادراک ریسک ($r = -0/266, P < 0/05$) به طور معناداری همبسته است. نکته قابل توجه در خصوص این رابطه این است که با وجود نبود روابط معنادار بین سایر متغیرهای روابط منفی بین ادراک ریسک و رفتارهای کارآفرینانه نشان از این است که هر چه ادراک ریسک بیشتر باشد رفتارهای کارآفرینانه کمتر مشاهده می‌شود.

جدول ۷. ارتباط سبک‌های تصمیم‌گیری و ادراک ریسک در بین مدیران فرهنگی

متغیرها	۱	۲	۳	۴	۵
تصمیم‌گیری منطقی	۱				
تصمیم‌گیری وابسته	**۰/۵۹۱	۱			
تصمیم‌گیری اجتنابی	*۰/۲۳۹	**۰/۲۹۳	۱		
تصمیم‌گیری شهودی	۰/۱۳۴	*۰/۲۳۶	**۰/۵۱۱	۱	
ادراک ریسک	۰/۰۵۲	۰/۱۳۹	*۰/۲۲۳	۰/۱۱۸	۱

** $P < 0/01$

* $P < 0/05$

نتایج حاصل از آزمون همبستگی پیرسون برای پاسخگویی به این سؤال که آیا بین هر یک از سبک‌های تصمیم‌گیری و ادراک ریسک در مدیران رابطی معنادار وجود دارد؟ در جدول ۷ ارائه شده است. همان‌گونه که مشاهده می‌شود سطح معناداری آزمون همبستگی بین سبک تصمیم‌گیری اجتنابی و ادراک ریسک ($r = 0/223, P < 0/05$) معنادار است.

بحث و نتیجه‌گیری

همان‌طور که از نتایج پژوهش حاضر بر می‌آید، یافته‌های این پژوهش در قالب متغیرهای مرتبط با رفتارهای کارآفرینانه مطرح شده است. این متغیرها به سه مقوله: متغیرهای شخصیتی، سبک‌های تصمیم‌گیری و خطرپذیری اختصاص دارد. در این مطالعه رفتارهای کارآفرینانه در قالب پنج مقوله: ۱- تصمیم‌گیری ۲- اهداف ۳- تعیین ساختار ۴- شناخت ۵- تأمین منابع و شرایط دسته‌بندی شده‌اند. در ابتدا با بررسی انجام شده بر روی شناسایی میزان کارآفرینی در بین مدیران فرهنگی، نتایج نشان داد که در نمونه آماری این مطالعه میزان کارآفرینی بالاتر از

میانگین است. در بررسی ارتباط انواع رفتارهای کارآفرینی با میزان کارآفرینی، معناداری ارتباط پنج مقوله رفتاری با مقیاس اندازه‌گیری کارآفرینی نشان از این دارد که به خوبی بروز این رفتارها در فرد وجود کارآفرینی را تبیین می‌کند. نتایج مقوله‌های رفتاری در جدول ۲ ارائه شده است.

در ادامه در خصوص ارتباط سبک‌های تصمیم‌گیری و رفتارهای کارآفرینی فرض بر این بود که سبک‌های تصمیم‌گیری منطقی ارتباط معناداری با رفتارهای کارآفرینی دارد. همان‌طور که جدول ۳ نشان می‌دهد، ارتباط سبک تصمیم‌گیری منطقی با خرده‌مقیاس تأمین منابع و شرایط و تعیین اهداف معنادار شناخته شد. به نظر می‌رسد که افراد کارآفرین در بین مدیران فرهنگی از سبک تصمیم‌گیری عقلانی در خصوص اهداف کارآفرینی و تعیین منابع و شرایط لازم در جهت کارآفرینی استفاده می‌کنند. با وجود اینکه در خصوص متغیرهای وابسته به رفتارها و نگرش‌های کارآفرینی مطالعات متعددی انجام شده است، ابعاد کارآفرینانه مختلفی که شناسایی شده بیشتر معطوف به نیاز به موفقیت، مرکز کنترل، خلاقیت، استقلال طلبی، شناسایی فرصت‌ها، اعتماد به نفس و خصوصیات فردی است. در بین این مطالعات، پژوهش موریسون (2000) است که تصمیم‌گیری سریع را جزء ابعاد مرتبط با کارآفرینی می‌داند. با توجه به این موضوع و همچنین خطرپذیری که مؤلفه مهمی در بین افراد کارآفرین محسوب می‌شود، این نکته مطرح می‌شود که افراد کارآفرین بیشتر به شیوه تصمیم‌گیری آنی و سریع عمل می‌کنند. در شرایطی که مبهم می‌باشد و سود و زیان آن در گرو عوامل خارج از کنترل است. این در حالی است که نتایج مطالعه حاضر با نتایج مطالعه موریسون همخوان نیست. از آنجا که سبک تصمیم‌گیری غالب در بین مدیران فرهنگی سبک تصمیم‌گیری عقلانی و منطقی بود، این رابطه قابل توجیه است؛ از طرفی بر حسب این موضوع که حیطة تصمیم‌گیری‌های مدیران در زمینه فرهنگ است به نظر می‌رسد مدیران سعی می‌کنند با احتیاط بیشتر و در نظر گرفتن جوانب مختلف تصمیم بگیرند که البته این خود در بسیاری شرایط امکان خطر کردن را کاهش می‌دهد.

در تکمیل این نتایج با تحلیل رگرسیونی بین شبکه‌های تصمیم‌گیری و رفتارهای کارآفرینانه مشخص شده که شبکه تصمیم‌گیری منطقی توان پیش‌بینی رفتارهای کارآفرینی شناخت منابع و شرایط را دارد. همان‌طور که جدول ۴ نشان می‌دهد شبکه تصمیم‌گیری عقلانی و منطقی از توان بالاتری برای پیش‌بینی این دسته رفتار برخوردار است. این موضوع مبین این مسئله است که در خصوص رفتار کارآفرینانه مربوط به منابع و شرایط پرداخت کار مدیران از شبکه تصمیم‌گیری منطقی بیشتر استفاده می‌کنند. در مقابل شبکه تصمیم‌گیری اجتنابی با $B = -0/227$ به شیوه معکوس این دسته رفتار را پیش‌بینی می‌کنند. مشابه همین شرایط در خصوص خرده رفتار کارآفرینانه تعیین اهداف در جدول ۵ عنوان شده است. تعیین اهداف نیز نیازمند تصمیم‌گیری عقلانی می‌باشد. با توجه به نتایج بدست آمده باید گفت مدیرانی که معتقدند باید بر اساس رویکرد عقلانی و به صورت منطقی تصمیم‌گیری نمود، در دنیای کنونی و در شرایط واقعی تصمیم‌گیری که از پیچیدگی و تغییر و تحولات بسیاری برخوردار است و نمی‌توان به صورت کاملاً بخردانه و با پیروی از یک رویکرد عقلانی محض تصمیم‌گیری نمود از اتخاذ هر گونه تصمیم خودداری می‌کنند.

از طرف دیگر متغیری که به عنوان یک مؤلفه مهم در مطالعات مختلف در حیطه کارآفرینی مطرح شده است خطرپذیری می‌باشد. این موضوع با توجه به تحقیق چی کو (1996) مبنی بر گرایش بیشتر به ریسک‌پذیری در افراد با تمایل کارآفرینانه و نتیجه تحقیق هوارد (2004) مبنی بر وجود رابطه مستقیم بین قابلیت ریسک‌پذیری و توانایی کارآفرینی و همچنین در بررسی توجه به ابعاد نگرش کارآفرینانه کتاب‌های مدل آموزش کارآفرینی در بعد شناختی به ترتیب ۴۴۰ مرتبه (۶۱/۲) به ریسک‌پذیری، ۱۴۰ مرتبه به فرصت‌شغلی، ۸۲ مرتبه به خلاقیت، ۳۹ مرتبه به توفیق‌طلبی و ۱۸ مرتبه به اعتماد به نفس توجه شده است. روشن است، همین وضعیت در ابعاد عاطفی و رفتاری نیز به چشم می‌خورد به گونه‌ای که ریسک‌پذیری همواره در رتبه اول است. همخوان و هماهنگ یافت شد.

نتایج مطالعه حاضر با توجه به این موضوع که در خصوص متغیر خطر پذیری، منظور از درک ریسک سطح درک فرد کارآفرین از ریسک، در نظر گرفته شده است. ارتباط این متغیر با رفتارهای کارآفرینی و میزان کارآفرینی معکوس است.

از بین رفتارهای کارآفرینی رفتار مربوط به تعیین هدف رابطه معکوس و معنی دار با ادراک ریسک دارد. این بیانگر آن است که هر چه فرد درک بیشتر از ریسک داشته باشد و کمتر به خطر و ریسک اقدام کند رفتار کارآفرینانه در او کمتر به چشم می‌خورد. مطابق با نتایج سایر مطالعات وجود خطر پذیری و پذیرش خطر تسهیل کننده کارآفرین است. نتایج مطالعه حاضر با مطالعات در خصوص عوامل مرتبط با کارآفرینی هماهنگ است. از جمله آن می‌توان به نتایج مطالعات راپوز، پاکو و فری یرا (2008)، چری (2008)، صادقی (2012)، کردنائیچ (1383) و کلاتری (1383) اشاره داشت که به اهمیت ریسک پذیری و ارتباط آن با کارآفرینی پرداخته است. البته لازم به ذکر است که معنادار نشدن ارتباط بین ریسک‌پذیری و سایر مؤلفه‌های کارآفرینی از این باب که این مدیران غالباً دولتی بودند و از آنجا که هنوز اقدامات کارآفرینانه در بین نهادهای دولتی بسیار نوظاست و عملکرد ضعیفی دارد به همین خاطر ریسک‌پذیری در خصوص تأمین منابع، تعیین ساختار و ایجاد فرصت چندان نمودی نداشته است و در حد ایده‌پردازی و تعیین اهداف ظاهر شده است.

موضوع دیگری که در این مطالعه به آن پرداخته شده بررسی ارتباط متغیرهای دموگرافیک شامل سن، تحصیلات و سبک‌های تصمیم‌گیری، رفتارهای کارآفرینانه و ادراک ریسک است. بر اساس ضرایب کای دو به دست آمده سطح تحصیلات با رفتارهای کارآفرینانه ارتباط معناداری دارد. همچنین این ارتباط بین سطح تحصیلات با سبک‌های تصمیم‌گیری نیز به چشم می‌خورد. با این حال ارتباط معناداری بین سطح تحصیلات و ادراک ریسک دیده نشد. البته این نتایج با نتایج مطالعات گذشته از جمله یارائی (1383) متفاوت است. به گونه‌ای که در این مطالعه ارتباطی بین متغیرهای دموگرافیک و کارآفرینی مشاهده نشد. البته در خصوص ارتباط متغیرهای دموگرافیک و سبک‌های تصمیم‌گیری نیز باید گفت نتایج پژوهش حاضر با نتایج

تحقیق هادی مقدم (۱۳۸۷) و همچنین نظر اسکات و به روس در خصوص ماهیت درون فردی و شخصیتی سبک‌های عمومی تصمیم‌گیری مخالف است. بر طبق نظر سطح تحصیلات که ماهیتاً درونی نیست نقش مؤثری در تعیین سبک تصمیم‌گیری افراد بر اساس سبک عمومی تصمیم‌گیری ندارد.

نتیجه دیگری نیز که در این مطالعه به دست آمده است، نتایج مربوط به جدول ۷ است که به ارتباط بین سبک‌های تصمیم‌گیری و ادراک ریسک می‌پردازد. در تحقیق حاضر فرض بر این بود که مطابق مطالعه زارع و شیبانی (۱۳۹۰) بین سبک تصمیم‌گیری منطقی و ادراک ریسک ارتباط معناداری وجود داشته باشد. در حالی که مطابق نتایج به دست آمده در جدول ۷ تنها سبک تصمیم‌گیری اجتنابی با ادراک ریسک ($r = 0/223$, $P < 0/05$) ارتباط معناداری دارد. این موضوع را بدین شکل می‌توان تفسیر کرد که در بین افراد کارآفرین آنان که از ادراک ریسک بالاتری برخوردارند به منظور اجتناب از ضرر از سبک‌های تصمیم‌گیری اجتنابی بیشتر استفاده می‌کنند. نتیجه به دست آمده در خصوص ادراک ریسک و سبک تصمیم‌گیری با مطالعه طالبی (2011) هماهنگ است. بنا بر این، به نظر می‌رسد در بین مدیران فرهنگی دولتی از سبک تصمیم‌گیری شهودی که با ادراک ریسک پایین و در عین حال خطر پذیری بالا مرتبط است استفاده می‌کنند و این خود در پایین بودن سطح کارآفرینی در این حوزه مؤثر است.

بر اساس نتایج به دست آمده می‌توان تبیین کلی از سبک تصمیم‌گیری مدیران فرهنگی کارآفرین ارائه داد. نکته حائز اهمیت و بدیع در تحقیق حاضر این است که علاوه بر پرداختن به مؤلفه‌های مرتبط با رفتارهای کارآفرینی سعی شده تا به بررسی و طرح موضوع کارآفرینی در بین مدیران دولتی پردازد موضوعی که امروزه کمتر به آن پرداخته می‌شود. به گونه‌ای که مدیریت کارآفرینی در حیطه‌های مختلف دولتی می‌تواند زمینه‌های پیشرفت را به صورتی مفیدتر فراهم کند. امید است تا با توجه به این موضوع و در پیش گرفتن سیاست‌های کارآفرینانه پویایی چشمگیری را در شرایط دولتی شاهد باشیم. البته با وجود محدودیت‌های

موجود در این طرح که از جمله آن می‌توان به تعداد محدود نمونه‌های مورد مطالعه اشاره کرد.

پیشنهادها

با رفع محدودیت موجود در این طرح، مطالعه در خصوص موضوع کارآفرینی در مؤسسه‌های دولتی با حجم نمونه بیشتری اجرا شود.

با شناسایی و مطالعه متغیرهای مرتبط با رفتارهای کارآفرینی در سازمان‌های دولتی امکان اقدامات مؤثری فراهم می‌شود به گونه‌ای که شرایطی فراهم شود تا در انتخاب مدیران نیز بتوان آن‌ها را لحاظ کرد.

علاوه بر این با شناسایی سایر عوامل درونی و متغیرهای شخصیتی مرتبط با رفتارهای کارآفرینی در زمینه‌های مختلف در سطح جامعه می‌توان از فرصت‌های موجود خصوصاً در سازمان‌های دولتی و نیروی انسانی موجود استفاده کرد.

همچنین با پرداختن به استراتژی‌های و راه‌کارهای مؤثر به منظور فائق آمدن بر مشکلات و محدودیت‌های موجود در مسیر ظهور رفتارهای کارآفرینانه چه در نهادهای دولتی و غیر دولتی نیز می‌توان در فراهم سازی بستر مناسب کمک کرد.

منابع

- انصاری، منوچهر؛ احمدپور داریانی، محمود؛ بهروز آذر، زهرا (۱۳۸۹). ویژگی‌های فردی اثر گذار توسعه کار آفرینی اجتماعی در مؤسسه خیریه استان تهران. مدیریت توسعه کارآفرینی، ۸، ۳۷-۶۴.
- احمد پور داریانی، محمود (۱۳۸۴). کارآفرینی (تعاریف/ نظریات/ الگوها). تهران: پردیس. چاپ ششم.
- برماس، حامد؛ مهرابی، فاطمه؛ حسینی اصلی، فاطمه (۱۳۹۰). بررسی تأثیر مشاوره شغلی بر تغییر نگرش و افزایش رفتار کارآفرینانه و اشتغال زایی دانشجویان. فصلنامه تازه‌های روان‌شناختی صنعتی-سازمانی، ۲(۷)، ۸۷-۹۵.
- سعادت، اسفندیار (۱۳۷۶). مدیریت منابع انسانی، چاپ دوم. تهران، انتشارات سمت.
- سرافرازی، مهرزاد، سپهرنیا، رزیتا، کاووسی، اسماعیل (۱۳۸۹). تأثیر خلاقیت بر بهبود تصمیم‌گیری مدیران «مطالعه موردی». ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، ۱(۱)، ۸۵-۹۷.
- سرمدی، محمدرضا؛ محبوبی، طاهر. عبدالله زاده، حسن (۱۳۸۸). بررسی رابطه متغیرهای باورهای هوشی، عزت نفس و انگیزه پیشرفت با کارآفرینی در دانشجویان دانشگاه پیام نور استان آذربایجان شرقی و غربی. فصلنامه علمی- پژوهشی روان‌شناسی دانشگاه تبریز، ۴(۱۴)، ۵۶-۸۲.
- شاه حسینی، علی و گل بابا زاده، صدیقه (۱۳۹۱). شناسایی مؤلفه‌های کارآفرینی در مدیران فرهنگی کشور. گروه پژوهشی فرهنگی و اجتماعی، ۱۲۵-۱۳۵.
- شکر کن، حسین؛ برومند نسب، مسعود، نجاریان، بهمن و شهنی بیلاق، منیجه (۱۳۸۱). بررسی رابطه چند گانه خلاقیت، انگیزه پیشرفت و عزت نفس با کارآفرینی در دانشجویان دانشگاه شهید چمران اهواز. مجله علوم تربیتی و روان‌شناسی شهید چمران اهواز، ۳(۹)، ۱-۱۴.
- حسینی، سید محمود؛ حسینی، فرج الله؛ و سلیمانپور، محمدرضا (۱۳۸۸). عوامل تأثیر گذار بر کارآفرینی دانشجویان دانشکده‌های کشاورزی استان تهران. علوم ترویج و آموزش کشاورزی ایران، ۵(۲)، ۱۰۱-۱۱۱.
- حیدری، الهام؛ مرزوقی، رحمت الله (۱۳۹۱). بررسی و مقایسه سبک‌های عمومی تصمیم‌گیری در مدیران دانشگاه: مطالعه موردی دانشگاه شیراز. فصلنامه رهیافتی نو در مدیریت آموزشی، ۳(۴)، ۸۴-۶۷.

- سلجوقی، خسرو (۱۳۸۸). فرهنگ کارآفرینی، کارآفرینی فرهنگی اهمیت و ضرورت جایگاه. فصلنامه علوم اجتماعی، ۵۸، ۲۳-۷۵.
- ذبیحی، محمدرضا و مقدسی، علیرضا (۱۳۸۵). کارآفرینی از تئوری تا عمل. مشهد: جهان فردا، نما.
- رعدی افسوران، نقی (۱۳۸۹). مطالعه قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان دانشگاه شهید چمران اهواز. مجله علوم تربیتی دانشگاه شهید چمران اهواز، ۶(۱۷)، ۱۰۳-۱۲۸.
- زارع، حسین و اعراب شیبانی، خلیل (۱۳۹۰). بررسی اعتبار و روایی پرسشنامه سبک‌های تصمیم‌گیری در دانشجویان ایرانی. پژوهش‌های روان‌شناختی. سال چهاردهم، شماره ۲ (پیاپی ۲۸)، زمستان ۱۳۹۰، ۹۷-۱۱۲.
- طالبی، کامبیز؛ امامی، امیر؛ حسینیان، سیمین؛ یزدی، منور (۱۳۸۸). مقایسه تصمیم‌گیری کارآفرینان و غیر کارآفرینان در شرایط عدم اطمینان. فصلنامه اقتصاد و تجارت نوین، ۱۷ و ۱۸، ۲۳-۴۷.
- طالبان، احمدرضا (۱۳۸۱). کارآفرینی اجتماعی، ماهنامه تدبیر، ۱۲۸.
- علیمردی، مصطفی؛ عربیون، ابوالقاسم. ولاری، امیر (۱۳۹۰). تحلیل محتوای کتاب‌های مدل آموزش کارآفرینی از بعد میزان توجه به نگرش کارآفرینانه. کار و جامعه، ۱۳۶، ۶۸-۸۱.
- عبداللهی، ابوطالب (۱۳۸۷). نقش مدیران و سازمان‌ها در خلاقیت و نوآوری. حصون، ۱۶، ۱۵۱-۱۶۳.
- فکری، کاترین؛ شفیق آبادی، عبدالله؛ نورانی پور، رحمت الله (۱۳۹۱). ساخت و اعتبار یابی رفتار کارآفرینانه برای مشاوره شغلی. پژوهش‌های روان‌شناسی بالینی و مشاوره، ۲(۱)، ۱۵۳-۱۶۴.
- کلاتتری، احمد؛ ربانی، رسول؛ و هزارجریبی، جعفر (۱۳۸۳). بررسی میزان کارآفرینی دانش‌آموختگان در عرصه نشریات و مطبوعات. فصلنامه علوم اجتماعی، ۲۳، ۱۷۱-۱۸۹.
- نورانی، محمود (۱۳۸۹). تأثیر خطرپذیری مدیران بر فرایند عقلانی تصمیم‌گیری (مورد مطالعه) مؤسسات صنایع غذایی استان تهران. فصلنامه مطالعات کمی در مدیریت، ۷۹، ۱-۱۰۱.
- هزار جریبی، جعفر (۱۳۸۲). توسعه کارآفرینی و دانش‌آموختگان. فصلنامه پژوهش و برنامه ریزی در آموزش عالی. شماره ۳۰، ۱۵۹-۱۷۴.
- هزار جریبی، جعفر (۱۳۸۴). کارآفرینی. چاپ اول، تهران، انتشارات پژوهشکده امور اقتصادی.
- یارائی، علیرضا (۱۳۸۳). بررسی روحیات کارآفرینی در بین دانشجویان دانشگاه شیراز. پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت صنعتی. دانشگاه شیراز.

- Arancibia, E. (2005). Entrepreneurship in value chains of non- timber forest products. forest policy journal.
- Carry, C., Marques, C.S., & Nogueira, F. (2008). Tracking student entrepreneurial potential, personal attributes and the propensity for business start-ups after graduation in a Portuguese university. Problems and perspectives in management, 6(4), 45-53.
- Drucker, P. (1985). The discipline of innovation. Harvard Business Review, May-june-67-72.
- Hacklin, F., Wallnofer, M. (2012). The business model in the practice of strategic decision making, insight from a case study management decision, 50(2), 166-188.
- Kanellos, N.S. (2013). Exploring the characteristics of knowledge based entrepreneurs in Greece. Procedia social and behavioral sciences, 37, 337-344.
- Koontz, H. & Weirich, H. (1989). Management (9th ed). New York McGraw-Hill book Co.
- McClelland, D. (1961). The achieving society; Princeton: NJ, Van Nostrand.
- Morrison, A. (2000). Entrepreneurship: what triggers it? International journal of entrepreneurial behavior & research, 6(2), 59-71.
- Noel, J. (2005). Toward a cultural model of indigenous entrepreneur attitude. No5, available: <http://amsreview.org/articles/Lindsay05-2005>.
- Raposo, M., Paco, A. & Ferreira, J. (2008). Entrepreneur's profile: a taxonomy of attitude and motivation of university students. Journal of small business and enterprise development, 15, 406-416.
- Robinson, P. B., Hueifer, J. C., & Hunt, H. R. (1991). Entrepreneurial research on student subjects does not generalize to real world entrepreneurs. Journal of small business management, 29, 42-50.
- SimpehTK, N. (2011). Entrepreneurship theories and empirical research: a summary review of the literature. European journal of business and management, 3(6), 1-9.
- Shepherd, D. A. (2012). Multilevel entrepreneurship research: opportunities for studying entrepreneurial decision making. Journal of management, 37(2), 412-420.
- Sadeghi, D., & Sadeghi, S. (2012). A typology model for creativity manager based on reference points and their characteristics. Procedia social and behavioral science, 47, 2219-2224.