

« فراسوی مدیریت »

سال پنجم - شماره ۲۰ - بهار ۱۳۹۱

ص ص ۱۰۰ - ۷۹

بررسی ویژگی‌های کارآفرینی در بین دانشجویان دانشگاه‌های ایران

دکتر یونس بادآور نهندی^۱

مصطفی زارعی^۲

چکیده

هدف اصلی این پژوهش بررسی و کشف ویژگی‌ها و مشخصات کارآفرینی در بین دانشجویان دانشگاه‌های ایران و ارزیابی گرایش کارآفرینی آنان از طریق مقایسه بین دانشجویان کارآفرین محور و دانشجویانی که میل کمتری به کارآفرینی دارند می‌باشد. نمونه این پژوهش به صورت تصادفی احتمالی ساده از بین دانشجویان کارشناسی سه دانشگاه ایران، انتخاب شده است. با تفکیک دانشجویان کارآفرین از غیرکارآفرین، ویژگی‌های کارآفرینی بین این دو گروه از دانشجویان بررسی و مقایسه شده است. نتایج حاکی از آن بود که به جز ویژگی‌های خوداتکایی و تحمل ابهام، در سایر ویژگی‌های ذکر شده، دانشجویان کارآفرین دارای سطوح بالاتری بودند. این پژوهش دیدگاه‌هایی در مورد آموزش و پرورش کارآفرینی ارائه می‌نماید، به عنوان نمونه، به منظور دستیابی به کارآفرینی بهتر، کدام ویژگی‌های کارآفرینی توسعه داده شود.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی، خوداتکایی، آموزش، نوآوری

۱. عضو هیأت علمی (استادیار) گروه حسابداری، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران (نویسنده مسؤول)

yb_nahandi@yahoo.com

۲. کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی مؤسسه غیرانتفاعی الغدیر تبریز (mzmanager65@Yahoo.com)

مقدمه

رویکرد اکثر کشورهای جهان در دهه‌های اخیر به موضوع کارآفرینی^۱ و توسعه آن، در دنیا موجب گردیده تا موجی از سیاست‌های توسعه کارآفرینی ایجاد شود. کشورهای مختلف، راه‌حلی را که طی سه دهه گذشته برای فائق آمدن بر مشکلات مختلف اقتصادی و اجتماعی به آن روی آورده‌اند، توسعه فرهنگ کارآفرینی، انجام حمایت‌های لازم از کارآفرینان، ارائه آموزش‌های مورد نیاز به آنان و انجام تحقیقات و پژوهش‌های لازم در این زمینه بوده است. تأمل در وضعیت اقتصادی و روند مراحل پیشرفت و توسعه در کشورهای پیشرفته و در حال توسعه که به موضوع کارآفرینی توجه نموده‌اند، نشانگر آن است که این کشورها توانسته‌اند به پیشرفت‌های چشمگیری در زمینه‌های مختلف اقتصادی و اجتماعی دست یابند و یا حداقل بحران‌های پیش آمده را به سلامت پشت سر گذاشته و بحران‌هایی که وقوع آنها را در آینده پیش‌بینی می‌کردند، مهار نمایند. از جمله این کشورها می‌توان به ایالات متحده، کشورهای اتحادیه اروپایی، کشورهای جنوب شرق آسیا، چین، برخی از کشورهای آمریکای لاتین و اقیانوسیه را نام برد. در واقع تحقق فرآیند کارآفرینی، به دست افرادی صورت می‌گیرد که میل شدیدی به کامیابی دارند و سخت کوشی، پافشاری، ریسک‌پذیری، دورنماسازی خارق‌العاده از جمله ویژگی‌ها و امتیازات روحی و روانی آنها می‌باشد. در واقع کارآفرین فردی است که با ایده و فکر جدید و از طریق ایجاد یک کسب و کار مبادرت به معرفی محصول جدیدی در جامعه می‌کند. اصولاً این گونه افراد در کلیه جوامع حضور دارند و یک بستر و زمینه مناسب، حضور آنان را پررنگ‌تر می‌سازد (احمدپور داریانی، ۱۳۸۴، ۱۵۶).

کشورهای پیشرفته از دهه‌های قبل و برخی از کشورهای در حال توسعه نیز از دهه‌های اخیر، با توجه به نقش مؤثر و مثبت کارآفرینان اقتصادی در توسعه جامعه، بهره‌برداری از این ظرفیت را جهت مواجهه با معضلاتی نظیر رکود، تورم و عدم اشتغال مورد توجه قرار داده‌اند که این توجه در حد تدوین استراتژی‌ها، سیاست‌ها، و برنامه‌های عملی جهت گسترش روحیه و رفتار کارآفرینانه، آموزش و مشاوره، ایجاد فضای مناسب برای فعالیت کارآفرینان در عرصه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی، رفع موانع، ایجاد

¹. entrepreneurship

ارتباط و همکاری بین آنها و تسهیل دستیابی آنان به بازارهای جهانی بوده و نتایج قابل توجهی را نیز در پی داشته است (همان منبع، ۱۵۷).

تحقیقات زیادی نوع ویژگی‌های کارآفرینان را مورد بررسی و آزمون قرار داده‌اند. برخی تحقیقات، کنترل داخلی، میل به پیشرفت و میزان تحمل ابهام را به عنوان عوامل تعیین کننده کارآفرینی در نظر گرفته‌اند و همچنین، در برخی تحقیقات دیگر میل به پیشرفت، ریسک پذیری، و نوآوری، به عنوان عوامل متمایز کننده کارآفرینان از مدیران در کسب و کارهای کوچک، مورد استفاده قرار گرفت. در این تحقیق از شش ویژگی کارآفرینی (ریسک‌پذیری حساب‌شده، مرکز کنترل داخلی، استقلال، خلاقیت و نوآوری، حس توفیق طلبی یا نیاز به توفیق و قدرت تحمل ابهام) به منظور تعریف و بررسی ویژگی‌های کارآفرینی دانشجویان استفاده شده است.

ریشه‌های معرفی و شناخت کارآفرینان، به قرن هجدهم در کشور فرانسه بر می‌گردد. زمانی که ریچارد کانتیلون^۱ اقتصاددان فرانسوی، فعالیت خطرپیشگی را به کارآفرینی ارتباط داد. ریچارد کانتیلون در حدود سالهای ۱۷۳۰ میلادی، برای اولین بار کارآفرین را به عنوان یکی از عوامل مطرح در توسعه فعالیت‌های اقتصادی مطرح کرد. پس از وی ژان باتیست سی^۲ (۱۸۰۳) و ژوزف شومپیتر^۳ (۱۹۴۳)، درباره کارآفرینی و تأثیر آن بر توسعه اقتصادی نظریاتی ارائه نموده‌اند. شومپیتر، اقتصاددان برجسته‌ی اوایل قرن بیستم، کارآفرینی را به عنوان موتور محرکه‌ی رشد اقتصادی معرفی کرده و به بررسی جنبه‌های مختلف آن پرداخت. از دیدگاه وی ارائه کالایی جدید، ارائه روشی جدید در فرآیند تولید، گشایش بازاری تازه، یافتن منابع جدید و ایجاد هرگونه تشکیلات جدید در صنعت و نظایر آن از فعالیت‌های کارآفرینان است (Salehi, 2004, 17). مطالعات او در مورد توسعه‌ی اقتصادی و کارآفرینی، تأثیر بسزایی بر تحقیقات بعدی، داشته است، به نحوی که وی را پدر علم کارآفرینی می‌نامند.

پیتر دراکر^۴ (۱۹۸۵)، می‌گوید کارآفرین کسی است که فعالیت کوچک اقتصادی را با سرمایه خود شروع می‌کند و ارزش‌ها را تغییر و ماهیت آنها را دچار تحول می‌نماید

۱. Richard cantillon

۲. SAY. J.B(1803)

۳. Joseph Schumpeter(1943)

۴. Drucker, p(1985)

(Bygrave & Hofer, 2007, 13). هیسریچ^۱ (۱۹۸۸) معتقد است کارآفرینی فرآیند خلق چیزی نو، با صرف وقت و تلاش بسیار و پذیرش خطرات مالی، روحی و اجتماعی برای بدست آوردن منابع مالی، رضایت شخصی و استقلال است (هیستریچ و پیترز، ۱۳۸۳، ۱۲).

ویلیام بای گریو^۲ (۲۰۰۴) می‌گوید کارآفرین فرصتی را یافته و سازمانی را راه‌اندازی می‌کند و فرایند کارآفرینی تمام فعالیت‌ها و عملیات آن سازمان با منظور پیگیری آن فرصت‌ها را در بر می‌گیرد (ابراهیمی و همکاران، ۱۳۸۵، ۴۳).

اگر بخواهیم تعاریف بالا را جمع‌بندی نماییم، کارآفرینی را می‌توان مجموعه فعالیت‌هایی در جهت خلاقیت، نوآوری و مخاطره‌پذیری دانست. وجود فرهنگ کارآفرینی از اهمیت بسیار بالایی در رفع بیکاری در اقتصاد یک کشور دارد. کارآفرین به دنبال ایجاد شغل از طرف دولت یا سایر بخش‌های خصوصی نیست. کارآفرین با درک و شناخت فرصت‌های موجود و استفاده مناسب و بهینه از منابع و امکانات محصولاتی با هزینه کمتر تولید می‌نماید. وی نه تنها خودش شاغل می‌شود، بلکه برای سایر افراد نیز فرصت‌های شغلی می‌آفریند. علاوه بر نقشی که در تولید دارد، سبب کاهش نرخ بیکاری بدون نیاز به سرمایه‌گذاری دولت برای ایجاد اشتغال می‌گردد.

برخی از صاحب‌نظران علم کارآفرینی را وراثتی می‌دانند که قابل یاددهی و یادگیری نخواهد بود. این نظریه تأثیر آموزش مهارت‌های کارآفرینی را برای توسعه‌ی این دانش کاملاً منتفی می‌داند. ولی با تغییرات در فضای اقتصادی دنیا و شکل‌گیری نسل جدیدی از کارآفرینان نواندیش که با بهره‌گیری از دانش روز زمینه شکوفایی و پذیرش در بازارهای گوناگون را ایجاد کردند، باعث رشد انفجارگونه‌ی فعالیت‌های کارآفرینی در اقتصاد و بالطبع نظریه‌ی توارثی بودن کارآفرینی جای خود را به کارآفرینی آموزشی بدهد. روند رشد کارآفرینی در دهه هشتاد و به دنبال آن توسعه‌ی آموزش‌های تخصصی کارآفرینی در دهه‌ی ۹۰، نشان می‌دهد که آموزش‌های کارآفرینی موجب تحول در نسل‌های کارآفرینی و ارتقاء سطح مهارت‌های کارآفرینی به ویژه در طراحی راهبردهای کسب و کار و مدیریت بنگاه داری شده است. به رغم وجود بحث‌های مختلف و اظهار نظرهای متضاد، اکثر مطالعات در سطح خرد و کلان نشان داده‌اند که کارآفرینی قابل آموزش و یادگیری است. برخی مطالعات در سطح خرد نشان داده‌اند که

^۱.Histrich(1988)

^۲. B, G, William

افراد شرکت کننده در این گونه دوره‌های آموزشی نسبت به کسانی که در دیگر دوره‌های شغلی شرکت کرده اند، کسب و کارهای بیشتری را راه اندازی کرده‌اند. مطالعات سطح کلان نیز نشان داده که آموزش دانش و مهارت‌های کارآفرینانه بر افزایش نرخ راه‌اندازی و رشد بنگاه‌های اقتصادی اثر مستقیم و مثبت دارد و باعث توسعه‌ی اقتصادی و بهبود کمی و کیفی بنیان‌گذاران کسب و کارهای جدید خواهد شد (Klofsten, 2009, 68). دیوید مک‌کله‌لند^۱ از اولین روان‌شناسانی بود که با این فرض که کارآفرینان نیاز به توفیق بالایی دارند، دوره‌های آموزشی متعددی را طراحی کرد تا این نیاز را در افراد تقویت کند، هم چنان که او از آموزش این دوره‌ها به بازرگانان هندی نیز نتایج مثبتی را دریافت کرد.

آموزش کارآفرینی می‌تواند یکی از مؤثرترین شیوه‌ها برای تسهیل انتقال جمعیت فارغ‌التحصیلان به بازار کار باشد. مطالعات در اروپا در این باره نشان داده است که چنین آموزش‌هایی توانسته است افراد را مسؤولیت پذیرتر به بار آورد و آنها را تبدیل به کارآفرین یا متفکران حوزه‌ی کارآفرینی کند و به طور موفقیت آمیزی در چالش‌های کسب و کار، موفق و خطرپذیر کند. در نتیجه نرخ بیکاری و شکست کسب و کارها کمتر شده است (Urbano & Et al, 2008, 240). هیستریک و پیترز^۲ (۲۰۰۲)، اهداف آموزش کارآفرینی را از دیدگاه شرکت کنندگان بررسی کردند. ویژگی‌هایی که شرکت کنندگان تأکید داشتند در این دوره‌ها گنجانده شود بیشتر عملی و بر پایه‌ی بهبود احتمال موفقیت افراد جهت گیری شده بود. برخی دیگر از اهداف اصلی یادگیری کارآفرینی دانشجویان شامل توسعه‌ی شناخت نقاط ضعف و قوت انواع کسب و کار به همراه فرصت‌هایی برای ارزیابی مهارت‌های لازم به منظور راه‌اندازی و اداره‌ی کسب و کار در خود فرد بود (هیستریک و پیترز، ۱۳۸۳، ۱۳). علاوه بر این آگاهی و اطلاع از اصول بازاریابی، تامین مالی، برنامه ریزی، سازمان‌دهی، خلاقیت و کسب منابع نیز ذکر شده بودند.

تحقیقات لوروکس و ون‌هوینز^۳ (۲۰۰۴)، نیز که بر روی ۲۲۰ کارآفرین مشتاق و در حال آموزش انجام شده بود مطابق با یافته‌های تحقیقات هیستریک و پیترز می‌باشد (Colette & Et al, 2005, 37).

1. McClelland

2. Histrich and Peters

3. Loroux and Niev Wenhuizezen

دیلت و فول^۱ (۲۰۰۶)، تلاش کردند تا نشان دهند که مقوله های آموزش در آماده سازی دانشجویان برای حرفه ای کارآفرینی نسبت به سایر روش ها، موفق تر عمل می کند. آنها دریافتند، چالش های عمده ای پیش روی ارزیابی آموزش کارآفرینی وجود دارد. از یک طرف گزینش معیارهای ارزیابی و از طرف دیگر ارزیابی مؤثر آنها و به طور خاص توجه به تأثیر زمان و متغیرهای فرهنگی از آن جمله اند. با توجه به معیارهای ارزیابی همانند برنامه ای آموزشی، ارزیابی دانش خاص یا مهارت های فراگیری شده و اندازه گیری چگونگی درک دانشجویان از تکنیک ها و مفاهیم کلیدی، امکان پذیر است. به منظور سنجش رفتار شرکت کنندگان، استفاده از الگوهای طولی ضروری است (Dilts & Fowler, 2006, 59).

با توجه به این که نتایج تحقیقات متعدد در کشورهای مختلف دنیا نشان داده است که بخش عمده دانش، بینش، مهارتها و تواناییهای مرتبط با خصلت و رفتار کارآفرینی اکتسابی و قابل آموزش است، این موضوع به عنوان یک عامل بسیار مهم و تأثیرگذار در توسعه اقتصادی مورد عنایت خاص دانشگاهها و محافل توسعه در کشورهای پیشرفته و در حال توسعه قرار گرفته، به طوری که تنها در آمریکا در بیش از ۶۰۰ دانشکده و دانشگاه دوره های آموزش کارآفرینی ارائه می گردد (احمدپور دریانی، ۱۳۸۴، ۱۶۱). آماده سازی افراد به منظور فعالیت موفق در بازار کار خوداشتغالی به نحوی که زمینه ساز و کمک کننده توسعه اقتصادی باشند، نیازمند برنامه ها و آموزش های خاصی است که از آن تحت عنوان آموزش کارآفرینی نام برده می شود. در طی فرایند آموزش کارآفرینی، ویژگیها و توانمندیهای کارآفرینانه، که برای راه اندازی و مدیریت کسب و کارهای کارآفرینانه لازم و ضروری است، در مخاطبان تقویت می گردد (Stewart & Et al, 2010, 189).

در گذشته، کارآفرینی مبتنی بر منابع مادی و تجربه بود. اما از اوایل دهه ۱۹۹۰ پدیده های نوآوری مبتنی بر دانش، کارآفرینی مبتنی بر دانش و اقتصاد در تعامل با یکدیگر رشد و توسعه پیدا کرده اند. در واقع، علت اصلی ظهور اقتصاد مبتنی بر دانش، پیدایش نوآوری و کارآفرینی مبتنی بر دانش بوده است. دانشگاه به دلیل داشتن ویژگی های پایه مانند سرمایه ای انسانی در قالب دانشجو و اعضای هیأت علمی محل مناسبی برای نوآوری مبتنی بر دانش است. از این رو دانشگاه به عنوان مهم ترین مرجع تولید و اشاعه ای دانش جدید می تواند کارآفرینی کند.

¹. Dilts and Fowle

مطالعات در زمینه ویژگی‌های کارآفرینی سه عامل فردی، اجتماعی، و محیطی تأثیرگذار بر رفتارهای کارآفرینی را از هم متمایز نموده‌اند. مدل عوامل اجتماعی پیشینه شخصیتی، خانوادگی، دوره زندگی فرد، تجربه‌های فردی و گروه‌های اجتماعی را مورد آزمون قرار می‌دهد. در حالیکه مدل عوامل محیطی برخی ویژگی‌هایی که در محتوای محیط است مانند برخی باورها و ارزش‌ها، فرصت‌های محیطی، منافع غیرمستقیم، تحولات اجتماعی، فرهنگ اقتصادی و برخی حمایت‌های اجتماعی را در نظر می‌گیرد (Robinson & Et al, 2005, 15).

مدل ویژگی‌های فردی همانند نگرش صفات مشخصه رهبری است. این مکتب صفات خاصی را برای کارآفرینان موفق برمی‌شمارد. در این مدل فرض می‌شود که کارآفرینان ویژگی‌های، انگیزش‌ها و نگرش‌های منحصر به فردی دارند که آنها را از دیگران متمایز می‌نماید (Hansemark, 2010, 32).

در تحقیقاتی که از مدل ویژگی‌های فردی استفاده می‌شود بیشتر به دنبال این مطلب هستند که به چه کسی کارآفرین اطلاق می‌شود و خصوصیات آنانی که در کارآفرینی موفق و یا غیرموفق هستند مورد بررسی قرار می‌گیرد (Bygrave & Hofer, 1991, 19)، (Littunen, 2007, 257).

تحقیقات زیادی نوع ویژگی‌های کارآفرینان را مورد بررسی و آزمون قرار داده‌اند. به عنوان نمونه، در تحقیقی که توسط انتریالگو و دیگران^۱ (۲۰۰۰) انجام گرفت، وی کنترل داخلی، میل به پیشرفت و میزان تحمل ابهام را به عنوان عوامل تعیین کننده کارآفرینی در نظر گرفت. همچنین، در تحقیقی که توسط استوارت و دیگران^۲ (۲۰۱۰) انجام شد، میل به پیشرفت، ریسک‌پذیری، و نوآوری، به عنوان عوامل متمایز کننده کارآفرینان از مدیران در کسب و کارهای کوچک، مورد استفاده قرار گرفت.

در این تحقیق از شش ویژگی کارآفرینی به منظور تعریف و بررسی ویژگی‌های کارآفرینی دانشجویان استفاده شده است. این عوامل عبارتند از ریسک‌پذیری حساب

1. Entrialgo et al

2. Stewart & et al

شده^۱، مرکز کنترل داخلی^۲، استقلال^۳، خلاقیت و نوآوری^۴، حس توفیق طلبی یا نیاز به توفیق^۵، قدرت تحمل ابهام^۶.

این عوامل را به علت تأکیدی که تحقیقات گذشته بروی آن‌ها داشتند، انتخاب کرده‌ایم. به علاوه در بیشتر کتاب‌های مربوط به کارآفرینی، از این عوامل به عنوان گویه‌های معتبر تعیین ویژگی‌های کارآفرینی یاد نموده‌اند. در ادامه به تشریح بیشتر این ویژگی‌ها می‌پردازیم:

ریسک‌پذیری به نوع رفتاری که افراد در مواجهه با یک وضعیت و شرایط ریسک‌دار از خود بروز می‌دهند، اشاره دارد. کارآفرینان ریسک‌پذیرند. به عنوان نمونه کانلیتون در سال ۱۷۵۵ بیان نمود که عمده تفاوت بین کارآفرینان و کارکنان عادی در ریسک‌پذیری و عدم قطعیت گروه اولی است. عمده تفاوت بین کارآفرینان و مدیران حرفه‌ای توانایی بالای کارآفرینان در قبول ریسک به منظور کسب سود یا ضرر می‌باشد (Entrialgo & et al, 2008, 195)، (Mueller & Thomas, 2002, 67).

اغلب ریسک‌پذیری حساب شده را آن به عنوان یکی از مهمترین ویژگی‌های فرد کارآفرین بیان می‌نمایند. ریسک‌پذیری در کارآفرین با یک قمارباز متفاوت است. چرا که در مورد کارآفرین این کار بسیار حساب شده صورت می‌گیرد. کارآفرینان در مواردی به ریسک اقدام می‌کند که نتایج حاصل از آن را مورد محاسبه قرار داده و موفقیت در آن سود زیادی را برای وی در برداشته باشد. به علاوه یک کارآفرین در صورتی اقدام به ریسک می‌کند که تلاش خود را در موفق شدن آن مؤثر بداند. به هر حال، همواره این اعتقاد که کارآفرینان نسبت به گروه‌های دیگر ریسک‌پذیرترند، وجود دارد (Cromie, 2000, 23)، (Mueller & Thomas, 2002, 68).

مرکز کنترل داخلی به این معنی است که دید یک شخص نسبت به عوامل و اتفاقات پیرامون او چگونه است، یا به عبارتی کنترل این اتفاقات و پیشامدها را از کجا می‌داند (Littunen, 2007, 303). لذا دو دیدگاه در این مورد وجود دارد که شامل مرکز کنترل خارجی و مرکز کنترل داخلی است. بر طبق گفته روتر^۷ (۱۹۹۶) افرادی که

1. Calculated Risk Taking

2. Internal Locus of Control

3. Independence

4. Creativity and Innovation

5. Drive to Achieve

6. Tolerance for Ambiguity

7. Rotter

معتقد به مرکز کنترل خارجی هستند، معتقدند که این اتفاقات بر اساس شانس، خوش‌شانسی و یا بدشانسی اتفاق می‌افتند و تصمیم و کارهای خود را در آن بی‌اثر و بی‌نتیجه می‌دانند. گروه دوم یعنی افرادی که دارای مرکز کنترل داخلی هستند، معتقدند که پیامدهای پیرامون آنها تماماً ناشی از رفتار خودشان است و خود را در به وقوع پیوستن و یا نپیوستن این پیامدها مؤثر می‌دانند. البته لازم به ذکر است که معمولاً افراد به طور مطلق یکی از این دو دیدگاه را قبول ندارند، بلکه طرز تفکر آنها به صورت بازه‌ای بین این دو دیدگاه قرار دارد. تحقیقات نشان داده است که افراد کارآفرین معمولاً بیشتر از سایر افراد دارای مرکز کنترل داخلی می‌باشند از این رو خود را مسئول تمامی اتفاقاتی که پیرامون آنها رخ می‌دهد، می‌دانند (Hansemark, 2010, 42)، (Rotter, 1996, 157). لازم به ذکر است که برخی از صاحب‌نظران معتقدند که در مورد مرکز کنترل داخلی فرقی بین کارآفرینان و مدیران وجود ندارد و مدیران نیز دارای این خصوصیت هستند. به عنوان مثال با استفاده از میل کنترل داخلی می‌توان بین صاحبان صنایع موفق و غیر موفق تمایز قائل شد (Engle & Et al, 1997, 19).

خوداتکایی یکی از مشخصات بارز کارآفرینان است. در ادبیات کارآفرینی، همواره بر این نکته تأکید می‌شود که کارآفرینان نسبت به دیگران خوداتکایی بالایی دارند (Robinson & et al, 2005, 21). بر طبق گفته کرومی^۱ (۲۰۰۰)، مستقل بودن و نیاز به آن یکی از ویژگی‌های کارآفرینان است. بر طبق این ویژگی کارآفرین مایل است که کار را به شیوه‌ی خودش انجام دهد و کار کردن برای دیگران برایش دشوار است. از ترکیب دو خصوصیت مرکز کنترل داخلی و استقلال می‌توان به برخی از خصوصیات یک کارآفرین مثل مسئولیت‌پذیری دست پیدا کرد. در حقیقت یک فرد مستقل با توجه به داشتن مرکز کنترل داخلی، خود مسئولیت تمام کارهای خود را بر عهده می‌گیرد. لذا یک فرد کارآفرین مسئولیت‌پذیر نیز می‌باشد. استقلال در مورد یک کارآفرین به این معنی نیست که وی تمام تصمیم‌ها را خود به تنهایی می‌گیرد، بلکه در مورد تصمیم‌های مهم نظر نهایی، نظر او است. در حقیقت رئیس خود بودن یکی از قوی‌ترین نیازهای کارآفرین است.

به طور کلی هر نوع رفع نقیصه در فرایند خلق، ارائه، و تحویل ارزش، نوآوری نام دارد. برای برخورد با پویایی دنیای امروز خلاقیت و نوآوری از جمله خصوصیات هستند که یک کارآفرین به آن‌ها نیاز دارد. نوآوری و خلاقیت همواره به عنوان یکی از رفتارهای

^۱.Cromie

کارآفرینی و کارآفرینان مورد تأکید قرار می‌گیرد (Entrialgo & et al, 2008, 203). تحقیقات مختلف نشان می‌دهد که قدرت خلاقیت را در افراد می‌توان به وسیله آموزش تقویت کرد. کارآفرین با استفاده از خلاقیت و نوآوری می‌تواند بر پیچیدگی و پویایی جهان امروز غلبه کند و در کار خود موفق شود. پیتز دراکر ادعا می‌کند که نوآوری از مهمترین ابزارهای کارآفرینان است. وی می‌گوید نوآوری یک جستجوی سیستماتیک برای تغییر و استفاده از فرصت‌ها با محصولات، بازارها و ایده‌های جدید است (Cromie, 2000, 27). خلاقیت و نوآوری برای یک کارآفرین لازم و ملزوم یکدیگر هستند و هیچ یک بدون دیگری به تنهایی برای کارآفرین مؤثر نیستند. با نوآوری کارآفرینان و مدیران از هم تمیز داده می‌شوند (Stewart & et al, 2010, 209).

حس توفیق طلبی یا نیاز به توفیق یکی از بزرگترین تئوری‌ها جهت توصیف این میل تئوری انگیزشی مک‌کلند (۱۹۶۱) است. بر طبق این تئوری، میل به پیشرفت عبارتست از نیرویی که انسان را به سمت موفقیت و کمال هدایت می‌کند. افرادی که این میل در آنها وجود دارد، تمایل شدیدی به حل مسأله توسط خود، تعیین اهداف بر اساس تلاش خود، و عملکرد بالایی از خود به نمایش می‌گذارند (Littunen, 2007, 307). از خصوصیات کارآفرین نیاز به توفیق و یا نیاز به مطرح بودن است. خصوصیت جنجال برانگیزتری که می‌توان برای کارآفرینان ذکر کرد، نیاز به توفیق و مطرح شدن است. بر طبق پژوهش‌های انجام شده میل به توفیق طلبی، یکی از ویژگی‌هایی است که بیشترین ارتباط را با کارآفرینی در مقایسه با سایر ویژگی‌های ذکر شده دارد (Ibid, 309).

ابهام شرایطی است که در آن اطلاعات کافی برای تصمیم‌گیری وجود ندارد. قدرت تحمل ابهام توانایی پاسخگویی مثبت به این شرایط است. اگر شخصی با نبود اطلاعات کافی حاضر به تصمیم‌گیری در شرایط ابهام باشد، قدرت تحمل ابهام بالایی دارد (Robinson & et al, 2005, 32). از سویی دیگر، افراد با سطح پایین قدرت تحمل ابهام در شرایط عدم اطمینان و تعریف نشده احساس نارضایتی و ناراحتی بالایی دارند. بنابراین، همواره سعی در اجتناب کردن از این شرایط دارند. مدیران کارآفرین همگی معتقدند که مدیران با توان تحمل ابهام بالا بهتر از مدیران ریسک‌گریز هستند. ابهام یکی از خصوصیات دنیای امروز است. کارآفرین برای شروع کار خود مجبور به روبرو شدن با یک سری ابهامات در مورد بازار کار، مشتری، آمار و اطلاعات است. برخی از این ابهامات غیر قابل اجتناب هستند. لذا کارآفرین معمولاً از این گونه ابهامات

هراسی نداشته و با شروع کار خود سعی در برطرف کردن آنها و نیز تغییر آنها به نفع خود دارد و مسئول نهایی تصمیم‌های خود است (Entrialgo & et al, 2008, 202).

روش شناسی تحقیق

این تحقیق از نوع تحقیقات توصیفی بوده و از لحاظ هدف کاربردی می‌باشد. هدف از این پژوهش بررسی و تجزیه تحلیل ویژگی‌ها و مشخصات کارآفرینی در بین دانشجویان دانشگاه‌های ایران و ارزیابی ویژگی‌های کارآفرینی آنان از طریق مقایسه بین دانشجویان کارآفرین محور و دانشجویانی که میل کمتری به کارآفرینی دارند، می‌باشد.

۱- جامعه و نمونه آماری

جامعه آماری این پژوهش دانشجویان دانشگاه‌های ایران و نمونه این پژوهش به صورت تصادفی احتمالی ساده از بین دانشجویان کارشناسی، از سه دانشگاه ایران (دانشگاه آزاد اسلامی تبریز، دانشگاه سراسری ارومیه و دانشگاه پیام نور شیراز) از بین دانشجویان ترم آخر رشته‌های مدیریت، اقتصاد و حسابداری انتخاب شده است (n=950). علت انتخاب دانشگاه‌های فوق به علت دسترسی محقق به این دانشگاهها بوده و علت انتخاب دانشجویان به عنوان نمونه این تحقیق، این است که ظرفیت بالقوه دانشجویان در ورود به بازارهای کار زیاد است و اینکه اکثر آنها پس از تحصیل مسلماً به دنبال شغل و یا ایجاد شغل برای خود خواهند بود. جهت تعیین حجم نمونه ابتدا نمونه اولیه ۷۰ تایی انتخاب شد و پس از محاسبه انحراف معیار پاسخها (۰/۴۳۳)، تعداد نمونه آماری براساس فرمول تعیین حجم نمونه ۲۰۰ تعیین گردید. لذا تحلیل‌های آماری بر اساس ۱۸۷ پرسشنامه عودت داده شده انجام گردید (d=0.06).

$$N = \frac{Z^2 \alpha/2 \delta^2}{d^2} = 200$$

اعتبار هر پژوهشی در گرو معتبر بودن ابزار گردآوری داده برای آن پژوهش قرار دارد. با توجه به این‌که در پژوهش حاضر از پرسشنامه برای گردآوری داده‌ها استفاده می‌شود، باید از اعتبار پرسشنامه پژوهش اطمینان حاصل شود. سنجش اعتبار پرسشنامه از دو بعد روایی و پایایی مورد توجه قرار می‌گیرد. روایی اصطلاحی است که به هدفی که آزمون برای محقق ساختن آن طراحی شده است، اشاره می‌کند. هیچ‌گونه روش آماری برای تعیین ضریب روایی وجود ندارد. بنابراین برای تعیین روایی یک آزمون از قضاوت

متخصصان در این باره که سؤال‌های آزمون تا چه میزانی معرف محتوا و هدف‌های برنامه هستند، استفاده می‌شود. در این پژوهش نیز برای اطمینان از روایی ابزار گردآوری داده از نظرات اساتید و متخصصان موضوع پژوهش همچنین تعدادی از تکمیل‌کنندگان پرسشنامه استفاده شد، و اصلاحات لازم صورت گرفت.

پایایی بعد دوم سنجش اعتبار آزمون می‌باشد. پایایی یک سنج، ثبات و هماهنگی منطقی پاسخ‌ها در ابزار اندازه‌گیری را نشان می‌دهد. برخلاف روایی، روش‌های آماری مختلفی برای سنجش پایایی یک سنج وجود دارد. معمول‌ترین آزمون پایایی برای سؤال‌های چند گزینه‌ای از نوع پژوهش حاضر ضریب آلفای کرونباخ است که نوعی آزمون از سازگاری منطقی پاسخ‌های پاسخ‌دهندگان به همه سؤال‌ها در یک سنج یا یک پرسشنامه می‌باشد. با توجه به جدول (۱) ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شده برای کل سوالات پژوهش حاضر ۰/۸۱ است که میزان پایایی قابل قبولی را برای پرسشنامه پژوهش نشان می‌دهد. نتایج آزمون پایایی برای هر یک از متغیرها در جدول (۱) ارائه شده است.

جدول (۱) ضریب پایایی برای کل پرسشنامه

ریسک پذیری	نوآوری	کنترل درونی	استقلال	توفیق طلبی	تحمل ابهام
۰/۷۶	۰/۸۰	۰/۸۳۶	۰/۷۶	۰/۸۹	۰/۸۴
۸	۸	۶	۶	۶	۶

مأخذ: محاسبات محقق

تعداد ۲۰۰ پرسشنامه به دانشجویان، جهت پاسخگویی ارائه شد که از این تعداد حدود ۱۸۸ پرسشنامه در تجزیه تحلیل مورد استفاده قرار گرفتند. این پرسشنامه از دو بخش تشکیل شده است. بخش اول، یک سری متغیرهای جمعیت شناختی و تمایل به کارآفرینی را شامل می‌شود. به منظور تفکیک دانشجویان کارآفرین از دانشجویان غیر کارآفرین سوالی مطرح نموده‌ایم که " بعد از تحصیل چه برنامه‌ای برای کار دارید؟" پاسخ دهندگانی که به این سوال پاسخ " بعد از تحصیل به دنبال ایجاد یک کسب و کار شخصی خواهیم بود" داده بودند را به عنوان کارآفرینان بالقوه پذیرفته‌ایم. ۲۸٪ از کل پاسخ دهندگان به این سوال پاسخ مثبت دادند و گزینه به دنبال کسب و کار شخصی خواهیم بود را انتخاب کرده بودند.

بخش دوم پرسشنامه، به ویژگی‌های کارآفرینی آن دسته از دانشجویانی که به دنبال کسب و کار شخصی هستند (میل به کارآفرینی دارند)، و آن دسته از دانشجویانی که به دنبال کسب و کار شخصی نیستند (میل به کارآفرینی ندارند) اشاره شده است. سپس، ویژگی‌های کارآفرینی ذکر شده در فوق، بین این دو گروه از دانشجویان بررسی و مقایسه شده است. این بخش شامل ۴۰ سنجه (سوال) است که متغیرهای ریسک‌پذیری حساب‌شده، مرکز کنترل داخلی، استقلال، خلاقیت و نوآوری، حس توفیق طلبی یا نیاز به توفیق و قدرت تحمل ابهام را می‌سنجند. به اعتقاد ما این ویژگی‌ها در بین کارآفرینان و غیرکارآفرینان متفاوت است. در این قسمت از پرسشنامه از پاسخ‌دهندگان خواسته شده است که میزان موافقت و یا عدم موافقت خود را با گزینه مورد نظر، با توجه به مقیاس پنج گزینه‌ای لیکرت مشخص نمایند.

در این تحقیق، متغیر میل به موفقیت یا توفیق طلبی با استفاده از مقیاس استاندارد استفاده شده به وسیله چانگ و دیگران^۱ (۱۹۹۷)، سنجیده شده است. متغیر میل به استقلال طلبی و میل به کنترل داخلی با استفاده از مقیاس استاندارد ۲۹ آیتمی روترز (۱۹۹۸) سنجیده شده است. اگرچه مقیاس‌های جایگزین متعددی برای سنجش این متغیر توفیق طلبی وجود داشت ولی در ادبیات مورد مطالعه از مقیاس فوق بیشتر استفاده شده بود. برای سنجش توانایی تحمل ابهام از مقیاس بودنرز^۲ (۱۹۶۲) استفاده شده است. برای سنجش نوآوری از مقیاس شش آیتمی جکسون^۳ (۱۹۹۶) استفاده شده است، که توسط تامسون و مولر^۴ (۲۰۰) مورد استفاده قرار گرفته شده بود. ریسک‌پذیری نیز با استفاده از مقیاس Koh(1996) سنجیده شده است.

فرضیه‌های تحقیق

فرضیه ۱: دانشجویان مایل به کارآفرینی، سطوح بالاتری از ریسک‌پذیری را نسبت به دانشجویانی که تمایل کمتری به کارآفرینی دارند، از خود نشان می‌دهند.

فرضیه ۲: دانشجویان مایل به کارآفرینی، سطوح بالاتری از نوآوری را نسبت به دانشجویانی که تمایل کمتری به کارآفرینی دارند، از خود نشان می‌دهند.

1. Chang & et al

2. Budners

3. Jacjson

4. Thomas & Mueller

فرضیه ۳: دانشجویان مایل به کارآفرینی، سطوح بالاتری از خوداتکایی را نسبت به دانشجویانی که تمایل کمتری به کارآفرینی دارند، از خود نشان می‌دهند.

فرضیه ۴: دانشجویان مایل به کارآفرینی، سطوح بالاتری از کنترل درونی را نسبت به دانشجویانی که تمایل کمتری به کارآفرینی دارند، از خود نشان می‌دهند.

فرضیه ۵: دانشجویان مایل به کارآفرینی، سطوح بالاتری از توفیق طلبی را نسبت به دانشجویانی که تمایل کمتری به کارآفرینی دارند، از خود نشان می‌دهند.

فرضیه ۶: دانشجویان مایل به کارآفرینی، سطوح بالاتری از تحمل ابهام را نسبت به دانشجویانی که تمایل کمتری به کارآفرینی دارند، از خود نشان می‌دهند.

متغیرهای مستقل این تحقیق همان ویژگی‌های کارآفرینی ذکر شده است که عبارتند از ریسک‌پذیری حساب‌شده، مرکز کنترل داخلی، استقلال، خلاقیت و نوآوری، حس توفیق طلبی یا نیاز به توفیق، قدرت تحمل ابهام، و متغیر وابسته تحقیق تمایل به کارآفرینی می‌باشد که ارتباط آن را با متغیرهای مستقل تحقیق سنجیده و در نظر گرفته‌ایم.

به طور خلاصه، چهل سوال در یک پرسشنامه، با سوالاتی از قبیل ویژگی‌های جمعیتی، طبیعت کارآفرینی، و شش ویژگی ذکر شده با طیف لیکرت، آماده و تنظیم شد. جمع‌آوری داده‌ها پنجاه روز طول کشید که در فصل بهار سال ۱۳۹۰ صورت پذیرفت.

آماره توصیفی

ویژگی‌های پاسخ دهندگان کارآفرین		ویژگی‌های پاسخ دهندگان کارآفرین	
مرد	زن	مرد	زن
۳۸	۱۴	۵۶	۸۰

آزمون فرضیه‌ها

کلیه فرضیه‌های این تحقیق با استفاده از آزمون مقایسه میانگین دو جامعه^۱، به منظور مقایسه میانگین دو گروه (کارآفرینان و غیرکارآفرینان)، مورد آزمون قرار گرفته شده است. برای آزمون تساوی میانگین دو جامعه لازم است ابتدا بررسی کنیم آیا واریانس دو جامعه برابرند یا خیر. به عبارت دیگر آزمون تساوی واریانس‌ها مقدم بر آزمون تساوی میانگین‌ها است. جهت آزمون تساوی واریانس‌ها از آزمون Levene

¹ independent samples t-test

$$H_0 : \delta_1^2 = \delta_2^2$$

$$H_1 : \delta_1^2 \neq \delta_2^2$$

استفاده نموده‌ایم. فرضیه‌های آماری مربوط به آزمون تساوی واریانس دو جامعه به صورت زیر می‌باشد:

که در آن δ_1^2 واریانس جامعه اول (دانشجویان کارآفرین محور)، و δ_2^2 واریانس جامعه دوم (دانشجویان غیر کارآفرین)، می‌باشد. اگر Sig مربوط به آزمون لوین، کوچکتر از ۵ درصد باشد، فرض صفر (تساوی واریانس‌های دو جامعه)، رد می‌شود و برای نتیجه‌گیری در مورد میانگین اطلاعات سطر دوم در جدول خروجی زیر را مورد بررسی قرار می‌دهیم و اگر مقدار Sig آزمون لوین بزرگتر از ۵ درصد باشد، فرض صفر پذیرفته می‌شود و برای نتیجه‌گیری اطلاعات سطر اول را مورد بررسی قرار می‌دهیم. در جدول زیر مقدار Sig آزمون لوین، فقط برای دو متغیر نوآوری و خوداتکایی بزرگتر از ۵ درصد می‌باشد، بنابراین برای نتیجه‌گیری در مورد این دو متغیر اطلاعات سطر اول (پذیرفتن فرض تساوی واریانس‌ها) را مورد بررسی قرار داده و برای سایر متغیرها اطلاعات موجود در سطر دوم (عدم پذیرش فرض تساوی واریانس‌ها) را مورد بررسی قرار می‌دهیم.

جدول (۲) آزمون مقایسه میانگین دو جامعه

انحراف معیار		اختلاف میانگین	Sig. (2-tailed)	درجه آزادی	مقدار t	Sig	آماره F	آزمون لوین برای تساوی واریانس‌ها
۰/۱۱۴۲۹	۰/۱۴۲۷	-۰/۸۰۶۴۸	-۰/۸۰۶۴۸	۱۸۵	۲/۶۲۲	۰/۰۰۱	۳۹/۸۶۹	ریسک‌پذیری با فرض تساوی واریانسها
				۱۶۵	۳/۷۲۶			عدم تساوی واریانس‌ها
۱/۸۱۲۸۷	۰/۲۸۴۵۴	-۰/۵۵۷۲	-۰/۵۵۷۲	۱۸۵	۱/۱۱۷	-۰/۲۴۲	۳۱/۹۴۴	نوآوری
				۱۶۵	۲/۲۷۶			تساوی واریانسها
								عدم تساوی واریانس‌ها
۲/۰۰۳۲۴	۱/۵۳۳۹۳	-۱/۴۰۳۰۱	-۱/۴۰۳۰۱	۱۸۵	۰/۹۶۰	-۰/۵۱۴	۲۱/۲۹۸	خوداتکایی
				۱۶۵	۱/۱۲۹			تساوی واریانسها
								عدم تساوی واریانس‌ها

۰/۴۲۷۳۰ ۰/۶۴۰۰۲	-۰/۳۳۷۲ -۰/۳۳۷۲	۰/۰۰۴	۱۸۵ ۱۶۵	۳/۱۱۲ ۲/۳۷۵	۰/۰۱۰	۱۸/۴۱۲	کنترل درونی تساوی واریانسها عدم تساوی واریانسها
۰/۵۱۱۳۰ ۰/۸۲۰۴۱	-۰/۶۰۴۱ -۰/۶۰۴۱	۰/۰۰۲	۱۸۵ ۱۶۵	۳/۸۷۶ ۲/۴۰۰	۰/۰۰۰	۲۸/۴۵۶	توفیق طلبی تساوی واریانسها عدم تساوی واریانسها
۰/۰۲۳۱۱ ۰/۴۹۲۳۰	-۰/۹۲۶۱ -۰/۹۲۶۱	۰/۶۴۲	۱۸۵ ۱۶۵	۰/۸۵۶ ۱/۷۳۰	۰/۰۰۰	۴۲/۳۲۲	تحمل ابهام تساوی واریانسها عدم تساوی واریانسها

با در نظر گرفتن آزمون تساوی واریانسها، نتایج آزمون مقایسه میانگینها بدین شرح می باشد. در تمام فرضیه های فوق فرضیه صفر، تساوی میانگینهای دو جامعه می باشد، و فاصله اطمینان ۹۵ درصد در نظر گرفته شده است:

$$H_0 : \mu_1 = \mu_2$$

$$H_1 : \mu_1 \neq \mu_2$$

نتایج مربوط به آزمون مقایسه میانگین دو جامعه را در جدول ۳ خلاصه نموده ایم. همانطور که در جدول ۳ مشاهده می کنید، با توجه به اینکه عدد معنی داری (Sig) آزمون فرضیه های اول، دوم، چهارم، و پنجم کمتر از ۵ درصد است، فرض صفر رد شده و فرض عدم تساوی میانگینهای دو جامعه پذیرفته می شود. و به همین ترتیب، برای فرضیه های سوم و ششم، عدد معنی داری (Sig) بزرگتر از ۵ درصد است که به معنی پذیرفته شدن فرض صفر که همان فرض تساوی میانگینهای دو جامعه است.

جدول (۳) نتایج تحلیل آزمون مقایسه میانگین دو جامعه

متغیر	فرضیه اول ریسک پذیری	فرضیه دوم نوآوری	فرضیه سوم خودتکالی	فرضیه چهارم کنترل درونی	فرضیه پنجم توفیق طلبی	فرضیه ششم تحمل ابهام
مقدار t	۲/۶۲۲	۲/۲۷۶	۱/۱۲۹	۳/۱۱۲	۳/۸۷۶	۰/۸۵۶

۰/۶۴۲	۰/۰۰۲	۰/۰۰۴	۰/۲۱۳	۰/۰۰۱	۰/۰۰۰	Sig
رد	تأیید	تأیید	رد	تأیید	تأیید	نتیجه آزمون فرضیه

ماخذ: محاسبات محقق

تجزیه و تحلیل نتایج

در این تحقیق از مدل ویژگی‌های کارآفرینی به منظور آزمون شش ویژگی مربوط به کارآفرینی که عبارتند از: ریسک‌پذیری حساب‌شده، مرکز کنترل داخلی، استقلال، خلاقیت و نوآوری، حس توفیق طلبی یا نیاز به توفیق، قدرت تحمل ابهام استفاده شده است. از بین ۲۸٪ دانشجویانی که تمایل به کارآفرینی داشتند، ۱۴ نفر زن و ۳۸ نفر مرد بودند. در بخش اول پرسشنامه سوالی مبنی بر اینکه شغل پدر شما چیست؟ ذکر شده است. این سوال بدین منظور طراحی شده است که مشخص شود که آیا در خانواده پاسخ دهندگان فردی که خود کسب کار شخصی داشته باشد، وجود دارد. مشخص شد که ۵۷٪ از والدین دانشجویانی که تمایل به کارآفرینی داشتند، خود کسب کار و کار شخصی داشتند و تنها ۱۷٪ از والدین دانشجویانی که تمایل به کارآفرینی نداشتند، کسب و کار شخصی داشتند. این نتیجه، دیدگاه تأثیرگذاری فرهنگ خانوادگی بر تمایل افراد به کارآفرینی را تأیید می‌کند. در فرهنگ ایرانی پدران بیشتر نقش الگو را برای فرزندان ایفا می‌نمایند. همچنین با توجه به کم بودن تعداد زنان کارآفرین در مقابل مردان کارآفرین، نشان از ویژگی و شرایط خاص کشور ایران است که در آن زنان کمتر در کارهای کارآفرینی شرکت می‌نمایند و قسمت اعظم وقتشان را صرف امور خانه می‌نمایند.

فرضیه ۱ پذیرفته شد، این به معنی وجود اختلاف معنی دار بین دو گروه دانشجویان کارآفرین و غیرکارآفرینان در ویژگی ریسک‌پذیری است، بنابراین دانشجویان کارآفرین در مقایسه با دانشجویان غیرکارآفرین ریسک‌پذیرترند.

فرضیه ۲ پذیرفته شد، و این به معنی وجود اختلاف معنی‌دار بین دو گروه دانشجویان کارآفرین و غیرکارآفرینان در ویژگی میل به موفقیت است، بنابراین دانشجویان کارآفرین در مقایسه با دانشجویان غیرکارآفرین از ظرفیت خلاقیت و نوآوری بالاتری برخوردارند.

فرضیه ۳ پذیرفته نشد، این به معنی عدم وجود اختلاف معنی‌دار بین دو گروه دانشجویان کارآفرین و غیرکارآفرینان در ویژگی کنترل درونی است، بنابراین

در این پژوهش تفاوتی بین دانشجویان کارآفرین و غیرکارآفرینان در ویژگی کنترل درونی و یا دید شخص نسبت به عوامل و اتفاقات پیرامون خود وجود ندارد.

فرضیه ۴ پذیرفته شد، و این به معنی وجود اختلاف معنی دار بین دو گروه دانشجویان کارآفرین و غیرکارآفرینان در ویژگی میل به استقلال طلبی است، بنابراین دانشجویان کارآفرین در مقایسه با دانشجویان غیرکارآفرین تمایل بیشتری در راه اندازی کار مستقل با مسئولیت خود دارند تا اینکه بخواهند برای دیگران کار کنند.

فرضیه ۵ پذیرفته شد، و این به معنی وجود اختلاف معنی دار بین دو گروه دانشجویان کارآفرین و غیرکارآفرینان در ویژگی میل به توفیق طلبی است، بنابراین دانشجویان کارآفرین در مقایسه با دانشجویان غیرکارآفرین تمایل بیشتری به موفقیت و پیشرفت دارند.

همچنین فرضیه ۶ پذیرفته نشد، و این بدان معنی است که اختلاف معنی داری بین دو گروه دانشجویان کارآفرین و غیرکارآفرینان در ویژگی تحمل ابهام وجود ندارد، بنابراین در این پژوهش تفاوتی بین دانشجویان کارآفرین و غیرکارآفرینان در توانایی پاسخگویی مثبت در شرایطی که اطلاعات کافی برای تصمیم‌گیری وجود ندارد، دیده نشد.

بحث و نتیجه‌گیری

در این تحقیق بیشتر به دنبال این موضوع بودیم که کدام یک از ویژگی‌های کارآفرینی تأثیرگذار بر کارآفرینی در بین دانشجویان ایرانی وجود دارد. این گونه تحقیق‌ها که به بررسی ویژگی‌های کارآفرینی می‌پردازند، در زمینه آموزش کارآفرینی اطلاعات سودمندی را ایجاد و ارائه می‌نمایند، که همین مورد انگیزه اصلی انجام این تحقیق بود. با در نظر گرفتن این فرضیه که کارآفرینان متولد نمی‌شوند، بلکه آنان ایجاد می‌شوند، کشورها را مجاب می‌نماید که برنامه‌های ویژه‌ای برای توسعه و آموزش کارآفرینی تدارک ببینند، تا بتوانند با ایجاد فرصت‌های گوناگون استعدادهای کارآفرینی بالقوه افراد را شکوفا نمایند (Samli, 2002, 13).

نتایج نشان دهنده این موضوع بود که دانشجویانی که تمایل به کارآفرینی دارند در مقایسه با دانشجویانی که میل کمتری به کارآفرینی دارند، نوآورتر، دارای میل به موفقیت یا توفیق طلبی بیشتر، ریسک‌پذیرتر، و استقلال‌پذیرتر هستند. این یافته‌ها با

تئوری‌های موجود در این زمینه و همچنین با نتایج بدست آمده از پژوهش‌های گذشته هم‌راستا می‌باشد.

با توجه به اینکه در دو ویژگی تحمل ابهام و میل به کنترل درونی بین دو گروه دانشجویان متمایل به کارآفرینی و دانشجویان غیرکارآفرین اختلاف معنی داری مشاهده نشد، نتیجه می‌گیریم که اکثر دانشجویان قدرت تحمل ابهام بالایی دارند و میل به کنترل درونی در بین دانشجویان ایرانی مشترک است.

همچنین نتایج بدست آمده را می‌توان در ارتباط با تحول اقتصادی کشور در نظر گرفت. اگرچه دانشجویان غیرکارآفرین تأثیر منفی بر آینده شغلی کشور دارند ولی وجود دو ویژگی مشترک کارآفرینی در بین دانشجویان ایرانی، سبب امیدواری است و بایستی سعی شود که سایر ویژگی‌ها با استفاده از یک برنامه‌ریزی صحیح آموزشی و استفاده از برنامه‌های صحیح آموزشی ارتقاء داده شوند، تا کشور را به سمت پیشرفت اقتصادی بکشاند.

پیشنهادات

- ۱- به نظر می‌رسد که در دانشگاه‌های کشور آموزش کافی در مورد نحوه استفاده از علم و دانش در جهت ایجاد کسب و کار و درآمدزایی، به دانشجویان ارائه نمی‌شود و دانشجوی پس از اتمام دوره تحصیلی خود، آگاهی بسیار کمی در مورد نحوه به کارگیری علم و دانش خود در جهت ایجاد کسب و کار شخصی دارد و شاید به جرأت بتوان گفت که این آگاهی نیز در پی تلاش و جستجوی خود شخص به وجود آمده است. پیشنهاد می‌شود در تمام رشته‌های دانشگاهی، آموزش و پرورش این مقوله به دانشجویان، در تمام دوره‌ها، و فرایندهای آموزشی مورد توجه قرار گیرد.
- ۲- ایجاد گروه‌های تیمی و راه‌اندازی بازی‌های تجاری و بازرگانی به عنوان ابزاری به منظور توسعه مهارت‌های کارآفرینی.
- ۳- پیشنهاد می‌شود به کارآفرینی که مقوله‌ای جوان در ایران است، به‌طور جدی توجه شود و راهکارهایی که بتوان آن را در جامعه توسعه داد، اتخاذ کرد. ایجاد و بسط و توسعه فرهنگ کارآفرینی در جامعه به‌ویژه برای زنان، می‌تواند زمینه تحرک نیمی از جمعیت جامعه را به‌گونه‌ای فراهم کند که در نهایت تولید ملی در کشور افزایش چشمگیری یابد و معضل بیکاری مهار شود.
- ۴- ضرورت دارد در اجرای برنامه‌های آموزشی، ارزیابی دوره‌ای از اثربخشی برنامه‌های آموزشی به عمل آید. بسیاری از محققان به ضرورت ارزشیابی برنامه‌های آموزش کارآفرینی اشاره کرده‌اند.

References

- Ahmadpour Dariani, M. (2005). *Entrepreneurship: Definitions, Theories, Patterns*, Company. Tehran: Pardis Publication, (In Persian).
- Antonic, B. and Hisrich, R.D. (2004), "Corporate entrepreneurship contingencies and organizational wealth creation", *Journal of Management Development*, Vol. 23 No. 6, pp. 518-50.
- Budner, S. (1962), "Intolerance of ambiguity as a personality variable", *Journal of Personality*, Vol. 30, pp. 29-50.
- Bygrave, W.D., Carter, N.M, Davidsson, P., Gartner, W.B., Mason, C.M. and McDougall, P.P. (Eds), (2004), "Frontiers of Entrepreneurship Research", Babson College, Babson Park, MA.
- Bygrave, W.D. and Hofer, C.W. (2007), "Theorizing about entrepreneurship", *Entrepreneurship Theory and Practice*, Winter, pp. 13-22.
- Colette Henry, Frances Hill & Claire Leitch (2005), "Entrepreneurship education and training: can entrepreneurship be taught?" Part II, *Journal of Education + Training*, Vol 47, NO.3.
- Cromie, S. (2000), "Assessing entrepreneurial inclinations: some approaches empirical evidence", *European Journal of Work and Organizational Psychology*, Vol. 9 No. 1, pp. 7-30.
- Dilts, J.C. and Fowler, S.M. (2006), "Internships: preparing students for an entrepreneurial career", *Journal of Business and Entrepreneurship*, Vol. 11 No. 1, pp. 51-63.
- Drucker, P. (1985), "Innovation and Entrepreneurship", Butterworth Heineman, Oxford.
- Eagleton, T. (1991), *Ideology*, Verso, London.
- Ebrahimi, S., Karnameh, H., Nasoohi, M., & Mahmoudi, M. (2006). *Entrepreneurship Universities and Entrepreneurship Training*. The First National Conference on Entrepreneurship Management, (In Persian).
- Engle, E.D., Mah, J. and Sadri, G. (1997), "An empirical comparison of entrepreneurs and employees: implications for innovation", *Creativity Research Journal*, Vol. 10 No. 1, pp. 45-9.
- Entrialgo, M., Fernandez, E. and Vazquez, C. (2008), "Characteristics of managers as determinants of entrepreneurial orientation: some Spanish evidence", *Enterprise and Innovation Management Studies*, Vol. 1 No. 2, pp. 187-205
- Hansemark, O.C. (2010), "The effects of an entrepreneurship programme on need for achievement and locus of control of

reinforcement”, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, Vol. 4 No. 1, pp. 28-50.

Hysterich, R., & Peters, V. (2004). *Entrepreneurship*. Translated by: G. Taghi Yari, Tehran: Sharif University of Technology, (In Persian).

Klofsten, M. (2009), “Training entrepreneurship at universities: a Swedish case”, *Journal of European Industrial Training*, Vol. 24 No. 6, pp. 337-44.

Kuratko, D.F. (2003), *Entrepreneurship Education: Emerging Trends and Challenges for the 21st Century*, Coleman Foundation White Paper Series, <http://usasbe.org/pdf/CWP-2003-kuratko.pdf>

Littunen, H. (2007), “Entrepreneurship and the characteristics of the entrepreneurial personality”, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, Vol. 6 No. 6, pp. 295-309.

Mueller, S.L. and Thomas, A.S. (2000), “Culture and entrepreneurial potential: a nine country study of locus of control and innovativeness”, *Journal of Business Venturing*, Vol. 16, pp. 51-75.

Robinson, P.B., Stimpson, D.V., Huefner, J.C. and Hunt, H.K. (2005), “An attitude approach to the prediction of entrepreneurship”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 15 No. 4, pp. 13-32.

Rotter, J.B. (1966), “Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement”, *Psychological Monographs*, Vol. 80.

Saeedi Mehrabad, M., & Mohtadi, M. (2008). *The Effect of Entrepreneurship Education on the Development of Entrepreneurial Behaviors (Case Study: Entrepreneurship Training in the Ministry of Labor and Social Affairs)*. *Entrepreneurship Development*, 7, 57-73, (In Persian).

Salehi, E. (2004); “Labor Market Changes, Higher Education Development and Social Capital”; *Conference of Higher Education and Sustainable Development: institute for Research and Planning in Higher Education*, Vol.1, Tehran (in Persian).

Samli, A.C. (2002), “Entrepreneurship and small business development: the necessary ingredient for economic progress”, 11th World Business Congress, July 10-14, 2002, Antalya.

Shaditalab, J. (2003); “Women Social Participating”; *Tehran University Women Research Journal*, Vol. 1, No. 7 (in Persian).

Schumpeter, J.A. (1934), “The Theory of Economic Development”, Harvard University Press, Cambridge, MA.

Stewart, W.H., Watson, W.E., Carland, J.C. and Carland, J.W. (2010), “A proclivity for entrepreneurship: a comparison of

entrepreneurs, small business owners, and corporate managers”,
Journal of Business Venturing, Vol. 14, pp. 189-214.

Urbano, David, Marinés Aponte & Nuria Toledano (2008),
“Doctoral education in entrepreneurship: a European case study”,
Journal of Small Business and Enterprise Development, Vol 15,
NO.2.