

تعیین سطح کارآفرینی فردی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی

(مطالعه موردی: دانشجویان تحصیلات تکمیلی رشته مدیریت فرهنگی واحد علوم واحد علوم و تحقیقات)

علی شاه‌حسینی

دانشجوی دکتری مدیریت فرهنگی دانشگاه آزاد اسلامی،
واحد علوم و تحقیقات (نویسنده و مسئول مکاتبات)

علی میرآخورلی

مدرس دانشگاه آزاد اسلامی واحد گرمسار

چکیده

کارآفرینی شامل جستجوی فرصت و سپس جستجوی منابع مورد نیاز است. بنابراین سطح ناکافی فعالیت کارآفرینانه اغلب انعکاس دهنده عرضه ناکافی فرصتهای مشاهده شده بوسیله اعضای سازمان است. سازمانهایی که امید به رشد دارند باید بفهمند که چطور فرصت‌ها ظهور و بروز پیدا می‌کنند.

با توجه به اهمیت کارآفرینی فردی، در این پژوهش که از نوع کاربردی بوده و بصورت پرسشنامه‌ای اجرا گردیده و جامعه آماری آن شامل دانشجویان تحصیلات تکمیلی مدیریت فرهنگی می‌باشد، سعی در شناسایی سطح مؤلفه‌های اصلی کارآفرینی فردی یعنی: مؤلفه‌های خطرپذیری، نیاز به توفیق، برخورداری از مرکز کنترل درونی، گرایش به خلاقیت، نیاز به استقلال، تحمل ابهام، آینده‌نگری و توان مذاکره در دانشجویان مدیریت فرهنگی گردیده و به آزمون گذاشته شده است.

با توجه به سوالات پژوهش سطح کارآفرینی فردی در میان دانشجویان مدیریت فرهنگی خوب ارزیابی شده است که تا سطح مطلوب فاصله فراوانی دارد. اما از مهمترین یافته‌های پژوهش اینکه: بین مؤلفه‌های خطرپذیری، نیاز به استقلال و تحمل ابهام با جنسیت رابطه معکوس در بین مردان و زنان وجود دارد. بین مؤلفه‌های خطرپذیری و نیاز به توفیق و سن ارتباط معکوس وجود دارد. یعنی با افزایش سن دانشجویان سطح این مؤلفه‌ها کاهش می‌یابد. بین مؤلفه‌های برخورداری از مرکز کنترل درونی، تحمل ابهام و توان مذاکره و سن ارتباط مسقیم وجود دارد و بین مؤلفه گرایش به خلاقیت و سن ارتباط معنی‌داری یافت نشد.

واژگان کلیدی

کارآفرینی، کارآفرینی فردی، کارآفرینان، مدیریت فرهنگی، واحد علوم و تحقیقات

مقدمه

تهدیدات گسترده بین‌المللی روبرو شده‌اند که بقای آنها را با خطر مواجه کرده و آنان برای بقای خود باید راه‌ها و روشهای جدیدی را تدوین نموده و به نوآوری و خلاقیت مستمر بپردازند. موتور حرکت چنین سازمانهای موفق و کارآمد، کارآفرینی می‌باشد، مفهومی که راجع به آن مطالب زیادی نوشته شده و ابعاد مختلفی از آن مورد بررسی قرار گرفته است. (ذبیحی و مقدسی ۱۳۸۵، ۶)

برخی از افرادی که به استعدادهای خود قویا باور دارند، همیشه در پی یافتن راهی بهتر برای انجام کارها، خلق چیزهای نو و ایجاد تغییر با آزادی عمل و قبول مسئولیت هستند، چنین افرادی اگر در سازمان ناکام شوند و این آزادی را کسب نکنند حتی ممکن است سازمان را ترک کنند، حال آنکه در دنیای پر رقابت حاضر سازمان‌ها نیازمند این تغییرند و باید مدیران راه‌های استفاده از مزایای خلاقیت و نوآوری انسان‌ها را یافته و بستر مناسب فعالیت‌های کارآفرینانه را فراهم سازند.

وجود خصوصیات آینده‌نگری، احساس تعهد، مسئولیت‌پذیری و نیز داشتن مهارت مناسب سازمانی در میان کارکنان و مدیران این سطوح باعث ارتباط موثر ما بین آنها و سایر بخش‌های دولت شده و در نهایت دستیابی به اهداف نظام سلامت را میسر می‌سازد.

اهمیت پژوهش

ارزیابی ویژگی‌های شخصیتی مدیران به دلیل تاثیر مستقیم بر فعالیتهای اعضای سازمان از اهمیت خاصی برخوردار است. ویژگیهایی چون توفیق‌طلبی، مخاطره‌پذیری، خلاقیت و قدرت تحمل ابهام که تحت عنوان خصوصیات کارآفرینی در مدیران شناخته می‌شوند. کلیه محققینی که از جنبه‌های غیر اقتصادی (روان‌شناختی) به مطالعه کارآفرینی پرداخته‌اند به نقش

نخستین گام جهت شناخت و تبیین درست هر مفهوم یا پدیده، ارائه تعریف روشن از آن است. کارآفرینی همانند سایر واژه‌های مطرح در علوم انسانی هنگامی قابل تحلیل و تبیین می‌باشد که بتوان تعریف یا تعاریف روشن و مشخصی از آن ارائه نمود. از آنجا که مفاهیم علوم انسانی در زمره مفاهیم قطعی علوم فیزیک و شیمی بشمار نمی‌رود، ارائه یک تعریف قطعی و مشخص برای واژه‌های آن، کاری دشوار و حتی غیر ممکن است. در این میان کارآفرینی نیز یکی از واژه‌هایی است که تعریف واحدی برای آن وجود ندارد و از ابتدای طرح آن در محافل علمی، تعاریف متفاوتی از دیدگاه‌های گوناگون برای آن ارائه شده است. (احمد پور داریانی ۱۳۸۶، ۹)

بطور کلی در تعاریفی که از کارآفرینی ارائه شده است تفاوت‌های مغایر و متناقضی به چشم می‌خورد، اما بر این نکته اتفاق نظر است که اصطلاح کارآفرینی دست کم بخشی از کارکرد تصمیم‌گیری را در جهت هدایت عملیاتی سازمان در بر می‌گیرد. وجود تفاوت‌ها در تعریف کارآفرینی از سویی، نشان‌دهنده گستردگی و اهمیت موضوع است که می‌تواند از زوایای مختلف مورد بررسی قرار گیرد و از سوی دیگر نشان‌دهنده بویایی موضوع است که در زمینه ارائه مدل‌ها، تئوری‌ها و نظرات متفاوتی را فراهم می‌آورد. (شاکر ۲۰۰۵، ۱۲۹)

بیان مساله

نرخ فزاینده تغییرات و تحولات در حوزه‌های علمی، اقتصادی و اجتماعی از عمده‌ترین ویژگی‌های عصر حاضر است. پایان جنگ دوم جهانی نقطه آغازین توجه کشورهای مختلف جهان به توسعه اقتصادی بود. امری که امروزه با شکل‌گیری اقتصاد جهانی و رقابت همه جانبه، از اهمیت بیشتری نیز برخوردار شده است. از طرف دیگر، سازمانهای امروزی با تحولات و

تعریف کارآفرینی

واژه کارآفرینی ابتدا در زبان فرانسه ابداع شد (کرباسی وهمکاران، ۲۷، ۱۳۸۱؛ اعرابی، ۱۷، ۱۳۸۲) و از اصطلاح و کلمه فرانسوی **Entreprendre** به معنای «واسطه و دلال» و یا اصطلاح انگلیسی **To undertake** به معنای «متعهد شدن» اقتباس شده است. (احمد پور داریانی، ۴، ۱۳۸۳) که در سال ۱۸۴۸ توسط استوارت میل^۲ به کار آفرینی^۳ در زبان انگلیسی ترجمه شد. نگاهی گذرا به سیر تاریخی مفهوم و حوزه کار آفرینی نشان می‌دهد که کار آفرینی ابتدا فقط در حوزه موزیک مطرح بوده و کار آفرین در فرهنگ لغات آکسفورد ۱۹۸۷، رئیس یا مدیر موسسه ملی موزیک تعریف شده است یعنی کسی که سرگرمی‌های موزیک را تدارک می‌بیند. (اسپیبر، ۲۰۰۵، ۴۰۵)

در فارسی هم این اصطلاح ابتدا کار فرمایی^۴ و سپس کارآفرینی (در ایران به معنای کسی که زیر بار تعهد می‌رود) ترجمه شده که هر دو ترجمه خوبی از این واژه نیستند. به نظر می‌رسد بهتر بود که این واژه به «ارزش آفرین» ترجمه می‌شد. (احمد پور داریانی، ۱۳۸۱)

سه دلیل مهم توجه به موضوع کارآفرینی عبارتند از تولید ثروت، توسعه تکنولوژی و اشتغال مولد. در موارد زیادی این مفهوم را به اشتباه صرفاً معادل اشتغال زایی تعریف کرده‌اند. از اواخر دهه هفتاد در بسیاری از کشورهای پیشرفته به علت تغییر در ارزشها و گرایشهای جامعه و تغییرات جمعیت شناختی، موجی از کسب و کارهای کوچک و افراد خود اشتغال به وجود آمدند به گونه ای که این موضوع باعث شده است تا مقوله کارآفرینی از جنبه‌های متعدد و بوسیله رشته‌های مختلف علمی نظیر اقتصاد، مدیریت، جامعه شناسی و روانشناسی مورد مطالعه قرار گیرد. (هیتون، ۲۰۰۵، ۲۵) در عین حال، برخی از تعاریف کارآفرینی عبارتند از:

ویژگی‌های فردی مدیران و کارکنان در رابطه با کار آفرینی توجه خاص مبذول داشته‌اند. (مقیمی، ۱۳۸۳، ۳۶) در این میان با توجه به اهمیت موضوع، اقتصاددانان، جامعه شناسان و روانشناسان و غیره هریک به بررسی بخشی از اهمیت ویژگی فردی کارآفرینان پرداخته است. اقتصاددانان بیشتر به ارائه تعاریف کارکردی و ابعاد رشد اقتصادی و سودآوری توجه دارند، اما روانشناسان سعی می‌کنند تا خصوصیت فردی و روانشناختی کارآفرینی را مورد مطالعه قرار دهند، جامعه شناسان نیز با اعتقاد به اینکه انگیزه درونی کارآفرین، نیروی محرکه اوست که در کودکی با تاثیرپذیری از محیط پیرامون فرد تقویت می‌گردد، ابعاد و تبعات اجتماعی کارآفرینی را بررسی می‌نمایند.

بعد دیگری که باید مورد توجه قرار گیرد تا هرگونه ابهامی را از بین ببرد، تفاوت بین نقش و پایگاه است. در واقع «نقش» کار آفرین وجود همان ویژگیها و خصوصیات کارآفرینی در فرد است پایگاه همان توجه به کارکرد کارآفرین است. (احمدپور داریانی، ۳، ۱۳۸۴) علیرغم ناتوانی اقتصاددانان در توصیف و تشریح نقش کار آفرینان در نظریه توسعه و رشد اقتصادی، تنها «جوزف شومپتر^۱» اقتصاددان آلمانی بود که برای اولین بار بر مطالعه نقش کارآفرین در اقتصاد تاکید نمود و تفاوتهایی را بین مدیر و مالک کسب و کار قائل شد. (احمدپور داریانی، ۱۳۸۴، ۷۵) پس از آن مطالعات گسترده‌تری در راستای ویژگیهای کارآفرینی با رویکردهای مختلف انجام گرفت، اما به لحاظ اهمیت ویژگیهای شخصیتی افراد و رابطه آن با نوع شغل و پست سازمانی آنها و اهمیت روز افزون کارآفرینی در سازمانهای عصر حاضر مطالعه این خصوصیات و سعی در کشف و بررسی آنها بیش از پیش مورد نیاز است، بدین ترتیب پژوهش در ابعاد مختلف ویژگیهای کارآفرینی خصوصاً برای کشورهای درحال توسعه امری حیاتی است.

بهره‌برداری نموده و عملیات مناسبی را برای رسیدن به موفقیت پی‌ریزی کند. (مردیث ۱،۱۳۷۱)

- کار آفرین فردی است که دارای ایده و نظری نو و جدیدی است که از طریق فرایند تاسیس و ایجاد یک کسب و کار و قبول مخاطره، محصول یا خدمات جدیدی را به جامعه خود معرفی می‌کند. (احمد پور داریانی ۱۳۸۱، ۵۷)

انواع کار آفرینی

تاکنون طبقه‌بندی‌های مختلفی از کارآفرینی توسط محققان مختلف صورت گرفته است که در ذیل به برخی از آنها اشاره می‌شود:

- اسمیت^۷ براساس شخصیت، زمینه‌های اجتماعی و رفتاری دو نوع کار آفرین را مورد شناسایی قرار داده است: ۱- کارآفرینان افزارمند ۲- کارآفرینان فرصت طلب. (ذبیحی و مقدسی ۱۳۸۵، ۱۹)
- جانجا^۸ با توجه به میزان فعالیت کار آفرینی انواع مختلف کارآفرینی را به پنج دسته تقسیم می‌کند: ۱- کارآفرینی اجرایی ۲- کارآفرینی فرصت‌طلبانه ۳- کارآفرینی اکتسابی ۴- کارآفرینی تکوینی ۵- کارآفرینی ابتکاری. (مقیم ۱۳۸۳، ۱۶)
- در ادبیات کارآفرینی انواع دیگری از کارآفرینی به چشم می‌خورد که در اینجا به عناوین برخی از آنها اشاره می‌شود:
 - ۱) کارآفرینی پایدار؛
 - ۲) کارآفرینی اشتراکی؛
 - ۳) کارآفرینی محلی؛
 - ۴) کارآفرینی پاسخگو؛
 - ۵) کارآفرینی بین‌المللی؛
 - ۶) کارآفرینی اجتماعی؛

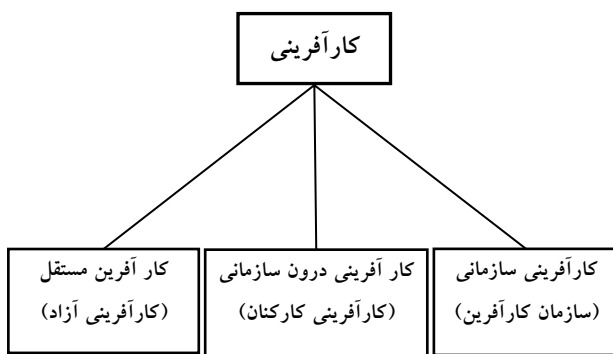
- پیتز دراکر (۱۹۸۵) کارآفرینی را به مفهوم جستجوی دائمی برای تغییر، واکنشی در برابر آن و بهره‌برداری از آن به عنوان یک فرصت بیان می‌کند (هزار جریبی ۱۳۸۴، ۹)
- کار آفرینی عبارتست از فرایند ایجاد ارزش از راه تشکیل مجموعه منحصر فردی از منابع به منظور بهره‌گیری از فرصتها. فرایندی است که منجر به ایجاد رضایتمندی و یا تقاضای جدید می‌گردد. (احمد پور داریانی ۱۳۸۴، ۲۸)

از طرف دیگر شوپیتز، به عنوان کسی که برای نخستین بار این مقوله را در نظریات خود به صورت علمی بیان کرد، کار آفرینی را فرایند تخریب خلاق می‌داند. (هزار جریبی ۱۳۸۴، ۹)

تعریف کار آفرین

از ابتدای طرح واژه کارآفرین در محافل علمی، تعاریف متفاوتی از آن بر اساس دیدگاههای گوناگون ارائه شده است که عمده‌ترین آنها عبارتند از:

- مطابق دایره‌المعارف برتانیکا^۹، کارآفرین شخصی است که کسب و کار و یا موسسه اقتصادی را سازماندهی و مدیریت کرده و خطرات ناشی از آنرا می‌پذیرد.
- مطابق واژه‌نامه دانشگاهی وبستر^۶، کارآفرین کسی است که متعهد می‌شود مخاطره‌های یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی، اداره و تقبل کند. (اسکندانی ۱۳۷۹)
- مطابق فرهنگ آریانپور، کارآفرین به معنای متهور در اقدام به کارهای مهم و جسور، بی‌باک، دل‌به‌دریا زن و پیش قدم در تاسیس شرکت است. (کرباسی و همکاران ۱۳۸۱، ۲۷)
- فرد کار آفرین کسی است که توانایی تشخیص و ارزیابی فرصت‌های کسب و کار را دارد و می‌تواند منابع لازم را جمع‌آوری کرده و از آنها



شکل (۱): انواع کارآفرینی

(کرباسی و دیگران ۱۳۸۳:۳۰)

از جمع بندی منابع علمی و پژوهشی مختلف، مهم ترین ویژگی های فردی کارآفرینان شناخته شده اند که عبارتند از:

(۱) **ارزش های فردی:** گرچه مطالعات زیادی در مورد اهمیت ارزش های شخصی کارآفرینان انجام شده است، اما این ارزش ها نتوانسته اند تا در بین مدیران، کارآفرینان ناموفق و عموم مردم تمایز ایجاد کنند. عواملی از جمله درجه حمایت، شجاعت، خیرخواهی، قابلیت تطابق و سازگاری و خلاقیت برای تشخیص کارآفرینان مهم هستند اما برای تشخیص افراد موفق هم به کار می روند. (هیستریج و پیترز ۱۹۹۸، ۶)

(۲) **ارزش های فرهنگی:** افرادی که در مورد سرچشمه کارآفرینی مطالعاتی انجام داده اند، دریافته اند که کارآفرینان به طور معمول در فرهنگ ها و جوامعی پرورش می یابند که در آن ارزش هایی همچون رقابت، زمان شناسی، کار و سود محوری از اهمیت بالایی برخوردار است. (صمد آقایی ۱۳۷۷، ۱۵)

(۳) **الگوی نقش:** افرادی که در خانواده آنها فرد کارآفرین داشته باشند، به احتمال زیاد خودشان نیز کارآفرین خواهند شد. بطور کلی وجود یک الگوی نقش سبب تشویق تلاش های کارآفرینی در فرد می شود. این الگوها ممکن است در خانواده یا در بین دوستان یا در بین محیط های کاری باشند. حتی می توان گفت کسی

(۷) کارآفرینی تکنولوژیک. (ذبیحی و مقدسی ۲۱، ۱۳۸۵)

اما بطور کلی ادبیات کارآفرینی نشان می دهد که کارآفرینی در سه زمینه یا قالب ذیل شکل می گیرد:

الف) کارآفرینی فردی: کارآفرینی فردی فرایندی است که در آن فردی با اتکا به منابع مالی غالباً شخصی و متکی بر ویژگی های شخصیتی نظیر فعالیت، ریسک پذیری و اهل عمل بودن اقدام به تاسیس یک کسب و کار جدید می نماید و آنرا تا رسیدن به موفقیت هدایت می کند. (سانگ هون ۲۰۰۵، ۵۹۸) کارآفرینی فردی نیز شخصی است که در مرکز فرایند کارآفرینی قرار دارد و مدیری است که فرایند را به جلو هدایت می کند. کارآفرینی فردی را کارآفرینی در قالب افراد، کارآفرینی آزاد، کارآفرینی شخصی و یا کارآفرینی مستقل نیز می گویند. (آرانسیبا ۲۰۰۸، ۲۱۷)

ب) کارآفرینی درون سازمانی: کارآفرینی درون سازمانی، مسئولیت به ثمر رساندن یک خلق نوآورانه در درون سازمان است. به عبارت دیگر، کارآفرینی درون سازمانی فرایندی است که در آن محصولات یا فرایندهای نوآوری شده از طریق ابقا و ایجاد فرهنگ کارآفرینانه در یک سازمان از قبل تاسیس شده به ظهور می رسند. (کرباسی و همکاران ۱۳۸۱، ۳)

ج) کارآفرینی سازمانی: کارآفرینی سازمانی به معنای اجرای فرایند کارآفرینی در داخل سازمان و با استفاده از خصوصیات همچون روحیه پشتکار، ریسک پذیری، خلاقیت و نوآوری می باشد که طی آن گروهی از افراد درون سازمان تبدیل به موتور توسعه آن می گردند. به عبارت دیگر، کارآفرینی شرکتی به مفهوم تعهد یک سازمان به ایجاد و مصرف محصولات جدید، فرایندهای تازه و نظام سازمانی نوین است. (کرباسی و همکاران ۱۳۸۱، ۳۱)

مورد کار آفرینان دنیا نشان می‌دهد، کار آفرینان می‌توانند در هر گروه سنی (از نوجوانی تا پیری) وجود داشته باشند. برای مثال، با ورود اینترنت به زندگی روزمره بسیاری از کسب و کارهای اینترنتی را نوجوانان به راه انداخته‌اند. این موضوع ده سال پیش سابقه نداشت. (احمد پور داریانی و عزیززی ۱۳۸۳، ۵۲)

۸) عضویت در گروه‌های اقلیت: به طور معمول، اقلیت‌های نژادی، قومی و مذهبی در هر جامعه‌ای به منظور ابراز وجود بیشتر و نیز تسهیل فرایند احقاق حقوق از طریق اثبات شایستگی‌ها از شرایط و انگیزه‌ی مناسب‌تر و بالاتری برای کار آفرین شدن برخوردار هستند. این اقلیت‌ها با به روی آوردن به فعالیت‌هایی که نفع آن به جامعه ساکن در آن نیز باز می‌گردد، در پی اثبات این شایستگی‌ها می‌باشند. مطالعات دیگری نشان داده است که صاحبان فعالیت‌های تجاری که از گروه‌های اقلیت بوده‌اند، اغلب جوان‌تر بوده و از تحصیلات بالاتری برخوردار بوده‌اند. (جانز ۲۰۰۵، ۶۰۵)

شکل (۲): مدل مفهومی پژوهش



که والدینش شغل آزاد دارند و برای خود کار می‌کنند، بیش از افرادی که شغل والدینشان دولتی است، علاقه دارند تا برای خود کسب و کاری ایجاد کنند. پس اگر چند تن از اطرافیان به نوعی کار آفرین باشند، احتمال خیلی زیادی دارد که فرد نیز به سوی فعالیت‌های کار آفرینانه سوق پیدا کند. (اینار ۲۰۰۵، ۲۰)

۴) تجربه کاری: تعدادی از محققان نشان داده‌اند که کار آفرینان در حرفه و صنعتی که کار خود را در آن شروع می‌کنند، دارای تجربه‌ی قبلی‌اند و تجربه کاری قبلی آنان در مسیر خاصی از فعالیت‌های اقتصادی رابطه‌ی مثبت و مستقیمی با موفقیت آنان دارد. تجربه‌ی کاری باعث می‌شود تا کار آفرینان به این موضوع پی ببرند که می‌توانند این کارها را بهتر از رئیس و کار فرمای خود انجام دهند. به همین دلیل اقدام به راه‌اندازی کسب و کار شخصی می‌کنند. (جانز ۲۰۰۵، ۲۱)

۵) تحصیلات: یکی از موضوعات مورد توجه محققان این است که آیا افراد کار آفرین به دنیا می‌آیند یا از طریق تحصیل کار آفرین می‌شوند. بطور کلی تحصیلات یکی از عمده‌ترین موضوعات در زمینه کارآفرینی است و همواره نتایج جدیدی در این زمینه منتشر شده است. (آرانسیبیا ۲۰۰۸، ۲۱۹)

۶) جایگاه اجتماعی: قرار نگرفتن فرد در جایگاه اجتماعی مورد نظرش سبب می‌شود تا فرد به سوی فعالیت‌های کار آفرینانه بر انگیزه شود. در این زمینه جرج هومانز مطالعاتی انجام داد و نتیجه گرفت که هیچ یک از متغیرهای قدرت، جایگاه، رتبه و سمت سازمانی به تنهایی برای تشریح انگیزه فرد برای کار آفرین شدن کافی نیست. اما هنگامی که بین جایگاه اجتماعی فرد و انتظار وی فاصله باشد، به سوی رفتارهای متفاوت بر انگیزه می‌شود. (احمدپور داریانی و عزیززی ۱۳۸۳، ۵۳)

۷) سن: اساساً نمی‌توان سن مطلوبی را برای آغاز فعالیت کار آفرینانه معین کرد. مطالعات و بررسی‌ها در

اهداف پژوهش

هدف کلی: بررسی سطح کارآفرینی فردی دانشجویان تحصیلات تکمیلی رشته مدیریت فرهنگی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات.

اهداف فرعی:

- ۱) تعیین تاثیر خطرپذیری در دانشجویان بر کار آفرینی فردی آنها؛
- ۲) تعیین تاثیر نیاز به توفیق در دانشجویان بر کارآفرینی فردی آنها؛
- ۳) تعیین تاثیر برخورداری از مرکز کنترل درونی در دانشجویان بر کارآفرینی فردی آنها؛
- ۴) تعیین تاثیر گرایش به خلاقیت در دانشجویان بر کار آفرینی فردی آنها؛
- ۵) تعیین تاثیر نیاز به استقلال در دانشجویان بر کار آفرینی فردی آنها؛
- ۶) تعیین تاثیر توان مذاکره دانشجویان بر کار آفرینی فردی آنها؛
- ۷) تعیین تاثیر آینده‌نگری در دانشجویان بر کار آفرینی فردی آنها؛
- ۸) تعیین تاثیر تحمل ابهام در دانشجویان بر کار آفرینی فردی آنها؛

روش پژوهش

این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر اجراء توصیفی (همبستگی) است. جامعه آماری این پژوهش کلیه دانشجویان تحصیلات تکمیلی مدیریت فرهنگی را شامل می‌شود. با توجه به اینکه دانشجویان مدیریت فرهنگی در مقاطع تحصیلات تکمیلی در دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات محدود می‌باشند لذا از روش نمونه‌گیری در دسترس استفاده شد. برای جمع‌آوری اطلاعات پرسشنامه کارآفرینی طراحی و بکار گرفته شد که شامل دو بخش و در برگیرنده اطلاعات مربوط به مشخصات فردی دانشجویان و

ویژگیهای مرتبط با کار آفرینی فردی می‌باشد. به منظور تعیین پایایی پرسشنامه‌ها، پرسشنامه‌های تنظیم شده بین یک گروه ۳۰ نفری دانشجویان رشته‌های مختلف تحصیلی توزیع گردید و آلفای کرونباخ پرسشنامه مربوط به کارآفرینی فردی برابر ۰/۸۴ بدست آمد.

سوالات پژوهش

- ۱) سطح خطرپذیری در دانشجویان مدیریت فرهنگی در چه حدی است؟
- ۲) سطح نیاز به توفیق در دانشجویان مدیریت فرهنگی در چه حدی است؟
- ۳) سطح برخورداری از مرکز کنترل درونی در دانشجویان مدیریت فرهنگی در چه حدی است؟
- ۴) سطح گرایش به خلاقیت در دانشجویان مدیریت فرهنگی در چه حدی است؟
- ۵) سطح نیاز به استقلال در دانشجویان مدیریت فرهنگی در چه حدی است؟
- ۶) سطح تحمل ابهام در دانشجویان مدیریت فرهنگی در چه حدی است؟
- ۷) سطح آینده‌نگری در دانشجویان مدیریت فرهنگی در چه حدی است؟
- ۸) سطح توان مذاکره در دانشجویان مدیریت فرهنگی در چه حدی است؟

آزمون سوالات پژوهش

جدول (۱): جنس

| جنس | فراوانی | درصد | درصد اعتباری | درصد تجمعی |
|-----|---------|-------|--------------|------------|
| مرد | ۳۵ | ۵۵/۶ | ۵۵/۶ | ۵۵/۶ |
| زن | ۲۸ | ۴۴/۴ | ۴۴/۴ | ۱۰۰/۰ |
| جمع | ۶۳ | ۱۰۰/۰ | ۱۰۰/۰ | |

همانطور که از جدول بالا مشاهده می‌شود از مجموع ۶۳ نفر شرکت کننده در پژوهش ۳۵ نفر معادل

۵۵/۶ درصد مرد و ۲۸ نفر معادل ۴/۴۴ درصد زن بوده‌اند.

جدول (۲): سن

| درصد تجمعی | درصد اعتباری | درصد | فراوانی |
|---------------|-----------------|-------|---------|
| ۳۴/۹ | ۳۴/۹ | ۳۴/۹ | ۲۲ |
| ۸۵/۷ | ۵۰/۸ | ۵۰/۸ | ۳۲ |
| ۹۵/۲ | ۹/۵ | ۹/۵ | ۶ |
| ۱۰۰/۰ | ۴/۸ | ۴/۸ | ۳ |
| | ۱۰۰/۰ | ۱۰۰/۰ | ۶۳ |

تفسیر: با توجه به اینکه مقدار (t) محاسبه شده (۱۴/۳۲۴-) با درجه آزادی (۶۲) و سطح معنی‌داری (۰/۰۰) از مقدار (t) بحرانی جدول کوچکتر است فرض صفر تایید می‌شود. بنابراین با اطمینان ۹۹ درصد می‌توان قضاوت کرد، مؤلفه خطرپذیری در بین دانشجویان مدیریت فرهنگی در سطح قابل قبولی است.

جدول (۵): سطح نیاز به توفیق در دانشجویان مدیریت فرهنگی در چه حد است؟

| فرض اول | انحراف معیار | سطح معنی‌داری | t | df | میانگین | خطای انحراف میانگین |
|---------|--------------|---------------|-------|----|---------|---------------------|
| آزمون | ۲/۹۸ | ۰/۰ | -۱۳/۹ | ۶۲ | ۱۵/۷۴ | ۲/۹۸۳ |

همانطور که از جدول شماره ۲ مشاهده می‌شود از مجموع ۶۳ نفر شرکت‌کننده در پژوهش گروه سنی ۳۱-۴۰ سال با ۳۲ نفر معادل ۵۰/۸ درصد بیشترین تعداد و گروه سنی ۵۱ سال به بالا با ۳ نفر معادل ۴/۸ درصد کمترین تعداد را شامل می‌شود.

جدول (۳): تحصیلات

| درصد تجمعی | درصد اعتباری | درصد | فراوانی |
|---------------|-----------------|-------|---------|
| ۷۱/۴ | ۷۱/۴ | ۷۱/۴ | ۴۵ |
| ۱۰۰/۰ | ۲۸/۶ | ۲۸/۶ | ۱۸ |
| | ۱۰۰/۰ | ۱۰۰/۰ | ۶۳ |

تفسیر: با توجه به اینکه مقدار (t) محاسبه شده (۱۳/۹۷۷-) با درجه آزادی (۶۲) و سطح معنی‌داری (۰/۰۰) از مقدار (t) بحرانی جدول کوچکتر است فرض صفر تایید می‌شود. بنابراین با اطمینان ۹۹ درصد می‌توان قضاوت کرد، مؤلفه نیاز به توفیق در بین دانشجویان مدیریت فرهنگی در سطح قابل قبولی است.

مطابق اطلاعات جدول شماره ۳، از مجموع ۶۳ نفر شرکت‌کننده در پژوهش ۴۵ نفر معادل ۷۱/۴ درصد دارای مدرک کارشناسی ارشد و ۱۸ نفر معادل ۲۸/۶ درصد دارای مدرک دکتری بوده‌اند.

جدول (۶): سطح برخورداری از مرکز کنترل درونی در دانشجویان مدیریت فرهنگی در چه حد است؟

| فرض اول | انحراف معیار | سطح معنی‌داری | t | df | میانگین | خطای انحراف میانگین |
|---------|--------------|---------------|--------|----|---------|---------------------|
| آزمون | ۱/۹۰ | ۰/۰ | -۱۴/۰۹ | ۶۲ | ۱۱/۶۱ | ۰/۲۳۹ |

جدول (۴): سطح خطرپذیری در دانشجویان مدیریت فرهنگی در چه حد است؟

| فرض اول | انحراف معیار | سطح معنی‌داری | t | df | میانگین | خطای انحراف میانگین |
|---------|--------------|---------------|--------|----|---------|---------------------|
| آزمون | ۲/۰۸۴ | ۰/۰۰۰ | -۱۴/۳۲ | ۶۲ | ۱۱/۲۳۸ | ۰/۲۶۲۶ |

تفسیر: با توجه به اینکه مقدار (t) محاسبه شده (۱۴/۰۹۱-) با درجه آزادی (۶۲) و سطح معنی‌داری (۰/۰۰) از مقدار (t) بحرانی جدول کوچکتر است فرض صفر تایید می‌شود. بنابراین با اطمینان ۹۹ درصد می‌توان قضاوت کرد، مؤلفه برخورداری از مرکز کنترل

جدول (۹): سطح تحمل ابهام در دانشجویان مدیریت فرهنگی در چه حد است؟

| فرض هشتم | انحراف معیار | داری سطح معنی | t | df | میانگین | خطای انحراف میانگین |
|----------|--------------|---------------|--------|----|---------|---------------------|
| آزمون | ۱/۲۹ | ۰/۰ | -۱۶/۵۹ | ۶۲ | ۶/۳۰ | ۰/۱۶۲ |

تفسیر: با توجه به اینکه مقدار (t) محاسبه شده (-۱۶/۵۹) با درجه آزادی (۶۲) و سطح معنی داری (۰/۰۰) از مقدار (t) بحرانی جدول کوچکتر است فرض صفر تایید می شود. بنابراین با اطمینان ۹۹ درصد می توان قضاوت کرد، مؤلفه تحمل ابهام در بین دانشجویان مدیریت فرهنگی در سطح قابل قبولی است.

جدول (۱۰): سطح آینده نگری در دانشجویان مدیریت فرهنگی در چه حد است؟

| فرض هشتم | انحراف معیار | داری سطح معنی | t | df | میانگین | خطای انحراف میانگین |
|----------|--------------|---------------|-------|----|---------|---------------------|
| آزمون | ۲/۰۵ | ۰/۰ | -۷/۹۲ | ۶۲ | ۶/۹۵ | ۰/۲۵۸ |

تفسیر: با توجه به اینکه مقدار (t) محاسبه شده (-۷/۹۲) با درجه آزادی (۶۲) و سطح معنی داری (۰/۰۰) از مقدار (t) بحرانی جدول کوچکتر است فرض صفر تایید می شود. بنابراین با اطمینان ۹۹ درصد می توان قضاوت کرد، مؤلفه آینده نگری در بین دانشجویان مدیریت فرهنگی در سطح قابل قبولی است.

جدول (۱۱): سطح توان مذاکره در دانشجویان مدیریت فرهنگی در چه حد است؟

| فرض هشتم | انحراف معیار | داری سطح معنی | t | df | میانگین | خطای انحراف میانگین |
|----------|--------------|---------------|-------|----|---------|---------------------|
| آزمون | ۲/۳۶ | ۰/۰ | -۶/۳۴ | ۶۲ | ۷/۱۱ | ۰/۲۹۷ |

درونی در بین دانشجویان مدیریت فرهنگی در سطح قابل قبولی است.

جدول (۷): سطح گرایش به خلاقیت در دانشجویان مدیریت فرهنگی در چه حد است؟

| فرض هشتم | انحراف معیار | داری سطح معنی | t | df | میانگین | خطای انحراف میانگین |
|----------|--------------|---------------|-------|----|---------|---------------------|
| آزمون | ۱/۷۸ | ۰/۰ | -۸/۱۲ | ۶۲ | ۷/۱۷ | ۰/۲۲۴ |

تفسیر: با توجه به اینکه مقدار (t) محاسبه شده (-۸/۱۲) با درجه آزادی (۶۲) و سطح معنی داری (۰/۰۰) از مقدار (t) بحرانی جدول کوچکتر است فرض صفر تایید می شود. بنابراین با اطمینان ۹۹ درصد می توان قضاوت کرد، مؤلفه گرایش به خلاقیت در بین دانشجویان مدیریت فرهنگی در سطح قابل قبولی است.

جدول (۸): سطح نیاز به استقلال در دانشجویان مدیریت فرهنگی در چه حد است؟

| فرض هشتم | انحراف معیار | داری سطح معنی | t | df | میانگین | خطای انحراف میانگین |
|----------|--------------|---------------|--------|----|---------|---------------------|
| آزمون | ۲/۴۵ | ۰/۰ | -۱۶/۳۳ | ۶۲ | ۱۲/۹۵ | ۰/۳۰۸ |

تفسیر: با توجه به اینکه مقدار (t) محاسبه شده (-۱۶/۳۳) با درجه آزادی (۶۲) و سطح معنی داری (۰/۰۰) از مقدار (t) بحرانی جدول کوچکتر است فرض صفر تایید می شود. بنابراین با اطمینان ۹۹ درصد می توان قضاوت کرد، مؤلفه نیاز به استقلال در بین دانشجویان مدیریت فرهنگی در سطح قابل قبولی است.

تفسیر: با توجه به اینکه مقدار (t) محاسبه شده (۶/۳۴۴-) با درجه آزادی (۶۲) و سطح معنی داری (۰/۰۰) از مقدار (t) بحرانی جدول کوچکتر است فرض صفر تایید می‌شود. بنابراین با اطمینان ۹۹ درصد می‌توان قضاوت کرد، مؤلفه توان مذاکره در بین دانشجویان مدیریت فرهنگی در سطح قابل قبولی است.

نتیجه‌گیری

هدف اصلی مطالعه حاضر بررسی سطح کارآفرینی فردی دانشجویان مدیریت فرهنگی بود که برای دستیابی به این هدف ۸ ویژگی مرتبط با کار آفرینی در دانشجویان شناسایی شده و تاثیر مجموع آنها و هر یک به تفکیک بر کار آفرینی مورد بررسی قرار گرفتند. یافته‌های پژوهش نشان داد که مؤلفه‌های خطرپذیری، نیاز به توفیق، برخورداری از مرکز کنترل درونی، گرایش به خلاقیت، نیاز به استقلال، تحمل ابهام، آینده‌نگری و توان مذاکره در دانشجویان مدیریت فرهنگی در سطح قابل قبولی بوده است اما یافته‌های پژوهش بیانگر برخی نکات حائز اهمیت به شرح زیر می‌باشد:

(۱) بین مؤلفه‌های خطرپذیری، نیاز به استقلال و تحمل ابهام با جنسیت رابطه معکوس در بین مردان و زنان وجود دارد. به بیان دیگر این مؤلفه‌ها در مردان قوی‌تر از زنان بوده است. یعنی سطح این مؤلفه‌ها در زنان پایین‌تر از مردان بوده است.

(۲) بین مؤلفه‌های خطرپذیری و نیاز به توفیق و سن ارتباط معکوس وجود دارد. یعنی با افزایش سن دانشجویان سطح این مؤلفه کاهش می‌یابد. در واقع با افزایش سن خطرپذیری در افراد کاهش می‌یابد.

(۳) بین مؤلفه‌های برخورداری از مرکز کنترل درونی، تحمل ابهام و توان مذاکره و سن ارتباط مسقیم وجود دارد. به عبارت دیگر با افزایش سن این مؤلفه‌ها قوی‌تر می‌شود از جمله مؤلفه تحمل ابهام که تاثیر چشمگیری را نشان می‌دهد.

(۴) بین مؤلفه گرایش به خلاقیت و سن ارتباط معنی داری یافت نشد. یعنی با افزایش یا کاهش سن دانشجویان بر میزان قدرت این مؤلفه‌ها تاثیر معنی داری یافت نشد.

(۵) بین مؤلفه برخورداری از مرکز کنترل درونی، نیاز به استقلال، آینده‌نگری و توان مذاکره و سطح تحصیلات ارتباط مسقیم وجود دارد. یعنی با افزایش سطح تحصیلات این مؤلفه‌ها در دانشجویان قوی‌تر بوده است.

(۶) بین مؤلفه خطرپذیری، نیاز به توفیق و گرایش به خلاقیت و سطح تحصیلات ارتباط معنی داری یافت نشد. یعنی با افزایش سطح تحصیلات در سطح این مؤلفه‌ها در دانشجویان تاثیر چندانی یافت نشد.

(۷) در مجموع از میان ۸ مؤلفه اصلی مورد پژوهش به ترتیب مؤلفه‌های: توان مذاکره، آینده‌نگری و نیاز به توفیق نسبت به دیگر مؤلفه‌ها از سطح مطلوب تری برخوردار بودند.

پیشنهادات کاربردی

با وجود سطح خوب کارآفرینی فردی در میان دانشجویان مدیریت فرهنگی که تا سطح مطلوب فاصله زیادی دارد ضروری است برای رفع این مشکل در دانشگاهها در جهت رسیدن به سطح مورد نظر راهکارهای عملی بکار گرفته شود. همچنین به اعتقاد پژوهشگر امکان ایجاد کار آفرینی در دانشگاهها وجود دارد، به شرطی که علاوه بر پرورش ویژگیهای کار آفرینی فردی در میان دانشجویان از سیستم تشویق

- مناسب برای فعالیتهای کارآفرینانه استفاده شود، تا افراد انگیزه بالایی برای ارائه ایده‌ها و اجرای نوآوری‌ها داشته باشند. برای نیل به این هدف تغییرات ذیل ضروری به نظر می‌رسد:
- تغییر نگرش افراد در سطوح مختلف مدیریتی در دانشگاه‌ها نسبت به تغییر و تحولات مثبت سازمانی؛
 - اختصاص منابع مالی از درآمد دانشگاه برای ابداع و نوآوری به عنوان بخش مجزای بودجه پژوهشی؛
 - تقویت روحیه جسارت و ریسک‌پذیری در بین دانشجویان و اساتید؛
 - تشویق دانشجویان و اعضا هیات علمی به ارائه ایده‌های خلاق و نوآورانه (از طریق اعطا امتیاز ویژه مانند امتیازات پژوهشی یا آموزشی)؛
 - لحاظ نمودن ویژگی‌های کارآفرینی در فرم ارزشیابی سالانه اساتید و گروههای آموزشی؛
 - تشکیل یک گروه ستادی کارآفرینی در دانشگاه آزاد اسلامی؛
 - حمایت مدیران و معاونین دانشگاه از کارهای تیمی و مدیریت مشارکتی؛
- ۴) احمد پور داریانی، محمود (۱۳۸۴) کارآفرینی، تعاریف، نظریات، الگوها، چاپ ششم، تهران: انتشارات پردیس.
- ۵) اسکندانی، حمید (۱۳۷۹) ویژگیهای کارآفرین و کارآفرینان ایرانی. ماهنامه صنعت و مطبوعات، شماره (۳۰): ۷۶.
- ۶) ذبیحی، محمد رضا و مقدسی، علیرضا (۱۳۸۵) کارآفرینی از تئوری تا عمل. چاپ اول، مشهد: انتشارات جهان فردا.
- ۷) صمد آقایی، جلیل (۱۳۷۷) شناخت بستر سازمانی مناسب برای جذب و رشد کارآفرینان، پایان نامه کارشناسی ارشد، سازمان مدیریت صنعتی.
- ۸) صمد آقایی، جلیل (۱۳۸۳) خلاقیت جوهره کارآفرینی. چاپ اول، تهران: مرکز کارآفرینی دانشگاه تهران، انتشارات دانشگاه.
- ۹) کرباسی، علی {و دیگران} (۱۳۸۱) مروری بر ادبیات کارآفرینی. فصلنامه صنایع، شماره ۳۳.
- ۱۰) مردیست، جفری (۱۳۷۱) کارآفرینی، مترجم: محمدصادق بنی‌ثیان، موسسه کار و تامین اجتماعی، تهران: انتشارات دفتر بین‌المللی کار.
- ۱۱) مقیمی، سید محمد (۱۳۸۳) کارآفرینی در نهادهای جامعه مدنی. چاپ دوم، تهران: انتشارات دانشگاه تهران، مرکز کارآفرینی دانشگاه تهران.
- ۱۲) هزار جریبی، جعفر (۱۳۸۴) کارآفرینی، چاپ اول، تهران: انتشارات پژوهشکده امور اقتصادی.

منابع و ماخذ

- ۱) احمد پور داریانی، محمود (۱۳۸۱) آیا کارآفرینی یک شغل جدید است، ماهنامه تدبیر، شماره (۱۲۰) بهمن ماه.
- ۲) احمد پور داریانی، محمود (۱۳۸۳) کارآفرینی، چاپ اول، تهران: انتشارات پردیس.
- ۳) احمد پور داریانی، محمود و عزیزی، محمد (۱۳۸۳) کارآفرینی، چاپ اول، تهران: موسسه فرهنگی و انتشاراتی محراب قلم.
- 13) Hisrich, R.D.M and Peters P. (1998). The Individual Entrepreneur in Entrepreneurship, McGraw Hill Publishing.
- 14) Matlay Harry (2005) Researching entrepreneurship and education: what is entrepreneurship and does it matter? Education Training Vol. 47 No. 8/9, pp. 665-677 Emerald Group Publishing Limited.
- 15) Spear, Roger (2006) Social entrepreneurship: a different model?

یادداشت‌ها

- ¹ -Joseph Schumpeter
² - Stewart Mill, J.
³ - Entrepreneurship
⁴ - Employment
⁵ -Britenica
⁶ -Websters New Collgiate Dictionary
⁷ -Smith
⁸ - June ja

- International Journal of Social Economics
 Vol. 33 No. 5/6,pp. 399-410,Emerald
 Group Publishing Limited.
- 16) Hayton, James(2005) promoting
 corporate entrepreneurship through
 human resource
- 17) management practices: A Review of
 empirical research, Hum Resource
 Management
- 18) Review, volume 15, Issue 1, pages 21-
 41.
- 19) Johns, Nick(2005) Destination
 development through entrepreneurship: a
 comparison of two Cases, Tourism
 Management, vol 26, Issue 4, pages 605 –
 609.
- 20) Einar ,A. Rasmussen (2005) Action-
 based entrepreneurship Education,
 Technovation , pages 19- 22.
- 21) Shaker, A. Zahra (2005) Cognition and
 international entrepreneurship;
 International Business Review, vol 14,
 Issue 2, pages 129 – 131.
- 22) Arancibia , Erik(2008)Entrepreneurship
 in value chains of non-timber forest
 products,Forest policy Journal, pages 212-
 221.
- 23) Sang-Hoon , Kim and others:
 Entrepreneurship in Japan and Silicon
 Valley: a
- 24) comparative study, Technovation, vol
 22, Issue 10, June 2005, pages 595 – 601.