

## بررسی عملی بودن اعتبار روایی نرم یابی مقیاس سنجش کارآفرینی دبیران دبیرستانهای استان مازندران

حمید رضا وطن خواه<sup>۱\*</sup>

(۱) استاد یار دانشگاه آزاد اسلامی واحد تنکابن

\*نویسنده مسول: hamid\_vatankha1@yahoo.com

تاریخ دریافت مقاله ۹۰/۷/۱ تاریخ آغاز بررسی مقاله ۹۰/۱۱/۹ تاریخ پذیرش مقاله ۹۱/۲/۲۰

### چکیده

پژوهش حاضر بر پایه هدف اصلی استاندارد ساختن مقیاس کارآفرینی در دبیران آموزش و پرورش استان مازندران به اجرا در آمد. طرح پژوهش توصیفی بوده از این رو نمونه ای با حجم ۶۰۰ نفر از آموزش و پرورش شهرهای تنکابن، بابل، ساری، قائم محمودآباد استان مازندران انتخاب شده، و با توجه به مدرک تحصیلی در گروه های دیپلم، فوق دیپلم، لیسانس، فوق لیسانس و دکترا دسته بندی گردیدند. تعداد ۵۹ پرسشنامه به دلایل مختلف از جمله عدم همکاری، ناقص بودن پاسخ ها، از مجموعه حذف گردید و در نهایت ۵۴۱ پرسشنامه وارد محاسبات آماری گردید. ابزار پژوهش، پرسشنامه ۷۵ سؤالی کارآفرینی که از طریق سایت ایالتی کانادا تهیه گردید و پس از ترجمه آن به زبان فارسی و بر اساس طیف ۶ درجه لیکرت به اجرا درآمد. بعد از گردآوری داده ها همبستگی هر سؤال با کل آزمون نشان داده است که هیچ سؤالی از مجموعه ۷۵ سؤالی حذف نگردید و نشان دهنده هماهنگی درونی بین سؤال های پرسشنامه است. به منظور پاسخ به این پرسش که میزان اعتبار آزمون چقدر است؟ از روش آلفای کرونباخ استفاده شد که این ضریب برابر با ۰.۹۱۵ بوده است. برای بررسی روایی سازه پرسشنامه و پاسخ به این پرسش که مقیاس کارآفرینی از چند عامل اشباع شده است؟ از تحلیل عاملی استفاده شده که پس از بررسی کفایت نمونه برداری (Kmo) که برابر با ۰.۸۰۷ بوده است و مشخصه آزمون کروییت با رتلت (به مقدار ۱۷۰۴۸.۴۹۴) و در سطح ۰.۰۰۰۰۰۱ معنادار بوده است و حکایت از وجود شرایط مناسب جهت تحلیل عاملی است. سهم عامل یکم ۱۶.۴ درصد و سهم عامل دوم تا دهم به ترتیب ۵.۴، ۶.۵، ۳.۱، ۲.۸، ۲.۵، ۲.۴، ۲.۲، ۲.۱ درصد بوده است. در مرحله نهایی به منظور تشخیص ساختار ساده متغیرها با استفاده از چرخش واریماکس ماتریس عاملی چرخش یافته نهایی به دست آمد، نتایج حاصل از چرخش عامل ها و تفسیر آن عبارتند از: عامل یکم با ۱۵ سؤال همبستگی قوی دارد که بیانگر عامل اعتماد به نفس است. عامل دوم با ۱۵ سؤال همبستگی قوی دارد بیانگر عامل تحمل ریسک است. عامل سوم با ۱۱ سؤال همبستگی قوی دارد که بیانگر عامل انگیزه رشد است. عامل چهارم با ۷ سؤال همبستگی قوی دارد که بیانگر عامل اعتقاد به سرنوشت است. عامل پنجم با ۷ سؤال همبستگی قوی دارد که بیانگر عامل فرصت جویی است. عامل ششم با ۶ سؤال همبستگی قوی دارد که بیانگر عامل نیاز به پیشرفت است. عامل هفتم با ۴ سؤال همبستگی قوی دارد که بیانگر عامل مهارت های اجتماعی است. عامل هشتم با ۴ سؤال همبستگی قوی دارد که بیانگر عامل سائق انرژی است. عامل نهم با ۳ سؤال همبستگی قوی دارد که بیانگر عامل قاطعیت است. عامل دهم با ۳ سؤال همبستگی قوی دارد که بیانگر خود پیروی است.

کلید واژگان: اعتبار - روایی - کار آفرینی - دبیران آموزش و پرورش.

### مقدمه

تعریف واحدی ندارد و برای آن تعاریف متعددی ارائه شده است که تفاوت های قابل توجهی بین آنها مشهود است. تعریفی از کارآفرینی که تقریباً شامل همه تعریف های ارائه شده باشد عبارتست از: فرآیندی که فرد کارآفرین با ایده های نو و خلاق و شناسایی فرصتهای جدید و با بسیج

واژه کارآفرینی از کلمه ENTREPRENEURSHIP (به معنای متعهدشدن) مشتق شده از زبان فرانسه به دیگر زبانها راه یافته است. همچون سایر واژه ها در علوم انسانی، کارآفرینی نیز

فرد است که به ابتکار، تمایل، پایداری، شدت، و نتیجه رفتار بستگی دارد. وقتی مهارتها و علاقه‌های فرد با شغل همسو بوده و افراد، فرصت اصلاح عملکرد خود را داشته باشند عملکرد افزایش خواهد یافت. (باتنر، ۱۹۹۷)

هدایت کارکنان در جهت استفاده هر چه بیشتر از استعداد و تواناییهایشان، به افزایش عملکرد سازمانی و در نتیجه رضایت شغلی می‌انجامد. مدیریت منابع انسانی و کنشهای مدیریتی در رابطه با طراحی شغل، غنی‌سازی و شکوفایی شغل، جابجایی، و گردش شغلی بر سطح‌های عملکرد کارکنان موثر است (راس<sup>۲</sup>، ۱۹۷۷).

امروزه، روحیه کارآفرینی به شدت در میان جمعیت جوان ایران در حال گسترش است. از طرفی با توجه به شرایط اقتصادی، اجتماعی کشور توجه به کارآفرینی بیش از پیش حائز اهمیت است. با توجه به اعمال سیاست کاهش تصدی‌گری دولت و همچنین محدودیت‌های سرمایه‌گذاری در بخش خصوصی، سوق دهی جوانان و زنان جویای کار به سمت مشاغل کارآفرینی و خود اشتغالی ضرورت می‌یابد. در کشور ایران، به رغم داشتن جمعیتی هوشمند و متعهد و نیز برخورداری از منابع طبیعی فراوان، تولید ناخالص داخلی در سطح پائین است، شمار قابل توجهی از نیروهای جوان و حتی تحصیل کرده از امکان اشتغال بی بهره‌اند و بر اولویت ایجاد کار در دیگر فعالیتهای دولتی در سطوح گوناگون تاکید می‌شود. افزون بر این بسیاری از شرکتها، به سبب بهره‌وری اندک، فقدان تقاضا و غیره در آستانه تعطیلی هستند یا تعطیل شده‌اند و امکانات رقابتی کشور هم در بازارهای جهانی اندک است؛ از این رو توسعه کارآفرینی بسیار ضروری است.

تحقیقات کاربردی در زمینه کارآفرینی در مورد کارآفرینی و عملکرد مطالعاتی چند انجام گرفته است و به این موضوع از جنبه‌های مختلف چون عوامل موثر بر عملکرد مدیریتی و رهبری، ارتباط کارآفرینی با کارایی، اثربخشی و بهره‌وری و غیره نگریسته شده است. البته در

منابع مبادرت به ایجاد کسب و کار و سرکنهای نو، سازمانهای جدید و نوآور و رشدیابنده نموده و توام با پذیرش مخاطره و ریسک است و به معرفی محصول و یا خدمات جدیدی به جامعه منجر می‌گردد. کارآفرینی از مفاهیم جدیدی است که حداقل در محدوده علم اقتصاد، مدیریت، جامعه‌شناسی و روان‌شناسی و سایر مقوله‌های مرتبط با این موضوع قدمتی بسیار کوتاه داشته و از مفاهیم روبه‌گسترش است. کارآفرینی عبارت است از فرایند ایجاد ارزش از راه تشکیل مجموعه منحصر بفردی از منابع و بهره‌گیری از فرصتها (احمدپور داریانی، ۱۳۸۴). کارآفرین سازمانی به فردی اطلاق می‌شود که مسئولیت نوآوری از هر نوعی را در سازمان بر عهده می‌گیرد. کارآفرین سازمان می‌تواند یک فرد خلاق و نوآور باشد، اما او فرد آرمان‌گرایی است که چگونگی تبدیل یک فکر به واقعیتی سودآور را به تصور می‌کشد (صمد آقایی، ۱۳۸۲).

افراد کارآفرین دارای ویژگیهایی هستند که آنها را از دیگران جدا می‌کند. کارآفرینان در جستجوی موفقیت، شکست‌های زیادی را تجربه می‌کنند. این یک واقعیت است که بسیاری از کارآفرینان قبل از موفقیت، از شکست‌هایی رنج می‌برند. کارآفرینان حد نهایی خطر پذیران هستند. مفهوم خطر، بخش عمده‌ای از فرایند کارآفرینی است. معمولاً کارآفرین بر اساس یک خطر معقول یا حساب شده عمل می‌کند. کارآفرینان موفق، غالباً به وسیله برنامه‌ریزی و آمادگی تلاش می‌کنند تا به منظور کنترل بهتر سرنوشت خودشان میزان خطر موجود را به حداقل برسانند (کوارتکو- ترجمه محرابی ۱۳۸۳)

کپلمن (۱۹۸۶) عملکرد شغلی فرد را حاصل ضرب اندیشه و توانایی می‌داند. هنری توسی<sup>۱</sup> و همکاران انگیزه را در دو مفهوم مطرح می‌کنند. در مفهوم اول انگیزش به عنوان یک کنش مدیریتی افراد را به تلاش در جهت رسیدن به نتیجه‌های مطلوب سازمان و یا شاید مدیر، ترغیب می‌کند. در مفهوم دوم انگیزش وضعیت درونی

<sup>2</sup> Ross

<sup>1</sup> HenryTosi

بررسی مطالعات پیشین معلوم گردید که کمتر به موضوع مورد بررسی این پژوهش پرداخته شده است لذا در اینجا به برخی از نزدیکترین پژوهشهای مرتبط اشاره می گردد. حسینی در سال ۱۳۸۷ پژوهشی را در همین راستا انجام داده است. وی در این پژوهش به بررسی رابطه بین گرایش به کارآفرینی و عملکرد در کسب و کارهای کوچک شهر یزد پرداخته است. هدف او از انجام این تحقیق تعیین رابطه بین متغیرهای پیشتازی، رقابت جسورانه، ریسک پذیری، استقلال گرایی، نوآوری و توفیق گرایی با عملکرد می باشد. این متغیرها به عنوان متغیرهای تعیین کننده و ویژگیهای کارآفرینی در نظر گرفته شده است. روش این تحقیق از نوع توصیفی - پیمایشی بوده و جامعه آماری این پژوهش را نیز کلیه شاغلان کسب و کارهای کوچک موجود در شهر یزد تشکیل می دهند. محقق برای تعیین واریانس جامعه نخست از یک نمونه ۲۵ تایی استفاده نموده و بر آن اساس، نمونه ای ۱۰۰ تایی به روش تصادفی برای گردآوری داده ها انتخاب نموده است. داده ها نیز از طریق پرسشنامه گردآوری شده اند. او برای آزمون فرضیه های پژوهش از آزمون (t-student) در سطح معنی داری استفاده نموده است. نتایج این پژوهش بیانگر وجود رابطه قوی و معناداری را بین عملکرد و کارآفرینی می باشد. به عبارت دیگر نتایج پژوهش رابطه معناداری را بین متغیرهای (پشتتازی، رقابت جسورانه، ریسک پذیری، نوآوری و توفیق طلبی) با عملکرد نشان می دهد. محقق علاوه بر آزمون t، جهت تکمیل نتایج تحقیق از آزمون های دیگری از قبیل: همبستگی، تحلیل رگرسیون، ANOVA،  $k^2$ ، t زوج شده و t هتلینگ استفاده نموده است. به طور کلی نتیجه ای که از این تحقیق به دست آمده این است که بین گرایش به کارآفرینی و عملکرد در کسب و کارهای کوچک رابطه وجود دارد. (حسینی، ۱۳۸۶)

سازمانهای دولتی و غیردولتی در توسعه کار آفرینی، نظرات کارکنان را بر اساس متغیرهای جمعیت، سن و سابقه خدمت بررسی نمود. پژوهش فوق به روش توصیفی - پیمایشی بوده و در سال (۲۰۰۳-۲۰۰۲) انجام گرفته است. جامعه آماری آن نیز شامل کلیه کارکنان سازمانهای دولتی و غیردولتی بوده است. گروه نمونه، شامل ۲۲۵ نفر از کارکنان سازمانهای دولتی و غیردولتی بوده که با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی خوشه ای انتخاب شده بود. ابزار اندازه گیری پرسشنامه پژوهشگر ساخته با پایایی ۰/۸۹ بود. داده ها از روشهای آماری t استیودنت، مقایسه میانگین دو گروه مستقل و آزمون تحلیل واریانس یک طرفه جهت بررسی فرضیه ها مورد تحلیل و تجزیه قرار گرفته اند. نتایج بدست در این پژوهش نشان داد که تفاوت معنی داری بین سازمانها و مؤسسات دولتی و غیر دولتی در زمینه توجه به کارآفرینی وجود داشت و بین نظرات کارکنان بر اساس متغیرهای جنسی، سن و سابقه خدمت در سازمانهای دولتی و غیر دولتی در زمینه میزان توجه به کارآفرینی تفاوت معنی داری وجود نداشت.

در سال ۲۰۰۷ ژئف هی وارد از دانشگاه آکسفورد، تحقیق جامعی بر روی دانشجویان رشته بازرگانی که در درس های کارآفرینی دانشگاه اسکاتلند حضور داشتند انجام داد. وی دریافت که دوره های کارآفرینی نه تنها دانش و مهارت هایی که دانشجویان آن را مفید می دانند ارائه می دهد بلکه موجب آگاهی بیشتر ایشان نسبت به مسائلی که از آن آگاهی نداشته اند نیز می گردد و آنها را به سمت جستجوی اطلاعات بیشتر در این زمینه، رهنمون می سازد (راس، ۱۹۷۷).

تحقیقات دیگری که توسط پینکات انجام گرفته است نیز همبستگی مثبتی بین تخصص گرایی و کارآفرینی نشان می دهد، وی همچنین بیان می کند که در سازمانهای کارآفرین تصمیم گیری بیشتر در اختیار پرسنل با آموزشهای تخصصی بالاست (پینکات، ۲۰۰۶).

پژوهشی توسط کاندل (۲۰۰۳) در امریکا تحت عنوان نقش سازمانهای دولتی و غیردولتی در توسعه کار آفرینی صورت گرفت. وی علاوه بر مقایسه عملکرد

بدست آمده مناسب بودن این مدل را تأیید نموده است. (صمداقایی، ۱۳۸۳)

یعقوبی (۱۳۸۳) در پژوهشی با هدف استاندارد ساختن پرسشنامه کارآفرینی و دست یابی به ابزاری که بتواند میزان کارآفرینی کارکنان مراکز دولتی را اندازه بگیرد به ۱۰ عامل (سیالی، ریسک پذیری، درونی بودن، تلاش برای موفقیت، تحمل ابهام، خلاقیت و نوآوری، آمادگی برای حل مسئله، انعطاف پذیری، پشتکار، امیدواری) استخراج شده از این تست دست یافت. سهرابی (۱۳۸۵) در پژوهش دیگر جهت استاندارد ساختن پرسشنامه کارآفرینی و دست یابی به ابزاری بر روی مدیران مراکز دولتی به هفت عامل (سخت کوشی، ریسک پذیری، موضع کنترل، سیالی، نوآوری، انعطاف پذیری، تحمل ابهام) استخراج شده از این تست دست یافت.

پژوهش حاضر در راستای کمک به اهداف کارآفرینی در ایران جهت شناسایی ویژگی های شخصیتی افراد کارآفرین که خود می توانند آموزش دهندگان کارآفرینی در ایران باشند ارائه شده است و تا آنجا که نگارنده آگاهی دارد هیچ یک از مقیاس های سنجش کارآفرینی در دبیران اجرا نگردیده است. ضمن اینکه با توجه به اهمیت این مهم با استاندارد ساختن پرسشنامه ای جهت شناسایی این ویژگی (کارآفرینی) اقدام نموده و امید است در راستای این هدف مهم پژوهشگران آتی کشور نیز قدم بردارند.

مقصود از پژوهش حاضر این است که کار آفرینی دبیران دبیرستانهای استان مازندران مورد سنجش قرار گیرد و برای این قضیه ابزاری معتبر و روا توسعه داده شود. هدف پژوهش استاندارد کردن ابزاری است جهت شناسایی ویژگیهای کار آفرینی و اینکه آیا محتوای پرسشنامه با عوامل فرهنگی و اجتماعی جامعه ایرانی نیز همخوانی دارد. از نتایج اندازه گیری وقتی می توان استفاده کرد که ابزار سنجش شرایط خاصی داشته باشد. نخست آنکه وسیله اندازه گیری بخصوص در موقعیت خاصی و به منظور خاصی به کار می رود به واقع صفت مورد نظر

در تحقیقی که روی ۲۱ زن کارآفرین در آمریکا انجام شده، مشکلات جدی از لحاظ کسب اعتبار و غلبه بر این باور اجتماعی که زنان در کار به اندازه مردان جدی نیستند، داشته‌اند. از نظر برخی از محققان، وام دهندگان، مشتریان، کارکنان و همسران، زنان را به اندازه مردان باور ندارند. در مطالعه دیگری که بر روی ۱۲۹ زن کارآفرین در آمریکا انجام شده است، تعدادی از زنان کارآفرین ابراز داشتند که به خاطر زن بودن قادر به ورود برخی از محافل اجتماعی نبوده‌اند. به نظر می‌رسید که در زمینه ایجاد شبکه‌های ارتباطی و تماسی، مردان از امتیاز و امکانات بیشتری برخوردارند. این مسأله ویژه در مورد زنان سیاهپوست تشدید می‌شود (پاتنر، ۱۹۹۷).

کوارتکو و همکاران (۲۰۰۳) نیز طی مطالعه‌ای به این نتیجه رسیدند که تعامل سه عامل مشخصات سازمانی، مشخصات فردی و حادثه ناگهانی موجب می‌شود که فردی تصمیم به اجرای فعالیت کارآفرینانه‌ای در سازمان بگیرد یا نگیرد.

نتایج مطالعات پیتز دراکر (۲۰۰۴) در مورد نقش کارآفرینی در ایجاد اشتغال در آمریکا نشان می‌دهد که افزایش اشتغال در آمریکا را نمی‌توان به فناوری برتر نسبت داد، بلکه عامل اصلی افزایش اشتغال، در صنایع کوچک و متوسط کارآفرینی بوده است.

ادوارد پی لزی (۲۰۰۲) در تحقیقی با مبنا قرار دادن این فرضیه که «کارآفرینی باعث بهبود وضعیت کسب و کار کلیه افرادی می‌شود که با وجود داشتن مهارت و شایستگی های فراوان در وضعیت کنونی از این نظر وضعیت مناسبی ندارند.» سعی نموده مدلی برای انتخاب کارآفرینانه ارائه نماید نتیجه منطقی انتخاب فرضیه مذکور این است که افراد دارای مهارت احتمالاً بیش از دیگران به کارآفرین تبدیل خواهند شد. بر این اساس وی مدلی برای تعیین درجه کارآفرینی افراد بر اساس حرفه میزان درآمد و تعداد پیش بینی های تحقق یافته برای افزایش درآمد آنها ارائه نموده. سپس با استفاده از مجموعه داده هایی از (Stanford Alumni) به بررسی مدل پرداخته که نتایج

را اندازه گیری کند. دوم آنکه نتیجه حاصل از سنجش باید اعتبار کافی داشته باشد، بدین معنا که اگر چیز یا شخص مورد نظر را تحت شرایط مشابه دوباره بیازمائیم نتیجه مشابهی بدست آید. هر وسیله سنجش معرف مجموعه تکالیفی است که به عنوان یک نمونه از مجموعه مرجع<sup>۱</sup> پاسخ های آزمودنی انتخاب شده باشد و امیدوار هستیم این مجموعه مرجع با خصیصه مکنون مورد علاقه ما مطابقت کامل داشته باشد به بیان روشن تر در ارزشیابی هر وسیله اندازه گیری معمولاً با دو پرسش کلی متفاوت (اما همپوش) روبرو هستیم. پرسش نخست آن است که نمونه تست با پرسشنامه تا چه حد معرف مرجع وسیعتر و کلی تر پاسخی است که از آن استخراج شده و پرسش دوم آن است که مرجع مزبور را از لحاظ مطابقت با خصیصه مکنون مورد علاقه سازنده آن چه حد صداقت دارد. پرسش نخست مربوط به چیزی است که در اصطلاح به گونه کلی اعتبار و پرسش دوم به روایی وسیله اندازه گیری مربوط می شود. (هومن، ۱۳۷۸)

به گونه کلی یک وسیله اندازه گیری در صورتی دارای اعتبار<sup>۲</sup> است که عاری از خطای اندازه گیری غیر نظام دار باشد. خطاهای اندازه گیری غیر نظام دار که بر نمره های ابزار سنجش تأثیر می گذارد غیر قابل پیش بینی است و اعتبار را کاهش می دهد. از سوی دیگر، خطاهای اندازه گیری نظام دار گرچه نمره های ابزار سنجش را تحت تأثیر قرار می دهد، اما چون اثر آنها نسبتاً ثابت و قابل پیش بینی است بنابراین موجب کاهش اعتبار نمی شود. خطاهای غیر نظام دار عمدتاً به متغیرهایی مانند نمونه خاص سؤالهای تست یا پرسشنامه، شرایط اجرا، انگیزه و تغییرات آزمودنی در پاسخ دادن به پرسش ها ارتباط پیدا می کند. مفهوم ضمنی اندازه گیری معتبر آن است که موقعیت هر فرد نسبت به افراد دیگر گروه خود تقریباً ثابت است و به گونه کلی هر یک از افراد گروه باید

وضع نسبی خود را در گروه حفظ کند. برای برآورد ضریب اعتبار یک ابزار سه روش اساسی وجود دارد: ۱) تکرار ابزار سنجش ۲) اجرای ابزار معادل و ۳) اجرای فرم واحدی از آن ابزار که شامل چند بخش یا تعدادی پرسش است. محاسبه هماهنگی کارکرد این بخش ها با پرسش ها بسیاری از شواهد مربوط به اعتبار نتیجه اجرای یکی از این روش هاست که هر یک از آنها تنها تخصیص برخی از مؤلفه های واریانس را به عامل (خطا) ممکن می سازد. بنابراین هر روش برای مجموعه مرجعی که به وسیله ابزار پژوهش نمونه برداری می شود تعریفی نسبتاً محدود و تا حدی متفاوت به دست می دهد. در پژوهش حاضر به منظور برآورد ضریب اعتبار از ضریب آلفای کرونباخ که کلی ترین شکل فرمول ۲۰ کودر- ریچادسون است استفاده شده است. مقدار ضریب آلفا در این پژوهش برابر با ۰/۹۱۵ بوده است. این روش ضمن آنکه مستلزم تنها یک با اجرای ابزار سنجش است، ضریبی که به دست می دهد در واقع شاخص هماهنگی درونی<sup>۳</sup> یا همگونی<sup>۴</sup> یعنی میزان تداخل مجموعه پرسش ها (پاره تست ها) از لحاظ سنجش یک سازه یا ویژگی مشخص است. مهمترین سؤالی که باید درباره هر نوع روش سنجش پرسیده شود این است که آن روش تا چه حد رواست؟ مقصود آن است که که ابزار سنجش چیزی را اندازه بگیرد که برای اندازه گیری آن ساخته شده است وقتی مجموعه ای سؤال برای اندازه گیری نمونه ای از رفتار فرد به کار می رود معنا و مفهوم آن مجموعه فقط با نامگذاری آن مشخص نمی شود بلکه ماهیت آن تنها از راه مطالعه و بررسی روایی آن معلوم می گردد. بدیهی است که اگر معلوم شود که وسیله اندازه گیری مورد مطالعه چه چیزی را اندازه می گیرد و بین نمره حاصل از اجرای این ابزار و آنچه حقیقتاً اندازه می گیرد هماهنگی و توافق وجود داشته باشد، در این صورت نتایج حاصل از اجرای آن اطلاعاتی به دست

<sup>1</sup> Universe

<sup>2</sup> Reliability

<sup>3</sup> Internal Consistency

<sup>4</sup> Homogeneity

نیز بر پایه سنت به سه طبقه شواهد وابسته به محتوا<sup>۱</sup>، شواهد وابسته به ملاک<sup>۹</sup> و شواهد وابسته به سازه<sup>۱۰</sup> گروه بندی شده است.

در پژوهش حاضر، شواهد مربوط به دو نوع روایی محتوا و سازه گردآوری شده است. (۱) شواهد وابسته به محتوا به گونه کلی نشان می دهد که نمونه پرسش ها، تکالیف<sup>۱۱</sup> یا سؤال ها تا چه حد معرف مجموعه کلی<sup>۱۲</sup> یا حیطه ای از محتواست که قبلاً تعریف شده است. وقتی یک وسیله سنجش به ویژه برای ارزیابی درجه چیرگی در حیطه ای از دانش یا مهارت طرح شده باشد می پرسیم که تکالیف موجود در آن در حقیقت تا چه حد با تعریف آن حیطه مطابقت دارد. بدین ترتیب اگر ابزار سنجش به خوبی طرح ریزی شده و پرسش های آن بر پایه هدف ها و محتوای مورد اندازه گیری تدوین گردیده باشد پاسخ های آزمودنی به پرسش ها معرف توانایی و مهارت او در حیطه ای است که پرسش ها از آن نمونه برداری شده است. تجزیه و تحلیل روایی محتوا معمولاً بر پایه تئوری های موجود توسط متخصصان، کارشناسان موضوعی و صاحب نظران انجام می گیرد. چنانچه آنها روایی محتوای ابزار را تأیید کنند می توان به آن استناد کرد این مطلب موضوعی است که در پژوهش حاضر بدان توجه شده است.

روایی سازه یکی دیگر از روش های رواسازی ابزار سنجش است که در پژوهش حاضر از آن استفاده شده است مقصود از این نوع روایی عبارت است از تطابق نتایج حاصل از اجرای ابزار پژوهش با پیش بینی هایی که توسط یک نظریه با سایر واقعیت های شناخته شده به عمل می آید. صفت یا صفاتی که تست یا پرسشنامه

می دهد که در تصمیم گیری مفید واقع می شود. مهمترین عاملی که ارزشیابی یک ابزار سنجش باید بدان توجه شود، روایی<sup>۱</sup> آن است که مقصود از آن مناسب بودن<sup>۲</sup>، با معنا بودن<sup>۳</sup> و مفید بودن<sup>۴</sup> استنباط های خاصی است که از نمره های حاصل از آن به عمل می آید. روایی یک مفهوم بسیط و یگانه است و به منظور تأیید این گونه استنباط ها لازم است شواهدی گرد آوری شود که در فرهنگ روان سنجی به آن رواسازی گفته می شود.

بنابر آنچه گفته شد اگر پرسشنامه یا هر ابزار پژوهشی را به عنوان وسیله ای برای سنجش نوعی صفت مکنون (مانند کارآفرینی) در نظر بگیریم، اساسی ترین پرسش آن است که ابزار مورد نظر چه صفت (یا صفاتی) را اندازه می گیرد و هنگامی که درباره روایی سؤال می کنیم در واقع می پرسیم که درباره نمره های حاصل از اجرای ابزار مورد نظر چه نوع تعمیم های منطقی می توان عمل کرد. برای جنبه های وسیع تر تعمیم پذیری با این گونه پرسش ها روبرو هستیم: (۱) نمونه رفتار مورد نظر تا چه حد معرف مرجعی است که هدف بودن آن مورد توجه است؟ (۲) معنای این نمونه رفتاری تا آنجا که به خصیصه های بنیادی فرد مربوط می شود چیست؟ و (۳) کارکرد واقعی زندگی مورد توجه خاص ما را که در بیشتر اوقات موفقیت در نوعی برنامه آموزشی یا موفقیت در شغل به خصوصی است، تا چه حد از طریق پاسخ به پرسش های ابزار سنجش می توان پیش بینی کرد؟

این سه نوع پرسش متناظر با سه نوع روایی است که به ترتیب روایی محتوا<sup>۵</sup>، روایی سازه<sup>۶</sup> و روایی پیش بینی<sup>۷</sup> نامیده می شود. وسایل گوناگون شواهد روایی

<sup>11</sup> Tasks

<sup>12</sup> Universe

<sup>1</sup> Validity

<sup>2</sup> Appropriateness

<sup>3</sup> Meaningfulness

<sup>4</sup> Usefulness

<sup>5</sup> Content Validity

<sup>6</sup> Construct Validity

<sup>7</sup> Predictive Validity

<sup>8</sup> Content-related

<sup>9</sup> Criterion-Related

<sup>10</sup> Construct-related

CSS استفاده شده و همچنین برای بررسی ساختار ساده پرسشنامه عاملهای مستخرجه در مرحله نهایی با استفاده از شیوه واریماکس چرخش داده شده است.

۴- برای بررسی رابطه کارآفرینی با جنسیت از آزمون  $t$  برای گروه های مستقل استفاده شده است.

۵- به منظور مقایسه میانگین عامل های ده گانه و توصیف میزان آنها نمودار ستونی توسط نرم افزار Excel تهیه شده است.

۶- جدول نرم مقوله ای و درصدی جهت نرم یابی مقیاس پرسشنامه ۷۵ سؤالی تهیه شده است.

### روش تحقیق

جامعه آماری پژوهش شامل دبیران شاغل در مراکز آموزش و پرورش استان مازندران در سال تحصیلی ۹۱-۱۳۹۰ کار تدریس دارند است. به دلیل نیاز به اجرای تحلیل عاملی و برای اینکه حجم نمونه مورد مطالعه در حدی باشد که به نتایج پژوهش خدشه ای وارد نسازد و در تعمیم نتایج اطمینان بیشتری وجود داشته باشد تعداد ۶۰۰ نفر از کل جامعه مورد نظر و از میان مدیران شهرهای استان مازندران با توجه به جدول مورگان به روش نمونه برداری طبقه ای انتخاب و بروی آنها پرسشنامه مورد مطالعه اجرا گردید. با انتخاب روش نمونه برداری تصادفی طبقه ای سعی بر آن بوده است نمونه بدست آمده تا حد امکان معرف جامعه و از لحاظ تعداد متناسب با عملیات متعارف برای تست های استاندارد باشد. برای استاندارد سازی آزمون ها، گروه نمونه باید به اندازه کافی بزرگ باشد که بتوان برآوردهای با ثباتی برای پارامترهای سؤال بدست آورد. در شرایط یکسان هر چه نمونه بزرگتر انتخاب شود بهتر است. در تست سازی معمولی یعنی در مدل های کلاسیک (نه مدل های صفت مکنون<sup>۱</sup> و نظریه سؤال- پاسخ<sup>۲</sup>) که در آنها حجم گروه نمونه برای برآورد پارامترها باید دست کم ۵۰۰ باشد) و برای کسی که مایل باشد میزان دقت تست را به بیشینه

اندازه می گیرد (مانند کارآفرینی) یک خصیصه مکنون است که نمی توان به گونه مستقیم آن را اندازه گرفت. اما بدون تردید برای خصیصه مزبور در سطحی از پیچیدگی دارای یک (نظریه) هستیم. (ثرندایک، ۱۹۸۲). نظریه مربوط به خصیصه یا سازه مورد نظر نشان می دهد که برای نمایان ساختن آن خصیصه کدام یک از انواع تکالیف ابزار پژوهش مناسب خواهد بود. روایی سازه بیشتر از انواع دیگر روایی بر توصیف ها رفتاری گسترده تر، پایدارتر و انتزاعی تر تأکید دارد و مستلزم گردآوری تدریجی اطلاعات از منابع مختلف است هر نوع داده ای که نمایشگر ماهیت صفت مورد مطالعه و شرایط مؤثر در تحول و پیدایش آن باشد از لحاظ این نوع روایی مورد توجه است. هر چند مواد پرسشنامه سنجش کارآفرینی بر پایه تئوری های موجود و پژوهش های انجام شده است، اما با توجه به این واقعیت که به گونه کلی این قبیل پرسشنامه متأثر از عوامل فرهنگی و اجتماعی است در این پژوهش از مهمترین روش رواسازی یعنی تحلیل عاملی داده ها استفاده شده است، تا از این طریق معلوم شود که مجموعه پرسش های ابزار مذکور در فرهنگ ایرانی واقعاً از چه عواملی اشباع است.

برای تحلیل داده های گردآوری شده (۵۶۱ پرسشنامه مربوط به گروه نمونه) به گونه خلاصه از روش های زیر استفاده شده است:

- ۱- در تجزیه و تحلیل مواد پرسشنامه، به منظور ابقاء یا حذف پرسشنامه همبستگی هر سؤال با نمره کل مجموعه محاسبه گردید و مشخصه های آماری آن بر اساس روش های متداول در آمار توصیفی تعیین گردیده است.
- ۲- ضریب اعتبار مجموعه پرسش ها از طریق فرمول کلی آلفای کرونباخ محاسبه شده است.
- ۳- به منظور بررسی روایی و تعیین این مطلب که محتوای پرسشنامه از چند عامل اشباع شده است از روش تحلیل مؤلفه های اصلی با استفاده از بسته نرم افزار

<sup>۱</sup> Latent Trait

<sup>۲</sup> Item response theory

مقدار برساند مسلماً بهتر است نمونه هایی با حجم زیادتر انتخاب شود (هومن، ۱۳۷۸).

حجم نمونه در هر شهر انتخاب شده آموزش و پرورش ۱۲۰ نفر بود که از این تعداد ۶۰ نفر مرد و ۶۰ نفر زن انتخاب و در مجموع حجم نمونه ۶۰۰ نفر در نظر گرفته شد با توجه به عدم همکاری برخی از افراد از این مجموعه ۵۴۱ پرسشنامه وارد محاسبات آماری شد که تعداد ۲۹۱ نفر مرد و ۲۵۰ نفر زن به سئوالات به طور کامل پاسخ داده بودند. در این پژوهش پرسشنامه ۷۵ سؤالی کارآفرینی مورد استفاده قرار گرفت. این پرسشنامه از طریق سایت ایالتی کانادا استخراج شد و پس از ترجمه آن به زبان فارسی بر پایه مقیاس لیکرت درجه بندی شده است. سئوالات پرسشنامه به صورت جمله هایی بیان گردیده است که در جواب بر حسب میزان موفقیت به آنها از کاملاً موافقم تا اصلاً و یا برعکس نمره های ۶ تا ۱ و یا ۱ تا ۶ تعلق می گیرد. نمره های بالای این مقیاس نشان دهنده کارآفرینی بالا و نمره های پایین آن بیانگر کارآفرینی پایین است.

### یافته ها

در این پژوهش مقدار  $KMO$  برابر با ۰.۸۰۷ و مقدار مشخصه آزمون کرویت بارتلت ۱۷۰۴۸.۴۹۴ و در سطح ۰.۰۰۰۰۰۱ معنادار است. دترمینان ماتریس همبستگی ۰.۰۰۰۰۰۱۴ که عدد غیر صفر است نشان می دهد بر پایه این داده ها می توان به استخراج عامل ها اطمینان کرد.

در جدول ۱ مشخص های آماری نهایی آزمون بر پایه ۱۰ عامل نشان داده شده است. این ۱۰ عامل ۴۵.۹ درصد کل واریانس متغیرها را پوشش می دهد یعنی حدود ۵۰ درصد کل بنابراین نشان دهنده روایی پرسشنامه است. از این مقدار ۱۶.۴ درصد مربوط به عامل یکم، ۶.۵ درصد مربوط به عامل دوم، ۵.۴ درصد مربوط به عامل

سوم، ۳.۱ درصد مربوط به عامل چهارم، ۲.۸ درصد مربوط به عامل پنجم، ۲.۵ درصد مربوط به عامل هفتم، ۲.۴ درصد مربوط به عامل هشتم، ۲.۲ درصد مربوط به عامل نهم، ۲.۱ درصد مربوط به عامل دهم است. همچنین عامل یکم به میزان ۱۶.۴ یعنی ۳۵.۷ درصد از واریانس مشترک عامل ها را توجیه می کند و عامل ها دوم تا دهم به ترتیب ۱۱.۷۶، ۶.۷۵، ۶.۱، ۵.۴۵، ۵.۲۳، ۴.۷۹، ۴.۵۸ درصد از واریانس مشترک عامل ها را توجیه می کند.

نتایج تحلیل عاملی در ماتریس جدول ۲ به همراه بارهای عاملی تمام سؤالات و سهم هر سؤال در عامل های ده گانه را نشان می دهد. نتایج حاصل از تحلیل عاملی پس از چرخش به شرح زیر است:

- ۱- از مجموعه ۷۵ سؤال بار عاملی فقط پرسش ۴۳ منفی است و بقیه بارهای عاملی مثبت است.
- ۲- مجموعه عامل های ده گانه که مشترکاً با یک عامل همبسته بودند و تشکیل یک پاره تست را می دهند شامل موارد زیر است:

عامل یکم: با ۱۵ پرسش شامل سؤال های ۵۵، ۵۷، ۵۶، ۶۹، ۴۴، ۶۸، ۵۱، ۶۷، ۵۸، ۵۲، ۶۵، ۴۷، ۵۴، ۲۷، ۷۰

بالاترین همبستگی در این عامل متعلق به سؤال ۵۵ است. این عامل را می توان اعتماد به نفس نام گذاشت.

عامل دوم: با ۱۵ پرسش شامل سؤال های ۳، ۱۲، ۷، ۷۵، ۲۴، ۴، ۶، ۵، ۲، ۶، ۵، ۱۱، ۱۹، ۱۴، ۳۳، ۱۳ و بالاترین همبستگی متعلق به سؤال ۱۳ است. از این رو می توان عامل دوم را تحت عنوان تحمل ریسک نام گذاشت.

عامل سوم: با ۱۱ پرسش شامل سؤال های ۶۴، ۶۲، ۵۰، ۷۳، ۴۹، ۴۶، ۶۰، ۴۰، ۷۱، ۲۵ و بالاترین همبستگی در این عامل متعلق به سؤال ۳۸ است. از این رو می توان عامل سوم را تحت عنوان انگیزه رشد نام گذاشت.

جدول ۱: مشخصه آماری نهایی آزمون بر پایه ۱۰ عامل استخراجی

Factor	Eigenvalve	Pct f var	Cumpct
1	12.289	16.4	16.4
2	4.846	6.5	22.08



3	4.062	5.4	28.3
4	2.353	3.1	31.4
5	2.064	2.8	34.2
6	1.899	2.5	36.7
7	1.852	2.5	39.2
8	1.805	2.4	41.6
9	1.642	2.2	43.7
10	1.594	2.1	45.9

سؤال ۳۷ است. از این رو می توان نام آن را مهارت های اجتماعی گذاشت.

عامل هشتم: با ۴ پرسش عبارت از سؤال های ۴۳، ۶۱، ۷۲ و ۴۵ و بالاترین همبستگی در آن مربوط به سؤال ۴۵ است. از این رو می توان نام آن را سائق انرژی گذاشت.

عامل نهم: با ۳ پرسش عبارت از سؤال ۲۲، ۲۱، ۱۷ و بالاترین همبستگی در این عامل متعلق به سؤال ۲۱ است از این رو نمیتوان نام آن را قاطعیت گذاشت.

عامل دهم: با ۳ پرسش عبارت از سؤال های ۶۶، ۴۲، ۵۳ و بالاترین همبستگی در این عامل متعلق به سؤال ۴۲ است از این رو می توان نام آن را خود پیروی گذاشت.

عامل چهارم: با ۷ پرسش شامل سؤال های ۱۰، ۳۱، ۱۵، ۹، ۳۰، ۳۲، ۱۶ و بالاترین همبستگی در این عامل متعلق به سؤال ۱۶ است از این رو عامل چهارم را می توان به نام اعتقاد به سرنوشت نام برد.

عامل پنجم: با ۷ پرسش شامل سؤال های ۲۹، ۳۶، ۲۰، ۴۱، ۲۸، ۳۵، ۲۶ و بالاترین همبستگی در این عامل متعلق به سؤال ۲۹ است. از این رو می توان نام آن را فرصت جویی گذاشت.

عامل ششم: با ۶ پرسش عبارت از سؤال های ۸، ۶۳، ۴۸، ۲۳، ۵۹ و ۱۸ و بالاترین همبستگی در این عامل متعلق به سؤال ۱۸ است. از این رو می توان نام آن را نیاز به پیشرفت گذاشت.

عامل هفتم: با ۴ پرسش عبارت از سؤال های ۱۴، ۳۷، ۳۴، ۳۹ و بالاترین همبستگی در این عامل متعلق به

جدول ۲: ماتریس عاملی چرخش یافته آزمون با روش واریماکس بر پایه ۱۰ عامل

فاکتور ۱	فاکتور ۲	فاکتور ۳	فاکتور ۴	فاکتور ۵	فاکتور ۶	فاکتور ۷	فاکتور ۸	فاکتور ۹	فاکتور ۱۰
۰.۶۵۰									
۰.۶۴۵									
۰.۶۱۴									
۰.۶۰۴									
۰.۵۹۸									
۰.۵۷۴									
۰.۵۶۲									
۰.۴۹۲									
۰.۴۶۸									
۰.۴۴۳									
۰.۴۳۲									
۰.۴۰۸									
۰.۳۸۹									
۰.۳۳۹									
۰.۳۳۵									
	۰.۶۹۷								
	۰.۶۰۳								

۰۶۷	۷۵ Q
۰۶۳	۷ Q
۰۱۵	۱۲ Q
۰۱۵	۲۴ Q
۰۱۲	۴ Q
۰۸۸	۵ Q

ادامه جدول ۲: ماتریس عاملی چرخش یافته آزمون با روش واریماکس بر پایه ۱۰ عامل

فاکتور ۱۰	فاکتور ۹	فاکتور ۸	فاکتور ۷	فاکتور ۶	فاکتور ۵	فاکتور ۴	فاکتور ۳	فاکتور ۲	فاکتور ۱	
								.۴۸۵		۶ Q
								.۴۶۰		۲ Q
								.۴۵۸		۱۱ Q
								.۴۴۳		۱ Q
								.۴۴۰		۱۹ Q
								.۳۶۴		۷۴ Q
								.۳۰۱		۳۳ Q
							.۶۷۷			۳۸ Q
							.۶۱۵			۵۰ Q
							.۵۶۸			۷۳ Q
							.۵۵۸			۴۹ Q
							.۵۵۵			۴۶ Q
							.۵۰۰			۶۰ Q
							.۴۹۳			۴۰ Q
							.۴۶۳			۷۱ Q
							.۴۶۳			۲۵ Q
							.۴۲۹			۶۲ Q
							.۳۷۸			۶۴ Q
						.۵۳۲				۱۶ Q
						.۵۰۱				۳۲ Q
						.۴۸۵				۳۰ Q
						.۴۸۴				۹ Q
						.۴۶۸				۱۵ Q
						.۴۵۷				۳۱ Q
						.۳۱۳				۱۰ Q
					.۴۸۰					۲۹ Q
					.۴۷۵					۳۶ Q
					.۴۷۱					۲۰ Q
					.۴۲۳					۴۱ Q
					.۴۰۶					۲۸ Q
					.۳۴۵					۳۵ Q
					.۳۴۰					۲۶ Q

### بررسی رابطه کارآفرینی با متغیر جنسیت

در مورد رابطه کارآفرینی با متغیر جنسیت و عوامل ده گانه، با اجرای آزمون  $t$  مشخص می شود که آیا بین زن و مرد از لحاظ آماری تفاوت معناداری وجود دارد یا خیر؟. جدول ۳ نشان می دهد که مقدار  $t$  کل برابر با ۱.۵۳- است. بنابراین نتایج به دست آمده از این جدول نتیجه می گیریم که بین زن و مرد تفاوت معناداری از لحاظ آماری وجود ندارد.

جدول ۳: بررسی رابطه کارآفرینی با متغیرهای جنسیت و عوامل ده گانه پرسشنامه کارآفرینی

V	O	M	Sd	Se
۱F				
زن	۲۵۰	۴.۹۴	.۴۱	.۰۳
مرد	۲۹۱	۴.۸۳	.۸۱	.۰۵

میانگین = ۱.۱

واریانس :  $F = ۴۶.۶۸$   $P = .۰۰$

V	t-v	Df	2-t	Se	CI
E	۱.۹۶	۵۳۹	.۰۵	.۰۶	(.۰۰ , .۲۲)
Un	۲.۰۵	۴۴۱.۳۹	.۰۴	.۰۵	(.۰۱ , .۲۲)

V	O	M	Sd	Se
۲F				
زن	۲۵۰	۴.۲۵	.۶۳	.۰۴
مرد	۲۹۱	۴.۵۵	.۷۲	.۰۴

میانگین = ۳.۰-

واریانس :  $F = ۲.۵۰$   $P = .۱۲$

V	t-v	Df	2-t	Se	CI
E	-۰.۱۸	۵۳۹	.۰۰	.۰۶	(-.۱۹ , -.۴۲)
Un	-۰.۲۳	۵۳۸.۷۸	.۰۰	.۰۶	(-.۱۹ , -.۴۲)

V	O	M	Sd	Se
۳F				
زن	۲۵۰	۳.۷۳	.۶۸	.۰۴
مرد	۲۹۱	۴.۰۴	.۸۶	.۰۵

میانگین = ۳.۰-

واریانس :  $F = ۸.۰۵$   $P = .۰۱$

V	t-v	Df	2-t	Se	CI
E	-۴.۵۱	۵۳۹	.۰۰	.۰۷	(-.۱۷ , -.۴۴)
Un	-۴.۵۹	۵۳۵.۲۷	.۰۰	.۰۷	(-.۱۷ , -.۴۳)

V	O	M	Sd	Se
۴F				
زن	۲۵۰	۵.۱۳	.۴۴	.۰۳
مرد	۲۹۱	۴.۹۳	.۷۱	.۰۴

میانگین = ۲.۱

واریانس :  $F = ۳۹.۹۱$   $P = .۰۰$

V	t-v	Df	2-t	Se	CI
---	-----	----	-----	----	----

E	۳.۹۹	۵۳۹	.۰۰	.۰۵	(.۱۱ , .۳۱)
Un	۴.۱۳	۴۹۵.۰۲	.۰۰	.۰۵	(.۱۱ , .۳۱)

جدول ۴: نتایج آزمون t برای مقایسه میانگین دبیران زن و مرد در عوامل ده گانه

عامل	میانگین زنان	میانگین مردان	t	معنادار بودن
۱	۴/۹۴	۴/۸۳	۱/۹۶	۰/۰۵
۲	۴/۲۵	۴/۵۵	-۵/۱۸	۰/۰۰
۳	۳/۸۳	۴/۰۴	-۴/۵۱	۰/۰۰
۴	۵/۱۳	۴/۹۳	۳/۹۹	۰/۰۰
۵	۴/۶۶	۴/۷۵	-۱/۳۵	۱/۱۸
۶	۴/۶۲	۴/۶۴	-۰/۲۴	۰/۸۱
۷	۴/۹۴	۴/۸۸	۰/۹۴	۰/۳۵
۸	۴/۸۳	۴/۶۲	۳/۲۱	۰/۰۰
۹	۴/۰۳	۴/۳۶	-۰/۴۲	۰/۶۸
۱۰	۴/۵۱	۴/۵۵	-۰/۴۸	۰/۶۳

نتایج آزمون t برای مقایسه میانگین زنان و مردان در عوامل ده گانه نشان می دهد که از این ده عامل فقط در ۴ مورد تفاوت معنادار است عامل دوم که عامل تحمل ریسک است عامل سوم که عامل انگیزه رشد است، عامل چهارم که عامل اعتقاد به سرنوشت است و در نهایت عامل هشتم که عامل سائق انرژی است تفاوت از لحاظ آماری معنادار بوده است.

#### بررسی حاصل از نرم یابی پرسشنامه کارآفرینی

بعد از اجرای تست با مسأله تجزیه و تحلیل داده ها و تهیه انواع جدول نرم روبرو هستیم که برای مصرف کننده نهایی تست بیشترین استفاده را در بر دارد. یکی از اهداف نرم یابی این است که وضع نسبی و مرتبه فرد در یک گروه مرجع مناسب بیان شود. داشتن یک مقیاس فاصله ای البته مقیاس که دامنه تعدادی از سنین یا کلاس های مختلف را در بر می گیرد، به عنوان یک مرحله واسطه بسیار مفید است (ثراندیک، ۱۹۸۲، ترجمه هومن، ۱۳۷۵).

به منظور تعبیر و تفسیر نمره های هر فرد لازم است نمره های خام وی در مقیاسی بیان شود که چارچوبی کلی برای مقایسه نمره ها به دست می دهد. مقصود از این مقیاس که نرم یا هنجار خوانده می شود، این است که وضع نسبی و مرتبه فرد را در یک گروه مرجع مناسب بیان کند. گروه مرجع مناسب آن است که فرد می تواند به گونه منطقی با آن مقایسه شود (هومن، ۱۳۸۱).

براساس مشخصه های آماری نمرات خام مقیاس کارآفرینی بدون در نظر گرفتن جنسیت که در جدول ۴ آمده است جدول نرمی تهیه شد که در جدول ۵ توزیع آن دیده می شود.

با توجه به اینکه نمره خام آزمودنی ها بر پایه ۶ مقیاس مقوله ای لیکرت (کاملاً موافقم، موافقم، نظری ندارم، مخالفم، کاملاً مخالفم و اصلاً) با نمره های ۱ تا ۶ درجه بندی و محاسبه شده است. برای به دست آوردن نمره معادل با کل مجموعه ۷۵ سئوالی نمره خام آزمودنی ها (ستون یکم) را در عدد ۷۵ (تعداد سئوال های پرسشنامه) ضرب شد.

تراز میزان کارآفرینی افراد درجه بندی جهت نرم بر پایه مقیاس ۶ درجه ای خیلی بالا، بالا، نسبتاً بالا، نسبتاً کم، کم و خیلی کم با نمره های ۱ تا ۶ محاسبه شده است.

و همان طور که در جدول ۵ مشاهده می شود در این پژوهش نمره ها به صورت نرم درصدی و مقوله ای درست شده است و برای درک بهتر و برداشت صحیح

جدول ۵: نرم درصدی جمع نمرات برای کل آزمودنی ها (n= 541)

مقوله	درصد فراوانی	فراوانی مطلق	میانگین نمره خام	دامنه نمرات
خیلی بالا	۲/۸	۱۵	۶/۰۰ - ۵/۵	۴۵۰ - ۴۱۳
بالا	۵۵/۵	۳۰۰	۵/۴۹ - ۴/۵	۴۱۲ - ۳۳۸
نسبتاً بالا	۳۹/۷	۲۱۵	۴/۴۹ - ۳/۵	۳۳۷ - ۲۶۳
نسبتاً کم	۲/۰۰	۱۱	۳/۴۹ - ۲/۵	۲۶۲ - ۱۸۸
کم	۰	۰	۲/۴۹ - ۱/۵	۱۸۷ - ۱۱۳
خیلی کم	۰	۰	۱/۴۹ - ۱/۰	۱۱۲ - ۷۵

## بحث

بعد از گردآوری داده ها همبستگی هر سؤال با کل آزمون نشان داده است که هیچ سؤالی از مجموعه ۷۵ سؤالی حذف نگردد و نشان دهنده هماهنگی درونی بین سؤالی های پرسشنامه است.

به منظور پاسخ به این پرسش که میزان اعتبار آزمون چقدر است؟ از روش آلفای کرونباخ استفاده شد که این ضریب برابر با ۰.۹۱۵ بوده است.

برای بررسی روایی سازه پرسشنامه و پاسخ به این پرسش که مقیاس کارآفرینی از چند عامل اشباع شده است؟ از تحلیل عاملی استفاده شده که پس از بررسی کفایت نمونه برداری (Kmo) که برابر با ۰.۸۰۷ بوده است و مشخصه آزمون کرویت با رتل (به مقدار ۱۷۰۴۸.۴۹۴) و در سطح ۰.۰۰۰۰۰۱ معنادار بوده است و حکایت از وجود شرایط مناسب جهت تحلیل عاملی است.

در مرحله یکم تحلیل عاملی بر پایه روش مؤلفه های اصلی تعداد ۲۲ عامل دارای ارزش ویژه بالاتر از ۱.۰۰ بوده است. در مرحله دوم بر پایه سه شاخص عمده ارزش ویژه، نسبت واریانس تبیین شده توسط هر عامل و نمودار چرخش یافته ارزش های ویژه (Scree) تعداد ۱۰ عامل استخراج گردیده است که روی هم ۴۵.۹ درصد کل واریانس متغیرها را پوشش می دهد. سهم عامل یکم ۱۶.۴ درصد و سهم عامل دوم تا دهم به ترتیب ۵.۴، ۶.۵، ۳.۱، ۲.۸، ۲.۵، ۲.۴، ۲.۲، ۲.۱ درصد بوده است. در مرحله نهایی به منظور تشخیص ساختار ساده متغیرها با استفاده از چرخش واریماکس ماتریس عاملی چرخش یافته نهایی

به دست آمد، نتایج حاصل از چرخش عامل ها و تفسیر آن به شرح زیر است:

عامل یکم با ۱۵ سؤال همبستگی قوی دارد که بیانگر عامل اعتماد به نفس است.

عامل دوم با ۱۵ سؤال همبستگی قوی دارد بیانگر عامل تحمل ریسک است.

عامل سوم با ۱۱ سؤال همبستگی قوی دارد که بیانگر عامل انگیزه رشد است.

عامل چهارم با ۷ سؤال همبستگی قوی دارد که بیانگر عامل اعتقاد به سرنوشت است.

عامل پنجم با ۷ سؤال همبستگی قوی دارد که بیانگر عامل فرصت جویی است.

عامل ششم با ۶ سؤال همبستگی قوی دارد که بیانگر عامل نیاز به پیشرفت است.

عامل هفتم با ۴ سؤال همبستگی قوی دارد که بیانگر عامل مهارت های اجتماعی است.

عامل هشتم با ۴ سؤال همبستگی قوی دارد که بیانگر عامل سائق انرژی است.

عامل نهم با ۳ سؤال همبستگی قوی دارد که بیانگر عامل قاطعیت است.

عامل دهم با ۳ سؤال همبستگی قوی دارد که بیانگر خود پیروی است.

همانطور که در ادبیات کارآفرینی بارها وجوه مشترکی از ویژگی های شخصیتی کارآفرینان آمده است و نیز با توجه به پژوهش های پیش بین از جمله این پژوهش ها که در تأیید عوامل ده گانه پژوهش حاضر است می توان به پژوهش های انجام شده چه در ایران و

چه در خارج کشور که در جهت پشتیبانی از این عوامل است اشاره نمود.

عامل نخست تحت عنوان اعتماد به نفس با پژوهش های دیویلدز (۱۹۶۳)، تیمونس (۱۹۷۸) ولش و وایت (۱۹۸۲)، جفری تیمونز (۱۹۷۵) کوراتکو (۲۰۰۱) جان استوارت میل (۱۸۴۸) هماهنگ است.

عامل دوم تحت عنوان تحمل ریسک (ریسک پذیری) با پژوهش های شومپتیر (۱۹۳۴)، کانتیلون (۱۷۵۵) ویلکن (۱۹۹۲) مک کلند (۱۹۵۹)، کوراتکو (۲۰۰۱) یعقوبی (۱۳۸۳)، سهرابی (۱۳۸۵)، ادهمی (۱۳۸۴) هماهنگ است.

عامل سوم تحت عنوان انگیزه رشد با پژوهش های جان استوارت میل (۱۸۴۸) و تیمونس (۱۹۷۸) هماهنگ است.

عامل چهارم تحت عنوان اعتقاد به سرنوشت در نوشته های نویسندگان در ادبیات مربوط به کارآفرینی جزء ویژگی های روانشناختی کارآفرینان قلمداد شده است از آن جمله می توان به کتاب صمد آقایی اشاره کرد. عامل پنجم تحت عنوان فرصت جویی با پژوهش های جفری تیمونز (۱۹۸۵)، هورندی (۱۹۸۲)، کوراتکو (۲۰۰۱) هماهنگ است.

عامل ششم تحت عنوان نیاز به پیشرفت با پژوهش های هورندی (۱۹۸۲)، ویلکن (۱۹۹۲) هماهنگ است.

عامل هفتم تحت عنوان مهارت های اجتماعی با پژوهش جفری تیمونز (۱۹۸۵) هماهنگ است.

عامل هشتم تحت عنوان سائق انرژی با پژوهش های هورندی (۱۹۸۲)، سکستون (۱۹۸۰) کوراتکو (۲۰۰۱) هماهنگ است.

عامل نهم تحت عنوان قاطعیت با پژوهش جفری تیمونتر (۱۹۸۵) هماهنگ است.

عامل دهم تحت عنوان خود پیروی با پژوهش های ولش و وایت (۱۹۸۱)، هورندی (۱۹۸۲)، کوراتکو (۲۰۰۱) هماهنگ است.

بنابراین به توجه به یافته های این پژوهش و استخراج عوامل ده گانه می توان به این نتیجه رسید که عوامل ده گانه در این پژوهش بارها توسط پژوهشگران و نویسندگان در مطالعات شان ارائه شده است و نمایانگر روایی این پژوهش است. همچنین با توجه به عوامل ۱۵ گانه ای که در متن تست تهیه شده از سایت کانادا آمده است نشان می دهد که با ده عامل آن مطابقت و همخوانی دارد و فقط ۵ مورد از این ۱۵ عامل استخراج نشده که این عوامل شامل انطباق پذیری - مسأله گشایی - بصیرت - تمایل به حرفه و کار - پشتکار هستند که البته ممکن است این عوامل صرفاً در دبیران به وضوح شناسایی نشده، در کارآفرینان دیگر وجود داشته باشد.

بطوریکه عامل یکم با میانگین ۵.۰۲ و عامل دوم تا دهم به ترتیب با میانگین های ۳.۸۸، ۳.۶۵، ۵.۲، ۴.۶۴، ۵.۰۷، ۴.۸۷، ۴.۴۸، ۴.۲، ۴.۳۱ است که بالاترین میانگین مربوط به عامل چهارم (اعتقاد به سرنوشت) و پایین ترین میانگین مربوط به عامل سوم (انگیزه رشد) است. به طور کلی یافته های پژوهش حاضر بیانگر آن است که پرسشنامه کارآفرینی را می توان به عنوان یک ابزار معتبر و روا برای سنجش کارآفرینی دبیران به کار برد.

## منابع

- احمدپور داریانی، محمود (۱۳۸۴). بستر پرورش کارآفرینی باید فراهم شود. بازار کار، شماره ۲۱۲، ص ۵.
- الوانی، مهدی (۱۳۸۳). نقش کارآفرینان در توسعه، سایت مدارک علمی ایران.
- صمد آقایی، جلیل (۱۳۸۲). سازمان های کارآفرین، (چاپ دوم) تهران انتشارات مؤسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه ریزی.
- صمد آقایی، جلیل (۱۳۸۴). کارآفرینی به عنوان سبک زندگی همشهری، شماره ۳۷۶۵، ص ۱۰.
- صمد آقایی (۱۳۷۸) سازمانهای کارآفرین، انتشارات مرکز آموزشی مدیریت دولتی.

- حسینی، حمیده السادات (۱۳۸۶). استاد راهنما؛ دکتر علی شائمی، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم اداری و اقتصاد، دانشگاه اصفهان.

- هاجتس، ریچاردام (۱۳۸۳). نگرشی معاصر بر کارآفرینی (چاپ اول)، ترجمه ابراهیم عامل محرابی تهران: انتشارات دانشگاه فردوسی مشهد. (تاریخ نشر به زبان اصلی، ۲۰۰۱).

- کوارتکو، دانلدا. هاجتس، ریچاردام (۱۳۸۳). نگرشی معاصر بر کارآفرینی. ترجمه عامل محرابی و محسن ترابی، مشهد: دانشگاه فردوسی.

- هومن، حیدر علی (۱۳۷۸). راهنمایی تدوین گزارش پژوهشی، رساله و پایان نامه تحصیلی (چاپ اول). تهران: نشر پارسا.

- هومن، حیدر علی (۱۳۸۰). تحلیل داده های چند متغیری در پژوهش رفتاری (چاپ اول). تهران: نشر پارسا.

- هومن، حیدر علی (۱۳۸۰). شناخت روش علمی در علوم رفتاری (پایه های پژوهش، چاپ چهارم). تهران: نشر پارسا.

- هومن، حیدر علی (۱۳۸۰). تهیه و استاندارد ساختن مقیاس سنجش رضایت شغلی (چاپ اول)، تهران: انتشارات مرکز آموزش مدیریت دولتی.

- یعقوبی، فاطمه (۱۳۸۳). بررسی عملی بودن اعتبار روایی و نرم یابی مقیاس سنجش کارآفرینی در مؤسسات تحقیقاتی وزارت دفاع. پایان نامه تحصیلی کارشناسی ارشد (چاپ نشده). مؤسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه ریزی استان تهران، رشته مدیریت دولتی.

- Buttner, E. Holly. (1997). Women Entrepreneurs moving Beyond the class Ceiling Dorothy p. moore – SAGE publications.

- Drucker, peter f. (2004), the practice of manageme , New york Harper and Row

-Kandeloj. (2003). Entrepreneurship and organization. NEWyourk: KillBant.

- pinchot. (2006). Fostering Intrapreneurial Idea. [http://. www.pinchot.Com](http://.www.pinchot.Com).

- Ross, joele. (1977). Managing productivity. Reston publishing company.



---

Quarterly Journal of Educational Psychology

Islamic Azad University Tonekabon Branch

Vol. 3, No. 2, summer 2011, No 10



Journal of Educational  
Psychology

---

## Study of practicality, reliability, validity & norming of teachers entrepreneurship

hamidreza vatankhah<sup>1\*</sup>

- 1) Assistant professor. Department of education, Islamic Azad University, Tonekabon Branch  
\*Corresponding author: hamid\_vatankha1@yahoo.com

---

### Abstract

The purpose of this project is preparation and standardization of questionnaire for entrepreneurship and also to gain tools that can evaluate the high school teachers west mazandaran. This questionnaire, which was based on stratified random sampling, has been given to 600 employed teachers at district 2,3,4,5,6 and 17 of educational institution of west mazandaran. The questionnaire of this research includes 75 evaluation questions which has been prepared from Canada states website and has been prepared based on liker which has six rating from completely "very true" to "not at all". Research questions includes: 1) Is there a consistency between questions of entrepreneurship measurement? 2) What is the reliability of entrepreneurship measurement questions? 3) How much have validity of entrepreneurship measurement questions? 4) Which are the most important construction factors from total questions of evaluations measurement? 5) Whether the difference of particular characteristic of male teachers and female teachers have effect on their productivity? At first, the correlation coefficient of each question in comparison to total questions calculated, which became the indicator of internal correlation between questions. The reliability measurement of questionnaire from Alfa Cronbach formula has been measured 0.915. Then based on three main specific factors from 75 productivity questions was extracted. To name these factors, the varimax rotation has been used which this caused the extraction of following elements: self confidence, Risk to tolerance, growth motivation, destiny, Coping ability seeking, Achievement drive, Social skills, Energy drive decisiveness, Autonomy, these 10 elements in this research have been recognized as personal factors of entrepreneurship. Then via T-test, the relation between entrepreneurship and sex difference was measured and the T-test by ( $\alpha=0.05$ ), which indicates that there is not meaningful between men and women according to statistics. The mean average of entrepreneurship based on exact number was 4.565, which according to average estimated productivity for total questionnaires and comparing it to classic measurement which was prepared by questionnaire shows that the entrepreneurship measurement of this researched society is at high rank.

---