

پتانسیل کارآفرینی و برخی عوامل اجتماعی مرتبط با آن (مورد مطالعه: دانشگاه تبریز)

حسین میرزایی (استادیار جامعه‌شناسی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران)

hmirzaei@um.ac.ir

مجتبی میرزائی (دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران، نویسندهٔ مسئول)

m_mirzaie1990@yahoo.com

مهناز کاتبی (دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران)

mahnazkatebi@yahoo.com

چکیده

کارآفرینی به عنوان یکی از حلقه‌های تأثیرگذار در امر توسعه، روشی مورد توجه جهت حل معضل بیکاری در بسیاری از جوامع است. هدف این مقاله، بررسی عوامل تأثیرگذار بر پتانسیل کارآفرینی دانشجویان می‌باشد. جامعه آماری، کلیه دانشجویان دانشگاه تبریز (۱۵۷۲۰) در سال تحصیلی ۹۲-۱۳۹۱ هستند که ۳۲۱ نفر با روش نمونه‌گیری طبقه‌ای تصادفی انتخاب و داده‌ها جمع‌آوری و برای تحلیل داده‌ها از ضریب هم‌بستگی پیرسون و تحلیل رگرسیون چندگانه استفاده شده است. براساس نتایج میانگین نمره پتانسیل کارآفرینی دانشجویان (۷۰/۲۸) متوسط رو به بالا بوده و در بین ابعاد متغیر پتانسیل کارآفرینی بعد توفیق‌طلبی (۷۷/۳۰) بالاترین نمره را داشته است. همچنین، مشخص شد که با مثبت‌تر شدن ارزیابی و نگرش دانشجویان به خوداشتغالی، کار و تحرک اجتماعی، نمره پتانسیل کارآفرینی آن‌ها بهبود یافته است. از طرفی، شیوه تربیتی دموکراتیک باعث تقویت کارآفرینی دانشجویان شده است. در تحلیل‌های رگرسیونی نیز مشخص شد پتانسیل کارآفرینی نمونه، از متغیر نگرش به خوداشتغالی (۰/۳۴) بیشتر متأثر است و بعد از آن متغیرهای شیوه تربیتی والدین (۰/۲۶)، ارزیابی از تحرک اجتماعی (۰/۲۰) و نگرش به کار (۰/۱۳) به ترتیب بیشترین نقش را در تبیین متغیر وابسته دارند.

کلیدواژه‌ها: کارآفرینی، شیوه تربیتی، تحرک اجتماعی، نگرش به کار، نگرش به

خوداشتغالی.

۱. مقدمه و بیان مسأله

ترقی و توسعه یک کشور، بیش از هر چیز وابسته به منابع انسانی آن است و در تجربه ثابت شده منابع زیرزمینی به تنهایی نمی تواند به توسعه همه جانبه منجر شود. نیروی انسانی است که با قدرت اندیشه و بهره گیری بهینه از منابع مادی، موجبات ترقی جامعه می شود. تجارب نشان می دهد، جوامعی که بیشتر به تفکر تولید اتکا داشته اند، در بلندمدت موفق تر بوده اند. توسعه اقتصادی و قرار گرفتن در مدار اقتصاد مبتنی بر دانش، نیازمند برخورداری از راهبردها، به کارگیری ابزارها به طریق نوآورانه و در نهایت، تلاش برای ماندگاری در مدار انواع تقاضاهاست (خانجانی، ۱۳۸۷، ص. ۴۸). بر این اساس، موضوع اشتغال و کارآفرینی نیز از همین زاویه نگریسته می شود. با ایجاد اشتغال مولد، زمینه برای ایجاد و گسترش فرصت های شغلی متنوع برای قشرهای زیادی از نیروهای جوینده کار و بیکار در تمام سطوح فراهم می شود (هزارجریبی، ۱۳۸۴، ص. ۱۱). هرچه یک جامعه بیشتر در فعالیت های کارآفرینی شرکت کند، سریع تر به توسعه اقتصادی و اجتماعی دست می یابد. امروزه جوامع به افرادی نیاز دارند که مصمم به کسب موفقیت و دارای روحیه استقلال طلبانه برای کاوش موقعیت های جدید باشند (هزارجریبی، ۱۳۸۲، ص. ۱۶۴). از این رو، کارآفرین با شناخت صحیح از فرصت ها و با استفاده از سرمایه های راکد امکاناتی را فراهم کرده و با سازمان دهی و مدیریت منابع، ایده خود را عملی می کند و نه تنها خودش بیکار نمی ماند؛ بلکه بدون اتکا به دولت و در بخش غیردولتی برای تعداد دیگری نیز شغل می آفریند و این برای شرایط فعلی ایران که بیکاری، عدم تحرک اقتصادی و محدودیت های سرمایه گذاری از مشخصه های آن است، اهمیتی دوچندان دارد (هزارجریبی، ۱۳۸۴، ص. ۱۳).

براساس شواهد کارآفرینی، شرط اساسی در جهت رشد اقتصادی (رینولد، ۱۹۹۴) و علت اصلی توسعه کشورهای هم چون آمریکا، ژاپن و آلمان است. همان طور که بر مبنای برآوردها،

هر روز در آمریکا هزار شغل و پیشه به وجود می‌آید که این مشاغل عمدتاً توسط کارآفرینانی که شرکت‌های کوچک و کارگاه‌های تولیدی را در دست دارند، ایجاد می‌شود. کارآفرینی هم‌اکنون به عنوان یک حرفه ظهور کرده است و همانند دیگر حرفه‌ها باید توسعه یابد و از طریق برنامه‌های آموزشی و دانشگاهی خاص مبتنی بر مطالعات رفتاری و تجربی، پرورش پیدا کند. پارسون و اسملسر کارآفرینی را یکی از دو شرط ضروری توسعه اقتصادی می‌دانند (به نقل از احمدپور و مقیمی، ۱۳۸۹: ۴۹) و رابطه معنی‌داری بین کارآفرینی و توسعه منطقه‌ای و محلی وجود دارد. نقش کارآفرینی در رشد اقتصادی در کشورهای با سطوح گوناگون توسعه متفاوت است (وان استیل، ۲۰۰۴)، همان‌طور که نقش کارآفرینی در آمریکا بیش از ژاپن و کشورهای اروپایی بوده است (آشکین، ۲۰۱۱). واقعیت دنیای امروزی این است که بیکاری مسأله‌ای جهانی، اساسی و دارای پیامدهای خاص اقتصادی و اجتماعی است که بسیاری از جوامع گرفتار آن هستند (بلک برن، ۱۹۹۹). تحقیقات مختلف نشان داده که کارآفرینی از طریق ایجاد کسب‌وکارهای جدید در ایجاد فرصت‌های شغلی و خوداشتغالی بسیار مؤثر است (کاراسکو، ۱۹۹۹؛ پریچ و ورسلوت؛ ۲۰۰۷؛ بینکس، ۲۰۰۶؛ ماسودا، ۲۰۰۶).

دانشگاه‌ها نیز نقش مهمی در توسعه و آموزش کارآفرینی از طریق ایجاد انگیزه، رقابت و انتقال دانش نوین به محصلان دارند (راسموسن و سوریم، ۲۰۰۶). در طول دو دهه گذشته به دلیل اهمیت نقش آموزش در گسترش کارآفرینی مورد توجه ویژه دانشگاهیان، سیاست‌گذاران و اقتصاددانان بوده است (ریچادوری، ۲۰۰۵).

در ایران نیز از حدود یک قرن پیش تلاش‌هایی در جهت توسعه اقتصادی و صنعتی شده؛ اما موفقیت‌ها چندان چشمگیر نبوده است. در شرایطی که رشد اقتصادی جامعه مد نظر است و از طرفی، موضوع بیکاری به‌ویژه بیکاری فارغ‌التحصیلان دانشگاهی موضوعی اساسی در جامعه ماست، انجام تحقیقات مرتبط و شناسایی مسأله بسیار حیاتی است. یکی از فرضیه‌های مهم در بیکاری فارغ‌التحصیلان دانشگاهی ضعف روحیه کارآفرینی و نبود

آموزش‌های کاربردی دانشگاهی در این ارتباط است. بر این اساس، در این تحقیق تلاش می‌شود به سه موضوع اساسی توجه شود؛ نخست، سنجش پتانسیل کارآفرینی دانشجویان دانشگاه تبریز و دوم، شناخت برخی عوامل مرتبط با پتانسیل کارآفرینی نمونه مورد مطالعه و در نهایت، ارائه راهبردهای لازم در جهت افزایش پتانسیل کارآفرینی جامعه مورد مطالعه با توجه به نتایج تجربی این تحقیق.

۲. مبانی نظری

واژه کارآفرینی از کلمه فرانسوی *entreprendre* و به معنای متعهد شدن است. در واژه‌نامه دانشگاهی وبستر، کارآفرین کسی است که متعهد می‌شود خطرهای یک فعالیت اقتصادی را سازمان‌دهی، اداره و تقبل کند (احمدپور، ۱۳۷۹، ص. ۴). امروزه واژه کارآفرین برای فعالیت‌های متنوع و در قالب دیدگاه‌های مختلف مطرح می‌شود (احمدپور و مقیمی، ۱۳۸۹، ص. ۴۶). از کارآفرینی و کارآفرین تعاریف مختلفی شده و مورد توجه دانشمندان علوم اجتماعی، روان‌شناسی، اقتصادی و مدیریت است. اکثر اندیشمندان کارآفرینان را محور توسعه اقتصادی می‌دانند که با تخریب روش کهن و ناکارآمد قبلی و جای‌گزینی آن‌ها با شیوه‌های کارآمد و نوین به نظام اقتصادی، پویایی و حیات می‌بخشند (سعیدی‌کیا، ۱۳۸۸، ص. ۲۰).

پیتر دراگر^۱ می‌گوید کارآفرینی یک رفتار است و نه یک صفت ویژه در شخصیت فرد کارآفرین. کارآفرینی به‌کاربردن مفاهیم و تکنیک‌های مدیریتی، استانداردهای محصول، به‌کارگیری ابزارها و فرآیندهای طراحی و بنانهادن کار بر پایه آموزش و تحلیل کار انجام‌شده می‌باشد (نظری، ۱۳۸۹، ص. ۵۲). به عقیده دراگر، کارآفرین ارزش‌ها را تغییر می‌دهد و ماهیت آن‌ها را دچار تحول می‌کند، مخاطره‌پذیر است و به‌درستی تصمیم می‌گیرد، برای فعالیت خود به سرمایه نیاز دارد؛ اما هیچ‌گاه سرمایه‌گذار نیست، کارآفرین همواره به

1. draker

دنبال تغییر است و به آن پاسخ می‌دهد و فرصت‌ها را شناسایی می‌کند (سعیدی کیا، ۱۳۸۸، ص. ۲۱).

شومپیتر^۱ کارآفرینی را موتور محرکه توسعه اقتصادی می‌داند و از آن با عنوان «تخریب خلاق» یاد می‌کند. این به آن معناست که کارآفرین تعادل ایستا را در اقتصاد تخریب و تعادل پویایی را که لازمه توسعه اقتصادی است، ایجاد می‌کند (احمدپور و مقیمی، ۱۳۸۹، ص. ۴۷). در ادامه (جدول ۱) به برخی از تعاریف مربوط به کارآفرینی و کارآفرین اشاره می‌شود.

جدول ۱- برخی تعاریف از کارآفرین و کارآفرینی

لیبنشتاین	کارآفرین کسی است که با اجتناب از بی‌کفایتی‌هایی که دیگران (سازمان‌ها) دارند، به کام‌یابی دست یابد (اکبری، ۱۳۸۷، ص. ۵۳).
ماکس وبر	کارآفرین منبع اصلی قدرت و اختیار در یک سازمان اقتصادی است (جزینی، ۱۳۸۶، ص. ۱۳۴).
کرایزنر ^۲	کارآفرینان اشخاصی‌اند که به دنبال کشف و بهره‌برداری از فرصت‌های مفیدند، آن‌ها نیروهای متعادل‌کننده فرآیند بازاریابی (ون پراگ ^۳ ، ۱۹۹۹، ص. ۳۲۵).
حیدری عبدی	کارآفرین شخصی است که علاوه بر داشتن علم در یک حوزه تخصصی، قدرت ابتکار، خلاقیت و خطرپذیری دارد و می‌تواند با استفاده از امکانات، فرصت‌ها و توانمندی‌ها، اشتغال مولد و درآمدزا ایجاد کند (نظری، ۱۳۸۹، ص. ۵۴).
فرانک نایت ^۴	کارآفرین کسی است که به وسیله تحمل عدم قطعیت به فعالیت‌های تجاری در جامعه کمک می‌کند و درباره آن‌چه مسؤول است، تصمیم‌گیری می‌کند. کارآفرینی مستلزم توانایی تحمل عدم قطعیت و در دسترس بودن سرمایه کافی است (ون پراگ، ۱۹۹۹، ص. ۳۲۴).
شومپیتر	کارآفرین فردی است که ترکیبات جدیدی را در تولید ایجاد می‌کند و کارآفرینی عبارت است از عرضه کالایی جدید، روشی جدید در فرآیند تولید، ایجاد بازاری جدید، یافتن منابع جدید و ایجاد هرگونه تشکیلات در کسب‌وکار (احمدپور و مقیمی، ۱۳۸۹، ص. ۴۸).
جفری تیمونز	کارآفرینی خلق و ایجاد بینشی ارزشمند از هیچ است (اکبری، ۱۳۸۷، ص. ۵۳).
پیتر دراگر	کارآفرینی همانا به‌کاربردن مفاهیم و فنون مدیریتی، استانداردهای محصول، به‌کارگیری ابزارها و فرآیندهای طراحی و بنانهادن کار بر پایه آموزش و تحلیل کار انجام شده است و کارآفرین همواره به دنبال تغییر و پاسخ‌دادن به آن و شناسایی فرصت‌هاست (سعیدی کیا، ۱۳۸۸، ص. ۲۱).

1. schumpeter
2. krizner
3. van praag
4. knight

کارآفرینی به دلیل اهمیتش از سوی رشته‌های مختلف مورد توجه قرار گرفته، چنان‌که ایده کارآفرینی ابتدا در مکاتب اقتصادی و سپس در روان‌شناسی و جامعه‌شناسی مطرح شد (هزارجریبی، ۱۳۸۴، ص. ۱۱۵).

به طور کلی، نظریه‌های اقتصادی با دو سؤال کلی درباره جامعه روبه‌رو هستند؛ اول این‌که چگونه جامعه ثروت جدید را ایجاد می‌کند و دوم این‌که چگونه ثروت را میان اعضای خود توزیع می‌کند؟ در این میان، کارآفرینی یکی از سازوکارهای مهم به شمار می‌رود که ایجاد و توزیع ثروت را تضمین می‌کند (هزارجریبی، ۱۳۸۴، ص. ۱۵۳). کانتیلون^۱ (۱۷۵۵) واژه کارآفرینی را وارد نظریه اقتصادی کرد و برای اولین بار، اهمیت و نقش کارآفرین را در ایجاد ثروت و ارزش اقتصادی مورد بررسی قرار داد (احمدپور، ۱۳۷۹، ص. ۴۴). پیتر دراگر معتقد است، کارآفرین کسی است که فعالیت اقتصادی کوچک و جدیدی را با سرمایه خود شروع می‌کند. کارآفرین ارزش‌ها را تغییر می‌دهد و ماهیت آن‌ها را دچار تحول می‌کند. همچنین، مخاطره‌پذیر است و به‌درستی تصمیم می‌گیرد، برای فعالیت خود به سرمایه نیاز دارد؛ ولی هیچ‌گاه سرمایه‌گذار نیست. کارآفرین همواره به دنبال تغییر است و فرصت‌ها را شناسایی می‌کند. از منظر او همانا به‌کاربردن مفاهیم و فنون مدیریتی، استانداردسازی محصول، به‌کارگیری ابزارها و فرآیندهای طراحی و بنانهادن کار بر پایه آموزش و تحلیل کار است. او کارآفرینی را یک رفتار می‌انگارد نه یک صفت خاص در شخصیت افراد (سلیمی و عبدی، ۱۳۸۷، ص. ۵۷).

به نظر شومپتر (۱۹۴۳) نقش کارآفرین نوآوری است. 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 (مهرآرا، ۱۳۸۷، ص. ۴۰). به نظر او کارآفرین در جست‌وجوی کسب فرصت‌های سودآور است. او ترکیبات تازه یا نوآوری‌هایی را برای رسیدن به اهدافش ایجاد می‌کند. به عقیده شومپتر خلق نوآوری

1. cantilon

توسط کارآفرین دلیل درونی تغییرات (توسعه) در نظام اقتصادی است. کارآفرین تعادل نظام اقتصادی را به هم می‌زند و با استفاده از ترکیبات جدید خود تعادل تازه‌ای را به وجود می‌آورد (ون پراگ، ۱۹۹۹، ۳۲۰).

به اعتقاد هیسریچ، کارآفرینی نتیجه فعالیت‌های منظمی است که خلاقیت و نوآوری را به نیازمندی‌ها و فرصت‌های بازار پیوند می‌دهد؛ به عبارت دیگر، کارآفرینی، تنها به وجود آوردن فرآورده یا خدمتی تازه نیست؛ بلکه خلق فرآورده‌ای تازه است که متناسب با نیازهای بازار و تقاضاهای موجود باشد و بتوان آن را به جامعه ارائه داد (فیض، ۱۳۸۸، ص. ۲۷).

از نظر باتیست^۱ کارآفرینان دارای نقشی تعیین (هماهنگ)کننده مرکزی در تولید و توزیع هستند. آن‌ها همچنین در داخل یک شرکت هماهنگ کننده‌اند و علاوه بر آن رهبرانی امروزی و نوین‌اند (ون پراگ، ۱۹۹۹، ۳۱۴). به طور کلی، در تئوری‌های اقتصادی برای کارآفرینان می‌توان نقش‌های کارکردی گوناگونی را هم‌چون معامله‌گر، هماهنگ‌کننده، مالک محصول، نوآور، تصمیم‌گیرنده، واسطه و غیره ملاحظه کرد (احمدپور و رضائیان، ۱۳۷۷). علاوه بر اقتصاددانان، روان‌شناسان و جامعه‌شناسان به دلیل تأثیرات خاص اجتماعی کارآفرینی بر جامعه در مورد ویژگی‌های افراد کارآفرین و عوامل مرتبط با کارآفرین شدن افراد نظریاتی ارائه داده‌اند.

مک‌کله‌لند^۲ با ارائه مفهوم «نیاز به موفقیت»^۳ برای اولین بار مفهوم کارآفرینی را وارد مباحث اجتماعی کرد. پرسش اصلی وی این بود: چرا برخی از کشورها توسعه یافته و برخی عقب‌مانده هستند؟ (ظهیری، ۱۳۸۵، ص. ۶۰). به باور وی جوامعی که انگیزه پیشرفت کمی دارند، نرخ سرمایه‌گذاری و ریسک‌پذیری نیز در آن‌ها کم است و به تبع آن، توسعه نیافته هستند و در جوامعی که میزان انگیزه پیشرفت بالا است، نرخ سرمایه‌گذاری و ریسک‌پذیری نیز زیاد است. در این جوامع برخی افراد کسب‌وکارهای جدیدی راه‌اندازی می‌کنند، شرکت

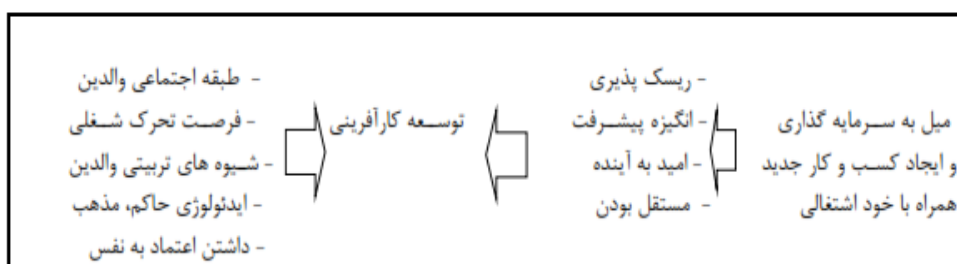
1. say

2. McClelland

3. Need to succeed

یا واحد اقتصادی را سازمان‌دهی می‌کنند و ظرفیت تولید و بهره‌وری آن را افزایش می‌دهند. مک‌کله‌لند چنین افرادی را کارآفرین می‌نامد و عواملی چون شیوه جامعه‌پذیری، روش‌های تربیتی والدین، طبقه اجتماعی والدین، ایدئولوژی حاکم، مذهب و تحرک اجتماعی را عوامل مؤثر بر توسعه روحیه کارفرینی می‌داند. وی در بحث کارآفرینی به فرهنگ توجه می‌کند و مناسب‌ترین شیوه جامعه‌پذیری را تقویت استقلال فردی و ایجاد اعتماد به نفس می‌داند که موجب کارآفرینی می‌شود (ویسی و کریم‌زاده، ۱۳۸۹، صص. ۱۶۶-۱۶۵).

جدول ۲- مدل علی عوامل مؤثر بر توسعه روحیه کارآفرینی از دیدگاه مک‌کله‌لند



مأخذ: ویسی و کریم‌زاده، ۱۳۸۹

هورنادی و آبود^۱ ویژگی‌های چون «کنترل درونی»^۲ را مطرح کردند؛ به اعتقاد آن‌ها کارآفرینان به خود ایمان دارند و موفقیت یا شکست را به سرنوشت، اقبال و یا نیروهای مشابه نسبت نمی‌دهند و خود را مسئول عملکردهایشان می‌دانند (هزارجریبی، ۱۳۸۴، ص. ۱۴۹). آتکینسون و راتر^۳ نیز بر متغیر کنترل درونی تأکید دارند (احمدپور و رضائیان، ۱۳۷۷). راتر موضع کنترل درونی را این‌گونه تعریف می‌کند:

هرگاه شخصی بازخوردی را ناشی از عملکرد خود نداند و آن را به بخت و اقبال نسبت دهد و یا آن را تحت کنترل دیگران بداند، به کنترل بیرونی اعتقاد دارد و اگر شخصی رویدادی را پیامد رفتار و ویژگی‌های خود بداند، به کنترل درونی معتقد است (به نقل از حیدری، ۱۳۸۸، ص. ۴۲).

1. Hornady & Aboud
2. Internal control
3. kinson & Rater

در مورد نیاز به استقلال نیز چنین آمده است که کارآفرین برای این که بتواند درست آن چه را می‌اندیشد، عملی کند به استقلال نیاز دارد. در واقع، استقلال نیروی برانگیزاننده کارآفرینان برای فعالیت است (هزارجریبی و ابراهیمی، ۱۳۸۹، ص. ۶). تراپمن و مورنینگ استار نیز بر این باورند که کارآفرینان قادرند به طور مؤثر با شرایط و اطلاعات مبهم، ناقص، غیرقطعی، سازمان نیافته و غیرشفاف کنار بیایند (حیدری، ۱۳۸۸، ص. ۴۲). باومن^۱، سکستون^۲ و اسکیر نیز بر «تحمل ابهام»^۳؛ لایلز^۴ و بروکهاوس^۵ بر «تمایل به پذیرش مخاطره»^۶ و سکستون بر «پرانرژی، باانگیزه و متعهدبودن»^۷ به عنوان ویژگی‌های مهم افراد کارآفرین تأکید دارند (احمدپور و رضائیان، ۱۳۷۷).

ماکس وبر به عنوان یکی از مؤثرترین جامعه‌شناسان معتقد است کارآفرینی فرآیندی اجتماعی است که فرد با اشتیاق و پشتکار در کار، خویشتن خویش را پیدا می‌کند و از بند عادات و سنت‌های مرسوم رها می‌شود (سعیدی کیا، ۱۳۸۸، ص. ۴۳). وبر در تحقیق مشهور خود به نام پروتستانتیزم و روحیه سرمایه‌داری می‌گوید:

آنچه موجب صنعتی شدن غرب شده، برداشتی خاص از آیین مسیحیت از نوع پروتستانتیزم است. پروتستانتیزم با ارائه بینش‌هایی درباره زندگی در این دنیا و رستگاری و رحمت خداوند، موجب تقویت روحیه برای خلق و ایجاد رفاه در این دنیا و به تبع آن موجب تراکم ثروت شد (ویسی و کریم‌زاده، ۱۳۸۹، ص. ۱۶۵).

وی تأکید می‌کند صنعتی شدن و رشد سرمایه‌داری در غرب نیازمند روحیه‌ای خاص، زمینه‌ای اخلاقی، روانی، اجتماعی و فرهنگی بوده است. ثروت هنگامی که موجب بطالت و لذت‌جویی گناه‌آمیز می‌شود، از لحاظ اخلاقی مذموم است. ثروت‌اندوزی وقتی بد است که

-
1. Bowman
 2. Sexton
 3. Tolerate ambiguity
 4. Liles
 5. Brockhaus
 6. Willingness to accept risk
 7. Committed

هدف خوش‌گذرانی و بطالت باشد، در غیر این صورت نه تنها از نظر اخلاقی جایز است؛ بلکه عملاً توصیه شده است. چنین اندیشه‌ای زمینه‌ساز هر چه بیشتر و در نهایت، زمینه سرمایه‌گذاری و ریسک‌پذیری را فراهم کرده و از طرفی، با همراه‌شدن مؤلفه‌هایی چون قدرت حساب‌رسی دقیق، نظم سازمانی توانمند از عقلانیت، نظام سرمایه‌داری غرب را که امروزه خصلتی جهانی پیدا کرده است، به وجود آورده‌اند (ظهیری، ۱۳۸۵، ص. ۶۰). اساساً وبر معتقد است پروتستان‌تیزم از طریق تشویق به کار، ریسک‌پذیری، برنامه‌ریزی و صرفه‌جویی باعث توسعه کارآفرینی و در نتیجه، صنعتی‌شدن غرب را فراهم کرده است (ویسی و کریم‌زاده، ۱۳۸۹).

ژوزف مک‌گوایر^۱ (۱۹۶۲) نقش کارآفرینی در جوامع مختلف را با توجه به تنوع فرهنگی متفاوت می‌داند. به نظر وی، منابع طبیعی و سرمایه نقدی ممکن است یکسان باشد؛ اما آنچه را که باید در درک تفاوت رفتار مورد توجه قرار داد، عواملی هم‌چون عقاید اجتماعی، هنجارها، پاداش و رفتارها، آرمان‌های فردی و ملی، مکاتب دینی و تعلیم و تربیت است (هزارجریبی، ۱۳۸۴، ص. ۱۱۵). پارسونز^۲ به کارآفرینی در مباحث توسعه با عنوان «روحیه خلاقیت و ابتکار»^۳ توجه کرده و کارآفرینی را محصول نظام اجتماع جامعه‌ای می‌داند که در پرتو آن انگیزه کنش‌گران (افراد) برای برعهده‌گرفتن نقش‌های تولیدی بالا می‌رود. پارسونز، خلاقیت، ابتکار و کارآفرینی را با شیوه جامعه‌پذیری و میزان رشد و انسجام شخصیت، استقلال فردی، طرز تلقی از کار در جامعه (فرهنگ غالب کار در جامعه)، سخت‌کوشی، پشتکار و وقت‌شناسی مرتبط می‌داند. وی خلاقیت، ابتکار و کارآفرینی را کنش و عمل آگاهانه ویژه عصر حاضر می‌داند (ظهیری، ۱۳۸۵، ص. ۶۰).

1. McGuire

2. Parsons

3. Spirit of creativity and innovation

سونافلند و کوفر^۱ معتقدند در کارآفرین شدن و ناکارآفرین شدن فرد عوامل زیادی مؤثرند؛ از جمله محیط خانوادگی مناسب، شغل پدر، روابط فرزند با والدین و فضای شخصیتی نظیر داشتن انگیزه‌های عالی چون نیاز به موفقیت، قدرت، استقلال، نوآوری و توانایی ارتباطات شفاهی و سطح تحصیلات و نوع تحصیلات و در دوره بزرگسالی سیر پیشرفت شغلی به دلیل شکست مالی و یا سبک مدیریت و ریسک‌پذیری و بی‌میلی نسبت به ریسک از عواملی هستند که می‌توانند به شکلی در کارآفرین یا ناکارآفرین شدن فرد مؤثر واقع شوند (ظهیری، ۱۳۸۵، ص. ۶۲).

۳. پیشینه پژوهش

به دلیل اهمیت کارآفرینی محققان داخلی و خارجی زیادی به این موضوع از ابعاد مختلف توجه نشان داده‌اند. شکرکن (۱۳۸۱) در تحقیقی به بررسی کارآفرینی در بین دانشجویان دانشگاه شهید چمران اهواز پرداخت. نتایج کلی این تحقیق نشان داد متغیرهای خلاقیت، انگیزه پیشرفت و عزت نفس با روحیه کارآفرینی نمونه مورد مطالعه، رابطه مثبت و هم‌افزایی داشته‌اند.

البرزی (۱۳۹۰) در تحقیقی به بررسی نقش شیوه‌های تربیتی نوین در تفکر خلاق کودکان پرداخته است. محقق نتیجه می‌گیرد مادرانی که به شیوه‌های تربیتی نوین باور دارند و تفکر مستقل، آزاد و کنجکاوی را در کودکان خود تشویق کرده‌اند و در تصمیم‌گیری‌ها فرزندان را مشارکت می‌دهند، دارای فرزندان خلاق‌تری بوده‌اند.

ربیعی و صادق‌زاده (۱۳۹۰) در پژوهشی نشان دادند بین سرمایه اجتماعی و ابعاد آن با کارآفرینی رابطه مثبت و معنادار وجود دارد. همچنین، شرایط محیطی متأثر از سرمایه اجتماعی، شبکه روابط، بالابودن اعتماد و تبادل اطلاعات، میل به کارآفرینی را افزایش می‌دهد.

حسینی و عزیزی (۱۳۸۶) به بررسی عوامل مؤثر در توسعه روحیه و مهارت‌های کارآفرینی دانشجویان پرداخته‌اند. نتایج نشان داد بین سطح تحصیلات مادر، درآمد ماهیانه خانواده و محتوای برنامه آموزشی دانشگاه با روحیه کارآفرینی دانشجویان، رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد. همچنین، دختران و پسران دانشجو و افراد متأهل و مجرد در زمینه روحیه کارآفرینی با هم متفاوت بوده‌اند.

ظهیری (۱۳۸۵) در تحقیق خود نشان داد بین پتانسیل کارآفرینی با شیوه‌های تربیتی (مستبدانه، آزادمنشانه و دموکراتیک) والدین، ارزیابی از تحرک اجتماعی پاسخ‌گو، طرز تلقی نسبت به کار، تحصیلات والدین و رشته تحصیلی پاسخ‌گو، هم‌بستگی معناداری وجود دارد. هزارجریبی و ابراهیمی (۱۳۸۹) در تحقیقی به مقایسه ویژگی‌های کارآفرینی در بین شاغلان مرد و زن می‌پردازند. نتایج تحقیق نشان داد زنان و مردان مورد مطالعه در ویژگی‌های اعتماد به نفس، کنترل درونی، نگرش مثبت، نیاز به توفیق، نیاز به استقلال و آینده‌نگری با هم متفاوت نیستند؛ اما در شاخص‌های نوآوری، گرایش به رفاه اقتصادی و ریسک‌پذیری، مردان میانگین روحیه کارآفرینی بالاتری نسبت به زنان داشتند.

آندره ون استیل^۱ (۲۰۰۴) در تحقیقی به دنبال بررسی اثر کارآفرینی بر رشد اقتصاد ملی برآمدند. آن‌ها برای این کار به بررسی رشد تولید ناخالص داخلی ۳۶ کشور پرداختند. نتایج به‌دست آمده نشان داد فعالیت‌های کارآفرینی بر رشد اقتصادی کشورها تأثیر می‌گذارند؛ اما این تأثیر به سطح درآمد سرانه بستگی دارد. این به آن معناست که کارآفرینی نقش‌های مختلفی را در مراحل توسعه اقتصادی کشورها دارد.

پترا گیبس^۲ (۲۰۱۲) به موضوع آموزش کارآفرینی در آموزش عالی پرداختند. نتایج این تحقیق نشان داد آموزش کارآفرینی باعث ایجاد تفاوت‌هایی در افراد می‌شود. کسانی که تحت تأثیر برنامه‌ها و فعالیت‌های کارآفرینی بوده‌اند، تمایل بیشتری به انجام کارهای

1. Andre van stel
2. Petra gibcus

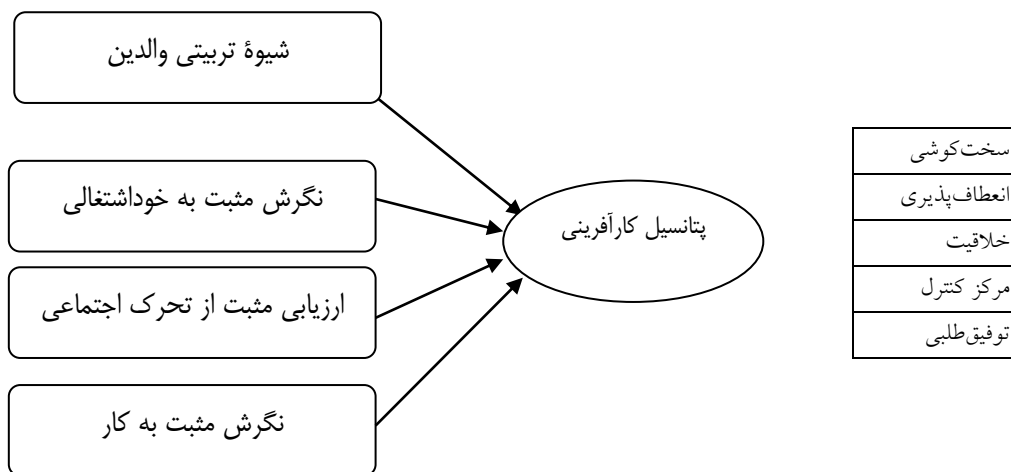
کارآفرین دارند. آن‌ها بعد از اتمام تحصیلات خود، به سرعت شغلی را پیدا می‌کنند و می‌توانند به عنوان کارمند در یک شرکت نوآوری بیشتری از خود نشان دهند. کانتیو (۲۰۱۰) در تحقیقی در دانشگاه ترکو فنلاند به مطالعه و توصیف فعالیت‌ها و اقدامات آموزشی می‌پردازد که باعث تقویت روحیه و انگیزه کارآفرینانه دانشجویان این دانشگاه می‌شود. وی نخستین قدم در آموزش‌های صورت گرفته در دانشگاه ترکو را ایجاد و زنده کردن روحیه کارآفرینی در دانشجویان می‌داند و معتقد است فعالیت‌های صورت گرفته مناسب و کافی نیست. وی پیشنهادهایی از جمله تقویت و تعمیم دوره‌های آموزشی کارآفرینی به تمامی دانشکده‌ها، به‌کارگیری کارآفرینان در طراحی و تدریس دوره‌های کارآفرینی ارائه می‌دهد.

آشکین و یلدریم (۲۰۱۱) در تحقیقی در ۹۵ دانشگاه دولتی ترکیه به بررسی وضعیت دوره‌های کارآفرینی پرداختند. نتایج نشان داد دوره‌های برگزار شده عمومیت ندارند و اکثراً برای دانشجویان دانشکده‌های بازرگانی و مدیریتی ارائه شده است. ۴۳/۲ درصد دوره‌ها برای دانشجویان تحصیلات تکمیلی و ۵۶/۸ درصد برای دانشجویان کارشناسی بوده است. ۶۳/۶ درصد دوره‌های برگزار شده بر روی وبسایت دانشگاه‌های ارائه‌دهنده دوره‌ها موجود بوده، در حالی که ۳۶/۴ درصد این‌گونه نبوده است. اطلاعات مربوط به ۶۷ درصد مدرسان دوره‌ها بر روی وبسایت دانشگاه‌ها در دسترس نبوده و تنها ۳۳ درصد اطلاعات مدرسان موجود بوده است. در نهایت، محققان این تحقیق نشان دادند دوره‌ها و مهارت‌های کارآفرینی ارائه شده در این دانشگاه‌ها، برای اشتغال دانشجویان و در نهایت، رشد اقتصادی ترکیه مناسب و کافی نیست و از این لحاظ وضعیت مناسبی در قیاس با کشورهای اروپای شرقی ندارند.

در جمع‌بندی نظری و تجربی می‌توان گفت صاحب‌نظران و محققان در مطالعه عوامل مرتبط به کارآفرینی به متغیرهای مختلفی تأکید داشته‌اند؛ از جمله شغل پدر، تحصیلات والدین، رشد شخصیت، انگیزه پیشرفت، استقلال فکری، خلاقیت، عزت نفس، مذهب،

ایدئولوژی حاکم و غیره. در این تحقیق چهار متغیر شیوه تربیتی والدین، نگرش به خوداشتغالی، ارزیابی از تحرک اجتماعی و نگرش مثبت به کار مورد تأکید در تئوری‌های مک‌کله‌لند، پارسونز، سونافلد و کوفر و تحقیقات البرزی و ظهیری پرداخته شد. براین اساس، مدل تحلیلی و فرضیه‌های زیر استخراج و مورد آزمون قرار گرفتند.

مدل تحلیلی تحقیق



شکل ۱- مدل تحلیلی تحقیق

۴. فرضیه‌های پژوهشی

- بین شیوه تربیتی والدین و پتانسیل کارآفرینی افراد، رابطه معناداری وجود دارد.
- نگرش مثبت به خوداشتغالی، پتانسیل کارآفرینی افراد را توسعه می‌دهد.
- ارزیابی مثبت از تحرک اجتماعی افزایش پتانسیل کارآفرینی افراد را در پی دارد.
- نگرش مثبت به کار پتانسیل کارآفرینی افراد را بهبود می‌بخشد.

۵. روش‌شناسی

پژوهش حاضر از نوع پیمایشی-اکتشافی است و به دنبال کشف و دسته‌بندی عوامل مؤثر بر پتانسیل کارآفرینی دانشجویان در دانشگاه تبریز می‌باشد. از آن‌جا که نتایج قابل

استفاده برای مسئولان می‌باشد از نوع مطالعات کاربردی محسوب می‌شود. جامعه آماری پژوهش، کلیه دانشجویان دانشگاه تبریز در مقاطع کارشناسی و ارشد (۱۵۷۲۰ نفر) در سال تحصیلی ۱۳۹۲-۱۳۹۱ است. از این جامعه، نمونه‌ای ۳۲۱ نفری براساس فرمول کوکران انتخاب و به روش نمونه‌گیری طبقه‌ای تصادفی مورد مطالعه قرار گرفت.

۱.۵. بررسی اعتبار و روایی اندازه‌گیری تحقیق

اعتبار ابزار تحقیق صورتی^۱ بوده و از طریق مراجعه به افراد باتجربه حاصل شد. برای محاسبه روایی ضریب آلفای کرونباخ مورد استفاده قرار گرفت. در این تحقیق برای سنجش میزان پتانسیل کارآفرینی و ابعاد آن از ۱۶ گویه (پرسش‌نامه استفان روبین^۲) استفاده شد. همچنین، برای سنجش شیوه تربیتی والدین از ۵ گویه، نگرش به خوداشتغالی از ۴ گویه (پرسش‌نامه مایر^۳) و برای سنجش هر یک از متغیرهای ارزیابی از تحرک اجتماعی و نگرش به کار از ۴ گویه استفاده شد.

جدول ۳- نتایج آزمون آلفای کرونباخ

متغیرها	ابعاد	آلفای کرونباخ	تعداد کل گویه‌ها
پتانسیل کارآفرینی	سخت‌کوشی	۰/۸۴	۱۶
	انعطاف‌پذیری		
	خلاقیت		
	مرکز کنترل درونی		
	توفیق‌طلبی		
شیوه تربیتی والدین	-	۰/۸۴	۵
نگرش به خوداشتغالی	-	۰/۷۱	۴
ارزیابی از تحرک اجتماعی	-	۰/۷۸	۴
نگرش به کار	-	۰/۷۴	۴

1. Face validity
2. Stephen robbins scale
3. Mayers scale

۲.۵. تعاریف مفهومی و عملیاتی متغیرهای تحقیق

متغیر وابسته در این تحقیق پتانسیل کارآفرینی است. پتانسیل کارآفرینی عبارت است از داشتن بستر و توانایی لازم برای کارآفرینی که شامل تجارب قبلی در کسب و کار، تخصص‌ها، تحصیلات و مجموعه‌ای از ویژگی‌های شخصیتی است که به صورت بالقوه در فرد وجود دارد و در مسیر راه‌اندازی و رشد به صورت عامل اصلی موفقیت کارآفرین مطرح گشته و به فعلیت می‌رسد (اخوان، ۱۳۸۶، ص. ۱۱۹). فردی که دارای استعداد کارآفرینی است، معمولاً دارای این ویژگی‌های شخصیتی است: موقعیت‌شناس است، از خطر نمی‌هراسد، سرمایه تولید می‌کند، کار را نظم می‌بخشد، تصمیم می‌گیرد، برنامه‌ریزی می‌کند، دست‌اندر‌گراست، به هدف خود بیش از دیگران توجه دارد و مسئولیت اعمال خود را می‌پذیرد (مقیم، ۱۳۷۷، ص. ۱۳۸).

جهت عملیاتی‌کردن متغیر پتانسیل کارآفرینی از شاخص‌های سخت‌کوشی، انعطاف‌پذیری، خلاقیت، مرکز کنترل درونی و توفیق‌طلبی استفاده شد و با گویه‌هایی هم‌چون قاطعیت در کارها، داشتن اعتماد به نفس در انجام امور، داشتن دانش مرتبط با شرایط بازار، دوراندیش بودن، قابلیت تغییر دانش خود را داشتن، داشتن ابتکار و نوآوری، واکنش در مقابل انتقادات و غیره مورد سنجش قرار گرفته است.

۳.۵. شیوه تربیتی والدین

بامریند^۱ (۱۹۶۷) در دهه ۱۹۶۰ بین سه شیوه تربیتی؛ یعنی شیوه‌های مستبدانه^۲، مقتدرانه^۳ و آسان‌گیر^۴ تمایز قایل شد. شیوه تربیتی مستبدانه با سخت‌گیری و انعطاف‌ناپذیری مشخص می‌شود. این شیوه بیشتر والد-مدار است تا کودک-مدار و اولویت با چشم‌داشت‌های والدین است تا خواسته‌های کودک. از سوی دیگر، والدین مقتدر (دموکرات) بر خودمختاری

-
1. Baumrind
 2. Authoritarian
 3. Authoritative
 4. Permissive

فرزندان در محدوده مقررات خانواده تأکید دارند (اسعدی، ۱۳۸۵، ص. ۲۲). این نوع والدین از نظر پاسخ‌دهی و چشم‌داشت‌ها در سطح بالایی قرار دارند (رحمانی، ۱۳۸۵، ص. ۳۶۶). والدین آسان‌گیر در تربیت فرزندان از قوانین مشخصی پیروی نمی‌کنند و کنترلی بر کردار و رفتار آن‌ها ندارند. این والدین فرزندانشان را در تصمیم‌گیری‌ها کاملاً آزاد می‌گذارند (اسعدی، ۱۳۸۵، ص. ۲۲). در این تحقیق متغیر شیوه تربیتی والدین در قالب شیوه تربیتی دموکرات و مستبدانه و با گویه‌هایی هم‌چون میزان سخت‌گیری والدین در منزل، آزادی فرد در انجام امور شخصی، مورد مؤاخذه قرار گرفتن از سوی والدین، مشارکت در امور منزل، نظرخواهی والدین از فرزندان در برخی از امور مورد سنجش قرار گرفت.

۴.۵. نگرش به خوداشتغالی

خوداشتغالی، معادل اصطلاح "Self-Employment" یا کار برای خود است. از این رو، خوداشتغالی نوعی اشتغال در بخش غیرمزدگیری است که فرد شاغل با اتکا به توان شخصی، ابتکار و خلاقیت خود، به کارهای تولیدی و خدمات فنی و حرفه‌ای و در نتیجه کسب درآمد می‌پردازد. از ویژگی‌ها و امتیازات این بخش از اشتغال آن است که فرد را به تدریج آماده کسب توانایی‌های لازم برای ورود به بازارهای بزرگ‌تر و گسترده‌تر می‌کند. بر این اساس، خوداشتغالی و کار برای خود، زمینه‌ساز رشد اشتغال آزاد و کارآفرینی در جامعه است (قوامی، ۱۳۸۲، ص. ۱۵۲). در این تحقیق گرایش به خوداشتغالی و رابطه آن با متغیر وابسته تحقیق مد نظر قرار گرفته است. متغیر نگرش به خوداشتغالی با معرف‌هایی مثل تمایل فرد به ایجاد بنگاه خصوصی و استخدام نیروی کار در آینده، میزان تلاش فرد در رسیدن به هدف خود (ایجاد کارگاه خصوصی)، باور فرد به توانایی خود در ایجاد شغل جدید و نگاه فرد به شغل دولتی و غیردولتی مورد سنجش قرار گرفت.

۵.۵. ارزیابی از تحرک اجتماعی

اصطلاح تحرک اجتماعی به حرکت افراد از یک منزلت اجتماعی به منزلت دیگر اطلاق می‌شود و در معنای عام، تحرک اجتماعی شامل هرگونه جابه‌جایی انسان در مکان، زمان و

در ساختار اجتماعی است (کاظمی پور، ۱۳۷۸، ص. ۱۴۵). این متغیر شاخص خوبی برای نشان دادن باز یا بسته بودن جامعه است؛ یعنی هر قدر میزان انتقال افراد به حالت بالا یا پایین ساخت اجتماعی بیشتر باشد، احتمال این که افراد مشاغلی بنابر صلاحیت‌های شخصی و نه از طریق اصل و نسب خانوادگی کسب کنند، بیشتر می‌شود (باقری، ۱۳۸۴، ص. ۲۳). بر همین اساس و با توجه به نظریه‌ها و تحقیقات مورد اشاره این متغیر استخراج و با گویه‌های: اعتقاد به امکان ادامه تحصیل، پیشرفت شغلی از طریق کار و تلاش بیشتر، تجربه فرد در زمینه تحرک اجتماعی، فراهم بودن امکان تحرک اجتماعی در جامعه از نگاه پاسخ‌گو مورد سنجش قرار گرفت.

۶.۵. نگرش به کار

نگرش به طور کلی عبارت است از نوعی حالت آمادگی، تمایل به عمل و عکس‌العمل خاص در مقابل محرکی خاص. نگرش‌های فرد غالباً حاضر است و تنها در صورت برخورد با موضوع نگرش در بیان رفتار و رفتار تجلی می‌کند. نگرش‌ها شدت و ضعف دارند و از دوام متفاوتی نیز برخوردارند. نگرش ریشه عمیقی در فرهنگ، سنن، اعتقادات، مذهب و شرایط اجتماعی اقتصادی دارد. بنابراین، آن چه که می‌تواند موجد اصلی نوع نگرش فرد باشد پس‌زمینه فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی او و به‌خصوص چگونگی اجتماعی شدن اوست (مقصودی، ۱۳۷۹، ص. ۴۴). بر این اساس، نگرش به کسب‌وکار عبارت از آمادگی روانی برای انجام کار است (احمدپور، ۱۳۸۹، ص. ۵۵). جهت عملیاتی کردن این متغیر از گویه‌هایی هم‌چون: نگاه فرد به ارزش کار، ارزش وقت و زمان، دیدگاه فرد به افراد کوشا و پرتلاش، اهداف فرد از کار و تلاش استفاده شده است.

۶. یافته‌های پژوهش

براساس نتایج میانگین سنی نمونه ۲۲ سال و دامنه سنی ۱۸ تا ۳۰ سال بوده است. ۵۰/۴ درصد پاسخ‌گویان مرد و ۴۹/۶ درصد زن و ۹۷/۵ درصد مجرد بوده‌اند. تحصیلات پدر

اکثریت پاسخ‌گویان در سطح ابتدایی (۳۱/۴) و سطح دیپلم (۲۴/۸) و تحصیلات مادر نیز در سطح ابتدایی (۳۳/۱) و در سطح دیپلم (۲۰/۳) بوده است. بیشتر دانشجویان مورد مطالعه در مقطع کارشناسی (۶۶/۹) مشغول به تحصیل بوده‌اند.

در تحقیق حاضر برای اندازه‌گیری متغیر پتانسیل کارآفرینی دانشجویان، از ۱۶ گویه در سطح اندازه‌گیری رتبه‌ای با طیف پنج‌قسمتی خیلی زیاد، زیاد، متوسط، کم و خیلی کم استفاده شد. نمره ۸۰ در این طیف، نشان‌دهنده بیشترین میزان پتانسیل کارآفرینی و نمره ۱۶ نشان‌دهنده کمترین میزان پتانسیل کارآفرینی است. میانگین این شاخص برای دانشجویان مطالعه شده برابر ۵۶/۲۳ بوده است؛ یعنی میزان پتانسیل کارآفرینی دانشجویان، متوسط رو به بالا بوده است. بررسی میزان پتانسیل کارآفرینی به تفکیک ابعاد آن، نشان می‌دهد که بیشترین میانگین مربوط به بعد توفیق‌طلبی و کمترین میانگین نیز به بعد مرکز کنترل درونی تعلق دارد.

جدول ۴- یافته‌های توصیفی متغیر پتانسیل کارآفرینی و ابعاد آن

ابعاد پتانسیل کارآفرینی	تعداد گویه‌ها	میانگین خام	میانگین درصدی
سخت‌کوشی	۴	۱۴/۵۳	۷۲/۶۵
انعطاف‌پذیری	۴	۱۳/۳۴	۶۶/۷۰
خلاقیت	۴	۱۴/۱۵	۷۰/۷۵
کانون کنترل	۲	۶/۴۳	۶۴/۳۰
توفیق‌طلبی	۲	۷/۷۳	۷۷/۳۰
پتانسیل کارآفرینی کل	۱۶	۵۶/۲۳	۷۰/۲۸

متغیر شیوه تربیتی والدین نیز با ۵ گویه در سطح اندازه‌گیری رتبه‌ای با طیف پنج‌قسمتی خیلی زیاد، زیاد، متوسط، کم و خیلی کم اندازه‌گیری شد. در این مقیاس نمره ۲۵ نشان‌دهنده بیشترین میزان شیوه تربیتی و نمره ۵ نشان‌دهنده کمترین میزان این متغیر است؛ به این معنی که هر چه قدر این میزان بیشتر باشد، شیوه تربیتی والدین به شیوه دموکراتیک نزدیک‌تر و هر چه قدر این میزان کمتر باشد، شیوه تربیتی والدین به شیوه مستبدانه نزدیک‌تر است.

برای اندازه‌گیری هر یک از متغیرهای نگرش به خوداشتغالی، نگرش به کار و ارزیابی از تحرک اجتماعی در جامعه از دیدگاه دانشجویان از ۴ گویه در سطح اندازه‌گیری رتبه‌ای با طیف پنج قسمتی خیلی زیاد، زیاد، متوسط، کم و خیلی کم استفاده شد. در این جا نمره ۲۰ نشان‌دهنده بیشترین میزان و نمره ۴ نیز کمترین میزان را نشان می‌دهد.

جدول ۵- یافته‌های توصیفی متغیرهای مستقل تحقیق

متغیرها	تعداد گویه‌ها	میانگین خام	میانگین درصدی
شیوه تربیتی	۵	۱۵/۳۵	۶۱/۴۰
تحرک اجتماعی	۴	۱۰/۹۸	۵۴/۹۳
نگرش به کار	۴	۱۷/۵۸	۸۷/۹۰
تفکر به خوداشتغالی	۴	۱۵/۳۲	۷۶/۶۰

نتایج تحلیل هم‌بستگی متغیر میزان پتانسیل کارآفرینی دانشجویان و متغیرهای مستقل تحقیق جهت رعایت اختصار در جدول (۶) ارائه شده است.

جدول ۶- نتایج آزمون ضریب هم‌بستگی پیرسون در ارتباط با متغیرهای مستقل و وابسته تحقیق

پتانسیل کارآفرینی		متغیرهای مستقل
Sig	r	
*۰/۰۲۱	۰/۱۳۹	شیوه تربیتی والدین
**۰/۰۰۰	۰/۲۲۸	نگرش به خوداشتغالی
**۰/۰۰۲	۰/۱۸۹	ارزیابی از تحرک اجتماعی
*۰/۰۱۵	۰/۱۴۸	نگرش به کار

نتایج تحلیل هم‌بستگی بین متغیرهای تحقیق نشان داد که:

شیوه تربیتی والدین دانشجویان با میزان پتانسیل کارآفرینی آن‌ها هم‌بستگی معنی‌دار و مستقیمی دارد؛ به عبارتی، افزایش میانگین شیوه تربیتی والدین به معنی استفاده والدین از شیوه تربیتی دموکراتیک است که منجر به افزایش سطح میانگین پتانسیل کارآفرینی دانشجویان می‌شود.

نگرش به خوداشتغالی با میزان پتانسیل کارآفرینی دانشجویان ارتباط مثبت و معنی‌داری دارد. شدت این هم‌بستگی در قیاس با متغیرهای دیگر تحقیق، بیشتر و قوی‌تر است. بنابراین، با استناد به نتایج می‌توان گفت که هر چه میانگین این متغیر افزایش یابد، بر میزان پتانسیل کارآفرینی دانشجویان افزوده می‌شود.

بین متغیر ارزیابی تحرک اجتماعی در جامعه با میزان پتانسیل کارآفرینی دانشجویان، رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد؛ به این معنا که هر چه قدر ارزیابی دانشجویان نسبت شرایط تحرک در جامعه مثبت‌تر باشد، میانگین کارآفرینی آن‌ها نیز در شرایط بهتری قرار دارد.

بین متغیر نگرش به کار با پتانسیل کارآفرینی دانشجویان نیز هم‌بستگی مثبت و مستقیمی وجود دارد؛ به این معنی که هر چه قدر میانگین نگرش افراد به کار مثبت‌تر باشد، میزان پتانسیل کارآفرینی افراد نیز افزایش می‌یابد.

علاوه بر آن تحلیل هم‌بستگی مربوط به ابعاد متغیر پتانسیل کارآفرینی دانشجویان با متغیرهای مستقل تحقیق بیان‌گر آن بود که:

بین متغیر شیوه تربیتی والدین و ابعاد سخت‌کوشی، انعطاف‌پذیری و خلاقیت هم‌بستگی مثبت و مستقیمی وجود دارد. در دیگر ابعاد هیچ‌گونه هم‌بستگی مشاهده نشده است.

بین متغیر نگرش به خوداشتغالی دانشجویان و همه ابعاد پتانسیل کارآفرینی؛ یعنی، سخت‌کوشی، انعطاف‌پذیری، خلاقیت، کانون کنترل و توفیق‌طلبی رابطه مستقیم معناداری وجود دارد؛ یعنی با افزایش میانگین متغیر نگرش به خوداشتغالی هر یک از این ابعاد نیز افزایش پیدا می‌کند و بر عکس.

متغیر ارزیابی از تحرک اجتماعی در جامعه با ابعاد سخت‌کوشی، انعطاف‌پذیری و خلاقیت رابطه معنادار و مثبتی دارد و بهبود در سطح متغیر ارزیابی از تحرک اجتماعی به افزایش نمره دانشجویان در ابعاد مربوطه منجر می‌شود.

در نهایت نیز نتایج هم‌بستگی متغیر نگرش به کار را با ابعاد متغیر وابسته فقط در دو بعد توفیق‌طلبی و خلاقیت به صورت معنادار و مثبت نشان داده است و در دیگر ابعاد هیچ‌گونه هم‌بستگی مشاهده نشده است.

جدول ۷- نتایج آزمون ضریب هم‌بستگی پیرسون در ارتباط با متغیرهای مستقل و ابعاد متغیر پتانسیل

کارآفرینی

ابعاد پتانسیل کارآفرینی					متغیرهای مستقل
توفیق‌طلبی	کانون کنترل	خلاقیت	انعطاف‌پذیری	سخت‌کوشی	
۰/۰۸۶	۰/۰۹۸	۰/۱۵۰**	۰/۱۲۱ *	۰/۱۲۳*	شیوه تربیتی والدین
۰/۲۴۹**	۰/۱۱۰*	۰/۳۰۰**	۰/۲۲۹**	۰/۱۱۹*	نگرش به خوداشتغالی
۰/۰۹۰	۰/۰۹۰	۰/۱۲۲*	۰/۱۳۰*	۰/۲۶۹**	ارزیابی از تحرک اجتماعی
۰/۱۵۷**	۰/۰۶۶	۰/۲۲۲**	۰/۰۸۱	۰/۰۹۴	نگرش به کار

* معنی‌دار در سطح ۰/۰۵

** معنی‌دار در سطح ۰/۰۱

در پژوهش حاضر سعی بر آن بود تا میزان هم‌بستگی و ارتباط متغیرهای شیوه تربیتی والدین، نگرش به خوداشتغالی، ارزیابی تحرک اجتماعی و نگرش به کار را با متغیر پتانسیل کارآفرینی اندازه‌سنجش شده و سهم هر یک از این متغیرها در تبیین تغییرات پتانسیل کارآفرینی مشخص شود. از این رو، از تحلیل رگرسیون برای رسیدن به این مهم استفاده شد.

جدول ۸- نتایج مربوط به پیش‌فرض‌های رگرسیون

مقدار آماره	آزمون	پیش‌فرض
۰/۱۳۲	کلموگروف اسمیرنوف	نرمال بودن
۱/۹۸۲	دوربین واتسون	استقلال خطاها
۰/۰۰۰	F	وجود رابطه خطی
۱/۸۲۳	VIF	عدم وجود رابطه هم‌خطی

با توجه به نتایج مربوط به جدول (۸)، مقدار آزمون کلموگروف اسمیرنوف^۱، پیش فرض نرمال بودن توزیع را تأیید می‌کند. مقدار آزمون دوربین واتسون^۲ در محدوده قابل قبول (۲/۵ تا ۱/۵) قرار دارد. بنابراین مقدار آماره این آزمون برای مدل رگرسیونی تحقیق حاضر، استقلال خطاها را نشان می‌دهد. مقدار آماره آزمون F نیز نشان‌دهنده وجود رابطه خطی بین متغیرهاست.

علاوه بر این، مقدار آماره آزمون Vif نیز در محدوده قابل قبول (کمتر از ۲/۵) قرار گرفته است؛ به این معنا که بین متغیرهای پیش‌بین تحقیق هیچ هم‌بستگی وجود ندارد. بنابراین، پیش فرض عدم وجود رابطه هم‌خطی بین متغیرهای پیش‌بین نیز تأیید می‌شود. از این رو، پیش فرض‌های لازم برای استفاده از تحلیل رگرسیون در تحقیق حاضر رعایت شده است.

در تبیین پتانسیل کارآفرینی دانشجویان به عنوان متغیر وابسته، همه متغیرهای مستقل تحقیق یعنی؛ شیوه تربیتی والدین، نگرش به خوداشتغالی، ارزیابی تحرک اجتماعی و نگرش به کار وارد معادله شدند. برازش مدل رگرسیونی متغیرهای تبیین‌کننده به روش اینتر^۳ نشان داد که هر چهار متغیر در مدل رگرسیونی قرار می‌گیرند.

جدول ۹- تحلیل رگرسیون چندگانه و خلاصه مدل رگرسیونی برازش شده

ضریب هم‌بستگی چندگانه	۰/۴۳۲
ضریب تبیین	۰/۲۴۶
ضریب تبیین شده تصحیح شده	۰/۲۳۸
اشتباه معیار	۵/۸۵۵
آزمون دوربین واتسون	۱/۷۸۸
کمیت	F= ۱۸/۰۴۸
مقدار	P= ۰/۰۰۰

1. Kolmogorov-Smirnov
2. Durbin Watson
3. Enter

جدول ۱۰- آماره‌های متغیرهای باقی‌مانده در مدل برازش رگرسیونی

نام متغیرها	B	STD.E	BETA	T	Sig
شیوه تربیتی والدین	۰/۴۳۸	۰/۱۰۲	۰/۲۶۴	۴/۲۶۹	۰/۰۰۰
نگرش به خوداشتغالی	۰/۲۷۲	۰/۰۴۶	۰/۳۴۹	۵/۹۱۰	۰/۰۰۰
ارزیابی از تحرک اجتماعی	۰/۴۱۱	۰/۱۲۶	۰/۲۰۲	۳/۲۵۹	۰/۰۰۱
نگرش به کار	۰/۲۰۲	۰/۱۱۵	۰/۱۳۴	۱/۹۶۸	۰/۰۴۸

۷. بحث و نتیجه‌گیری

نتایج تحقیق حاضر نشان داد هم‌بستگی کاملاً معنی‌دار و مستقیمی بین پتانسیل کارآفرینی و متغیرهای مستقل تحقیق یعنی شیوه تربیتی والدین، نگرش به خوداشتغالی، ارزیابی تحرک اجتماعی و نگرش به کار وجود دارد؛ به عبارتی افزایش هر یک از متغیرهای مستقل تحقیق افزایش میزان پتانسیل کارآفرینی دانشجویان را به همراه دارد. نتایج این تحقیق با نتایج تحقیقات البرزی (۱۳۹۰) و ظهیری (۱۳۸۵) مطابقت دارد.

یکی دیگر از نتایج تحقیق حاضر، وجود هم‌بستگی معنادار و مستقیم بین ابعاد پتانسیل کارآفرینی یعنی سخت‌کوشی، انعطاف‌پذیری، خلاقیت، کانون کنترل و توفیق‌طلبی با متغیرهای مستقل تحقیق یعنی شیوه تربیتی والدین، نگرش به خوداشتغالی، ارزیابی از تحرک اجتماعی و نگرش به کار است. در این مورد متغیر شیوه تربیتی والدین با همه ابعاد به‌جز کانون کنترل و توفیق‌طلبی هم‌بستگی دارد که بیشترین هم‌بستگی را نیز با بعد خلاقیت از خود نشان داده است. همچنین، متغیر نگرش به خوداشتغالی با همه ابعاد پتانسیل کارآفرینی هم‌بستگی معنادار و در حد مطلوبی از خود نشان داده است. این متغیر نیز بیشترین هم‌بستگی را با بعد خلاقیت از خود نشان داده است. متغیر ارزیابی از تحرک اجتماعی نیز بیشترین هم‌بستگی خود را با بعد سخت‌کوشی پتانسیل کارآفرینی نشان داده است. این متغیر همچنین، با ابعاد انعطاف‌پذیری و خلاقیت نیز از خود هم‌بستگی نشان داده است. در نهایت نیز نتایج هم‌بستگی مطلوبی را بین متغیر نگرش به کار و دو بعد خلاقیت و توفیق‌طلبی نشان

داده است. بنابراین، یافته‌های پژوهش در این مورد نشان می‌دهد که تقریباً تمامی ابعاد متغیر پتانسیل کارآفرینی تحت تأثیر متغیرهای مستقل تحقیق قرار دارند.

همچنین، یافته‌های تحقیق با چهارچوب نظری تحقیق هم‌سویی دارد؛ به عنوان نمونه، مک‌کله‌لند عواملی چون شیوه جامعه‌پذیری، روش‌های تربیتی والدین، طبقه اجتماعی والدین، ایدئولوژی حاکم، مذهب و تحرک اجتماعی را عوامل مؤثر بر توسعه کارفرینی تلقی می‌کند. همچنین، ژوزف مک‌گوایر (۱۹۶۲) بر تعلیم و تربیت، پارسونز بر طرز تلقی از کار و سونافلد و کوفر بر محیط خانوادگی مناسب، شغل پدر و روابط فرزند با والدین تأکید دارند.

در نهایت، نتایج تحلیل رگرسیون چندمتغیره نشان می‌دهد، متغیرهای مستقل تحقیق تقریباً ۲۴ درصد از تغییرات متغیر وابسته پتانسیل کارآفرینی را تبیین کرده‌اند. در این میان، متغیر نگرش به خوداشتغالی بالاترین تأثیر و متغیر نگرش به کار کمترین تأثیر را بر روی پتانسیل کارآفرینی داشته است. متغیرهای شیوه تربیتی والدین و ارزیابی از تحرک اجتماعی نیز بعد از متغیر نگرش به خوداشتغالی به ترتیب، بیشترین تأثیر را بر متغیر وابسته گذاشته‌اند.

در کل، با توجه به نتایج به دست آمده می‌توان گفت پتانسیل کارآفرینی دانشجویان مورد مطالعه در حد مطلوبی قرار دارد. با این حال با اتخاذ راهکارها و راهبردهایی هم‌چون آموزش خانواده‌ها و والدین در جهت تغییر شیوه تربیتی به شیوه مشارکتی و دموکراتیک‌تر می‌توان نسلی با اعتماد به نفس بالا، خلاق‌تر، مستقل، پذیرنده انتقادات، مشارکت‌جو و در نهایت کارآفرین تربیت نمود. از سویی فراهم نمودن زمینه و بستری در جهت سوق دادن نسل نوجوان و جوان جامعه به سوی خوداشتغالی و قبولاندن این موضوع به تحصیل‌کردگان دانشگاهی که نبایستی صرفاً به استخدام در سازمان‌های دولتی متکی باشند و ترغیب به ایجاد فعالیت‌های نو و مبتکرانه می‌تواند در این زمینه موثر واقع شود.

آموزش این مهم از دوران کودکی از محیط خانه تا مدرسه و دانشگاه که با ارزش‌ترین و حیاتی‌ترین راه ارتقا و تحرک اجتماعی افراد کار و تلاش بی‌دریغ است و استفاده از آموزه‌های دینی در این راه می‌تواند نسل جوان امروزی را به فعالیت بیشتر و نوآوری در ایجاد فعالیت‌های جدید ترغیب کند. آماده‌کردن جامعه و مسئولان برنامه‌ریز نیز در جهت پذیرفتن ریسک‌های ناشی از ابتکارات و فعالیت‌های نو از سوی نسل جدید خود می‌تواند شرایط را برای سوق یافتن نسل جوان دانشگاهی به سوی کارآفرینی مهیا کند.

از آن‌جا که این تحقیق در محیط دانشگاهی صورت گرفته و نقش آموزش‌های دانشگاهی در توسعه کارآفرینی بسیار اساسی است، ایجاد دوره‌های عمومی کارآفرینی، معرفی کارآفرینی و خوداشتغالی برای سال‌های نخستین دوره دانشجویی، تربیت اساتید کارآفرین و بازآموزی دوره‌ای، مشارکت دادن کارآفرینان موفق در طراحی و تدریس دوره‌ها، توسعه قوانین روشن درباره مالکیت فکری، حمایت و تشویق دانشجویان کارآفرین، دعوت از کارآفرینان برتر به محیط دانشگاه‌ها و اردوهای دوره‌ای می‌تواند در تقویت روحیه کارآفرینی دانشجویان و نگرش به خوداشتغالی مفید واقع شود. در نهایت، این شرایط بستر مناسب را برای اشتغال فارغ‌التحصیلان دانشگاهی، پویایی جامعه و در نهایت، رشد اقتصادی جامعه را فراهم می‌کند.

کتاب‌نامه

۱. احمدپور، م. (۱۳۸۹). *مبانی کارآفرینی*. تهران، انتشارات فراندیش.
۲. احمدپور داریانی، م. (۱۳۷۹). *کارآفرینی (تعاریف، نظریات، الگوها)*. چاپ اول. تهران: نشر شرکت پردیس.
۳. احمدپور داریانی، م. و رضائیان، ع. (۱۳۷۷). *سیر تکامل کارآفرینی مفهوم، دیدگاه‌ها، فرآیند و آموزش*. مدرس، (۶)، ۱۴۰-۱۲۰.
۴. اخوان، پ. (۱۳۸۶). *بررسی عوامل مربوط به پتانسیل کارآفرینی و ارائه یک رویکرد چند وجهی (مطالعه موردی صنعت قطعه‌سازی خودرو)*. *مطالعات مدیریت صنعتی*، ۶ (۱۷)، ۱۳۳-۱۰۷.

۵. اسعدی، م. (۱۳۸۵). رابطه پس‌زمینه اجتماعی‌فرهنگی با شیوه تربیتی والدین، موفقیت تحصیلی و سبک یادگیری فرزندان. *اندیشه و رفتار*، ۱۲ (۱)، ۲۸-۲۱.
۶. اکبری، ک. (۱۳۸۷). *توسعه کارآفرینی (رویکرد آموزشی)*. چاپ سوم. تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی.
۷. باقری، م. (۱۳۸۴). تأثیر بعد خانوار بر تحرک اجتماعی. *مطالعات علوم اجتماعی ایران*، پیش‌شماره ۳، ۴۷-۲۲.
۸. جزینی، ن. (۱۳۸۶). *کارآفرینی دانش‌آموختگان دانشگاهی*. چاپ اول. تهران: انتشارات پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
۹. حسینی، م. و عزیزی، ب. (۱۳۸۶). بررسی عوامل مؤثر در توسعه روحیه و مهارت‌های کارآفرینی در میان دانشجویان سال آخر دانشکده کشاورزی دانشگاه تهران. *علوم کشاورزی ایران*، (۲)، ۲۵۱-۲۴۱.
۱۰. حیدری، ن. (۱۳۸۸). بررسی رابطه مؤلفه‌های ویژگی‌های روان‌شناختی با کارآفرینی *ماه‌نامه اجتماعی، اقتصادی، علمی، فرهنگی*، (۱۰۹)، ۴۷-۴۱.
۱۱. خانجانی، ز. (۱۳۸۷). رابطه ویژگی‌های کم‌دامنه شخصیت با استعداد و عملکرد کارآفرینی دانشجویان دانشگاه تبریز. *مطالعات روان‌شناسی*، ۴ (۱)، ۶۹-۴۷.
۱۲. ربیعی، ع. و صادق‌زاده، ح. (۱۳۹۰). بررسی رابطه سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی. *رفاه اجتماعی*، ۱۱ (۴۱)، ۲۲۱-۱۹۱.
۱۳. رحمانی، ف. (۱۳۸۵). ارتباط شیوه تربیتی والدین با میزان مشکلات رفتاری دانش‌آموزان. *روان‌پزشکی و روان‌شناسی بالینی ایران*، ۱۲ (۴)، ۳۷۰-۳۶۵.
۱۴. سعیدی کیا، م. (۱۳۸۸). *اصول و مبانی کارآفرینی*. چاپ سیزدهم. تهران: انتشارات کیا.
۱۵. سلیمی، ج. و عبدی، ع. (۱۳۸۷). کارآفرینی، اصول و مبانی، روش‌های آموزش و نقش دانشگاه در آموزش آن. *ماه‌نامه اجتماعی، اقتصادی، علمی، فرهنگی*، (۱۰۹)، ۵۹-۵۲.
۱۶. ظهیری، ه. (۱۳۸۵). سنجش پتانسیل کارآفرینی جوانان تحصیل‌کرده تهرانی و عوامل اجتماعی مؤثر بر آن، کار و جامعه، ۱ (۱)، ۷۳-۵۷.
۱۷. فیض، د. (۱۳۸۸). بررسی تأثیر جنسیت بر ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان دانشجویان (دانشگاه سمنان). *مطالعات اجتماعی روان‌شناختی زنان*، ۷ (۲)، ۴۴-۲۵.

۱۸. قوامی، ه. (۱۳۸۲). بررسی خوداشتغالی در مقایسه با اشتغال دستمزدی. *تحقیقات اقتصادی*، (۶۳)، ۱۷۲-۱۵۱.
۱۹. کاظمی پور، ش. (۱۳۷۸). الگویی در تعیین پایگاه اجتماعی-اقتصادی افراد و سنجش تحرک اجتماعی با تکیه بر مطالعه موردی در شهر تهران. *نامه علوم اجتماعی*، (۱۴)، ۱۳۹-۱۷۲.
۲۰. مقصودی، ع. ا. (۱۳۷۹). بررسی تعامل نگرش به کار و وجدان کار. *تعاون* (۱۱۰)، ۴۶-۴۲.
۲۱. مقیمی، م. (۱۳۷۷). *سازمان و مدیریت، رویکرد پژوهشی*. تهران: نشر ترمه.
۲۲. مهرآرا، ا. (۱۳۸۷). اخلاق کارآفرینی ضرورتی برای توسعه کارآفرینی در آموزش عالی. *ماهنامه اجتماعی، اقتصادی، علمی، فرهنگی*، (۹۹ و ۹۸)، ۳۸-۴۷.
۲۳. نظری، م. ر. (۱۳۸۹). *کارآفرینی*. چاپ دوم. تهران: نشر پیام پویا.
۲۴. ویسی، ر. و کریمزاده، پ. (۱۳۸۹). توسعه روحیه کارآفرینی؛ عوامل و راهکارها (مطالعه موردی: دانشگاه پیام نور استان مازندران). *برنامه و بودجه*، (۱۱۱)، ۱۸۲-۱۵۹.
۲۵. هزارجریبی، ج. (۱۳۸۲). توسعه کارآفرینی و دانش آموختگان. *پژوهش و برنامه ریزی در آموزش عالی*، (۳۰)، ۱۷۷-۱۵۹.
۲۶. هزارجریبی، ج. و ابراهیمی، م. (۱۳۸۹). بررسی و مقایسه رابطه بین ویژگی های کارآفرینی شاغلین سازمانی (مرد و زن) و رضایت شغلی. *جامعه شناسی کاربردی*، ۲۱ (۴)، ۱۸-۱.
۲۷. هزارجریبی، ج. (۱۳۸۴). *کارآفرینی*. چاپ اول. تهران: انتشارات پژوهشکده اقتصادی.
28. Askun, B., & Yildirim, N. (2011). Insights on entrepreneurship education in public universities in Turkey: creating entrepreneurs or not?. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 24, 663-676.
29. Binks, M., Starkey, K., & Mahon, C. L. (2006). Entrepreneurship education and the business school. *Technology Analysis and Strategic Management*, 18(1), 1-18.
30. Blackburn, R. M. (1999). The vicious circle of competitive unemployment. *International Journal of Sociology and Social Policy*, 19(1), 1-26.
31. Carrasco, R. (1999). Transitions to and from self-employment in Spain: An empirical analysis. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 61(3), 315-341.
32. Masuda, T. (2006). The determinants of latent entrepreneurship in Japan. *Small Business Economics*, 26, 227-240.

33. Raichaudhuri, A. (2005). Issues in entrepreneurship education. *Decision*, 32(2), 73-84.
34. Rasmussen, R. A., & Sorheim, R. (2006). Action-based entrepreneurship education. *Technovation*, 26(2), 185-194.
35. Reynolds, P., Storey, D. J., & Westhead, P. (1994). Cross national comparisons of the variation in new firm formation rates. *Regional Studies*, 28, 443-456.
36. Van Praag, M., & Versloot, P. (2007). What is the value of entrepreneurship? A review of recent research. *Small Business Economics*, 29, 351-382.
37. van Stel, A. J., Carree, M. A., & Thurik, A. R. (2004). The effect of entrepreneurship on national economic growth: An analysis using the GEM database (No. 3404). Papers on entrepreneurship, growth and public policy.