

تاریخ دریافت مقاله: ۸۷/۳/۲۹  
تاریخ بررسی مقاله: ۸۷/۴/۱۸  
تاریخ پذیرش مقاله: ۸۸/۱۱/۱۷

مجله دست آوردهای روان‌شناختی  
(علوم تربیتی و روان‌شناسی)  
دانشگاه شهید چمران اهواز، بهار و تابستان ۱۳۸۸  
دوره چهارم، سال شانزدهم، شماره ۱  
ص ص: ۲۷-۵۰

## بررسی رابطه‌ی ساده و چندگانه‌ی خوداثربخشی، جایگاه مهار و تحمل ابهام با کارآفرینی

دکتر مسعود برومندنسب\*  
دکتر حسین شکرکن\*\*

### چکیده

این پژوهش به منظور بررسی رابطه‌ی ساده و چندگانه‌ی خوداثربخشی، جایگاه مهار و تحمل ابهام با کارآفرینی در دانشجویان دانشگاه شهید چمران اهواز طراحی شده است. حجم نمونه‌ی این پژوهش ۶۰۰ نفر بود، ۴۰۰ آزمودنی به عنوان نمونه‌ی اصلی و ۲۰۰ آزمودنی به عنوان نمونه‌ی بررسی روایی بودند، که به روش نمونه‌گیری ساده انتخاب شدند. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش‌های توصیفی میانگین و انحراف معیار، هم چنین از ضریب همبستگی ساده و رگرسیون چندگانه استفاده شد. ابزارهای مورد استفاده در این پژوهش شامل آزمون‌های جهت‌گیری کارآفرینی، سنجش صفات کارآفرینی، خوداثربخشی، جایگاه مهار و تحمل ابهام است. کلیه‌ی آزمون‌های به کار برده شده در این پژوهش توسط پژوهشگران این پژوهش به فارسی برگردانده شد و ضرایب روایی و پایایی آن‌ها محاسبه گردید. این پژوهش ۴ فرضیه‌ی اصلی دارد، که روابط ساده و چندگانه‌ی بین متغیرهای خوداثربخشی، جایگاه مهار و تحمل ابهام با کارآفرینی را در کل آزمودنی‌ها و آزمودنی‌های دختر و پسر به تفکیک مورد بررسی قرار می‌دهد. نتایج این پژوهش با یافته‌های پژوهش‌های انجام شده در خارج از کشور هماهنگ هستند.

کلیدواژگان: کارآفرینی، خوداثربخشی، جایگاه مهار، تحمل ابهام

\* استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد دزفول،

[boroumand\\_md@yahoo.com](mailto:boroumand_md@yahoo.com)  
[boroumand@iaud.ac.ir](mailto:boroumand@iaud.ac.ir)

\*\* استاد بازنشسته، دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه شهید چمران،

[shokrkon-h@yahoo.com](mailto:shokrkon-h@yahoo.com)

## مقدمه

در حالی که کارآفرینی<sup>۱</sup> حوزه‌های مختلفی را در بر می‌گیرد، یکی از عرصه‌هایی که مورد علاقه‌ی محققین، دانشگاهیان و خود کارآفرینان می‌باشد، بحث ویژگی‌های روان‌شناختی و شخصیتی کارآفرینان است. این عرصه از آن جهت حائز اهمیت است که رشد اقتصادی یا فقر یک کشور تا اندازه‌ای به وجود افراد کارآفرین در آن کشور بستگی دارد، زیرا افراد کارآفرین کسانی هستند که شم اقتصادی دارند و از موقعیت‌های اقتصادی بهترین استفاده را می‌کنند. وقت، سرمایه و تمام کوشش خود را صرف کار خود می‌کنند (سالازر<sup>۲</sup> و همکاران، ترجمه‌ی نطق، ۱۳۸۰).

مانند بسیاری از سازه‌ها، درباره سازه‌ی کارآفرینی نیز تعاریف زیادی وجود دارد، مثلاً برخی کارآفرینی را فرایند خلق کردن چیزی متفاوت و با ارزش، از طریق صرف زمان و تلاش زیاد و پذیرفتن مخاطره‌های مالی و با رضایت شخصی تعریف کرده‌اند (هیسریچ و پیترز<sup>۳</sup>، ۱۹۸۹). هم‌چنین، تورگوت<sup>۴</sup> (به نقل از احمد پورداریانی، ۱۳۸۰) مدیر کارآفرین را کسی تعریف می‌کند که سرمایه خود را در معرض مخاطره قرار می‌دهد.

از سوی دیگر، روان‌شناسان در تعریف کارآفرینان بیش‌تر به صفات، ویژگی‌ها و کارکرد آن‌ها پرداخته‌اند. برای نمونه مک کلند<sup>۵</sup> (۱۹۶۱) کارآفرین را مدیر نوآوری می‌داند که مسئولیت تصمیم‌گیری را به عهده دارد، وی کارآفرین را فردی دارای انگیزه‌ی پیشرفت بالا و مخاطره پذیر می‌داند که یک واحد اقتصادی را سازمان می‌دهد و ظرفیت آن را افزایش می‌دهد. هم‌چنین، کارلند، هوی، بولتون و کارلند<sup>۶</sup> (۱۹۸۴) ضمن اشاره به ویژگی‌هایی مانند رفتار خلاقه و به کارگیری شیوه‌های راهبردی مدیریتی در کار، کارآفرین را فردی می‌دانند که جهت دستیابی به سود و رشد اقتصادی، شغلی را به وجود می‌آورد و مدیریت می‌کند. برخی دیگر از روان‌شناسان به ویژگی‌هایی مانند تهوّر و مخاطره‌پذیری اشاره می‌کنند (بگلی و بوید<sup>۷</sup>، ۱۹۸۷).

---

1- entrepreneurship

2- Salazar

3- Hisrich & Peters

4- Turgot

5- Mc Clelland

6- Carland, Hoy, Boulton, & Carland

7- Begley & Boyed

آنان در مقاله‌ای تحت عنوان ویژگی‌های روان‌شناختی مرتبط با کارکرد مؤسسات کارآفرین و شرکت‌های کوچک‌تر، کارآفرین را فردی می‌دانند که خودش اقدام به سرمایه‌گذاری تهورآمیز می‌کند.

مهم‌تر از تعریف کارآفرینی، شرایطی که کارآفرینان در آن رشد می‌کنند یا ویژگی‌های کارآفرینان است. اگر چه در اوایل قرن بیستم مطالعاتی درباره‌ی رابطه‌ی ویژگی‌های فرهنگی و مذهبی با رشد اقتصادی صورت گرفت و این نتیجه به دست آمد که بین اخلاق پروتستانی با پیشرفت اقتصادی رابطه وجود دارد (وبر<sup>۱</sup>، ۱۹۰۴، به نقل از احمد پورداریانی، ۱۳۸۰)، ولی از امیدوار کننده‌ترین نظریه‌ها که کارآفرینی را با جنبه‌های روان‌شناختی پیوند داد، نظریه‌ی انگیزه‌ی پیشرفت مک کللند (۱۹۶۲-۱۹۶۱) بود. مک کللند به نحوی مشخص و گسترده به ارائه نظریه و تبیین رابطه‌ی بین ویژگی‌های فردی با رشد و توسعه اقتصادی در زمینه‌های شغلی پرداخت و به این نتیجه رسید که پیشرفت، به یک گروه یا مذهبی خاص اختصاص ندارد و با رشد و توسعه‌ی برخی از ویژگی‌ها در افراد می‌توان رشد و توسعه اقتصادی را در جوامع مختلف فراهم کرد. با کارهای مک کللند قانون توجه از عمل، به عمل کننده، تغییر یافت. ویژگی‌هایی که از طرف وی به عنوان ویژگی‌های افراد شروع کننده‌ی کسب و کارهای جدید مطرح می‌شوند عبارتند از انگیزه‌ی پیشرفت، مخاطره‌پذیری، پذیرش مسئولیت شخصی برای نتایج و نوآوری. با توجه به این نکات به منظور پرداختن به مبحث ویژگی‌های روان‌شناختی کارآفرینان که آن‌ها را از غیر کارآفرینان متمایز می‌کنند، در این پژوهش به بررسی رابطه‌ی پیش‌آیندهای روان‌شناختی با کارآفرینی دانشجویان پرداخته شد.

هر چند آثار و نقش‌های کارآفرینان در هر جامعه عبارتند از اشتغال‌زایی، انتقال فن‌آوری، عامل ترغیب و تشویق سرمایه‌گذاری، شناخت، ایجاد و گسترش بازارهای جدید، عامل تحول و تجدید حیات ملی، محلی و ساماندهی، ولی باید پذیرفت کارآفرینی فراتر از شغل حرفه و شیوه‌ی زندگی است. کارآفرینی همه‌ی فعالیت‌های بشر را شامل می‌شود، از شعر گفتن تا رهبری جنگ (صمدآقایی، ۱۳۸۰).

در پژوهش‌های مختلف محققین به برخی از عوامل برای ظهور کارآفرینی اشاره کرده‌اند،

برای مثال ویلکن<sup>۱</sup> (۱۹۹۲)، به نقل از مارتین و سام<sup>۲</sup> (۱۹۹۲) به چهار عامل ظهور کارآفرینی اشاره می‌کند که عبارتند از: ۱- عوامل اقتصادی ۲- عوامل فرهنگی ۳- عوامل روان‌شناختی ۴- ترکیب عوامل تولید به منظور ایجاد تغییر در تولید محصولات و خدمات.

در این پژوهش به برخی از پیش‌آیندهای روان‌شناختی کارآفرینی که در پژوهش‌های مختلف به آن‌ها اشاره شده است، پرداخته می‌شود. متغیرهای پیش‌بین مطرح شده در این پژوهش شامل متغیرهای جایگاه مهار، خوداثربخشی و تحمل ابهام می‌باشند. هم‌چنین، متغیر ملاک در این پژوهش ویژگی کارآفرینی است.

در چند دهه‌ی اخیر پژوهش‌های زیادی در رابطه‌ی با کارآفرینی و متغیرهای پیش‌آیند آن به ویژه پیش‌آیندهای روان‌شناختی کارآفرینی صورت گرفته است. در پژوهش‌ها نشان داده شده است که افراد کارآفرین در تعدادی از ویژگی‌ها با افراد عادی متفاوت هستند. در پژوهش تجربی که به وسیله‌ی باگلسدیک و نوردرهاون<sup>۳</sup> (۲۰۰۵) انجام شد مشاهده گردید که افراد کارآفرین در برخی از ویژگی‌های شخصیتی مثل مسئولیت‌پذیری فردی و جدیت با جمعیت عمومی متفاوت هستند. برخی از مهم‌ترین متغیرهایی که به عنوان پیش‌آیندهای مرتبط با کارآفرینی مورد بررسی و تأیید قرار گرفته است، جایگاه مهار، تحمل ابهام<sup>۴</sup>، خود اثربخشی<sup>۵</sup>، انگیزه‌ی پیشرفت، خلاقیت و عزت نفس می‌باشند. مثلاً شاور و اسکات<sup>۶</sup> (۱۹۹۱) با مرور تحقیقاتی که به بررسی رابطه‌ی بین انگیزه‌ی پیشرفت و کارآفرینی پرداخته به این نتیجه رسیدند که انگیزه‌ی پیشرفت متغیر معتبری برای پیش‌بینی کارآفرینی است.

هم‌چنین، ویژگی تحمل ابهام یکی از ویژگی‌هایی است که در برخی پژوهش‌ها به عنوان یکی از ویژگی‌های کارآفرینان شناخته شده است. کارآفرینان ممکن است به وسیله‌ی فرصت‌های متنوع محیط‌های سیال برانگیخته شوند (تیمونز، سمالن و دینگی<sup>۷</sup>، ۱۹۸۵). گاس<sup>۸</sup>

- 
- 1- Willken
  - 2- Martin & Sum
  - 3- Beugelesdijk & Nooderhaven
  - 4- tolerance for ambiguity
  - 5- self-efficiency
  - 6- Shaver & Scott
  - 7- Timmons, Smollen, & Dingee
  - 8- Gass

(۱۹۸۲) مشاهده کرد، کارآفرینان ممکن است یک موقعیت نامعین را به عنوان وجود یک محرک در نظر بگیرند تا یک تهدید جدی، اگر تحمل ابهام به عنوان یک میانجی و تسریع‌کننده‌ی انگیزش عمل کند، ممکن است موفقیت فرد کارآفرین را تسریع کند. پژوهش‌ها نشان می‌دهند، کارآفرینان بدون این که احساس تهدید یا ناراحتی کنند، می‌توانند به طور اثربخشی با شرایط و اطلاعات مبهم، ناقص، غیرقطعی، سازمان نایافته، و غیرشفاف روبرو شوند (جنینگز، کوکس و کوپر<sup>۱</sup> و همکاران، ۱۹۹۴). سطح معینی از تحمل ابهام ممکن است در موفقیت سازمانی، به طور مثبتی مؤثر باشد، برای این که رویدادهای سازمانی بیش‌تر اوقات نامعین و ساختار نایافته هستند و برای موفقیت سازمانی ضروری است که کارکنان بخواهند و بتوانند با موقعیت‌های نامعین مقابله کنند (لامپکین و اردوگان<sup>۲</sup>، ۱۹۹۹). به عبارتی تحمل ابهام، پذیرفتن عدم قطعیت به عنوان بخشی از زندگی و توانایی ادامه حیات با داشتن دانشی ناقص درباره محیط است، به طوری که این قدرت، فرد را قادر می‌کند فعالیت را بدون این که از این نکته آگاه باشد که موفق خواهد شد یا نه، آغاز کند. به نظر می‌رسد کارآفرینان به مراتب بیش‌تر از مدیران شرکت‌ها قدرت تحمل ابهام را داشته باشند (فرای<sup>۳</sup>، ۱۹۹۳).

از سوی دیگر از سال‌های گذشته تحقیقاتی انجام شده که نشان می‌دهند بین اعتقاد به چگونگی کنترل وقایع و این که شکست‌ها و پیروزی به چه عواملی اسناد داده می‌شود، یا به طور کلی بین جایگاه مهار و کارآفرینی رابطه وجود دارد. حتی برخی از محققین مهم‌ترین ویژگی افراد کارآفرین را داشتن جایگاه مهار درونی می‌دانند. مثلاً مارتین<sup>۴</sup> (۱۹۸۴) با ارائه مدلی بسیار پیچیده و تخصصی به عواملی که در شروع کسب و کارهای جدید مؤثر هستند اشاره می‌کند، در این پژوهش به ویژگی‌های جمعیت‌شناسی، روان‌شناسی و اجتماعی متعددی اشاره می‌شود. یکی از مهم‌ترین عوامل شخصیتی که توسط مارتین برای شروع یک کسب و کار جدید مؤثر شناخته شده است، جایگاه مهار درونی است. مسکون و استیونز<sup>۵</sup> (۱۹۸۲) با انجام پژوهشی به این نتیجه رسیدند که زنان کارآفرین به طور معنی‌داری دارای جایگاه مهار

---

1- Jennigs, Cox, & Cooper

2- Lumpkin & Erdogan

3- Fry

4- Martin

5- Mescon & Stevens

درونی‌تری نسبت به جمعیت عادی هستند. هم‌چنین، در پژوهشی که با نمونه‌ای از دانشجویان انجام شد، نتایج به دست آمده نشان داد که جایگاه مهار درونی با تمایل به کارآفرینی ارتباط مثبت و معنی‌داری دارد (بون نت و فورنهام<sup>۱</sup>، ۱۹۹۱). با توجه به نتایج پژوهشی که توسط لامپکین و اردوگان (۱۹۹۹) انجام گرفت، مشاهده شد که بین جایگاه مهار و جهت‌گیری کارآفرینی رابطه‌ی مثبت معنی‌داری وجود دارد. این محققین چنین اظهار می‌دارند که انتظار می‌رود بین جایگاه مهار، نوآوری و رقابت‌جویی همبستگی وجود داشته باشد. چون وقتی که افراد احساس کنند رقابت‌جویی متهورانه و نوآوری راه‌هایی برای اعمال کنترل روی محیط هستند می‌توانیم انتظار داشته باشیم که بین این متغیرها ارتباط وجود داشته باشد. پژوهش‌های متعدد نشان می‌دهند که بین جایگاه مهار مؤسسين شرکت‌ها با سطح کارکرد شرکت‌ها رابطه‌ی مثبت وجود دارد (بونی، دی براباندر و وان وتیلو استوجین<sup>۲</sup>، ۱۹۹۶؛ ناواچوکو<sup>۳</sup>، ۱۹۹۵). از این پژوهش چنین استنباط می‌شود که تأثیر جایگاه مهار بر کارکرد شرکت‌ها ممکن است از ارتباط بین جایگاه مهار و جهت‌گیری کارآفرینی ناشی شود. حتی برخی از پژوهش‌ها به این نکته اشاره دارند که، افرادی دارای جایگاه مهار درونی، اقدام به طراحی راه‌هایی برای گسترش کسب و کار و تجارت خویش می‌کنند، حتی در مواقعی که میزان بیکاری در سطح جامعه بالاست (وارد<sup>۴</sup>، ۱۹۹۵، به نقل از لامپکین و اردوگان، ۱۹۹۹). با توجه به این نتایج می‌توان نتیجه گرفت که مؤسسين و صاحبان شرکت‌هایی که جایگاه مهار درونی دارند، ممکن است بیش‌تر اقدام به پذیرش خطر بکنند.

ویژگی دیگری که از آن به عنوان پیش‌آیند مهم کارآفرینی یاد می‌شود، خوداثربخشی است. فرد خوداثربخش خود را باور دارد و معتقد است که می‌تواند به طور مؤثر و موفقیت‌آمیزی فعالیت‌های خاصی را دنبال کند (کوبن، مارکمن، بارون و ریلی<sup>۵</sup>، ۲۰۰۱). بندورا<sup>۶</sup> (۱۹۸۶) معتقد است، خوداثربخشی می‌تواند بین کارآفرینان موفق و ناموفق تفکیک‌کننده باشد. در پژوهش‌های بعدی، بندورا (۱۹۹۷) به این نتیجه می‌رسد که خوداثربخشی یکی

- 
- 1- Bonnet & Furnham
  - 2- Boone, De Brabander, & Van Witteloostuijn
  - 3- Nawachukwn
  - 4- Ward
  - 5- Koen, Markman, Baron, & Reilly
  - 6- Bandura

از متغیرهای مهم برای پیش‌بینی کارآفرینی بوده و پیش‌نیاز رهاسازی استعدادهای پنهان کارآفرینی افراد است. دی نوبل، یونگ و اریچ<sup>۱</sup> (۲۰۰۰) معتقدند که خوداثربخشی به قضاوت فرد درباره ظرفیت و توانایی‌های خودش برای انجام کاری یا رسیدن به نتیجه‌ای اشاره دارد. بر این اساس این محققین چنین نتیجه گرفتند که افراد دارای دارای ویژگی خوداثربخشی بیشتر، تصورات کارآفرینی بیشتر از خود نشان می‌دهند و وقت بیشتری را صرف تدارک عمل کارآفرینانه می‌کنند. در پژوهشی که به صورت فراتحلیل توسط استاجکویک و لوتهانز<sup>۲</sup> (۱۹۹۸) روی ۱۱۴ مطالعه در زمینه‌ی خوداثربخشی انجام گرفت، معدل ضریب همبستگی بین خود اثربخشی و کارکرد مربوط به کار، برابر با ۰/۳۸ بود. چن، گرین و گریک<sup>۳</sup> (۱۹۹۸) خوداثربخشی مدیران و کارآفرینان را در حالی مقایسه کردند که در این آزمایش متغیرهایی مانند سن، جنسیت، سطح تحصیلات، تعداد دوستان و خویشاوندان کارآفرینان هم‌چنین تعداد دوره‌های آموزشی را که آزمودنی‌ها گرفته بودند، کنترل کردند. یافته‌ها نشان داد که خوداثربخشی تأثیری مثبت و معنی‌دار در احتمال بروز کارآفرینی داشت. در پژوهشی دیگر چنین مشخص شد که خوداثربخشی به عنوان یک راهبرد شناختی معتبر می‌تواند کارآفرینان فنی و غیر کارآفرینان فنی را به طور دقیقی از هم تفکیک کند (به نقل از شکرکن، برومندنسب، نجاریان و شهنی‌بیلاق ۱۳۸۱). هم‌چنین، در پژوهشی که توسط کوین و همکارانش (۲۰۰۱) انجام شد، این نتیجه به دست آمد که خوداثربخشی به عنوان یک متغیر پیش‌بینی کننده‌ی معنی‌دار برای سرمایه‌گذاری است. در پژوهشی دیگر که توسط آویرام<sup>۴</sup> (۲۰۰۶) انجام شده بین برخی از ویژگی‌های شخصیتی مانند خوداثربخشی، نیاز به پیشرفت و تمایل به تلاش و فعالیت با کارآفرینی رابطه‌ی معنی‌دار مشاهده شده است.

بر اساس پیشینه پژوهش و اهداف آن، در پژوهش حاضر فرضیه‌های زیر تدوین و مورد آزمون قرار گرفتند:

۱- بین خوداثربخشی و کارآفرینی دانشجویان دانشگاه شهید چمران اهواز رابطه‌ی مثبت

وجود دارد.

1- De noble, Jung, & Ehrlich

2- Stajkovic & Luthans

3- Chen, Greene, & Crick

4- Aviram

- ۲- بین جایگاه مهار و کارآفرینی دانشجویان دانشگاه شهید چمران اهواز رابطه‌ی مثبت وجود دارد.
- ۳- بین تحمل ابهام و کارآفرینی دانشجویان دانشگاه شهید چمران اهواز رابطه‌ی مثبت وجود دارد.
- ۴- خوداثربخشی، جایگاه مهار و تحمل ابهام با کارآفرینی دانشجویان دانشگاه شهید چمران اهواز رابطه‌ی چندگانه دارند.
- لازم به توضیح است که این فرضیه‌ها در دانشجویان دختر و پسر دانشگاه به تفکیک نیز مورد آزمون قرار گرفته‌اند.

### روش پژوهش

#### جامعه‌ی آماری و روش نمونه‌گیری

جامعه‌ی آماری این پژوهش شامل کلیه‌ی دانشجویان دختر و پسر مشغول به تحصیل در مقطع کارشناسی دانشگاه شهید چمران بود که حداقل ۱۰۰ واحد درسی را گذرانده بودند. از بین آن‌ها دو نمونه شامل ۲۰۰ نفر برای بررسی ویژگی‌های روان‌سنجی (روایی و پایایی) آزمون‌ها و ۴۰۰ نفر برای بررسی فرضیه‌ها به صورت تصادفی ساده انتخاب شدند. در مجموع ۵۴۷ نفر شامل ۱۸۳ نفر از نمونه‌ی بررسی روایی و ۳۶۴ نفر از نمونه‌ی اصلی پرسش‌نامه‌ها را به صورت کامل تکمیل کردند.

#### ابزارهای پژوهش

کلیه‌ی اطلاعات مربوط به این پژوهش به وسیله‌ی ۵ آزمون مداد-کاغذی که توسط آزمودنی‌ها تکمیل شد، جمع‌آوری گردید که عبارتند از:

آزمون جهت‌گیری کارآفرینی<sup>۱</sup>. این آزمون توسط روبینسون، استیمپسون، هوفنر و هانت<sup>۲</sup> (۱۹۹۱) تدوین و توسط شکرکن و همکاران (۱۳۸۱) به فارسی ترجمه شده است. پرسش‌نامه‌ی مذکور ۷۵ سؤال دارد که در یک طیف ۱۰ درجه‌ای اندازه‌گیری می‌شوند. گرفتن

1- Entrepreneurial Attitude Orientation (EAO)

2- Robinson, Stimpson, Huefner, & Hunt



نمره‌ی بالا در آزمون که از جمع کردن نمره‌ی تمام سؤالات به دست می‌آید نشان دهنده‌ی جهت‌گیری کارآفرینی آزمودنی است.

تهیه کنندگان آزمون جهت‌گیری کارآفرینی، برای بررسی روایی آزمون از مقایسه‌ی گروه‌های شناخته شده استفاده کردند و آن را روی نمونه‌ای از گروه‌های کارآفرین و غیرکارآفرین اجرا کردند. نتایج نشان داد که میانگین نمره‌ی کارآفرینی گروه‌های کارآفرین و غیرکارآفرین متفاوت و در سطح  $p < 0/001$  معنی‌دار بود. در این پژوهش برای بررسی روایی این آزمون از روش روایی سازه<sup>۱</sup> استفاده شد. برای این منظور از دو شاخص استفاده شد. نخستین شاخص روایی به کار گرفته شده، شامل ۱۰ سؤال بود که از بین آزمون‌های کوتاهی که برای سنجش کارآفرینی در برخی مطالعات پیشنهاد شده بود، انتخاب شد و به طور همزمان در اختیار آزمودنی‌ها قرار گرفت. ضریب همبستگی بین آزمون جهت‌گیری کارآفرینی و آزمون ۱۰ سؤالی  $T=0/47$  به دست آمد که در سطح  $p < 0/001$  معنی‌دار بود. هم‌چنین، ضریب همبستگی بین آزمون جهت‌گیری کارآفرینی و صفات کارآفرینی،  $T=0/58$  به دست آمد که در سطح  $p < 0/001$  معنی‌دار شدند.

برای محاسبه‌ی ضرایب پایایی از دو روش تنصیف و آلفای کرونباخ استفاده شد. هم‌چنین، در روش تنصیف دو نوع ضریب همبستگی اسپیرمن-براون و گاتمن به کار برده شد. ضرایب محاسبه شده آلفای کرونباخ  $0/93$ ، اسپیرمن-براون  $0/88$  و گاتمن  $0/87$  بودند. که همگی از نظر روان‌سنجی مقادیر مطلوبی می‌باشند.

**آزمون سنجش صفات کارآفرین شما<sup>۲</sup>**. این آزمون توسط کن یون<sup>۳</sup> (۱۹۹۹) تدوین شده است و به وسیله‌ی شکرکن و همکاران (۱۳۸۱) به فارسی ترجمه شده است. این آزمون شامل ۱۲۵ ماده است که با یک طیف ۱۰ درجه‌ای اندازه‌گیری می‌شود. گرفتن نمره‌ی بالا در آزمون که از جمع کردن نمره‌ی تمام ماده‌ها به دست می‌آید نشان دهنده‌ی ویژگی کارآفرینی بیش‌تر است. در این پژوهش به منظور بررسی روایی این آزمون از روش روایی سازه استفاده شد. برای این منظور از دو شاخص روایی استفاده شد. شاخص اولی با استفاده از ۱۰ سؤالی بود که

1- construct validity

2- Measuring Your Entrepreneurial Traits (MET)

3- kenyon

برای بررسی روایی آزمون جهت‌گیری کارآفرینی به کار برده شده بود. هم‌چنین، از آزمون جهت‌گیری کارآفرینی به عنوان دومین شاخص روایی استفاده شد. ضریب همبستگی بین آزمون صفات کارآفرین و آزمون ۱۰ سؤالی  $r=0/59$  است که در سطح  $p<0/001$  معنی‌دار می‌باشد. ضریب همبستگی بین دومین شاخص روایی یعنی آزمون جهت‌گیری کارآفرینی و آزمون صفات کارآفرین،  $r=0/59$  بود که در سطح  $p<0/001$  معنی‌دار است.

برای محاسبه‌ی پایایی آزمون صفات کارآفرین از دو روش آلفای کرونباخ و تنصیف (در روش تنصیف از دو فرمول اسپیرمن- براون و گاتمن) استفاده شده است. مقدار ضریب محاسبه شده به روش اسپیرمن- براون  $0/93$ ، به روش گاتمن  $0/93$  و به روش آلفای کرونباخ  $0/97$  است که همگی در حد مطلوب هستند.

**آزمون تحمل ابهام.** این مقیاس توسط بوندر<sup>۱</sup> (۱۹۶۲) تهیه شده و به وسیله‌ی برومندنسب و شکرکن در این پژوهش به فارسی برگردانده شده است. این مقیاس دارای ۱۶ ماده است و بر اساس یک مقیاس شش طیفی، از بسیار موافقم تا بسیار مخالفم اندازه‌گیری می‌شود. تدوین کنندگان، روایی آزمون را  $r=0/48$  و پایایی آن را با استفاده از روش بازآزمایی به فاصله دو هفته به میزان  $r=0/85$  گزارش کرده‌اند. در پژوهش حاضر برای بررسی روایی از روش روایی ملاکی استفاده شده است. آزمونی که به عنوان شاخص روایی مورد استفاده قرار گرفت، آزمون تحمل ابهام می‌باشد که توسط باورصاد (۱۳۷۷) تهیه شده است. ضریب روایی  $r=0/47$  به دست آمد، که در سطح  $p<0/001$  معنی‌دار بود، هم‌چنین، ضریب پایایی به دست آمده با استفاده از آلفای کرونباخ  $0/67$  و با استفاده از روش گاتمن  $0/36$  بود.

**آزمون خوداثربخشی کارآفرینی.**<sup>۲</sup> آزمون خوداثربخشی کارآفرینی، آزمون مداد- کاغذی است که توسط دی نوبل و همکاران (۲۰۰۰) تهیه و تدوین شده است. این آزمون برای اولین بار توسط برومندنسب و شکرکن در این پژوهش به فارسی برگردانده شده است. آزمون دارای ۲۳ ماده است که به صورت مقیاس ۵ درجه‌ای تهیه شده است. تدوین کنندگان آزمون برای بررسی روایی آزمون از دو روش روایی ملاکی و گروه‌های شناخته شده استفاده کردند. برای بررسی روایی ملاکی بین آزمون جدید<sup>۳</sup> و آزمون خود اثربخشی کارآفرینی همبستگی  $r=0/37$

1- Bunder

2- Entrepreneurial Self – Efficacy

3- intention

محاسبه شد که در سطح  $p < 0/001$  معنی‌دار بود، برای محاسبه‌ی ضریب افتراقی از گروه‌های شناخته شده کارآفرین و غیرکارآفرین استفاده شده که  $F$  محاسبه شده در سطح  $p < 0/001$  معنی‌دار بود. در پژوهش حاضر از روش روایی ملاکی استفاده شد، آزمونی که به عنوان شاخص روایی مورد استفاده قرار گرفت، آزمون خوداثربخشی شرر و آدامز<sup>۱</sup> (۱۹۸۳)، ترجمه‌ی براتی بختیاری، (۱۳۷۶) بود که ضریب روایی محاسبه شده  $r = 0/4$  و در سطح  $p < 0/001$  معنی‌دار بود. پایایی آزمون توسط تدوین کنندگان برای مقیاس کلی و خرده مقیاس‌ها بین ۰/۶۶ تا ۰/۷۰ گزارش شده است. در پژوهش حاضر برای محاسبه‌ی پایایی با استفاده از روش آلفای کرونباخ ضریب ۰/۹۲ به دست آمد.

**آزمون جایگاه مهار.** از آزمون جایگاه مهار نوویکی-استریکلند<sup>۲</sup> (۱۹۷۳) که توسط برومندنسب، شکرکن و نجاریان (۱۳۷۴) ترجمه شده است، به منظور سنجش جایگاه مهار استفاده گردید. این آزمون ۴۰ ماده دارد که آزمودنی‌ها به صورت "بلی" یا "خیر" به هر سؤال پاسخ می‌دهند. اعتبار آزمون توسط نوویکی و استریکلند (۱۹۷۳) از طریق همبستگی با آزمون جایگاه مهار راتر ۰/۶۱ گزارش شده است که در سطح  $p = 0/001$  معنی‌دار است. در پژوهش برومندنسب و همکاران (۱۳۷۴) روایی آزمون با استفاده از روش روایی ملاکی محاسبه شد و ضریب همبستگی بین آزمون جایگاه مهار نوویکی-استریکلند، و راتر ۰/۴۶ به دست آمد. پایایی آزمون توسط نوویکی-استریکلند با استفاده از روش بازآزمایی ۰/۷۱ و با استفاده از روش تنصیف ۰/۸۱ گزارش شده است. هم‌چنین، در پژوهش برومندنسب و شکرکن (۱۳۷۳) پایایی این آزمون با روش تنصیف ۰/۴۷ و با روش آلفای کرونباخ ۰/۵۰ به دست آمده است.

## یافته‌ها

یافته‌های توصیفی پژوهش حاضر شامل میانگین و انحراف معیار نمره‌های آزمودنی‌ها در متغیرهای جهت‌گیری کارآفرینی، سنجش صفات کارآفرینی، خوداثربخشی، تحمل ابهام و جایگاه مهار در جدول شماره‌ی ۱ نشان داده شده‌اند.

1- Sherer & Adams

2- Nowicki - Strickland

جدول ۱. یافته‌های توصیفی مربوط به آزمون‌ها

کل		پسر			دختر			آزمودنی‌ها	
تعداد	انحراف معیار	میانگین	تعداد	انحراف معیار	میانگین	تعداد	انحراف معیار	میانگین	شاخص‌های آماری آزمونها
۳۶۴	۶۱/۲	۵۰۷/۶۳	۱۷۵	۶۰/۴۸	۵۱۱/۷۹	۱۸۹	۶۱/۷۶	۵۰۳/۷۸	جهت‌گیری کارآفرینی
۳۶۴	۱۳۵/۴۳	۸۶۴	۱۷۵	۱۳۳/۹۷	۸۷۱/۰۶	۱۸۹	۱۳۶/۸	۸۷۵/۵۵	سنجش صفات کارآفرینی
۳۶۴	۱۱/۶۸	۷۹/۷۶	۱۷۵	۱۲/۵۸	۸۲/۲۱	۱۸۹	۱۰/۳۱	۷۷/۴۸	خود اثربخشی
۳۶۴	۷/۶۵	۷/۶۵	۱۷۵	۶۵/۴۳	۶۶/۰۹	۱۸۹	۷/۶۳	۶۴/۸۴	تحمل ابهام
۳۶۴	۵/۰۳	۲۹/۸	۱۷۵	۵/۰۲	۳۰/۲۶	۱۸۹	۵/۰۲	۲۹/۳۸	جایگاه مهار

همان‌طور که در جدول ۱ ملاحظه می‌شود، میانگین نمره‌های آزمودنی‌های پسر در تمام آزمون‌ها، به جزء سنجش صفات کارآفرینی، از میانگین نمره‌های آزمودنی‌های دختر بالاتر است.

یافته‌های مربوط به فرضیه‌های اول تا سوم، به صورت ضرایب همبستگی ساده در جدول شماره ۲ نشان داده شده است.

همان‌طور که در جدول ۲ ملاحظه می‌شود، همبستگی بین خوداثربخشی و کارآفرینی با استفاده از آزمون جهت‌گیری کارآفرینی برای کل آزمودنی‌ها  $r=0/41$ ، برای آزمودنی‌های دختر  $r=0/34$  و برای آزمودنی‌های پسر  $r=0/46$  است که همگی در سطح  $p<0/001$  معنی‌دار هستند. همچنین، همبستگی بین خوداثربخشی و کارآفرینی با استفاده از آزمون سنجش صفات کارآفرینی برای کل آزمودنی‌ها  $r=0/49$ ، برای آزمودنی‌های دختر  $r=0/45$  و برای آزمودنی‌های پسر  $r=0/52$  است که همگی در سطح  $P<0/001$  معنی‌دار می‌باشند. با توجه به این یافته‌ها، فرضیه‌ی اول در کل آزمودنی‌ها و آزمودنی‌های دختر و پسر تأیید می‌شود.

همچنین، با توجه به مندرجات جدول ۲ همبستگی بین جایگاه مهار و کارآفرینی با استفاده از آزمون جهت‌گیری کارآفرینی برای کل آزمودنی‌ها  $r=0/35$ ، برای آزمودنی‌های دختر

جدول ۲. ضرایب همبستگی ساده بین آزمون‌های کارآفرینی با آزمون‌های خوداثربخشی، تحمل ابهام و جایگاه مهار آزمودنی‌های دختر، پسر و کل

آزمودنی‌ها	آزمون‌های کارآفرینی	آزمون‌ها								
		خوداثربخشی			تحمل ابهام			جایگاه مهار		
		ضریب همبستگی	سطح معنی‌داری	درجه آزادی	ضریب همبستگی	سطح معنی‌داری	درجه آزادی	ضریب همبستگی	سطح معنی‌داری	درجه آزادی
دختر	جهت‌گیری کارآفرینی	۰/۳۴	<۰/۰۰۱	۱۸۷	۰/۱۹	<۰/۰۰۱	۱۸۷	۰/۲۸	<۰/۰۰۱	۱۸۷
	سنجش صفات کارآفرینی	۰/۴۵	<۰/۰۰۱	۱۸۷	۰/۲	<۰/۰۰۱	۱۸۷	۰/۳	<۰/۰۰۱	۱۸۷
پسر	جهت‌گیری کارآفرینی	۰/۴۶	<۰/۰۰۱	۱۷۳	۰/۲۷	<۰/۰۰۱	۱۷۳	۰/۴۳	<۰/۰۰۱	۱۷۳
	سنجش صفات کارآفرینی	۰/۵۲	<۰/۰۰۱	۱۷۳	۰/۲۱	<۰/۰۰۱	۱۷۳	۰/۳۷	<۰/۰۰۱	۱۷۳
کل	جهت‌گیری کارآفرینی	۰/۴۱	<۰/۰۰۱	۳۶۲	۰/۲۳	<۰/۰۰۱	۳۶۲	۰/۳۵	<۰/۰۰۱	۳۶۲
	سنجش صفات کارآفرینی	۰/۴۹	<۰/۰۰۱	۳۶۲	۰/۲۱	<۰/۰۰۱	۳۶۲	۰/۳۳	<۰/۰۰۱	۳۶۲

$I=0/28$  و برای آزمودنی‌های پسر  $I=0/43$  است که همگی در سطح  $p<0/001$  معنی‌دار می‌باشند. همبستگی بین جایگاه مهار و کارآفرینی با استفاده از آزمون صفات کارآفرینی برای کل آزمودنی‌ها  $I=0/33$ ، برای آزمودنی‌های دختر  $I=0/30$ ، و برای آزمودنی‌های پسر  $I=0/37$  بود که همگی در سطح  $p<0/001$  معنی‌دار می‌باشند. با توجه به نتایج به دست آمده فرضیه دوم تأیید می‌شود.

همان‌طور که در جدول ۲ ملاحظه می‌شود، همبستگی بین تحمل ابهام و کارآفرینی، آزمون جهت‌گیری کارآفرینی، برای کل آزمودنی‌ها  $I=0/23$ ، برای آزمودنی‌های دختر  $I=0/19$  و برای آزمودنی‌های پسر  $I=0/27$  است، که همگی در سطح  $p<0/001$  معنی‌دار می‌باشند.

همبستگی بین تحمل ابهام و کارآفرینی با آزمون صفات کارآفرینی برای کل آزمودنی‌ها  $r=0/21$ ، برای آزمودنی‌های دختر  $r=0/2$  و برای آزمودنی‌های پسر  $r=0/21$  هستند، که همگی در سطح  $p<0/001$  معنی‌دار می‌باشند. با توجه به نتایج به دست آمده فرضیه‌ی سوم تأیید می‌شود.

به منظور آزمون فرضیه‌ی ۴ از رگرسیون چندمتغیری به روش ورود مکرر استفاده شده است و نتایج به دست آمده در جداول ۳، ۴ و ۵ برای کل آزمودنی‌ها، آزمودنی‌های دختر و پسر با استفاده از آزمون‌های جهت‌گیری کارآفرینی و صفات کارآفرینی به تفکیک ارائه شده‌اند.

جدول ۳. نتایج رگرسیون چندمتغیری خوداثربخشی، جایگاه مهار و تحمل ابهام با کارآفرینی به روش ورود مکرر برای کل آزمودنی‌ها

ضرایب			F p	RS	MR	شاخص‌های آماري متغیرهای ملاک	متغیرهای پیش‌بین
۳	۲	۱					
		$\beta=0/41$ $T=8/5$ $p<0/001$	۷۲/۰۳ <0/001	0/16	0/41	جهت‌گیری کارآفرینی	خوداثربخشی
		$\beta=0/48$ $T=10/54$ $p<0/001$	۱۱۱/۰۶۷ <0/001	0/23	0/48	سنجش صفات کارآفرینی	
	$\beta=0/25$ $T=5/16$ $p<0/001$	$\beta=0/33$ $T=6/75$ $p<0/001$	51/85 <0/001	0/22	0/47	جهت‌گیری کارآفرینی	خوداثربخشی، جایگاه مهار
	$\beta=0/2$ $T=4/28$ $p<0/001$	$\beta=0/42$ $T=8/93$ $p<0/001$	67/37 <0/001	0/27	0/52	سنجش صفات کارآفرینی	
$\beta=0/13$ $T=2/85$ $p<0/005$	$\beta=0/24$ $T=4/89$ $p<0/001$	$\beta=0/31$ $T=6/27$ $p<0/001$	37/96 <0/001	0/24	0/49	جهت‌گیری کارآفرینی	خوداثربخشی، جایگاه مهار، تحمل ابهام
$\beta=0/11$ $T=1/64$ $p<0/1$	$\beta=0/27$ $T=3/45$ $p<0/001$	$\beta=0/43$ $T=6/53$ $p<0/001$	28/22 <0/001	0/33	0/57	سنجش صفات کارآفرینی	

جدول ۴. نتایج رگرسیون چندمتغیری خوداثربخشی، جایگاه مهار و تحمل ابهام با کارآفرینی به

روش ورود مکرر برای آزمودنی‌های دختر

ضرایب			F p	RS	MR	شاخص‌های آماري متغیرهای ملاک	متغیرهای پیش‌بین
۳	۲	۱					
		$\beta=0/34$ $T=4/98$ $p<0/001$	۲۴/۷۶ <0/001	0/12	0/34	جهت‌گیری کارآفرینی	خود اثربخشی
		$\beta=0/45$ $T=6/92$ $p<0/001$	۴۷/۹ <0/001	0/20	0/45	سنجش صفات کارآفرینی	
	$\beta=0/19$ $T=2/68$ $p<0/008$	$\beta=0/28$ $T=4$ $p<0/001$	۱۶/۳۹ <0/001	0/15	0/39	جهت‌گیری کارآفرینی	خوداثربخشی، جایگاه مهار
	$\beta=0/176$ $T=2/61$ $p<0/01$	$\beta=0/40$ $T=5/9$ $p<0/001$	۲۸/۱ <0/001	0/23	0/48	سنجش صفات کارآفرینی	
$\beta=0/11$ $T=1/52$ $p<0/13$	$\beta=0/175$ $T=245$ $p<0/015$	$\beta=0/27$ $T=3/76$ $p<0/001$	۱۱/۷۸ <0/001	0/16	0/4	جهت‌گیری کارآفرینی	خوداثربخشی، جایگاه مهار، تحمل ابهام
$\beta=0/1$ $T=1/52$ $p<0/13$	$\beta=0/16$ $T=2/38$ $p<0/019$	$\beta=0/38$ $T=5/65$ $p<0/001$	۱۹/۶۳ <0/001	0/24	0/49	سنجش صفات کارآفرینی	

همان‌طور که در جدول شماره‌ی ۳ ملاحظه می‌شود، طبق نتایج به دست آمده از تحلیل رگرسیون با روش ورود مکرر، بین متغیرهای پیش‌بین یعنی خوداثربخشی، جایگاه مهار و تحمل ابهام با متغیر ملاک یعنی کارآفرینی با استفاده از آزمون جهت‌گیری کارآفرینی و آزمون سنجش صفات کارآفرینی، برای کل آزمودنی‌ها رابطه‌ی معنی‌داری وجود دارد. به طوری که همبستگی چندگانه بین متغیرهای پیش‌بین و آزمون‌های صفات کارآفرینی و جهت‌گیری کارآفرینی به ترتیب  $MR=0/57$  و  $MR=0/49$  است که در سطح  $p<0/001$  معنی‌دارند. بر این اساس، از طریق آزمون صفات کارآفرینی به ترتیب ۳۳٪ و ۲۴٪ واریانس کارآفرینی دانشجویان به وسیله‌ی متغیرهای پیش‌بین قابل تبیین است. از طرف دیگر، ضرایب رگرسیون

( $\beta$ ) مربوط به متغیر ملاک جهت‌گیری کارآفرینی نشان می‌دهند که هر سه متغیر پیش‌بین خوداثربخشی، جایگاه مهار و تحمل ابهام برای کارآفرینی پیش‌بینی‌کننده‌های معنی‌داری هستند. در حالی که ضرایب رگرسیون مربوط به متغیر ملاک صفات کارآفرینی نشان می‌دهند از سه متغیر پیش‌بین، تنها متغیرهای پیش‌بین خوداثربخشی و جایگاه مهار بهترین پیش‌بینی‌کننده‌ی برای صفات کارآفرینی کل دانشجویان هستند. با توجه به این نتایج فرضیه‌ی ۴ تأیید می‌شود.

همان‌طور که جدول ۴ نشان می‌دهد نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون با روش ورود مکرر بین متغیرهای پیش‌بین یعنی خوداثربخشی، جایگاه مهار و تحمل ابهام با متغیر ملاک یعنی کارآفرینی برای آزمودنی‌ها دختر با استفاده از آزمون صفات کارآفرینی، همبستگی چندگانه  $MR=0/49$  است که می‌توان گفت ۲۴٪ واریانس کارآفرینی دانشجویان دختر به وسیله‌ی متغیرهای پیش‌بین قابل تبیین است. هم‌چنین، با استفاده از آزمون جهت‌گیری کارآفرینی همبستگی چندگانه  $MR=0/4$  است که ۱۶٪ واریانس کارآفرینی دانشجویان دختر به وسیله‌ی متغیرهای پیش‌بین قابل تبیین است. در حالی که ضرایب رگرسیون ( $\beta$ ) در مورد هر دو متغیر ملاک نشان می‌دهند که از سه متغیر پیش‌بین، تنها متغیرهای پیش‌بین خوداثربخشی و جایگاه مهار بهترین پیش‌بینی‌کننده‌ی برای کارآفرینی آزمودنی‌های دختر هستند.

همان‌طور که در جدول شماره‌ی ۵ ملاحظه می‌شود، طبق نتایج به دست آمده از تحلیل رگرسیون با روش ورود مکرر، بین متغیرهای پیش‌بین یعنی خود اثربخشی، جایگاه مهار و تحمل ابهام با متغیر ملاک یعنی کارآفرینی با استفاده از آزمون جهت‌گیری کارآفرینی و آزمون سنجش صفات کارآفرینی برای آزمودنی‌های پسر رابطه‌ی معنی‌داری وجود دارد، به طوری که همبستگی چندگانه با استفاده از آزمون‌های جهت‌گیری کارآفرینی و آزمون سنجش صفات کارآفرینی، به ترتیب  $MR=0/58$  و  $MR=0/57$  می‌باشد که در سطح  $p < 0/001$  معنی‌دار هستند و می‌توان گفت ۳۳٪ واریانس کارآفرینی دانشجویان پسر به وسیله‌ی متغیرهای پیش‌بین قابل تبیین است.

از طرف دیگر، ضرایب رگرسیون ( $\beta$ ) مربوط به متغیر ملاک آزمون جهت‌گیری کارآفرینی نشان می‌دهند که هر سه متغیر پیش‌بین، خوداثربخشی، جایگاه مهار و تحمل ابهام برای کارآفرینی پیش‌بینی‌کننده‌های معنی‌داری هستند. در حالی که ضرایب رگرسیون ( $\beta$ )



مربوط به متغیر ملاک صفات کارآفرینی نشان می‌دهند که از سه متغیر پیش‌بین، تنها متغیرهای پیش‌بین خوداثربخشی و جایگاه مهار بهترین پیش‌بین کننده‌ی برای صفات کارآفرینی دانشجویان پسر هستند.

جدول ۵. نتایج رگرسیون چندمتغیری خوداثربخشی، جایگاه مهار و تحمل ابهام با کارآفرینی به روش ورود مکرر برای آزمودنی‌های پسر

ضرایب			F P	RS	MR	شاخص‌های آماري متغیرهای ملاک	متغیرهای پیش‌بین
۳	۲	۱					
		$\beta=0/46$ $T=6/88$ $p<0/001$	47/33 <0/001	0/21	0/46	جهت‌گیری کارآفرینی	خوداثربخشی
		$\beta=0/52$ $T=8/03$ $p<0/001$	64/44 <0/001	0/27	0/52	سنجش صفات کارآفرینی	
	$\beta=0/32$ $T=4/84$ $p<0/001$	$\beta=0/37$ $T=5/32$ $p<0/001$	38/42 <0/001	0/31	0/56	جهت‌گیری کارآفرینی	خوداثربخشی، جایگاه مهار
	$\beta=0/23$ $T=3/53$ $p<0/001$	$\beta=0/45$ $T=6/86$ $p<0/001$	40/59 <0/001	0/32	0/56	سنجش صفات کارآفرینی	
$\beta=0/17$ $T=2/75$ $p<0/007$	$\beta=0/31$ $T=4/76$ $p<0/001$	$\beta=0/34$ $T=5/11$ $p<0/001$	29/12 <0/001	0/34	0/58	جهت‌گیری کارآفرینی	خوداثربخشی، جایگاه مهار، تحمل ابهام
$\beta=0/10$ $T=1/64$ $p<0/103$	$\beta=0/23$ $T=3/45$ $p<0/001$	$\beta=0/43$ $T=6/53$ $p<0/001$	28/22 <0/001	0/33	0/57	سنجش صفات کارآفرینی	

### بحث و نتیجه‌گیری

در این پژوهش به بررسی رابطه‌ی برخی از متغیرهای روان‌شناختی با کارآفرینی پرداخته شده است. همان‌طور که در بخش یافته‌ها اشاره شد فرضیه‌ی اول در خصوص

رابطه‌ی بین خوداثربخشی و کارآفرینی دانشجویان در سطح  $p < 0/001$  معنی‌دار بود. نتایج به دست آمده از این پژوهش ضمن تأیید پژوهش‌های دیگران (چن و همکاران، ۱۹۹۸؛ استاجکویک و لوتھانس، ۱۹۹۸؛ کوین و همکاران، ۲۰۰۱) حاکی از این است که ویژگی خوداثربخشی با کارآفرینی رابطه دارد. چون افراد دارای خوداثربخشی بالا تمایل به پشتکار بیش‌تر دارند، از طرفی قبول کسب و کار جدید پر از مشکلات است، از این جهت خوداثربخشی بالا در چنین موقعیت‌هایی برای پی‌گیری کار ضروری است، چون افراد دارای ویژگی‌های خوداثربخشی بالا کسانی هستند که باور و اعتقاد دارند که می‌توانند به طور مؤثر و موفقیت‌آمیزی فعالیت‌های خاصی را دنبال کنند (کوئن و همکارانش، ۲۰۰۱). بنابراین، می‌توان گفت که خوداثربخشی در واقع قضاوت شخصی افراد کارآفرین است که آن‌ها را نسبت به توانایی‌هایشان معتقد می‌کند. به عبارتی آن‌ها به این باور می‌رسند که به مهارت‌های رفتاری و شناختی ضروری برای یک کار جدید و کارآفرینانه مسلط هستند (لوتھانس، استاجکولی و ایبرایوا، ۲۰۰۰).

هم‌چنین، فرضیه‌ی دوم به بررسی رابطه‌ی بین جایگاه مهار و کارآفرینی اشاره دارد. همان‌طور که در بخش یافته‌ها ملاحظه شد، ضرایب همبستگی ساده بین جایگاه مهار و کارآفرینی با استفاده از آزمون‌های جهت‌گیری کارآفرینی و سنجش صفات کارآفرینی برای کل آزمودنی‌ها، آزمودنی‌های دختر و پسر در سطح  $p < 0/001$  معنی‌دار است. بر این اساس، فرضیه‌ی دوم تأیید می‌شود. نتایج به دست آمده از این پژوهش ضمن هم‌سو بودن با پژوهش‌های دیگران (شاوور و اسکات، ۱۹۹۱؛ بون نت و فورنهام، ۱۹۹۱؛ بونی و همکاران، ۱۹۹۶؛ ناواچوکو، ۱۹۹۵؛ وارد، ۱۹۹۳؛ لامپکین و اردوگان، ۱۹۹۹) حاکی از این است که هر چه جایگاه مهار دانشجویان درونی‌تر باشد آن‌ها کارآفرین‌تر هستند. در تبیین این یافته به چند نکته می‌توان اشاره کرد، نخست این که چگونگی تفکر افراد درباره‌ی علت‌های موفقیت و شکست‌شان تعیین‌کننده‌های اصلی انگیزش پیشرفت آنان به حساب می‌آید، دوم این که ویژگی مشترک افراد دارای جایگاه مهار درونی و کارآفرین، پذیرش مسئولیت اعمال و تصمیم‌های خودشان است. سالازار و همکاران (ترجمه‌ی نطق، ۱۳۸۰) معتقدند که افراد

<sup>1</sup> - Luthans, stajkovic, & Ibrayeva

کارآفرین مسئولیت اعمال و تصمیم‌های خود را می‌پذیرند. سومین تبیین به ویژگی خاصی مربوط می‌باشد که افراد دارای جایگاه مهار درونی دارند و آن توانایی "به تأخیر انداختن خشنودی"<sup>۱</sup> است. این فرض بسیار جالبی است که افراد دارای جایگاه مهار درونی بیش‌تر از افراد دارای جایگاه مهار بیرونی عادت کرده‌اند تا برای انجام کارها نقشه‌های دراز مدت طرح کنند. تبیین چهارم به مفهوم کنترل ادراک شده و مفهوم درماندگی آموخته شده بر می‌گردد. به نظر میتون<sup>۲</sup> (۱۹۸۹) کارآفرینان ترجیح می‌دهند تسلط بی‌شک و شبهه و خالی از اشتباه داشته باشند. آنان می‌دانند که می‌توانند یک تفاوت ایجاد کنند. آنان باور دارند که می‌توانند شخصاً روی افراد و رویدادها کنترل داشته باشند، هر چند نه "همه" ولی بیش‌تر کارآفرینان باور دارند که می‌توانند روی هر چیز کنترل داشته باشند (شاوور و اسکات، ۱۹۹۱).

نتایج به دست آمده در بخش یافته‌ها مربوط به فرضیه‌ی سوم نشان می‌دهد که همبستگی‌ها بین تحمل ابهام و کارآفرینی با استفاده از آزمون‌های جهت‌گیری کارآفرینی و سنجش صفات کارآفرینی برای کل آزمودنی‌ها، آزمودنی‌های دختر و پسر در سطح  $p < 0/01$  معنی‌دار هستند. نتایج به دست آمده از این پژوهش ضمن تأیید پژوهش‌های دیگر (لامپکین و اردوگان، ۱۹۹۹؛ فرای، ۱۹۹۳؛ جنینگز و کوپر، ۱۹۹۴) حاکی از این است که هر چه ویژگی تحمل ابهام دانشجویان بیش‌تر باشد کارآفرین‌تر هستند. یعنی هر چه دانشجویان سطح بالاتری از تحمل ابهام داشته باشند و کمتر از موقعیت‌های سازمان نایافته و نامعین اجتناب کنند بیش‌تر می‌توانند منابع و امکانات را برای بهره‌وری بیش‌تر سازمان‌دهی کنند. این رابطه را می‌توان چنین تبیین کرد که روی دادها و امور سازمانی بیش‌تر اوقات ساختار نایافته و غیرقابل پیش‌بینی هستند و افرادی که صرفاً توانایی کار در محیط‌های سازمان یافته و بدون ابهام را دارند، نمی‌توانند در موقعیت‌های ساختار نایافته موفق شوند. به منظور موفقیت سازمان ضروری است که کارکنان بخواهند و بتوانند با موقعیت‌های نامعین مقابله کنند (لامپکین و اردوگان، ۱۹۹۹).

هم‌چنین، نتایج تحلیل همبستگی چندگانه نشان می‌دهد که ترکیب متغیرهای پیش‌بین با کارآفرینی در سطح  $p < 0/001$  معنی‌دار است. ضریب همبستگی چندگانه برای کل آزمودنی‌ها

1- deferred gratification

2- Mitton

با استفاده از آزمون جهت‌گیری کارآفرینی از ضرایب همبستگی ساده هر یک از آن‌ها بیش‌تر است. به طوری که ترکیب سه متغیر ۳۳٪ از واریانس کارآفرینی را تعیین می‌کند. به طور کلی یافته‌های این پژوهش نشان دهنده‌ی ارتباط ویژگی‌های روان‌شناختی (خود اثربخشی جایگاه مهار و تحمل ابهام) با کارآفرینی است.

با توجه به نتایج بدست آمده، پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های دیگری بین ویژگی‌های کارآفرینان شناخته شده، مدیران و کارکنان مقایسه‌هایی صورت گیرد تا در صورت تأیید یافته‌های این پژوهش، توصیه‌های روشن‌تری به افراد دست‌اندر کار مراکز آموزشی، صنعتی و همچنین، خانواده‌ها برای رشد و توسعه بیش‌تر ویژگی‌های شخصیتی مرتبط با کارآفرینی صورت گیرد.

## منابع

### فارسی

- احمدپور داریانی، محمود (۱۳۸۰). کارآفرینی: تعاریف، نظریات، الگوها. تهران: شرکت پردیس ۵۷.
- باورصاد، احمد (۱۳۷۷). ساخت و اعتباریابی مقیاسی برای سنجش تحمل ابهام و بررسی رابطه آن با اضطراب، تیپ شخصیتی الف و عملکرد تحصیلی در دانش‌آموزان چند مرکز پیش‌دانشگاهی خوزستان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اهواز.
- براتی بختیاری، سیامک (۱۳۷۶). بررسی رابطه ساده و چندمتغیری خودکارآمدی، خودیابی و عزت نفس با عملکرد تحصیلی در دانش‌آموزان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی دانشگاه شهید چمران اهواز.
- برومندنسب، مسعود، شکرکن، حسین و نجاریان، بهمن (۱۳۷۴). بررسی رابطه جایگاه مهار و عملکرد تحصیلی دانش‌آموزان پایه سوم راهنمایی دزفول. مجله علوم تربیتی و روان‌شناسی دانشگاه شهید چمران اهواز، دوره سوم، سال دوم، شماره‌های اول و دوم، صص ۹۳-۱۱۳.
- شکرکن، حسین، برومندنسب، مسعود، نجاریان، بهمن و شهنی بیلاق، منیجه (۱۳۸۱). بررسی رابطه ساده و چندگانه خلاقیت، انگیزه پیشرفت و عزت نفس با کارآفرینی در دانشجویان دانشگاه شهید چمران اهواز. مجله علوم تربیتی و روان‌شناسی دانشگاه شهید چمران اهواز، دوره سوم، سال نهم، شماره ۳ و ۴، صص: ۱-۲۴.
- سالارز، ام. اس.، تیونگ، اکو. ای. و دیاز، پی. اج. مقدمه‌ای بر کارآفرینی. ترجمه سیامک نطّاق (۱۳۸۰). سازمان ملی بهره‌وری ایران، تهران: انتشارات کوهسار.
- صمدآقایی، جلیل (۱۳۷۸). سازمان‌های کارآفرین. تهران: مرکز آموزش مدیریت دولتی.

### لاتین

- Aviram, A. (2006). A study of factors that influence unemployed persons. *Journal of Employment Counseling*, 43 (4), 159-167.

- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action*. Englewood Cliffs, N. J: Prentice -hall.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. New York: Freeman.
- Begley, T. M., & Boyd, D. P. (1987). Psychological characteristics associated with performance in entrepreneurial firms and smaller businesses. *Journal of Business Venturing* 2(1), 79-93.
- Beugelsdijk, S., & Noorderhaven, N. (2005). Personality characteristics of self-employed, an empirical study. *Small Business Economics*, 24, 159-167.
- Boone, C., De Brabander, B., & Van Witteloostuijn, A. (1996). CEO locus of control and small firm performance: An integrative framework and empirical test. *Journal of Management Studies*, 33, 667-699.
- Bonnett, C., & Furnham, A. (1991). Who wants to be an entrepreneur? A study of adolescents interested in a young enterprise schema. *Journal of Economic Psychology*, 12 (3), 465-478.
- Brockhaus, R., & Horwitz, P. (1986). The psychology of the entrepreneur, In D. Sexton & R. Smilor (Eds.), *The art and science of entrepreneurship*. Cambridge, Mass: Ballinger.
- Brockhaus, R., & Nord, W. (1979). *An exploration of factors affecting the entrepreneurial decision: Personal characteristics vs. environmental conditions*. Proceeding of the National Academy of Management.
- Bunder, S. N. Y. (1962). Intolerance of ambiguity as a personality variable. *Journal of Personality*, 30, 29-50.
- Carland, J. W., Hoy, F., Boulton, W. R., & Carland, J. A. C. (1984). Differentiating entrepreneurs from small business owners: a conceptualization. *Academy of Management Review*, 9, 354-359.
- Chen C. C., Greene, P.G., & Crick, A. (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of Business Venturing*, 13, 295-316.
- De Noble, A. F., Jung, D. S., & Ehrlich, S. B. (2000). Entrepreneurial self-efficacy: The development of a measure and its relationship to entrepreneurial action. Retrieved from <http://www.babson.edu/entrep>.
- Fry, F. (1993). *Entrepreneurship: A planning approach*. Englewood cliffs NJ: Prentice-Hall.

- Gasse, Y. (1982). Elaboration on the psychology of the entrepreneur. in C., Kent, D. Sexton & K. Vesper (Eds.), *Encyclopedia of Entrepreneurship: Theory practice*, 18 (4), summer, 43-62.
- Hisrich, R. D., & Peters, M. P. (1989). *Entrepreneurship: starting, developing, and managing a new enterprise*. Homewood, IL: BPI/ Irwin.
- Jennings, R., Cox, C., & Cooper, C. (1994). *Business elites*. London: Rutledge.
- Koen, P. A., Markman, G. D., Baron, R. A., & Reilly, R. (2001). *Cognition and personalities as predictors of resource attainment among corporate entrepreneurs. Frontiers of entrepreneurship research*. Wellesly, MA: Babson College.
- Lumpkin, G. T., & Erdogan, B. (1999). *If not entrepreneurship, can psychological characteristics predict entrepreneurial orientation? A pilot study. Working paper*. University of Illinois at Chicago, Chicago, IL.
- Luthans, F., & Stajkovic, A., & Ibrayeva, E. (2000). Environmental and psychological challenges facing entrepreneurship development in transitional economies, *Journal of World Business*, 35, 95-110.
- Martin, M. J. C. (1984). *Managing technological innovation and entrepreneurship*. Reston publishing.
- Martin, R., & Sum, W. (1992). Successful entrepreneurship in Hong Kong, *Long Rang Planning*, 25 (6), 87-93.
- Mc Clelland, D. C. (1961). *The achieving society*. Princeton, N. J: D van Nostrand.
- Mescon, T., & Stevens, G. E. (1982). Women as entrepreneurs: A preliminary study of female realtors in Arizona. *Arizona Business*, 29 (7), 9-13.
- Mill, J. S. (1998). *Principles of political economy with some of their applications*.
- Mitton, D. G. (1989). The complete entrepreneur. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 13 (3), 9-20.
- Nowicki, S., & Strickland, B. R. (1973). A locus of control scale for children. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 40, 148-154.
- Nwachukwn, O. C. (1995). CEO locus of control, strategic planning, differentiation, and small business performance: A test of path analytic model. *Journal of Applied Business Research*, 11, 9-19

- Palmer, M. (1987). The application of psychological testing to entrepreneurial potential, In C. Baumback & J. Mancusol (Eds.), *Entrepreneurship and venture management*. Prentice – Hall Inc.
- Robinson, P. B., Stimpson, D. V. Huefner, J. C., & Hunt, H. K. (1991). An attitude approach to the prediction of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, Summer, 13-31.
- Shaver, K. G., & Scott, L. R. (1991). Person, Process, Choice: The psychology of new venture creation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16 (winter): 23-45.
- Stajkovic, A. D., & Luthans, F. (1998). Self- efficacy and work-related performance: A meta -analysis. *Psychological Bulletin*, 124, 240-261.
- Timmons, J. A., Smollen, L. E., & Dingee, A. L. M. (1985). *New venture creation*. Homewood. I L: Richard D. Irwin.
- Webster, S. (1986). *Third new international dictionary*. Cambridge. Chicago: Merriam Co.