

«مدیریت بهره وری»

سال هفتم _ شماره ۲۵ _ تابستان ۱۳۹۲

ص ص ۱۴۱ - ۱۲۷

تاریخ دریافت مقاله: ۹۱/۱۱/۳۰

تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۹۲/۰۴/۲۱

بررسی رابطه‌ی بین ویژگی‌های شخصیتی و روان‌شناختی (Traits) با کارآفرینی (مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز)

رضا خدایی محمودی^۱

نادر بهلولی^۲

پیمان غنیمت^۳

چکیده

هدف از انجام پژوهش حاضر بررسی رابطه‌ی بین ویژگی‌های شخصیتی و روان‌شناختی با کارآفرینی دانشجویان مقطع کارشناسی رشته مدیریت صنعتی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز می‌باشد. جامعه‌ی آماری این پژوهش را دانشجویان مقطع کارشناسی رشته مدیریت صنعتی ورودی‌های ۱۳۸۸ تا ۱۳۹۰ دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز تشکیل می‌دهند، که از بین آنها تعداد ۱۶۵ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. ابزار جمع‌آوری اطلاعات پرسش‌نامه‌ی آزمون جامع گرایش به کسب و کار می‌باشد. روش آماری استفاده شده در این پژوهش ضریب همبستگی پیرسون می‌باشد. این پژوهش شامل پنج فرضیه‌ی اصلی می‌باشد. نتایج این پژوهش نشان داد که بین ویژگی‌های شخصیتی و روان‌شناختی با کارآفرینی دانشجویان رابطه وجود دارد.

واژه‌های کلیدی:

کارآفرینی، ویژگی‌های شخصیتی و روان‌شناختی، کارآفرین

^۱ - دانشگاه آزاد اسلامی، واحد مرند، گروه مدیریت، مرند، ایران.

^۲ - دانشگاه آزاد اسلامی، واحد بناب، گروه مدیریت، بناب، ایران.

^۳ - دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات آذربایجان شرقی، باشگاه پژوهشگران جوان و نخبگان، تبریز، ایران.

مقدمه

ترکیب جمعیتی جوان کشور و ضرورت ایجاد فرصت‌های شغلی، لزوم رهایی اقتصاد کشور از وابستگی به مواد خام اولیه به ویژه نفت و همچنین خروج از وضعیت اقتصادی تک محصولی از یک طرف و روندهای موجود در جامعه اطلاعاتی از طرف دیگر، عواملی هستند که سیاست‌گذاران و تصمیم‌گیرندگان کلان کشور را وا می‌دارند که به منبع قابل اتکائی به جز مواد اولیه بیاندیشند و بدون شک با توجه به الزاماتی که جامعه اطلاعاتی دارد، این منبع حیاتی چیزی جز خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی نیست (پورداریانی و مقیمی، ۱۳۸۹، ۹). بیش‌تر متفکران اقتصادی-اجتماعی امروزه بر این باور هستند که نوآوری تنها راه تضمین بقا در دنیای امروزی به شمار می‌رود. از این حیث به‌وجود آوردن‌گان این نوآوری‌ها، شاه‌رگ حیاتی سازمان‌ها به شمار می‌روند و استعداد و خلاقیت افراد سازمان، سرمایه اصلی آن محسوب می‌شود. بنابراین ایجاد فضایی مناسب برای خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی افراد در جامعه را ضروری اجتناب‌ناپذیر می‌سازد (آقایی، ۱۳۸۶، ۲۵۰). دامنه‌ی تاثیرات کارآفرینی در جامعه بسیار وسیع است و از تغییر در ارزش‌ها، تا رشد شتابان اقتصادی را در بر می‌گیرد. در کارآفرینی با به‌کارگیری تکنولوژی‌های جدید و شیوه‌های نوین، سریع‌تر و کم‌هزینه‌تر نیازهای جامعه را به نحو احسن برآورده می‌سازد؛ از جمله مزایای کارآفرینی برای یک جامعه می‌توان استفاده مطلوب از سرمایه‌های راکد و بدون استفاده کشور؛ ترغیب و تشویق سرمایه‌گذاری و ایجاد صنایع نو؛ شناخت، ایجاد و گسترش بازارهای جدید؛ افزایش بهره‌وری در جامعه و انتقال تکنولوژی؛ ایجاد تحرک اقتصادی یعنی بهبود اقتصادی فقرا، افزایش رفاه و کار در سطح جامعه؛ سازماندهی و استفاده اثر بخش از منابع؛ بازگشت به ارزش‌های اجتماعی و اشتغال‌زایی؛ توسعه آموزش و تشویق جامعه به کارهای خلاق (بشیری و همکاران، ۱۳۸۳)؛ عامل تحریک و تشویق حس رقابت، عامل تحریک، ترکیب و مهیا کردن عوامل تولید، عامل ساماندهی منابع و استفاده اثربخش از آن‌ها، عامل یکپارچگی و ارتباط بازارها، عامل رفع خلل، شکاف‌ها، تنگناهای بازار و اجتماع، عامل کاهش بروکراسی اداری (کاهش پشت میز نشینی، مشوق عملکرد، ...). عامل تحول و تجدید حیات ملی و محلی؛ عامل شناخت، ایجاد و گسترش بازارهای جدید؛ عامل نوآوری و روان‌کننده‌ی تغییر و عامل تعادل در اقتصاد پویا؛ گردآوری پس‌اندازهای عمومی بی‌هدف و سرگردان؛ ایجاد اشتغال در مقیاس وسیع؛ کمک به توسعه‌ی متوازن منطقه‌ای؛ کاهش تمرکز

اقتصادی؛ توزیع مجدد ثروت و درآمد؛ تحرک منابع سرمایه‌ای بی‌استفاده و سرگردان؛ بهبود کیفیت زندگی و... تلقی کرد (پورداریانی، ۱۳۸۵، ۵۰). با وجود این که کارآفرینی مبنای تمامی پیشرفت‌های انسانی بوده اما با وجود تعاریف زیاد آن هنوز مفهوم و ماهیت اصلی‌اش شناخته شده نیست و نمی‌توان تعریف استاندارد از آن به دست داد؛ چرا که این مفهوم ریشه در تفکر، سطح تجزیه و تحلیل و رویکرد افراد به مکاتب مختلف اقتصادی، جامعه‌شناسی، روان‌شناسی، جمعیت‌شناختی و غیره دارد (درانی و مرادی، ۱۳۸۸، ۲۰). در فرهنگ انگلیسی به فارسی آریان‌پور واژه‌ی کارآفرینی به معنای متهور، به کارهای مهم اقدام کرده، دل به دریا زدن و ... ذکر شده است (غنیمت و همکاران، ۱۳۹۰، ۳۶). با توجه به تعاریف مختلفی که صاحب‌نظران از کارآفرینی ارایه داده‌اند چکیده‌ای از این تعاریف در قالب جدول ۱ منعکس شده است.

جدول ۱. تعاریف کارآفرینی

صاحب‌نظران	تعاریف کارآفرینی
شومپتر	کارآفرینی عبارت است از عرضه کالایی جدید، روشی جدید در فرآیند تولید، ایجاد بازاری جدید، یافتن منابع جدید و ایجاد هرگونه تشکیلات جدید در کسب و کار (پورکوپنکو و پاولن ^۱ ، ۱۹۹۱، ۶).
کرایزner ^۲	کارآفرینی بر بهره‌برداری از فرصت‌های کشف نشده تاکید دارد (همان منبع).
پیتزدراکر ^۳	کارآفرینی بهره برداری از فرصت‌ها برای ایجاد تغییر است (مقیمی، ۱۳۸۴، ۲۵).
تیمونز ^۴	کارآفرینی خلق چیزی ارزشمند از هیچ است (مقیمی، ۱۳۸۴، ۷۵).
تامپسون ^۵	کارآفرینی موقعیت یابی و بهره‌برداری از فرصت‌هاست (غنیمت و همکاران، ۱۳۹۰، ۳۵).

اکثر صاحب‌نظران بر این تعریف توافق دارند که کارآفرینی فرآیندی است که از طریق اختصاص زمان و تلاش کافی با ریسک مالی، روانی و اجتماعی چیزی با ارزش می‌شود که دریافت پاداش‌های مالی و رضایت شخصی از نتایج آن است (هیسریچ و پیتز، ۲۰۰۲). این واژه به اشخاص پر اراده‌ای اطلاق می‌شود که اراده، خلاقیت، پایداری و موفقیت اجتناب‌ناپذیرشان، آنها را به قهرمانان روز تبدیل می‌کند (سعیدی کیا، ۱۳۸۸، ۲۰).

¹. Prokopenko & Pavlin

². Krizner

³. Druker

⁴. Timmons

⁵. Thompson

⁶. Hisrich & peters

پیتر دراگر معتقد است کارآفرین کسی است که فعالیت اقتصادی کوچک و جدیدی را با سرمایه خود شروع می‌نماید. کارآفرین ارزش‌ها را تغییر می‌دهد و ماهیت آنها را دچار تحول می‌نماید؛ مخاطره‌پذیر است و به درستی تصمیم‌گیری می‌نماید؛ برای فعالیت خود به سرمایه نیاز دارد ولی هیچگاه سرمایه گذار نیست؛ همواره به دنبال تغییر است و به آن پاسخ می‌دهد و فرصت‌ها را شناسایی می‌کند (همان، ۲۱). کارآفرین در زبان فرانسه، ابتدا به کسی اطلاق می‌شد که گروه موزیک یا دیگر فعالیت‌های تفریحی و سرگرم کننده را سازماندهی می‌کند. به تدریج این واژه در قرن هفدهم کاربرد بیشتری پیدا کرد و فعالیت‌های مهندسی، هم‌چون امور ساختمانی و سنگ‌سازی را نیز شامل شد. با شروع قرن هجدهم، این اصطلاح برای فعالیت‌های اقتصادی نیز به کار گرفته شد. از این زمان به بعد بود که واژه‌ی کارآفرین برای فعالیت‌های متنوع و در قالب دیدگاه‌های مختلف مطرح شد (خانکا، ۲۰۰۳، ۱). کانتیلون برای اولین بار اهمیت و نقش کارآفرین را در ایجاد ثروت و ارزش اقتصادی مورد بحث قرار داد (احمدپور، ۱۳۷۸، ۴۴).

از کارآفرین نیز همانند کارآفرینی در حوزه‌های مختلف تعاریف زیادی شده است اما هنوز توافقی بر تعریف کارآفرین وجود ندارد. با توجه به تعاریف مختلفی که صاحب‌نظران از کارآفرینی ارائه داده‌اند چکیده‌ای از این تعاریف در قالب جدول ۲ منعکس شده است.

جدول ۲. تعاریف کارآفرین

صاحب‌نظران	تعاریف کارآفرین
باتیست سی	کارآفرین فردی است که منابع اقتصادی را از حوزه‌ای که دارای بهره‌وری و سود پایین‌تر است، به حوزه‌ای که دارای بهره‌وری و سود بالاتر است، منتقل می‌کند (پروکونکو و پالوین، ۱۹۹۱، ۶).
شومپیتر	کارآفرین فردی است که ترکیب جدید را در تولید ایجاد می‌کند (همان منبع).
۱ وسپر	کارآفرینان افرادی‌اند که رقابت را افزایش می‌دهند، به دنبال فرصت‌های مناسبی‌اند تا در محیط بازار، نیازهای برآورده نشد را برآورده کنند و عقاید جدید را خلق و اجرا کنند (مقیمی، ۱۳۸۴، ۲۵).
۲ استونر	کارآفرین کسی است که کسب و کار مخره‌آمیزی جدید و سازمان جدید را بنیان‌گذاری می‌کند (استونر، ۱۹۹۵، ۱۵۹).
احمدپور و مقیمی	کارآفرین، فردی است که دارای ایده و فکر جدید می‌باشد و با بسیج منابع از طریق فرآیند ایجاد یک کسب و کار (کسب و کار الکترونیکی یا اینترنتی، کسب و کار خانگی، کسب و کار کوچک و متوسط) که توأم با مخاطره مالی و اجتماعی و حیثیتی است، محصول و خدمت جدید به بازار عرضه می‌کند.

1. Vesper

2. Stoner

صاحب‌نظران به دنبال کشف پاسخ این پرسش بودند که کدام ویژگی‌های شخصیتی کارآفرین است که وی را از غیرکارآفرین متمایز می‌سازد. در واقع هدف آن‌ها شناخت چگونگی ایجاد این ویژگی‌های متمایز کننده بود، لذا برای تفکیک کارآفرین از غیرکارآفرین، متغیرهای شخصیتی و روان‌شناختی مختلفی شناسایی شد که رویکرد جدیدی تحت عنوان رویکرد شخصیتی یا ویژگی‌ها را در بحث کارآفرینی به وجود آورد. در این رویکرد بسیاری از ویژگی‌های شخصیتی برای کارآفرینان شناسایی شد، اما مهم‌ترین این متغیرها شامل: تمایل به ریسک و مخاطره^۱؛ پذیرش مخاطره‌های معتدل که می‌توانند از طریق تلاش‌های شخصی مهار شوند. گرایش به خلاقیت^۲ و نوآوری^۳؛ توانایی تلفیق ایده‌ها به شیوه‌ای منحصر به فرد برای برقراری ارتباط غیرمعمول بین ایده‌های مختلف. نیاز به استقلال^۴؛ نیاز به استقلال را به عبارتی نظیرکاری را برای خود انجام دادن و آزادی عمل داشتن و آقای خود بودن تعریف کرده‌اند. در واقع نیاز به استقلال عاملی است که سبب می‌شود تا کارآفرینان به اهداف و رویاهای خود دست یابند. انگیزه^۵ و تعهد^۶؛ هر نوع عامل یا شرایطی که موجب فعالیت‌های گوناگون در جهت معین و صرف انرژی توسط فرد گردد را انگیزه گویند؛ و تعهد از نظر لغوی عبارت از به‌کار گرفتن کاری، به‌عهده گرفتن، نگاه داشتن، عهد و پیمان بستن و در اصطلاح عمل متعهد شدن به یک مسئولیت یا یک باور(غنیمت و همکاران، ۱۳۹۰، ۸۶). مرکز کنترل درونی^۷؛ مرکز کنترل یعنی عقیده فرد نسبت به این‌که وی در کنترل وقایع خارجی یا داخلی است. افراد از لحاظ این ویژگی دو دسته هستند: دسته اول افرادی هستند که دارای منبع کنترل درونی هستند، موفقیت‌ها و شکست‌های خود را به خود و عوامل درونی خودشان نسبت می‌دهند. دسته دوم افرادی هستند که دارای مرکز کنترل بیرونی^۸ هستند، موفقیت‌ها و شکست‌های خود را به خود و عوامل محیطی و بیرونی نسبت می‌دهند(شاین و همکاران^۹، ۲۰۰۳). در تحقیقی که در سال ۱۹۹۱ بروی صاحبان

^۱.Risk- Taking propensity

^۲.Creativity

^۳.Innovation

^۴.Need for Independence

^۵.Desire

^۶.Commitment

^۷.Internal locus of control

^۸.External locus of control

^۹.Shane and et al

شرکت‌های کوچک انجام شد، اهمیت نیاز به استقلال به عنوان یک عامل انگیزشی آشکار گردید. ۳۳ درصد از کسانی که در این تحقیق مورد بررسی قرار گرفتند، از کار در شرکت‌های خود دست کشیده بودند، و اظهار داشتند که دلیل اصلی ترک شغل از سوی آنان بوده است و می‌خواستند آقای خودشان باشند و به طور مستقل فعالیت کنند (لانگ نکر و مور و پتی^۱، ۱۹۹۷، ۳۸). در تحقیقی دیگر با عنوان بررسی رابطه‌ی ساده و چندگانه‌ی خلاقیت، انگیزه‌ی پیشرفت و عزت نفس با کارآفرینی در دانشجویان دانشگاه شهید چمران اهواز توسط شکرشکن و همکاران انجام شد، رابطه‌ی ساده و چندگانه‌ی بین متغیرهای پیش بین خلاقیت، انگیزه‌ی پیشرفت و عزت نفس را با ملاک کارآفرینی در کل نمونه و به تفکیک در نمونه‌های دختران و پسران مطرح ساخت. نتایج این پژوهش با یافته‌های تحقیقات انجام شده در خارج از کشور هماهنگ بود. در تحقیقی دیگر با نام مقایسه‌ی ویژگی‌های کارآفرینی دانشجویان دختر و پسر دانشگاه شیراز توسط مصلح شیرازی چند ویژگی از قبیل توفیق‌طلبی، قدرت‌طلبی، ریسک‌پذیری و استقلال مورد توجه پژوهشگر قرار گرفت و یک نمونه ۲۰۰ نفره از دانشجویان سال اول و چهارم دانشکده‌های ادبیات و علوم انسانی و مهندسی دانشگاه شیراز از نظر ویژگی‌های فوق مورد مطالعه قرار داد و نتایج حاصله نشان داد که در مجموع دانشجویان دانشگاه شیراز از سطح روحیه‌ی کارآفرینی چندانی برخوردار نیستند، و دانشجویان دانشکده‌ی مهندسی از انگیزه‌ی ریسک‌پذیری بالاتری نسبت به دانشکده‌ی علوم انسانی برخوردار بودند، هم‌چنین دانشجویان دانشکده‌ی علوم انسانی نسبت به دانشجویان مهندسی از انگیزه‌ی توفیق‌طلبی بالاتری برخوردار بودند. در تحقیقی دیگر با نام بررسی رابطه بین خلاقیت و کارآفرینی در بین مردان و زنان ورزشکار و غیر ورزشکار (مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه یزد) داریوش فرید رابطه بین خلاقیت و کارآفرینی در بین مردان و زنان ورزشکار و غیر ورزشکار را مورد بررسی قرار داد. جامعه آماری این تحقیق دانشجویان دانشگاه یزد ۷۹۳۸ دانشجو که تعداد ۳۴۶۱ دانشجو پسر و ۴۴۷۷ دانشجو دختر بودند. حجم نمونه آماری توسط جدول مورگان ۳۴۶ نفر برای دانشجویان پسر و ۳۵۴ نفر برای دانشجویان دختر برآورد شد. روش تحقیق از نوع همبستگی است. نتایج این تحقیق حاکی از آن بود که بین خلاقیت و کارآفرینی هم در ورزشکار و هم غیر ورزشکاران رابطه مثبت و معنی داری وجود ندارد. بررسی رابطه‌ی بین دو متغیر در

^۱.Langenecker & Moor & Petty

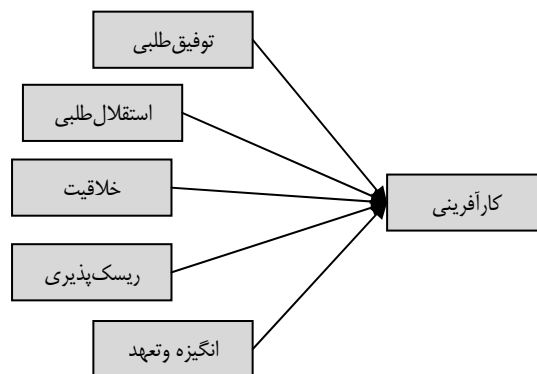
چهار گروه دال بر وجود رابطه‌ی بین خلاقیت و کارآفرینی در مردان ورزشکار و غیر ورزشکار بود. به طوری که خلاقیت مردان ورزشکار ۶۵ درصد و مردان غیر ورزشکار ۶۳ درصد کارآفرینی را تبیین می‌کرد. در تحقیقی دیگر که با عنوان بررسی رابطه‌ی بین مولفه‌های ویژگی‌های روان‌شناختی با کارآفرینی با هدف بررسی رابطه‌ی بین ویژگی‌های روان‌شناختی با کارآفرینی انجام گرفت. نمونه‌ای از بین دانشجویان کارشناسی ارشد (ورودی ۱۳۸۵) رشته‌های علوم رفتاری دانشگاه تهران انتخاب شده است. حجم جامعه‌ی مورد تحقیق ۸۶۹ نفر می‌باشد که بر اساس فرمول نمونه‌گیری طبقه‌ای متناسب، ۱۶۷ نفر به عنوان نمونه‌ی معرف در نظر گرفته شده است. روش آماری مورد استفاده در این مقاله رگرسیون چندگانه می‌باشد که سهم هر یک از مولفه‌های روان‌شناختی را در پیش‌بینی کارآفرینی مشخص می‌کند. نتیجه به دست آمده نشان می‌دهد که بین هر یک از مولفه‌های ویژگی‌های روان‌شناختی و کارآفرینی رابطه وجود دارد و از طریق آن می‌توان کارآفرینی را پیش‌بینی کرد. با توجه به مطالب ذکر شده و پیشینه تحقیقات انجام شده در خصوص ویژگی‌های شخصیتی و روان‌شناختی پژوهش حاضر به دنبال یافتن پاسخ مناسب برای این پرسش است که آیا بین ویژگی‌های شخصیتی و روان‌شناختی با کارآفرینی دانشجویان مدیریت صنعتی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز رابطه وجود دارد؟

ابزار و روش

این پژوهش از نظر گردآوری داده‌ها توصیفی از انواع پیمایشی می‌باشد و از لحاظ ماهیت و هدف پژوهش از نوع کاربردی می‌باشد. برای گردآوری داده‌ها از: ۱- روش کتابخانه‌ای ۲- پژوهش‌های میدانی؛ که در این قسمت از پرسش‌نامه استفاده شده است. برای بررسی روایی این پژوهش ابزار اندازه‌گیری در اختیار اساتید محترم و همچنین تعدادی از متخصصان و استادان در زمینه کارآفرینی قرار گرفت و از آنان خواسته شد پس از مطالعه، نظرات خود را در مورد روایی پرسش‌نامه اعلام نمایند پس از جمع‌آوری اظهارنظرهای اعلام شده از سوی اساتید، اصلاح و بومی‌سازی برخی سوالات، نتیجه گرفته شد که پرسش‌نامه‌ی مورد نظر از روایی بالایی برخوردار است و برای محاسبه پایایی پرسش‌نامه از آلفای کرونباخ استفاده شده و برای سنجش آن قبل از اجرای نهایی تعدادی از افراد نمونه‌ی پژوهش به طور تصادفی انتخاب شدند، سپس

پرسش‌نامه در اختیار آنها قرار گرفت. داده‌های بدست آمده از طریق نرم افزار SPSS محاسبه شد که از محاسبه آن به رقم ۰/۸۷ رسیدیم.

جامعه آماری این پژوهش را دانشجویان مقطع کارشناسی رشته مدیریت صنعتی ورودی سال‌های ۱۳۸۸ تا ۱۳۹۰ دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز تشکیل می‌دهند که از بین آنها تعداد ۱۶۵ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. ابزار گردآوری اطلاعات پرسش-نامه است.



شکل (مدل مفهومی پژوهش)

برای تجزیه و تحلیل فرضیه‌های تحقیق از آزمون همبستگی پیرسون استفاده گردیده که به شرح زیر می‌باشد:

جدول ۳. آزمون فرضیه‌های اصلی پژوهش

ردیف	فرضیه‌ها	ضریب همبستگی	سطح معنی‌داری	تعداد	نتیجه
۱	H ₀ : بین توفیق‌طلبی و کارآفرینی دانشجویان رابطه وجود ندارد. H ₁ : بین توفیق‌طلبی و کارآفرینی دانشجویان رابطه وجود دارد.	۰/۶۲۵	۰/۰۰۰	۱۶۵	H ₁ تایید می‌شود
۲	H ₀ : بین استقلال‌طلبی و کارآفرینی دانشجویان رابطه وجود ندارد. H ₁ : بین استقلال‌طلبی و کارآفرینی دانشجویان رابطه وجود دارد.	۰/۴۲۶	۰/۰۰۰	۱۶۵	H ₁ تایید می‌شود
۳	H ₀ : بین خلاقیت و کارآفرینی دانشجویان رابطه وجود ندارد. H ₁ : بین خلاقیت و کارآفرینی دانشجویان رابطه وجود دارد.	۰/۶۱۸	۰/۰۰۰	۱۶۵	H ₁ تایید می‌شود
۴	H ₀ : بین ریسک‌پذیری و کارآفرینی دانشجویان رابطه وجود ندارد. H ₁ : بین ریسک‌پذیری و کارآفرینی دانشجویان رابطه وجود دارد.	۰/۷۱۲	۰/۰۰۰	۱۶۵	H ₁ تایید می‌شود
۵	H ₀ : بین انگیزه و تعهد و کارآفرینی دانشجویان رابطه وجود ندارد. H ₁ : بین انگیزه و تعهد و کارآفرینی دانشجویان رابطه وجود دارد.	۰/۶۳۰	۰/۰۰۰	۱۶۵	H ₁ تایید می‌شود

با توجه به جدول فوق همان‌گونه که مشاهده می‌شود: در تمامی فرضیه‌های تحقیق مقدار سطح معنی‌داری آزمون همبستگی محاسبه شده کوچک‌تر از ۰,۰۵ می‌باشد، بنابراین در تمامی فرضیه‌های تحقیق، فرضیه مخالف (H₀) رد می‌شود و فرض آماری (H₁) با اطمینان ۹۵٪ پذیرفته می‌شود. بنابراین می‌توان گفت بین توفیق‌طلبی، استقلال‌طلبی، خلاقیت، ریسک‌پذیری و انگیزه و تعهد با کارآفرینی دانشجویان مدیریت صنعتی مقطع کارشناسی دانشگاه آزاد تبریز رابطه وجود دارد. هم‌چنین ضریب همبستگی برای: فرضیه یکم برابر با ۰,۶۲۵، فرضیه دوم برابر با ۰,۴۲۶، فرضیه سوم برابر با ۰,۶۱۸، فرضیه چهارم برابر با ۰,۷۱۲ و فرضیه پنجم برابر با ۰,۶۳۰ می‌باشد.

یافته‌ها:

جدول ۴. بررسی رابطه بین ویژگی‌های شخصیتی و روان‌شناختی

نوع فرضیه	فرضیه‌ها	ضریب همبستگی	سطح معنی‌داری	تعداد	نتیجه
یکم	H ₀ : بین انگیزه و تعهد و ریسک‌پذیری دانشجویان رابطه وجود ندارد. H ₁ : بین انگیزه و تعهد و ریسک‌پذیری دانشجویان رابطه وجود دارد.	۰/۳۰۰	۰/۰۰۰	۱۶۵	H ₁ تایید می‌شود
دوم	H ₀ : بین انگیزه و تعهد و توفیق‌طلبی دانشجویان رابطه وجود ندارد. H ₁ : بین انگیزه و تعهد و توفیق‌طلبی دانشجویان رابطه وجود دارد.	۰/۳۱۰	۰/۰۰۰	۱۶۵	H ₁ تایید می‌شود
سوم	H ₀ : بین انگیزه و تعهد و خلاقیت دانشجویان رابطه وجود ندارد. H ₁ : بین انگیزه و تعهد و خلاقیت دانشجویان رابطه وجود دارد.	۰/۱۴۸	۰/۰۵۸	۱۶۵	H ₀ تایید می‌شود
چهارم	H ₀ : بین ریسک‌پذیری و توفیق‌طلبی دانشجویان رابطه وجود ندارد. H ₁ : بین ریسک‌پذیری و توفیق‌طلبی دانشجویان رابطه وجود دارد.	۰/۲۹۷	۰/۰۰۰	۱۶۵	H ₁ تایید می‌شود
پنجم	H ₀ : بین ریسک‌پذیری و خلاقیت دانشجویان رابطه وجود ندارد. H ₁ : بین ریسک‌پذیری و خلاقیت دانشجویان رابطه وجود دارد.	۰/۳۴۹	۰/۰۰۰	۱۶۵	H ₁ تایید می‌شود
ششم	H ₀ : بین خلاقیت و توفیق‌طلبی دانشجویان رابطه وجود ندارد. H ₁ : بین خلاقیت و توفیق‌طلبی دانشجویان رابطه وجود دارد.	۰/۲۱۰	۰/۰۰۷	۱۶۵	H ₁ تایید می‌شود

با توجه به جدول ۴ همان‌گونه که مشاهده می‌شود: در فرضیه یکم مقدار سطح معنی‌داری به دست آمده کوچکتر از ۰/۰۵ می‌باشد، بنابراین فرضیه مخالف (H₀) رد می‌شود و فرض آماری با اطمینان ۹۵٪ پذیرفته می‌شود. بنابراین می‌توان گفت بین انگیزه و تعهد و ریسک‌پذیری دانشجویان مدیریت صنعتی مقطع کارشناسی دانشگاه آزاد تبریز رابطه وجود دارد. با توجه به ضریب همبستگی به دست آمده متغیرهای بین انگیزه و تعهد و ریسک‌پذیری که ۰/۳۰۰ می‌باشد رابطه مستقیم بین دو متغیر وجود دارد؛ در فرضیه دوم مقدار سطح معنی‌داری به دست آمده کوچکتر از ۰/۰۵ می‌باشد، بنابراین فرضیه مخالف (H₀) رد می‌شود و فرض آماری با اطمینان ۹۵٪ پذیرفته می‌شود. بنابراین می‌توان گفت بین انگیزه و تعهد و توفیق‌طلبی دانشجویان مدیریت صنعتی مقطع کارشناسی دانشگاه آزاد تبریز رابطه وجود دارد. با توجه به ضریب همبستگی به دست آمده متغیرهای انگیزه و تعهد و توفیق‌طلبی که ۰/۳۱۰ می‌باشد رابطه مستقیم بین دو متغیر وجود دارد؛ در فرضیه سوم نیز مقدار سطح معنی‌داری بزرگتر از ۰/۰۵ می‌باشد، بنابراین فرضیه موافق (H₁) رد می‌شود و فرض مخالف با اطمینان ۹۵٪ پذیرفته می‌شود. بنابراین می‌توان گفت بین انگیزه و تعهد و خلاقیت دانشجویان مدیریت صنعتی مقطع کارشناسی دانشگاه آزاد تبریز رابطه وجود ندارد. با توجه به ضریب

همبستگی به دست آمده‌ی متغیرهای انگیزه و تعهد و خلاقیت که $0/148$ می‌باشد رابطه مستقیم بین دو متغیر وجود دارد؛ در فرضیه چهارم نیز مقدار آزمون همبستگی محاسبه شده معنی‌دار می‌باشد یعنی مقدار سطح معنی‌داری کوچکتر از $0/05$ می‌باشد، بنابراین فرضیه مخالف رد می‌شود و فرض آماری با اطمینان 95% پذیرفته می‌شود. بنابراین می‌توان گفت بین ریسک‌پذیری و توفیق‌طلبی دانشجویان مدیریت صنعتی مقطع کارشناسی دانشگاه آزاد تبریز رابطه وجود دارد. با توجه به ضریب همبستگی به دست آمده‌ی متغیرهای ریسک‌پذیری و توفیق‌طلبی که $0/297$ می‌باشد رابطه مستقیم بین دو متغیر وجود دارد؛ در فرضیه پنجم نیز مقدار آزمون همبستگی محاسبه شده معنی‌دار می‌باشد، یعنی مقدار سطح معنی‌داری کوچکتر از $0/05$ می‌باشد، بنابراین فرضیه مخالف رد می‌شود و فرض آماری با اطمینان 95% پذیرفته می‌شود. بنابراین می‌توان گفت بین ریسک‌پذیری و خلاقیت دانشجویان مدیریت صنعتی مقطع کارشناسی دانشگاه آزاد تبریز رابطه وجود دارد. و با توجه به ضریب همبستگی به دست آمده‌ی متغیرهای ریسک‌پذیری و خلاقیت که $0/349$ می‌باشد رابطه مستقیم بین دو متغیر وجود دارد؛ در فرضیه ششم نیز مقدار آزمون همبستگی محاسبه شده معنی‌دار می‌باشد یعنی مقدار سطح معنی‌داری کوچکتر از $0/05$ می‌باشد، بنابراین فرضیه مخالف رد می‌شود و فرض آماری با اطمینان 95% پذیرفته می‌شود. بنابراین می‌توان گفت بین خلاقیت و توفیق‌طلبی دانشجویان مدیریت صنعتی مقطع کارشناسی دانشگاه آزاد تبریز رابطه وجود دارد. و با توجه به ضریب همبستگی به دست آمده‌ی متغیرهای خلاقیت و توفیق‌طلبی که $0/210$ می‌باشد رابطه مستقیم بین دو متغیر وجود دارد.

بحث و نتیجه‌گیری

در این پژوهش به بررسی رابطه‌ی بین هر یک از ویژگی‌های شخصیتی و روانشناختی با کارآفرینی دانشجویان پرداخته شد. با توجه به سطح معنی‌داری به دست آمده در هر یک از آزمون فرض‌ها می‌توان گفت تمامی ویژگی‌های شخصیتی در نظر گرفته شده در این تحقیق از قبیل توفیق‌طلبی، استقلال‌طلبی، خلاقیت، ریسک‌پذیری و انگیزه و تعهد با کارآفرینی دارای رابطه معنی‌داری می‌باشند و از طریق آن‌ها می‌توان کارآفرینی دانشجویان را پیش‌بینی نمود. همچنین در این تحقیق رابطه هر یک از ویژگی‌های شخصیتی از قبیل رابطه‌ی انگیزه و تعهد و ریسک‌پذیری، رابطه‌ی انگیزه و

تعهد و توفیق‌طلبی، رابطه‌ی انگیزه و تعهد و خلاقیت، رابطه ریسک‌پذیری و توفیق-طلبی، رابطه‌ی ریسک‌پذیری و خلاقیت و رابطه‌ی بین خلاقیت و توفیق‌طلبی دانشجویان مورد بررسی قرار گرفت که دلالت بر وجود رابطه بین انگیزه و تعهد و ریسک‌پذیری، رابطه‌ی انگیزه و تعهد و توفیق‌طلبی، رابطه‌ی ریسک‌پذیری و توفیق‌طلبی، رابطه‌ی ریسک‌پذیری و خلاقیت و رابطه‌ی بین خلاقیت و توفیق‌طلبی و همچنین عدم وجود رابطه‌ی بین انگیزه و تعهد و خلاقیت داشته است. نتایج به دست آمده در این پژوهش با نتایج احمدپور (۱۳۷۷)، عادل (۱۳۷۹)، شریف زاده (۱۳۸۱)، برومندنسب (۱۳۸۱)، عزیزی (۱۳۸۲)، ادهمی (۱۳۸۳)، هزارجریبی (۱۳۸۳)، بدری (۱۳۸۴)، جعفرزاده (۱۳۸۴)، سلمان‌زاده (۱۳۸۵)، ورتمن (۱۹۸۶)، ریسال (۱۹۹۲)، احمد (۱۹۹۵)، درایسن و زورات (۱۹۹۹)، هیلدبراندو (۲۰۰۳) و هوارد (۲۰۰۴) هم‌خوانی دارد. هم‌خوانی نتایج به دست آمده از این تحقیق با نتایج به دست آمده از محققان دیگر، دلالت بر وجود رابطه بین ویژگی‌های شخصیتی و روان‌شناختی با کارآفرینی دارد. لذا در این تحقیق به دانشجویان مدیریت صنعتی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز پیشنهاد به منظور افزایش میزان ریسک‌پذیری در خود سعی بر آن داشته باشند تا از شکست‌های قبلی خود درس گرفته و آن را به عنوان یک شکست تلقی نکنند بلکه از تجربه آن برای کارهای جدید استفاده کنند و همچنین سعی بر آن داشته باشند که پروژه‌های جدید و نو را آغاز کنند و بر این اصل اعتقاد داشته باشند که ریسک جزء جدانشدنی از زندگی است. به منظور افزایش میزان استقلال‌طلبی دانشجویان پیشنهاد می‌شود قدرت رهبری را در خود افزایش داده و در مواقع مختلف در صورت مواجهه با محدودیت‌ها پس از مشورت‌های لازم کار را به شیوه‌ی خود انجام دهند؛ برای افزایش میزان خلاقیت پیشنهاد می‌شود ایده‌های غیر معمول را به هم ربط دهند و سعی بر توصیف پدیده‌ها به ساده‌ترین شکل ممکن باشند. به منظور افزایش میزان توفیق‌طلبی پیشنهاد می‌شود کارها را تا دستیابی به نتیجه عالی ادامه دهند و تمرکز و نگاه آن‌ها به آینده باشد تا گذشته و حال و به دنبال بازخورد گرفتن مکرر از رفتار خود باشند همچنین در موافق چالشی به موفقیت‌ها بیش‌تر از شکست فکر کنند؛ در خصوص افزایش میزان انگیزه و تعهد پیشنهاد می‌شود هرآنچه که از زندگی می‌خواهند را بدست بیاورند و اعتقاد داشته باشند که باید آن قدر تلاش کنند که به آن برسند، اعتقاد داشته باشند که موفقیت نتیجه سخت‌کوشی است و شانس هیچ

معنایی ندارد و وقتی برای انجام کاری برنامه‌ریزی می‌کنند، همیشه براساس آن برنامه جلو بروند.

منابع:

- مقیمی، سیدمحمد (۱۳۸۴)، کارآفرینی در سازمان‌های دولتی، تهران: مرکز کارآفرینی دانشگاه تهران.
- احمدپورداریانی، محمود و مقیمی، محمد (۱۳۸۹)، مبانی کارآفرینی، تهران: انتشارات فراندیش.
- احمدپورداریانی، محمود (۱۳۷۸)، کارآفرینی، تعاریف، نظریات، الگوها، تهران: شرکت پردیس.
- بشیری، فروغ و فخاریان، شمسی (۱۳۸۳)، نقش دانش‌آموختگان نظام علمی و کاربردی در توسعه کشور و کارآفرینی، مجموعه مقالات سومین کنگره ملی آموزش‌های علمی- کاربردی، تهران: دانشگاه جامع علمی و کاربردی.
- دارنی، کمال، مرادی، حجت اله (۱۳۸۸)، مبانی و اصول کارآفرینی، تهران، دانشگاه هرمزگان.
- سعیدی کیا، مهدی (۱۳۸۸)، اصول و مبانی کارآفرینی، انتشارات کیا.
- صمد آقایی، جلیل (۱۳۸۶)، اصول و مبانی کارآفرینی. تهران: انتشارات کیا.
- شکرشکن، حسین و همکاران (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، سال نهم، دوره‌ی سوم.
- غنیمت، پیمان (۱۳۹۰)، بررسی رابطه‌ی بین ویژگی‌های شخصیتی (Traits) و روان‌شناختی با کارآفرینی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه علوم و تحقیقات آذربایجان شرقی.
- گل‌شکوه و همکاران (۱۳۸۸)، بررسی رابطه بین سبک‌های تفکر، انگیزه پیشرفت، پیشرفت تحصیلی و خلاقیت با کارآفرینی دانشجویان، آرشیو سایت SID.
- Hisrich, robert & Peters, Michal P. (2002), Entrepreneurship: Starting, and Managing a New Enterprise. New York. The Mc Graw Hill
- Ireland Duane, Hitt Michael (2003), A M odel Of Strategic Entrepreneurship, The Construct And Dimention, Journal Of Managment, No 29 P: 293
- Khanka, s (2003), Entrepreneurial development, New Delhi: Chand an Company ltd

- Longenecker, G. Moor, C. and Petty, W. (1997), Small Business Management: An Entrepreneurial Emphasis, Cincinnati, Ohio: South – Western College Pub.
- Prokopenko Joseph and Pavlin Igor (1991), Entrepreneurship Development in Public Enterprises, International Labor organization
- Shan; S. E & Collin, C.(2003), Entrepreneurial Motivation Human resource management Review 13(12) 257 – 279
- Stoner J and Freeman Edward & Gilbert Daniel (1995), Management, New Jersey: Prentice-Hall.