

فصلنامه‌ی علمی - پژوهشی رهیافتی نو در مدیریت آموزشی
دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرودشت
سال دوم - شماره‌ی ۴، پیاپی ۸ - زمستان ۹۰
صص ۹۷ - ۱۱۴

بررسی عوامل مؤثر در ایجاد کار آفرینی در سطح استان لرستان با تأکید بر نقش آموزش

حسین مهرداد^۱

تاریخ دریافت: ۸۹/۱۲/۱۲ تاریخ پذیرش: ۹۰/۰۷/۰۹

چکیده

در این تحقیق با روش توصیفی از نوع زمینه‌یابی به بررسی عوامل مؤثر در ایجاد کارآفرینی در استان لرستان پرداخته شده است. از بین کارآفرینان استان که تعداد آنها برابر آمارنامه سازمان‌های ذی‌ربط در بخش خدمات ۳۸۶ نفر، بخش صنعت ۱۲۰۶ نفر و بخش کشاورزی ۱۸۲۵ نفر و جمعاً ۳۴۱۷ نفر می‌باشند، تعداد ۲۴۵ نفر با استفاده از جدول کرجسی و مورگان (خدمات ۳۱ نفر، صنعت ۸۶ نفر و کشاورزی ۱۲۸ نفر) تعیین و با روش تصادفی طبقه‌ای نسبی انتخاب و به‌وسیله‌ی دو پرسشنامه‌ی محقق ساخته، یکی برای آزمون کارآفرینی و دیگری شناخت عوامل، مورد بررسی قرار گرفتند. در تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون خی دو، محاسبه‌ی میانگین رتبه‌ها و آزمون فریدمن استفاده گردید. نتایج نشان داد که عوامل عمده‌ی روان‌شناختی مؤثر در کارآفرینی، عزم و اراده و نیاز به کسب موفقیت و عوامل عمده‌ی جامعه‌شناختی، کسب جایگاه اجتماعی و جو خانوادگی هستند. عامل عمده در سیاست‌های دولت، سیاست‌های تشویقی - ترغیبی است و بخش خدمات از نظر کارآفرینی در رتبه اول استان قرار دارد. همچنین تحلیل زمینه‌ی تربیتی عوامل، با عنایت به پیشینه‌ی تحقیق نشان داد که وجود عوامل اثرگذار، حاصل تربیت درست خانوادگی و آموزش رسمی است و جهت اعتلای این عوامل، توجه به آموزش‌های رسمی به‌عنوان بازوی پیش‌برنده‌ی کارآفرینی کاملاً ضروری است.

واژه‌های کلیدی: کارآفرین، کارآفرینی، ویژگی‌های روان‌شناختی، ویژگی‌های جامعه‌شناختی، سیاست‌های دولت.

مقدمه

همه‌ی ما می‌دانیم که رفتار آموختنی است و یادگیری یا تغییر رفتار، جهت افراد کارآفرین، مستلزم تدوین و طراحی یک نظام آموزشی مبتنی بر قدرت خلق مفاهیم جدید و توان تحلیل پدیده‌های نوظهور و همچنین ایجاد توانمندی در فضای رقابتی و توسعه‌ای جهان، مبتنی بر دانایی امروز است. مهم‌ترین ضعف آموزشی کشورمان را شاید بتوان ناتوانی در ایجاد نظریه‌ای واقع‌بینانه دانست؛ زیرا که فقدان این نظریه، دست‌اندرکاران آموزشی را دچار سردرگمی و دانشجویان دانشگاه‌ها که باید کارآفرینان آینده باشند را بعضاً دچار جزمیت و ناتوانی در خلق اندیشه‌های جدید کرده است (Alagheband, 2001).

متأسفانه همین روند ناتوان آموزشی، موجب ایجاد خیل عظیم دانش‌آموختگانی شده است که وارد بازار کار شده و توان تحلیل مسایل در حوزه‌های به اصطلاح تخصصی رشته‌ی خود را هم ندارند. به عبارت دیگر، ضعف در تحلیل و کارشناسی کردن امور، ضعف در نگاه بلندمدت و استراتژیک به پدیدارها و عدم فقدان خلاقیت در کارکنان سازمان‌های دولتی و خصوصی که همانا دانش‌آموختگان دانشگاه‌ها هستند؛ جز در مواردی اندک، پدیده‌ی ناکارآمدی و عدم صلاحیت و شایستگی در سازمان‌ها را ایجاد کرده است.

از طرفی تضمین و تداوم حیات و بقاء سازمان‌ها که در واقع تأمین‌کننده‌ی نیازهای جامعه هستند، مستلزم استفاده از راه‌حل‌ها و روش‌های جدید مقابله با مشکلات می‌باشد که به نوآوری، ابداع، خلق محصولات و فرآیندهای نو می‌انجامد. در واقع کارآفرینی، عامل اصلی ایجاد خلاقیت و نوآوری می‌باشد. کارآفرینی به مؤسسات و صاحبان سرمایه محدود نمی‌شود، بلکه در درجه اول یک رفتار آموختنی است (Comel, 2000).

دارا بودن افق بلندمدت و استراتژیک در آموزش، تدوین و طراحی نظام آموزشی مبتنی بر قدرت خلق مفاهیم جدید و توان تحلیل پدیده‌های نوظهور و همچنین ایجاد توانمندی در فضای رقابتی و توسعه‌ای به‌عنوان ارکان اجرای آموزش‌های کارآمد تلقی می‌شوند و همراه با طراحی نظام ارزشیابی و اثربخشی آموزشی باید مدنظر مدیران آموزشی سازمان‌های کار قرار گیرد تا نظام آموزشی کارکنان تحت هدایت مدیران آموزشی دانا و توانا و صاحب اخلاق کاری و اجتماعی از اجرای برنامه‌های سنتی و روزمره خارج نشود و به‌دنبال ایجاد فضاهای خلاقیت و ایده‌آفرینی و کار تیمی نباشد، همچنان در چرخه‌های باطل، تنها به ارائه‌ی آمارهای نفر ساعت آموزش و هزینه در اجرای برنامه‌های آموزشی می‌پردازد و تا چنین باشد؛ سرمایه‌گذاری در منابع انسانی و توسعه‌ی آنان اتفاق نخواهد افتاد. کارآفرینی از آنگونه رفتارهاست که دقیقاً بر رشد و پرورش استعدادها و قرار

گرفتن در محیطی خلاق استوار است. بیشتر صاحب‌نظران در این زمینه، خود محصول نظام آموزشی مبتنی بر تئوری نقادی در تدوین برنامه‌های درسی و آموزشی هستند. دقت در درک مفاهیم که به دنبال خود آمد، مؤید این ادعاست که آغاز و حرکت نوآورانه در هر زمینه از پرورش تفکر خلاق بوده که خود نتیجه‌ی وجود یک نظام آموزشی است که هدف آن پرورش ذهن و نه کنترل آن است (Alagheband, 2001).

در ابتدا اکثر اقتصاددانان فرانسوی به تعریفی از کارآفرینی که توسط Say در قرن نوزده ارائه شده بود، تکیه کردند. Say کارآفرینی را این‌گونه تعریف کرد: کارآفرین منابع پائین‌تر را به بالاتر از بهره‌وری و بازده انتقال می‌دهد؛ در واقع کارآفرینی ارزش افزوده می‌آفریند. در قرن بیستم اکثر نظریه‌پردازان کارآفرینی، تحت تأثیر عقاید اقتصاددان اتریشی Schumpeter قرار گرفتند. وی کارآفرینان را افرادی نوآور توصیف کرد که فرآیند تخریب خلاق سرمایه را هدایت می‌کنند. کارآفرینان از دیدگاه او عاملان تغییر در اقتصاد هستند. آنها از طریق ایجاد بازارهای جدید یا خلق شکل‌های جدیدی از انجام کار، اقتصاد را رونق می‌دهند. (Dess, 2004).

پیتر دراکر (Peter Drucker) کارآفرینان را علت تغییر قلمداد نمی‌کرد، بلکه آنها را به‌عنوان افرادی در نظر می‌گرفت که از فرصت‌ها استفاده می‌کنند تا تغییراتی ایجاد کنند. Howard Stevenson دریافت که کارآفرینان نه تنها فرصت‌هایی که مدیران اداری از آن اجتناب می‌کنند را می‌بینند، بلکه از آن بهره‌برداری نیز می‌کنند (Dess, 2004). از تعاریف فوق و مجموعه تعاریف فراوانی که از کارآفرینی شده، می‌توان نتیجه گرفت که دنیای امروز و ایران ما نیز دنیای عدم‌تداوم است؛ بدین معنا که دیگر راه‌حل‌های گذشته برای مسایل جاری و آینده کارگشا نیستند و باید به شیوه‌ای دیگر اندیشید و به دنبال راهکارهای جدید یا ساختارهای نوین بود تا بتوان کالا و خدمات را با حداقل هزینه و با کیفیت برتر، متناسب با نیازها و سلیقه‌های مشتری تولید کرد (Taslimi, 1999). در کشور ما به دلایل گوناگون به ترغیب کارآفرینی چندان اهتمام ورزیده نشده است، اما آثار برخی از سیاست‌های اداری که به دلایل مختلف اتخاذ شده، به صورتی جالب در قالب ترویج کارآفرینی ظاهر شده است که می‌تواند راهگشای کوشش‌های سازمان یافته‌تر و گسترده‌تر در این خصوص باشد؛ به‌عنوان مثال تجربه‌ی سیاست خوداتکایی در صنعت خودرو که به‌صورت ایجاد شبکه‌ی گسترده‌ای از شرکت‌های کوچک و متوسط قطعه‌ساز در اتصال به شرکت مادر تجلی یافته است، نمونه‌ای از امکان اشتغال‌زایی و ثروت‌آفرینی از طریق

کارآفرینی است که تا چند سال پیش یا کسب و کار نداشتند و یا کسب و کار آنها کوچک و سنتی بود (Samadaghaei, 1999).

چنانچه برنامه‌های آموزشی برای ارتقاء شایستگی‌های مبتنی بر نیاز کارآفرینان طراحی و تدوین گردد، قطعاً حوزه‌های مختلف سازمان و حتی جامعه تحت تأثیر مثبت این شایستگی‌ها قرار خواهد گرفت. شایستگی، مجموعه‌ی توانایی‌ها و ظرفیت‌هایی است که دارنده‌ی آن را قادر می‌سازد در ایفای نقش و وظایف کاری خود، عملکرد مطلوبی داشته باشد. شایستگی، کاربرد دانش، مهارت و نگرش است. مجموعه‌ای از دانسته‌ها و مهارت‌های فردی آموخته شده در فرآیند آموزشی اثربخش است که در ترکیب مثبت و سازنده تبدیل به رفتار و عملکرد مطلوب می‌شود (Hadighi, 2001).

از طرفی، ما می‌دانیم که این دانسته‌ها و مهارت‌ها در گرو نیازسنجی شایستگی و تدوین برنامه‌های آموزشی کارآمد و اثربخش است و مدیریت آموزشی در سازمان‌ها باید تمام تلاش خود را به اعتلای تفکر خلاق و به دنبال آن نوآوری معطوف نماید.

در زمینه‌ی آموزش کارآفرینی نیز کوشش ویژه‌ای در کشور انجام نشده است. غالب برنامه‌های آموزشی سازمان‌هایی که تصدی این مهم را بر عهده داشته‌اند، متمرکز بر نیازهای مدیران سازمان‌های بزرگ و متوسط بوده که اغلب در بخش دولتی و عمومی اقتصاد فعالیت داشته و دارند. به‌همین دلیل کارآفرینانی که در سال‌های اخیر علاقه‌مند به استفاده از آموزش‌های مدیریت شده‌اند و به مؤسسات آموزشی جذب می‌شوند، برنامه‌ها را چندان مناسب نیازهای خود نمی‌دانند (Ahmadpoor daryani, 2001).

از آنجا که کارآفرینی انسان‌ها به‌عنوان یک سازوکار، می‌تواند موجب افزایش بهره‌وری شود؛ ویژگی‌های روان‌شناختی و جامعه‌شناختی افراد کارآفرین در تحقیقاتی وسیع و عمیق از ۱۹۸۰ آغاز گردید و به‌همین دلیل دهه‌ی ۱۹۸۰ به‌عنوان دهه‌ی کارآفرینی نامگذاری گردید (Low, M. Mac, Millan 1988). ویژگی‌های کارآفرینان، شخصیت و رفتار آنها، فرآیند کارآفرینی در سطح شرکت‌ها و ساز و کارهای آن، ارتباط کارآفرینی با جامعه، آموزش کارآفرینی، تحقیقات و نقش دولت‌ها در کارآفرینی با روش‌های فراتحلیلی مورد توجه محققین و صاحب‌نظران در پایان قرن بیستم و ورود به قرن بیست و یکم بوده است (Paulin, 1985; Peterson, 1982; Perry man, 1982; wortman, 1984; Churchill and) (lowis, 1986; Aldrich, 1992).

تجارب برخاسته از تحقیقات کشورهای توسعه یافته، نشان می‌دهد آنهایی که بیشتر به فکر متکی بوده‌اند تا به ذخائر زمینی، در بلندمدت موفق‌تر و سرفرازتر بوده‌اند. یکی از

شاخص‌های سنجش توسعه، وجود انسان‌های خاصی است که نقش‌آفرینی می‌کنند و موجب ایجاد بستر موفقیت‌ها می‌شوند. اکنون در عرصه‌ی جهانی، افراد خلاق، نوساز و مبتکر به‌عنوان کارآفرینان، منشاء تحولات بزرگی در زمینه‌های تولیدی و خدماتی شده‌اند که از آنها به‌عنوان قهرمان ملی یاد می‌شود (Salazar translating by nattagh, 1992).

در راستای کارآفرینی تحقیقاتی انجام گرفته که به دو مورد آن اشاره می‌شود: Scheutz-Curt, 1986، در تحقیقی تحت عنوان «رویدادهای حیاتی برای کارآفرینان در شرکت‌های خودمختار کارآفرینانه‌ی سوئد»^۱، مهم‌ترین رویداد در این شرکت‌ها را ایجاد جو خلاقیت و افزایش درجه‌ی کارآفرینانه و تحریک کارکنان و افزایش علاقه به کار معرفی می‌کند (Andalib, 2000). او سازمان‌های خودمختار کارآفرینانه را مهم‌ترین عامل در توسعه و پیشرفت سازمان مادر می‌داند.

K. Suleiman در تحقیقی تجربی تحت عنوان «مطالعه‌ی تطبیقی شیوع کارآفرینی در بین مخترعین آزمایشگاه‌های ملی»^۲ در سوئد نشان داد که ۵۰٪ شرکت‌های کوچک که زمینه‌ی فعالیت آنها تکنولوژی است، از نوع شرکت‌های خودمختار کارآفرینانه هستند (Moridi, 2000).

با وجود این که کارآفرینی علم جدیدی است، امروزه در تمامی ابعاد توسعه مطرح است و مهم‌ترین دستاورد آن برای توسعه کشور و استان، ایجاد اشتغال، رفاه، ثروت و شناخت فرصت‌های مناسب است. عده‌ای معتقدند که کارآفرینی می‌تواند به‌عنوان یک مکانیزم، موجب افزایش بهره‌وری شود. به‌طوری‌که امروزه کشورهای توسعه یافته از یک زاویه‌ی جدید، شرکت‌های خود را در یک محیط کاملاً متغیر و پویا نگه داشته‌اند و علت آن کشف و پرورش انسان‌های خاصی است که نقش‌آفرینی می‌کنند و موجب ایجاد بستر موفقیت‌ها می‌شوند (Emami nejhada, 2004).

Schumpeter معتقد است که کارآفرینی نیروی محرک اصلی در توسعه اقتصادی است. چنان که ژاپن بعد از جنگ جهانی، توسعه خود را مدیون افراد خلاق و کارآفرین می‌داند. Matsushita به‌خاطر اعتقاد به اتکای به‌خود داشتن روحیه‌ی خودباوری، خلاقیت و کارآفرینی، توانست از طریق کارگری در ویتنام و باربری در کارخانه‌های سیمان به مرحله‌ی مدیریت یکی از موفق‌ترین صنایع ژاپن (میتسوبیشی) دست یابد (Ahmadpoor daryani, 2001). کارآفرینی به‌عنوان یکی از اساسی‌ترین ابزارهای توسعه

1- Critical events for Swedish entrepreneurs in entrepreneurial spin-off, 1986.

2 - ASEIAINL

محسوب می‌گردد؛ چرا که وجود انسان‌های کارآفرین، موجب ایجاد بستر موفقیت‌ها می‌شود (Samadaghaei, 1999). ایجاد حس بی‌اعتمادی به شیوه‌های مدیریت سنتی استان ما، اهمیت تحقیق در زمینه کارآفرینی را دوچندان می‌کند. جامعه‌ای که استعدادهای نهفته در خود را نتواند به‌عرضه‌ی ظهور برساند، در اندک زمانی مغلوب جوامعی خواهد شد که در به‌کارگیری استعدادها و ارائه محصول جدید با هزینه اندک قدرت داشته و از مدیریت لایق با افق دید وسیع برخوردارند (Sobhi gharamaleki, 2000).

یکی از ابزارهای مناسب برای رشد کارآفرینی، وجود ساختار سازمانی منطبق بر مفاهیم کارآفرینی است و با توجه به اهمیت کارآفرینی و نقش آن در توسعه، متأسفانه این امر در استان لرستان کمتر مورد توجه قرار گرفته است (Nabieyan, 1992).

استان لرستان دچار نوعی کهولت ساختاری است. برای گسستن از این شرایط، انجام تحقیقات علمی کاملاً ضروری خواهد بود. از طرفی دنیای امروز، عصر دانایی و بینش است و هر که متفکرتر باشد، متمول‌تر و در نهایت موفق‌تر است. تجارب سایر کشورها نیز نشان می‌دهد، آنهایی که بیشتر به فکر تا به‌ذخایر زیرزمینی متکی بوده‌اند، در بلندمدت موفق‌تر و سرفرازتر بوده‌اند (Azizi, 2001). امروزه کشورهای توسعه‌یافته را با الگوهای مختلف توسعه بررسی می‌کنند. یکی از شاخص‌های سنجش توسعه، وجود انسان‌های خاصی است که نقش‌آفرینی می‌کنند و موجب ایجاد بستر موفقیت‌ها می‌شوند. اکنون در عرصه جهانی افراد خلاق، نوساز و مبتکر به‌عنوان «کارآفرینان» منشأ تحولات بزرگی در زمینه‌های تولیدی و خدماتی شده‌اند که از آنها به‌عنوان قهرمانان ملی یاد می‌شود. چرخ‌های توسعه همواره با توسعه کارآفرینی به حرکت درمی‌آید (Mamizadeh, 1999).

شرایط اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی امروز استان لرستان به‌گونه‌ای است که حل مشکلات و تنگناهای اقتصادی الگو و راه‌حل‌های جدید و متفاوتی را می‌طلبد. شناخت و تربیت و حمایت افراد کارآفرین قبل از تخصیص اعتبارات به آنان، یکی از روش‌هایی است که درستی خود را در توسعه‌ی اقتصادی کشورها به ثبوت رسانده است. ترکیب جمعیت، جوان استان و نبود فرصت‌های کارآفرینی و افزایش نرخ بیکاری، مسأله مهمی است که موجب می‌شود تصمیم‌گیرندگان استان را به فکر بهره‌برداری بهینه از منابع ارزشمند انسانی بیاندازد تا با فراهم نمودن شرایط، افراد خلاق و مبتکر کار آفرین بتوانند اقتصاد استان را از حالت سکون خارج ساخته و در راستای پاسخگویی به نیازهای انسانی، اجتماعی و تکاملی استان، منشأ تحولات عظیمی گردند. استان لرستان علی‌رغم دارا بودن منابع سرشار مادی و معنوی و موقعیت ممتاز کشوری، به‌دلیل ناکارآمدی نظام‌های توسعه‌ی

منابع انسانی به‌ویژه بی‌توجهی به کارآفرینی، کهنگی ساختار سازمانی و مدیریتی و بی‌توجهی به برنامه‌ریزی آموزشی، نتوانسته است در علوم و فن‌آوری برای توسعه و تحول در عرصه‌های مختلف از جایگاهی خاص برخوردار گردد. ساختار سازمانی در ادارات استان غیرعلمی و به شدت متمرکز، آمرانه و کلیشه‌ای است و اغلب مدیران مجهز به علوم و فنون روز نیستند، در نتیجه هزینه‌هایی که صرف توسعه می‌گردد و به دلیل ندانم‌کاری افراد غیر کارآفرین به هدر می‌رود. تحقیق حاضر نیز با این اعتقاد که چرخ‌های توسعه همواره با توسعه‌ی کارآفرینی و تحت برنامه‌های آموزشی دقیق به حرکت درمی‌آید، باهدف توسعه‌ی استان به شناخت عوامل مؤثر در ایجاد کارآفرینی خواهد پرداخت و به دنبال اهداف در پی پاسخگویی به سؤالات تحقیق است:

- ۱- پی بردن به ویژگی‌های روان‌شناختی، جامعه‌شناختی و عوامل سیاسی مؤثر بر کارآفرینی در استان.
 - ۲- شناخت مهم‌ترین این عوامل.
 - ۳- پی بردن به سیاست‌های حمایتی، تشویقی-ترغیبی و آموزشی دولت در استان.
- سؤالات تحقیق:

- ۱- آیا خصوصیات روان‌شناختی موجب کارآفرینی در لرستان می‌گردند؟
- ۲- آیا خصوصیات جامعه‌شناختی موجب کارآفرینی در لرستان می‌گردند؟
- ۳- آیا سیاست‌های دولت موجب کارآفرینی در لرستان می‌شود؟
- ۴- کدام عامل در ابعاد روان‌شناختی، جامعه‌شناختی و سیاسی مهم‌ترین عامل کارآفرینی در استان است؟

روش پژوهش

با توجه به ماهیت کار در این پژوهش از روش توصیفی نوع زمینه‌یابی استفاده شده است.

جامعه‌ی آماری، نمونه و روش نمونه‌گیری

جامعه‌ی آماری این تحقیق شامل افرادی است که در استان لرستان به‌طریقی دست به کارآفرینی زده‌اند و تعداد آنها ۳۴۱۷ است و در بخش‌های خدمات، صنعت و کشاورزی شخصاً به فعالیت سودآور مشغولند. از این جامعه تعداد ۲۴۵ نفر (۳۱ نفر بخش خدمات، ۸۶ نفر بخش صنعت و ۱۲۸ نفر بخش کشاورزی) با استفاده از جدول کرجسی و مورگان و روش تصادفی طبقه‌ای نسبی انتخاب گردیدند (Hafeznia, 2000).

ابزار پژوهش

ابزار شامل یک تست کارآفرینی تحت عنوان «تست جامع کارآفرینی» شامل ۵۳ گویه که در طیف لیکریت تهیه گردید و تعیین کننده‌ی کارآفرین بودن افراد است (Rafiapoor, 1999). دیگری پرسشنامه‌ی بررسی عوامل شامل ۱۴۰ پرسش در طیف لیکریت است. هر دو تست و پرسشنامه براساس تحقیقات قبلی انجام شده در این راستا و با توجه به ادبیات تحقیق، محقق ساخته‌اند و اعتبار آنها با استفاده از آلفای کرانباخ به ترتیب ۰/۹۰ و ۰/۸۰ محاسبه گردید (Delavar, 2001).

یافته‌ها

سؤال ۱- آیا خصوصیات روان‌شناختی (نیاز به کسب موفقیت، نیاز به استقلال، تمایل به خلاقیت، ریسک‌پذیری و عزم و اراده) موجب کارآفرینی در استان لرستان می‌گردد؟
پس از تدوین جداول فراوانی‌های مورد انتظار و مشاهده شده به‌منظور معنادار بودن داده‌ها از آزمون خی‌دو به شرح زیر استفاده گردید:

جدول (۱): محاسبه آزمون خی دو در رابطه با خصوصیات روان‌شناختی پاسخگویان

ویژگیهای روان‌شناختی	آزمون خی دو
۱۸۷/۰۴	آماره خی دو
۳	درجه آزادی
۰/۰۰۱	سطح معناداری

برابر یافته‌های جدول (۱) خی دو محاسبه شده ۱۸۷/۰۴ با درجه آزادی ۳ و در سطح معناداری $P < ۰/۰۰۱$ نشان می‌دهد که خصوصیات روان‌شناختی به‌طور کلی موجب کارآفرینی در استان لرستان می‌گردد.

سؤال ۲- کدامیک از خصوصیات روان‌شناختی مهم‌ترین عامل در ایجاد کارآفرینی در استان لرستان است؟

پس از تدوین جداول توزیع فراوانی درمورد هریک از خصوصیات که از ذکر آنها می‌گذریم، میانگین رتبه‌ای مرتبط با خصوصیات روان‌شناختی به شرح جداول زیر ارائه می‌گردد:

جدول ۲: محاسبه میانگین رتبه‌ای مرتبط به خصوصیات روان‌شناختی در ایجاد کارآفرینی

ردیف	خصوصیات روان‌شناختی	میانگین رتبه‌ای
۱	نیاز به کسب موفقیت	۳/۲۱
۲	نیاز به استقلال	۲/۳۷
۳	تمایل به خلاقیت	۳/۱۶
۴	ریسک‌پذیری	۲/۹۶
۵	عزم و اراده	۳/۳۰

برابر یافته‌های جدول (۲) خصوصیات عزم و اراده با میانگین رتبه‌ای ۳/۳۰ و نیاز به کسب موفقیت با میانگین ۳/۲۱ و تمایل به خلاقیت با میانگین ۳/۱۶ در بین سایر خصوصیات روان‌شناختی، مهم‌ترین عوامل در ایجاد کارآفرینی هستند. این تفاوت‌ها با استفاده از آزمون با خی دو ۱۰۷/۴۶۵ با درجه آزادی ۴ و در سطح $P < ۰/۰۱$ معنادار است.

جدول ۳: آزمون فریدمن مربوط به تفاوت بین میانگین‌های رتبه‌ای خصوصیات روان‌شناختی

مقدار نمونه	۲۴۵
آماره خی دو	۱۰۷/۴۶۵
درجه آزادی	۴
سطح معناداری	۰/۰۰۱

برابر یافته‌های جدول ۳ خی دو محاسبه شده (۱۰۷/۴۶۵) با درجه آزادی ۴ در سطح معناداری $P < ۰/۰۰۱$ نشان می‌دهد که یافته‌های جدول ۲ معنادار است.

سؤال ۳- آیا خصوصیات جامعه‌شناختی (تجربه کاری، نارضایتی از شغل قبلی، شرایط کودکی، الگوی نقش، تحصیلات و جایگاه مناسب اجتماعی) موجب کارآفرینی در سطح استان لرستان می‌گردد؟

پس از تدوین جداول فراوانی‌های مشاهده شده و مورد انتظار که از ذکر آنها می‌گذریم، آزمون خی دو به منظور معناداری یافته‌ها به شرح جدول زیر ارائه می‌گردد:

جدول ۴: محاسبه خی دو در رابطه با خصوصیات جامعه‌شناختی در ایجاد کارآفرینی

آزمون خی دو	خصوصیات جامعه‌شناختی
آماره خی دو	۴۵۰/۲۹۸
درجه آزادی	۳
سطح معناداری	۰/۰۰۱

در جدول (۴) خی دو محاسبه شده ۴۵۰/۲۹۸ در سطح معناداری ۰/۰۰۰ و با درجه‌ی آزادی ۳ نشان می‌دهد که خصوصیات جامعه‌شناسی به‌طور کلی موجب کارآفرینی در استان لرستان می‌گردد.

سؤال ۴- کدام یک از خصوصیات جامعه‌شناختی، مهم‌ترین عامل در ایجاد کارآفرینی در استان لرستان است؟

پس از تدوین جداول فراوانی‌های مشاهده شده و مورد انتظار که از ذکر آنها می‌گذریم، میانگین رتبه‌ای مربوط با خصوصیات جامعه‌شناختی به شرح جدول زیرارائه می‌گردد:

جدول ۵: محاسبه میانگین رتبه‌ای مربوط به خصوصیات جامعه‌شناختی در ایجاد کارآفرینی

ردیف	خصوصیات جامعه‌شناختی	میانگین رتبه‌ای
۱	تجربه کاری	۳/۳۶
۲	نارضایتی از شغل قبلی	۳/۰۲
۳	جو خانوادگی در کودکی	۳/۸۷
۴	الگوی نقش	۳/۲۸
۵	تحصیلات	۲/۹۰
۶	جایگاه اجتماعی	۴/۵۷

برابر یافته‌های جدول (۵) خصوصیات جایگاه اجتماعی با میانگین ۴/۵۷ و جو خانوادگی دوران کودکی با میانگین رتبه‌ای ۳/۸۷ در بین سایر خصوصیات جامعه‌شناختی، مهم‌ترین عوامل در ایجاد کارآفرینی هستند. این تفاوت‌های در میانگین‌ها با استفاده از آزمون فریدمن جدول (۶) با χ^2 دو ۲۰۳/۰۸ با درجه آزادی ۵ و در سطح $R < 0/000$ معنادار است.

جدول ۶: آزمون فریدمن مربوط به تفاوت بین میانگین‌های رتبه‌ای خصوصیات جامعه‌شناختی

مقدار نمونه	۲۴۵
آماره χ^2 دو	۲۰۳/۰۸
درجه آزادی	۵
سطح معناداری	۰/۰۰۱

برابر یافته‌های جدول ۶ χ^2 دو محاسبه شده (۲۰۳/۰۸) با درجه‌ی آزادی ۵ در سطح معناداری $P < 0/001$ نشان می‌دهد که یافته‌های جدول ۵ معنادار است.

سؤال ۷- آیا سیاست‌های دولت (حمایتی، تشویقی، ترغیبی و آموزشی) موجب کارآفرینی در سطح استان لرستان می‌گردد؟

پس از تدوین جداول فراوانی‌های مشاهده شده و مورد انتظار که از ذکر آنها می‌گذریم، آزمون χ^2 دو به‌منظور معناداری یافته‌ها به شرح زیر ارائه می‌گردد:

جدول ۷: محاسبه‌ی دو سیاست‌های دولت در ایجاد کارآفرینی

سیاست‌های دولت	آزمون‌های دو
۱۹۵/۷۳۵	آماره‌ی دو
۳	درجه‌ی آزادی
۰/۰۰۱	سطح معناداری

در جدول (۷) خ‌ی دو محاسبه شده ۱۹۵/۷۳۵ با درجه‌ی آزادی ۳ و در سطح معناداری $P < ۰/۰۰۰$ نشان می‌دهد که سیاست‌های دولت به‌طور کلی موجب کارآفرینی در استان می‌شود.

سؤال ۶- کدام یک از سیاست‌های دولت، مهم‌ترین عامل در ایجاد کارآفرینی در استان لرستان است؟

پس از تدوین جدول فراوانی‌های مشاهده شده و مورد انتظار که از ذکر آنها می‌گذریم، میانگین رتبه‌ای مربوط به سیاست‌های دولت در ایجاد کارآفرینی به شرح جدول زیر ارائه می‌گردد:

جدول ۸: میانگین رتبه‌ای مربوط به سیاست‌های دولت در ایجاد کارآفرینی

میانگین رتبه‌ای	سیاست‌های دولت	ردیف
۲/۰۴	سیاست‌های حمایتی	۱
۲/۰۹	سیاست‌های تشویقی - ترغیبی	۲
۱/۸۷	سیاست‌های آموزشی	۳

در جدول (۸) سیاست‌های تشویقی - ترغیبی با میانگین رتبه‌ای ۲/۰۹ در بین سایر سیاست‌های دولت مهم‌ترین عامل در ایجاد کارآفرینی است. این تفاوت در میانگین‌های رتبه‌ای با استفاده از آزمون فریدمن جدول شماره (۹) با خ‌ی دو ۱۸/۲۱۲ با درجه‌ی آزادی و در سطح ۰/۰۰۰ معنادار است.

جدول ۹: آزمون فریدمن مربوط به بررسی تفاوت میانگین‌های رتبه‌ای بین سیاست‌های دولت

۲۴۵	تعداد نمونه
۱۸/۲۱۲	آماره‌ی دو
۲	درجه‌ی آزادی
۰/۰۰۰	سطح معناداری

برابر یافته‌های جدول شماره ۹ محاسبه شده (۱۸/۲۱۲) با درجه‌ی آزادی ۲ در سطح معناداری $P < ۰/۰۰۱$ نشان می‌دهد که یافته‌های جدول شماره ۸ معنادار است.

بحث و نتیجه گیری

از مجموعه‌ی یافته‌های تحقیق حاضر، چنین می‌توان استنباط کرد که فرد برای کارآفرینی به دانش، مهارت و توانش لازم نیازمند است. حصول به این دانایی‌ها و توانایی‌ها با تدوین برنامه‌های جامع و متنوع آموزشی امکان‌پذیر است. پیوستگی و ارتباط بین کارآفرینی و برنامه‌های آموزشی ضامن شکوفایی ویژگی‌های ذهنی افراد، به‌خصوص بروز و ظهور تفکر خلاق و نوآوری است. هر نوع عامل مؤثر در کارآفرینی اعم از عوامل روان‌شناختی، جامعه‌شناختی و پشتیبانی‌های دولت، به طریقی به آموزش و پرورش فرد که هم در خانواده و هم در فرآیند آموزشی رسمی و هم آموزش‌های ضمنی برنامه‌ریزی شده و خودبخودی کسب کرده است، بستگی دارد.

تحقیقات مختلف نشان می‌دهد که یک فرد کارآفرین بسیار موقعیت طلب است و سعی می‌کند از اطلاعات و تجارب دیگران برای رسیدن به اهدافش استفاده کند. او راهکار جاری و معمولی را قبول ندارد و به تغییر و تحول می‌اندیشد. میل به ریسک دارد و انتخابش معقول و معتدل است (Ahmadpoor daryani, 2001). کارآفرینی روحیه استقلال طلبی بالایی دارد و دارای استقلال رأی می‌باشد. دارای عزم و اراده‌ای قوی است و از صبر و استقامت لازم برای مقاومت در برابر مشکلات برخوردار است، اراده و آمادگی لازم برای ایثار و فداکاری تا رسیدن به اهدافش را دارد. کارآفرین از بوروکراسی پرهیز می‌کند و تمام تلاش او برای ایجاد روندهای ساده و روشن در کار است (Rahman seresht, 1998).

پائولین (Paullin) براساس تحقیقات خود بر این باور است که تحقیقات صرف‌نظر از نوع روش‌شناسی، ویژگی‌های روان‌شناختی، جامعه‌شناسی و رفتار فرد کارآفرین به‌عنوان یک عامل برجسته مطرح است. از این رو مطالعه در تاریخچه‌ی زندگی کارآفرینان را با دو رویکرد روان‌شناختی و جامعه‌شناختی توصیه می‌کنند.

کراسراد (Crusrud) با مطالعه‌ی انواع متغیرها برای هدایت تحقیقات کارآفرینی، پارادایمی ارائه نمود که متغیرهای روان‌شناختی، شخصیتی و جمعیت‌شناختی از پایه‌های اصلی آن است.

آلدریچ (Aldrich, 1992) در مطالعات خود در مفهوم پردازی تحقیقات کارآفرینی، سه بعد روش تحقیق، حوزه مطالعاتی و فن تحلیل را بررسی نموده است. در بعد مطالعاتی، او تحقیقات را تحت پنج حوزه‌ی مطالعاتی طبقه‌بندی نموده است. دسته اول را مطالعاتی معرفی می‌کند که به شخصیت کارآفرینی می‌پردازد. او معتقد است که ویژگی‌های روان‌شناختی و شخصیتی و رفتاری از اهم عوامل مؤثر بر کارآفرینی است. ورث من)

Wortman, 1986) نیاز به استقلال و تمایل به خلاقیت را از عمده‌ترین عوامل مؤثر بر کارآفرینی مدیران صنایع می‌داند.

سالازار (salazar, Metiwass, 1997) می‌گوید؛ نیروی اراده می‌تواند فکر را تحت فرمان و سلطه قرار دهد. اگر هر شخص اراده کند، خواهد دید که موانع یک به یک از پیش پایش برداشته خواهد شد و کارهایی که ابتدا دست نیافتنی جلوه می‌کرد، آسان به نظر خواهد رسید، ولی رمز کار در این است که هدف پیوسته در مقابل چشم باشد و فرصتی به ضعف اراده داده نشود. او در مورد سیاست و تجارب ۹ کشور در زمینه توسعه کارآفرینی بر این نکته تأکید دارد که در کشورهای پیشرفته، مشکلات حمایتی تکنولوژیکی حل شده و دولت‌ها ضمن تأیید ویژگی‌های روان‌شناختی، جامعه‌شناختی به شکوفا کردن استعدادها بالقوه مردم پرداخته‌اند.

wein Roach & cooper در تحقیقات خود دریافتند که بیش از ۹۷٪ از شرکت‌های جدید با تکنولوژی بالا، حداقل دارای مؤسسینی بوده‌اند که در همان صنعت کار کرده و تقریباً ۸۵٪ شرکت‌های جدید دارای کالا یا خدمات اولیه‌ای بوده‌اند که از تجربه قبلی استفاده می‌کردند. G.Humans مطالعاتی انجام داد و در نظریه خود به پیش‌بینی و توصیف پاسخ‌های افراد نسبت به فرصت‌های کارآفرینی تأکید نمود که متغیرهایی همچون قدر، جایگاه، مرتبه و سمت برای تشریح انگیزه‌ی فرد به کار و کارآفرینی ضرورت دارند. Paullin و دستیارانش در تقسیمات کارآفرینی که قبلاً به آنها اشاره شد، چهار روند را در تحقیقات کارآفرینی مشخص نمود، روند سوم در طبقه‌بندی آنان ارتباط کارآفرینی با جامعه است و در آخرین قسمت، سیاست‌های دولت همچون آموزش، تحقیقات و سایر حمایت‌ها را قرار می‌دهد (Vallandores, 1982).

Ahmadpoor daryani, 2001 هم در تحقیق مقایسه‌ای ۹ کشور که مذکور افتاد، خدمات مشاوره‌ای در زمینه مدیریت، امور مالی، فعالیت‌های تجاری، ارائه‌ی هزینه طرح‌ها و همچنین اقداماتی از قبیل ارائه‌ی تکنولوژی، حمایت اطلاعاتی، ظرفیت‌سازی علمی، وام و اعتبارات و در نهایت آموزش به‌وسیله‌ی دولت‌ها انجام گیرد. پاسخ مثبت جامعه‌ی نمونه در لرستان به تست جامع کارآفرینی و همچنین تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل از پرسشنامه‌ی ۱۴۰سؤالی کارآفرینی، مؤید همخوانی بالای یافته‌های این پژوهش با پیشینه‌ی تحقیق است. براساس ویژگی‌های روان‌شناختی و جامعه‌شناختی است که کارآفرینان استان در سه بخش خدمات، صنعت و کشاورزی علی‌رغم وجود مشکلات عدیده

و گوناگون اغلب پرتلاش، جدی، امیدوار و پرنگیزه با عزم و اراده و با حسن تدبیر و مدیریت خلاق به ادامه کار خود مشغولند.

برابر جداول در قسمت یافته این مقاله عوامل روان‌شناختی یعنی نیاز به کسب موفقیت، نیاز به استقلال، تمایل به خلاقیت، ریسک‌پذیری و عزم و اراده در کارآفرینی مؤثرند و عوامل عزم و اراده و نیاز به کسب موفقیت بالاترین تأثیر را در ایجاد کارآفرینی دارند. از عوامل جامعه‌شناختی یعنی تجربه‌ی کاری، نارضایتی از شغل قبلی، جو خانوادگی در زمان کودکی، الگوی نقش، تحصیلات، جایگاه مناسب اجتماعی و سن هر کدام در ایجاد کار آفرینی مؤثرند و ویژگی‌های کسب جایگاه مناسب اجتماعی و جو خانوادگی در زمان کودکی، بالاترین تأثیر را در ایجاد کارآفرینی داشته‌اند. اگرچه سیاست‌های دولت در ایجاد کارآفرینی چندان چشمگیر نبوده با این حال سیاست‌های تشویقی- ترغیبی عامل مؤثری بوده است. از بین ویژگی‌های روان‌شناختی، جامعه‌شناختی و سیاست‌های دولت، عوامل ویژگی‌های روان‌شناختی بالاترین نقش را در ایجاد کارآفرینی استان داشته‌اند. به‌منظور تقویت این عوامل و ویژگی‌ها، پیشنهادهای در راستای فراهم کردن فرصت‌های کارآفرینی، عنایت به کارآفرینی گروهی، استفاده از تست کارآفرینی قبل از ارائه‌ی هر نوع خدمت حمایتی، برقراری کارگاه‌های آموزشی، سمینارها و همایش‌ها، انجام تحقیقات، فراهم نمودن ارتباط نزدیک کارآفرینان با واحدهای تحقیق ترویج سیاست خود اتکایی، حذف مقررات دست و پا گیر، وضع مقررات ویژه برای حمایت از کارآفرینان تشکیل مراکز پارک‌های کارآفرینی، تشکیل مراکز مشاوره‌ی خانوادگی، شرکت دادن فرزندان افراد کارآفرین در مراسم و مناسبت‌ها و جشن‌ها و نشست‌های مربوط به کارآفرینی، نهادینه کردن شعار اول کار دوم کار سوم زندگی و چهارم قناعت در جامعه، اشاعه‌ی فرهنگ چالشگری و تخریب خلاقانه چارچوب‌های خشک و معمولی، تقویت نقش هدایتی حمایتی دولت، تشکیل مراکز رسمی کارآفرینی، برقراری ارتباط بین کارآفرینان و مراکز علمی تحقیقی، تأمل شدن امتیازات خاص برای کارآفرینان، اختصاص برنامه‌هایی به کارآفرینی در رسانه‌ها به‌خصوص صدا و سیما، اعزام کارآفرینان به دوره‌های خاص، عنایت خاص به موقعیت کارآفرینی، سوق دادن کارآفرینی به سمت فعالیت‌های کشاورزی و صنعتی، ارائه می‌گردد.

تحقق عوامل فوق در گرو طراحی آموزش مستمر کارآفرینی از مراحل کودکی تا بزرگسالی در قالب برنامه‌های دراز مدت و کوتاه مدت است. در دراز مدت باید به تغییر در فلسفه‌ی آموزش و پرورش، طراحی سیستماتیک تدریس تئوری نقد و رشد تفکر خلاق در

چارچوب ویژگی‌های روان‌شناختی و جامعه‌شناختی توجه نمود. در کوتاه‌مدت، بالندگی و خلاقیت افراد با ارائه‌ی برنامه‌های آموزشی استاندارد باید موردنظر مدیران آموزشی سازمان‌های متولی کارآفرینی باشد. چنین آموزشی باید براساس نیازسنجی، طراحی آموزشی، اجرا و ارزیابی برابر شاخص‌های کلیدی طراحی و بنا به ویژگی‌های افراد به شرح زیر مدیریت شود:

اول؛ فردی کردن آموزش؛ بدین صورت که اقدامات آموزشی بر مبنای احتیاجات واقعی افراد کارآفرین که اغلب در سن بزرگسالی یا نزدیک به بزرگسالی هستند تدوین گردد، به نظر می‌رسد که روش تدریس مبتنی بر ایفای نقش در این قسمت مفید به نظر برسد.

دوم؛ سپردن کنترل بیشتر آموزش در ارتباط با فرآیند یادگیری به خود کارآفرینان؛ زیرا در این صورت کارآفرینان با فرآیند بررسی و نقد شخصی به خلاقیت و نوآوری خواهند پرداخت و ضمن اعتلای اعتماد به نفس آنان شاهد بازخورد اعمال خود در جهت اصلاح اشتباهاتشان خواهند بود. به عبارتی نتیجه‌ی چنین اقدامی فراگیری بهتر، خود تصمیم‌گیری و توسعه حرفه‌ای کارآفرینان است. در این زمینه سمینارها، گروه‌های مطالعه، خود آموزشی مبتنی بر کامپیوتر، مشاوره فردی، گروه‌های مباحثه و شبکه‌های پشتیبانی مستمر آموزشی از روش‌های خود کنترلی آموزشی است.

سوم؛ پشتیبانی مستمر آموزشی کارآفرینان؛ زیرا آنان شدیداً نیازمند فرآیندی هستند که با اطمینان خاطر در مورد موضوعات و مشکلات با آنان به مباحثه بپردازد. این پشتیبانی می‌تواند از طرق مختلف نظیر مربیان خارج از سازمان، مشاوره‌های ارائه شده از مقامات بالاتر و شبکه‌های پشتیبانی مدیریت صورت پذیرد (Fasihi hoor, 2002).

خلاصه اینکه برنامه‌ریزی آموزشی مستمر کارآفرینان فرآیندی است که زمینه‌ی اجرای اثربخش دوره‌ی آموزشی را در تحقق کارآفرینی فراهم می‌سازد. این برنامه‌ی آموزشی باید مبتنی بر نیازسنجی و در نظر گرفتن عوامل، طراحی، انتخاب تکنولوژی آموزشی، انتخاب یادگیرندگان، اساتید، زمان، مکان و فضای آموزشی، روش آموزشی و چگونگی مدیریت بر این عوامل باشد. (Beiate Nevisandegan, 1997).

Reference:

- Ahmadpoor daryani, M, (2001). Entrepreneurship, definitions and ideas, models. Tehran, pardis publishing.
- Ahmadpoor daryani, M, (1999). Entrepreneurship, Development necessary, tadbir, No 95.
- Ahmadpoor daryani, M, (2001). Comparative study on politics and governments experiences of 10 countries in the field of Entrepreneurship, development Tehran, State Management Center.
- Alagheband, Ali, (2008). Educational administration fundamentals and principles, Tehran: Ravan publishing.
- Aldrich, H, (1992). Methods and our madness. Trends in Entrepreneurship, in research in D. the state at the art of Entrepreneurship,, Boston, P, W, Kent.
- Andalib Azar, M, (2000). Entrepreneurs and their roles in economic growth and development, Management journal No 46-47.
- Azarhoosh, F. (2000). Entrepreneurship, expansion, straits and guidelines, Tadbir journal, ninth year, No 90.
- Azizi, M. (2001). Entrepreneurship, training, necessities and concepts, management selected articles, No I.
- Churchill, N. and Lewis, I, (1986). Entrepreneurship, Research; directions and methods, in D. sexton and, R. Smilor. The art and science of Entrepreneurship,. Combridg, Mass; ballinger.
- Churchill, N, (1992). Research issues in Entrepreneurship,, in D. sexton and K, Smilor. The art and science of Entrepreneurship,. Combridj, Mass ballinger.
- Delavar, A. (1999). Research method in psychology and educational sciences, Tehran, virayesh publishing.
- Emami Nejhada, M. (2004). Entrepreneurship, inn suitable organizational structure, factor of organizational development, Tehran management journal, No 89-90.
- Fasihi Hoor, M. (2006). Training superior managers by in-service teaching, Management journal, Vol 15, No 105-106.

- Hafeznia, M, R. (2000). A introduction on research method of human sciences, Tehran, Samt publishing.
- Low, M. and Mac, Milan, (1998). Entrepreneurship,; past research and future challenge, journal of management.
- Moridi, S, (2000). Apportunities and limitations of Entrepreneurship,, Tehran, Tadbir journal, No 109.
- Nabieyan, M, S. (1997). Entrepreneurship,, Tehran, work and social insurance institution.
- Mosoud, Godoffedo, C, g, (1979). Man and the water hyacinth, New York, vantage press.
- Paul, Herison. , (2000). Tomorrow of third world, translation by Mohammad. Tuloua. Tehran:National industrial organization of Iran.
- Paullin, W. Coffey, R. and Spaulding, M. (1982). Entrepreneurship, research, methods and directions, in Kent, D. Saxon and Vesper encyclopedia of Entrepreneurship, in Englewood Cliffs ,n ,j. prentice Hall inc.
- Perryman, M. (1982). Commentary on research in the field of Entrepreneurship,. Englewood cliffs, n, j, prentice Hall in,c.
- Rahmanseresht, H. (1998). Management and organization theories from modern oriented to pre-modern oriented, Tehran, cultural institution of art and techniques.
- Rafiapoor, F. (1999).Diggings, searching's and images, Tehran, joint-stock company publishing.
- Salazar, M. (1997). A introduction on Entrepreneurship,(translation by,Sayamak Nattagh). Tehran national productivity organization.
- SamadAghae, J. (1999). Entrepreneur organizations, first edition, Tehran, state management center.
- Sobhi GharaMaleki, N. (2000). Creation and the ways of nurturing it in children, Tehran, educational technology development journal fifteenth cycle.

- Samad Aghaee, J. (1999). From Entrepreneurship, to Creative. Tadbir Journal, Ninth year, No 87.
- Taslimi, M, S. (1999). Organizational being changed management, 2th edition, Tehran: Samt publishing.
- Wortman, M, (1986). A unified framework, research typologies and research prospective for interstice between Entrepreneurship, and small businesses in, D. sexton and K, smilor, Cambridge mass Ballinger.
- Vallandores, F,,J, (1982). From skilled worker to entrepreneur many ponson's way in paved with wooden tiles Small enterprise journal.