

تأثیر نیازمندی برای دستاوردها، ریسک‌پذیری و تحمل ابهامات بر اشتیاق کارآفرینان (مورد کاوی: مادران تنها)

محسن مطهری مهر^۱، رضا آقاموسی^۲

چکیده

کارآفرین بودن نیازمند تلاش فراوان، دانش بسیار و ظرفیت داشتن و تحمل، بردباری و اشتیاق است، در سال‌های اخیر با توجه به گسترش و توسعه جامعه شهری تعداد مادرانی که مجبور شده‌اند فرزندان خود را به تنهایی و بدون حمایت از همسر و یا خانواده خود نگهداری نمایند رو به افزایش است، بعضی از مادران تنها در جهت تغییر زندگی‌شان و رفاه استقلال بیشتر به کارآفرینی روی آورده‌اند ولی متأسفانه تعداد اندکی از آن‌ها توانسته‌اند تجارت خود را به سرانجام برسانند، هدف اصلی این پژوهش بررسی تأثیر نیازمندی برای دستاوردها، ریسک‌پذیری و تحمل ابهامات بر اشتیاق کارآفرینان (مورد کاوی: مادران تنها) است. در این راستا از جدول مورگان برای تعیین حجم نمونه، ($N=3840$) استفاده شده است. به منظور جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه تعدیل‌یافته و خودساخته محقق استفاده گردید. این پرسشنامه شامل ۱۹ سؤال (گویه) بوده که به بررسی چهار مؤلفه، نیازمندی برای دستاورد، ریسک‌پذیری، تحمل ابهامات و اشتیاق کارآفرینان می‌پردازد. همچنین جهت بررسی پایایی پرسشنامه، از روش آلفای کرونباخ استفاده شده است. تحلیل داده‌های به دست آمده از نمونه‌ها، از آماره‌های توصیفی با استفاده از نرم‌افزار آماری SPSS 18 و روش مدل‌سازی معادلات ساختاری با استفاده از نرم‌افزار لیزرل ۸.۰ انجام شده است. نتایج نشان می‌دهد که نیازمندی برای دستاورد، ریسک‌پذیری و تحمل ابهامات بر اشتیاق کارآفرینان تأثیر معناداری دارد.

واژگان کلیدی: نیازمندی برای دستاورد، ریسک‌پذیری، تحمل ابهامات، کارآفرینان

۱ کارشناسی ارشد مدیریت کارآفرینی کسب و کار جدید، دانشگاه آزاد واحد تهران جنوب
mohsen2241@gmail.com

۲ دکتری مدیریت بازرگانی، دانشیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب

مقدمه

کارآفرینی از آن جمله مفاهیمی است که در صورتی که دولت‌ها نسبت به آن اهتمام ورزند، ره چند صدساله را در دهه‌ای خواهند گذراند. رشد شتابان کارآفرینی در جهان چندی نیست که باعث تحول عظیم در رویدادهای اقتصادی از یک طرف و افزایش شکاف و فاصله میان کشورها شده است و عدم برنامه‌ریزی اجرایی صحیح در این حوزه این فاصله را بیش‌ازپیش افزایش خواهد داد. کارآفرینی بنا به دلایل گوناگون از جمله کمک به توسعه اقتصادی کشورها، ایجاد نوآوری در بازار و ارائه فرصت‌های شغلی جدید به شکل ویژه‌ای مورد توجه سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان قرار گرفته (شان-ونکاتوامنک) است، امروزه اشتیاق کارآفرینی یکی از کلیدهای مورد بحث در توسعه و فعالیت‌های کارآفرینی است، کارآفرین بودن نیازمند تلاش فراوان، دانش بسیار و ظرفیت داشتن و تحمل، بردباری و اشتیاق است، در سال‌های اخیر با توجه به گسترش و توسعه جامعه شهری تعداد مادرانی که مجبور شده‌اند فرزندان خود را به تنهایی و بدون حمایت از همسر و یا خانواده خود نگهداری نمایند رو به افزایش است، بعضی از مادران تنها در جهت تغییر زندگی‌شان و رفاه استقلال بیشتر به کارآفرینی روی آورده‌اند ولی متأسفانه تعداد اندکی از آن‌ها توانسته‌اند تجارت خود را به سرانجام برسانند، با توجه به آمارهای GEM که در سال ۲۰۱۱ شاخص درک فرصت‌های کارآفرینانه در ایران ۳۲٪ بوده است، در حالی که شاخص اشتیاق کارآفرینانه ۲۹/۹ درصد (شکاف ۲ درصدی بین درک و اشتیاق) گزارش شده است. از این رو شناخت نیازمندی‌ها، ریسک‌ها و ابهامات بر اشتیاق کارآفرینی و توسعه کارآفرینی در کشور بسیار اهمیت دارد.

در این تحقیق سعی در بررسی عوامل و ابعاد انگیزشی این مادران در رسیدن به اهدافشان دارد، همچنین در این تحقیق ابعاد انگیزشی که می‌تواند بر بردباری و اشتیاق مادران تنها تأثیر می‌گذارد نیز بحث و پیگیری شده است، با توجه به مقالات مختلف در مورد نیازهای انگیزشی و روانی انسان از تئوری مک‌کلند ۳ و همچنین تئوری اشتیاق کارآفرینی مادران در تحقیق استفاده شده است، این یافته‌ها توسط تحقیق و پرسش از مادران تنها در شهر تهران جمع‌آوری شده است.

پیشینه تحقیق

کارآفرینی را فرایندی می‌داند که در آن بتوان با استفاده از خلاقیت، عضو جدید را همراه با ارزش جدید با استفاده از زمان، منابع، ریسک و به‌کارگیری دیگر عوامل به وجود آورد. چرچیل درباره کارآفرینی با نگاه متفاوتی معتقد است: کارآفرینان باید بر حرکت‌ها و بهبودهای مستمری متمرکز شوند که به صورت مداوم در پی بهره‌برداری از ریسک‌ها و فرصت‌های قابل کنترل باشد. (ناهیدعلی، ۱۳۹۱).

رضائیان کارآفرینی را فراگرد شکار فرصت‌ها به‌وسیله افراد، بدون در نظر گرفتن منابع موجود در اختیار تعریف می‌کند و در اصل بر این مهم استوار است که کارآفرینان به هنگام تصور فرصت‌های جدید، محدودیت‌های منابع جاری را نادیده می‌گیرند. (رضائیان، ۱۳۹۰)

آذری‌نیا در مقاله خود موانع کارآفرینی زنان در خاورمیانه و شمال آفریقا را موانع مالی، قانونی، اجتماعی و ساختاری برای حرکت به سوی کارآفرینی می‌داند. در این منطقه بازارهای مالی و نیز نظام‌های وام‌دهی بانک‌ها جا افتاده و پیشرفته نیستند، به همین دلیل فرصت‌های محدودی برای کارآفرینان به خصوص زنان برای دستیابی به این منابع برای آغاز به کار یا توسعه فعالیت‌های آنان وجود دارد به این ترتیب کسانی که به وام نیاز دارند مجبور هستند از منابع غیررسمی استفاده کنند. همچنین در این منطقه رویه‌های قضایی و حقوقی بسیار پُر افت‌وخیز و پیچیده است، بنابراین در صورت بروز مشکل قانونی وقت و انرژی زیادی برای حل و به نتیجه رسیدن آن باید صرف شود. نبود شفافیت مدیریت در تمام زمینه‌های مالی و عملکردی باعث غیراستاندارد بودن بیشتر فعالیت‌های تجاری شده است. از سوی دیگر ثبت شرکت و دریافت مجوز فعالیت برای کارآفرین‌ها بسیار پرهزینه و وقت‌گیر است. زیرساخت‌های نامناسب نیز موانع دیگر فعالیت مناسب کارآفرینان محسوب می‌شود. نبود الگوی موفق، نفوذ اندک در دستگاه تصمیم‌گیری، جو اجتماعی نامناسب، دسترسی نابرابر در مقایسه با مردان به دولت و نیز تبعیض از دیگر موانع کارآفرینی زنان در این منطقه محسوب می‌شود. دولت‌های این منطقه برای حل این مشکلات برنامه‌هایی را در تمام زمینه‌ها تدوین کرده‌اند، اما روند کند اجرا، برنامه‌ریزی بدون تحقیقات میدانی و دقیق، بوروکراسی و نبود اراده سیاسی از جمله عوامل تداوم وضعیت نامناسب زنان کارآفرین در این منطقه هستند.

(آذری نیا، ۱۳۸۸) وی کارکرد و عمل کارآفرین را شامل هدایت، نظارت، کنترل و مخاطره‌پذیری می‌داند و عامل متمایزکننده مدیر و کارآفرین را مخاطره‌پذیری معرفی می‌کند. (احمدپور داریانی، ۱۳۸۱). بعد از استوارت میل، شومپتر از منظر دیگری به کارآفرینی توجه داشته است. وی به نوآوری و نقش آن در پویایی نظام‌های اقتصادی تأکید می‌کند. (برومند نسب، ۱۳۸۱)

سال ۲۰۰۹ ابزاری برای سنجش کامل اشتیاق کارآفرینانه موجود نبود و محققان و صاحب‌نظران به ابزارهای عمومی و مفهومی اشتیاق تکیه می‌کردند که این ابزارها در ارزیابی این مفهوم و چالش‌های خاص کارآفرینی ناموفق بودند. (کاردون و همکاران، ۲۰۰۹)

متفکر بازرگانی با توجه به نگرش خاص خود به کارآفرینی، عقیده دارد که اقتصاد کشورهایی مانند کره، تایوان و چین، نمونه‌های مشهوری از رشد اقتصادی هستند که از نوآوری‌های کارآفرینانه بهره برده‌اند. همچنین بیان می‌کند که وضعیت خوب و قدرت اقتصادی کنونی آلمان (و شاید ژاپن) ناشی از «انفجار کارآفرینی» بعد از جنگ جهانی دوم است. به گفته وی «کارآفرین شخصی است که توانایی راه‌اندازی یک کسب‌وکار جدید را دارد». بر اساس این تعریف، فعالیت کارآفرینانه در هر قلمرویی از فعالیت‌های انسانی می‌تواند رخ دهد. همچنین «کارآفرین کسی است که یک فرصت را در می‌یابد و برای پیگیری آن فرصت یک سازمان را راه‌اندازی می‌کند. پس فرآیند کارآفرینی تمام وظایف، فعالیت‌ها و عملیاتی را که با درک یک فرصت و ایجاد سازمانی به منظور پیگیری آن فرصت ارتباط می‌یابد، در بر می‌گیرد».

دراکر کارآفرینی را منظری برای تغییر می‌داند؛ یعنی جریانی که همیشه در جستجوی تغییر است، نسبت به آن از خود واکنش نشان می‌دهد و آن را یک فرصت و شانس می‌داند. نکته اول این که او در درجه نخست مدیریت کارآفرینی را پاسخی به الزامات نوآوری و تمایل به تغییر را یک فرصت می‌داند، نه یک تهدید. لذا کارآفرینانی که در رأس کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز قرار دارند، در جستجوی فرصت‌ها هستند و خلاقیت‌ها اغلب ابزاری برای موفقیت آنان تلقی می‌شوند. کارآفرینان به عنصر تغییر به عنوان یک پدیده معمولی می‌نگرند و همیشه در جستجوی تغییر هستند، به آن واکنش نشان می‌دهند و از آن به عنوان یک فرصت، بهره‌برداری می‌کنند. دوم اینکه معتقد است معیارهای سیستماتیک برای ارزیابی عملکرد یک

شرکت به عنوان یک کارآفرین یا نوآور، حیاتی بوده و هدف از آن توسعه عملکرد است و سوم آنکه ساختار سازمانی را مناسب‌ترین گزینه برای ایجاد فضای کارآفرینی می‌داند. دراکر بیان می‌کند که کارآفرینی یک ویژگی ذاتی و غیراکتسابی نیست، بلکه رفتاری است که به تدریج می‌تواند آموخته شود.

کارآفرین اجرایی یا از سازمان خارج شده و سازمان‌های جدیدی را خلق می‌کند و یا اینکه در سازمان موجود، دست به نوآوری می‌زند. گفته‌اند که راه انداختن یک کسب‌وکار جدید می‌تواند یا از طریق شروع به کار یک بنگاه جدید یا در یک بنگاه در حال فعالیت انجام شود. (لامپکین و دس ۱۹۹۶)

در اوایل سده ۱۶ میلادی کسانی را که در کار و مأموریت نظامی بودند کارآفرین می‌خواندند و پس از آن نیز برای مخاطرات دیگر نیز از همین واژه با محدودیت‌هایی مورد استفاده قرار گرفت.

در قرن ۱۷ میلادی، این دوره هم‌زمان با شروع انقلاب صنعتی در اروپا بوده و بعد مخاطره پذیری به کارآفرینی اضافه شد. کارآفرین در این دوره شامل افرادی همانند بازرگانان، صنعتگران و دیگر مالکان خصوصی است.

در قرون ۱۸ و ۱۹ میلادی، در این دوره کارآفرین فردی است که مخاطره می‌کند و سرمایه موردنیاز خود را از طریق وام تأمین می‌کند.

و دهه‌های میانی قرن بیستم میلادی، در این دوره مفهوم نوآوری شامل خلق محصولی جدید، ایجاد نظام توزیع جدید یا ایجاد ساختار سازمانی جدید به عنوان یک جزء اصلی به تعاریف کارآفرینی اضافه شده است. از اواخر دهه‌ی ۱۹۷۰ تاکنون در این دوره هم‌زمان با موج ایجاد کسب‌وکار و روند کارهای کوچک و رشد اقتصادی و نیز مشخص شدن نقش کارآفرینی به عنوان تسریع کننده این سازوکار، توجه زیادی به این مفهوم شد و رویکرد چندجانبه به این موضوع صورت گرفت. تا قبل از این دوره اغلب توجه اقتصاددانان به کارآفرینی معطوف بود، اما در این دوره به تدریج روانشناسان، جامعه شناسان و دانشمندان و محققین علوم مدیریت نیز به ابعاد مختلف کارآفرینی و کارآفرینان توجه نموده‌اند.

کارآفرینی از سوی روانشناسان و جامعه‌شناسان با درک نقش کارآفرینان در اقتصاد و به منظور شناسایی ویژگی‌ها و الگوهای رفتاری آن‌ها با بررسی و تحقیق در خصوص آنان نیز مورد توجه قرار گرفته است. جامعه‌شناسان، کارآفرینی را به عنوان یک پدیده اجتماعی در نظر گرفته و به بررسی رابطه متقابل بین کارآفرینان و سایر قسمت‌ها و گروه‌های جامعه پرداخته‌اند. دانشمندان مدیریت هم به تشریح مدیریت کارآفرینی و ایجاد جوّ و محیط کارآفرینانه در سازمان‌ها پرداخته‌اند.

مفهوم شناسی

مقاله حاضر با جامعه آماری زنان سرپرست خانوار کارآفرین سعی دارد با پژوهشی در این حوزه راهکارهای موجود در بستر تشویق به کارآفرینی برای جامعه هدف را روشن و تبیین سازد. روش جمع‌آوری اطلاعات پرسشنامه است که نتایج آن با استفاده از نرم‌افزار SPSS مورد تحلیل قرار گرفته است. این تحقیق بر اساس سه فرضیه زیر شکل گرفته است:

- فرضیه اول: نیازمندی برای دستاورد بر اشتیاق کارآفرینان تأثیر معناداری دارد.
 - فرضیه دوم: ریسک‌پذیری بر اشتیاق کارآفرینان تأثیر معناداری دارد.
 - فرضیه سوم: تحمل ابهامات بر اشتیاق کارآفرینان تأثیر معناداری دارد.
- بر اساس این فرضیه به بیان تعاریف مفهومی متغیرها می‌پردازیم.

مفهوم نیازمندی بر دستاورد

یک ویژگی که باید توسط یک سیستم توسعه یافته برای حل یک مسئله خاص ارائه شود نیازمندی به‌عنوان یک شرط با خاصیتی تعریف می‌شود که یک سیستم مطابق آن کار کند؛ به عبارت دیگر درباره سیستم پیشنهادی که توافق کلیه ذینفعان بر سر آن اخذ شود و در جهت مشکل کار به اندازه کافی باشد. همچنین به روش‌های ارائه‌ی یک فرآیند پژوهشی یا خروجی آن دستاورد گفته می‌شود. این دستاورد در مفهوم می‌تواند یک دانش جدید یا یک اختراع (دست‌سازه جدید) باشد. دستاورد یک مفهوم است و نه تنها واژه‌ای با تعریفی مکانیکی، دستاورد توسط ویژگی‌ها، همراهی‌ها و جمع شدن‌ها در چندین سطح از شناخت شناسی مشخص می‌شود.

مفهوم ریسک‌پذیری

اصطلاح ریسک‌پذیری (Risk-taking) یکی از اصطلاحات رایج در گفتگوهای روزمره‌ی ماست. در تعریف ریسک گفته‌اند: ریسک حاصل ضرب احتمال وقوع یک حادثه در نتایج و پیامدهای آن برای یک دوره زمانی مشخص است.

هر نوع فعالیتی در فرآیند اجرا با احتمال وقوع حادثه یا مخاطراتی روبرو است که حاصل آن می‌تواند از تحقق صد در صد خواسته مورد انتظار جلوگیری کند. احتمالی که موجب می‌گردد تا بازده موردنظر حاصل نشود را ریسک یا مخاطره می‌نامیم؛ وقتی کاری پرخطر محسوب می‌شود بدین معنا است که بازدهی آن از نوعی عدم اطمینان برخوردار است و به تعبیری رساتر شانس شکست در آن فعالیت اقتصادی به‌اندازه شانس موفقیت حضور دارد. البته ناگفته نماند که همواره یک رابطه مستقیم مثبت بین میزان پذیرش خطر و بازده اقتصادی گزارش شده است.

مفهوم تحمل ابهامات

قدرت تحمل ابهام عبارت است از پذیرفتن عدم قطعیت به‌عنوان بخشی از زندگی، توانایی ادامه‌ی حیات با دانش ناقص درباره‌ی محیط و تمایل به آغاز فعالیتی مستقل بی‌آنکه شخص بدانند آیا موفق خواهد شد یا خیر؟ به نظر می‌رسد که کارآفرینان به مراتب بیش از مدیران شرکت‌ها، قدرت تحمل ابهام را داشته باشند. کارآفرینان بدون اینکه احساس تهدید یا ناراحتی نمایند قادرند به‌طور اثربخش با شرایط و اطلاعات مبهم، ناقص، غیرقطعی، سازمان نیافته و غیر شفاف روبه‌رو شوند و ضمن رفع ابهامات، آن‌ها را به نفع خود تغییر دهند. در واقع ابهام، سبب انگیزش آن‌ها می‌شود. مدیران برای تصمیم‌گیری مناسب نیازمند یک محیط ساختاریافته با فعالیت‌های روشن هستند درحالی‌که کارآفرینان به قطعیت نیاز ندارند. وقتی مدیر در شرایط جدیدی وارد می‌شود ممکن است متغیرها و معیارهای متفاوتی بر او وارد شود و او را شدیداً تحت فشارهای عصبی و روانی قرار دهند و باعث خشم، اضطراب و عصبانیت شوند که مدیران کم تجربه برای رهایی از شرایط موجود اقدام به تصمیم‌گیری‌های عجولانه می‌کنند، چون

شرایط برای آن‌ها ناشناخته و لرزان است و نتایج تصمیمات اخذ شده را نمی‌تواند پاسخگو باشند.

مفهوم اشتیاق

اشتیاق در کتاب قوانین کاریزما، شوق و اشتیاق (Passion) را به عنوان یکی از مؤلفه‌های کلیدی مشترک در افراد کاریزماتیک مورد توجه قرار گرفته. البته مورتسن، برای این انتخاب (خصوصاً قراردادن اشتیاق در صدر فهرست ویژگی‌ها) مطالعه و تحقیق مشخصی را معرفی نمی‌کند. اما می‌کوشد با یک توضیح استدلالی - که قانع‌کننده هم به نظر می‌رسد - به خواننده بگوید که نمی‌توانید فردی کاریزماتیک را ببینید که در زمینه‌ای که جذب و جاذبه دارد، شوق و اشتیاق نداشته باشد. اشتیاق به عنوان میلی قوی به فعالیت‌هایی گفته می‌شود که افراد دوست دارند مهم تلقی نمایند که وجوه اصلی هویت فرد را نمایان می‌سازد.

مفهوم کارآفرینی

کارآفرینی واژه جدیدی است که نمی‌توان از طریق معنی به مفهوم واقعی آن دست یافت. این واژه به جای لغت Entrepreneurship که اصل آن از لغت Entrepreneur به معنی «متعهد شدن» گرفته شده است. مفهوم و واقعیت اصلی هنوز شناخته شده نیست و نمی‌توان تعریف جامعی از آن ارائه کرد؛ اما می‌توان گفت کارآفرینی شکل ویژه‌ای از نوآوری است و از پیاده‌سازی موفقیت‌آمیز ایده‌های خلاق برای ایجاد یک کسب و کار جدید یا یک ابتکار جدید در درون یک کسب به وجود می‌آید.^۱

ارائه نتایج

تجزیه و تحلیل اطلاعات به عنوان مرحله‌ای علمی از پایه‌های اساسی هر پژوهش علمی به شمار می‌رود که به وسیله آن کلیه فعالیت‌های پژوهش تا رسیدن به نتیجه، کنترل و هدایت می‌شوند. در این قسمت از مقاله داده‌های پژوهشی و تجزیه و تحلیل داده‌هایی که به وسیله

^۱ سیدامیری - نادر ۱۳۹۴

پرسشنامه از افراد نمونه گردآوری شده‌اند پرداخته خواهد شد و در نهایت با استفاده از تحلیل‌های انجام شده به نتایج کاربردی خواهیم رسید.

محاسبه پایایی متغیرهای تحقیق

در این تحقیق تعداد ۳۰ تا از پرسش‌نامه‌ها ابتدا توزیع گردید و سپس با استفاده از داده‌های به دست آمده از این پرسش‌نامه‌ها به کمک نرم‌افزار آماری SPSS میزان ضریب اعتماد با روش آلفای کرونباخ محاسبه شد و مقادیرهای حاصل همان‌طور که در جدول زیر آمده است، از عدد ۰/۷ بزرگ‌تر هستند، لذا مشخص می‌گردد که پرسش‌نامه‌های مربوطه از پایایی مطلوب برخوردار می‌باشد.

جدول ۱: آزمون پایایی پرسشنامه

عنوان	سؤالات	ضریب آلفای کرونباخ
نیازمندی برای دستاورد	۶ سؤال	۰,۸۱۶
ریسک‌پذیری	۵ سؤال	۰,۷۹۰
تحمل ابهامات	۴ سؤال	۰,۸۹۵
اشتیاق کارآفرینان	۴ سؤال	۰,۸۴۵
کل	۱۹ سؤال	۰,۸۸۱

محاسبه پایایی

به منظور سنجش روایی روش‌های گوناگونی وجود دارد که در این پژوهش با توجه به اینکه متغیرهای پژوهش از چند بُعد (مؤلفه) تشکیل شده‌اند، از آزمون تحلیل عاملی تأییدی بهره‌گرفته شده است. در انجام تحلیل عاملی باید از این مسئله اطمینان حاصل شود که آیا می‌توان داده‌های موجود را برای تحلیل مورد استفاده قرارداد یا نه؟ به عبارت دیگر؛ آیا داده‌های مورد نظر برای تحلیل عاملی مناسب هستند یا خیر؟ بدین منظور از شاخص KMO و آزمون بار تلت ۱ استفاده گردیده است. بر اساس این دو آزمون، داده‌ها زمانی برای تحلیل عاملی

¹ -Bartlett Test

۱۸/ تأثیر نیازمندی برای دستاوردها، ریسک‌پذیری و تحمل ابهامات بر اشتیاق کارآفرینان

مناسب هستند که شاخص KMO بیشتر از (۰/۶) و نزدیک به یک و sig آزمون بارتلت کمتر از (۰/۰۵) باشد. خروجی این آزمون‌ها برای پرسشنامه در جدول زیر ارائه گردیده است.

جدول ۲: آزمون KMO و بارتلت

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy		.956
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	0/6259.4 42

همچنین به منظور تحلیل ساختار پرسشنامه و کشف عوامل تشکیل‌دهنده هر متغیر از بارهای عاملی استفاده شده است. بارعاملی نشان‌دهنده این موضوع است که چه میزان از واریانس‌های شاخص‌ها توسط متغیر مکنون خود توضیح داده می‌شود. مقدار این شاخص باید از ۰,۴ بزرگ‌تر و در فاصله اطمینان ۹۵٪ معنادار باشد. شاخصی که بار عاملی بیشتری داشته باشد، اهمیت بالاتری در اندازه‌گیری مؤلفه مربوطه دارد.

جدول ۳: متغیرهای اندازه‌گیری شده

عامل	متغیر اندازه‌گیری شده	بار عاملی
نیازمندی برای دستاورد	تعیین هدف	۰,۶۷۴
	رضایت‌مندی	۰,۶۶۲
	آموزش	۰,۷۰۰
	تجهیزات	۰,۷۰۶
	سیستم تشویق	۰,۶۲۰
	نیروی انسانی	۰,۷۶۰
ریسک‌پذیری	برنامه‌ریزی	۰,۶۷۲
	نرخ بهره	۰,۶۲۵
	اهرم‌های مالی	۰,۶۳۲
	میزان سرمایه	۰,۶۳۳
	سودآوری	۰,۶۹۴
تحمل ابهامات	میزان اعتماد	۰,۶۹۱
	انعطاف‌پذیری	۰,۶۴۸
	عامل فردی (شخصیتی)	۰,۷۳۰

انگیزه	۰.۶۵۲
نوآوری	۰.۶۵۹
فرصت‌ها	۰.۶۵۸
اراده شخصی	۰.۶۱۲
الزامات قانونی	۰.۶۲۰

اشتیاق کارآفرینان

بررسی فرضیه‌های تحقیق

- فرضیه اول: نیازمندی برای دستاورد بر اشتیاق کارآفرینان تأثیر معناداری دارد.
 فرضیه دوم: ریسک‌پذیری بر اشتیاق کارآفرینان تأثیر معناداری دارد.
 فرضیه سوم: تحمل ابهامات بر اشتیاق کارآفرینان تأثیر معناداری دارد.

جدول ۴: نتایج فرضیه‌های تحقیق

فرضیه‌ها	آماره تی	ضریب تعیین	ضریب همبستگی	سطح معنی‌داری	مقدار ثابت	B	نتیجه
۱	17.441	.443	.666	.000	.425	.828	تأثیر دارد
۲	23.701	.595	.772	.000	1.018	.737	تأثیر دارد
۳	23.688	.595	.771	.000	.740	.777	تأثیر دارد

بنابراین با توجه به نتایج جدول بالا نیازمندی برای دستاورد، ریسک‌پذیری و تحمل ابهامات بر اشتیاق کارآفرینان تأثیر معناداری دارد. نتایج ذیل که با استناد به مدل معادلات ساختاری به دست آمده است خلاصه‌ای است از نتایج پژوهش در خصوص آزمون فرضیه‌ها.

جدول ۵: نتایج نهایی در خصوص آزمون فرضیه‌ها

نتیجه	P	sig	آماره تی	S.E.	Estimate	نیازمندی برای دستاورد	<---	اشتیاق کارآفرینان
تأیید می‌شود	***	.۰۰۰	4.772	.050	.239	نیازمندی برای دستاورد	<---	اشتیاق کارآفرینان
تأیید می‌شود	***	.۰۰۰	9.485	.049	.462	ریسک‌پذیری	<---	اشتیاق کارآفرینان
تأیید می‌شود	***	.۰۰۰	10.688	.076	.814	تحمل ابهامات	<---	اشتیاق کارآفرینان

در نهایت به‌طور خلاصه می‌توان نتایج به دست آمده از فرضیه‌های پژوهش را این‌گونه بیان کرد که از میان ۳ فرضیه مطرح شده در پژوهش هر ۴۳ فرضیه تأیید شده‌اند. مقدار آماره t فرضیه‌های تأیید شده بزرگ‌تر از ۲,۵۸ و مقدار Sig به دست آمده برای آن‌ها برابر بوده است. در این میان بزرگ‌ترین مقدار آماره t با مقدار ۱۰,۶۸۸ به فرضیه ۳ و کوچک‌ترین مقدار آماره t با مقدار ۴,۷۷۲ به فرضیه یک اختصاص دارد که ابتکار جدید در درون یک کسب به وجود می‌آید.

نتیجه‌گیری

این تحقیق با عنوان «تأثیر نیازمندی برای دستاوردها، ریسک‌پذیری و تحمل ابهامات بر اشتیاق کارآفرینان (مورد کاوی: مادران تنها)» می‌باشد. در مراحل اولیه، ادبیات نظری و مطالعات و تحقیقات انجام‌شده در رابطه با موضوع تحقیق مورد بررسی قرار گرفت و ادبیات تحقیق با استفاده از اطلاعات جمع‌آوری‌شده، نگاشته شد. جامعه آماری این تحقیق حاضر شامل مادران تنها (سرپرست خانوار)، مادران تنهای کارآفرین در شهر تهران که جامعه‌ای نامحدود تلقی می‌شود. نمونه‌گیری در این تحقیق نمونه‌گیری در دسترس می‌باشد و همچنین با استناد به فرمول کوکران، می‌توان عنوان نمود که این نمونه‌گیری شامل ۳۸۴ نفر می‌باشد. در این تحقیق به منظور بررسی اجزای تشکیل‌دهنده ابزار جمع‌آوری، از روش روایی محتوا استفاده شده است.

این تحقیق با عنوان «تأثیر نیازمندی برای دستاوردها، ریسک‌پذیری و تحمل ابهامات بر اشتیاق کارآفرینان (مورد کاوی: مادران تنها)» می‌باشد. در مراحل اولیه، ادبیات نظری و مطالعات و تحقیقات انجام‌شده در رابطه با موضوع تحقیق مورد بررسی قرار گرفت و فصل ادبیات تحقیق با استفاده از اطلاعات جمع‌آوری‌شده، نگاشته شد. جامعه آماری این تحقیق حاضر شامل مادران تنها (سرپرست خانوار)، مادران تنهای کارآفرین در شهر تهران که جامعه‌ای نامحدود تلقی می‌شود. نمونه‌گیری در این تحقیق نمونه‌گیری در دسترس می‌باشد و همچنین با استناد به فرمول کوکران، می‌توان عنوان نمود که این نمونه‌گیری شامل ۳۸۴ نفر می‌باشد. در این تحقیق به منظور بررسی اجزای تشکیل‌دهنده ابزار جمع‌آوری، از روش روایی محتوا استفاده شده است. آنچه در این تحقیق جهت محاسبه پایایی استفاده شد، ضریب

آلفای کرونباخ بود. ضرایب آلفای کرونباخ تمامی متغیرهای پژوهش بیش از ۰/۷۰ بود. در این تحقیق از تکنیک‌های موجود در آمار توصیفی و آمار استنباطی و روش مدل‌یابی معادلات ساختاری جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده گردید. نتایج حاصل به صورت خلاصه در جدول زیر نشان داده شده است:

جدول ۶: نتایج تجزیه و تحلیل داده‌ها

فرضیه	بررسی رابطه	ضریب تأثیر	نتیجه
۱	نیازمندی برای دستاورد بر اشتیاق کارآفرینان تأثیر معناداری دارد	.828	تأثیر دارد
۲	ریسک‌پذیری بر اشتیاق کارآفرینان تأثیر معناداری دارد.	.737	تأثیر دارد
۳	تحمل ابهامات بر اشتیاق کارآفرینان معناداری دارد	.777	تأثیر دارد
اصلی	نیازمندی برای دستاوردها، ریسک‌پذیری و تحمل ابهامات بر اشتیاق کارآفرینان تأثیر معناداری دارد	.210	تأثیر دارد

پیشنهادات کاربردی

پیشنهاد اول

همان‌طور که مشخص گردید یکی از متغیرهای تأثیرگذار بر مؤلفه عامل نیازمندی برای دستاورد است و رضایت‌مندی و تعیین هدف در اشتیاق کارآفرینی مادران تنها اثرگذار بوده اثر و تردید و تعلل در تصمیم‌گیری را کم و زیاد نماید، کارآفرینان با توجه به میزان آموزش، هدف‌هایی تعیین شده، تجهیزات و... سود می‌برند. در اینجا پیشنهاد می‌گردد میزان خدمات‌دهی خود را با توجه به قیمت خدمات تعیین کنند. همچنین پیشنهاد می‌گردد تجهیزات و آموزش‌های خود را برای رسیدن به اهداف به روزتر نمایند. پیشنهاد می‌گردد با استفاده از اهداف قابل دسترس‌تر با توجه به راندمان سال‌های قبل و یا کارهای مشابه در نظر گرفته و سیستم تشویق را در جهت بالاتر بردن اشتیاق کارآفرینی مادران تنها بیشتر در نظر بگیرند.

پیشنهاد دوم

همان‌طور که مشخص گردید یکی از متغیرهایی که بیشترین تأثیرگذار بر مؤلفه عامل ریسک‌پذیری دارد برنامه‌ریزی و سودآوری است که می‌تواند به‌طور محسوس و بسیار جدی بر اشتیاق مادران تنها در کارآفرینی دارد.

ایجاد ارتباط اثربخش بین میزان سرمایه‌گذاری و سوددهی، توسعه و اشتیاق کارآفرینی مادران تنها اثرگذار بوده و به اشتراک‌گذاری دانش و آموزش نیروی انسانی، نرخ بهره و استفاده از اهرم‌های مالی در ترسیم سودآوری و نیل به این هدف بسیار مهم می‌باشد.

پیشنهاد سوم

انعطاف‌پذیری و رشد عوامل شخصیتی از دیگر امتیازاتی است که در جهت رشد و اشتیاق کارآفرینی مادران تنها اثرگذار بوده و باعث توسعه و ماندگاری می‌گردد.

انگیزه و میزان اعتماد جزء مهارت‌های اکتسابی کارآفرینان محسوب می‌شود که مادران تنها با اتخاذ سیاست‌های آموزشی می‌توانند در مرتفع نمودن آن اقدام نمایند و به عنوان یک مزیت رقابتی قوی از آن بهره ببرند.

پیشنهاد چهارم

پیشنهاد می‌گردد جهت افزایش انگیزه و بالا بردن اشتیاق کارآفرینی مادران از فرصت‌ها استفاده بیشتر برده و روی عوامل مؤثر بر رشد شخصیتی بیشتر کار نمود. بالا بردن اشتیاق کارآفرینی با استفاده از نوآوری و استفاده بهینه از فرصت‌ها در جهت کاهش ضررهای احتمالی گام بردارند.

پیشنهاد پنجم

شناسایی الزامات قانونی که برای کارآفرینان به‌صورت اختصاصی برای بانوان ایجاد گردیده جهت انگیزه و توسعه بازار پیشنهاد می‌گردد.

منابع

- اصغریپور، محمدجواد. (۱۳۸۸). تصمیم‌گیری گروهی و نظریه بازی‌ها با نگرش تحقیق در عملیات، چاپ دوم، تهران: انتشارات دانشگاه تهران
- آقای، رضا. آقای، میلاد؛ و آقای، اصغر (۱۳۹۶). بررسی رابطه میان فرسودگی شغلی، رفتار شهروندی سازمانی، جو سازمانی و فرهنگ سازمانی. مدیریت دولتی، ۵ (۴)، ۱۸-۱.
- آقای، میلاد. آقای، اصغر؛ و آقای، رضا (۱۳۹۵). شاخص‌های اساسی مؤثر بر وفاداری مشتریان در صنعت بهداشتی و سلولزی ایران با استفاده از رویکرد دلفی فازی و دیمتل فازی. مدیریت بازرگانی، ۴ (۳)، ۲۰-۱.
- اکبریان، مجتبی؛ و نجفی، اسماعیل (۱۳۹۶). ترسیم نقشه استراتژی در کارت امتیازی متوازن با استفاده از روش دیمتل، مطالعات مدیریت صنعتی، ۳۴، ۱۵۴-۱۳۳.
- ایمنی کاربردی و شاخص‌های عملکرد در صنعت، احسان الله حبیبی، فن‌آوران، ۱۳۹۱
- تاج‌آبادی، رضا؛ مشایخی، کریم؛ مرادی‌نژاد، امیر. (۱۳۸۷). میزان انگیزه و خلاقیت در کارآفرینی دانشجویان دانشگاه علمی- کاربردی و نقش اساتید در ایجاد انگیزه کارآفرینی در دانشجویان. همایش ملی توسعه کارآفرینی در آموزش‌های علمی کاربردی کشاورزی
- تقی پورظهیر، علی؛ امین‌فر، مرتضی؛ باقری، سیفعلی. (۱۳۸۸). بررسی و مقایسه اثربخشی معلمان جذب شده از نهضت سوادآموزی و معلمان جذب شده از آموزش عالی و مراکز تربیت معلم. فصلنامه تحقیقات مدیریت آموزشی. شماره دوم. زمستان ۸۸
- جمالی، غلامرضا؛ و هاشمی، مهدی. (۱۳۹۴). سنجش روابط بین عوامل مؤثر بر ریسک پروژه‌های فناوری اطلاعات در بانک ملت استان بوشهر با استفاده از تکنیک دیمتل فازی. مدیریت فناوری اطلاعات، ۳ (۹)، ۴۰ - ۲۱.
- جمشیدی کهنساری، حمزه و قاسمی، میثم. (۱۳۸۷). کارآفرینی؛ مفاهیم، نقش‌ها و مهارت‌ها. مجله کارآفرینی. انجمن پردیس قم دانشگاه تهران. سال اول.
- حیاتی، زهیر. مظفری، عظیمه. مظفری، افسانه؛ و منوچهری، روح اله (۱۳۹۳). بخش‌بندی مراجعه‌کنندگان کتابخانه‌های عمومی بر مبنای نیازهایشان با استفاده از شبکه عصبی مصنوعی، تحلیل سلسله مراتبی و مدل کانو. تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی، ۲۰ (۳)، ۵۱۳-۵۳۳.
- سعیدی کیا، مهدی. (۱۳۸۹). اصول و مبانی کارآفرینی. نشر کیا. تهران

مرادی، محسن. شفیعی سردشت، مرتضی؛ و رحمانی، حامد (۱۳۹۲). کاربرد روش دیمتل در شناسایی عوامل مؤثر بر تصمیم‌گیری سرمایه‌گذار در خرید سهام (مورد مطالعه: کارگزاران شهر مشهد). بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، ۲ (۲)، ۸۷-۱۰۸.

هوشمندی ماهر، مجید. امیری، مقصود؛ و الفت، لعیا. (۱۳۹۱). مدل ریاضی انتخاب تأمین‌کننده و تخصیص سفارش در زنجیره تأمین با لحاظ عدم اطمینان در متغیرهای طراحی. مدیریت صنعتی، ۶ (۱)، ۱۷۰ - ۱۴۱.

Hornig, J. S., Liu, C. H., Chou, S. F., & Tsai, C. Y. (2013). Creativity as a critical criterion for future restaurant space design: Developing a novel model with DEMATEL application. *International Journal of Hospitality Management*, 33, 96-105.

Hu, B. Q., & Wang, S. (2006). A novel approach in uncertain programming. Part I: New arithmetic and order relations for interval numbers. *Journal of Industrial Management and Optimization*, 2 (4), 351-371.

-Cheng, C. C., Chen, C. T., Hsu, F. S., & Hu, H. Y. (2012). Enhancing service quality improvement strategies of fine-dining restaurants: New insights from integrating a two-phase decision-making model of IPGA and DEMATEL analysis. *International Journal of Hospitality Management*, 31(4), 1155-1166.

-D., & Wang, X. (2012). The multi-attribute grey target decision method for attribute value within three-parameter interval grey number. *Applied Mathematical Modelling*, 36(5), 1957-1963.

-Reyes, F., Cerpa, N., Candia-Véjar, A., & Bardeen, M. (2011). The optimization of success probability for software projects using genetic algorithms. *Journal of Systems and Software*, 84(5), 775-785.

-Desislava, I., Matilda, Y & Ivanova, A. (2011). Gender effects on risk-taking of entrepreneurs: evidence from Bulgaria. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, Vol. 17(Iss: 3), 272 - 295.

-Forlani, D. & Mullins, J. (2011). Perceived risks and choices in entrepreneurs' new venture decisions, *Journal of Business Venturing*, Vol. 15 No. ۴, ۲۲-۳۰.

-Jassbi, J., Mohamadnejad, F., & Nasrollahzadeh, H. (2011). A Fuzzy DEMATEL framework for modeling cause and effect relationships of strategy map. *Expert systems with Applications*, 38(5), 5967-5973.

-Christos, N. & Kleanthis K., (2011). Tolerance of ambiguity and emotional attitudes in a changing business environment, *Journal of Strategy and Management*, Vol. 4 Iss 1, 44 - 61

-Cardon, M. S., Zietsma, C., Saporito, P., Matherne, B., & Davis, C. (2010). A tale of passion: New insights into entrepreneurship from a parenthood metaphor, *Journal of Business Venturing*, 20: 23-45.

--Ho, W., Xu, X., & Dey, P. K. (2010). Multi-criteria decision making approaches for supplier evaluation and selection: A literature review. *European Journal of Operational Research*, 202(1), 16-24.

-Shieh, J. I., Wu, H. H., & Huang, K. K. (2010). A DEMATEL method in identifying key success factors of hospital service quality. *Knowledge-Based Systems*, 23(3), 277-282.

-Lee, Y. C., Li, M. L., Yen, T. M., & Huang, T. H. (2010). Analysis of adopting an integrated decision making trial and evaluation laboratory on a technology acceptance model. *Expert Systems with Applications*, 37(2), 1745-1754.

-Lin, C. L., & Tzeng, G. H. (2010). A value-created system of science (technology) park by using DEMATEL. *Expert Systems with Applications*, 36(6), 9683-9697.

--Cardon, M. S. Wincent, J. Singh, & J. Drnovsek, M. (2009). The Nature and Experience of Entrepreneurial Passion, *Academy Of Management*

-Sengupta, A., & Pal, T. K. (2009). Fuzzy Preference Ordering of Interval Numbers in Decision Problems, *Studies in Fuzziness and Soft Computing*, vol. 238. Springer- Verlag, Berlin, Heidelberg.

