

تاریخ دریافت: ۹۲/۰۶/۰۶

تاریخ پذیرش: ۹۲/۰۷/۲۸

صفحات:

توسعه مؤلفه‌های کارآفرینی کارکنان شهرداری (نمونه موردی: شهرداری منطقه ۷ تهران)

محمود اکرامی^۱

ثنا صفری^۲

مهان قلمکاری^{*۳}

امین زرگر^۴

چکیده

بی‌تردید کارآفرینی، نقشی بسیار کلیدی در اقتصاد شهری و دستیابی به توسعه اقتصادی دارد و از طریق اجرای راهبرد توسعه اقتصادی، شرایط مطلوبی برای مدیریت شهری فراهم می‌شود. به علت تأثیر کارآفرینی و عوامل آن در اقتصاد و مدیریت شهری، هدف پژوهش حاضر، نام‌گذاری عوامل کارآفرینی و استاندارد نمودن این ویژگی‌ها می‌باشد. در تحقیق حاضر، عمده داده‌ها بر اساس مطالعات کتابخانه‌ای و تحقیقات میدانی گردآوری شده‌اند. سپس از پرسشنامه‌ای برای سنجش کارآفرینی استفاده گردید. جامعه آماری این مقاله شامل تمامی کارکنان اعم از مدیران، کارشناسان ارشد و کارشناسان در شهرداری منطقه ۷ تهران می‌باشد که تعداد آنها ۴۲۰ نفر است و ۲۰۱ نفر از آنها با روش نمونه‌برداری تصادفی طبقه‌ای انتخاب شدند. این پرسشنامه محقق‌ساخته از ۷۵ ماده مربوط به کارآفرینی تهیه گردید. نتایج به دست آمده نشان داد که عوامل خلاقیت، استقلال، نفوذ، بیرونی بودن، استعداد تجاری‌سازی، انعطاف‌پذیری، توفیق‌طلبی و یادگیری، به عنوان عوامل مؤثر بر کارآفرینی می‌باشند. همچنین روایی و اعتبار مقیاس کارآفرینی، بسیار بالا بوده و از این آزمون برای سنجش کارآفرینی کارکنان در سازمان‌های دیگر نیز می‌توان استفاده کرد.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی، اقتصاد شهری، مدیریت شهری، ارزش ویژه

طبقه‌بندی JEL: R58, M14, R51, M13

۱- دانشیار مدیریت آموزشی، گروه علوم تربیتی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه پیام نور تهران، تهران، ایران

۲- استادیار برنامه‌ریزی آموزشی، گروه علوم تربیتی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه پیام نور تهران، تهران، ایران

*۳- کارشناسی ارشد مدیریت آموزشی، گروه علوم تربیتی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه پیام نور تهران، تهران، ایران، مسئول مکاتبات:

mahan198867@yahoo.com

۴- کارشناسی ارشد مدیریت MBA، گروه مدیریت، دانشکده مدیریت، دانشگاه World Wide Science مالی، اصفهان، ایران

۱- مقدمه

کارآفرینی، مفهومی است که همواره با بشر بوده و به عنوان یک پدیده نوین، تأثیر بسزایی در توسعه و پیشرفت اقتصادی کشورها داشته است؛ به طوری که در اقتصاد رقابتی و مبتنی بر بازار امروزه، دارای نقش کلیدی بوده و ضامن حیات و بقای کشورها کارآفرینی می‌باشد. افراد کارآفرین به عنوان سرمایه‌های عظیم انسانی، منشأ و موجد تأثیرات حیاتی به شمار می‌روند و در روند پیشرفت جامعه و توسعه کشور، مؤثرند. کارآفرینی، مفهومی عینی و عملی دارد که همزمان با آغاز زندگی انسان بر روی زمین و تلاش برای کسب درآمد، پا به عرصه وجود گذاشته است (سعیدی مهرآباد، مهتدی، ۱۳۸۷).

واژه کارآفرینی به طور گسترده در مکالمات روزمره و به عنوان یک لغت فنی در مدیریت و اقتصاد، مورد استفاده قرار می‌گیرد. این لغت در ابتدا در قرن ۱۷، در کشور فرانسه مطرح گردید که در آن زمان، کارآفرین فردی بود که سفارش‌های پروژه‌های تجاری را عهده‌دار می‌شد (Wickham, 2000).

در سال‌های اخیر، کارآفرینی به عنوان راهکاری که مورد اقبال عموم می‌باشد، در جهت بهبود وضعیت اقتصادی و اجتماعی مطرح شده است. با این حال همه سازمان‌ها برای بقا، نیازمند اندیشه‌های نو و نظرات بدیع و تازه‌اند؛ زیرا افکار و نظرات جدید، همچون روحی در کالبد سازمان دمیده می‌شوند و آن را از نیستی و فنا نجات می‌دهند. در عصر حاضر برای بقا و پیشرفت و حتی حفظ وضع موجود، باید جریان نوجویی و نوآوری را در سازمان تداوم بخشید تا از رکود و نابودی آن جلوگیری شود (الوانی، ۱۳۸۵).

کارآفرینان تنها به ایجاد فرصت‌های شغلی جدید نمی‌پردازند بلکه با ساختار، تفکر، تحرک و فرهنگ، دست به تخریب خلاق می‌زنند تا از دل ویرانه‌های کهن، بنای رفیع آبادانی و پیشرفت را برافرازند. در راستای توسعه اقتصادی کشورها، مدیریت

شهری نقش مهمی را ایفا می‌کند. مدیریت شهری به زبان ساده، اجرای فنون و اصول مدیریت در کالبد و اجتماع شهر می‌باشد. شهر به عنوان پیچیده‌ترین مصنوع بشر، نیازمند مدیریتی با ادراک پیچیدگی‌ها است. بنابراین، شهرها به جای این که مکان‌هایی بی‌ثمر برای سرمایه‌گذاری اقتصادی یا تراکم کارگران بیکار با انبوه مشکلات اقتصادی، اجتماعی و محیط زیستی باشند، باید به مراکز رشد و پویایی اقتصادی و اجتماعی، در چارچوب توسعه ملی، تبدیل شوند. در واقع می‌توان گفت شهرها نه تنها باید آفرینش‌گر فرصت‌هایی ارزنده برای کارآفرینی و اشتغال‌زایی جمعیت ساکن در آن باشند، بلکه باید برای جمعیت تمامی کشور، فرصت‌هایی ایجاد کنند (حسنی مقدم و همکاران، ۱۳۹۱).

در کشورهای در حال توسعه، اغلب، کمبود سرمایه و نیروی کار، مانع اصلی در توسعه اقتصادی محسوب نمی‌شود بلکه، کمبود برنامه‌های کارآفرینی پویا مشکل اصلی می‌باشد (United Nation Organization, 1999).

نقش کارآفرینی در توسعه اقتصادی، منحصر به افزایش بازده و درآمد سرانه نیست، بلکه شامل پایه‌گذاری و آغاز اعمال تغییرات ساختاری در فعالیت اقتصادی و اجتماعی می‌باشد. به همین دلیل امروزه نقش کارآفرینی در توسعه اقتصادی کشورها آن قدر کلیدی است که از آن به عنوان موتور توسعه اقتصادی نام برده می‌شود (احمدیان راد، ۱۳۸۹).

درگیر شدن کارکنان با فعالیت‌های کارآفرینی، سبب ظرفیت‌سازی برای خدمت‌رسانی به شهر خواهد شد. شناسایی عوامل مؤثر در گسترش و توسعه کارآفرینی می‌تواند به مدیریت شهری در فراهم‌سازی بسترهای ممکن کمک کند تا هم شهروندان و هم مدیریت شهری، از این توسعه منتفع شوند (خواججه‌نیا، ۱۳۸۹).

مطالعات نشان می‌دهد اقدامات کارآفرینانه در محیط شهری می‌تواند در بهبود عملکرد شهری مؤثر باشند؛ بنابراین همواره مورد توجه مدیران شهری

قابل اعتماد^۷، پذیرای ایده‌های جدید^۸، تشخیص‌دهنده و دارای مهارت‌های ارتباطی خوب^۹، به دنبال اطلاعات^{۱۰}، مشتاق یادگیری^{۱۱}، هماهنگ‌کننده فرصت‌ها^{۱۲}، پذیرش تغییر^{۱۳}، تعهد به دیگران^{۱۴}، آسایش همراه قدرت^{۱۵}.

هاشمی (۱۳۸۲) در کتاب خود با عنوان «مجموعه مقالات کارآفرینی و فناوری‌های پیشرفته» مجموعه‌ای از مقالات مطرح شده در همایش «کارآفرینی و فناوری‌های پیشرفته» را در دسترس علاقمندان قرار داده است. در مجموع، تعداد ۱۶ مقاله در خصوص موضوعات کارآفرینی، نوآوری و فناوری‌های پیشرفته، در این کتاب ارائه شده است که هر یک ضمن بررسی موضوع، به رایاه راهکارهایی جهت رفع موانع احتمالی می‌پردازند.

احمدپور داریانی (۱۳۸۳)، ویژگی‌های کارآفرینان را ایده، نوآوری و خلاقیت، توفیق‌طلبی، خودباوری (اعتماد به نفس)، ریسک‌پذیری (مخاطره‌پذیری)، تجربه، تلاش و شکست‌پذیری بیان داشته است.

کلارک^{۱۶} (۲۰۱۱) در مورد مزایا و معایب کارآفرینی که ویژگی‌های کارآفرین را شامل می‌شود، مزایای کارآفرینی را چنین برشمرده است:

■ شور و هیجان: کارآفرین برای برنامه‌ریزی، توسعه و عینیت بخشیدن به ایده خود دارای هیجان است؛ زیرا کلیه امور، ریسک‌پذیر بوده و باید مورد محاسبه قرار گیرند.

■ حقوق بالقوه: کارکنان اغلب احساس می‌کنند حقوق و پاداش دریافتی، متناسب با کاری که انجام می‌دهند، نمی‌باشد ولی کارآفرینان، کسب حقوق را متناسب با تلاش خود می‌دانند.

■ انعطاف: کنترل داشتن بر برنامه‌های کاری و

بوده‌اند و امروزه مدیریت شهری در شهرهای کلان با برنامه‌ریزی سیستماتیک سعی می‌کند تا با فراهم آوردن بستر مناسب برای کارآفرینان شهری موجب رشد و توسعه اقتصادی شهر شود؛ زیرا هزینه کردن برای آماده‌سازی این بستر، نوعی سرمایه‌گذاری است که سود نهایی و ارزش افزوده آن در انتها به خود شهر و مجموعه تزریق می‌شود.

شهرداری‌ها در اقصی نقاط جهان، فعالیت خود را در شرایط تغییرات روزافزون، پیچیدگی و تناقضات انجام می‌دهند. وظایف آنها به طور فزاینده‌ای، توسعه‌یافته و این نهادهای عمومی، مأموریت‌های هرچه بیشتری را در عرصه مدیریت شهری برعهده گرفته‌اند، اما واقعیت این است که در سازمان‌هایی مانند شهرداری‌ها شرایط لازم برای رشد و توسعه کارآفرینی وجود ندارد؛ به همین منظور باید میزان و عوامل کارآفرینی در این سازمان، تعیین و بررسی شوند. بنابراین پژوهش حاضر بر آن است که عوامل کارآفرینی را از طریق تحلیل عاملی، مشخص کند؛ لذا این موضوع در شهرداری منطقه ۷ مورد بررسی قرار گرفته است.

۲- پیشینه پژوهش

مردیث^۱ (۱۹۹۸) در اولین بخش کتاب خود «کارآفرینی» که اولین کتاب منتشر شده در این موضوع می‌باشد، ویژگی‌های کارآفرین‌ها را بر شمرده و سپس در مورد برنامه‌ریزی و نظارت مالی کارآفرینی سخن می‌گوید و در پایان، منابعی که یک کارآفرین باید از آنها استفاده کند را ذکر کرده است (مردیث، ۱۳۷۱).

ویکهام^۲ (۲۰۰۰) کارآفرین موفق را دارای خصوصیات و ویژگی‌هایی می‌داند؛ از جمله: سخت‌کوش^۳، پیشگام^۴، هدف‌گذاری شخصی^۵، متهور و انعطاف‌پذیر^۶،

7- Confidence

8- Receptiveness to New Ideas

9- Assertiveness

10- Information Seeking

11- Eager to Learn

12- Attuned to Opportunity

13- Receptive to Change

14- Commitment to Others

15- Comfort with Power

16- Clark

1- Meredith

2- Wickham

3- Hard Work

4- Self-Starting

5- Setting of Personal Goals

6- Resilience

می‌باشد. در مدل ارائه شده، ابعاد استراتژیک مدیریت کارآفرینی و گرایش به کارآفرینی، به عنوان دو بازوی اصلی کارآفرینی شرکتی، مورد مطالعه قرار گرفتند و در نهایت، مدل مفهومی ارائه شده، در فضای تفکر استراتژیک که خود نیز در بستر تعامل با محیط و یادگیری از محیط، معنا خواهد یافت، تبیین گردید.

اکبری لنگوری (۱۳۹۱) در مقاله خود با عنوان «بررسی نقش کارآفرینی بر توسعه پایدار اقتصادی: نمونه موردی کارگاه‌های زودبازده شهر بابل» به بررسی نقش کارآفرینی در توسعه پایدار اقتصادی پرداخته و آثاری که کارآفرینی بر توسعه اقتصادی شهر دارد را بیان کرده است. جامعه آماری این پژوهش شامل کارآفرینان بابل می‌باشد که نمونه بر اساس جدول کرجسی و مورگان^۱ ۲۱۲ نفر محاسبه شد و به روش تصادفی ساده نمونه‌گیری شدند. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات، از روش توصیفی - تحلیلی استفاده شده است. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که با ایجاد انگیزه، فرهنگ‌سازی و ... می‌توان در جهت توسعه پایدار اقتصادی از طریق کارآفرینی، گام‌های اساسی برداشت.

۳- مبانی نظری تحقیق

معادل واژه کارآفرینی در فرانسه *Entrepreneur* به معنای «متعهد شدن» می‌باشد. بنابر تعریف واژه‌نامه دانشگاهی وبستر^۲، کارآفرین، کسی است که متعهد می‌شود مخاطره‌های یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی، اداره و تقبل کند. اقتصاددانان، نخستین کسانی بودند که در نظریه‌های اقتصادی خود به تشریح کارآفرین و کارآفرینی پرداختند. موضوع کارآفرینی در طول زمان همراه با تحول شیوه‌های تولید و ارزش‌های اجتماعی، دچار دگرگونی فراوان و افزایش مفاهیم در برگیرنده آن شده است. بررسی این تحولات و موارد کاربرد این واژه می‌تواند تا حد زیادی در راستای توسعه نظریه کارآفرینی

تعهد آنها قابل تحسین است. آنها حتی در زمان بیکاری و مرخصی که با خانواده خود سپری می‌کنند بر برنامه کاری خود کنترل دارند.

■ استقلال: افرادی که به مواردی که سایرین پاسخگو نیستند، علاقمند می‌باشند می‌توانند کارآفرینانی موفق باشند؛ زیرا حتی تحت فشار نیز می‌توانند تصمیم‌گیری نمایند.

کلارک معایب کارآفرینی را نیز به این صورت شرح می‌دهد:

■ نداشتن حقوق منظم (قانونمند): در ماه‌های اولیه شروع یک کسب و کار جدید امکان حقوق‌دهی منظم را ندارند.

■ برنامه کاری: کارآفرینان، کارهای بلندمدت را نیز با اطمینان، زمان‌بندی می‌نمایند. در مقابل، کارکنان منظم و قانون‌مند اغلب نگرانی زیاد در مورد موقعیت کاری را دوست ندارند و کارآفرینان باید آنها را مطمئن سازند که همه چیز بهتر خواهد شد.

■ اداره: چون کارآفرینان، صاحبان کار هستند تصمیمات مهم باید توسط آنها اتخاذ گردد. بار مسئولیت و پاسخگویی، سنگین است؛ زیرا هر تصمیمی می‌تواند آینده کسب و کار را تغییر دهد؛ لذا دوری از خطاهای زیان‌آور، ضروری است.

حسینی مقدم و همکاران (۱۳۹۱) در مقاله خود به بررسی گسترش و توسعه کارآفرینی در بستر مدیریت شهری می‌پردازد. با توجه به مسئولیت مدیریت شهری در فراهم کردن منابع، ایجاد انگیزه در شهروندان و بسترسازی برای کارآفرینی؛ در این مقاله به دو بعد مهم کارآفرینی، یعنی گرایش به کارآفرینی و مدیریت کارآفرینی پرداخته شده است. مطالعات نشان می‌دهد اقدامات کارآفرینانه در محیط شهری می‌توانند در بهبود عملکرد شهری مؤثر باشند؛ بنابراین همواره مورد توجه مدیران شهری بوده‌اند. بر این اساس، هدف اصلی این مقاله، ارائه مدلی مفهومی از رابطه بین کارآفرینی شرکتی و عملکرد در بستر مدیریت استراتژیک شهری

1- Krejcie and Morgan

2- Webster

مک کله‌لند^۳، روانشناس اجتماعی معاصر، نظریه نیاز به موفقیت را برای اولین بار در مباحث اجتماعی مطرح کرد. وی معتقد بود جوامعی که علاقه‌مند به کسب موفقیت در سطح پایین هستند، نرخ سرمایه‌گذاری و خطرپذیری در آنها پایین است و به تبع آن توسعه‌نیافته هستند و در جوامعی که نیاز به موفقیت، بالا است، نرخ سرمایه‌گذاری و خطرپذیری نیز بالاست. در این جوامع، افرادی پیدا می‌شوند که کسب و کار جدیدی راه‌اندازی می‌کنند، شرکت یا واحد اقتصادی را سازماندهی می‌کنند و ظرفیت تولیدی و بهره‌وری آن واحد را افزایش و بهبود می‌بخشند. مک کله‌لند چنین افرادی را کارآفرین می‌نامد و عواملی نظیر شیوه جامعه‌پذیری، شیوه‌های تربیتی والدین، طبقه اجتماعی والدین، ایدئولوژی حاکم، مذهب و تحرک اجتماعی را عوامل مؤثر بر توسعه فرهنگ کارآفرینی می‌داند. در امر کارآفرینی، توجه ویژه‌ای به فرهنگ شده و مناسب‌ترین نوع جامعه‌پذیری را، تقویت استقلال فردی و ایجاد اعتماد به نفس می‌داند که موجب کارآفرینی می‌شود. کارآفرینی در هر دوره‌ای از تاریخ به مقتضای شرایط، تعریف تازه‌ای یافته است (پرداختچی، شفیع‌زاده، ۱۳۸۵).

شومپتر^۴ (۱۹۳۴) کارآفرینی را موتور محرکه توسعه اقتصادی می‌داند و از آن تحت عنوان تخریب خلاق یاد می‌کند. این بدان معنی است که کارآفرینی، تعادل ایستا را در اقتصاد تخریب می‌کند و تعادل و پویایی را ایجاد می‌نماید. وی مفهوم توسعه اقتصادی را شامل: ابداع یک محصول جدید، ابداع روش جدید تولید، گشایش بازار جدید، گشایش منبع جدید مواد خام و اداره کردن سازمان جدید یک صنعت می‌داند (احمدپور داریانی، ۱۳۸۰).

مک کله لند (۱۹۹۱) نیاز به موفقیت را یک عامل بالقوه در کارآفرینی مطرح کرد. نیاز به موفقیت، نوع خاصی از

و شناخت جوانب مجهول آن، امری مفید به شمار رود (احمدپور داریانی، ۱۳۸۳).

ریچارد کانتیلون^۱ (۱۷۳۰) یکی از نخستین نظریه‌ها را در مورد کارآفرینی عرضه کرد و به همین دلیل برخی او را بنیان‌گذار این واژه می‌دانند. او کارآفرین را فردی می‌دانست که اهل ریسک باشد و بنا به مشاهداتش، ریسک شامل حال بازرگانان، کشاورزان، صنعت‌گران و سایر مالکان می‌شد که به قیمت معلوم می‌خریدند و به قیمت نامعلوم می‌فروختند و از این رو در معرض خطر بودند (عابدی، ۱۳۸۴).

این نوع تعریف موجب گردیده که معنی ایجاد کار یا اشتغال‌زایی، از این واژه برداشت شود؛ در حالی که کارآفرینی دارای مفهومی وسیع‌تر و با ارزش‌تر از اشتغال‌زایی است. این برداشت ناصحیح از این مفهوم و همچنین تورم نیروی انسانی بیکار در جامعه (به ویژه در بین دانش‌آموختگان دانشگاهی)، موجب شده در بسیاری از سیاست‌هایی که برای توسعه آن اتخاذ شده و نیز در بخشنامه‌ها و سخنرانی‌های مسئولان در این خصوص، صرفاً جنبه اشتغال‌زایی برای آن در نظر گرفته شود. در حالی که کارآفرینی، دارای پیامدهای مثبت و مهم دیگری همانند: بارور شدن خلاقیت‌ها، ترغیب به نوآوری و توسعه آن، افزایش اعتماد به نفس، ایجاد و توسعه تکنولوژی، تولید ثروت در جامعه و افزایش رفاه عمومی است و در صورتی که فقط به جنبه اشتغال‌زایی آن توجه شود، از سایر پیامدهای آن بی‌بهره خواهیم ماند.

ماکس وبر^۲، جامعه‌شناس آلمانی، در تبیین چگونگی شکل‌گیری تمدن نوین صنعتی و سرمایه‌داری در مغرب‌زمین به مفهومی اشاره می‌کند که این مفهوم به زبان امروزی، همان فرهنگ کارآفرینی است. وبر، توسعه فرهنگ کارآفرینی را متأثر از چهار عامل تشویق به کار برای سعادت، خطرپذیری برای تغییر سرنوشت، برنامه‌ریزی برای آینده و صرفه‌جویی می‌داند (Haug, Parady, 1999).

3- McClelland
4- Schumpeter

1- Cantillon
2- Max Weber

نوآوری (۵) روحیه شکست‌ناپذیری (۶) مرکز کنترل درونی (۷) نیاز به استقلال.

برنز^۳ (۲۰۰۱) معتقد است که هفت ویژگی اصلی کارآفرینان عبارتند از:

(۱) فرصت‌طلبی و بهره‌برداری از تغییر برای کسب سود
(۲) نوآوری و استفاده از آن به عنوان ابزار اولیه برای ایجاد و بهره‌برداری از فرصت‌ها (۳) اعتماد به نفس (۴) قاطعیت و فعالیت زیاد همراه با سطح بالای انرژی (۵) خودانگیختگی (۶) دوراندیشی و قوه تشخیص (۷) تمایل به پذیرش ریسک‌های بالا و زندگی با میزان زیادی از عدم قطعیت.

همچنین توماس^۴ (۲۰۰۴) ده ویژگی اصلی کارآفرینان را در قرن ۲۱ مطرح کرده است که عبارتند از: (۱) شناسایی و استفاده از فرصت‌های سودآور (۲) کاردانی و تدبیر (۳) خلاقیت (۴) دورنمای (۵) تفکر مستقل (۶) سخت‌کوشی (۷) خوش‌بینی (۸) نوآوری (۹) ریسک‌پذیری (۱۰) رهبری (احمدپور، مقیمی، ۱۳۸۵).

چنان‌که در این نمونه‌ها به خوبی مشخص است نوعی از پراکنندگی بر دیدگاه‌های ویژگی‌محور در این زمینه حاکم می‌باشد. در پژوهشی که توسط کارلند^۵ و همکاران (۱۹۸۴) انجام شد، آنها به جمع‌آوری کلیه ویژگی‌های مورد بررسی از بدو امر تا سال ۱۹۸۴ پرداختند که در جدول (۱) به برخی از آنان پرداخته شده است.

انگیزه است که شامل یک احساس درونی و قوی نسبت به موفقیت می‌باشد. از نظر او کارآفرینان دارای سه شاخص هستند: فعالیت زیاد، جهت‌گیری نسبت به موفقیت و تعهد نسبت به دیگران (پرداختچی، شفیع‌زاده، ۱۳۸۵).

دراکر^۱ (۱۹۸۵) کارآفرینی را بهره‌برداری از فرصت‌ها برای ایجاد تغییر، تعریف می‌کند و کارآفرین از نظر او کسی است که همواره به دنبال تغییر، پاسخ دادن به آن و بهره‌برداری از آن به عنوان یک فرصت می‌باشد (مقیمی، ۱۳۸۳). وی معتقد است که کارآفرین کسی است که فعالیت اقتصادی کوچک و جدیدی را با سرمایه خود شروع می‌کند و بیان داشته است که کارآفرینی یک رفتار است، نه یک صفت خاص در شخصیت افراد (احمدپور داریانی، ۱۳۸۰).

ویژگی‌های کارآفرینان

احمدپور داریانی (۱۳۸۳) مهمترین ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان را بیان داشت: (۱) توفیق‌طلبی (۲) مرکز کنترل درونی (۳) ریسک‌پذیری (۴) نیاز به استقلال (۵) خلاقیت (۶) تحمل ابهام.

گراس^۲ نیز ده ویژگی را برای کارآفرینان ذکر کرده است که عبارتند از: (۱) بهداشت جسمانی خوب (۲) توانایی ادراکی عالی (۳) اعتماد به نفس (۴) انگیزه و اراده قوی (۵) نیاز اساسی به کنترل و جهت‌دهی (۶) ریسک‌پذیری متوسط (۷) تفکر باز و کلی (۸) واقع‌گرایی زیاد (۹) مهارت‌های بین فردی متوسط و (۱۰) تعادل عاطفی مؤثر.

احمدپور و مقیمی (۱۳۸۵) پس از بررسی و تجزیه و تحلیل‌های مبتنی بر پژوهش‌های خود، مهمترین ویژگی‌ها را برای کارآفرینان، به صورت زیر جمع‌بندی کرده‌اند:

(۱) وضعیت ذهنی مثبت (۲) نیاز به موفقیت (۳) تمایل به ریسک و مخاطره (۴) گرایش به خلاقیت و

3- Burns
4- Thomas
5- Carland

1- Drucker
2- Gras

جدول ۱- ویژگی‌های کارآفرینان از دیدگاه صاحب‌نظران مختلف

ردیف	سال	نام صاحب‌نظر	ویژگی‌های کارآفرینان
۱	۱۹۱۷	وبر ^۱	منبع اختیارات رسمی
۲	۱۹۵۴	ساتون ^۲	تمایل به مسئولیت‌پذیری
۳	۱۹۵۹	هارتمن ^۳	منبع اختیارات رسمی
۴	۱۹۶۳	دیویدز ^۴	آرزومند، استقلال طلب، مسئولیت‌پذیر، اعتماد به نفس
۵	۱۹۶۵	لتزینگر ^۵	مخاطره‌پذیر، مستقل، سرشناس، نوع دوست، رهبر
۶	۱۹۶۵	شراگ ^۶	واقع‌گرایی، انگیزش به قدرت، سرشناسی، نوع دوستی، عملکرد ضعیف در شرایط بحران
۷	۱۹۷۱	پالمر ^۷	سنجش مخاطره
۸	۱۹۷۳	وینتر ^۸	نیاز به قدرت
۹	۱۹۷۴	لایلز ^۹	نیاز به توفیق
۱۰	۱۹۷۷	گاسه ^{۱۰}	گرایش به ارزش‌های شخصی
۱۱	۱۹۸۱	ولش و وایت ^{۱۱}	نیاز به کنترل، مسئولیت‌پذیری، اعتماد به نفس / انگیزه تهاجم، خواهان مخاطرات متعادل
۱۲	۱۹۸۲	دانکل برگ و کوپر ^{۱۲}	رشدگرا، استقلال طلب، مهارت طلب
۱۳	۱۹۸۲	ولش و پانگ ^{۱۳}	مرکز کنترل درونی، آزادی برای نوآوری، عزت نفس

منبع: (حسینی فرد، آهنگریور، ۱۳۸۷)

در پژوهشی دیگر، بلیکمن^{۱۴} و همکاران (۱۹۹۵) جمع‌بندی دیدگاه صاحب‌نظران مختلف کارآفرینی در دست به پالایش و تلخیص آرای صاحب‌نظران زده‌اند، علی‌رغم پراکندگی موجود در این نظریات، نقاط مشترک عمده‌ای نیز در آنها دیده می‌شود. جدول (۲) شامل

جدول ۲- ویژگی‌های کارآفرینان

ردیف	سال	نام صاحب‌نظر	ویژگی‌های کارآفرینان
۱	۱۸۴۸	میل ^{۱۵}	پذیرش ریسک‌های حساب شده
۲	۱۹۳۴	شومپتر	خلاقیت و نوآوری
۳	۱۹۶۱	مک کله لند	نیاز به موفقیت و ریسک‌های حساب شده
۴	۱۹۶۴	پیکل ^{۱۶}	تعهد، اراده و پشتکار
۵	۱۹۷۱	کیبی ^{۱۷}	پذیرش ریسک‌های حساب شده
۶	۱۹۷۱	آبود و هورنادی ^{۱۸}	نیاز به موفقیت، خلاقیت و نوآوری، تمایل به استقلال
۷	۱۹۷۴	برلند ^{۱۹}	پایداری در حل مشکلات، جست و جوی بازخورد، مرکز کنترل درونی
۸	۱۹۸۰	هال ^{۲۰}	نیاز به موفقیت
۹	۱۹۸۰	سکستون ^{۲۱}	تحمل شکست، انرژی بالا، ریسک‌پذیری
۱۰	۱۹۸۲	بروکهایس ^{۲۲}	ریسک‌پذیری، پایداری در حل مشکلات، جست و جوی بازخورد، مرکز کنترل درونی
۱۱	۱۹۸۴	دیزورابینسون ^{۲۳}	تمایل به برنامه‌ریزی
۱۲	۱۹۸۵	تیمونز ^{۲۴}	پذیرش ریسک‌های حساب شده، دورنماسازی، مرکز کنترل درونی
۱۳	۱۹۸۶	بوید ^{۲۵}	نیاز به موفقیت
۱۴	۱۹۸۷	ویلیامز ^{۲۶}	تمایل به برنامه‌ریزی، تحمل ابهام، جست و جوی باز خورد، مرکز کنترل درونی، ریسک‌پذیری
۱۵	۱۹۹۵	کرتکو ^{۲۷}	دورنماسازی، قابل اعتماد بودن، اعتماد به نفس، تحمل ابهام و تیم سازی

منبع: (حسینی فرد، آهنگریور، ۱۳۸۷)

1- Weber
2- Sutton
3- Hartman
4- Davids
5- Litzinger
6- Schrage
7- Palmer

8- Winter
9- Liles
10- Gasse
11- Welsh and White
12- Dunkelberg and Cooper
13- Welsch and Young
14- Blickman

15- Mill
16- Pickle
17- Kiby
18- Aboud and Hornaday
19- Borland
20- Hull
21- Sexton

22- Brockhaus
23- Dess and Robinson
24- Timmons
25- Boyde
26- Williams
27- Kuratko

۴- روش تحقیق

به منظور پاسخ به این پرسش که آیا پرسشنامه کارآفرینی، از یک عامل کلی اشباع شده است یا نه، از روش تحلیل مؤلفه‌های اصلی^۱ استفاده شده است. در این پژوهش در هر یک از خانه‌های قطری، عدد ۱ قرار داده می‌شود که هم میزان اشتراک؛ یعنی مجموع واریانس مشترک بین متغیرها و هم واریانس اختصاصی و واریانس خطا به دست آید. بنابراین این روش برای جستجوی عامل‌هایی است که کل واریانس متغیرها را تبیین می‌کند. تکنیک تحلیل مؤلفه‌های اصلی، مجموعه‌ای از متغیرهای همبسته را به مجموعه‌ای از متغیرهای ناهمبسته (یعنی مؤلفه‌های اصلی) منتقل می‌کند. به منظور تشخیص عوامل و تعیین ساختار ساده، از روش چرخش واریماکس^۲ استفاده شده است. این روش، عامل‌ها را تبیین می‌نماید؛ یعنی عامل‌هایی تولید می‌کند که با مجموعه کوچکتری از متغیرها دارای همبستگی قوی باشند و با مجموعه دیگری از متغیرها دارای همبستگی ناچیز باشند. این روش، ستون‌های ماتریس عاملی را ساده می‌سازد و در آن، فرایند ساده‌سازی، معادل با بیشینه ساختن واریانس مجذور بارهای عاملی هر ستون است.

با فرض استقلال عامل‌ها، از روش چرخش متعامد^۳ استفاده شده است. اگر پژوهشگر علاقه بیشتری به تعمیم‌پذیری نتایج داشته باشد باید چرخش را به کار برد. نتایج چرخش متعامد به احتمال زیادتری در مطالعات آینده، تجدید و تکرار می‌شود. در تجزیه و تحلیل داده‌ها، یکی از نخستین برون‌داده‌ها، ماتریس همبستگی بین سؤال‌ها می‌باشد. پیش از اجرای تحلیل عاملی، لازم است دو موضوع مورد مطالعه قرار گیرد:

۱) کفایت نمونه‌برداری (۲) اطمینان از این مطلب که ماتریس زیربنای تحلیل عاملی در جامعه، برابر با صفر نیست.

مقدار شاخص کفایت نمونه‌برداری (KMO)^۴،

شاخصی است که مقادیر همبستگی مشاهده شده را با مقادیر همبستگی جزئی، مقایسه می‌کند. مقدار شاخص کفایت نمونه‌برداری در پرسشنامه کارآفرینی ۰/۷۹۱ است که نشانگر کفایت نمونه‌برداری در پژوهش حاضر می‌باشد. به منظور اثبات این مطلب که آیا ماتریس همبستگی داده‌ها در جامعه، صفر نیست، از آزمون کرویت-بارتلت^۵ استفاده شده است. مقصود از اجرای این آزمون، رد فرضیه صفر مبتنی بر درست بودن ماتریس همانی در جامعه است. آزمون بارتلت، این فرضیه که ماتریس همبستگی‌های مشاهده شده، متعلق به جامعه‌ای با متغیرهای ناهمبسته است را می‌آزماید. برای اینکه یک مدل تحلیل عاملی، مفید باشد لازم است متغیرها با هم همبستگی داشته باشند و در غیر این صورت، دلیلی برای تبیین مدل عاملی وجود ندارد.

در مطالعات علوم انسانی، بیشتر خصیصه‌ها دقیق و روشن، تعریف نشده‌اند. همپوشی و تداخل متغیرها، توصیف و شناخت ویژگی‌های افراد را دشوار می‌سازد؛ بدین معنا که نمره‌هایی که با استفاده از ابزار سنجش برای فرد به دست می‌آیند، معرف خصیصه متمایز و روشنی نیست برای یافتن سازه‌ای که میزان همپوشی بین آنها کمتر باشد روش‌های متعدد و متنوعی وجود دارد؛ یکی از این روش‌ها، روش تحلیل عاملی^۶ است (ترندیک، ۱۳۸۱).

با توجه به ماهیت تحقیق، جامعه آماری شامل تمامی کارکنان اعم از مدیران، کارشناسان ارشد و کارشناسان در شهرداری منطقه ۷ تهران بزرگ می‌باشد که تعداد آنها ۴۲۰ نفر است. در این تحقیق با توجه به ساختار جامعه و مشخص نبودن واریانس جامعه و احتمال موفقیت یا عدم موفقیت متغیر نمی‌توان از فرمول‌های آماری برای برآورد حجم نمونه استفاده کرد و به منظور تعیین حجم نمونه، از جدول مورگان استفاده شده است.

4- Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sample Adequacy
5- Kruit- Bartlett
6- Factor Analysis

1- Principal Components
2- Varimax Rotation Method
3- Orthogonal Rotation Method

راهنما و متخصصان، پس از تعدیل، بازنویسی و با رتبه‌بندی کاملاً موافقم، نسبتاً موافقم، نسبتاً مخالفم، و کاملاً مخالفم تهیه گردید. حجم نمونه ۲۰۱ نفر انتخاب شد. بعد از همبستگی هر سؤال با کل آزمون ۶ سؤال حذف گردید و اعتبار نهایی از طریق آلفای کرونباخ برابر ۰/۹۱۷۱ برآورد شد. ضریب به دست آمده نشان داد که می‌توان به نتایج محاسبات بعدی، اعتماد داشت. اندازه ضریب کفایت داده‌ها در پرسشنامه کارآفرینی ۰/۷۹۱ است که نشانگر کفایت نمونه‌برداری در پژوهش حاضر است.

در این پژوهش، مقدار مشخصه آماری آزمون کروییت- بارتلت برابر ۶۱۶۴/۸۳۷ و سطح معنادار بودن آن کمتر از ۰/۰۰۰۰۱ است؛ بنابراین علاوه بر کفایت نمونه‌برداری، اجرای تحلیل عاملی و عمل عامل‌یابی، قابل توجیه است. برای بررسی روایی سازه پرسشنامه و پاسخ به این پرسش که مجموعه پرسش‌های کارآفرینی از چه عواملی اشباع شده‌اند، از تحلیل عاملی استفاده شد. برای اجرای تحلیل عاملی با در نظر گرفتن پیشینه نظری کارآفرینی و شواهد تجربی مربوط به آن؛ یعنی همبستگی بین عوامل سازنده کارآفرینی و نیز با توجه به این که عامل‌های متعامد، تصویر ساده‌تر و روشن‌تری از روابط موجود بین ویژگی‌ها به دست می‌دهد، برای چرخش عامل‌ها از روش متعامد استفاده گردید.

اجرای تحلیل مواد پرسشنامه کارآفرینی

برای تعیین این مطلب که مجموعه عبارات تشکیل‌دهنده پرسشنامه کارآفرینی از چند عامل معنادار تشکیل شده‌اند، سه شاخص عمده مورد توجه قرار گرفته است: ۱- ارزش ویژه^۱ ۲- نسبت واریانس تعیین شده توسط هر عامل ۳- نمودار ارزش‌های ویژه که طرح **سنگریزه یا شیبدار** نامیده می‌شود. ضرایب بالاتر از ۰/۳ را در تعریف عامل‌ها مهم و با معنا دانسته و ضرایب کمتر از این حدود به عنوان صفر (عامل تصادفی) در نظر گرفته می‌شوند. بارهای عاملی

بنابراین نمونه آزمودنی، طبق جدول مورگان ۲۰۱ نفر بودند و برای به دست آوردن نمونه سهمیه‌ای، تعداد جمعیت کل هر طبقه (مدیر، کارشناس ارشد و کارشناس) را در تعداد کل نمونه، ضرب کرده و بر تعداد کل جامعه، تقسیم کرده تا سهمیه هر طبقه مورد نظر، به دست آید و در هر طبقه با شیوه نمونه‌برداری تصادفی طبقه‌ای متناسب با حجم نمونه، ۱۵۰ کارشناس، ۳۳ کارشناس‌ارشد و ۱۸ مدیر، انتخاب شدند.

در تحقیق حاضر، عمده روش گردآوری داده‌ها، مطالعات کتابخانه‌ای و تحقیقات میدانی است. برای جمع‌آوری اطلاعات در زمینه مبانی نظری، ادبیات و پیشینه تحقیق، از منابع کتابخانه‌ای مانند مقالات، کتب، نشریات و نیز اینترنت استفاده شده است. سپس از پرسشنامه‌ای برای سنجش کارآفرینی استفاده گردید. پرسشنامه شامل ۶۹ سؤال شاخص‌های سنجش کارآفرینی می‌باشد و هر گویه، گویای ویژگی‌هایی است که با یک عامل خاص از کارآفرینی ارتباط دارد. این عامل‌ها توسط روش تحلیل عاملی و نظر صاحب‌نظران هر کدام از عرصه‌ها در ۸ گروه کلی تعیین شده است، عامل‌های به دست آمده متغیر کارآفرینی شامل: خلاقیت، استقلال، نفوذ، بیرونی بودن، استعداد تجاری‌سازی، انعطاف‌پذیری، توفیق‌طلبی و یادگیری می‌باشند.

در این پژوهش برای هر یک از سؤالات، چهار گزینه ارائه شده است: ۱. کاملاً موافقم ۲. نسبتاً موافقم ۳. نسبتاً مخالفم ۴. کاملاً مخالفم. گزینه کاملاً موافقم دارای امتیاز ۴، نسبتاً موافقم ۳، نسبتاً مخالفم ۲ و کاملاً مخالفم ۱ است؛ بنابراین حداقل نمره هر فرد ۶۹ و حداکثر نمره او ۲۷۶ خواهد بود.

۴- یافته‌ها

پژوهش حاضر با بررسی میزان اعتبار و روایی پرسشنامه‌ای استاندارد برای کارآفرینی، به اجرا در آمد. پرسشنامه شامل ۷۵ سؤال بود که با راهنمایی استاد

چیزی عاید نمی‌شود؛ زیرا به تعداد متغیرها عامل به دست می‌آید که با مقصود اصلی تحلیل عاملی، هماهنگ نیست. در جدول (۳) دو ستون اول نشان‌دهنده اطلاعاتی درباره متغیرهای انفرادی (ستون اول، سؤالات پژوهش و ستون دوم میزان اشتراک متغیرها) و چهار ستون آخر توصیف‌کننده عامل‌ها هستند. آخرین ستون؛ یعنی درصد تراکمی، بیانگر درصد واریانس قابل استناد به هر عامل و عامل‌های قبل از آن است. چنانچه در جدول فوق دیده می‌شود با توجه به ستون چهارم، ارزش‌های ویژه ۲۰ عامل بزرگتر از یک است و با توجه به ستون آخر، میزان تبیین واریانس مشترک بین متغیرها برای این ۲۰ عامل بر روی هم برابر با ۶۷ درصد کل واریانس متغیرها می‌باشد.

نشان‌دهنده وزن هر عامل است. نتایج اولیه تحلیل مؤلفه‌های اصلی در مورد مقیاس سنجش کارآفرینی نشان می‌دهد که همه عبارات، دارای بار عاملی بالاتر از ۰/۳ هستند. در جدول (۳) مشخصه‌های آماری اولیه که با اجرای تحلیل مؤلفه‌های اصلی به دست آمده نشان داده شده‌اند. تعداد مؤلفه‌های اصلی با تعداد متغیرها برابر هستند و این مؤلفه‌ها به گونه کامل، داده‌ها را تولید می‌کنند. وقتی همه عامل‌ها در مدل منظور شود؛ کل واریانس متغیرها و نسبت واریانس آنها توجیه می‌شود؛ بنابراین واریانس توجیه شده توسط عامل‌های مشترک (یعنی میزان اشتراک) برای متغیرها میزان ۱/۰ منظور شده است. اگر همه مؤلفه‌های اصلی به کار روند هر متغیر می‌تواند دقیقاً توسط آنها معرفی شود. اما در این حالت

جدول ۳- اولین پروتاد اجرای تحلیل عاملی (اکتشافی) برای شناسایی عوامل سازنده کارآفرینی در جامعه مورد

مطالعه (n=۲۰۱)

سؤالات	میزان اشتراک متغیرها	عوامل	ارزش ویژه	درصد واریانس کل	درصد تراکمی
سؤال ۱	۱/۰۰۰۰۰	۱	۱۳/۲۰۳۵۳	۱۸/۹	۱۸/۹
سؤال ۲	۱/۰۰۰۰۰	۲	۳/۸۷۴۹۲	۵/۵	۲۴/۴
سؤال ۳	۱/۰۰۰۰۰	۳	۲/۹۷۰۷۸	۴/۲	۲۸/۶
سؤال ۴	۱/۰۰۰۰۰	۴	۲/۳۹۸۱۸	۳/۴	۳۲/۱
سؤال ۵	۱/۰۰۰۰۰	۵	۲/۲۷۱۶۱	۳/۲	۳۵/۳
سؤال ۶	۱/۰۰۰۰۰	۶	۲/۱۳۵۷۲	۳/۱	۳۸/۴
سؤال ۷	۱/۰۰۰۰۰	۷	۱/۹۲۵۸۸	۲/۸	۴۱/۱
سؤال ۸	۱/۰۰۰۰۰	۸	۱/۸۶۳۹۷	۲/۷	۴۳/۸
سؤال ۹	۱/۰۰۰۰۰	۹	۱/۶۹۰۱۹	۲/۴	۴۶/۲
سؤال ۱۰	۱/۰۰۰۰۰	۱۰	۱/۶۳۳۸۲	۲/۳	۴۸/۵
سؤال ۱۱	۱/۰۰۰۰۰	۱۱	۱/۵۸۰۰۳	۲/۳	۵۰/۸
سؤال ۱۲	۱/۰۰۰۰۰	۱۲	۱/۴۴۹۸۸	۲/۱	۵۲/۹
سؤال ۱۳	۱/۰۰۰۰۰	۱۳	۱/۴۳۳۸۶	۲/۰	۵۴/۹
سؤال ۱۴	۱/۰۰۰۰۰	۱۴	۱/۳۴۱۸۱	۱/۹	۵۶/۸
سؤال ۱۵	۱/۰۰۰۰۰	۱۵	۱/۲۸۶۵۱	۱/۸	۵۸/۷
سؤال ۱۶	۱/۰۰۰۰۰	۱۶	۱/۲۶۴۴۸	۱/۸	۶۰/۵
سؤال ۱۷	۱/۰۰۰۰۰	۱۷	۱/۲۱۲۸۷	۱/۷	۶۲/۲
سؤال ۱۸	۱/۰۰۰۰۰	۱۸	۱/۱۷۳۸۴	۱/۷	۶۳/۹
سؤال ۱۹	۱/۰۰۰۰۰	۱۹	۱/۱۵۱۹۷	۱/۶	۶۵/۵
سؤال ۲۰	۱/۰۰۰۰۰	۲۰	۱/۱۳۶۵۵	۱/۶	۶۷/۱
سؤال ۲۱	۱/۰۰۰۰۰	۲۱	-/۹۸۶۴۳	۱/۴	۶۸/۶
سؤال ۲۲	۱/۰۰۰۰۰	۲۲	-/۹۶۵۵۰	۱/۴	۶۹/۹
...
سؤال ۷۲	۱/۰۰۰۰۰	۶۸	۰/۱۳۳۷۰	۰/۲	۹۹/۷
سؤال ۷۴	۱/۰۰۰۰۰	۶۹	۰/۱۲۳۳۰	۰/۲	۹۹/۹
سؤال ۷۵	۱/۰۰۰۰۰	۷۰	۰/۰۹۹۰۶	۰/۱	۱۰۰/۰

منبع: (یافته‌های نگارندگان)

انتقال یا چرخش بارهای عاملی

عامل‌های حاصل از تحلیل اولیه، چرخش داده می‌شوند تا مطلوب‌ترین طرح به آسان‌ترین شیوه قابل تفسیرند، به دست آید. چرخش محورها، ساختار عامل‌ها را ساده می‌کند. چرخش عامل‌ها، ماتریس اولیه را به ماتریس دیگری انتقال می‌دهد و از طریق پراکنده کردن واریانس در همه عامل‌ها تا حدی یکنواخت‌تر، ساختار عاملی را روشن می‌سازد و به گونه کلی به یک راه‌حل تفسیرپذیرتر که به احتمال زیادتر به سایر نمونه‌های همان جامعه قابل تعمیم است منجر می‌شود. بدین ترتیب، به منظور به دست آوردن ساختاری با معنا از بارهای عاملی، عامل‌های استخراج شده بر پایه روش‌های متداول و کاربرد روش چرخش متعامد، به محورهای جدید که نسبت به هم با زاویه‌ای قائمه قرار می‌گیرند انتقال داده شد. پس از اجرای تحلیل عاملی مقدماتی،

تعداد ۲۰ ماده دارای مقادیر ویژه بیش از یک بوده و به این ترتیب تعداد عامل‌های کارآفرینی در مطالعه حاضر حداکثر ۲۰ است. مطابق جدول (۴) پس از چرخش واریانس، برون‌داد نهایی شامل هشت ماده کارآفرینی می‌شود. در جدول (۴) دو ستون اول نشان‌دهنده اطلاعاتی درباره متغیرهای انفرادی (ستون اول سؤالات پژوهش و ستون دوم میزان اشتراک متغیرها) و چهار ستون آخر، توصیف‌کننده عامل‌ها است. آخرین ستون یعنی درصد تراکمی، بیانگر درصد واریانس قابل استناد به هر عامل و عامل‌های قبل از آن است. چنانچه در جدول فوق دیده می‌شود با توجه به ستون چهارم، ارزش‌های ویژه هشت عامل، بزرگتر از یک است و با توجه به ستون آخر، میزان تبیین واریانس مشترک بین متغیرها برای این هشت عامل بر روی هم برابر با ۴۴/۱ درصد کل واریانس متغیرها می‌باشد.

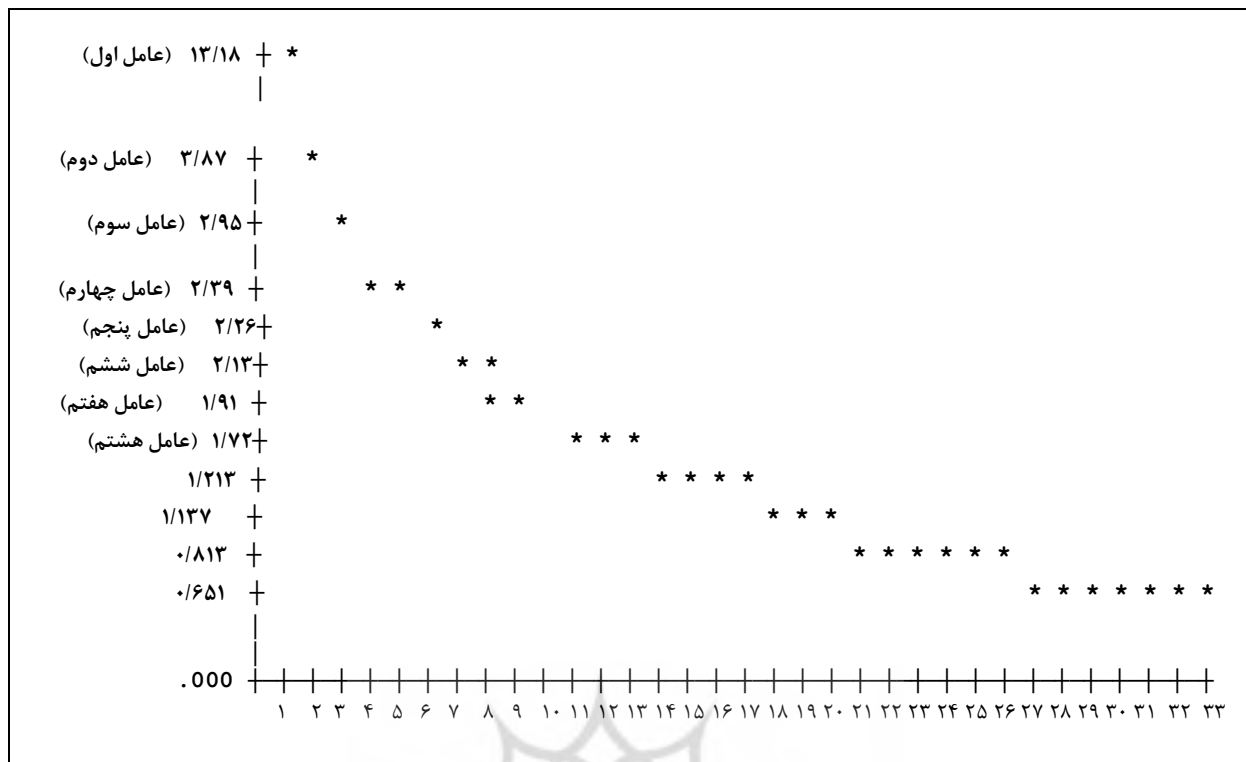
جدول ۴- خروجی نهایی از پرسشنامه کارآفرینی پس از چرخش واریانس

سؤالات	میزان اشتراک متغیرها	عوامل	ارزش ویژه	درصد واریانس کل	درصد تراکمی
سؤال ۱	۰/۲۴۰۱۴	۱	۱۳/۱۸۲۶۷	۱۹/۱	۱۹/۱
سؤال ۲	۰/۴۵۲۸۳	۲	۳/۸۷۲۴۶	۵/۶	۲۴/۷
سؤال ۳	۰/۴۹۹۴۶	۳	۲/۹۵۳۵۰	۴/۳	۲۹/۰
سؤال ۴	۰/۳۶۴۹۲	۴	۲/۳۹۸۱۸	۳/۵	۳۲/۵
سؤال ۵	۰/۴۰۵۶۴	۵	۲/۲۶۹۶۴	۳/۳	۳۵/۸
سؤال ۶	۰/۵۰۹۷۳	۶	۲/۱۳۵۶۳	۳/۱	۳۸/۹
سؤال ۷	۰/۴۴۲۳۳	۷	۱/۹۱۴۷۴	۲/۸	۴۱/۶
سؤال ۸	۰/۳۰۲۹۱	۸	۱/۷۲۲۶۰	۲/۵	۴۴/۱

منبع: (محاسبات نگارندگان)

از سهم بقیه عامل‌ها متمایز می‌باشد و مشخص‌کننده هشت عامل است.

از نمودار سنگریزه‌ای این پرسشنامه که در نمودار (۱) نمایش داده شده است نیز می‌توان استنباط کرد که سهم عامل نخست در واریانس کل متغیرها، چشمگیر و



نمودار ۱- نمودار سنگریزه برای نمایش عامل‌های کارآفرینی

منبع: (یافته‌های نگارندگان)

واریانس کل (معادل ۱۲/۶۶۹ درصد واریانس مشترک)، عامل سوم با ارزش ویژه ۲/۹۵، ۴/۳ درصد واریانس کل (معادل ۹/۷۲۸ درصد واریانس مشترک)، عامل چهارم با ارزش ویژه ۲/۳۹، ۳/۵ درصد واریانس کل (معادل ۷/۹۱۸ درصد واریانس مشترک)، عامل پنجم با ارزش ویژه ۲/۲۶، ۳/۳ درصد واریانس کل (معادل ۷/۴۶۶ درصد واریانس مشترک)، عامل ششم با ارزش ویژه ۲/۱۳، ۳/۱ درصد واریانس کل (معادل ۷/۰۱۳ درصد واریانس مشترک)، عامل هفتم با ارزش ویژه ۱/۹۱، ۲/۸ درصد واریانس کل (معادل ۶/۳۳۴ درصد واریانس مشترک)، عامل هشتم با ارزش ویژه ۱/۷۲، ۲/۵ درصد واریانس کل (معادل ۵/۶۵۶ درصد واریانس مشترک) متغیرها را توجیه می‌کند.

پس از اجرای چندین باره تحلیل عاملی برای حصول مفروضه‌های مورد اشاره، تعداد هشت عامل، استخراج شدند و پس از ۲۰ بار چرخش عامل‌ها به شیوه

نمودار شیب‌دار، طرحی از واریانس تبیین شده به وسیله هر متغیر را در ارتباط با سایر متغیرها نشان می‌دهد. در این طرح معمولاً عامل‌های بزرگ در بالا و سایر عامل‌ها با شیبی تدریجی در کنار هم نشان داده می‌شوند. آزمون نمودار شیب‌دار، پژوهشگر را ملزم می‌سازد ارزش‌های ویژه را ترسیم یا تفاوت‌های بین ارزش‌های ویژه را محاسبه کند. هرچه ارزش ویژه بزرگتر باشد عامل مشترک، با معنا تر است و بنابراین نمودار شیب‌دار، تشخیص عامل‌های مشترک واجد شرایط برای نگهداری عامل‌ها را تسهیل می‌سازد. بر پایه نتایج حاصل از اجرای تحلیل عاملی و شاخص‌های ذکر شده از مجموعه پرسش‌ها، تعداد هشت عامل، استخراج شده است. طبق این هشت عامل ۴۴/۱ درصد کل واریانس، تبیین می‌شود. عامل یکم با ارزش ویژه ۱۳/۱۸، ۱۹/۱ درصد واریانس کل (معادل ۴۳/۲۱۲ درصد واریانس مشترک)، عامل دوم با ارزش ویژه ۳/۸۷، ۵/۶ درصد

۵) عامل پنجم با ۵ سؤال همبستگی دارد که در برگیرنده پرسش‌های ۲۴، ۵، ۴۶، ۷۵ و ۶۵ است که بالاترین همبستگی مربوط به سؤال ۲۴ می‌باشد (وقتی بچه بودم، همیشه شیوه‌های به دست آوردن پول بیشتر را تشخیص می‌دادم) می‌توان این عامل را «استعداد تجاری‌سازی»^۲ در میان افراد جامعه مورد مطالعه، نام نهاد.

۶) عامل ششم با ۴ سؤال همبستگی دارد که در برگیرنده پرسش‌های ۲۸، ۹، ۳۴ و ۶۸ است (خودم را به خوبی با تغییرات وفق می‌دهم) که بالاترین همبستگی مربوط به سؤال ۲۸ می‌باشد، می‌توان این عامل را «انعطاف‌پذیری» در میان افراد جامعه مورد مطالعه، نام نهاد.

۷) عامل هفتم با ۴ سؤال همبستگی دارد که در برگیرنده پرسش‌های ۷۱، ۶، ۶۳ و ۴ است که بالاترین همبستگی، مربوط به سؤال ۷۱ می‌باشد (می‌خواهم مقدار زیادی پول به دست بیاورم) می‌توان این عامل را «توفیق طلبی» در میان افراد جامعه مورد مطالعه، نام نهاد.

۸) عامل هشتم با ۴ سؤال همبستگی دارد که در برگیرنده پرسش‌های ۷۲، ۱۰، ۲۷ و ۶۱ است که بالاترین همبستگی مربوط به سؤال ۷۲ می‌باشد (امنیت مالی برایم مهم است) می‌توان این عامل را «یادگیری» در میان افراد جامعه مورد مطالعه، نام نهاد.

ارزش‌های ویژه این هشت عامل، درصد واریانس و درصد واریانس مشترک و درصد تراکمی هر یک از آنها در جدول (۶) نشان داده شده است. با تأیید اعتبار و روایی این آزمون می‌توان گفت این ابزار، عملی نیز می‌باشد.

واریامکس، عامل‌های نهایی به دست آمدند. با مشخص شدن ماده‌های هر عامل به کمک اساتید و متخصصین و با توجه به پیشینه پژوهش و نظریه‌های موجود در این مورد، عامل‌های هشت‌گانه کارآفرینی نامگذاری گردیدند؛ به این ترتیب که:

۱) عامل یک با ۲۱ سؤال همبستگی دارد که در برگیرنده پرسش‌های ۱۴، ۳، ۱۳، ۱۶، ۲۰، ۵۲، ۳۵، ۵۴، ۱۲، ۵۳، ۱۵، ۴۱، ۲، ۱۱، ۷، ۴۸، ۷۰، ۱۹، ۱، ۲۳ و ۶۷ است که بالاترین همبستگی، مربوط به سؤال ۱۴ می‌باشد (می‌دانم چگونه خودم را در برابر گروه زیادی از افراد اداره کنم) که می‌توان این عامل را «خلاقیت» در میان افراد جامعه مورد مطالعه، نام نهاد.

۲) عامل دوم با ۱۵ سؤال همبستگی دارد که در برگیرنده پرسش‌های ۵۶، ۵۸، ۵۷، ۵۵، ۳۷، ۴۴، ۱۸، ۴۷، ۵۹، ۶۹، ۴۳، ۳۹، ۸، ۵۱ و ۲۶ است که بالاترین همبستگی مربوط به سؤال ۵۶ می‌باشد (آزادی در انتخاب و شیوه انجام دادن کارهایی که می‌خواهم، برایم مهم است) که می‌توان این عامل را «استقلال» در میان افراد جامعه مورد مطالعه، نام نهاد.

۳) عامل سوم با ۶ سؤال همبستگی دارد که در برگیرنده پرسش‌های ۳۱، ۳۲، ۳۳، ۳۶، ۷۴ و ۳۰ است که بالاترین همبستگی مربوط به سؤال ۳۱ می‌باشد (معتقدم که می‌توانم بر سرنوشت خود تأثیر بگذارم) که می‌توان این عامل را «نفوذ» در میان افراد جامعه مورد مطالعه، نام نهاد.

۴) عامل چهارم با ۱۰ سؤال همبستگی دارد که در برگیرنده پرسش‌های ۵۰، ۲۵، ۶۰، ۶۶، ۶۴، ۳۸، ۶۲، ۴۰، ۴۹ و ۱۷ است که بالاترین همبستگی مربوط به سؤال ۵۰ می‌باشد (در انتخاب یک شغل برای من، یک درآمد ثابت، مهمتر از امکان رشد است) که می‌توان این عامل را «بیرونی بودن»^۱ در میان افراد جامعه مورد مطالعه، نام نهاد.

جدول ۶- ارزش‌های ویژه و درصد عامل‌های کارآفرینی

عامل	ارزش ویژه	درصد واریانس	واریانس درصد مشترک	درصد تراکمی واریانس
خلاقیت	۱۳/۱۸	۱۹/۱	۴۳/۲۱۲	۱۹/۱
استقلال	۳/۸۷	۵/۶	۱۲/۶۶۹	۲۴/۷
نفوذ	۲/۹۵	۴/۳	۹/۷۲۸	۲۹/۰
بیرونی بودن	۲/۳۹	۳/۵	۷/۹۱۸	۳۲/۵
استعداد تجاری‌سازی	۲/۲۶	۳/۳	۷/۴۶۶	۳۵/۸
انعطاف‌پذیری	۲/۱۳	۳/۱	۷/۰۱۳	۳۸/۹
توفیق‌طلبی	۱/۹۱	۲/۸	۶/۳۳۴	۴۱/۶
یادگیری	۱/۷۲	۲/۵	۵/۶۵۶	۴۴/۱
جمع	۳۰/۴۱	۴۴/۲	۱۰۰	

منبع: (یافته‌های نگارندگان)

نتیجه‌گیری و پیشنهاد

۳) عامل سوم با ۶ سؤال همبستگی دارد که می‌توان این عامل را «نفوذ» در میان افراد جامعه مورد مطالعه، نام نهاد.

۴) عامل چهارم با ۱۰ سؤال همبستگی که می‌توان این عامل را «بیرونی بودن» در میان افراد جامعه مورد مطالعه، نام نهاد.

۵) عامل پنجم با ۵ سؤال همبستگی دارد که می‌توان این عامل را «استعداد تجاری‌سازی» در میان افراد جامعه مورد مطالعه، نام نهاد.

۶) عامل ششم با ۴ سؤال همبستگی دارد که می‌توان این عامل را «انعطاف‌پذیری» در میان افراد جامعه مورد مطالعه، نام نهاد.

۷) عامل هفتم با ۴ سؤال همبستگی دارد که می‌توان این عامل را «توفیق‌طلبی» در میان افراد جامعه مورد مطالعه نام نهاد.

۸) عامل هشتم با ۴ سؤال همبستگی دارد که می‌توان این عامل را «یادگیری» در میان افراد جامعه مورد مطالعه نام نهاد.

در اجرای تحلیل مؤلفه‌های اصلی بر پایه تحقیق حاضر که عبارت بودند از: (۱) مفروضه‌های تحلیل عاملی (۲) درصد تبیین واریانس و (۳) شیب نمودار که از عامل هشتم شروع می‌شود، هشت عامل استخراج گردید. طبق این هشت عامل، ۴۴/۲ درصد کل واریانس تبیین می‌شود سهم عامل یکم با ارزش ویژه ۱۳/۱۸ و ۱۹/۱ درصد واریانس کل معادل ۴۳/۲۱۲ درصد از واریانس مشترک بین مواد پرسشنامه را تبیین می‌کند. نتایج حاصل از چرخش متعامد و نیز نامگذاری عامل‌ها نشان می‌دهد عواملی که در پرسشنامه اندازه‌گیری می‌شوند به شرح زیر هستند:

(۱) عامل یک با ۲۱ سؤال همبستگی دارد که می‌توان این عامل را «خلاقیت» در میان افراد جامعه مورد مطالعه، نام نهاد.

(۲) عامل دوم با ۱۵ سؤال همبستگی دارد که می‌توان این عامل را «استقلال» در میان افراد جامعه مورد مطالعه، نام نهاد.

علت انتخاب بیرونی بودن این است که این واژه، هم زمان ریسک‌پذیری و هم تحمل ابهام را شامل می‌شود. در هیچ یک از نظریات کارآفرینی، به استعداد تجاری‌سازی اشاره نگردیده است اما نمی‌توان این مسأله را نادیده گرفت که یکی از ارکان کارآفرینی، تجارت است. افراد کارآفرین به عنوان سرمایه‌های عظیم انسانی، منشأ و موجد تأثیرات حیاتی در روند پیشرفت جامعه و کشور هستند و در توسعه، بسیار مؤثرند. کارآفرینی مفهومی عینی و عملی است که همزمان با آغاز زندگی انسان بر روی زمین و تلاش برای کسب درآمد و در سالیان اخیر به عنوان تأمین مایحتاج زندگی، پا به عرصه وجود گذاشته است (سعیدی مهرآباد، ۱۳۸۷).

امروزه نقش کارآفرینی در توسعه اقتصادی کشورها آن قدر کلیدی است که از آن به عنوان موتور توسعه اقتصادی نام برده می‌شود.

عامل ششم انعطاف‌پذیری می‌باشد که توسط ویکهام (۲۰۰۰) در کتاب «کارآفرین موفق» به عنوان یکی از خصوصیات کارآفرینان مطرح گردیده است. کلارک (۲۰۱۱) در مورد مزایا و معایب کارآفرینی که ویژگی‌های کارآفرین را شامل می‌شود انعطاف را به عنوان یکی از مزایای کارآفرینی بیان کرده است.

عامل هفتم توفیق‌طلبی است که مک کله لند (۱۹۶۱) به عنوان نیاز به موفقیت و احمدپور داریانی (۱۳۸۳) تحت عنوان نیاز به توفیق و توفیق‌طلبی و احمدپور و مقیمی (۱۳۸۵) تحت عنوان نیاز به موفقیت، به عامل توفیق‌طلبی اشاره کرده‌اند.

یادگیری توسط احمدپور داریانی (۱۳۸۳) با عنوان تجربه مطرح گردیده است. کارآفرین بر اساس تجارب خود و استفاده از تجارب دیگران می‌آموزد و یاد می‌گیرد که در شرایط نامساعد بازار کار، بقای خود را حفظ کند و در زمان رونق فضای کاری بر اساس دانش و آموخته‌های خود، مسیرش را در راه رسیدن به موفقیت هموار نماید.

عامل خلاقیت توسط شومپیتر (۱۹۳۴) و مک کله لند (۱۹۶۱) تحت عنوان نوآوری بیان شد و همچنین در مطالعاتی که برای تعیین شش ویژگی شخصیتی برای افراد کارآفرین انجام شده، احمدپور داریانی (۱۳۸۳)، احمدپور داریانی و مقیمی (۱۳۸۵) خلاقیت را تحت عنوان گرایش به خلاقیت و نوآوری مطرح نموده‌اند.

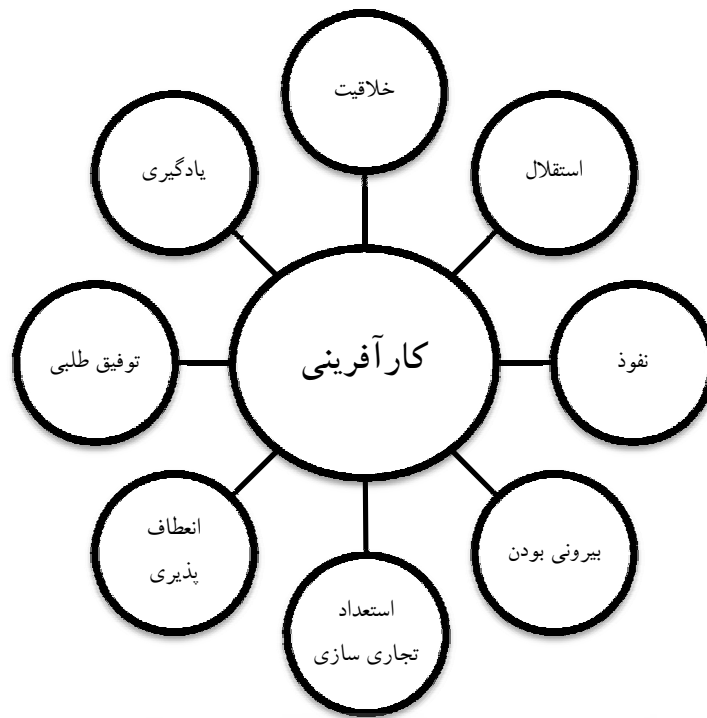
احمدپور داریانی (۱۳۸۳) و احمدپور داریانی و مقیمی (۱۳۸۵) عامل استقلال را تحت عنوان ده ویژگی اصلی کارآفرینان به نام تفکر مستقل مطرح کرده‌اند.

عامل نفوذ توسط بروکهاس^۱ (۱۹۹۴) تحت عنوان مرکز کنترل درونی، تیمونز^۲ و همکاران (۱۹۸۵) تحت عنوان مرکز کنترل درونی و احمدپور داریانی و مقیمی (۱۳۸۵) تحت عنوان مرکز کنترل درونی عنوان گردیده است. علت انتخاب واژه نفوذ با توجه به اینکه در نظریات گذشته مطرح نگردیده این است که کارآفرین باید در بین همکاران خود نفوذ داشته باشد تا در جریان شرایط قرار بگیرد و تسلط خود را در محیط کار حفظ نماید و به نوعی رهبری نماید و همچنین با نفوذ بر بازارهای داخلی و جهانی در شرایط متغیر کاری، به کار خود ادامه دهد. به این علت، واژه نفوذ دارای دامنه گسترده‌تری می‌باشد (احمدپور داریانی، ۱۳۸۵).

عامل چهارم، بیرونی بودن است که توسط سکستون و بومنان^۳ (۱۹۸۰) تحت عنوان ریسک‌پذیری، بروکهاس (۱۹۹۴) تحت عنوان ریسک‌پذیری، تیمونز (۱۹۸۵) تحت عنوان پذیرش ریسک‌های حساب شده و احمدپور داریانی (۱۳۸۳) تحت عنوان ریسک‌پذیری و تحمل ابهام، احمدپور داریانی و مقیمی (۱۳۸۵) تحت عنوان تمایل به ریسک و مخاطره مطرح گردید.

در اینجا معنی واژه بیرونی بودن مربوط به افرادی می‌شود که شانس را نیز در کار خود دخیل می‌دانند و به ریسک می‌پردازند و نکات مبهم را نیز می‌پذیرند و با توجه به شانس خود در انجام آن کار، ریسک می‌کنند.

1- Brockhaus
2- Timmons
3- Sexton and Bomnan



شکل ۱- مدل نهایی پژوهش

منبع: (یافته‌های نگارندگان)

الوانی، سیدمهدی. (۱۳۸۵). مدیریت عمومی. تهران: نشر نی. پرداختچی، محمد حسن؛ شفیعی‌زاده، حمید، (۱۳۸۵). کارآفرینی سازمانی، تهران: ارسباران. ثرنیدیک، ادوارد ال. (۱۳۸۱)، روانسنجی کاربردی. ترجمه حیدر علی هومن، تهران: دانشگاه تهران. حسنی‌مقدم، صادق؛ رضایی مقدم، علی؛ یوسف پور، وحید؛ عبدالهی، سمیه. (۱۳۹۱). ارائه یک مدل مفهومی از توسعه کارآفرینی در بستر مدیریت شهری، چهارمین کنفرانس برنامه‌ریزی و مدیریت شهری، مشهد.

حسینی فرد، سیدمجتبی؛ آهنگرپور، عادل. (۱۳۸۷). رابطه شخصیت با توسعه کارآفرینی، کارآفرینی انجمن پردیس قم دانشگاه تهران، ۱ (۲).

خواجه نیان، دانیس. (۱۳۸۹)، نقش مدیریت شهری در بسترسازی برای توسعه کارآفرینی، دانشگاه تهران.

سعیدی مهرآباد، محمد؛ مهتدی، محمد مهدی. (۱۳۸۷). تأثیر آموزش کارآفرینی بر توسعه رفتارهای کارآفرینانه (مطالعه موردی: آموزش‌های کارآفرینی وزارت کار و امور اجتماعی)، توسعه کارآفرینی، ۱ (۲)، ۷۲-۵۷.

عابدی، محمدرضا. (۱۳۸۴). ساخت، هنجاریابی و بررسی روایی و پایایی آزمون استعداد شناختی کارآفرینی در

توجه به عوامل بالا نشان می‌دهد که ابزار سنجش کارآفرینی که در مرحله نهایی پژوهش به دست آمده، تقریباً به گونه‌ای کلی، عوامل سازنده کارآفرینی را با توجه به تئوری‌ها و پیشینه‌های مطالعاتی، پوشش می‌دهد. از این رو می‌توان به نتایج حاصل از اجرای آن، اطمینان کافی داشت. با تأیید اعتبار و روایی ابزار، عملی بودن آن نیز تعیین می‌شود.

منابع

احمدپور داریانی، محمود. (۱۳۸۰). کارآفرینی: تعاریف، نظریات و الگوها، تهران: نشر پردیس. احمدپور داریانی، محمود. (۱۳۸۳). تجارب کارآفرینی در کشورهای مختلف. تهران: امیرکبیر. احمدپور داریانی، محمود؛ مقیمی، سیدمحمد. (۱۳۸۵). مبانی کارآفرینی. تهران: مرکز کارآفرینی دانشگاه تهران. اکبری لنگوری، جعفر. (۱۳۹۱). بررسی نقش کارآفرینی بر توسعه پایدار اقتصادی (نمونه موردی کارگاه‌های زودبازده شهر بابل)، مجموعه مقالات کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان، مازندران.

- McClelland, D.C. (1961). *The Achieving Society*. Princeton: Van Nostrand.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development*, Cambridge: Harvard University Press.
- Sexton, D.L., Bomnan, N. (1980). The entrepreneur: A capable executi"e and more, *Journal of Venturing*, 1(1),129-140.
- Timmons, J.A., Smollen, L.E. and Dingee. A.L.M. (1985). *New enture creation: Entrepreneurship in the 1990's*, Homewood: Imin.
- United Nations Development of Programme, (1999). *Entrepreneurship Development Evaluation office*.
- Wickham, Ph. A. (2000). *Strategic Entrepreneurship: A Decision Making Approach to New Venture Creation and Management*, U.S.A.: Prentice Hall.

- دانشگاه اصفهان، مرکز کارآفرینی دانشگاه اصفهان، طرح پژوهشی.
- مردیث، جفری. (۱۳۷۱). کارآفرینی (ترجمه محمدصادق بنی‌ئیان)، تهران: انتشارات دفتر بین‌المللی کار. هاشمی، حمید. (۱۳۸۲). مجموعه مقالات کارآفرینی و فناوری‌های پیشرفته. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- Brockhaus, R., Horwitz, P. (1994). Small Business- Entrepreneurs And performance:Evidence from Management buy-in , *International small business Journal*,12(1) , 28-44.
- Clark, R. (2011). Entrepreneur advantages and disadvantages; Available at: <http://ezinearticles.com>
- Haug, H. M., Pardy ,W. (1999). Community entrepreneurship in north eastland, *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, 5(4).

