

وجود نگرش کارآفرینانه در مدیران دولتی و مقایسه آن با مدیران کارآفرین در بخش خصوصی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۰/۰۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۱/۱۱

کد مقاله: ۵۳۶۳۳

عطیه مهرعلی^۱

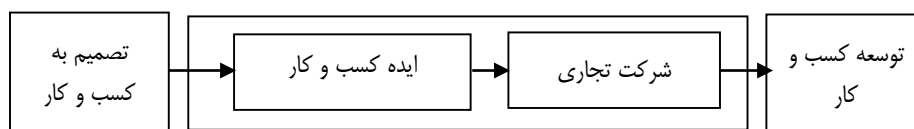
چکیده

هدف کلی این پژوهش بررسی وجود نگرش کارآفرینانه (با مولفه های عزت نفس، کنترل شخصی، توفیق طلبی و نوآوری) در مدیران دولتی در مقایسه با مدیران کارآفرین بخش خصوصی می باشد. پژوهش از نوع پیمایشی می باشد و به منظور گردآوری داده ها از پرسشنامه استاندارد ساخته رابینسون و همکاران (۱۹۹۱) که پژوهشگر آن را به فارسی برگردانده است، استفاده شده است. سازندگان پرسشنامه روایی آن را ۰.۰۰۱ تعیین کردند. همچنین ضریب پایایی پرسشنامه ۹۲٪ برآورد شد. نمونه آماری مشتمل بر ۶۷ نفر شامل ۴۱ مدیر دولتی و ۲۶ کارآفرین بخش خصوصی می باشد. گزارش یافته های این پژوهش در دو بخش توصیفی و تحلیلی و از طریق نرم افزار SPSS انجام پذیرفته است. نتایج نشان داد که در مجموع اختلاف معنی داری بین میزان نگرش کارآفرینانه مدیران دولتی با بخش خصوصی وجود ندارد، چه بسا امتیاز نگرش کارآفرینی در مدیران دولتی چه به تفکیک مولفه های نگرش کارآفرینانه و چه در مجموع اندکی بیشتر از مدیران کارآفرین است.

واژگان کلیدی: نگرش کارآفرینانه، کارآفرینی، مدیر کارآفرین، مدیر کارآفرین دولتی

۱- دانش آموخته کارشناسی ارشد کارآفرینی، دانشگاه تهران. (نویسنده مسئول) Atieh.mehrli@gmail.com

نقشی که امروز کارآفرینی در دنیا بازی می‌کند نقش قدرتمندترین عامل در اقتصاد است (Kuratko, 2005); به گونه‌ای که اقتصادهای توسعه یافته آن را به عنوان عامل تجدید حیات اجتماعی-اقتصادی و راهکاری برای مقابله با مشکلات مرتبط با بیکاری، تسهیل‌کننده پیشرفتهای فناوری و عامل نوآوری در محصولات یا صنعت خود می‌دانند. در بسیاری از کشورهای در حال توسعه نیز کارآفرینی به عنوان موتور پیشرفت اقتصادی، ایجاد کننده اشتغال و تعدیل کننده اجتماعی در نظر گرفته می‌شود (Sandhu, Mohar&Kamal Jain, 2007). در سالهای اخیر به نقش کارآفرینان در تسهیل توسعه اقتصادی جهانی توجه ویژه‌ای شده است. برای مثال براساس مطالعات انجام شده در برخی کشورها، ۹۰ درصد رشد استخدام‌ها از بخش کارآفرینانه اقتصادی ناشی شده است. از این رو اکثر صاحب‌نظران در مورد اهمیت نقش کارآفرینان در توسعه اقتصادی توافق نظر دارند (عسگری قدس، ۱۳۹۱). توسعه و ترویج کارآفرینی در یک کشور نیازمند اقدامات همه‌جانبه و هماهنگی در جنبه‌های مختلف سیاسی، اقتصادی، فرهنگی، خانوادگی و حتی فردی است. یکی از اقدامات اساسی پایه‌ای در این مسیر، شناسایی افراد کارآفرین و نیز شناسایی کسانی است که ظرفیت‌های کارآفرینی در آنها وجود دارد.



شکل ۱: فرایند کارآفرینی

همانطور که در شکل ۱ دیده می‌شود، قصد و تصمیم به کارآفرینی اولین قدم در فرایند کارآفرینی و بروز رفتارهای کارآفرینانه است که در قالب نگرش کارآفرینانه تعریف می‌شود. به عبارت دیگر، نگرش کارآفرینانه را می‌توان بصورت جهت‌گیری‌های شخصی به سوی فعالیت‌های ارزش‌افزا در آینده و خوداستخدامی در کسب و کارهای کوچک تعریف نمود (Burger & Mahadea, 2005). درواقع نگرش کارآفرینانه، فرد را درگیر کارآفرینی می‌کند (Sharif & Saud, 2009) و تفکیک کننده کارآفرینان از غیر کارآفرینان است (Lindsay & Jordaan, 2007). در جهان امروز سازمان‌ها با تحولات و تهدیدهای گسترده بین‌المللی روبرو هستند. از این رو تضمین و تداوم حیات و بقای آنها در گرو یافتن راه‌حل‌ها و روش‌های جدید برای مقابله با مشکلات است (خنیفر، ۱۳۸۵). کارآفرینی از کارآمدترین روش‌های تغییر عملیات و سبک مدیریتی است که طی آن حرکت از عملیات "دیوان سالار" به نگرش، فرهنگ و مدیریت کارآفرینانه تبدیل می‌شود. در حقیقت داشتن نگرش کارآفرینانه مدیران موجب رشد اقتصادی و صعود سازمانی می‌گردد (مقیمی، ۱۳۸۴). سازمانهای امروزی به مدیرانی نیازمند هستند که تمایل دارند با هنجارهای موجود چالش کنند و برای آنها قابل قبول نیست که کارها به روش همیشگی انجام شود. این مدیران باید افرادی باشند که مسئولیت اقداماتشان را بپذیرند (مقیمی، ۱۳۸۴). مطالعات بورنزا نشان می‌دهد که نوآوری و کارآفرینی در تمام سطوح سازمان‌ها، از جمله سطوح اجرایی (مدیران و کارکنان) و مدیران میانی وجود داشته و معمولاً رفتارهای حمایتی نیز در سطوح مدیران عالی مشاهده می‌شود. این یافته‌ها نه تنها در سازمان‌های خصوصی، بلکه با شدت کمتر در سازمان‌های دولتی نیز به چشم می‌خورند (Zampetakis, 2007). درک مدیران از مفهوم کارآفرینی راهبردی، آنها را از عناصر ضروری پیرامون خود آگاه می‌کند. این عناصر شامل شناسایی فرصت، نوآوری، پذیرش ریسک، انعطاف‌پذیری، مأموریت و رشد سازمانی است. این امر در نهایت با عناصر پشتیبانی از قبیل راهبرد هماهنگ، اعتماد به افراد، فرهنگ‌سازی، دسترسی به برتری، افزایش کارایی، کاهش هزینه و انتقال دانش امکان‌پذیر می‌شود (Luke, 2006).

۲- مروری بر مبانی نظری و پیشینه تحقیق

۲-۱- نگرش کارآفرینانه^۱

هیچ نگرشی در انزوا وجود ندارد. ارتباطات متعدد بین نگرش‌ها و اشیاء مختلف وجود دارد (Shaver, 1987; Gasse, 1985). در پژوهش‌های بسیاری درباره متغیرهای فردی در کارآفرینی، به چندین ویژگی شخصیتی که کارآفرینان را از دیگران متمایز می‌کند، اشاره شده است. (Brockhaus & Horwitz, 1986; Brockhaus, 1975; Collins & Moore, 1970; Gartner, 1990; Hornaday & Aboud, 1971; Palmer, 1971; Swayne & Tucker, 1973) در مورد نگرش کارآفرینانه، پژوهش رابینسون، استیمپسون، هوفنر و هانت (۱۹۹۱) یکی از جامع‌ترین تحقیقاتی بود که به واژه نگرش به عنوان معیاری برای پیش‌بینی فعالیت کارآفرینانه پرداخته است. مزیت بکارگیری رویکرد نگرش آن است که این مهم می‌تواند به شکلی ویژه به یک دامنه خاص بپردازد که همین امر همبستگی با رفتار واقعی را افزایش داده و تغییرپذیری‌های

1Borynze

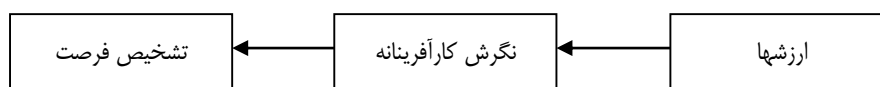
2 Entrepreneurial Attitude

3Robinson, Stimpson, Huefner& Hunt

غیرقابل توجه را کاهش می‌دهد (Gibson, Walker & Harris, 2010). از آنجائیکه نگرش‌ها در طول زمان و در اثر فرآیندهای تعاملی با محیط تغییر می‌یابند، زمانیکه نگرش یک فرد اندازه‌گیری شود، می‌توان پیش‌بینی کرد که رفتارهای آینده وی چه خواهد بود. مدل گرایش به نگرش کارآفرینانه (EAO) (شکل ۲) براساس ۴ عامل: توفیق طلبی (McClelland et al., 1953؛ McClelland, 1961)، نوآوری (Kirton, 1976, 1978)، کنترل شخصی (Levenson, 1973؛ Rotter, 1966) و عزت نفس (Crandall, 1973) شکل گرفته است که هر کدام شامل سه جزء شناختی، احساسی و رفتاری می‌باشند (Robinson, Stimpson, Huefner & Hunt, 1991).

هم‌چنین آتیو^۲ و همکاران (۱۹۹۷) با ارائه مدلی نگرش را در ترکیب با نیت کارآفرینانه در بستر انتخاب مسیر شغلی دانشجویان در نظر گرفتند. هدف ایشان از این پژوهش آزمون میزان قدرت رویکرد نیت در مطالعه رویداد کارآفرینانه بود. در این مدل متغیرهای مربوط به کارآفرین و نتایج مالی حاصل ارائه شده است. مشاهده می‌شود که در این مدل تجربه شخصی بر جنبه‌های عمومی نگرش (نگرش به پول، توفیق طلبی و رقابت‌پذیری) تأثیر دارد (Autio, 1997).

هم‌چنین در نتیجه پژوهش‌های صورت گرفته توسط مک کلاین، بات و باج^۳ (۲۰۰۲) معیار دیگری با عنوان تشخیص فرصت نگرش کارآفرینانه (EOR) معرفی گردید که قابل افزایش به مدل EAO می‌باشد (Lindsay, Jourdaan, 2007). لیندزی و همکارانش از این ابزار در بررسی رابطه ارزش‌ها، نگرش کارآفرینانه و تشخیص فرصت در کارآفرینان نوپا بهره بردند که در شکل ۳ مدل مفهومی ارائه شده‌ی ایشان نمایش داده شده است.



شکل ۲: مدل مفهومی رابطه ارزش‌ها، نگرش کارآفرینانه و تشخیص فرصت

کارلند^۴ و همکارانش (2002) نیز ابزاری را با عنوان شاخص کارآفرینی کارلند طراحی نموده‌اند که شامل چهل پرسش با پاسخ‌های محدود شده می‌باشد و با چهار سازه‌ی کارآفرینی که از ادبیات این حوزه استخراج شده‌اند، سر و کار دارد. این چهار سازه به ترتیب عبارتند از: (۱) شخصیت، (۲) تمایل به نوآوری، (۳) گرایش به مخاطره‌پذیری، (۴) وضعیت استراتژیک (Carland, 2002). در نهایت چل و آتھاید^۵ (۲۰۰۹) برای پشتیبانی از توسعه مهارت‌ها و نگرش‌های جوانان بمنظور تبدیل شدن ایشان به نوآوران آینده، با طراحی ابزار اندازه‌گیری مهارت‌های نوآوران در جوانان، پنج مهارت کلی را شناسایی کردند که پشته‌واره رفتار نوآوران بوده و منجر به ایجاد مجموعه‌ای از ویژگی‌هایی می‌شود که به وضوح با فرآیند نوآوری در ارتباط است. این ۵ مقوله عبارتند از: (۱) خلاقیت، (۲) خودکارآمدی، (۳) انرژی، (۴) تمایل به مخاطره‌پذیری، (۵) رهبری (Chell & Athayde, 2009).

۲-۳- مدیر کارآفرین^۶

مطالعات بورینز نشان می‌دهد که نوآوری و کارآفرینی در تمام سطوح سازمان‌ها از جمله سطوح اجرایی (مدیران و کارکنان) و مدیران میانی وجود داشته و معمولاً رفتارهای حمایتی نیز در سطوح مدیران عالی مشاهده می‌شود؛ این یافته‌ها نه تنها در سازمان‌های خصوصی، بلکه با شدت کمتر در سازمان‌های دولتی نیز به چشم می‌خورد (Zampetakis, 2007). مدیران کارآفرین به ناآرامی‌ها و عدم اطمینان محیطی واکنش نشان داده و تلاش می‌کنند تا یک موقعیت راهبردی قوی ایجاد کنند، هرچند که ماهیت موقتی داشته باشند؛ آنها همچنین با ابتکارات فعالانه‌ی خود، باعث ایجاد عدم اطمینان محیطی در دیگر سازمان‌ها می‌شوند و با تخریب موقعیت موجود، فرصت‌های جدیدی را ایجاد می‌کنند؛ آنها زودتر از رقبا خود در پی دستیابی به فرصت‌های جدید بوده و در مقابل تهدیدات بالقوه، مترصد و هوشیار هستند (مقیم، ۱۳۸۴). تحقیق بلیندا لوک^۷ (۲۰۰۶) نشان می‌دهد که درک مدیران از مفهوم کارآفرینی راهبردی، آنها را از عناصر ضروری پیرامون خود آگاه می‌کنند. این عناصر شامل شناسایی فرصت، نوآوری، پذیرش ریسک، انعطاف‌پذیری، مأموریت و رشد سازمانی است. این امر در نهایت با عناصر پشتیبانی از قبیل راهبرد هماهنگ، اعتمادیه افراد، فرهنگ‌سازی، دسترسی به برتری، افزایش کارایی، کاهش هزینه و انتقال دانش امکان‌پذیر می‌شود (Luke, 2006). "ریک وینسلو"^۸ و "جورج سولومون"^۹ تفاوت‌های میان مدیران سنتی و مدیران کارآفرین را در جدول شماره ۱ مقایسه کرده‌اند:

- 1 Entrepreneurial Attitude Orientation (EAO)
- 2 Autio
- 3 Mc clain, Butt & Buj
- 4 Carland et al
- 5 Chell & Athayde
- 6 Entrepreneur Manager
- 7 Belinda Luke
- 8 Frederick Winslow
- 9 George Solomon

جدول ۱: مقایسه مدیران سنتی و مدیران کارآفرین (مقیمی، ۱۳۸۴، ص ۲۰۸)

مدیران سنتی	مدیران کارآفرین
۱. آگاهی بسیار زیاد از مقررات و حریم‌ها	۱. به مقررات صرفاً به عنوان خطوط راهنما می‌نگرند.
۲. حساسیت به آینده و تمایل به تعویق انداختن پاداش‌ها	۲. مفهوم آینده مبتنی بر تصویر ذهنی شخصی است و آستانه ناکامی در آنها کم است.
۳. نیاز به پذیرفته شدن در آنها بسیار بالاست.	۳. نگرش دو سویه به کنترل، موفقیت و مسئولیت‌پذیری داشته و می‌توانند دیگران را به کار وادارند و از آنها بهره‌برداری کنند.
۴. توانایی برای شناسایی مشکلات در هر حوزه کاری و ترسیم برنامه‌های تفصیلی	۴. میانه خوبی با تئوری نداشته و مستعد اقدام هستند و از انگیزه بالایی برخوردارند.

۲-۴- مدیر کارآفرین دولتی^۱

یوجن لویز^۲، در سال ۱۹۸۴ رهبران موفق در زمینه‌ی مدیریت دولتی را تحت عنوان "کارآفرینی دولتی"^۳ نامگذاری کرد و با مطالعه و بررسی زندگی سازمانی رهبران موفق در بخش دولتی دریافت که آنها دارای مهارت کارآفرینی بوده‌اند؛ این رهبران موفق عبارت بودند از: هیمن ریکاور، ادگار هوور و رابرت موسز.

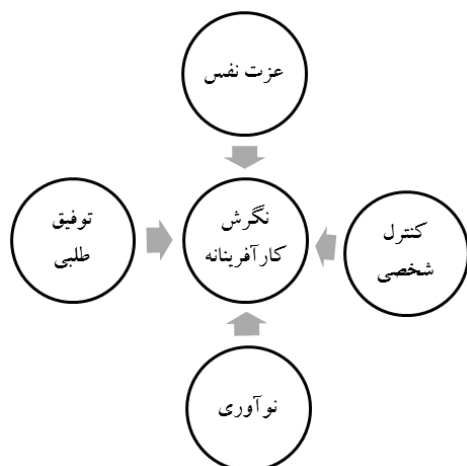
برخی از مهمترین ویژگی‌های مدیران کارآفرین دولتی عبارتند از:

مدیران کارآفرین در بخش دولتی، به نوعی با برخی یا اکثر فرضیه‌های واقعی جامعه در یک یا چند حوزه‌ی تخصصی مرتبط با کار خودآگاهی داشته و با تکیه بردانش تخصصی خود می‌توانند بر محاسبات رسانه‌ها و دادرسی قانونی پیروز شوند؛ همچنین در جلسات متعددی که به حوزه‌ی تخصصی آنها مربوط است، فعالانه شرکت کنند. در چنین وضعیتی آنها قادر هستند تا در برخی از تصمیم‌گیری‌های مربوط به خط‌مشی عمومی مشارکت کنند. مدیران کارآفرین دولتی به جای آنکه سازمان دولتی را سازمانی بی‌ثمر که خدمات عمومی را به صورت ناکارآمد ارائه و دارای پرسنل کوتاه‌فکر و محافظه‌کار است، بنگرند؛ تأثیرات بالقوه‌ی سازمان‌های دولتی مؤثر را مورد توجه قرار می‌دهند. بدین معنا که درک آن‌ها از سازمان‌های دولتی این است که اگر به صورت مؤثر مدیریت شوند، می‌توانند تأثیرات بسیاری در جامعه داشته باشند. لویزمعتقد است که مدیران کارآفرین دولتی، سازمان دولتی بزرگ و پیچیده را به عنوان قدرتمندترین ابزار برای تغییر اجتماعی، اقتصادی و سیاسی تلقی می‌کنند. ویژگی دیگر مدیران کارآفرین دولتی آن است که بر افراد طرف تعامل، اثرگذار بوده و مخاطبین خود را تحت تأثیر قرار می‌دهند. علاوه بر آن، آگاهی و ظرفیتی را به صورت ماندگار و جاودانی در مخاطبین ایجاد می‌کنند که به نظریه‌ی رسد عامل دیگری در سیستم سیاسی، توانایی ایجاد آن را ندارد. مدیران کارآفرین دولتی، سهم خود را در حوزه‌های خط‌مشی عمومی توسعه می‌دهند؛ آن‌ها برای اینکه کنترل بیشتری به دست آورند، حدود سازمان-های خود را گسترش می‌دهند؛ این امر منجر به افزایش اطمینان، اعتماد به نفس و نیز افزایش استقلال آن‌ها می‌شود (مقیمی، ۱۳۸۴).

بعضی از نویسندگان معتقدند که هیچ رفتار کارآفرینانه‌ای در بازیگران دولتی و سیاسی دیده نمی‌شود، اما کیرزنر^۴، اقتصاددان استرالیایی رفتار کارآفرینی را در قالب کشف کارآفرینانه تعریف می‌کند، البته نه به شکل فعالیت اقتصادی؛ به نظر وی کشف کارآفرینانه، یک هوشیاری است در مقابل آنچه که اتفاق خواهد افتاد (Soockly, 2002).

۲-۵- جمع بندی و ارائه چارچوب مفهومی

پس از مرور ادبیات نگرش کارآفرینانه این موضوع آشکار گردید که مدل نگرش کارآفرینانه رابینسون با توجه به انسجام و مرجعیت در پژوهش‌ها مختلف می‌تواند به عنوان چارچوب مفهومی پژوهش در نظر گرفته شود. ۴ بعد اصلی چارچوب مفهومی و مولفه-های تشکیل دهنده آن در این پژوهش به این شرح تعیین شدند: توفیق طلبی، کنترل شخصی، عزت نفس و نوآوری. این ابعاد در



شکل ۳: چارچوب مفهومی تحقیق (مدل EAO)

1 Public Entrepreneur Manager
2 Eugene Lewis
3 Public Entrepreneurship
4 Kirzner

شکل ۴ آورده شده است.

جدول ۲: تعریف اجزای چارچوب مفهومی

بعد شناختی	بعد عاطفی	بعد رفتاری
مبین هر نوع نظر، شناخت و باور نسبت به موضوع نگرش و نیز اطلاعات، آگاهی‌ها و دانستی‌ها و حقایق است. (آیزن، ۱۹۹۵)	بیانگر هیجانات در خصوص نگرش است و به عبارت دیگر احساس منفی یا مثبتی است که بهنگام اندیشیدن و یا تصور کردن متعلق نگرش در شخص پدیدار می‌شود. (آیزن، ۱۹۹۵)	آمادگی و گرایش به اقدام عملی درخصوص نگرش است که بعد عملکردی و رفتاری نگرش را پدید می‌آورد. (بلوم، ۱۹۹۹)

جدول ۳: ابعاد نگرش کارآفرینانه

توفیق طلبی	رسیدن به نتایج روشن در رابطه با اهداف است (Robinson, 1991)، همچنین انگیزه موفقیت، تمایل فرد به کسب هدف براساس مجموعه‌ای از استانداردها و ارزیابی عملکرد باتوجه به عالی‌ترین معیارها است (Massen, 1991, Di kines and Foil, 2003).
کنترل شخصی	درک فرد از کنترل و تاثیرگذاری وی بر کارش است (Robinson, 1991).
عزت نفس	نمایانگر اعتماد به نفس و ادراک فرد از شایستگی‌هایش در رویارویی با کارهایش است (Robinson, 1991). باور فرد نسبت به توانایی‌هایش برای انجام کار است (Baundora, 1997).
نوآوری	ادراک و رفتار بر اساس راههای جدید و بی‌همتا (Robinson, 1991). از حساسیت به مسائل، کمبودها، مشکلات و خالهای موجود در دانش بشری، حدس زدن و تشکیل فرضیه‌هایی درباره این کمبودها، ارزشیابی و آزمایش حدسها و فرضیه‌ها، اصلاح احتمالی و آزمون مجدد آنها و در نهایت نتیجه‌گیری است (Torrance, 1980).

۳- روش‌شناسی تحقیق

این پژوهش از نوع پژوهش‌های پیمایشی می‌باشد. روش تحقیق پیمایشی به معنای فن خاصی برای جمع‌آوری اطلاعات نیست. با این وجود که پرسشنامه در این روش کاربرد گسترده‌ای دارد، اما برای جمع‌آوری اطلاعات می‌توان از فنون دیگر نیز استفاده کرد. پیمایش، مجموعه‌ای از روش‌های منظم و استاندارد است که برای جمع‌آوری اطلاعات درباره افراد، خانواده‌ها و یا مجموعه‌های بزرگتر مورد استفاده قرار می‌گیرد و همچنین روشی برای بدست آوردن اطلاعاتی درباره دیدگاهها، باورها، نظرات، رفتارها یا مشخصات گروهی از اعضای یک جامعه آماری از راه انجام پژوهش است.

۳-۱- ابزار اندازه‌گیری

ابزار اندازه‌گیری در این تحقیق، پرسشنامه ساخته رابینسون و همکاران (۱۹۹۱) می‌باشد که پژوهشگر آن را به فارسی برگردانده است. این پرسشنامه شامل ۷۵ سوال ۱۰ گزینه‌ای با امتیازهای ۱ تا ۱۰ بوده و ۱۲ سوال آن بعد از تکمیل به صورت معکوس نمره دهی می‌شوند. حداقل نمره اکتسابی در این پرسشنامه ۷۵ و حداکثر آن ۷۵۰ خواهد بود. نمرات بالاتر نشان دهنده نگرش بالاتر به کارآفرینی می‌باشد.

سازندگان پرسشنامه (Robinson, 1991) روایی آن را با مقایسه گروه‌های شناخته شده و اجرای آن بر نمونه‌ای از گروه‌های کارآفرین و غیرکارآفرین بررسی کردند. گروه کارآفرینان شامل ۵۴ بازرگان بود که در ۵ سال گذشته حداقل یک کسب و کار مستقل یا کسب و کاری جدید در حرفه خود آغاز کرده بودند. گروه غیرکارآفرینان شامل ۵۷ کارمند با پست‌های غیرمدیریتی بود که هیچکدام پیش از این کسب و کار مستقلی نداشتند. یافته‌های بررسی نشان داد که میانگین نمره کارآفرینی گروه‌های کارآفرین و غیرکارآفرین متفاوت و در سطح ۰,۰۰۱ معنادار بوده است. به منظور ایجاد قابلیت مقایسه، تعدادی سوال جمعیت شناختی نیز به ابتدای پرسشنامه اضافه شده است.

جدول ۴: مقادیر محاسبه شده آلفای کرونباخ

مؤلفه	ضریب آلفا پرسشنامه	آلفای گزارش شده توسط رابینسون
عزت نفس	۰,۵۶۹	۰,۷۳
کنترل شخصی	۰,۵۴۲	۰,۷۰
نوآوری	۰,۸۲۲	۰,۹۰
توفیق طلبی	۰,۸۰۸	۰,۸۴

پایایی پرسشنامه پژوهش پس از جمع‌آوری داده‌ها با استفاده از روش آلفای کرونباخ محاسبه شده است. مقدار آلفای کرونباخ کل پرسشنامه برابر با ۰,۹۱۳ می‌باشد. همچنین مقدار آلفای کرونباخ به تفکیک مؤلفه‌های پرسشنامه به قرار زیر محاسبه شده است.

آلفای کرونباخ بالای ۰,۷۰ در تحقیقات اولیه برای توسعه یک مقیاس قابل قبول است؛ درحالیکه آلفای بالای ۰,۸۰ نشان‌دهنده کمترین میزان خطای مقیاس می‌باشد (Nunnally, 1967).

۳-۲- جامعه آماری تحقیق

جامعه آماری این پژوهش عبارت است از همه مدیران بخش دولتی در ۱۸ وزارتخانه دولت تا سطح رئیس اداره در شهر تهران و همچنین مدیران کارآفرین بخش خصوصی در شهر تهران می‌باشند.

۳-۳- روش نمونه‌گیری

روش نمونه‌گیری در این پژوهش به صورت طبقه بندی^۱ دو مرحله‌ای و درون طبقه‌ها به صورت نمونه‌گیری در دسترس می‌باشد. به این صورت که ابتدا جامعه به دو طبقه "مدیران دولتی" و "مدیران خصوصی" تقسیم شده است. برای طبقه مدیران کارآفرین بخش خصوصی، با مراجعه به فهرست های سمینارهای علمی کارآفرینی و شناسایی افراد، اقدام به برقراری تماس و جمع‌آوری پرسشنامه‌ها شده است.

۳-۴- حجم نمونه

با توجه به عدم دسترسی و همکاری مدیران مربوطه، و اینکه نمونه‌گیری به صورت نمونه‌گیری در دسترس انجام می‌شود، این حجم نمونه در این پژوهش نامشخص بوده و نمونه‌ها تا جایی انتخاب و مورد مصاحبه قرار گرفتند که نظر افراد به اجماع رسید. در روش نمونه‌گیری در دسترس، پژوهشگر افرادی را مورد مطالعه قرار می‌دهد که در دسترس هستند و مصاحبه گر در چارچوب تعداد و حجم نمونه افرادی را به طور اتفاقی انتخاب کرده و با آن‌ها مصاحبه می‌کند. به عنوان مثال محقق که می‌خواهد نگرش مردم را نسبت به یک نمایشگاه بسنجد، از میان افرادی که از نمایشگاه دیدن کرده‌اند به طور اتفاقی چند نفر را انتخاب می‌کند. با توجه به موضوع پژوهش مکان‌هایی که این نمونه‌گیری می‌تواند در آن صورت گیرد مانند ایستگاه اتوبوس، بازار، فروشگاه، بیمارستان و... می‌باشد. در این روش نمونه‌گیری، هرچند پژوهشگر در مکان‌های خاصی قرار می‌گیرد، اما به طور اتفاقی افرادی در آن مکان‌ها را انتخاب می‌کند. نمونه‌گیری دردسترس عمدتاً با مشاهده مشارکتی و آزمایشی توأم است و از طریق آن پژوهشگر همواره موضوعات و محیط‌هایی را که به آسانی قابل دسترسی باشند، مورد مطالعه قرار می‌دهد. (مصطفی ازکیا، ۱۳۸۲)

منظور از اجماع، رسیدن به اتفاق نظر در مورد یک ایده و گاه تلاش برای مشخص ساختن تفاوت‌هاست. اجماع به معنی یافتن پاسخ صحیح نیست، بلکه صرفاً توافق شرکت‌کنندگان در یک سطح خاص در موضوع است و البته دستیابی به توافق صد در صد نیست؛ چرا که زمینه‌ی سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و علمی افراد متفاوت است. همچنین این روش جایگزینی برای مرور علمی گزارش‌ها یا مقالات منتشر شده نیست. معیارهای نشان‌دهنده‌ی اجماع درصد گزینه‌ها بعنوان رایج‌ترین الگوی پاسخ‌ها و تفسیر بر مبنای نظر متخصصین است. اکثریت مقالات، جنس و نوع معیار مورد استفاده در تعریف و تعیین اجماع را براساس تفسیر نمونه‌ها می‌دانند و اساساً زمانی در مورد اجماع تصمیم‌گیری شده که درصد مشخصی از آراء درون سطح خاصی قرار گیرد. همچنین سطح استاندارد برای اجماع وجود ندارد؛ در نتایج مطالعات، محدوده‌ی متفاوتی از سطح اجماع ۵۱ تا ۱۰۰ درصد گزارش شده است (احمدی، ۱۳۸۸).

۳-۵- آزمون‌های آماری

در این مقاله به منظور توصیف و تحلیلی داده‌ها از روش‌های مرسوم آماری مانند جدول‌های توزیع فراوانی، نمودارها و آزمون‌های مرسوم آماری مانند آزمون نرمالیتی شاپیرو-ویلک، آزمون استقلال خی^۲، آزمون یو من ویتنی، آزمون کروسکال والیس، آزمون تحلیل واریانس یک طرفه (آنوا) و تست F به منظور بررسی وجود رابطه، استقلال و اختلاف بین صفات تحت بررسی و همچنین استنباط این موضوع که آیا مقادیر خرده مقیاس‌های کارآفرینان بیشتر از غیر کارآفرینان بوده یا نه، استفاده شده است.

۴- یافته‌های تحقیق

۴-۱- توصیف جمعیت شناختی

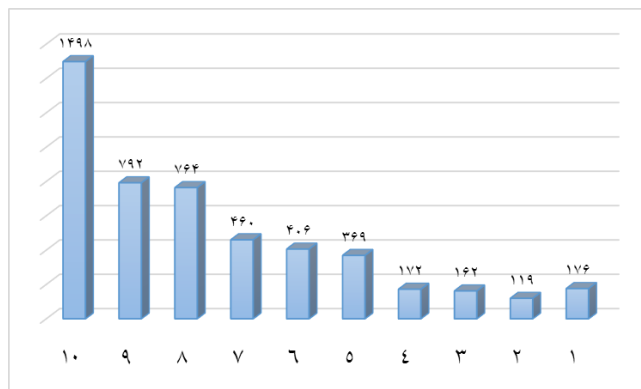
به طور خلاصه، تعداد کل پاسخ‌های دریافت شده ۶۶ نفر، که از این تعداد ۴۰ نفر (۶۰٫۶ درصد) را مدیران دولتی و تعداد ۲۶ نفر (۳۹٫۴ درصد) را کارآفرینان بخش خصوصی تشکیل داده‌اند. حداقل سن پاسخ دهندگان ۲۹ سال و حداکثر سن آنها ۷۳ سال بوده است. ۱۹ نفر (۲۸٫۸ درصد) آنها را زنان و ۴۷ نفر (۷۱٫۲ درصد) باقی را مردان تشکیل می‌دهند. تحصیلات ۲۱ نفر (۳۵) از آنها در رابطه با کار آفرینی بوده ۳۹ نفر (۶۵ درصد) از آنان در رشته‌های دیگر تحصیل کرده‌اند (۶ نفر بدون پاسخ). از این گروه ۱۷ نفر (۲۵٫۴ درصد) دارای تحصیلات کارشناسی و پایین تر، ۲۸ نفر (۴۲٫۲ درصد) دارای تحصیلات کارشناسی ارشد و ۲۱ نفر (۳۱٫۸)

1 Stratified Sampling

درصد) دارای مدرک تحصیلی دکترا می‌باشند. توزیع سنی پاسخ دهندگان به این صورت است که ۱۴ نفر (۲۱,۲ درصد) ۳۰ سال و کمتر، ۱۲ نفر (۱۸,۲ درصد) بین ۳۱ تا ۴۰ سال، ۱۴ نفر (۲۱,۲ درصد) بین ۴۱ تا ۵۰ سال و ۲۶ نفر (۳۹,۴ درصد) بیش از ۵۰ سال سن دارند. پس از بدست آمدن فراوانی‌ها، به منظور یافتن یک دید کلی از پاسخ‌ها، مجموع فراوانی ۷۵ سوال برای ۶۷ نفر در جدول ۶ و نمودار ۱ نشان داده شده است.

جدول شماره ۵: فراوانی و میانگین پاسخ‌ها به تفکیک گزینه‌های ۱۰ گانه

پاسخ	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
فراوانی	۱۷۶	۱۱۹	۱۶۲	۱۷۲	۳۶۹	۴۰۶	۴۶۰	۷۶۴	۷۹۲	۱۴۹۸
فراوانی (متوسط)	۲,۴۸	۱,۷۲	۲,۲۹	۲,۴۳	۵,۰۵	۵,۵۵	۶,۲۷	۱۰,۳۲	۱۰,۶۹	۲۰,۱۱



نمودار ۱: فراوانی تعداد پاسخ به هر یک از گزینه‌های ۱۰ گانه

جدول شماره ۶: فراوانی و میانگین پاسخ‌ها به تفکیک گزینه‌های ۱۰ گانه

پاسخ	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
مدیران دولتی	۹۰	۷۹	۹۶	۹۵	۲۰۴	۲۲۸	۲۶۰	۴۶۵	۴۹۵	۹۶۲
	۱,۳۳	۱,۱۹	۱,۴۱	۱,۴	۲,۸۵	۳,۱۷	۳,۶	۶,۳۳	۶,۷۳	۱۲,۹۶
کارآفرین بخش خصوصی	۸۶	۴۰	۶۶	۷۷	۱۶۵	۱۷۸	۲۰۰	۲۹۹	۲۹۷	۵۳۶
	۱/۱۵	۰/۵۳	۰/۸۸	۱/۰۳	۲/۲	۲/۳۷	۲/۶۷	۳/۹۹	۳/۹۶	۷/۱۵

ابتدا آمارهای توصیفی مربوط به چهار مولفه "نوآوری"، "توفیق طلبی"، "کنترل شخصی" و "عزت نفس" بررسی شده‌اند. فرمول محاسبه مولفه‌ها به صورت جدول زیر است:

جدول شماره ۷: رابطه حسابی مولفه‌ها با سوالات پرسشنامه

مولفه	حاصل جمع سوال‌های:	تعداد سوالات
نوآوری	۲-۶-۱۳-۱۷-۱۹-۳۲-۳۸-۳۹-۴۱-۴۳-۴۶-۴۹-۵۲-۵۴-۵۶-۵۸-۶۲-۶۳-۶۶-۷۵-۷۴-۷۳-۷۲-۷۱-۶۹-۶۸	۲۶
توفیق طلبی	۱-۳-۷-۹-۱۱-۲۰-۲۳-۲۴-۲۶-۲۷-۳۰-۳۱-۳۴-۳۵-۴۰-۴۴-۴۸-۵۷-۵۹-۶۱-۶۵-۶۷-۷۰	۲۳
کنترل شخصی	۴-۸-۱۰-۱۵-۳۶-۳۷-۴۲-۴۵-۴۷-۵۱-۶۰-۶۴	۱۲
عزت نفس	۵-۱۲-۱۴-۱۶-۱۸-۲۱-۲۲-۲۵-۲۸-۲۹-۳۳-۵۰-۵۳-۵۵	۱۴
امتیاز کل	حاصل جمع ۷۵ سوال پرسشنامه (با در نظر گرفتن سوالات معکوس)	

جدول ۸: مقایسه میانگین امتیاز کسب شده به تفکیک مولفه‌های نگرش کارآفرینانه و نوع مدیریت

نوآوری	توفیق طلبی	کنترل شخصی	عزت نفس	کل
۱۹۱,۷۳	۱۹۶,۷۵	۹۱,۹۸	۷۸,۲۳	۵۵۸,۶۸
۱۸۷,۳۵	۱۸۷,۳۰	۹۰,۷۳	۷۵,۸۱	۵۴۱,۱۹

به منظور بررسی وجود استقلال بین نوع مدیریت و مولفه های نگرش کارآفرینانه، از آزمون استقلال خی^۲ استفاده شده است. آماره بدست آمده (با درجه آزادی ۳) عبارت است از ۲,۳۶۶. که نشان از وجود استقلال بین نوع مدیریت و مولفه های نگرش کارآفرینانه دارد.



نمودار ۲: مقایسه میانگین امتیاز کسب شده به تفکیک مولفه کارآفرینی و نوع مدیریت

۴-۲- آزمون های نرمالیتی برای کنترل

پیش فرض آزمون های آماری

پس از اجرای آزمون نرمال بودن شاپیرو ویلک^۱ روی مشاهدات چهار مولفه و امتیاز کل به تفکیک نوع شغل، نتیجه زیر حاصل شد:

در بخش مدیران دولتی، نوآوری، کنترل شخصی و عزت نفس دارای توزیع نرمال می باشند (در همه موارد مقدار آماره P Value بزرگتر از ۰,۰۵، بدست آمد). در بخش کارآفرینان بخش خصوصی، امتیاز کل، نوآوری، کنترل شخصی و عزت نفس دارای توزیع نرمال می باشند و تنها مولفه توفیق طلبی (P Value=0.010) دارای توزیع نرمال نبود.

بنابراین در مواردی که محاسبات به مولفه توفیق طلبی مربوط هستند، استفاده از آزمون های پارامتری جایز نیست و بجای آنها از آزمون های ناپارامتری^۲ استفاده شده است.

۴-۳- مقایسه امتیاز کل و مولفه ها بین دو گروه مدیران دولتی و کارآفرینان بخش خصوصی

سوالات مورد نظری پژوهشگر در این بخش عبارتند از:

- آیا امتیاز کل نگرش کارآفرینانه بین دو گروه مدیران دولتی و کارآفرینان بخش خصوصی همانند است؟
 - آیا امتیاز مولفه نوآوری بین دو گروه مدیران دولتی و کارآفرینان بخش خصوصی همانند است؟
 - آیا امتیاز مولفه توفیق طلبی بین دو گروه مدیران دولتی و کارآفرینان بخش خصوصی همانند است؟
 - آیا امتیاز مولفه کنترل شخصی بین دو گروه مدیران دولتی و کارآفرینان بخش خصوصی همانند است؟
 - آیا امتیاز مولفه عزت نفس بین دو گروه مدیران دولتی و کارآفرینان بخش خصوصی همانند است؟
- برای مولفه های "امتیاز کل"، "نوآوری"، "کنترل شخصی" و "عزت نفس"، با توجه با نرمال بودن مشاهدات، آزمون های t-student برای دو نمونه مستقل^۳ با واریانس مساوی مورد استفاده قرار گرفت.

در همه آزمون ها اختلاف واریانس بین دو گروه از نظر آماری معنی دار نشد. بنابراین، از آزمون t برای نمونه های مستقل با واریانس مساوی استفاده شده است. نتیجه محاسبات آزمون t دلالت دارد بر عدم وجود اختلاف امتیاز بین مدیران دولتی و کارآفرینان بخش خصوصی در خصوص "امتیاز کل" (P Value=0.16)، "نوآوری" (P Value=0.447)، "کنترل شخصی" (P Value=0.627) و "عزت نفس" (P Value=0.132).

برای مولفه توفیق طلبی، به علت عدم نرمال بودن مشاهدات، از آزمون ناپارامتری یو-من ویتنی^۴ به جای آزمون t استفاده شد. نتیجه حاصل دلالت دارد بر عدم وجود اختلاف معنی دار آماری امتیاز بین مدیران دولتی و کارآفرینان بخش خصوصی در خصوص مولفه "توفیق طلبی" (P Value=0.054). بنابر این پاسخ ۵ سوال اول تحقیق به صورت زیر اعلام می شود:

- امتیاز کل نگرش کارآفرینانه بین دو گروه مدیران دولتی و کارآفرینان بخش خصوصی همانند است.
- امتیاز مولفه نوآوری بین دو گروه مدیران دولتی و کارآفرینان بخش خصوصی همانند است.
- امتیاز مولفه توفیق طلبی بین دو گروه مدیران دولتی و کارآفرینان بخش خصوصی همانند است.
- امتیاز مولفه کنترل شخصی بین دو گروه مدیران دولتی و کارآفرینان بخش خصوصی همانند است.
- امتیاز مولفه عزت نفس بین دو گروه مدیران دولتی و کارآفرینان بخش خصوصی همانند است.

۴-۴- مقایسه امتیاز کل و امتیازها مولفه ها بین دو گروه زنان و مردان

سوالات مورد نظری پژوهشگر در این بخش عبارتند از:

1 Shapiro-Wilk, Normality Test.
2 Nonparametric Methods
3 Two Independent Samples Student t-Test for Equal variances.
4 Mann Whitney U test.

- آیا امتیاز کل نگرش کارآفرینانه بین دو گروه زنان و مردان همانند است؟
 - آیا امتیاز مولفه نوآوری بین دو گروه زنان و مردان همانند است؟
 - آیا امتیاز مولفه توفیق طلبی بین دو گروه زنان و مردان همانند است؟
 - آیا امتیاز مولفه کنترل شخصی بین دو گروه زنان و مردان همانند است؟
 - آیا امتیاز مولفه عزت نفس بین دو گروه زنان و مردان همانند است؟
- برای مولفه‌های "نوآوری"، "کنترل شخصی" و "عزت نفس"، با توجه با نرمال بودن مشاهدات، آزمون های t-student برای دو نمونه مستقل با واریانس مساوی مورد استفاده قرار گرفت.
- در همه آزمون ها اختلاف واریانس بین دو گروه از نظر آماری معنی دار نشد.
- نتیجه آزمون t دلالت دارد بر عدم وجود اختلاف امتیاز بین زنان و مردان در خصوص "نوآوری" ($P_{\text{Value}}=0.173$)، "کنترل شخصی" ($P_{\text{Value}}=0.553$) و "عزت نفس" ($P_{\text{Value}}=0.960$).
- برای مولفه "توفیق طلبی" و "امتیاز کل"، به علت عدم نرمال بودن مشاهدات، از آزمون ناپارامتری یو-من ویتنی به جای آزمون t استفاده شد.
- نتیجه حاصل دلالت دارد بر عدم وجود اختلاف معنی دار آماری امتیاز بین زنان و مردان در خصوص مولفه‌های "توفیق طلبی" ($P_{\text{Value}}=0.205$) و "امتیاز کل" ($P_{\text{Value}}=0.195$). بنابراین پاسخ ۵ سوال دوم تحقیق به صورت زیر اعلام می‌شود:
- امتیاز کل نگرش کارآفرینانه بین دو گروه زنان و مردان همانند است.
 - امتیاز مولفه نوآوری بین دو گروه زنان و مردان همانند است.
 - امتیاز مولفه توفیق طلبی بین دو گروه زنان و مردان همانند است.
 - امتیاز مولفه کنترل شخصی بین دو گروه زنان و مردان همانند است.
 - امتیاز مولفه عزت نفس بین دو گروه زنان و مردان همانند است.

۴-۵- مقایسه امتیاز کل و امتیازها مولفه‌ها بین گروه‌های مختلف سنی

- با توجه به اینکه مشاهدات برای مولفه‌های "نوآوری"، "کنترل شخصی" و "توفیق طلبی" و "امتیاز کل" در رده های مختلف سن نرمال نیستند، لذا از آزمون ناپارامتری کروسکال والیس^۱ به جای آزمون تحلیل واریانس یک طرفه استفاده شده است.
- نتیجه اینکه در مورد هر چهار مولفه، تفاوت معنی دار آماری در مقدار مولفه بین رده‌های سنی مختلف مشاهده نشد.
- در مورد مولفه "عزت نفس"، با توجه به نرمال بودن مشاهدات، از آزمون تحلیل واریانس یک طرفه استفاده شده است. نتیجه آزمون نشان داد که مولفه "عزت نفس" ($P_{\text{Value}}=0.001$) در سطوح مختلف متغیر سن متفاوت است و فرض همانند بودن امتیازها رد شده است. بنابراین پاسخ ۵ سوال سوم تحقیق به صورت زیر اعلام می‌شود:
- امتیاز کل نگرش کارآفرینانه بین گروه های مختلف سنی همانند است.
 - امتیاز مولفه نوآوری بین گروه های مختلف سنی همانند است.
 - امتیاز مولفه توفیق طلبی بین گروه های مختلف سنی همانند است.
 - امتیاز مولفه کنترل شخصی بین گروه های مختلف سنی همانند است.
 - امتیاز مولفه عزت نفس بین گروه های مختلف سنی همانند نیست. (آزمون تعقیبی توکی^۲ نشان داد نگرش افراد ۴۱-۵۰ ساله با سایر گروه‌ها متفاوت است)

۴-۶- مقایسه امتیاز کل و امتیازها مولفه‌ها بین گروه‌های مختلف تحصیلی

- برای مولفه‌های "عزت نفس" و "نوآوری" و "کنترل شخصی"، با توجه با نرمال بودن مشاهدات، آزمون های تحلیل واریانس یک طرفه مورد استفاده قرار گرفت.
- پس از انجام آزمون ANOVA مشخص شد: بین رده‌های مختلف تحصیلی در رابطه با امتیاز مولفه‌های "نوآوری"، "کنترل شخصی" و "عزت نفس" اختلاف معنی دار آماری مشاهده نشد.
- برای مولفه‌های "توفیق طلبی" و "امتیاز کل"، به علت عدم نرمال بودن مشاهدات و عدم همگنی واریانس، از آزمون ناپارامتری کروسکال والیس^۳ به جای آزمون تحلیل واریانس یک طرفه استفاده شد. سطح معنی داری آزمون‌های مورد نظر نشان داد که از نظر آماری اختلاف معنی داری بین سطوح مختلف تحصیلات در رابطه با امتیاز مولفه "توفیق طلبی" و "امتیاز کل" وجود ندارد. بنابراین پاسخ ۵ سوال چهارم تحقیق به صورت زیر اعلام می‌شود:
- امتیاز کل نگرش کارآفرینانه بین گروه های مختلف تحصیلی همانند است.

1 Kruskal Wallis One-Way ANOVA.

2 Tukey HSD Post HOC Test.

3 Kruskal Wallis One-Way ANOVA.

- امتیاز مولفه نوآوری بین گروه های مختلف تحصیلی همانند است.
- امتیاز مولفه توفیق طلبی بین گروه های مختلف تحصیلی همانند است.
- امتیاز مولفه کنترل شخصی بین گروه های مختلف تحصیلی همانند است.
- امتیاز مولفه عزت نفس بین گروه های مختلف تحصیلی همانند است.

۷-۴- مقایسه امتیاز کل و امتیازها مولفه ها بین دو گروه مدرک تحصیلی مرتبط و غیر مرتبط با کارآفرینی

سوالات مورد نظر پژوهشگر در این بخش عبارتند از:

- آیا امتیاز کل نگرش کارآفرینانه بین دو گروه مدرک تحصیلی مرتبط و مدرک تحصیلی غیر مرتبط همانند است؟
 - آیا امتیاز مولفه نوآوری بین دو گروه مدرک تحصیلی مرتبط و مدرک تحصیلی غیر مرتبط همانند است؟
 - آیا امتیاز مولفه توفیق طلبی بین دو گروه مدرک تحصیلی مرتبط و مدرک تحصیلی غیر مرتبط همانند است؟
 - آیا امتیاز مولفه کنترل شخصی بین دو گروه مدرک تحصیلی مرتبط و مدرک تحصیلی غیر مرتبط همانند است؟
 - آیا امتیاز مولفه عزت نفس بین دو گروه مدرک تحصیلی مرتبط و مدرک تحصیلی غیر مرتبط همانند است؟
- برای مولفه های "عزت نفس"، "نوآوری"، "کنترل شخصی"، با توجه با نرمال بودن مشاهدات، آزمون های t-student برای دو نمونه مستقل با واریانس مساوی مورد استفاده قرار گرفت. در همه آزمون ها اختلاف واریانس بین دو گروه از نظر آماری معنی دار نشد. نتیجه آزمون t دلالت دارد بر وجود اختلاف معنی دار آماری بین دو گروه مدرک تحصیلی مرتبط و مدرک تحصیلی غیر مرتبط در رابطه با مولفه "عزت نفس" ($P_{\text{Value}}=0.033$) و "کنترل شخصی" ($P_{\text{Value}}=0.011$). در خصوص مولفه نوآوری اختلاف معنی داری مشاهده نشد.
- برای مولفه های "توفیق طلبی" و "امتیاز کل"، به علت عدم نرمال بودن مشاهدات، از آزمون ناپارامتری یو-من ویتنی استفاده شد.

- نتیجه حاصل دلالت دارد بر وجود اختلاف معنی دار آماری امتیاز بین دو گروه مدرک تحصیلی مرتبط و مدرک تحصیلی غیر مرتبط در رابطه با مولفه "امتیاز کل" ($P_{\text{Value}}=0.041$). بنابر این پاسخ ۵ سوال پنجم تحقیق به صورت زیر اعلام می شود:
- امتیاز کل نگرش کارآفرینانه بین دو گروه مدرک تحصیلی مرتبط و مدرک تحصیلی غیر مرتبط همانند نیست.
 - امتیاز مولفه نوآوری بین دو گروه مدرک تحصیلی مرتبط و مدرک تحصیلی غیر مرتبط همانند است.
 - امتیاز مولفه توفیق طلبی بین دو گروه مدرک تحصیلی مرتبط و مدرک تحصیلی غیر مرتبط همانند است.
 - امتیاز مولفه کنترل شخصی بین دو گروه مدرک تحصیلی مرتبط و مدرک تحصیلی غیر مرتبط همانند نیست.
 - امتیاز مولفه عزت نفس بین دو گروه مدرک تحصیلی مرتبط و مدرک تحصیلی غیر مرتبط همانند نیست.
- خلاصه نتایج بدست آمده از پژوهش در جدول ۱۰ آورده شده است:

جدول ۹: خلاصه نتایج بدست آمده از پژوهش (مقایسه امتیاز آماری هر گروه به تفکیک مولفه ها)

نوع مدیر (دولتی-کارآفرین)	جنس	سن	تحصیلات	تحصیلات مرتبط با کارآفرینی
نوآوری	-	-	-	-
توفیق طلبی	-	-	-	-
کنترل شخصی	-	-	-	✓
عزت نفس	-	✓	-	✓
امتیاز کل	-	-	-	✓
✓ نشان دهنده وجود اختلاف معنی دار آماری امتیاز مولفه نگرش کارآفرینی ویژگی مورد بررسی.				
- نشان دهنده عدم وجود اختلاف معنی دار آماری امتیاز مولفه نگرش کارآفرینی در رده های ویژگی مورد بررسی.				

۵- نتیجه گیری و پیشنهادات

امروزه کارآفرینی را از ابزارهای توسعه به حساب می آورند؛ زیرا وجود انسانهای کارآفرین موجب ایجاد بستر موفقیتها می شود. همچنین با توجه به افزایش سریع رقبای جدید و ایجاد حس بی اعتمادی نسبت به شیوه های مدیریت سنتی در سازمانها، ضرورت کارآفرینی در سازمانها بیش از پیش احساس می شود. با توجه به نتایج این پژوهش، همانطور که در جدول شماره ۸، که میانگین امتیاز کسب شده مدیران دولتی و مدیران کارآفرین را نشان می دهد، دیده می شود، به نظر می رسد در مجموع اختلاف معنی داری بین نظرات مدیران دولتی با بخش خصوصی وجود ندارد، چه بسا امتیاز نگرش کارآفرینی در مدیران دولتی چه به تفکیک مولفه های نگرش کارآفرینانه و چه در مجموع بیشتر از مدیران کارآفرین است. اگرچه قبل از دستیابی به نتایج پژوهش انتظار می رفت پائین تر از کارآفرینان باشد. با توجه به مولفه های نگرش کارآفرینانه در هیچ یک از ۴ مولفه نوآوری، کنترل شخصی و عزت نفس و توفیق طلبی از لحاظ آماری اختلاف معنی داری بین مدیران دولتی و کارآفرینان مشاهده نشد.

سیمونز (Simmones, 1999) نگرشها را بهترین وسیله برای اقدام به کارآفرینی می‌داند و بیان می‌کند که بسیاری از محققان بر این عقیده‌اند که داشتن نگرشهای خاص به انجام دادن فعالیت‌های بیشتر در زمینه کارآفرینی منجر می‌شود. همچنین رایبسون و همکاران (Robinson et al., 1991) بیان می‌کنند که نگرش‌ها بهترین پیش‌بینی‌کنندگان برای تمایلات کارآفرینانه اند.

سوالی که در اینجا مطرح می‌شود این است که چرا با وجود مدیران با نگرش کارآفرینانه بالا، ما همچنان با سازمانهای سنتی روبرو هستیم با وجودی که می‌دانیم اقتصاد به شدت برای توسعه خود به کارآفرینی و سازمان‌های کارآفرین وابسته است. بنظر می‌رسد که سازمان‌های دولتی چه بسا زمینه و شرایط مناسب را برای تبدیل مدیران که آنگونه که از نتیجه این پژوهش برمی‌آید، همانا کارآفرینان بالقوه هستند به کارآفرینان بالفعل را ندارند. حال آنکه تنها داشتن نگرش کارآفرینانه برای تمایل به کارآفرینی کافی نیست، بلکه باید آمادگی برای عمل بر اساس کارآفرینی در افراد شکل گیرد و بستر مناسب برای عملیاتی کردن آنها فراهم گردد. در نتیجه سازمانها می‌بایست زمینه و شرایط مناسب را برای استفاده از مدیران کارآفرین در سازمان‌ها برای تبدیل سازمان‌ها به سازمان‌های کارآفرین و به تبع آن رشد اقتصادی فراهم کنند.

با بررسی فاکتورهای جمعیت شناختی نیز به این نتیجه می‌رسیم که:

- جنسیت هیچگونه تاثیری در نگرش کارآفرینانه افراد ندارد.
- سن افراد فقط بر روی مولفه عزت نفس تاثیرگذار است، ولی در امتیاز کل نگرش کارآفرینانه بی‌تاثیر است. (تفاوت نگرش بین گروه ۵۰-۴۱ ساله ها با سایر گروه‌های سنی وجود دارد).
- میزان تحصیلات هیچگونه تاثیری در نگرش کارآفرینانه افراد ندارد.
- تحصیلات مرتبط با کارآفرینی نیز فقط بر روی فاکتورهای کنترل شخصی و عزت نفس تاثیرگذار بوده و در امتیاز کل نگرش کارآفرینانه موثر بوده است.
- آماره خی ۲ بدست آمده از آزمون استقلال نشان از وجود استقلال بین مولفه های نگرش کارآفرینانه و نوع مدیریت دارد.

نتایج پژوهش نشان داد که تحصیلات مرتبط با کارآفرینی تأثیر مثبت و معناداری بر نگرش کارآفرینانه دارد. این نتیجه با نتایج تحقیقات بارانی و همکاران (Barani et al., 2010)، سوتیز و همکاران (Souitaris et al., 2007)، هانینگ (Hoing, 2004)، مصحف (Moshaf, 2005)، وسپر (Vesper, 1991)، داکلاس و شپرد (Douglas & Shepherd, 1999) و رایبسون و همکاران (Robinson et al., 1991) همخوانی دارد.

باید توجه کرد که نمرات پیرامون میانگین، نشان از تعادل در جامعه مورد مطالعه دارد؛ درحالیکه تنها عده کمی به کارآفرینی اشتغال دارند و بنظر می‌رسد این موضوع به سیاست‌های توسعه کارآفرینی دولت مانند ایجاد زمینه (شرایط اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی) و حمایت قانونی از کارآفرینی و تولید مرتبط باشد.

منابع

۱. عسگری قدس، محمد و صالحی، سمیه (۱۳۹۱)، نگرش کارآفرینانه، چاپ اول، تهران، انتشارات میانکوشک
۲. احمدپور داریانی، محمود (۱۳۹۲)، کارآفرینی: تعاریف، نظریات، الگوها، چاپ یازدهم، انتشارات جاجرمی
۳. حسینی نسب، سید داوود و خدیوی، اسداله و موسی زاده، عبدالله (۱۳۸۹)، "بررسی رابطه مولفه های سازمان یادگیرنده با نگرش کارآفرینی دانشجویان دانشکاه پیام نور نرده در سال تحصیلی ۸۹-۱۳۸۸"، مجله علوم تربیتی، ۱۳۸۹، شماره ۱۲، ص ۲۹-۴۶.
۴. جهانگیری، علی و کلاتنری ثقفی، ربابه (۱۳۸۷)، "بررسی و سنجش ویژگی‌های کارآفرینی مدیران"، مجله توسعه کارآفرینی، ۱۳۸۷، شماره اول، صص. ۸۷-۱۰۰.
۵. بدری، احسان و لیاقتدار، محمدجواد و عابدی، محمدرضا و جعفری، ابراهیم (۱۳۸۵)، "بررسی قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان دانشگاه اصفهان"، مجله پژوهش و برنامه ریزی در آموزش عالی، ۱۳۸۵، شماره ۲، صص. ۷۳-۹۰.
۶. شمعی زاده، مرضیه و عابدی، محمدرضا (۱۳۸۴)، "بررسی تاثیر مشاوره شغلی بر افزایش خودکارآمدی کارآفرینی دانشجویان دانشگاه اصفهان"، مجله دانش و پژوهش در روانشناسی، ۱۳۸۴، شماره ۲۳، صص ۲۹-۳۸.
۷. یارمحمدزاده، پیمان و برقی، عیسی و دهقان، گلی (۱۳۹۵)، "رابطه بین نگرش و رفتار کارآفرینانه با کارآفرینی اجتماعی دانشجویان دانشگاه شهید مدنی آذربایجان"، پایان نامه کارشناسی ارشد.
۸. محسنی، عادل و موسوی، سید حسین و جمالی، محمد (۱۳۹۲)، "نقش آموزش کارآفرینی در نگرش کارآفرینانه و باور خودکارآمدی عمومی دانشجویان"، فصلنامه پژوهش و برنامه ریزی در آموزش عالی، ۱۳۹۲، شماره ۶۹، صص ۶۳-۸۰.
۹. مهدوی، مهدی و عذاری، زینب (۱۳۸۵)، "بررسی میزان کارآفرینی مدیران سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور و سازمان‌های تابع"، مجله فرایند مدیریت و توسعه، ۱۳۸۵، شماره ۶۶-۶۵، صص ۱۳-۲۷.

۱۰. محمد کاظمی، رضا و راسخ، نازنین و اسمعیلی، فاطمه (۱۳۹۵)، "ارزیابی نگرش کارآفرینانه مدیران باشگاه‌های ورزشی بانوان شهر تهران و ارائه راه کار(دولتی و خصوصی)"، مجله مطالعات مدیریت ورزشی، ۱۳۹۶، شماره ۴۱، صص ۱۱۱-۱۲۶.
۱۱. احمدی، نسیم (۱۳۸۸)، "معرفی و نقد روش دلفی"، مجله علوم اجتماعی، ۱۳۸۸، شماره ۲۲، صص ۱۰۰-۱۰۸.
۱۲. فشارکی، فرزاد و صحت، سعید و موسوی، محسن (۱۳۹۵)، "بررسی تاثیر گرایش کارآفرینانه بر رشد کسب و کار از طریق برندسازی"، مجله پژوهش‌های مدیریت راهبردی، ۱۳۹۶، شماره ۶۶، صص ۵۷-۸۰.
۱۳. سیدمحمی، ایمان و پاشیب، ملیحه و یعقوبی، محمود و تاتاری، مریم و محمدی، سمیه (۱۳۹۴)، "رابطه رفتار شهروندی سازمانی و نگرش کارآفرینانه در بین کارکانا علوم پزشکی"، مجله طنین سلامت، ۱۳۹۴، شماره ۴، صص ۴۹-۵۵.
۱۴. برماس، حامد و مهرابی رزوه، فاطمه و حسینی اصل، فاطمه (۱۳۹۰)، "بررسی تاثیر مشاوره شغلی بر تغییر نگرش و افزایش رفتار کارآفرینانه و اشتغال زایی دانشجویان"، فصلنامه تازه های روانشناسی صنعتی/سازمانی، ۱۳۹۰، شماره ۷، صص ۸۷-۹۵.
۱۵. مصحف، هایده و عابدی، محمدرضا و بهرامی، فاطمه (۱۳۸۴)، "بررسی تاثیر مشاوره شغلی به شیوه نگره‌ی یادگیری اجتماعی و شغل‌گزینی کرام بولتز بر تغییر نگرش کارآفرینانه"، اندیشه‌های نوین تربیتی، ۱۳۸۴، شماره ۴، صص ۶۶-۴۹.
۱۶. جعفری مقدم، سعید و فخارزاده، آرزو سادات (۱۳۹۰)، "توسعه نگرش کارآفرینانه در کتاب‌های درسی: مطالعه موردی کتاب‌های فارسی دوره دبستان"، مجله کار و جامعه، ۱۳۹۰، شماره ۱۳۵، صص ۴۵-۳۳.
17. Mohd Shariff, Mohd Noor, (2009). "An Attitude Approach to the Prediction of Entrepreneurship on Students at Institution of Higher Learning in Malaysia", International Journal of Business and Management, 2009, Vol. 4(4), 129-135.
18. Ali, Akhtar and Tariq, Riaz H. and Topping, Keith J. (2011). "Entrepreneurial Attitudes among Potential Entrepreneurs", Pak. J. Commer. Soc. Sci., Vol. 5(1), 12-46.
19. Chen, Yu-Fen and Lai, Ming-Chuan (2010). "Factors influencing the entrepreneurial attitude of Taiwanese tertiary-level business students", Behavior and Personality: An international journal, No. 38, 1-12.
20. Pihie, Z.A. Lope and Bagheri, A., (2011), "Malay Secondry School Students' Entrepreneurial Attitude Orientation and Entrepreneurial Self-efficacy: A Descriptive Study", Journal of Applied Sciences, Vol. 11(2), 316-322.
21. Gibson, Shanan G. and Harris, Micheal L. and Walker, Patrick D. and McDowell, William C., (2014), "Investigating the Entrepreneurial Attitudes of African Americans: A Study of Young Adults", the Journal of Applied Management and Entrepreneurship, Vol. 19(2), 107-125.
22. Robinson, Peter B. and Stimpson, David V. and Huefner, Jonathen C. and Hunt H.Keith, (1991), "An Attitude Approach to the Prediction of Entrepreneurship", Entrepreneurship Theory and Practice, 13-31.
23. Aldrich, H. E., & Martinez, M. A. (2001), "Many are called, but few are chosen: An evolutionary perspective for the study of entrepreneurship", Entrepreneurship Theory and Practice, 25(4), 41-56.
24. Beugelsdijk, S., & Noorderhaven, N. (2004). Entrepreneurial attitude and economic growth: A cross-section of 54 regions. The Annals of Regional Science, 38(2), 199-218.
25. Brekler, S. J. (1983), "Validation of affect, behavior, and cognition as distinct components of attitude", Disertation Abstracts international, 44(11B).