

توسعه علوم انسانی از منظر کارآفرینی

دکتر جعفر هزار جریبی*

چکیده

این مقاله، به ویژگی‌های کارآفرینی در بین دانش‌آموختگان دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی به ویژه رشته‌های علوم انسانی پرداخته است. با توجه به اینکه پدیده کارآفرینی در کشور از سوابق چندانی برخوردار نیست و هنوز در سطح ملی توجه جدی بدان نشده است، باید میدان‌های کارآفرینی برای نسل جوان منتظر کار و اشتغال گشوده شود و آموزش و تربیت کارآفرینان به طور رسمی و غیررسمی در قالب دوره‌های دانشگاهی و غیردانشگاهی مورد توجه قرار گیرد؛ بنابراین، بررسی میزان توانایی و قابلیت‌های دانشجویان و تربیت نسل کارآفرین امری ضروری است.

در این مقاله، براساس نتایج پژوهشی نگارنده و تهیه و تدوین شده و جامعه آماری آن، مربوط به دست‌اندرکاران مطبوعات و نشریات کشور است و با تفکر و اندیشه‌های علوم انسانی همراه است؛ یعنی به این نکته توجه شده است که توسعه علوم انسانی از منظر کارآفرینی با دوره‌های آموزشی، مهارت فردی، انگیزه فردی و ریسک‌پذیری ارتباط مستقیم دارد.

واژگان کلیدی: کارآفرینی^۱، دانش‌آموختگان^۲، نشریات و مطبوعات^۳، مهارت فردی^۴، ریسک‌پذیری^۵، خلاقیت^۶

E-mail: jafar_hezar@yahoo.com

* دانشیار دانشگاه علامه طباطبائی

1. Entrepreneurship
2. Graduated
3. Periodicals

4. Individual skill
5. Risk taking
6. Creativity

مقدمه

کارآفرین، عوامل مختلف تولید را گرد هم می‌آورد و با تلاش و کوشش‌های خلاقانه خود فعالیت‌ها را به سمت موفقیت سوق می‌دهد. بدیهی است که انگیزه فعالیت‌های کارآفرین، نفع شخصی است ولی ایجاد فضای مناسب برای کارآفرینی در کشورها منافع ملی را به دنبال دارد.

امروزه در کشورهای مختلف توجه خاصی به کارآفرینی و کارآفرینان می‌شود و تقویت کارآفرینی و ایجاد بستر مناسب برای توسعه آن از ابزار پیشرفت اقتصادی کشورها و به ویژه کشورهای در حال توسعه شمرده می‌شود. در هر کشوری کارآفرینان به صورت بالقوه وجود دارند ولی باید تلاش کرد که توانایی‌های آنان بیشتر شود و مهم‌تر از همه، ساختارهای اقتصادی اجازه ابراز وجود کارآفرینان و توانایی‌های بالفعل آنان را فراهم آورند.

ویژگی اجتماعی کار و اهمیت «کارکردن» در جامعه و نقش آن در ساماندهی بهینه نظم اجتماعی و استقرار فضای مطلوب روانی، سبب توجه بیش از پیش از پیش علمای اجتماعی، دولتمردان و اندیشمندان نسبت به ابعاد اجتماعی کار و تأثیرات آن بر جامعه شده است. علاوه بر نقش و جایگاه «کار» در ساماندهی نظم اجتماعی، ایجاد اشتغال از پیش‌نیازهای اساسی رشد و توسعه هر جامعه در ابعاد مختلف اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی است؛ هر چند که در یک اقتصاد کاملاً دولتی، ایجاد اشتغال از وظایف دولت است ولی برخلاف ساختارهای سنتی، در ساختارهای اقتصاد نوین و پیشرفته ایجاد شغل از وظایف دولت به شمار نمی‌رود. نقش دولت تنها تعمیق و گسترش فرهنگ کارآفرینی و توسعه فرصت‌های شغلی مناسب است. وظیفه اصلی کشف و بهره‌برداری از این فرصت‌ها را کارآفرینان بر عهده دارند؛ به عبارت دیگر، در یک اقتصاد پویا و کارآفرین، مردم به مشارکت هر چه فعال‌تر و گسترده‌تر در فعالیت‌های اجتماعی و اقتصادی تشویق می‌شوند.

موضوع کارآفرینی و ظهور کارآفرینان از زوایای مختلف از جمله توسعه ملی، نقش دولت در اجرای برنامه‌های توسعه، شناسایی و هدایت کارآفرینان و عملیات کارآفرینی از جایگاه مهمی برخوردار است. بخش‌های مختلف جامعه شامل بخش‌های دولتی، خصوصی، تعاونی‌های محلی و... بخش عمده‌ای از منابع خود را صرف ارتقای کارآفرینی و توسعه سرمایه‌گذاری‌های کوچک می‌کنند. اما امروزه دانش‌آموختگان دوره‌های مختلف دانشگاهی به جای ایجاد اشتغال برای خود و دیگران در جست و جوی کار استخدامی هستند؛ زیرا که معتقدند آینده کارآفرینی چندان درخشان نیست و موفقیتی را که مد نظر است در بر ندارد. در چنین شرایطی، و در فرصتی که برای رشد و تعالی کشور تا تحقق برنامه‌های توسعه پیش روی داریم، باید تلاش کنیم و در جهت آگاهی بخشیدن و نمایاندن اهمیت و جایگاه کارآفرینی در جامعه و نقش آن در استقرار توسعه پایدار و همه‌جانبه بکوشیم.

در این مقاله، به ویژگی‌ها و مهارت‌های فردی و اجتماعی دانش‌آموختگان رشته‌های علوم انسانی پرداخته شده است و برای تأیید یا عدم تأیید فرضیه‌های مستخرج از مبانی نظری تحقیق، حوزه مطبوعاتی کشور به عنوان جامعه آماری انتخاب شده است.

مبانی نظری

مفهوم کارآفرینی بر مبنای موقعیت و محیط به ویژگی‌هایی از جمله دسترسی به منابع و قواعد و تسهیل در روابط اجتماعی و امکانات مالی و اقتصادی جامعه مربوط است.

کارآفرینی در مقوله‌های زیر، قابل تعریف و بررسی است:

۱. کارآفرینی، فراتر از شغل و حرفه است و می‌توان آن را یک شیوه زندگی دانست؛
۲. کارآفرینی، روش اداره فرصت‌ها بدون در نظر گرفتن منابع موجود و قابل کنترل فعلی است؛

۳. کارآفرینی، سازماندهی و اداره یک فعالیت اقتصادی است؛

۴. کارآفرینی، فرایند توسعه موقعیت‌ها و اقدام‌های نوآورانه همراه با پذیرش ریسک در یک سازمان و به طور مستقل است.

از دیدگاه برخی از محققان، کارآفرینی موتور تغییرات اجتماعی محسوب می‌شود و این تغییرات در ایجاد مشاغل جدید و استفاده اثربخش از منابع و قواعد مؤثر است و باعث تجدید حیات ملی می‌شود.

«لسترتارو»^۱ عقیده دارد، پایه‌های قدیم کامیابی فرو ریخته است. در تمام طول تاریخ بشر، منشأ کامیابی دستیابی به منابع طبیعی مانند زمین، طلا و نفت بوده است که، ناگهان ورق برگشته و دانش به جای آن نشسته است. این عصر، عصر صنایع انسان‌ساخته بر پایه دانایی و توانایی‌های فکری است.

فناوری‌های جدید، ماهیت هرم ثروت را دگرگون ساخته است، پایه ضروری اولین انقلاب صنعتی زغال سنگ بود. زغال سنگ، با توجه به فناوری زمان، بسیار سنگین و حمل و نقل آن دشوار بود و انقلاب فنی ماشین بخار در جایی که زغال سنگ نبود روی نمی‌داد. آغاز انقلاب صنعتی در انگلیس تا حدی مدیون دسترسی آسان به ذخایر زغال سنگ بود. در دومین انقلاب صنعتی، تولید انبوه که به سرمایه‌های کلان متکی بود، راه‌گشای توفیق اقتصادی شد. برندگان، کسانی بودند که بیشتر از همه ثروت داشتند: «کارنگی» در آغاز قرن نوزدهم، «فورد» در دهه ۱۹۲۰، «امریکن کورپوریشن» در دهه ۱۹۵۰ و شرکت‌های ژاپنی در دهه ۱۹۸۰ (لسترتارو، ۹۲).

سومین انقلاب صنعتی عناصر سازنده هرم ثروت را به گونه‌ای جدید طراحی می‌کند و قاعده بازی را تغییر می‌دهد و برندگان این عرصه جوامعی خواهند بود که ماهیت هرم

ثروت را در اقتصادی متکی به دانش دریابند؛ بنابراین، دانش و دانش‌آموختگان محور توانایی‌های جدید جامعه قلمداد می‌شوند و مهم‌ترین مسئله شناسایی و سازماندهی افراد بر مدار دانایی و دانش است.

«ماکس وبر»^۱ معتقد است، کوشش برای بهبود معاش یا اخلاق کار، نقش اصلی را در توسعه اقتصادی و صنعتی نظام سرمایه‌داری بازی می‌کند و بین اخلاق پروتستانی و طرز زندگی آنان با پیشرفت اقتصادی رابطه مثبت و مستقیمی وجود دارد. «وبر» تأکید می‌کند که تنها محرک پیشرفت اقتصادی نظام سرمایه‌داری، اخلاق پروتستانی و طرز تفکر پروتستان‌ها بوده است. در اخلاق پروتستانی برای هر فرد یک صفت کاری یا اخلاق کاری وجود دارد که براساس آن، فرد وجدان کاری خود را در تمام مراحل کاری به ثبوت می‌رساند. این خصیصه اخلاقی موجب می‌شود که فرد با احساس مسئولیت و در نهایت دقت و کارایی، وظایف کاری و شغلی خود را انجام دهد. با این همه، وی اولین محقق بود که به تبیین ارزش‌های عقیدتی و درونی فرد بر رفتار کارآفرینانه پرداخت (وبر، اخلاق پروتستانی و روح سرمایه‌داری: ۱۳۵ - ۱۳۳).

«ژوزف مک گوایر»^۲ نقش کارآفرینی در جوامع مختلف را با توجه به تنوع فرهنگی متفاوت می‌داند و به نظر وی، منابع طبیعی و سرمایه نقدی ممکن است یکسان باشد اما آنچه را که باید در درک تفاوت رفتار مورد توجه قرار داد، عواملی مانند: عقاید اجتماعی، هنجارها، پاداش و رفتارها، آرمان‌های فردی و ملی، مکاتب دینی و تعلیم و تربیت است (پالمر^۳، ۱۹۸۷: ص ۴۸).

از دیدگاه «ساویر»^۴ کارآفرینی را می‌توان در دامنه وسیعی از وظایف مشاهده کرد. این وظایف می‌تواند شامل نوآوری محض تا کارهای معمولی باشد و کارآفرینی را نه تنها به طور مستقل و فردی بلکه در تمام سازمان‌هایی که در آنها تصمیم‌گیری‌های متهورانه اتخاذ می‌شود و به ترکیب و تخصیص منابع در شرایط بی‌ثبات تأثیر می‌گذارد، می‌توان یافت (بروک‌هاوس^۵، ۱۹۸۲: ۴۰).

«هاربینسون و مایرز»^۶ معتقد بودند که کارآفرین فردی است که نمی‌توان او را از سازمان خود جدا کرد؛ زیرا وی با آن درآمیخته است، وظیفه او این است که شرایطی را فراهم آورد که تحت آن، دیگر عناصر مدیریت بتوانند ضمن انجام وظایفی که در سازمان تعیین شده است، به اهداف شخصی خود نیز دست یابند (گاسه^۷، ۱۹۸۵: ص ۵۶).

1. Max weber
 2. J. Mcguire
 3. Palmer
 4. Sawwer
 5. R.Brockhaus
 6. F.Harbinson & A.myers
 7. Gasse

«مارکس»^۱ بر این عقیده است که نظام سرمایه‌داری از طریق پیکار طبقاتی در درون نظام فئودالیسم و در نتیجه زوال این سیستم به وجود می‌آید. «مارکس» به عنوان بنیان‌گذار مکتب مارکسیسم، نظام سرمایه‌داری را از دید جامعه‌شناختی تعریف و سپس عملکرد آن را با دید اقتصادی تحلیل کرد. وی بر این باور است که در نظام سرمایه‌داری دو طبقه اجتماعی سرمایه‌دار و کارگر «بورژوا و پرولتاریا» وجود دارند که وظیفه اصلی این نظام، صنعتی‌شدن جامعه است که به نوبه خود مسائل متعدد اقتصادی و اخلاقی را به وجود آورده و ریشه‌های دگرگونی خود را پی‌ریزی کند و همین تضاد ماهوی سرمایه‌داری با ایجاد بحران‌های اقتصادی و بیکاری به مبارزه طبقاتی منجر می‌شود و سرانجام کارگران دست به انقلاب می‌زنند و سوسیالیسم به وجود می‌آید.

مارکس معتقد است که در سوسیالیسم مالکیت شخصی و استثمار کارگران از بین می‌رود و توزیع ثروت بر مبنای کمیت و کیفیت کار انجام می‌گیرد (تفضلی، ۱۳۷۵: ۱۵۰).

کارآفرینی تأثیر مستقیمی بر توسعه اقتصادی و اجتماعی مردم دارد. هر چه یک جامعه بیشتر در فعالیت‌های کارآفرینی شرکت کند، سریع‌تر به توسعه اقتصادی و اجتماعی دست می‌یابد. جوامع امروزی به افرادی که مصمم به موفقیت و قادر به تبدیل رؤیا به حقیقت و دارای روحیه استقلال‌طلبانه برای کاوش موقعیت‌های جدید باشند، نیاز دارد. اگر به تأثیرات اقتصادی و اجتماعی کارآفرینی توجه کنیم، می‌بینیم که هر چه جامعه رشد بیشتری داشته باشد، نقش افراد تخصصی‌تر و واضح‌تر می‌شود؛ علاوه بر آن، نیاز افراد جامعه به کالا و خدمات یک موقعیت اقتصادی به شمار می‌رود. و این کارآفرینان جامعه هستند که به این نیازها به موقع پاسخ می‌دهند. زمانی که کارآفرینی به عنوان شغل از سوی بسیاری از اعضای یک جامعه پذیرفته شود، آن جامعه به سرعت رشد می‌یابد؛ به طوری که کارآفرینی موجب اشتغال جدید می‌شود و موجبات کاهش نرخ بیکاری را فراهم می‌آورد. علاوه بر این، کارآفرینان پیوسته در حال ابداع و توسعه کالاها و خدمات جدید هستند و نیز به دنبال روش‌هایی هستند که این کالاها و خدمات را به طور مؤثر تولید و عرضه کنند؛ از این رو، کیفیت زندگی را بهبود می‌بخشند. کارآفرینی موجب توزیع متناسب درآمد می‌شود؛ بدین ترتیب، مردم جامعه برای خرید کالاها و محصولات پول بیشتری دارند و سود بیشتری به کارآفرینان می‌دهند. آنان حتی می‌توانند در کارهای خود سرمایه‌گذاری کنند و موجب افزایش بهره‌وری عظیم ملی شوند و از این نظر، کشور سریع‌تر توسعه می‌یابد و سود اجتماعی را نصیب دولت می‌کند. از طریق ایجاد فرصت‌ها برای کارآفرینان می‌توان به میزان درآمد سالانه بالاتر و زندگی بهتر دست یافت؛ زیرا میزان درآمد سرانه بالا نشانه قابلیت بالا برای کارآفرینی است (نطاق، ۱۳۸۰: ۱۹ - ۱۷).

۱۰۴ پژوهش در نظام‌های آموزشی
 «مایکل ورنر و چارلز گانچی»^۱ کارآفرینان را افرادی می‌داند که در محیط‌های انگیزشی و حمایتی فعالیت می‌کنند و کلید اصلی بازاریابی و توسعه محصول در یک شرکت هستند. «شاپیرو»^۲ نیز کارآفرینی شرکتی را یک مفهوم چند بعدی می‌داند که فعالیت‌های شرکت را متوجه نوآوری محصول، نوآوری در فناوری، مخاطره‌پذیری و پیشگامی می‌سازد (احمد پور، ۱۳۸۰: ص ۱۳۹ - ۱۳۶).

یافته‌های تحقیق

در این مقاله، یافته‌های تحقیق براساس فرضیه‌های تحقیق تنظیم شده است که عبارت‌اند از: فرضیه اول: بین دوره‌های آموزشی گذرانده‌شده و تناسب آن با نوع کار مطبوعاتی رابطه معناداری وجود دارد.

جدول (۱) تناسب بین دوره‌های آموزشی و نوع کار مطبوعاتی

آماره‌ها گروه آموزشی	تعداد	میانگین	انحراف معیار	خطای معیار میانگین
علوم انسانی	۲۰۸	۳/۶۰	۱/۲۴	۸/۶۲
غیر علوم انسانی	۷۴	۲/۶۵	۱/۳۶	۰/۱۶

جدول (۲) آزمون نمونه‌های مستقل (*t-test*)

آزمون (<i>t-test</i>) برای تساوی میانگین‌ها					
درجه آزادی	سطح معنی‌داری دو دامنه	تفاوت میانگین	تفاوت خطای معیار	با فاصله اطمینان ۹۵٪	
				پایین	بالا
۲۸۰	۰/۰۰۰	۰/۹۵	۰/۱۷	۰/۶۱	۱/۲۹
۱۱۹/۱۹	۰/۰۰۰	۰/۹۵	۰/۱۸	۰/۱۸	۱/۳۰

داده‌های به دست آمده نشان می‌دهد که بین دوره‌های آموزشی دانشگاهی گذرانده‌شده و نوع فعالیت مطبوعاتی رابطه معناداری وجود دارد و اختلاف بین میانگین‌ها با سطح معناداری (۰/۰۰۰) مورد قبول است. این ارتباط با ۹۵ درصد فاصله اطمینان برای اختلاف میانگین‌های (از ۰/۶۱ تا ۱/۲۹) تأیید شده است و این فاصله کاملاً مثبت بوده و نتیجه معنادار است؛ بنابراین، حضور دانش‌آموختگان رشته‌های علوم انسانی در مطبوعات و نشریات چشمگیر است و اصولاً زمینه فعالیت مطبوعاتی برای کارشناسان علوم انسانی بیشتر است. فرضیه دوم: بین ویژگی‌های کارآفرینان و دوره‌های آموزشی گذرانده‌شده رابطه معناداری وجود دارد:
 الف) بین ویژگی‌های کارآفرینان و دوره‌های آموزشی کوتاه‌مدت رابطه معناداری وجود دارد:

1. Michal Werner & Charles Gautshi
 2. A. Shapiro

جدول (۳) توزیع بر حسب ویژگی‌های کارآفرینان و دوره‌های آموزشی کوتاه‌مدت

ویژگی‌های کار آفرین	کار آفرین	جمع
گروه‌های آموزشی کوتاه مدت		
دوره‌های کوتاه‌مدت دیده‌اند	۵/۴	۹۳
دوره‌های کوتاه‌مدت ندیده‌اند	۹/۴	۱۰۶
جمع	۷/۵	۱۹۹

آمارها	مقدار	انحراف معیار	سطح معنی‌داری تقریبی
سامرز d	-۰/۰۱۴	۰/۰۵۹	۰/۸۰۸
ضریب توافقی	۰/۰۱۷	-	۰/۸۱۱
همبستگی اسپرمن	- ۰/۰۱۷	۰/۰۷۰	۰/۸۱۳
همبستگی پیرسون R	-۰/۰۱۷	۰/۰۷۰	۰/۸۱۳

همان‌گونه که در نتایج آمارها مشاهده می‌شود، هیچ‌گونه همبستگی بین دوره‌های آموزشی کوتاه‌مدت با ویژگی‌های کارآفرینان وجود ندارد و به عبارتی، متغیر مستقل دوره‌های آموزشی کوتاه‌مدت در کارآفرینان مؤثر نیست.

ب) بین ویژگی‌های کارآفرینان و دوره‌های آموزشی ضمن خدمت رابطه معناداری وجود دارد.

جدول (۴) توزیع بر حسب ویژگی‌های کارآفرینان و دوره‌های آموزشی ضمن خدمت

ویژگی‌های کار آفرینان	کار آفرین	جمع
گروه‌های آموزشی ضمن خدمت		
دوره‌های ضمن خدمت دیده‌اند	۶/۹	۷۲
دوره‌های ضمن خدمت ندیده‌اند	۷/۹	۱۲۷
جمع	۷/۵	۱۹۹

آمارها	مقدار	انحراف معیار	سطح معنی‌داری تقریبی
سامرز d	-۰/۰۱۴	۰/۰۵۹	۰/۸۰۸
ضریب توافقی	۰/۰۱۷	-	۰/۸۱۱
همبستگی اسپرمن	-۰/۰۱۷	۰/۰۷۰	۰/۸۱۳
همبستگی پیرسون R	-۰/۰۱۷	۰/۰۷۰	۰/۸۱۳

۱۰۶ پژوهش در نظام‌های آموزشی

بر اساس آمارهای مربوط به جدول (۴) هیچ‌گونه رابطه‌ای بین ویژگی‌های کارآفرینان و دوره‌های آموزشی ضمن خدمت وجود ندارد؛ به عبارتی، متغیر مستقل آموزش ضمن خدمت بر متغیر وابسته ویژگی‌های کارآفرینان مؤثر نیست.

(ج) بین ویژگی‌های کارآفرینان و گروه‌های آموزشی دانشگاهی رابطه معناداری وجود دارد.

جدول (۵) توزیع بر حسب میزان کارآفرینی دانش‌آموختگان گروه‌های آموزشی

گروه‌های آموزشی	ویژگی‌های کارآفرینان	غیر کارآفرین	کارآفرین	جمع
علوم انسانی	۶۶/۷	۱۰	۱۴۹	۱۵۹
غیر علوم انسانی	۳۳/۳	۵	۳۵	۴۰
جمع	۱۰۰/۰	۱۵	۱۸۴	۱۹۹

آمارها	مقدار	انحراف معیار	سطح معنی داری تقریبی
سامرز d	-۰/۰۸۷	۰/۰۷۶	۰/۲۸۶
ضریب توافقی	۰/۰۹۴	—	۰/۱۸۴
همبستگی اسپرمن	-۰/۰۹۴	۰/۰۸۳	۰/۱۸۵
همبستگی پیرسون R	-۰/۰۹۴	۰/۰۸۳	۰/۱۸۵

یافته‌های جدول (۵) حاکی از آن است که بین دانش‌آموختگان گروه‌های آموزشی و میزان کارآفرینی این گروه‌ها تفاوت معنی داری وجود ندارد اما فراوانی نسبی کارآفرینان در گروه‌های آموزشی علوم انسانی حدود ۸۱ درصد است؛ در حالی که سایر گروه‌های آموزشی فقط ۱۹ درصد است.

فرضیه سوم: بین ویژگی‌های کارآفرینان و مهارت‌های فردی رابطه معناداری وجود دارد.

جدول (۶) توزیع بر حسب ویژگی‌های کارآفرینی و مهارت‌های فردی

مهارت‌های فردی	ویژگی‌های کارآفرینان	غیر کارآفرین	کارآفرین	جمع
مهارت پایین	۴/۴	۱۳	۳۵	۴۸
مهارت بالا	۲۱/۶	۱۳	۲۲۱	۲۳۴
جمع	۲۶/۰	۲۶	۲۵۶	۲۸۲

آمارها	مقدار	انحراف معیار	سطح معناداری تقریبی
سامرز d	۰/۲۷۰	۰/۰۷۵	۰/۰۰۲
ضریب توافقی	۰/۲۸۰	-	۰/۰۰۰
همبستگی اسپرمن	۰/۲۸۰	۰/۰۷۸	۰/۰۰۰
همبستگی پیرسون R	۰/۲۸۰	۰/۰۷۸	۰/۰۰۰

یافته‌های جدول (۶) ناظر بر رابطه بین خصوصیات کارآفرینان با مهارت‌های فردی است. ضرایب همبستگی به دست آمده حاکی از آن است که حدود ۲۸ درصد از ویژگی‌های کارآفرینان با مهارت‌های فردی تبیین می‌شود؛ بنابراین، فرضیه سوم مورد تأیید قرار گرفته است. فرضیه چهارم: بین ویژگی‌های کارآفرینان و انگیزه فردی رابطه معنی‌داری وجود دارد.

جدول (۷) توزیع بر حسب ویژگی‌های کارآفرینان و انگیزه‌های فردی

انگیزه فردی	ویژگی‌های کارآفرینان	غیر کارآفرین	کارآفرین	جمع
انگیزه فردی پایین	۷/۹	۱۵	۷۱	۸۶
انگیزه فردی بالا	۱۸/۱	۱۱	۱۸۵	۱۹۶
جمع	۲۶/۰	۲۶	۲۵۶	۲۸۲

آمارها	مقدار	انحراف معیار	سطح معناداری تقریبی
سامرز d	۰/۱۷۰	۰/۰۵۹	۰/۰۰۸
ضریب توافقی	۰/۱۸۵	-	۰/۰۰۲
همبستگی اسپرمن	۰/۱۸۸	۰/۰۶۵	۰/۰۰۱
همبستگی پیرسون R	۰/۱۸۸	۰/۰۶۵	۰/۰۰۱

یافته‌های جدول (۷) نشان می‌دهد که بین ویژگی‌های کارآفرینان و انگیزه فردی رابطه معناداری وجود دارد و همبستگی‌های به دست آمده حاکی از آن است که مقدار ۱۸ درصد از ویژگی‌های کارآفرینان با انگیزه‌های فردی تبیین می‌شود؛ بنابراین، فرضیه چهارم مورد تأیید قرار گرفته است. فرضیه پنجم: بین ویژگی‌های کارآفرینان و ریسک‌پذیری رابطه معنی‌داری وجود دارد.

جدول (۸) توزیع بر حسب ویژگی‌های کارآفرینان و ریسک‌پذیری

جمع	کارآفرین	غیرکارآفرین	ویژگی‌های کارآفرینان
۱۳۷	۱۱۹	۱۱۸	ریسک‌پذیری پایین
۱۳۷/۰	۲۴/۴	۱۲/۶	
۱۴۵	۱۳۷	۸	ریسک‌پذیری بالا
۱۴۵/۰	۱۳۱/۶	۱۳/۴	
۲۸۲	۲۵۶	۲۶	جمع
۲۸۲/۰	۲۵۶/۰	۲۶/۰	

آمارها	مقدار	انحراف معیار	سطح معنی‌داری تقریبی
سامرز d	۰/۱۱۴	۰/۰۴۹	۰/۰۲۷
ضریب توافقی	۱۳۱	-	۰/۰۲۷
همبستگی اسپرمن	۰/۱۳۲	۰/۰۵۷	۰/۰۲۷
همبستگی پیرسون R	۰/۱۳۲	۰/۰۵۷	۰/۰۲۷

یافته‌های جدول (۸) حاکی از آن است که بین ویژگی‌های کارآفرینان و ریسک‌پذیری رابطه معناداری وجود دارد و همبستگی‌های به دست آمده نشان می‌دهد که حدود ۱۳ درصد از ویژگی‌های کارآفرینان از سوی متغیر مستقل ریسک‌پذیری تبیین می‌شود؛ بنابراین، فرضیه پنجم مورد تأیید قرار گرفته است. فرضیه ششم: بین ویژگی‌های کارآفرینان و نیاز به توفیق رابطه معناداری وجود دارد.

جدول (۹) توزیع بر حسب ویژگی‌های کارآفرینان و نیاز به توفیق

جمع	کارآفرین	غیرکارآفرین	ویژگی‌های کارآفرینان
۹۳	۷۹	۱۴	نیاز به توفیق پایین
۹۳/۰	۸۴/۴	۸/۶	
۱۸۹	۱۷۷	۱۲	نیاز به توفیق بالا
۱۸۹/۰	۱۷۱/۶	۱۷/۴	
۲۸۲	۲۵۶	۲۶	جمع
۲۸۲/۰	۲۵۶/۰	۲۶/۰	

آمارها	مقدار	انحراف معیار	سطح معنی‌داری تقریبی
سامرز d	۰/۱۲۶	۰/۰۵۷	۰/۰۳۵
ضریب توافقی	۰/۱۴۰	-	۰/۰۱۸
همبستگی اسپرمن	۰/۱۴۱	۰/۰۶۴	۰/۰۱۷
همبستگی پیرسون R	۰/۱۴۱	۰/۰۶۴	۰/۰۱۷

نتیجه بررسی جدول (۹) نشان می‌دهد که بین ویژگی‌های کارآفرینان و نیاز به توفیق رابطه معنی‌داری وجود دارد و میزان همبستگی بین این دو متغیر حدود ۱۴ درصد است؛ به

توسعه علوم انسانی از منظر کارآفرینی... ۱۰۹

عبارتی، به مقدار ۱۴ درصد از ویژگی‌های کارآفرینان با متغیر مستقل نیاز به «توفیق تبیین» می‌شود؛ بنابراین، فرضیه ششم مورد تأیید قرار گرفته است. فرضیه هفتم: بین ویژگی‌های کارآفرینان و خلاقیت رابطه معنی‌داری وجود دارد.

جدول (۱۰) توزیع بر حسب ویژگی‌های کارآفرینان و خلاقیت

جمع	کارآفرین	غیرکارآفرین	ویژگی‌های کارآفرینان	خلاقیت
۲	۱	۲	۰/۳	خلاقیت پایین
۲۷۹	۲۵۵	۲۴	۲۵/۷	خلاقیت بالا
۲۸۲	۲۵۶	۲۶	۲۶/۰	جمع
۳/۰	۲/۷	۰/۳		
۲۷۹/۰	۲۵۳/۳	۲۴		
۲۸۲/۰	۲۵۶/۰	۲۶		

آمارها	مقدار	انحراف معیار	سطح معنی‌داری تقریبی
سامرز d	۰/۱۳۰	۰/۰۷۰	۰/۱۷۵
ضریب توافقی	۰/۲۰۲	-	۰/۰۰۱
همبستگی اسپرمن	۰/۲۰۶	۰/۱۱۱	۰/۰۰۱
همبستگی پیرسون R	۰/۲۰۶	۰/۱۱۱	۰/۰۰۱

یافته‌های جدول (۱۰) نشان می‌دهد که بین ویژگی‌های کارآفرینان و خلاقیت رابطه معنی‌داری وجود دارد و ضرایب همبستگی توافقی اسپرمن و پیرسون R حاکی از تبیین حدود ۲۰ درصدی از ویژگی‌های کارآفرینان با متغیر مستقل «خلاقیت» است؛ بنابراین، فرضیه هفتم مورد تأیید قرار می‌گیرد.

راهبردهای توسعه کارآفرینی

حمایت‌های دولتی از توسعه کارآفرینی در جوامع، براساس مجموعه‌ای از سیاست‌های هماهنگ و مرتبط انجام می‌گیرد که می‌توان آن را به عنوان «راهبردهای توسعه کارآفرینی» نام برد. این مجموعه از سیاست‌ها عبارت‌اند از:

الف) زمینه‌سازی فرهنگی: کارآفرینی اگر چه یک رویداد اقتصادی است اما متأثر از نظام ارزشی، نگرش‌ها و هنجارهای رفتاری افراد و گروه‌های انسانی است؛ بنابراین، شخصیت کارآفرینانه افراد موضوعی فرهنگی است که در بستر زمان و با تکوین روحی - روانی فرد قابلیت بروز پیدا می‌کند.

امروزه تأکید بر سرمایه‌های مادی برای رشد و توسعه، به شدت کاهش یافته است و در عوض به سرمایه‌گذاری در نیروی انسانی به عنوان عامل توسعه توجه بیشتری معطوف شده است. در سال‌های اول دهه ۱۹۵۰ کارشناسان تصور می‌کردند که عامل عمده عقب‌ماندگی کشورهای در حال توسعه ناشی از کمبود سرمایه‌های مادی بوده است اما امروزه این حقیقت

روشن شده است که تزریق مقادیر زیادی سرمایه فیزیکی در کشورهای در حال توسعه لزوماً منتهی به تسریع رشد و توسعه نخواهد شد مگر آنکه این کشورها از یک سازمان و بنیان اداری کارآمد و نیروی انسانی متخصص و توسعه‌یافته برخوردار باشند تا بتوانند سرمایه‌های مادی را جذب و به طریق عقلانی و مولد به کار گیرند. ژاپن سال‌هاست به این امر حیاتی پی برده است که بهترین سرمایه‌گذاری و مطمئن‌ترین شیوه فرایند پیشرفت سرمایه‌گذاری در آموزش و پرورش است.

پرورش شخصیت فردی، ارتقای دانش و مهارت‌های شخصی، آموزش و پرورش جسمی و روحی، حس مسئولیت‌پذیری و وجدان کار، روحیه توافقی و همکاری، پرورش توانایی در انجام کار گروهی، تلاش برای به حداکثر رساندن منافع گروهی، رعایت سلسله مراتب شغلی با رقابت‌های سالم برای کسب موفقیت‌های شغلی و اجتماعی و پاسخگویی به تغییرات و تحولات فناورانه از اهم اصول نظام آموزشی است. به همین منظور بخش عمده‌ای از تلاش‌های دولتی در توسعه کارآفرینی متوجه زمینه‌سازی فرهنگی است که در آن با استفاده از نظام آموزش‌های رسمی، رسانه‌های جمعی و سایر ابزارهای علمی و فرهنگی روح کارآفرینی در کالبد جامعه دمیده می‌شود. حمایت‌های دولتی از شکل‌گیری زمینه‌های آموزشی مورد نیاز برای توسعه کارآفرینی به صورت‌های گوناگون و از جمله تعیین و اجرای دروس آموزش کارآفرینی در دوره‌های آموزش متوسطه و دانشگاهی، انتشار کتب و مقالات و ترویج پژوهش‌های علمی در سطح کشور صورت می‌گیرد.

ب) اصلاحات قانونی و اداری: یکی از راهبردهای توسعه کارآفرینی توجه به قوانین و مقررات جاری است. باید با بررسی همه‌جانبه، موانع و محدودیت‌های اداری و سازمانی و قوانین دست و پاگیر رفع شود؛ بنابراین، با توجه به مطالعات انجام‌شده اصلاحات قانونی و اداری زیر برای توسعه کارآفرینی ضروری است:

- استفاده و به کارگیری از متخصصان دانشگاهی در رأس وزارتخانه‌ها و سازمان‌های اقتصادی و همدلی و همگامی آنان در زمینه‌های اقتصادی؛
- وجود تکنوکرات‌های حرفه‌ای در دولت که به موقع تحولات اقتصادی و مالی را در سطح ملی و بین‌المللی درک و مسیر حرکت را هموار کنند؛
- کمک به ایجاد بخش خصوصی مقتدر با ارتباطات مالی و دسترسی به بازارهای سرمایه بین‌المللی از طریق بسترسازی‌های فرهنگی، اقتصادی و اجرایی متناسب؛
- جلب سرمایه‌گذاری‌های خارجی و داخلی برای بهره‌برداری‌های اقتصادی در زمینه‌های مختلف؛
- تصحیح سیاست‌های اخذ مالیات و ایجاد مکانیزم‌های مناسب؛
- مبارزه با رانت‌جویی دولتی و غیردولتی و ترویج شیوه اعتدال و عدالت در بهره‌گیری از منابع؛

- تسهیل مقررات مربوط به ثبت و انحلال شرکت‌ها و مؤسسات؛
 - طراحی بیمه‌های مختلف برای ایجاد فضای آرامش در عرصه‌های اقتصادی و مالی؛
 - ایجاد امنیت و احساس امنیت در جامعه برای فعالیت در زمینه‌های فرهنگی، مطبوعاتی و آموزشی؛
 - کاهش بوروکراسی در ارائه خدمات دولتی به کارآفرینان و حمایت از فعالیت‌های کارآفرینانه؛
 - احترام به تصمیمات بخش‌های غیردولتی در ارائه راهکارهای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و به کارگیری آن در تصمیم‌سازی‌های کلان کشور.
- ج) نهادسازی: راهبرد سوم، ایجاد نهادهای حمایتی ویژه کارآفرینان است که به نظر می‌رسد نهادهای زیر برای توسعه کارآفرینی ضرورت دارد:
- ایجاد شبکه‌های اطلاع‌رسانی و توسعه شبکه‌های ارتباطی بین کارآفرینان،
 - گسترش رشته‌های دانشگاهی برای ترویج اندیشه‌های مربوط به کارآفرینی،
 - تحول در نظام آموزش عالی برای بومی کردن آموزش و روش‌های توسعه کارآفرینی،
 - مشارکت در گسترش فرهنگ کارآفرینی در جامعه و بین دست‌اندرکاران کشور.

نتیجه‌گیری

مطالعات نشان داده است که، گرچه فعالیت در بخش‌های مطبوعاتی با کارآفرینی دانش‌آموختگان متعهد، خلاق، ریسک‌پذیر که ایده‌های جامعه را تبدیل به طرح‌های عینی و قابل اجراء می‌کنند، انجام‌پذیر است و خوداتکایی و استقلال‌طلبی موقعیت ممتازی به شاغلان عرصه مطبوعات کشور داده است اما با فراهم کردن عوامل و پیش‌نیازهای رشد، می‌توان توسعه را سرعت بخشید و نقش دولت در این رابطه بسیار مهم است. با آگاهی از نیازهای کارآفرینان و مشاغلی که نیاز به حمایت دارند، به نظر می‌رسد که دولت در بهترین موقعیت برای تعیین سیاست و طراحی برنامه‌ها با هدف تشویق کارآفرینی قرار دارد. دولت از طریق اعمال خط‌مشی در وزارتخانه‌ها و مؤسسات می‌تواند موجب شکوفایی کارآفرینی شود و محیط شغلی مناسبی را برای شروع فعالیت و مدیریت کارآفرینان ایجاد کند.

کارآفرینان به عنوان موتور محرکه تغییرات اجتماعی، با ایجاد اشتغال مولد، آثار و پیامدهای ارزنده‌ای در عرصه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و... بر جای خواهند گذاشت که، ظهور چنین آثاری در منافع اجتماعی حاصل از کارآفرینی متبلور می‌شود و تبلور آن در جهت‌دهی کشور به سمت توسعه و سازندگی بسیار راه‌گشاست؛ به عبارت دیگر، سود اجتماعی برای جامعه و دولت به ارمغان می‌آورد، توزیع مناسب درآمد را سبب می‌شود و اضطراب اجتماعی را کاهش می‌دهد، موجب انتقال فناوری است، عامل ترغیب و تشویق سرمایه‌گذاری، تعادل در اقتصاد پویا، تحریک و تشویق و حس رقابت و تحول، تجدید حیات ملی و محلی، تغییر، نوآوری و اشتغال است، کیفیت زندگی را بهبود می‌بخشد و سبب بومی شدن تولید و جلوگیری از مهاجرت بی‌رویه به

مناطق دیگر می‌شود، فرهنگ خوداشتغالی به جای ذهنیت استخدامی به ویژه در بین جوانان را تقویت می‌کند، باعث افزایش روحیه مشارکت در جامعه و حمایت مؤثر و اصولی از توسعه بخش تعاونی می‌شود و... به طور کلی نجات بخش کشور در همه ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و... است.

منابع

- احمدپور داریانی، محمود (۱۳۸۰). کارآفرینی: تعاریف، نظریات و الگوها. شرکت پردیس ۵۷، چاپ سوم.
- احمدپور داریانی، محمود و محمد، مقیمی (۱۳۸۰). نقش آموزش کارآفرینی در بهبود دانش صاحبان کسب و کار کوچک. مجله تدبیر، شماره ۱۱۳.
- احمدپور داریانی، محمود (۱۳۷۶). کارآفرینی راهبردی مناسب برای افزایش بهره‌وری. مجله تدبیر، شماره ۷۷.
- تارو، لستر (۱۳۸۱). ثروت آفرینان. ترجمه عزیز کیاوند، نشر فرا.
- تفضلی، فریدون (۱۳۷۵). تاریخ عقاید اقتصادی (از افلاطون تا دوره معاصر). نشر نی، چاپ دوم.
- شهرآرای، مهرناز و مدنی‌پور، رضا (۱۳۷۶). ترغیب و آموزش خلاقیت در سازمان‌های پویا. مجله دانش مدیریت، شماره‌های ۳۷ و ۳۸، تابستان و پاییز.
- رونق، یوسف (۱۳۸۰). مطالعه کار و استنادار شغل. مرکز آموزش مدیریت دولتی، چاپ اول.
- جیمز آر، کوک (۱۳۸۲). پیش به سوی کارآفرینی. ترجمه میترا تیموری، نشر آموزه اصفهان.
- صمد آقایی، جلیل (۱۳۸۰). تکنیک‌های خلاقیت فردی و گروهی. مراکز آموزش مدیریت دولتی. چاپ اول.
- وبر، ماکس (۱۳۷۱). اخلاق پروتستان و روح سرمایه‌داری. مترجم عبدالمعبود انصاری، سازمان سمت، چاپ اول.
- هزارجریبی، جعفر (۱۳۸۷). کارآفرینی. پژوهشکده امور اقتصادی، چاپ سوم.

- Brockhaus. R.(1982). *Risk Taking propensity of Entrepreneurs*. Academy of Management, journal.
- Gasse. Y.(1985). *A strategy for the promotion and Identification of potential Entrepreneurs at the secondary school level*. In P.D. Reynolds(ed). *Frontier of Entrepreneurship Research*. Washington: Babson College.
- Hamilton. J. (1981) . *Entrepreneur for a New Age , Journal of career Education*, 8, 2.
- Clelland. D.(1961). *The Achieving society*, Princeton, Nj: Va
- Palmer. M.(1987). *The Application of psychological Testing to Entrepreneurial potential, Inc*. Baumbach, J. Mancuso (eds). *Entrepreneurship and venture Management* N.J: Prentice Hall.
- Sawyer. J. (1958) : *Entrepreneurial: perspective and Directions 1948 – 1958*, Business History Review

Sexton. D. and N. Bowman (1984) , *Entrepreneurship, Education: suggestions for increasing Effectiveness, Journal of small Business management.*

Zimmer. Thomas W. Norman M. Scarborough (1998), *Essentials of Entrepreneurship and small Business Management.*