

بررسی تأثیر خلاقیت بر میزان کارآفرینی فارغ‌التحصیلان رشته مدیریت آموزشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات ۱۳۷۵-۱۳۸۵

عزت اله نادری^۱، محمدرضا بهرنگی^۲، شهرزاد عدالت^۳

^۱ هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات

^۲ هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات

^۳ کارشناسی ارشد رشته مدیریت آموزشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات

چکیده

هدف اصلی مقاله انجام شده بررسی و تفحصی در مقوله کارآفرینی و همچنین مطالعه یکی از فاکتورهای مهم و تأثیرگذار آن است. برای این منظور ابتدا با توجه به پیشینه تحقیق و مبانی نظری در خصوص ماهیت کارآفرینی و ویژگی‌های کارآفرینان و انواع کارآفرینی مطالبی به صورت اختصار بیان شد و در باب آن‌ها توضیحات کمی داده شده است. در مبحث مبانی نظری نیز نوع شناسی کارآفرینی و انواع مدل‌های کارآفرینی بیان شده است و یکی از آن‌ها به صورت مشروح آمده است. در ادامه نیز در مورد خلاقیت و عناصر آن و ویژگی‌های افراد خلاق، الگوهای خلاقیت، تکنیک‌های خلاقیت مطالبی ارائه شده است. هدف از انجام این تحقیق و ارائه این مطالب بررسی تأثیر خلاقیت بر توسعه میزان کارآفرینی فارغ‌التحصیلان می‌باشد برای این منظور دو پرسشنامه محقق ساخته تهیه شد که حاوی هرکدام بیست سؤال می‌باشد یکی برای سنجش میزان خلاقیت و دیگری برای سنجش کارآفرینی با حجم نمونه ۵۰ نفر (دو گروه ۲۵ نفری). روایی صوری و اطمینان از اعتبار آن به ترتیب ۰/۷۹ و ۰/۷۱ به دست آمد. این داده‌ها با توجه به سؤالات تحقیق و با استفاده از روش‌های آمار توصیفی و آمار استنباطی چون آزمون همبستگی گاما و آماره آزمون خی دو مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج به دست آمده نشان داد که خلاقیت در توسعه مهارت کارآفرینی فارغ‌التحصیلان رشته مدیریت آموزشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تأثیر زیادی دارد. با توجه به مطالب و نتیجه ارائه شده پیشنهاد می‌شود تربیت نیروی انسانی ماهر در زمینه کارآفرینی جزو اولویت‌های برنامه‌های دانشگاهی قرار گیرد.

واژه‌های کلیدی: خلاقیت، کارآفرینی، مدیریت آموزشی

مقدمه

افراد، سازمان‌ها و جوامعی که نتوانند خود را با این تحولات پر شتاب همگام کنند دچار حالت ایستایی و توقف و سکون شده، بی شک در آینده حضور فعالی نخواهند داشت و سرانجام دچار اضمحلال می‌شوند. در این میان افرادی هستند که در این دریای پر تلاطم انقلاب‌های پی‌درپی، بر روی موج‌ها سوار بوده و در زمانی که همگان بر هرج و مرج، نابسامانی، تناقص و عدم تعادل اذعان دارند، آن‌ها به دنبال بدست آوردن فرصتی هستند تا بتوانند با ارایه محصول و یا خدمت جدیدی به جامعه تعادل را برقرار کرده و اوضاع را سامان بخشند و ارزشی از خود بر جای بگذارند. همین افراد هستند که سبب می‌شوند سازمانی از سازمان‌های دیگر پیشی بگیرد. و کشوری از کشورهای دیگر پیشرفت بارزتری داشته باشد؟ تلاش صاحب‌نظران و متخصصان همواره بر این است که برای سازمانها شرایط و بستری را فراهم کنند که زمینه حاکمیت فناوری، خلاقیت و نوآوری در آن‌ها مناسب‌تر و مستعدتر شود و بتوانند هرچه بیشتر و بهتر از رویدادها و دگرگونی‌ها بهره‌مند شوند و حتی آن‌ها را بوجود آورند. و همچنین بسیاری از دانشمندان در پی آن بودند وجه تمایز این افراد را که محور توسعه اقتصادی بوده و کارآفرین خوانده می‌شوند با دیگر افراد جامعه بدست آورند. و همین امر سبب بوجود آمدن علم کارآفرینی شد که در آن رویکرد رفتاری و ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان از منظرهای اقتصادی، روانشناسی و جامعه‌شناسی مورد بررسی قرار می‌گیرد.

کارآفرینی می‌تواند از طریق کشف و ساختن فرصتها و بهره‌برداری مناسب از آن‌ها به رونق اقتصادی، نوآوری و توسعه کمک نماید لذا می‌توان به آن از یک چشم‌انداز استراتژیک به مثابه یک فرصت مهم برای توسعه کشور نگریست و بدیهی است که تحقق این امر و برخورداری از مزایای آن مستلزم یک عزم همگانی در قالب طراحی اندیشمندانه و اصولی است.

در دنیای پیچیده کنونی که شاهد رقابتهای بسیار فشرده جوامع گوناگون برای دستیابی به جدیدترین فن‌آوری و منابع قدرت هستیم افراد خلاق و صاحبان اندیشه نو و تفکر واگرا به مثابه گرانبهاترین سرمایه‌ها، از جایگاه بسیار والا و ارزشمندی برخوردارند. در چنین عصری، باید برای اداره سازمانهای گوناگون اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و آموزشی، به نوآوری، نوگرایی و نواندیشی از دستاوردهای علمی فنی بشر همت گماشت و راه برای ابتکار، نوآوری و ارائه طرح‌های مناسب در این سازمانها هموار کرد.

کارآفرینی از منابع مهم و پایان‌ناپذیر همه جوامع بشری است. منبعی که به توان خلاقیت انسان‌ها برمی‌گردد. از یکسو ارزان و از سوی دیگر بسیار ارزشمند و پایان‌ناپذیر است. نیروی فکر، ابتکار، و خلاقیت و یا در یک کلمه کارآفرینی خصوصاً در عصر حاضر که عصر دانایی و خلاقیت و عصر تلفیق اندیشه‌ها و ابتکارات می‌باشد بیشتر از هر زمان دیگری مورد توجه و تامل می‌باشد. پس با توجه به اهمیت کارآفرینی و نیاز دنیای امروز به این مقوله سعی می‌شود به بررسی تأثیر (خلاقیت) بر میزان کارآفرینی افراد دانش‌آموخته آموزش عالی که ضرورت انجام این پژوهش می‌باشد پرداخته شود.

هدف ما در این مقاله بررسی میزان رابطه خلاقیت بر توسعه میزان کارآفرینی فارغ‌التحصیلان رشته مدیریت آموزشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات و ارائه راهکار مناسب برای توسعه کارآفرینی فارغ‌التحصیلان مدیریت آموزشی است.

مبانی نظری:**خلاقیت**

زمانی خلاقیت به عنوان یک خصیصه منحصر به فرد و ذاتی در نظر گرفته می شد، اما مقایسه سطح خلاقیت و نوآوری در ایالت متحده با دیگر فرهنگها با همان سطح پیچیدگی لیکن با نوآوری کمتر، خلاف آن را نشان داد. امروزه برخی از مکاتب فکری معتقدند که خلاقیت قابل آموزش و یادگیری است.

نتیجه به طور کلی برای ارائه تعریف دقیقی از خلاقیت، باید ابتدا جایگاه نوآوری را مشخص کرد. نوآوری همانا ارائه محصول، فرآیند و خدمات جدید به بازار می باشد و خلاقیت نیرویی است که در پس نوآوری نهفته است. خلاقیت ارتباط بین تصویر و اندیشیدن ایده های نو و ارائه محصول، فرآیند و خدمات نوآورانه می باشد. هم نوآوری و هم خلاقیت از اجزای لاینفک کارآفرینی می باشند و به گفته ((پیتدراکر)) وجود نوآوری در کارآفرینی به قدری ضروری است که می توان ادعا نمود کارآفرینی بدون آن وجود ندارد و خلاقیت نیز بدون نوآوری ای را حاصل نمی نماید.

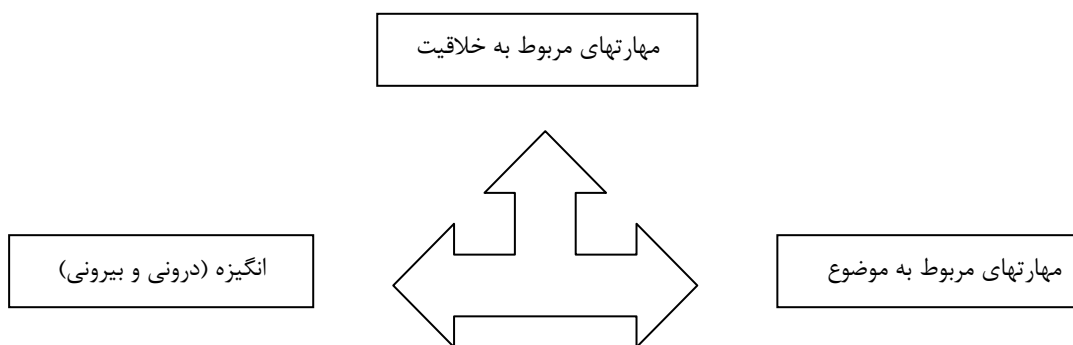
خلاقیت یک توانایی فردی است که می تواند به یک اختراع یا ایده ای بکرتوسط فرد خلاق منجر شود.

نوآوری فرآیندی است که اختراع یا ایده را به محصول یا خدمتی که قابل عرضه در بازار است تبدیل میکند.

در اکثر تعاریفی که از خلاقیت شده برضعیف بودن نقش وراثتی و ذاتی خلاقیت تاکید شده است و بر توانایی هایی اشاره می شود که قابل پرورش بوده می توان آن ها را افزایش داد بنابراین خلاقیت قابل تعمیم به تمام افراد جامعه می باشد و همگی از درجاتی از خلاقیت برخوردارند. امروزه دیگر بحثی راجع به اینکه خلاقیت ذاتی است و یا اکتسابی وجود ندارد بلکه دنیای امروز تلاش می کند خلاقیت و مباحث مرتبط با آن را چه در زمینه های روانشناسی و علوم تربیتی و چه در زمینه های مدیریت کسب و کار به درستی بشناسد و ابعاد مختلف آن را توسعه دهد. (فیض بخش، ۱۳۸۳، ص ۵) خلاقیت به عوامل متعدد درون فردی نیازمند است. محیطی مناسب، والدین آگاه، مربیان شایسته، برنامه های آموزشی، تفاوت های فردی و سخت کوشی از جمله لوازم خلاقیت هستند. (تسییح سازان، ۱۳۸۰، ص ۱۹)

عناصر خلاقیت

خلاقیت متشکل از عناصر و اجزای مختلفی است. آمابلی رئیس مرکز پژوهش های دانشکده بازرگانی دانشگاه هاروارد سه عنصر مهارت های مربوط به قلمرو یا موضوع، مهارت های مربوط به خلاقیت و انگیزه را اجزای اصلی خلاقیت می داند. (آمابلی، ۱۹۹۳، به نقل از مهدی سعیدی کیا)



شکل شماره ۱- مربوط به عناصر خلاقیت

کارآفرینی

ادبیات کارآفرینی بیانگر آن است که تا به حال برای تعریف کارآفرینی از روش استقرایی استفاده شده است، به این معنی که سعی شده فقط بر اساس خصوصیات عده ای از افراد موفق در امور کسب و کار، تعریفی برای کارآفرینی ارائه دهند. اما از آنجا که حوزه فعالیت های کارآفرینانه محدود به امور کسب و کار نبوده و به مرور این قلمرو بیشتر آشکار می شود، مفاهیم و تعاریف کنونی کارآفرینی جامعیت و مانعیت خود را از دست می دهد.

انواع کارآفرینی

الف) فردی

۱) کارآفرینی مستقل

فرآیندی است که کارآفرین از ایده اولیه تا ارائه محصول خود به جامعه، کلیه فعالیت کارآفرینانه را با ایجاد یک بنگاه اقتصادی جدید، به طور مستقل طی می کند.

۲) کارآفرین سازمانی

فرآیندی است که کارآفرین تحت حمایت یک سازمان، فعالیت های کارآفرینانه خود را به ثمر می رساند.

ب) گروهی

۱) کارآفرینی شرکتی

فرآیندی است که یک شرکت طی میکند تا همه افراد آن به کارآفرینی تشویق شده و تمام فعالیت های کارآفرینانه فردی و گروهی به طور مستمر، سریع و راحت در شرکت انجام پذیرد. در این فرآیند هر یک از کارکنان در نقش کارآفرین انجام وظیفه می کنند.

۲) کارآفرینی اجتماعی

کارآفرینی اجتماعی یک زمینه نو ظهوری است که شامل سازمان های غیر انتفاعی است که این سازمان ها افراد را در شروع کسب و کارهای انتفاعی یاری میدهند، سازمان های غیر انتفاعی که برای ایجاد نقدینگی برای برنامه هایشان، ارزش اقتصادی ایجاد می کنند از منابع در دسترس به گونه ای خلاقانه برای موضوعات اجتماعی استفاده می کنند.

کارآفرینی مستقل

انگیزه های متفاوتی در افراد وجود دارد که سبب می شود به طور مستقل کارکنند، یکی از این انگیزه ها استقلال طلبی است که از قوی ترین نیازهای فردی کارآفرین ذکر شد، او میخواهد کارها را به شیوه خود انجام دهد و کارکردن برای دیگران برای او سخت است؛ زیرا او همواره اعتقاد دارد که بهتر از هرکس دیگری می تواند از عهده کار برآید و همچنین نیاز به پیشرفت و احتیاج به رضایتمندی شغلی از جمله انگیزه هایی است که شخص را به ایجاد یک بنگاه اقتصادی مستقل و یا یک فعالیت مستقل تحریک و ترغیب می نماید.

هنوز یک تعریف جامع که مورد توافق کلیه یا اکثریت صاحب نظران باشد، وجود ندارد؛ اما میتوان کارآفرین مستقل را به صورت های زیر تعریف کرد:

- فردی که مسئولیت اولیه وی جمع آوری منابع لازم برای شروع کسب و کار است و یا کسی که منابع لازم برای شروع و یا رشد کسب و کار را بسیج می نماید و تمرکز او برنوآوری و توسعه فرآیند محصول و یا خدمات جدید می باشد.
- کسی که فرصت ها را کشف می کند تقاضا را پیش بینی می کند و خطر ناشی از نوسانات آن را به عهده می گیرد. در فرآیند تولید، عامل سازماندهی و مسئول تصمیماتی از قبیل اینکه: ((چه تولید می شود؟ چقدر تولید شود؟ و یا با چه روشی تولید شود؟)) می باشد. (صمد آقایی، ۱۳۷۸، ص ۱۷).
- کسی که با معرفی محصولات و خدمات جدید، ایجاد شرکت های جدید و یا بهره برداری از مواد اولیه جدید، وضع اقتصادی موجود را به هم می ریزد و سبب رشد و توسعه اقتصادی می شود.

کارآفرینان سازمانی

رقابت تنگاتنگ و شدید بین شرکت ها و سازمان ها، کاهش کارآمدی مدیریت سنتی در این عرصه و رشد سریع شرکت های کوچک سبب شد که سازمان ها اهمیت ویژه ای برای نوآوری قایل شوند؛ زیرا نوآوری را تنها تضمین خود برای بقا در عرصه رقابت می دانستند، از این رو سعی کردند افراد خلاق و کارآفرین را که پدید آورندگان اصلی محصولات و خدمات نو در سازمان بودند، تشویق و ترغیب کنند که در سازمان بمانند و ایده های خود را در سازمان محقق سازند. ((پینکات^۱)) این افراد را کارآفرینان سازمانی نام نهاد. ((پینکات)) در سال ۱۹۸۵ واژه ((Intrapreneur)) را ابداع نمود و کارآفرین سازمانی را فردی تعریف کرد که در سازمان های بزرگ همچون یک کارآفرین مستقل فعالیت می نماید و فعالیت وی، ایجاد واحدهای جدید در سازمان، ارائه محصولات، خدمات و فرآیندهای جدید می باشد که شرکت ها را به سوی سود آوری سوق میدهد. (احمد پور، ۱۳۷۸، ص ۱۳۶)

تعریفی که ((پینکات)) ارائه میدهد شباهت زیادی با کارآفرینی مستقل دارد؛ تنها تفاوت آن در این است که در داخل سازمانی که از قبل بوجود آمده است انجام می پذیرد.

شومپیتر عمده فعالیت های کارآفرینان سازمانی را شامل توسعه کالا و خدمات جدید، معرفی روشهای جدید تولید، تشخیص بازارهای جدید، پیدا کردن منابع جدید و توسعه و بهبود سازمان میداند. (صمد آقایی، ۱۳۸۰، ص، ۲۰)

کارآفرینان سازمانی نمی توانند به راحتی از کنار مسائل و مشکلاتی که می بینند، بگذرند. انتهای همه مسائل را باز می دانند و همواره به دنبال راه حلی برای آن ها می باشند. همیشه طرح و ایده جدیدی در ذهن می پروراندند و هرگز از عملکرد فعلی راضی نیستند. آن ها آرمان گرا هستند و توانایی خوبی در تبدیل فکرها و ایده ها به واقعیتی سودآور دارند و بالاخره اینکه کارآفرینان سازمانی، با ایجاد نوآوری در سازمان سبب تحول اساسی در آن شده و همواره پیشتاز و پیشگام توسعه محصولات و خدمات جدید هستند و معمولاً فرآیند نوآوری را از شکل گیری ایده اولیه تا بوجود آمدن محصول و یا خدمت جدید و یا اصلاحی در ساختار تولید، خود برعهده می گیرند و در کلیه فرآیند ناظر و یا مجری هستند.

¹ - Pinchot

کارآفرینی شرکتی

امروزه شرکتها و سازمانها سعی می کنند خود نیز کارآفرین باشند تا بتوانند نسبت به تغییر و تحولات انعطاف داشته و فرصت های موجود در بازار را از دست ندهند. آن ها تلاش می کنند کارآفرینی درون سازمانی را تا حد ممکن افزایش دهند تا سبب افزایش بهره وری، جلوگیری از خروج افراد نخبه و افزایش توانایی رقابت بین المللی شوند، سازمانهای امروزی متعهد می شوند که محصولات جدید، فرآیندهای جدید و نظام های سازمانی نوین ایجاد نمایند. و برای این منظور انقلاب جدیدی به سوی تسهیل، تسریع و گسترش فرآیند کارآفرینی درون سازمانی جریان دارد.

در اینگونه سازمانها استعداد و ایده های کارکنان سرمایه اصلی سازمان محسوب می شود. فرای معتقد است کارآفرینی شرکتی زمانی در یک سازمان ایجاد می شود که بالاترین مقام اجرایی نسبت به مفهوم کارآفرینی متعهد شود و بعد از آن کل سازمان کارآفرینی را بپذیرد با یک ساختار زنده و پویا در سازمان ایجاد شود و همچنین بخش محصولات جدید، برای رهبری تولیدات، تشکیل شده با شرکت های فرعی بتوانند پیشنهادها را از افراد پذیرفته و به طور مستقل بر روی آن ها سرمایه گذاری کنند. بخشی هم در تولید منابع انسانی سعی کند و به آموزش کارکنان و مدیران مبادرت ورزد و بالاخره اینکه توسعه فرهنگ کارآفرینی و شناسایی استعدادهای کارآفرینانه و پاداش به کارآفرینان سازمانی، از عمده کارهایی است که یک شرکت برای کارآفرین شدن باید انجام دهد. (احمد پور، ۱۳۷۸، ص، ۱۶۶)

کارآفرینی اجتماعی

به رغم آنکه تصویب عمومی این است که کارآفرینان با انگیزه ثروت اندوزی تحریک می شوند، خلق کسب و کارهای مخاطره آمیز جدید، محدود به بخش اقتصادی نیست. روحیه کارآفرینی هر ساله در خلق هزاران سازمان غیر انتفاعی بازتاب دارد. (مقیم، ۱۳۸۲، ص ۵۲)

در خصوص کارآفرینی اجتماعی و کارآفرین اجتماعی تعاریف مختلفی شده است که برخی از مهمترین این تعاریف عبارتند از: (۱) کارآفرینی اجتماعی یک زمینه نوظهوری است که شامل سازمانهای غیر انتفاعی است که این سازمانها افراد را در شروع کسب و کارهای انتفاعی یاری می دهند، سازمانهای غیر انتفاعی که برای ایجاد نقدینگی برای برنامه هایشان، ارزش اقتصادی ایجاد می کنند از منابع در دسترس به گونه ای خلاقانه برای موضوعات اجتماعی استفاده می کنند.

(۲) کارآفرینی اجتماعی شامل توسعه برنامه های نوآورانه برای کمک به بهبود معیشت کسانی است که فاقد کسب و کار و قدرت مالی هستند؛ یا در استفاده از فرصت های خدمات اجتماعی با محدودیت مواجه اند و

(۳) کارآفرینی اجتماعی زمینه نوظهور است که به ویژه در میان سازمانهای غیر انتفاعی رایج شده و عامل فعالیت های اجتماعی مخاطره آمیز، کسب کارهایی با هدف اجتماعی و فعالیت های مخاطره آمیز در زمینه توسعه اجتماعی می شود.

(۴) کارآفرین اجتماعی، کسی است که کسب و کار غیر انتفاعی را برای ایجاد درآمد جهت هزینه کردن خدمات اجتماعی متقبل می شود.

شاید بتوان گفت ((گریگوری^۲)) دیس از دانشگاه استنفورد بهترین تعریف را از کارآفرینی اجتماعی ارائه کرده است؛ به اعتقاد او کارآفرینی اجتماعی، شور و شوق یک رسالت اجتماعی را با بینش تجاری و بازرگانی ترکیب می کند. (مقیم، ۱۳۸۳، ص، ۹۱) از

² -Gregory Dees

جمله تفاوت های کارآفرینان اجتماعی با کارآفرینان اقتصادی در این است که ثروت تنها یکی از اهداف کارآفرینان اجتماعی است. از نظر ایشان، ثروت ابزاری برای ایجاد ارزش اجتماعی است؛

این امر بدان دلیل است که دستور کار کارآفرینان اجتماعی، اهداف اجتماعی است و این موضوع برجستگی و ارزیابی فرصت ها توسط کارآفرینان اجتماعی اثر می گذارد. حال آنکه میزان موفقیت کارآفرینان اقتصادی بر اساس میزان ارزش اقتصادی است که به دست آورده اند.

پژوهش در حوزه کارآفرینی، در دهه ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ میلادی رایج گردید، اما در دهه های ۱۹۷۰ و ۱۹۸۰ میلادی با سکون مواجه شد و از اواخر دهه ۱۹۸۰ میلادی مجدداً توجهات را به سوی خود معطوف نمود. ادبیات کارآفرینی و کارآفرینان، رشته های مختلفی را در برمیگیرد که مهم تری آن ها عبارتند از: اقتصاد، روانشناسی، مردم شناسی و جامعه شناسی. سه نگرش اصلی اقتصادی در حوزه کارآفرینی وجود دارد:

۱- مکتب نئوکلاسیک

۲- مکتب اتریش

۳- مکتب شومپیتر

در مکتب نئوکلاسیک، کارآفرین یک صاعقه حسابگر است. افرادی که به سرعت رعد و برق گزینه ها و فرایندهای مولد را بررسی نموده و بهینه ها را انتخاب می نمایند. مکتب اقتصادی اتریش یک مفهوم پویا تر و غنی تر از کارآفرینی ارائه می کند. براساس رویکرد مکتب اتریش کارآفرینان فرصت های بازار نامتعادل را کشف و مورد بهره برداری قرار می دهند تا بازار به موقعیت تعادل برسد.

شومپیتر کارآفرین را به عنوان یک متفکر جسور و رهبر کاریزماتیک می داند که باید با ترکیب منابع در یک روش تازه عدم تعادل ایجاد نماید. مطالعه کارآفرینی در روانشناسی بر درک اینکه چگونه صفات افراد مختلف با انگیزش و عملکرد کارآفرینانه ارتباط دارد، تجربیات مدل های نقش، آموزش و سن مد نظر قرار می گیرد.

از زمان ماکس وبر، تلاش هایی برای شناسایی گروه بندی اجتماعی مبتنی بر مذهب و نژاد که فعالیت کارآفرینانه را تشریح می کند صورت گرفت.

زمینه های مردم شناسی نیز بر نقش های فرهنگ و روابط اجتماعی تاکید دارد (لاندسبری^۳ ۱۹۹۸، به نقل از ایمانی، ص ۲-)

۳) به طور کلی دوجریان مهم تئوری سازی در کارآفرینی وجود دارد:

۱- جریان روانشناختی

۲- جریان جامعه شناختی (هارلی^۴، به نقل از ایمانی، ۱۹۹۹، ص ۱)

محققان روانشناختی در جستجوی تشخیص مشخصات روانی کارآفرینان هستند. این مشخصه با عملکرد کارآفرینانه ارتباط دارند. این تئوری های روانی دیدگاه وسیع روانشناسی را بکار می برند.

تا کنون سه عامل اساسی در ارتباط با کارآفرینان مورد مطالعه قرار گرفته است.

۱- تأثیرات روانی

۲- مشخصات شخصی

۳- اثرات تجربه قبلی فرد

³ - Loundsbury

⁴ - Hurley

تئوری ها جامعه شناختی نیز در جستجوی این هستند که چگونه محیط بر کارآفرینی تاثیر گذار است. برخی از این عوامل محیطی تاثیر گذار بر کارآفرینی در حوزه جامعه شناختی عبارتند از:

۱- اهمیت نرخ سرمایه گذاری سازمان ها

۲- عوامل سیاسی و خط مشی دولت

۳- فرهنگ

۴- موقعیت مکانی

۱- حرفه ای شدن کارآفرینی (هارلی، به نقل از ایمانی، ۱۹۹۹، ص ۲-۳)

ابهام درباره ماهیت کارآفرینی، تلاش های انجام شده برای شناسایی کارآفرینان را عقیم گذاشته است. طبق تعریف پیتر دراگر که کارآفرینان را جستجوگران فرصت می نامد، همه این افراد می توانند کارآفرین باشند. دراگر معتقد است که ما باید درباره اقدامات و رفتار کارآفرینان صحبت کنیم و نه درباره روانشناس کارآفرینان. (جنسن و ویس^۵، به نقل از ایمانی، ۱۹۹۴، ص ۳) به عنوان اولین تحقیق انجام گرفته در زمینه های ویژگی های روانی کارآفرینان، دیوید مک کلند در سال ۱۹۷۶ میلادی انگیزه موفقیت را مورد مطالعه قرار داد. جولیان راتر در سال ۱۹۸۶ میلادی در زمینه کنترل درونی و بیرونی مطالعاتی داشته است.

اگرچه تفاوت های اساسی بین کارآفرینان و غیر کارآفرینان مشاهده گردیده است، اما واترمن در سال ۱۹۸۷ میلادی نتیجه می گرد که ویژگی های روانی خاصی از کارآفرینان موفق که موجب کننده باشد، بدست نیامده است. کوشش ها برای شناسایی سایر ویژگی های رفتاری کارآفرینان موفق نیز همچنان ناموفق بوده است. (اسکیلو کراسون^۶، به نقل از ایمانی، ۱۹۹۷، ص ۲-۳)

پارستون، فرایند کارآفرینی را به عنوان رفتار مدیریتی که دائما از فرصت ها برای دستیابی به نتایج مافوق ظرفیت های افراد بهره برداری می کند، تعریف می نماید.

تامپسون^۷ (۱۹۹۹) براساس ترکیب یافته های تحقیقات کلیدی ده نکته اساسی راجع به کارآفرینی را بیان می کند:

۱- کارآفرینان افرادی هستند که خود را از دیگران متمایز می سازند

۲- کارآفرینی موضع یابی و بهره برداری از فرصت هاست

۳- کارآفرینان منابع مورد نیاز برای بهره برداری از فرصت ها را می یابند

۴- کارآفرینان ارزش افزوده ایجاد می کنند

۵- کارآفرینان شبکه سازان اجتماعی و مالی خوب هستند

۶- کارآفرینان دارای دانش عملی هستند

۷- کارآفرینان سرمایه مالی، اجتماعی و هنری خلق می کنند

۸- کارآفرینان مدیریت ریسک دارند

۹- کارآفرینان در مواجهه با ناملايمات دارای قاطعیت واراده هستند

۱۰- کارآفرینی خلاقیت و نوآوری را شامل می شود (تامپسون، به نقل از ایمانی ۱۹۹۹، ص ۴)

2- Jansen & Wees

6 - Schiller & Crewson

7 - Thompson

ویژگی‌های افراد خلاق

آمالی معتقد است که برخی از شخصیت‌ها بیشتر مستعد تفکر خلاق هستند. بعضی از صفات افراد خلاق عبارت است از خود نظمی زیاد، پشتکار مواجه با مشکلات و شکست، استقلال، تحمل ابهام، تحمل شکست، تمایل به پذیرفتن خطر، اعتماد به نفس و... اگر این ویژگیها به طور طبیعی در افراد وجود نداشته باشد می‌توان آن‌ها را پرورش داد.

افراد خلاق بخش عمده‌ای از وقت و انرژی خود را صرف توجه دقیق به اطراف خود می‌کنند. (مشبکی، ۱۳۸۰، ص ۵۷)

این افراد از کنجکاو فوق‌العاده‌ای برخوردارند و همیشه در جستجوی موضوعات پیچیده جدید و ناشناخته و عجیب می‌باشند. به همین علت در مقایسه با افرادی که از توانایی خلاقیت کمتری برخوردارند، پرسش‌های بیشتر پیچیده تری مطرح می‌کنند. افراد خلاق انعطاف پذیر ترند و در عرضه راه حل و اندیشه بکر و بدیع آمادگی بسیاری دارند، آن‌ها با استفاده از همین ویژگی دارای توانایی تعقیب و دستیابی به راه حل مشکلات از راه‌های مختلف هستند.

افراد خلاق به استقلال تمایل دارند و از دستورهایی که بر خلاف میل آن‌ها مورد انتقادشان است، سرپیچی می‌کنند به این سبب اعمال مدیریت سنتی در مورد افراد خلاق در سازمان بسیار دشوار است. افراد خلاق مسائل بسیاری پیچیده را به مسائل ساده ترجیح می‌دهند و با علاقه بسیاری برای یافتن راه حل آن‌ها می‌کوشند.

وقتی یک تیم از افرادی با زمینه‌های فکری و رویکردهای گوناگون تشکیل شود، ایده‌های افراد تحریک می‌شود و به شیوه‌ای سودمند در هم می‌آمیزد. این تیم‌ها از سه ویژگی دیگر نیز علاوه بر تنوع‌گرایی باید برخوردار باشند:

نخست: اعضای یک تیم باید در ایجاد هیجان و افزایش انگیزه در رسیدن به هدف مورد نظر سهیم باشند.

دوم: افراد نسبت به کمک به دیگر اعضا تمایل نشان دهند و روحیه همکاری و تعاون در بین گروه وجود داشته باشد.

سوم: هر یک از اعضا باید دانش منحصر به فردی را که دیگران به میان می‌آورند، دریابد و ارج نهد.

این عوامل نه تنها انگیزه درونی را بیشتر می‌کند، بلکه به تخصص و مهارت‌های تفکر خلاق نیز می‌افزاید.

افراد خلاق چگونه فکر می‌کنند؟ همواره نحوه فکر کردن افراد خلاق مورد توجه دانشمندان بوده است. گیلفورد کلید خلاقیت را در تفکر واگرا می‌داند. عده‌ای معتقدند که کارآفرینان مهارت خوبی در به کارگیری هر دو تفکر واگرا و همگرا دارند و برای حل مسائل، از هر دو بهره می‌برند. تفکر واگرا برای تجزیه و باز کردن مشکل و دیدن همه ابعاد موضوع است که با طرح سؤال‌هایی مانند ((راجع به چیست؟)) ابعاد و زوایای مختلف مسئله را آشکار می‌کند؛ و تفکر همگرا که بای رسیدن به راه حل نهایی به کار می‌رود. با طرح سؤال‌هایی مانند ((چرا)) مسئله را به اجزای کوچکتری تقسیم می‌نماید. (صمد آقایی، ۱۳۷۸، ص ۳۵)

پیشینه تحقیق

تا قبل از شروع برنامه سوم توسعه، توجه چندانی به کارآفرینی نشده بود. حتی در محافل علمی و دانشگاهی نیز به جز موارد بسیار نادر، فعالیتی در این زمینه صورت نگرفته بود. مسائل و مشکلات مربوط به بیکاری و پیش‌بینی حادث شدن آن به ویژه در بین فارغ‌التحصیلان دانشگاهی موجب گردید تا در زمان تدوین برنامه سوم توسعه موضوع کارآفرینی پیش‌بینی گردد. (سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور، ۱۳۷۹) این موضوع در برنامه چهارم توسعه پررنگ تر شد.

براساس برنامه سوم توسعه طرحی تحت عنوان ((طرح توسعه کارآفرینی در دانشگاههای کشور)) که به اختصار ((کاراد))^۹ نام گرفت تدوین و اجرای آن با نظر سازمان مدیریت و برنامه ریزی و وزارت علوم، تحقیقات و فناوری در اواخر سال ۱۳۷۹ به سازمان سنجش آموزش کشور واگذار گردید.

از آنجا که در گذشته برنامه ریزی جامع و کلان برای ترویج، پرورش، آموزش و گسترش کارآفرینی و حمایت از کارآفرینان توسط دولت انجام نشده و تسهیلات مالی، حمایتی، قانونی و فضای فرهنگی مناسب برای توسعه کارآفرینی در سطح جامعه، از جمله در سطح دانشگاههای کشور به عنوان بخش پیشرو در توسعه کارآفرینان، شکل نگرفته است، در برنامه سوم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران موضوع کارآفرینی، بخصوص در بعد آموزش و پرورش کارآفرینان مورد توجه خاص قرار گرفت و طرح و اعتبارات خاصی در قالب این برنامه‌های بودجه سالیانه کشور برای گسترش و توسعه کارآفرینی در سطح چند وزارتخانه و سازمان دولتی مرتبط پیش بینی شده است.

این طرح از آغاز برنامه سوم توسعه در سطح وزارت صنایع و معادن، وزارت جهاد کشاورزی، وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، وزارت علوم تحقیقات و فناوری و جهاد دانشگاهی به دلیل ارتباط تنگاتنگ این موضوع با فعالیتهای آن‌ها پیگیری و در برنامه چهارم توسعه (ماده ۱۰۱) وظایف خاصی بر عهده وزارت کار و امور اجتماعی قرار گرفت.

به دلیل اهمیت و نقش کارآفرینان در توسعه، در دو دهه گذشته، برنامه‌های آموزشی و پژوهشی ویژه ای را به شکل متنوع برای پرورش و آموزش کارآفرینان در دانشگاههای کشورهای پیشرفته و در حال توسعه ارائه می گردد. هدف اصلی از اجرای این طرح توسط وزارت علوم، تحقیقات و فناوری و سازمان سنجش آموزش کشور نیز آموزش کارآفرینی در دانشگاهها می‌باشد. (گزارش دبیر خانه کاراد ۱۳۸۱)

از قرن پانزدهم تا کنون، در کانون مکاتب مختلف اقتصادی قرار داشته است. (احمد پوردربانی، ۱۳۸۳، ص ۵۰) پیروان مکتب سوداگری یا مرکانتلیست ها، بازرگانانی را که در کار تجارت طلا و نقره دست داشتند، کارآفرین می دانستند، فیزیوکرات ها یا طبیعت گرایان منشاء ایجاد ثروت را زمین و فعالان کشاورزی را کارآفرین می گفتند. کلاسیک ها یعنی، آدام اسمیت، ژان باستیت سه و جان استوارت میل، عوامل اصلی ثروت آفرینی را نیروی کار، سرمایه و مواد اولیه معرفی کرده اند (پالمر به نقل از ایمانی، ص ۸۸) و کشورهایی مثل ایتالیا و انگلیس بعد از دوران رنسانس فعالیت های زیادی را روی این مسئله انجام دادند. بعد از مکتب کلاسیک ها، فرد جدیدی به نام شومپیتر که از اعضای مکتب اقتصادی آلمان است و در واقع پدر کارآفرینی محسوب می شود، در سال ۱۹۸۴ چنین بیان می کند: کارآفرین نیروی محرکه اقتصاد است. (کاسون^۹ به نقل از ایمانی ۱۹۸۲) او می گوید کسانی که در هر فعالیت و کسب و کار تجاری، محصول جدیدی تولید می کنند، یا روش های جدیدی در فرآیند تولید، بازاریابی و... به کار می گیرند و یا از منابع جدیدی استفاده می کنند و یا موسسه جدیدی را تاسیس می کنند، دارای ویژگیهای کارآفرینی هستند و نوآور محسوب می شوند. دیس^{۱۰}، به نقل از ایمانی، ۱۹۸۱، ص ۲۰)

رابینز در تعریف کارآفرینی می گوید: ((کارآفرینی عبارت است از قبول مخاطره، تعقیب فرصت ها و ارضای نیازها و خواسته ها از طریق نوآوری و تاسیس یک کسب و کار و کارآفرین ها افرادی هستند که چنین نقشی را ایفاء می کنند.)) مطالعه کارآفرینی حیطه گسترده ای از رشته های مدیریت، اقتصاد، جامعه شناسی، و روانشناسی را در بر می گیرد و دارای ماهیت میان رشته ای است. در این جا بود که روان شناسان به کمک علم اقتصاد آمدند و تلاش آن‌ها در سه دهه ۵۰ تا ۷۰ به این نکته بود که آیا می

^۹ طرح توسعه کارآفرینی در دانشگاههای کشور -

^۹ - Casson

^{۱۰} - Dees

توان افرادی را شناخت که نشدنی‌ها را شدنی‌کنند، افرادی که خیلی خلاق و جدی هستند، عزم و اراده و پشت کارشان زیاد است و... طبق نگرش روان‌شناختی، ویژگی‌های شخصی و معینی، افراد را مستعد کارآفرینی می‌کند.

بنابراین یکی از مباحثی که درباره آن تحقیق شده، جستجو برای تعیین ویژگی‌های روانشناختی مشترک کارآفرین‌ها است. سئوالی که در این جا مطرح می‌شود اینست که آیا فقط ویژگی‌های فردی است که باعث موفقیت فرد می‌شود و یک موسسه را موفق می‌کند یا نه؟ در این رابطه جامعه‌شناسان به کمک روان‌شناسان آمدند و مسائل اجتماعی را مطرح کردند که در واقع اصل موضوع شبیه به مثال معروف است که می‌گوید: اگر شما بذر خوبی داشته باشید ولی زمین مناسبی نداشته باشید ممکن است آن بذر در آن زمین رشد کند. اما اگر زمین مناسبی داشته باشید ولی بذر خوبی نداشته باشید ممکن است در آن زمین مناسب بذر هر طور شده رشد کند. این دو اندیشه با هم تلاقی دارند و به همین دلیل جوامع، دولت‌ها و سازمان‌ها به فکر شناسایی بستر مناسب برای رشد و پرورش کارآفرینان افتادند که مقوله جدیدی است. با این مقدمه وقت آن است که نگاهی به سایر کشورها بیندازیم و ببینیم که دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی دولتی و مراکز صنعتی و حرفه‌ای چه نگرش و سیاستی نسبت به تحقیق و ترویج در زمینه کارآفرینی دارند آلمان، انگلیس و آمریکا اولین کشورهایی که در این زمینه کار کردند و به ترتیب قدم جلو گذاشتند، در آلمان در سال‌های ۱۹۳۳ تا ۱۹۳۵ مطالعه و شناسایی بر روی افراد جسور و نوآور و افراد با انگیزه‌ای که اتفاقاً دارای محدودیت‌های شدید مالی بودند، آغاز شد. اولین سیاست‌های پشتیبانی از این افراد بود. به همین منظور اولین آموزشکده برای تربیت این افراد در آن سال‌ها در این کشور ایجاد شد. این آموزشکده‌ها در انگلیس بین سال‌های ۱۹۳۷ تا ۱۹۴۰ و در سال‌های ۱۹۴۲ تا ۱۹۴۳ در آمریکا دایر شد. ژاپن در این زمینه خیلی کلاسیک کار کرد و اولین مدرسه در توکیو در سال ۱۹۵۶ میلادی آغاز به کار کرد. در سال ۱۹۹۸ سازمان آموزش و پرورش ژاپن طرحی را برای اشاعه فرهنگ کارآفرینی تحت عنوان ((سربازان فداکار اقتصادی ژاپن)) اجرا کرد. در هندوستان، ابتدا توسعه کارآفرینی را در سه مرحله می‌توانیم ببینیم. مرحله اول از دهه ۱۹۵۰ شروع شد که هندوستان تازه از استعمار رها شده بود و یک کشور بسیار فقیر و بدون منابع بود. در این مرحله فقط ایجاد اشتغال مطرح بود و دولت به رغم تمام کمبودها، بیشترین کمک را به کارآفرینان کرد. در مرحله دوم یعنی در دهه‌های ۱۹۶۰ تا ۱۹۸۰ میلادی به کارآفرین و کارآفرینان مجرب که می‌توانند به توسعه کارآفرینان صنعتی در هندوستان یاری کنند، کمک شد. این مرحله به عنوان خوداتکایی و خود کفایی صنعتی مطرح شد.

خلاقیت

خلاقیت همانا خلق ایده‌های جدید است که این ایده‌ها ممکن است به محصولات یا خدمات جدید نیز منجر شوند. در ((دایرة المعارف علوم اجتماعی)) از خلاقیت چنین تعاریفی ذکر شده است:

((برخی آن را توانایی هستی بخشیدن به پدیده‌ای جدید تعریف نموده‌اند و عده‌ای دگر آن را نه به عنوان توانایی بلکه به عنوان فرآیند روانشناختی یا فرایند‌هایی که از طریق آن‌ها محصولات جدید و ارزشمند خلق می‌شوند، تعریف کرده‌اند)).

زمانی خلاقیت به عنوان یک خصیصه منحصر به فرد و ذاتی در نظر گرفته می‌شود، اما مقایسه سطح خلاقیت و نوآوری در ایالت متحده با دیگر فرهنگها با همان سطح پیچیدگی لیکن با نوآوری کمتر، خلاف آن را نشان داد. امروزه برخی از مکاتب فکری معتقدند که خلاقیت قابل آموزش و یادگیری است.

روش تحقیق:

در این پژوهش از روش علی مقایسه ای یا پس از وقوع استفاده شده است. اطلاعات گردآوری شده در این تحقیق در جهت تامین اهداف تحقیق عبارتند از:

- مطالعات کتابخانه ای برای بررسی اسناد و مدارک، رساله ها و پایان نامه ها، مقالات فارسی و انگلیسی، کتب و نشریه های علمی و جستجوی وب سایت های اینترنتی، موجود در زمینه موضوع مورد تحقیق به منظور دستیابی به مبانی نظری و ادبیات پژوهش

- جمع آوری اطلاعات و داده های مورد نیاز بوسیله پرسشنامه پژوهشگر ساخته که پس از تایید روایی آن توسط اساتید و متخصصان و اندازه گیری پایایی در اختیار کارشناسان قرار گرفته است.

پس از اینکه با در دست داشتن معرفی نامه از سوی واحد آموزش، به واحد کامپیوتر مراجعه نموده و اسامی تعداد محدودی از فارغ التحصیلان دانشگاه آزاد واحد علوم و تحقیقات شناسایی شد و همچنین با شرکت در کلاسهای اطلاق فکر که در همین دانشگاه و به رهبری آقای دکتر بهرنگی انجام می شود نیز تعدادی دیگر از فارغ التحصیلان شناسایی شدند و بعد از جمع آوری گروه مورد آزمون و جامعه آماری پرسشنامه اول و بعد از مدتی پرسشنامه دوم نیز اجرا شد و بعد مورد بررسی قرار گرفتند.

تجزیه و تحلیل داده ها:

سؤال ۱:

آیا بین خلاقیت و میزان کارآفرینی دانشجویان رشته مدیریت آموزشی رابطه وجود دارد؟

جدول شماره ۱- جدول توافقی خلاقیت و کارآفرینی دانشجویان رشته مدیریت آموزشی

جمع	خلاقیت			کارآفرینی	
	زیاد	متوسط	کم		
3	0	2	1	فراوانی	کم
6.0%	.0%	6.7%	100.0%	درصد	
13	2	11	0	فراوانی	متوسط
26.0%	10.5%	36.7%	.0%	درصد	
34	17	17	0	فراوانی	زیاد
68.0%	89.5%	56.7%	.0%	درصد	
50	19	30	1	فراوانی	جمع
100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	درصد	

نتایج آزمون خی دو مربوط به سؤال اول تحقیق

سطح معنی داری	درجه آزادی	مقدار	
.000	4	21.747	خی دو
		50	حجم نمونه

نتایج آزمون همبستگی گاما مربوط به سؤال اول تحقیق

سطح معنی داری	Approx. T(b)	مقدار	
.002	3.151	.778	Gamma
		50	حجم نمونه

با توجه به جدول فوق، سطح معنی داری نتایج آزمون خی دو کمتر از $0/05$ است بنابراین بین خلاقیت و میزان کارآفرینی دانشجویان رشته مدیریت آموزشی رابطه وجود دارد.

نتیجه آزمون همبستگی گامای فوق ($r=0/77$) نشان از آن دارد که با اطمینان $0/99$ و سطح خطای کمتر از $0/01$ بین خلاقیت و میزان کارآفرینی دانشجویان رشته مدیریت آموزشی رابطه مستقیم و بسیار قوی وجود دارد.

یعنی با افزایش خلاقیت، میزان کارآفرینی دانشجویان رشته مدیریت آموزشی افزایش چشم گیری نشان می دهد. همه 100 درصد پاسخگویانی که خلاقیت آن‌ها کم بوده، میزان کارآفرینی آن‌ها نیز کم عنوان شده است. و از 100 درصد (30 نفر) پاسخگویانی که خلاقیت آن‌ها متوسط بوده، $56/7$ درصد دارای میزان کارآفرینی زیاد، $36/7$ درصد کارآفرینی متوسط و $6/7$ درصد نیز دارای کارآفرینی کم بوده اند. در حالیکه $89/5$ درصد از کسانی که دارای خلاقیت زیاد بوده اند میزان کارآفرینی در آن‌ها نیز زیاد نشان می دهد.

بنابراین می توان گفت میزان کارآفرینی دانشجویان رشته مدیریت آموزشی، بستگی زیادی به خلاقیت آنان دارد. به عبارت دیگر میزان خلاقیت، تاثیر مثبت و بسزائی بر میزان کارآفرینی دانشجویان رشته مدیریت آموزشی دارد.

H_0 : توزیع متغیر خلاقیت نرمال است.

H_1 : توزیع متغیر خلاقیت نرمال نیست.

جدول شماره ۲: جدول نتایج آزمون کولموگروف- اسمیرنف تک نمونه ای مربوط به خلاقیت

خلاقیت	
50	حجم نمونه
3.7244	میانگین
.45585	انحراف معیار
.135	Most Extreme Differences Absolute
.084	Positive
-.135	Negative
.955	مقدار Z
.322	سطح معنی داری

سطح معنی داری متغیر خلاقیت بیشتر از ۰/۰۵ است در نتیجه در مورد متغیر فوق، دلیلی بر رد فرض صفر نداریم. یعنی توزیع جامعه متغیر خلاقیت نرمال است. بنابراین از آزمون پارامتریک t استودنت جهت مقایسه میانگینهای دو گروه کارآفرین و غیر کار آفرین در سؤال دوم تحقیق استفاده شده است.

سؤال ۲:

آیا گروه کارآفرین از خلاقیت بیشتری برخوردار است؟

جدول شماره ۳- جدول نتایج شاخص‌های آمار توصیفی

انحراف معیار	میانگین	حجم نمونه	
.29484	4.0380	25	کارآفرین
.36385	3.4107	25	غیر کارآفرین

جدول شماره ۴- جدول نتایج آزمون لون جهت بررسی یکنواختی واریانس‌های گروه کارآفرین و غیر کارآفرین

سطح معنی داری	F
.272	1.234

با در نظر گرفتن سطح معنی داری آزمون لون فوق که بیشتر از ۰/۰۵ است دلیلی بر رد فرض صفر نخواهیم داشت. یعنی واریانسهای دو گروه کارآفرین و غیر کارآفرین یکسان می باشند. در نتیجه از ردیف یکنواختی واریانسها در جدول شماره ۵ جهت مقایسه میانگینهای دو گروه کارآفرین و غیر کار آفرین استفاده می کنیم.

جدول شماره ۵- جدول نتایج آزمون t جهت بررسی یکنواختی میانگینهای گروه کارآفرین و غیر کارآفرین

t-test for Equality of Means							
فاصله اطمینان		اختلاف خطای معیار	اختلاف میانگینها	سطح معنی داری	درجه آزادی	t	
حد بالا	حد پائین						
.81559	.43894	.09366	.6273	.000	48	6.697	فرض یکنواختی واریانسها
.81580	.43873	.09366	.6273	.000	46.023	6.697	فرض عدم یکنواختی واریانسها

با در نظر گرفتن سطح معنی داری (۰/۰۰۰) آزمون t که کمتر از ۰/۰۵ است نتیجه می گیریم که میانگینهای دو گروه کارآفرین و غیر کار آفرین یکسان نمی باشند. و میانگین رتبه گروه کارآفرین (۴/۰۳) بیشتر از میانگین رتبه گروه غیر کار

آفرین (۳/۴۱) است بنابراین می توان گفت گروه کارآفرین از خلاقیت بیشتری نسبت به گروه غیر آفرین برخوردار است. با توجه به نتایج بدست آمده در سؤالات پژوهش فوق، به این نتیجه می رسیم که خلاقیت در توسعه مهارت کارآفرینی فارغ التحصیلان رشته مدیریت آموزشی دانشگاه آزاد واحد علوم و تحقیقات تاثیر زیادی دارد.

بحث و نتیجه گیری:

در تحقیق حاضر که با عنوان بررسی تاثیر خلاقیت بر توسعه میزان کارآفرینی فارغ التحصیلان رشته مدیریت آموزشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات از سال ۱۳۷۵-۱۳۸۵ و با هدف بررسی میزان رابطه خلاقیت بر توسعه کارآفرینی فارغ التحصیلان رشته مدیریت آموزشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات و ارائه راهکار مناسب برای توسعه کارآفرینی فارغ التحصیلان مدیریت آموزشی به انجام رسیده، سولاتی مطرح و مورد بررسی و آزمون قرار گرفته اند که نتایج حاصل به شرح زیر ارائه می گردد:

یافته های تحقیق حکایت از این دارند که افراد کارآفرین بیشتر از افراد غیر کارآفرین به اینکه در حل یک مسئله خاص از رویه های صحیح پیروی می کنند، اطمینان خاطر دارند. آنها بیشتر از سایرین اعتقاد دارند که پرسیدن سوالی که در به دست آوردن جواب آن، امید وجود ندارد، اتلاف وقت است. کارآفرینان و غیر کارآفرینان در این مورد که وقتی در حال ترکیب اطلاعات به دست آمده به آهستگی، اما در مرحله تجزیه و تحلیل مسئله به سرعت عمل می کنند، کارآفرینان بیشتر از سایرین اعتقاد دارند که حل مسئله به شیوه گام به گام بهتر است و منبع اطلاعات نسبت به محتوای اطلاعات برای آنها اهمیت بیشتری دارد. کارآفرینان مورد بررسی در این تحقیق، بیشتر از غیر کارآفرینان اطراف خود را جذب می کنند (طبق الگوی آلبرشیت) و برای بررسی مسائل به بررسی و جست و جوی راه های مختلف می پردازند. کارآفرینان بیشتر از افراد غیر کارآفرین جهت حل مشکل یا مساله ای، دارای احساسات شهودی قوی هستند. کارآفرینان و غیر کارآفرینان به یک اندازه معتقدند که تخیلات خوشایند یک قوه محرکه ایست تا بتوانند تعداد زیادی از مهم ترین پروژه های کار خود را به انجام رسانند. اما کارآفرینان با شدت بیشتری اعتقاد دارند که استفاده از احساسات شهودی قوی در حل مسئله از اعتبار آن می کاهد. کار آفرینان بیشتر از غیر کارآفرینان معتقدند که غالباً این توانایی آن را دارند که راه حل مسئله خود را پیش بینی نمایند. همچنین آنها موافق این نظر هستند که بیشتر کارشان را بر روی مسئله ای متمرکز می کنند که به سختی قادر به درک و احساس آن بوده و توانایی بیان آن را ندارند.

آنچه از یافته های فوق بر می آید، اولاً تفاوت قابل انتظاری است که بر مبنای نظریه ها و تئوری های ارائه شده، ما بین کارآفرینان و غیر کارآفرینان وجود دارد، چنانچه اشاره شد، در بسیاری از موارد مورد بررسی این تفاوتها مشهود می باشد. یافته های دیگر تحقیق، نشان می دهد که درصد بالایی از کارآفرینان (۸۸ درصد)، توانایی زیادی را جهت تغییر شیوه در جهت کارساز نبودن یک شیوه دارند، که این مسئله نشان از انعطاف پذیری و قالبی نبودن ذهن این افراد دارد. همچنین ۸۴ درصد از کارآفرینان (در مقابل ۶۴ درصد غیر کارآفرینان)، جایگاه سخت کوشی را در کسب موفقیتشان، بسیار بالا می دانند. درصد بالایی از کارآفرینان (۹۶ درصد)، معتقدند که غالباً برای حل مسائل و مشکلاتشان تلاش زیادی به عمل می آورند و نمی-توانند به راحتی از آنها بگذرند. و ۷۲ درصد آنها (در مقابل ۳۲ درصد غیر کارآفرینان)، معتقدند که برای رسیدن به اهدافی که تعیین نموده اند، به آسانی دستاوردها و آسایش خود را فدا می کنند. کارآفرینان دو برابر بیشتر از غیر کارآفرینان معتقدند که قادر هستند در بلند مدت با مسائل و مشکلات دست و پنجه نرم کنند. از یافته های فوق نیز این نتیجه حاصل می گردد که

افراد کارآفرین نسبت به افراد غیر کارآفرین بیشتر به آزمون مسائل می پردازند تا در آن موفقیت یا عدم موفقیت را مشاهده کنند.

از دیگر نتایج حاصل، اینگونه بر می آید که ۸۰ درصد کارآفرینان (درمقابل ۲۸ درصد افراد غیر کارآفرین) اینگونه ابراز می دارند که حتی اگر اظهار نظرشان مورد استقبال قرار نگیرد، گاهگاهی عقایدشان را اظهار می دارند. ۶۸ درصد از آن‌ها معتقدند که عدم توانایی در حل یک مسئله غالباً ناشی از برداشت‌های اشتباه از مسئله می باشد. همچنین آن‌ها به اظهار نظر دیگران در مورد خودشان آنچنان اهمیتی قائل نیستند و برایشان کمتر اهمیت دارد که دیگران در باره آنها چگونه فکر می کنند. آن‌ها به این نکته می اندیشند که بایستی خدمتی شایسته و استثنایی به جهان عرضه کنند (۶۰ درصد در مثال ۳۶ درصد). ۹۶ درصد از کارآفرینان عقایدشان از اهمیت والایی برایشان برخوردار است و برای رسیدن به آن تلاش می نمایند. این نتایج نیز نشان می دهد که افراد کارآفرین بیشتر به پالایش مسائل می اندیشند.

نتایجی که تا بدینجا درمقایسه توصیفی بین افراد کارآفرین و غیر کارآفرین ارائه گردید، نشان دهنده تمایز بین ذهنیت و شخصیت این دو گروه افراد با یکدیگر است و چنانچه اشاره شد در بسیاری از موارد مورد بررسی، تفاوت فاحشی را نشان داد. یافته های دیگر تحقیق که در واقع بررسی سؤالات تحقیق می باشند به شرح زیر می باشد.

یکی از سؤالات تحقیق بررسی رابطه بین خلاقیت و میزان کارآفرینی دانشجویان رشته مدیریت آموزشی بوده است. نتایج بدست آمده نشان می دهد، ۱۰۰ درصد پاسخگویانی که خلاقیت آن‌ها کم بوده، میزان کارآفرینی آن‌ها نیز پائین می باشد و از ۱۰۰ درصد (۳۰ نفر) پاسخگویانی که خلاقیت آن‌ها متوسط بوده، ۵۶/۷ درصد دارای میزان کارآفرینی زیاد، ۳۶/۷ درصد کارآفرینی متوسط و ۶/۷ درصد نیز دارای کارآفرینی کم بوده اند. در حالیکه ۸۹/۵ درصد از کسانی که دارای خلاقیت زیاد بوده اند میزان کارآفرینی در آن‌ها نیز زیاد نشان می دهد.

نتیجه آزمون استنباطی نیز، (با توجه به سطح معنی داری آزمون خی دو)، بین خلاقیت و میزان کارآفرینی دانشجویان رشته مدیریت آموزشی رابطه وجود دارد. نتیجه آزمون همبستگی گاما نیز رابطه ای مستقیم وقوی را تائید می نماید. عبارت دیگر می توان گفت میزان کارآفرینی دانشجویان رشته مدیریت آموزشی، بستگی زیادی به خلاقیت آنان دارد. به عبارت دیگر میزان خلاقیت، تاثیر مثبت و بسزائی بر میزان کارآفرینی دانشجویان رشته مدیریت آموزشی دارد.

مروری بر تعاریفی که از کارآفرینی توسط صاحب نظران به عمل آمده است، مشاهده می شود که عنصر "خلاقیت" جزئی تفکیک ناپذیر از این مفهوم می باشد. مثلاً جوزف شومپیر (۱۹۳۴)، کارآفرین را به شخصی که نوآور و خلاق و پدید آورنده فناوریهای تازه است، اطلاق می کند. دیوید مک کران واریک فلانیگان (۱۹۹۶)، کارآفرینان را افرادی نوآور، با فکری متمرکز، و به دنبال کسب توفیق و مایل به استفاده از میانبرها می دانند. پیتردراکر (۱۹۸۵) معتقد است، وجود نوآوری در کارآفرینی به قدری ضروری است که می توان ادعا نمود کارآفرینی بدون آن وجود ندارد و خلاقیت نیز بدون نوآوری نتیجه ای را حاصل نمی نماید. بنابر این نتیجه حاصل از این فرضیه در تحقیق حاضر با نظریات و همچنین پژوهشهای مشابه هماهنگی دارد.

سؤال دیگر تحقیق این است که آیا گروه کارآفرین از خلاقیت بیشتری برخوردار است؟ نتیجه حاصل از آزمون استنباطی این سؤال نشان می دهد که با در نظر گرفتن سطح معنی داری آزمون لون، می توان گفت گروه کارآفرین از خلاقیت بیشتری نسبت به گروه غیر آفرین برخوردار است. چنانکه در سطور بالا اشاره شد، گروه کارآفرین در تمام شاخصهای اندازه گیری شده خلاقیت در تحقیق حاضر نسبت به گروه غیر کارآفرین وضعیت مطلوبتری را نشان داده است. این نتیجه نیز به تحقیقات انجام شده، هماهنگی نشان می دهد. برای مثال محمدعزیزی (۱۳۸۲) نشان داده است که خلاقیت و نوآوری با کارآفرینی رابطه

معنی داری دارد.

پس به طور کلی این نتیجه حاصل می شود بین خلاقیت و کارآفرینی رابطه ای دو سویه و معنی دار وجود دارد. یعنی افرادی که دارای نوآوری و خلاقیت هستند زمینه مساعدی در آن‌ها برای کارآفرینی وجود دارد و افراد کارآفرین نیز به دلیل نوع آموزشهایی که دیده اند و ویژگیهای روانشناختی که دارا هستند (و به آن‌ها اشاره شد)، از خلاقیت برخوردارند اگر چه وجود خلاقیت رابطه مستقیمی با میزان دانش و اطلاعات ندارد. (طبق الگوی آمابلی طلاعات بیشتر، موجب خلاقیت بیشتر نمی شود) اما با رفع موانع خلاقیت و مهیا ساختن زمینه های رشد خلاقیت می توان به پرورش افراد کارآفرین امیدوار بود.

پیشنهادات:

از آنجا که بین کارآفرینی و خلاقیت رابطه معناداری مشاهده گردید و با توجه به نتایج حاصل از تحقیق، پیشنهادات زیر مطرح می گردد.

- آموزش کارآفرینی با توجه به رفع موانع خلاقیت
- پرورش استعدادها و مهارتهای خلاقیت، از طریق گذراندن دوره های آموزشی مناسب، انجام تمرین ها و تکنیک های خلاقیت که منجر به پرورش نیروهای کارآفرین گردد.
- یکی از روش های مهم متبلور کردن خلاقیت، ایجاد فضای محرک، مستعد و به طور کلی خلاق است. بنابراین مهیا نمودن محیطی که در فرد خلاق انگیزش ایجاد نماید و او را به تفکر وادارد کمک شایانی به تربیت نیروی کارآفرین و خلاق می نماید. بنابر این باید محیطی ایجاد نمود که شخص احساس کند از استعدادها و ایده های خلاق او استفاده صحیح می شود و توانایی و مهارت های خلاق او در ایجاد اندیشه های جدید و روش های نوین هدر نمی رود و مورد تشویق و ترغیب قرار می گیرد. فراهم ساختن محیطی که افراد به یکدیگر اطمینان و اعتماد داشته باشند و به دلیل ارایه یک ایده خام و مضحک تحقیر نگردند.
- با توجه به ضرورت ایجاد زیر ساختهای لازم، از جمله تربیت مربیان و محققان کارآفرین، پیشنهاد می شود تربیت نیروی انسانی ماهر در این زمینه جزو اولویتهای برنامه های دانشگاهی قرار گیرد.
- برای ایجاد انگیزه در اعضای هیات علمی و دانشجویان جهت روی آوردن به دوره های کارآفرینی، ضمن ایجاد چنین دوره هایی باید تلاش شود تا آنان (اعضای هیات علمی و دانشجویان) در کلیه مقاطع تحصیلی زیر حمایت های بیمه ای از طریق نهاد های مسول قرار بگیرند.
- پیشنهاد می شود که برای توسعه فعالیتهای کارآفرینی، بخصوص در بین فارغ التحصیلان دانشگاهی، برنامه های جامع برای جلب سرمایه گذاری بخش خصوصی، تعاونی و بانکها در این زمینه طراحی و تدوین شود

پیشنهاد به برنامه ریزان درسی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری.

به برنامه ریزان درسی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری توصیه می شود تا با قرار دادن یک منبع درسی با عنوان کارآفرینی و یا با تلفیق مباحث مربوط به کارآفرینی با دیگر منابع درسی مدیریت آموزشی زمینه شناخت بیشتر دانشجویان با مقوله کارآفرینی و ارتباط آن با موضوعات دیگر فراهم نمایند.

پیشنهاد به اساتید دانشگاه های مدیریت

بہتر است کہ اساتید محترم، با توجہ بہ اہمیت کارآفرینی و نو بودن آن علی الخصوص در کشور ما دانشجویان خود را ترغیب نمایند تا مقالات و تحقیقاتی را در زمینہ کارآفرینی بہ انجام رسانند و بہ افراد کارآفرین، امتیازات ویژه ای اختصاص دهند.

توصیہ های چند بہ محققان و دانشجویانی کہ علاقہ مندند در این زمینہ فعالیت نمایند ہر پروژہ تحقیقاتی با توجہ بہ اہدافی کہ دارد، چارچوب محدودی دارد و بہ سؤالات محدودی نیز کہ از ابتدا مطرح بودہ، پاسخ می گوید. بدیہی است کہ سایر جنبہ های موضوع مورد نظر بدون پاسخ باقی می ماند. علاوہ بر آن امکان دارد کہ در پایان ہر تحقیق سؤالات و مفروضات جدیدی مطرح شود کہ باید توسط سایر محققین دنبال شود. با توجہ بہ موارد فوق الذکر بہ نظر محقق رسیدہ است کہ بیان آن‌ها می تواند بہ سایر محققان و دانشجویان کمک نماید.

منابع

۱. احمد پور داریانی، محمود، کارآفرینی، تعاریف الگوها و نظریات، تہران شرکت پردیس ۵۷، ۱۳۷۸
۲. احمد پور داریانی، محمود و همکاران، تجارب کارآفرینی در کشور های منتخب، تہران، امیر کبیر، ۱۳۸۳
۳. احمد پور داریانی، محمود، و همکاران، (۱۳۸۳)، سرنانہ تولید ناخالص داخلی بہ ازای شاغلین، توانایی سرمایہ گذاری توسعہ کسب و کار، میزان درک مدیران کشور از کارآفرینی و ہزینہ کل تحقیقات کشور
۴. اسد نژاد، بہروز، (۱۳۸۱)، بررسی میزان کارآفرینی سازمانی در شرکت بیمہ ایران، پایان نامہ کارشناسی ارشد، رشتہ مدیریت صنعتی، دانشگاه علامہ طباطبایی
۵. اکبری، کرامت اللہ، توسعہ کارآفرینی رویکرد آموزشی، جہاد دانشگاهی، ۱۳۸۵
۶. آمابلی، ترسا، ترجمہ مہدی سعیدی کیا، ۱۳۸۵
۷. ایمانی، محمد تقی (۱۳۸۴)، بررسی نقش دانشگاهها در آمادہ سازی دانش آموختگان کارآفرین بہ منظور ارائه مدل نظری مناسب برای تدوین برنامه‌های کارآفرینی در دانشگاهها، پایان نامہ دکتری
۸. تسبیح سازان، رضا، روانشناسی رشد خلاقیت و ارتباط آن با شخصیت و ہوش، ۱۳۸۰
۹. تورنس، ئی پال، ترجمہ دکتر حسن قاسم زادہ، خلاقیت، دنیای نو ۱۳۷۲
۱۰. جلیل، صمد آقایی (۱۳۷۸)، شناخت بستر سازمانی مناسب برای جذب و رشد کارآفرینان، پایان نامہ کارشناسی ارشد، سازمان مدیریت صنعتی
۱۱. حسن مرادی، نرگس، (۱۳۸۳)، ارائه الگوی مناسب دانشگاه کارآفرین، پایان نامہ دکتری، واحد علوم و تحقیقات
۱۲. حسینی، افضل اسادات، مدیریت خلاقیت و خلاقیت در مدیریت، رھیافت، ش ۲۶، ۱۳۸۰
۱۳. سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور (۱۳۸۰) برنامه سوم توسعہ اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی
۱۴. سعیدی کیا، مہدی، اصول و مبانی کارآفرینی، کیا، تہران، ۱۳۸۵
۱۵. شاہ حسینی، علی؛ کارآفرینی، تہران، ۱۳۸۳
۱۶. صمد آقایی، جلیل، تکنیک های خلاقیت فردی و گروہی، مدیریت دولتی، ۱۳۸۰
۱۷. صمد آقایی، جلیل، سازمانهای کارآفرین، تہران، موسسہ عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه ریزی ۱۳۸۲

۱۸. عزیزی، محمد (۱۳۸۲)، بررسی زمینه های بروز و پرورش کارآفرینی در دانشجویان، پایان نامه کارشناسی ارشد
۱۹. فیض بخش، علیرضا و امیر تقی خان تجریشی و روجا امینی: اهداف برنامه های توسعه کارآفرینی و کسب و کار های کوچک، رهیافت، شماره ۲۹، ۱۳۸۳
۲۰. فیض بخش، علیرضا، در باره خلاقیت، باران، چاپ اول ۱۳۸۱
۲۱. فیض بخش، علیرضا، کارآفرینی جلد اول، تهران، انتشارات علمی دانشگاه صنعتی شریف، ۱۳۸۳
۲۲. فیض بخش، علیرضا، کارآفرینی، جلد اول، تهران، موسسه انتشارات علمی دانشگاه صنعتی شریف ۱۳۸۳
۲۳. قاسم زاده، حسن، اهمیت خلاقیت در توسعه، رهیافت، ش ۲۶
۲۴. قاسم زاده، حسن، خلاقیت نوید بخش آینده ای درخشان برای همه افراد بشر، رهیافت، ش ۲۶
۲۵. قورچیان، نادرقلی و همکاران، دایره المعارف آموزش عالی (جلد دوم)، ۱۳۸۳، تهران بنیاد دانشنامه بزرگ فارسی
۲۶. کوراتکو، دونالد و ریچارد ام، هاجتس، نگرشی معاصر بر کارآفرینی، مترجمان ابراهیم عامل محرابی و محسن تیرائی، دانشگاه فردوسی مشهد، ۱۳۸۳
۲۷. لامعی، بهزاد، آموزش کارآفرینی و بررسی موانع قانونی رشد کارآفرینان در صنایع کوچک ایران، موسسه کار و تامین اجتماعی ۱۳۷۸
۲۸. مشبکی، اصغر، خلاقیت استعداد قابل پرورش در افراد و سازمانها، رهیافت، ۲۶
۲۹. مشبکی، اصغر، و تیمور نژاد، رویکرد راهبردی و عملیاتی به مدیریت تحول سازمانی، هیات، ۱۳۷۸
۳۰. مقیمی، سید محمد (۱۳۸۳)، طراحی و تبیین مدل کارآفرینی سازمانی برای سازمان های غیر دولتی ایران، پایان نامه کارشناسی ارشد
۳۱. مقیمی، سید محمد، کارآفرینی در نهاد های جامعه مدنی، انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۸۳
۳۲. مقیمی، سید محمد، کارآفرینی موضوعی میان رشته ای و فراگیر، بازاریابی، ش ۲۲، دی ۱۳۸۱
۳۳. موسوی بازرگانی، سید جلال، (۱۳۷۸) تعیین ضوابط طراحی برنامه های آموزشی و پرورشی کارآفرینان در ایران براساس مطالعه تطبیقی برنامه های مشابه جهانی، پایان نامه کارشناسی ارشد، سازمان مدیریت صنعتی
۳۴. نادری، عزت اله و سیف نراقی، مریم، روش های تحقیق و چگونگی ارزشیابی آن در علوم انسانی با تاکید بر علوم تربیتی، تهران، دفتر تحقیقات و انتشارات پدر، ۱۳۸۱
۳۵. نادری، عزت اله و سیف نراقی، مریم، شاهپوریان، فرنگیس، راهنمای عملی فراهم سازی طرح تحقیق، تهران، دفتر تحقیقات و انتشارات پدر، ۱۳۸۱
۳۶. هیسریچ، روبرت. دی، و پترز، مایکل، پی، کارآفرینی، جلد اول، ترجمه علیرضا فیض بخش و حمید رضا تقی یاری، تهران، موسسه انتشارات دانشگاه صنعتی شریف ۱۳۸۳

37. Amobil .Teresa M; Within you the social psychology of Creativity and Beyond London, 1990
38. Drucker, p,f Th Big power of Little Ideas', Harvard Business Review, May / 1964
39. Drucker, Peter F. (1994) Knowledge work and Knowledge society. john F. Kennedy School of Government, Harvard University. Retrieved September 15,1998 from th

World WideWeb: http://ksgwww.harvard.edu/ksgpress/ksg_news/transcripts/drucklec.htm.

40. Hisrich, R.D.and peter, M.P (1998), Entrepreneurship, (Fourth Ed) McGraw-Hill
41. Kuratko D.FHodgetts R.M.(2001), «» Entrepreneurship, A contemporary approach «», Harcourt College.
42. Kuratko.Donald.f,Richard m. hodgetts. Entrepreneurship', THOMSON, 6 th Edition,2004
43. Schumpeter,j.(1934).«'The Theory of Economic Development ». Cambridge; Harvard university press