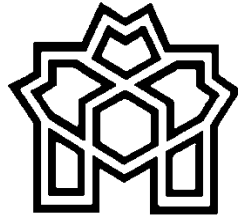


بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



دانشگاه علامه طباطبائی  
دانشکده مدیریت و حسابداری

پایان نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت کارآفرینی گرایش کسب و کار

شناسایی و مقایسه عوامل ایجابی و ارتقایی موثر بر قصد کارآفرینانه دانشجویان

نگارش

مسعود مرادی

استاد راهنما

دکتر کامبیز طالبی

استاد مشاور

دکتر داوود حسین پور

تابستان ۱۳۹۱

تقدیم به:

مادر عزیزم که وجودش به من دلگرمی و شوق می دهد

و

همسر مهربانم که حضورش در کنارم به زندگی ام شادی و امید می بخشد

## تقدیر و تشکر

لازم می دانم که مراتب تقدیر و تشکر صادقانه خود را از اساتید بزرگوار و عزیزانی که من را در انجام این پروژه راهنمایی و یاری نموده اند به عمل آورم:

استاد گرانقدر جناب آقای دکتر طالبی که کلاس های درس ایشان همواره منبع انرژی و ایده بوده و هست.

استاد گرانقدر جناب آقای دکتر حسین پور که با راهنمایی ها و آموزش های خود بنده را در طول دوره تحصیل یاری دادند.

استاد گرانقدر جناب آقای دکتر رضایی منش داور محترم پایان نامه که با دقت و حوصله و حسن نظر این کار را مورد بررسی و داوری قرار دادند.

دوستان عزیزم جناب آقای دکتر فرید ناصریه و جناب آقای علیرضا شکری که راهنمایی ها و حضورشان در مراحل تحقیق منبع دلگرمی بود.

## چکیده

فعالیت های کارآفرینانه در افراد عموماً بواسطه قصد کارآفرینانه روی می دهد. محققان عوامل متعددی را که بر بروز قصد کارآفرینانه تاثیر می گذارند مورد مطالعه قرار داده اند. در یکی از تقسیم بندی های انجام شده، این عوامل به دو گروه اصلی عوامل ایجابی و عوامل ارتقایی دسته بندی شده اند. بر این اساس، افراد یا بوسیله عوامل مثبتی همچون خلق و یا کشف ایده به سمت کارآفرینی تشویق می شوند که آنها را کارآفرینان فرصت محور می نامیم و یا بوسیله اجبارها و عوامل منفی مانند بیکاری و فقر به سمت کارآفرینی روی می آورند که آنها را با عنوان کارآفرینان ضرورت محور می شناسیم.

از آنجا که تصور می شود دانشجویان به واسطه علم و دانش کسب شده در دانشگاه و نیز به علت عدم اشتغال در معرض هر دو گروه عوامل ایجابی و ارتقایی باشند انتظار می رود که قصد کارآفرینانه در بین آنان قوی باشد. بر مبنای این ایده، در این مطالعه تلاش شد که عوامل ایجابی و ارتقایی موثر بر قصد کارآفرینانه شناسایی شده و میزان تاثیر آنها بصورت جداگانه و بصورت همزمان بر قصد کارآفرینانه افراد سنجیده شود.

جهت انجام این مطالعه پرسشنامه طراحی شده در بین دانشجویان شاغل به تحصیل در پنج رشته مهندسی برق، مهندسی شیمی، مهندسی مکانیک، مهندسی فناوری اطلاعات و مهندسی کامپیوتر توزیع شد و با استفاده از روش های تحلیل رگرسیون و آنالیز واریانس میزان تاثیر هر یک از عوامل ایجابی و ارتقایی بر قصد کارآفرینانه سنجیده شد.

نتایج نشان داد که عوامل ارتقایی بیش از عوامل ایجابی بر قصد کارآفرینانه دانشجویان تاثیر دارد. علاوه بر این مشخص شد که زنان بیشتر از مردان تحت تاثیر عوامل ایجابی هستند و حضور در گروه های ضعیف اقتصادی باعث گرایش بیشتر به عوامل ایجابی می شود. از طرف دیگر افراد با سابقه کسب و کار آزاد بیشتر از افراد بیکار و افراد با سابقه شغل دولتی به عوامل ارتقایی واکنش نشان می دهند.<sup>1</sup>

واژه های کلیدی: کارآفرینی، قصد کارآفرینانه، عوامل ایجابی، عوامل ارتقایی، کارآفرینی ضرورت محور، کارآفرینی فرصت محور

**Key words:** Entrepreneurship, Entrepreneurial intention, push factors, pull factors, opportunity-based entrepreneurship, necessity-based entrepreneurship

---

<sup>1</sup> ایمیل محقق moradi.masoud@gmail.com

صفحه	عنوان
۱	فصل اول: طرح و کلیات تحقیق
۲	مقدمه
۲	۱-۱ بیان مسئله
۷	۱-۲ اهمیت و ضرورت موضوع
۹	۱-۲-۱ پیشینه تحقیق
۱۴	۱-۲-۲ چارچوب کلان نظری تحقیق
۱۶	۱-۳ گزاره های تحقیق
۱۶	۱-۳-۱ پرسش های اصلی و فرعی
۱۶	۱-۳-۲ فرضیه های تحقیق
۱۶	۱-۳-۳ هدف های تحقیق یا نتایج مورد انتظار
۱۷	۱-۴ روش کلی تحقیق
۱۸	۱-۴-۱ قلمرو مکانی-جامعه تحقیق
۱۸	۱-۴-۲ قلمرو زمانی تحقیق
۱۸	۱-۴-۳ روش نمونه گیری و تخمین حجم جامعه
۱۹	۱-۴-۴ روشهای گردآوری داده ها و ابزار مورد استفاده برای آن
۱۹	۱-۴-۵ روشهای تحلیل داده ها
۲۰	۱-۵ موانع و محدودیتهای تحقیق
۲۱	۱-۷ نقشه راه
۲۱	۱-۹ شرح واژه ها و اصطلاحات تحقیق
۲۲	۱-۱۰ خلاصه فصل

۲۳	فصل دوم : مبانی نظری پژوهش و مروری بر تحقیقات پیشین
۲۴	مقدمه
۲۷	۲-۱ کارآفرینی
۲۸	۲-۱-۱ تعاریف کارآفرینی از دیدگاه صاحب نظران
۲۹	۲-۱-۱-۱ کارآفرینی از دیدگاه اقتصاددانان
۳۰	۲-۱-۱-۲ کارآفرینی از دیدگاه دانشمندان مدیریت
۳۰	۲-۱-۲ سیر تاریخی تحقیقات کارآفرینی
۳۳	۲-۱-۳ اهمیت، مزایا و منافع کارآفرینی
۳۴	۲-۱-۴ کارآفرینی و نقش آن در توسعه
۳۷	۲-۱-۵ کارآفرینی و آموزش
۳۷	۲-۱-۶ نقش کارآفرینی در اشتغال
۳۹	۲-۱-۷ ضرورت توسعه کارآفرینی
۴۱	۲-۱-۸ فرآیند کارآفرینی
۴۳	۲-۲ ویژگیهای کارآفرینان و عوامل موثر بر کارآفرینی
۴۶	۲-۲-۱ نگاهی بر نظریه های مربوط به ویژگیهای کارآفرینان و عوامل موثر بر کارآفرینی
۴۷	۲-۲-۲ رویکرد ویژگی ها و رویکرد رفتاری
۴۹	۲-۲-۳ مهارت های کارآفرینانه
۵۱	۲-۲-۳-۱ مهارت های شخصی کارآفرینی
۵۲	۲-۲-۳-۲ مهارت های مدیریتی کارآفرینی
۵۴	۲-۲-۳-۳ مهارت های فنی کارآفرینی
۵۵	۲-۳ تصمیم گیری کارآفرینانه
۵۷	۲-۴ فرصت های کارآفرینانه
۵۸	۲-۴-۱ تشخیص فرصت
۶۰	۲-۴-۲ عوامل موثر بر فرایند تشخیص فرصت

۶۳	۲-۴-۳ موانع بروز کارآفرینی
۶۶	۲-۵ قصد کارآفرینی و مفهوم آن
۶۸	۲-۵-۱ مدلی برای قصد کارآفرینی: تئوری رفتار برنامه ریزی شده
۷۱	۲-۶ عوامل ایجابی و ارتقایی: عوامل موثر بر قصد کارآفرینانه
۷۸	۲-۷ مدل مفهومی تحقیق
۸۰	۲-۸ خلاصه فصل
۸۱	<b>فصل سوم : روش اجرای تحقیق</b>
۸۲	مقدمه
۸۳	۳-۱ روش تحقیق
۸۳	۳-۱-۱ روش شناسی تحقیق بر اساس هدف تحقیق
۸۴	۳-۱-۲ روش شناسی تحقیق بر اساس شیوه گردآوری داده‌ها
۸۵	۳-۲ جامعه آماری
۸۶	۳-۲-۱ روش نمونه گیری و تخمین حجم جامعه
۸۸	۳-۳ گردآوری داده‌ها
۸۸	۳-۴ ابزار سنجش: پرسشنامه
۸۹	۳-۴-۱ سوالات پرسشنامه به تفکیک متغیرها
۸۹	۳-۴-۱-۱ سوالات مربوط به عوامل ایجابی
۹۰	۳-۴-۱-۲ سوالات مربوط به عوامل ارتقایی
۹۲	۳-۴-۱-۳ سوالات مربوط به قصد کارآفرینانه
۹۲	۳-۵ آزمون های پرسشنامه
۹۲	۳-۵-۱ روایی ابزار
۹۳	۳-۵-۲ پایایی ابزار
۹۴	۳-۶ مقیاس های سنجش
۹۵	۳-۷ روش های تجزیه و تحلیل داده ها



۹۶	۳-۸ خلاصه فصل
۹۷	فصل چهارم : تجزیه و تحلیل آماری یافته های تحقیق
۹۸	مقدمه
۹۸	۴-۱ آمار توصیفی
۹۹	۴-۱-۱ بررسی ویژگی های جمعیت شناختی پاسخ دهندگان
۹۹	۴-۱-۱-۱ توزیع فراوانی جنسیت پاسخ دهندگان به پرسشنامه
۱۰۰	۴-۱-۱-۲ توزیع فراوانی گروه سنی پاسخ دهندگان به پرسشنامه
۱۰۱	۴-۱-۱-۳ توزیع فراوانی وضعیت تاهل پاسخ دهندگان به پرسشنامه
۱۰۲	۴-۱-۱-۴ توزیع فراوانی مقطع تحصیلی پاسخ دهندگان به پرسشنامه
۱۰۳	۴-۱-۱-۵ توزیع فراوانی رشته تحصیلی پاسخ دهندگان به پرسشنامه
۱۰۴	۴-۱-۱-۶ توزیع فراوانی وضعیت اشتغال پاسخ دهندگان به پرسشنامه
۱۰۵	۴-۱-۱-۷ توزیع فراوانی وضعیت اقتصادی پاسخ دهندگان به پرسشنامه
۱۰۶	۴-۱-۱-۸ توزیع فراوانی ارتباط میان وضعیت اشتغال و جنسیت
۱۰۷	۴-۱-۱-۹ توزیع فراوانی ارتباط میان وضعیت اشتغال و وضعیت تاهل
۱۰۸	۴-۱-۱-۱۰ توزیع فراوانی ارتباط میان وضعیت اشتغال و گروه سنی
۱۰۹	۴-۱-۱-۱۱ توزیع فراوانی ارتباط میان وضعیت اشتغال و مقطع تحصیلی
۱۱۰	۴-۱-۱-۱۲ توزیع فراوانی ارتباط میان وضعیت اشتغال و رشته تحصیلی
۱۱۱	۴-۱-۱-۱۳ توزیع فراوانی ارتباط میان وضعیت اشتغال و وضعیت اقتصادی
۱۱۲	۴-۲ آمار استنباطی
۱۱۲	۴-۲-۱ آزمون توزیع داده ها
۱۱۳	۴-۲-۲ تجزیه و تحلیل ارتباط بین متغیرها با روش رگرسیون چندگانه
۱۱۴	۴-۲-۲-۱ آزمون فرضیه اول
۱۱۵	۴-۲-۲-۲ آزمون فرضیه دوم
۱۱۶	۴-۲-۲-۳ آزمون فرضیه سوم

۱۱۸	۴-۲-۳ آنالیز واریانس
۱۱۹	۴-۲-۳-۱ تفسیر نتایج تحلیل واریانس برای متغیر جمعیت شناختی جنسیت
۱۲۰	۴-۲-۳-۲ تفسیر نتایج تحلیل واریانس برای متغیر جمعیت شناختی وضعیت اشتغال
۱۲۲	۴-۲-۳-۳ تفسیر نتایج تحلیل واریانس برای متغیر جمعیت شناختی وضعیت اقتصادی
۱۲۳	۴-۲-۴ آزمون فریدمن
۱۲۳	۴-۲-۴-۱ اولویت بندی ابعاد عوامل ایجابی بوسیله آزمون فریدمن
۱۲۴	۴-۲-۴-۲ اولویت بندی ابعاد عوامل ارتقایی بوسیله آزمون فریدمن
۱۲۵	۴-۳ خلاصه فصل
۱۲۶	<b>فصل پنجم : بحث و نتیجه گیری</b>
۱۲۷	مقدمه
۱۲۸	۵-۱ یافته های اصلی حاصل از تحقیق
۱۲۹	۵-۱-۱ نتیجه آزمون فرضیه اول
۱۳۰	۵-۱-۲ نتیجه آزمون فرضیه دوم
۱۳۱	۵-۱-۳ نتیجه آزمون فرضیه سوم
۱۳۲	۵-۲ پاسخ به سوالات تحقیق
۱۳۲	۵-۳ سایر یافته ها
۱۳۴	۵-۴ پیشنهادات
۱۳۴	۵-۴-۱ پیشنهادات کاربردی
۱۳۵	۵-۴-۲ پیشنهاداتی برای پژوهش های بعدی
۱۳۷	۵-۵ موانع و محدودیت های تحقیق
۱۳۷	۵-۶ خلاصه فصل
۱۳۹	فهرست منابع
۱۴۵	پیوست ها

## فهرست شکل ها

صفحه	عنوان
۱۵	شکل ۱-۱: چهارچوب مفهومی رابطه میان عوامل ایجابی و ارتقایی موثر بر قصد کارآفرینانه
۶۹	شکل ۲-۱: تئوری رفتار برنامه ریزی شده آژن
۷۹	شکل ۱-۱: چهارچوب مفهومی رابطه میان عوامل ایجابی و ارتقایی موثر بر قصد کارآفرینانه

## فهرست جدول ها

صفحه	عنوان
۴۵	جدول ۲-۱: ویژگیهای رفتاری نسبت داده شده به کارآفرینان
۴۸	جدول ۲-۲: مهم ترین ویژگی های مشترک کارآفرینان از نظر رویکرد ویژگی ها
۵۰	جدول ۲-۳: خلاصه ای از مهارت های اشتغال پذیری منطبق با شایستگی های کلیدی مایر
۵۰	جدول ۲-۴: ویژگیهای فردی مرتبط با مهارت های اشتغال پذیری طبق نظر شورای کسب و کار استرالیا
۶۴	جدول ۲-۵: موانع موجود بر سر راه کارآفرینی به نقل از والتر ای هلر
۸۷	جدول ۳-۱: توزیع فراوانی رشته های تحصیلی پنج گانه در جامعه آماری
۹۰	جدول ۳-۲: گویه های طراحی شده به منظور سنجش متغیر عوامل ایجابی
۹۱	جدول ۳-۳: گویه های طراحی شده به منظور سنجش متغیر عوامل ارتقایی
۹۲	جدول ۳-۴: گویه های طراحی شده به منظور سنجش متغیر قصد کارآفرینانه
۹۴	جدول ۳-۵: تعداد کل افراد مورد مطالعه و محاسبه ضریب آلفای کرونباخ پرسشنامه
۹۹	جدول ۴-۱: توزیع فراوانی جنسیت پاسخ دهندگان به پرسشنامه
۱۰۰	جدول ۴-۲: توزیع فراوانی سن پاسخ دهندگان به پرسشنامه

- جدول ۳-۴: توزیع فراوانی وضعیت تاهل پاسخ دهندگان به پرسشنامه ۱۰۱
- جدول ۴-۴: توزیع فراوانی مقطع تحصیلی پاسخ دهندگان به پرسشنامه ۱۰۲
- جدول ۴-۵: توزیع فراوانی رشته تحصیلی پاسخ دهندگان به پرسشنامه ۱۰۳
- جدول ۴-۶: توزیع فراوانی وضعیت اشتغال پاسخ دهندگان به پرسشنامه ۱۰۴
- جدول ۴-۷: توزیع فراوانی وضعیت اقتصادی پاسخ دهندگان به پرسشنامه ۱۰۵
- جدول ۸-۴: توزیع فراوانی ارتباط میان وضعیت اشتغال و جنسیت ۱۰۶
- جدول ۹-۴: توزیع فراوانی ارتباط میان وضعیت تاهل و وضعیت اشتغال ۱۰۷
- جدول ۱۰-۴: توزیع فراوانی ارتباط میان وضعیت اشتغال و گروه سنی ۱۰۸
- جدول ۱۱-۴: توزیع فراوانی ارتباط میان وضعیت اشتغال و مقطع تحصیلی ۱۰۹
- جدول ۱۲-۴: توزیع فراوانی ارتباط میان وضعیت اشتغال و رشته تحصیلی ۱۱۰
- جدول ۱۳-۴: توزیع فراوانی ارتباط میان وضعیت اشتغال و وضعیت اقتصادی ۱۱۱
- جدول ۱۴-۴: آماره های توصیفی میانگین و انحراف معیار برای متغیر های مستقل و وابسته ۱۱۲
- جدول ۱۵-۴: نتایج آزمون کولموگروف- اسمیرونوف ۱۱۳
- جدول ۱۶-۴: مدل رگرسیون برای متغیر قصد کارآفرینانه با توجه به متغیر عوامل ایجابی ۱۱۴
- جدول ۱۷-۴: نتیجه تحلیل رگرسیون دو متغیر عوامل ایجابی و قصد کارآفرینانه ۱۱۴
- جدول ۱۸-۴: خلاصه نتایج حاصل از آزمون فرضیه اول ۱۱۵
- جدول ۱۹-۴: مدل رگرسیون برای متغیر قصد کارآفرینانه با توجه به متغیر عوامل ارتقایی ۱۱۵
- جدول ۲۰-۴: نتیجه تحلیل رگرسیون دو متغیر عوامل ارتقایی و قصد کارآفرینانه ۱۱۶
- جدول ۲۱-۴: خلاصه نتایج حاصل از آزمون فرضیه دوم ۱۱۶
- جدول ۲۲-۴: مدل رگرسیون برای متغیر قصد کارآفرینانه با توجه به متغیرهای عوامل ایجابی و ارتقایی ۱۱۷
- جدول ۲۳-۴: نتیجه تحلیل رگرسیون متغیرهای عوامل ایجابی و ارتقایی و متغیر قصد کارآفرینانه ۱۱۷
- جدول ۲۴-۴: خلاصه نتایج حاصل از آزمون فرضیه سوم ۱۱۷
- جدول ۲۵-۴: نتایج تحلیل واریانس بر اساس متغیرهای جمعیت شناختی ۱۱۸
- جدول ۲۶-۴: تحلیل واریانس برای میانگین عوامل ارتقایی بر اساس جنسیت ۱۱۹

- جدول ۲۷-۴: آماره های توصیفی تحلیل واریانس برای میانگین عوامل ارتقایی بر اساس جنسیت ۱۲۰
- جدول ۲۸-۴: تحلیل واریانس برای میانگین عوامل ارتقایی بر اساس وضعیت اشتغال ۱۲۰
- جدول ۲۹-۴: نتایج اجرای آزمون شفه بر اساس وضعیت اشتغال ۱۲۱
- جدول ۳۰-۴: تحلیل واریانس برای میانگین عوامل ارتقایی بر اساس وضعیت اقتصادی ۱۲۲
- جدول ۳۱-۴: نتایج اجرای آزمون شفه بر اساس وضعیت اقتصادی ۱۲۲
- جدول ۳۲-۴: آماره های آزمون فریدمن برای عوامل ایجابی ۱۲۴
- جدول ۳۳-۴: رده بندی عوامل ایجابی بر اساس نتایج آزمون فریدمن ۱۲۴
- جدول ۳۴-۴: آماره های آزمون فریدمن برای عوامل ارتقایی ۱۲۵
- جدول ۳۵-۴: رده بندی عوامل ارتقایی بر اساس نتایج آزمون فریدمن ۱۲۵

## فهرست نمودارها

صفحه	عنوان
۹۹	نمودار ۱-۴: توزیع فراوانی وضعیت اشتغال پاسخ دهندگان به پرسشنامه
۱۰۰	نمودار ۲-۴: توزیع فراوانی سن پاسخ دهندگان به پرسشنامه
۱۰۱	نمودار ۳-۴: توزیع فراوانی وضعیت تاهل پاسخ دهندگان به پرسشنامه
۱۰۲	نمودار ۴-۴: توزیع فراوانی مقطع تحصیلی پاسخ دهندگان به پرسشنامه
۱۰۳	نمودار ۵-۴: توزیع فراوانی رشته تحصیلی پاسخ دهندگان به پرسشنامه
۱۰۴	نمودار ۶-۴: توزیع فراوانی وضعیت اشتغال پاسخ دهندگان به پرسشنامه
۱۰۵	نمودار ۷-۴: توزیع فراوانی وضعیت اقتصادی پاسخ دهندگان به پرسشنامه
۱۰۶	نمودار ۸-۴: توزیع فراوانی ارتباط میان وضعیت اشتغال و جنسیت
۱۰۷	نمودار ۹-۴: توزیع فراوانی ارتباط میان وضعیت اشتغال و وضعیت تاهل
۱۰۸	نمودار ۱۰-۴: توزیع فراوانی ارتباط میان وضعیت اشتغال و گروه سنی

- ۱۰۹ نمودار ۴-۱۱: توزیع فراوانی ارتباط میان وضعیت اشتغال و مقطع تحصیلی
- ۱۱۰ نمودار ۴-۱۲: توزیع فراوانی ارتباط میان وضعیت اشتغال و رشته تحصیلی
- ۱۱۱ نمودار ۴-۱۳: توزیع فراوانی ارتباط میان وضعیت اشتغال و وضعیت اقتصادی



## فصل اول

---

### طرح و کلیات تحقیق

---



## مقدمه

در این فصل اهمیت و ضرورت و تحقیق بیان می شود. در ابتدا ابعاد مختلف مسئله تشریح می گردد. سپس دلایل اهمیت موضوع و اهداف تحقیق مشخص می شود. در بخش اهداف تحقیق سوالات و فرضیه هایی که تحقیق بر آنها استوار است شرح داده می شود و مدل نظری ترسیم شده و متغیرهای مستقل و وابسته مطالعه تعیین می شوند.

در دیگر بخش های این فصل روش های پژوهشی و آماری مورد استفاده جهت مرور ادبیات و پیشینه موضوع و نیز برای تجزیه و تحلیل داده های گردآوری شده مشخص می شوند. قلمرو مکانی، قلمرو زمانی، روشهای آماری مورد استفاده و مفاهیم و واژگان اختصاصی تحقیق نیز در این فصل بیان می شوند.

## ۱-۱ بیان مسئله

یکی از مسائلی که همواره در بحث کارآفرینی مطرح بوده است بررسی عوامل انگیزاننده کارآفرینی است. علاوه بر این، شناخت عواملی که فرد را به سمت کارآفرینی و خوداشتغالی سوق می دهد می تواند در پیش بینی رفتار کارآفرینانه افراد موثر باشد. بطور سنتی نظریات مختلفی در خصوص ویژگی های روان شناختی و رفتاری کارآفرینان ارائه شده است. گاندری و کیلکول (۱۳۸۸) با استفاده از مدل پیشنهادی آلیس بیست خصوصیت و ویژگی رفتاری روانشناختی را به کارآفرین نسبت می دهند و چنین بیان می کنند که با بررسی این خصوصیات در یک فرد می توان مشخص کرد که وی خصوصیات رفتاری کارآفرینانه را دارد یا خیر. کوارتکو و هاجتس (۱۳۸۷) با استفاده از مدل جان کائو یازده خصوصیت مشترک را برای کارآفرینان بر می شمردند و باز در همان کتاب به مدل هورندی اشاره می کنند که در آن چهل و دو خصوصیت و ویژگی رفتاری برای کارآفرین تصور شده است. در چنین وضعیتی است که ملکی (۱۳۸۷) بیان می کند تعریف مجموعه ای از صفاتی که کارآفرین ایده آل را به تصویر بکشد امکان پذیر نیست و از طرفی هر کارآفرینی تمام ویژگی های به دست آمده در تحقیقات کارآفرینی را ندارد .

شناخت کارآفرین از فرد غیر کارآفرین و توانایی پیش بینی بروز رفتار کارآفرینانه در افراد همواره مورد توجه متخصصان این حوزه بوده است. با ورود جامعه شناسان و روان شناسان به عرصه تحقیقات کارآفرینی دو رویکرد

عمده جهت شناخت کارآفرین ایجاد شد. بنابر گفته احمدپور و مقیمی (۱۳۸۸) در رویکرد نخست، متغیرهای شخصیتی و روان شناختی مورد توجه قرار گرفت و با نام رویکرد ویژگی ها شناخته شد. در اینجا تمرکز بر ویژگیهای شخصیتی بود که توانایی تمایز کارآفرین از غیر کارآفرین را داشت. در همان منبع آمده است که از اوایل دهه شصت میلادی با هدف تکمیل مطالعات مربوط به ویژگیهای شخصیتی، توجه جامعه شناسان و روان شناسان به دسته دیگر از مطالعات تحت عنوان متغیرهای جمعیت شناختی معطوف شد که از مطالعات آنان تحت عنوان رویکرد رفتاری یاد می شود. بر طبق نگرش روان شناختی ویژگی های خاص و ویژه ای وجود دارند که در افراد کارآفرین نمود دارند. بنا بر گفته ذبیحی و مقدسی (۱۳۸۸) براساس رویکرد «مکتب انسانی کارآفرینی» فرهنگ کارآفرینی در سطح خرد در قالب ویژگی های شخصیتی یک فرد کارآفرین متبلور می شود، هر چند بر سر ذاتی یا اکتسابی بودن ویژگی های کارآفرینی در بین صاحب نظران اختلاف نظر وجود دارد. در همان منبع آمده است که بر اساس دیدگاه افراطی تنها افرادی کارآفرین می شوند که دارای خمیر مایه کارآفرینی هستند. اما بابایی و رستم نژاد و نیکخواه بهرامی (۱۳۸۸) نظری مخالف این را بیان کرده و می گویند امروزه شناخت کارآفرینی بعنوان یک علم به رد این اسطوره کمک کرده است. کارآفرینی همچون کلیه علوم دیگر دارای مدل ها، فرآیند ها و مواد مطالعاتی است که مطالعه و بررسی درباره مبحث کارآفرینی را فراهم می نماید و امکان پیش بینی رفتار های کارآفرینانه را میسر می سازد.

از آنجا که روانشناسان نتوانستند مدلی فراگیر ارائه دهند که با کمک آن فرد کارآفرین را از دیگران متمایز سازد و معیاری برای پیش بینی بروز رفتار کارآفرینانه گردد، جامعه شناسان و دیگر اندشمندان علوم مدیریت به مطالعه کارآفرینی و ارتباط آن با نظریه های اجتماعی- فرهنگی (تاثیر محیط و فرهنگ هر فرد در اقدام کارآفرینانه پرداختند و نظریه شبکه های اجتماعی شکل گرفت؛ ضمن اینکه آنها با استفاده از رویکرد رفتاری کارآفرینی را همچون فرآیندی معرفی نمودند که سرانجام به ایجاد شرکت های جدید می انجامد. بر خلاف رویکرد ویژگی های شخصیتی که در آن خصوصیات شخصی کارآفرینان محور بحث بود در رویکرد رفتاری تاکید بر فعالیت های کارآفرینانه است (شاه حسینی، ۱۳۸۸). در واقع بررسی مجموعه شرایط خانوادگی و اجتماعی که می تواند منجر به بروز فعالیت های کارآفرینانه در افراد گردد و یا روحیه کارآفرینی را تقویت نماید از جمله اهداف رویکرد مطالعه رفتاری در مطالعات کارآفرینی است (ذبیحی و مقدسی، ۱۳۸۸) .

برخلاف رویکرد روان شناختی که به ویژگیهای شخصیتی کارآفرین تاکید دارد، رویکرد رفتاری بر فعالیت های کارآفرین تمرکز دارد. در این دیدگاه ویژگیهای شخصیتی کارآفرین تابع رفتار اوست و در پاسخ به این سوال که «کسب و کار چگونه بوجود می آید» علاوه بر ویژگیهای شخصیتی که در رویکرد ویژگی های مورد تاکید است به عوامل محیطی و ویژگیهای رفتاری فرد همچون تجارب و سوابق شخصی و فردی (ویژگیهای جمعیت شناختی) نیز توجه می شود (احمد پور و مقیمی، ۱۳۸۸). حال با وجود این تقسیم بندی های عمده دوگانه و زیر مجموعه های فراوان آنها این سوال پیش می آید که کدامیک معتبر تر و مهم تر هستند. در پاسخ به این سوال بارون و شین (۲۰۰۸)<sup>۲</sup> هم متغیرهای فردی یا میکرو (مانند مهارت های فردی، توانایی ها، خصوصیات رفتاری، استعدادها، و حتی خصوصیات ژنتیک و بیولوژیک) و هم متغیرهای بین فردی یا ماکرو (مانند شرایط زندگی) را به یک اندازه مهم دانسته و وجود همزمان هر دو را برای شناخت کارآفرین لازم دانسته اند. آندرز و وودز (۲۰۰۶)<sup>۳</sup> تحقیق در فعالیت های کارآفرینانه را نیازمند شناخت دسته ای از فرآیند های شناختی دانسته اند که عامل ایجاد ارتباط بین شرایط محیطی و رفتار ها می شود .

احمد پور و مقیمی (۱۳۸۸) ویژگیهای جمعیت شناختی کارآفرینان را به دو دسته تقسیم کرده اند: ویژگیهای مرتبط با سابقه و پیشینه و ویژگی های تجربی؛ آنها سپس در مجموع پنج بعد را در نظر گرفته اند و از میان آنها شرایط کودکی، تحصیلات و پایگاه اجتماعی پایین را زیر مجموعه ویژگیهای مرتبط با سابقه و پیشینه دانسته اند و از طرف دیگر الگوی نقش و تجربه کاری و نارضایتی از شغل قبلی را در بخش ویژگیهای تجربی گنجانده اند. اما ذبیحی و مقدسی (۱۳۸۸) ویژگیهای رفتاری را به هشت بعد تقسیم کرده اند که عبارتند از: ارزش های فردی، ارزش های فرهنگی، الگوی نقش، تجربه کاری، تحصیلات، جایگاه اجتماعی، سن، و عضویت در گروههای اقلیت. هیسریچ و پیترز و شپرد (۲۰۰۸)<sup>۴</sup> چهار بخش اصلی تحصیلات، ارزشهای فردی، سن، سوابق کاری و دو بخش فرعی شبکه های حمایت اجتماعی و شبکه های حمایت تخصصی را برای این موضوع در نظر گرفته اند. تانگ (۲۰۰۹)<sup>۵</sup> نیز در مقاله خود کلیه این آیتم ها را به عنوان عوامل تاثیر گذار بر هوشیاری کارآفرینانه موثر شناخته و چنین بیان می کند که دلیل اصلی تمایز کارآفرین از دیگر افراد این است که بواسطه تماس وی با این عوامل

<sup>2</sup> Baron & Shane

<sup>3</sup> Endres & Woods

<sup>4</sup> Hisrich, Peters & Shepherd

<sup>5</sup> Tang

همچون تحصیلات، ارزش‌ها، تجربه‌های کاری و غیره فرد به تدریج آمادگی لازم را پیدا کرده و مستعد می‌شود که رفتارهای کارآفرینانه را از خود بروز دهد .

بنا به گفته ذبیحی و مقدسی (۱۳۸۸) امروزه رویکرد چندجانبه کارآفرینی مفاهیم نوآوری، خطرپذیری، ایجاد یا تجدید ساختار یک واحد اقتصادی، و رضایت شخصی و استقلال طلبی را در ذهن ایجاد می‌کند. صمد آقایی (۱۳۸۷) معتقد است در زندگی کارآفرینانه کل‌نگری و جزنگری، محافظه‌کاری و ریسک‌پذیری، واقعیت‌ها و آرمان‌ها، نظم و نوآوری و بسیاری از این قبیل اضداد با هم جمع می‌شوند. تمام این نظرات و دیدگاه‌های مختلف که بر اهمیت کارآفرینی تاکید داشتند به گونه‌ای در تلاش بودند که کارآفرین را نیز تعریف و تبیین کنند تا بتوان به کمک خصوصیات نسبت داده شده به یک فرد امکان بروز رفتار کارآفرینانه را در وی پیش‌بینی کرد .

در میان بحث‌های فراوان صورت گرفته در خصوص ویژگی و خصلت‌های کارآفرینان که عمدتاً به قصد پیش‌بینی قصد کارآفرینانه انجام می‌گرفت نظریه‌های جدید مطرح شده که عمده‌ترین آنها تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده آزن<sup>۶</sup> بود. به گفته آزن کلیدی‌ترین اصل برای بیان دلایل عملکرد یک فرد بررسی قصد وی برای بروز یک رفتار خاص است. در صورت شناسایی عوامل شکل‌دهنده قصد هر فرد می‌توان دید وسیع‌تری را نسبت به عوامل انگیزشی وی کشف کرد. عوامل انگیزشی تاثیرگذار بر رفتار هر فرد در قصد وی نهفته است و قصد بر میزان تلاش هر کس برای بروز یک رفتار تاثیر می‌گذارد. می‌توان گفت که قصد تنها عامل پیش‌بینی‌کننده رفتار برنامه‌ریزی شده کارآفرینانه است و با شکل‌گیری قصد در هر فرد، رفتار کارآفرینانه آغاز می‌گردد. (شوگ و براتیانو، ۲۰۰۸).<sup>۷</sup>

مسئله دیگری که وارد ادبیات کارآفرینی شده و مبنایی برای بررسی و پیش‌بینی میزان تمایل افراد به ورود به عرصه کسب و کار شد عوامل ایجابی و ارتقایی می‌باشد. بر این اساس در اوایل قرن بیست و یک بخش زیادی از آموخته‌ها به سمت اتخاذ درک دوگانه‌ای از کارآفرینی رفت که به شکل کارآفرینی ضرورت‌مبنا یا ایجابی و کارآفرینی فرصت‌مبنا یا ارتقایی نمایان می‌شد. یکی از دلایل عمده رشد و گسترش تمرکز بر دوگانگی کارآفرینی ضرورت‌مبنا و فرصت‌مبنا استفاده دیده بان جهانی کارآفرینی<sup>۸</sup> از این شاخص است. ناظر جهانی کارآفرینی به دنبال یافتن ارتباط بین کارآفرینی و توسعه اقتصادی است. برای انجام این کار تمایز بین کارآفرینی

---

<sup>۶</sup> Ajzen

<sup>۷</sup> Shook&Bratianu

<sup>۸</sup> GEM