

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



دانشکده مدیریت و اقتصاد

بخش مدیریت

پایان نامه تحصیلی برای دریافت درجه کارشناسی ارشد رشته مدیریت کارآفرینی

بررسی تاثیر عوامل محیطی و فرهنگی بر قصد کارآفرینانه دانشجویان
(مطالعه موردی: دانشجویان کارشناسی ارشد دانشگاه شهید باهنر کرمان)

مؤلف:

طیبه خاقانی

استاد راهنما:

دکتر علی ملاحسینی

استاد مشاور:

دکتر محمدعلی فرقانی

آبان ماه 1391



این پایان نامه به عنوان یکی از شرایط درجه کارشناسی ارشد به

بخش مدیریت

دانشکده مدیریت و اقتصاد

دانشگاه شهید باهنر کرمان

تسلیم شده است و هیچ گونه مدرکی به عنوان فراغت از تحصیل دوره مزبور شناخته نمی شود.

دانشجو: طیبه خاقانی

استاد راهنما: دکتر علی ملاحسینی

استاد مشاور: دکتر محمدعلی فرقانی

داور 1: دکتر اسداله خواهنده کارنما

داور 2: دکتر محمود نکویی مقدم

نماینده تحصیلات تکمیلی دانشکده: دکتر سید عبدالمجید جلائی اسفندآبادی

معاون آموزشی و پژوهشی دانشکده: دکتر امید پورحیدری

حق چاپ محفوظ و مخصوص به دانشگاه شهید باهنر کرمان است.

تقدیم به:

دو فرشته پاک و مهربان پدر و مادر عزیزم

و

یگانه شریک و همراه جاده زندگی، همسر مهربانم

و

خواهران و برادرم که وجودشان مایه آرامش و دلگرمی من است

تشکر و قدردانی:

با سپاس ویژه از استاد راهنمای محترم، جناب آقای دکتر ملاحسینی که تا پایان، از رهنمودهایشان بهره گرفتم و استاد مشاور گرامی، جناب آقای دکتر فرقانی که در غنای علمی پایان‌نامه کوشیدند و اساتید محترم جناب آقای دکتر کارنما و دکتر نکویی مقدم به خاطر قبول زحمت داوری این پایان‌نامه کمال تشکر و قدردانی را دارم .

و با تشکر فراوان از دوست مهربانم انسیه کنعانی به پاس آفریدن بهترین خاطره ها...

چکیده:

به دلیل اهمیت کارآفرینی در فرآیند توسعه اقتصادی کشورها، مطالعه قصد کارآفرینانه از دهه های گذشته تاکنون همواره مورد توجه پژوهشگران بوده است. هدف این پژوهش بررسی تاثیر عوامل محیطی و فرهنگی بر قصد کارآفرینانه دانشجویان کارشناسی ارشد دانشگاه شهید باهنر کرمان با در نظر گرفتن نقش تعدیل کننده اعتماد به نفس در رابطه بین عوامل محیطی و قصد کارآفرینانه می باشد. پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر روش اجرای پژوهش توصیفی/همبستگی می باشد. جامعه مورد مطالعه در این پژوهش دانشجویان کارشناسی ارشد دانشگاه شهید باهنر کرمان می باشد. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران 330 نفر محاسبه شد که بر مبنای روش نمونه گیری تصادفی طبقه ای انتخاب شدند. جهت سنجش متغیرهای مورد بررسی از پرسشنامه استاندارد و برای آزمون فرضیه های تحقیق، از رویکرد معادلات ساختاری استفاده شده است. نتایج تحقیق نشان می دهد که دو متغیر حمایت خانوادگی و دانشگاهی ادراک شده به طور مستقیم و همچنین از طریق اعتماد به نفس بر قصد کارآفرینانه تاثیر می گذارند اما متغیر حمایت ساختاری ادراک شده تاثیر معناداری بر قصد کارآفرینانه به طور مستقیم و غیرمستقیم ندارد. علاوه بر این، فردگرایی و فاصله قدرت با قصد کارآفرینانه رابطه معناداری دارند اما جمع گرایی رابطه معناداری با قصد کارآفرینانه ندارد.

واژگان کلیدی: قصد کارآفرینانه - عوامل محیطی - عوامل فرهنگی

فهرست مطالب :

صفحه	عنوان
1.....	فصل اول: کلیات تحقیق.....
2.....	1-1 مقدمه
3.....	2-1 تعریف و تبیین مسأله تحقیق.....
4.....	3-1 ضرورت و اهمیت انجام تحقیق.....
5.....	4-1 اهداف تحقیق
6.....	5-1 قلمرو تحقیق.....
7.....	6-1 تعریف واژه های عملیاتی تحقیق
7.....	1-6-1 قصد کارآفرینانه
7.....	2-6-1 عوامل محیطی
8.....	3-6-1 ارزش های فرهنگی
8.....	1-3-6-1 فردگرایی / جمع گرایی
8.....	2-3-6-1 فاصله قدرت
9.....	7-1 ساختار کلی پایان نامه
9.....	8-1 خلاصه فصل اول
10.....	فصل دوم: مبانی نظری پژوهش.....
11.....	1-2 مقدمه
12.....	2-2 کارآفرینی و قصد کارآفرینانه.....
14.....	3-2 دیده بان جهانی کارآفرینی و شاخص قصد کارآفرینانه در ایران
15.....	4-2 مدل های قصد کارآفرینانه.....
15.....	1-4-2 مدل رویداد کارآفرینانه.....
17.....	2-4-2 تئوری رفتار برنامه ریزی شده

- 21.....3-4-2 مدل جهت گیری نگرش کارآفرینانه
- 21.....4-4-2 مدل اساسی بین المللی
- 22.....5-4-2 مدل پتانسیل کارآفرینانه
- 23.....6-4-2 مدل دایویدسون
- 24.....5-2 عوامل تاثیرگذار بر قصد کارآفرینانه
- 25.....1-5-2 ویژگی های فردی
- 25.....1-1-5-2 نیاز به موفقیت (توفیق طلبی)
- 25.....2-1-5-2 تمایل به مخاطره پذیری
- 25.....3-1-5-2 مرکز کنترل درونی
- 26.....4-1-5-2 خلاقیت
- 26.....5-1-5-2 تحمل ابهام
- 26.....6-1-5-2 اعتماد به نفس
- 28.....2-5-2 عوامل محیطی
- 30.....1-2-5-2 حمایت خانوادگی ادراک شده
- 31.....2-2-5-2 حمایت دانشگاهی ادراک شده
- 34.....3-2-5-2 حمایت ساختاری ادراک شده
- 37.....3-5-2 کارآفرینی و ابعاد فرهنگ
- 38.....1-3-5-2 فردگرایی / جمع گرایی
- 40.....2-3-5-2 فاصله قدرت
- 41.....3-3-5-2 گریز از ابهام
- 42.....4-3-5-2 مردسالاری / زن سالاری
- 42.....5-3-5-2 بلندمدت / کوتاه مدت
- 42.....6-2 خلاصه فصل دوم

43.....	فصل سوم: روش تحقیق
44.....	1-3 مقدمه
44.....	2-3 روش تحقیق
45.....	3-3 جامعه آماری
45.....	4-3 نمونه آماری و نحوه تعیین حجم آن
46.....	5-3 ابزار جمع آوری داده ها
48.....	6-3 روایی و پایایی پرسشنامه
48.....	1-6-3 روایی پرسشنامه
50.....	2-6-3 پایایی پرسشنامه
51.....	7-3 نرخ پاسخگویی جامعه
51.....	8-3 متغیرهای تحقیق
51.....	9-3 فرضیه های تحقیق
53.....	10-3 مدل مفهومی تحقیق
53.....	11-3 روش گردآوری اطلاعات
54.....	12-3 روش تجزیه و تحلیل اطلاعات
54.....	1-12-3 آزمون کولموگوروف - اسمیرنوف (KS)
54.....	2-12-3 آزمون t تک متغیره
55.....	3-12-3 معادلات ساختاری
55.....	4-12-3 تحلیل عاملی (برازش الگوهای اندازه گیری)
56.....	5-12-3 تحلیل مسیر
56.....	6-12-3 برازش الگو
58.....	13-3 خلاصه فصل سوم
59.....	فصل چهارم: تجزیه و تحلیل داده ها

60	1-4 مقدمه
60	2-4 توزیع فراوانی متغیرهای جمعیت شناختی نمونه
60	1-2-4 توزیع فراوانی متغیر جنسیت در نمونه
61	2-2-4 توزیع فراوانی متغیر سن در نمونه
62	3-2-4 توزیع فراوانی متغیر دانشکده تحصیلی در نمونه
63	4-2-4 توزیع فراوانی تجربه کاری در نمونه
64	3-4 آزمون کولموگوروف - اسمیرنوف
65	4-4 آزمون میانگین یک جامعه (t تک متغیره)
66	5-4 آزمون مقایسه میانگین متغیرهای مورد بررسی از حیث متغیرهای جمعیت شناختی
66	1-5-4 قصد کارآفرینانه
68	2-5-4 حمایت محیطی ادراک شده
70	3-5-4 ارزش های فرهنگی
72	6-4 نتایج حاصل از آزمون بارتلت و KMO
72	7-4 بررسی تحلیل عاملی تاییدی هر یک از عامل ها در قالب مدل های اندازه گیری
74	8-4 آزمون فرضیات اصلی با استفاده از همبستگی پیرسون
75	9-4 آزمون فرضیات با استفاده از تحلیل مسیر
84	10-4 خلاصه فصل چهارم
85	فصل پنجم: نتیجه گیری و پیشنهادها
86	1-5 مقدمه
86	2-5 خلاصه پژوهش
87	3-5 نتایج پژوهش
91	4-5 پیشنهادات کاربردی مبتنی بر نتایج تحقیق
92	5-5 پیشنهادات برای تحقیقات آتی

93.....	6-5 محدودیت ها
94.....	7-5 خلاصه فصل پنجم
95.....	منابع و مآخذ
105.....	پیوست

صفحه

فهرست نگاره ها

15	نگاره 2-1: مدل های اصلی قصد کارآفرینانه در دهه 80 و 90
17	نگاره 2-2: مدل رویداد کارآفرینانه (شاپیرو، 1982)
20	نگاره 2-3: تئوری رفتار برنامه ریزی شده (آجنز، 1991)
22	نگاره 2-4: مدل اساسی بین المللی (کروگر و کاسرود، 1993)
23	نگاره 2-5: مدل پتانسیل کارآفرینانه (کروگر و برازیل، 1994)
24	نگاره 2-6: مدل دایویدسون (دایویدسون، 1995)
27	نگاره 2-7: تحقیقات انجام شده بر ویژگی های فردی و قصد کارآفرینانه دانشجویان
46	نگاره 3-1: تعداد نمونه در هر دانشکده
47	نگاره 3-2: منابع سوالات پرسشنامه تحقیق
50	نگاره 3-3: ضرایب آلفای کرونباخ بدست آمده برای معیارهای تحقیق
53	نگاره 3-4: مدل اولیه تحقیق
60	نگاره 4-1: توزیع فراوانی نمونه آماری بر حسب جنسیت
61	نگاره 4-2: توزیع فراوانی نمونه آماری بر حسب سن
62	نگاره 4-3: توزیع فراوانی نمونه آماری بر حسب دانشکده تحصیلی
63	نگاره 4-4: توزیع فراوانی نمونه آماری بر حسب تجربه کاری
64	نگاره 4-5: نتایج آزمون کولموگوروف - اسمیرنوف

- نگاره 4-6: نتایج آزمون میانگین عوامل 65-66
- نگاره 4-7: خلاصه نتایج آماری آزمون اختلاف میانگین جنسیت و قصد کارآفرینانه 67
- نگاره 4-8: خلاصه نتایج آماری آزمون اختلاف میانگین سن و قصد کارآفرینانه 67
- نگاره 4-9: خلاصه نتایج آماری معنی داری آزمون توکی مربوط به سن و قصد کارآفرینانه 68
- نگاره 4-10: خلاصه نتایج آماری آزمون اختلاف میانگین تجربه کاری و قصد کارآفرینانه 68
- نگاره 4-11: خلاصه نتایج آماری آزمون اختلاف میانگین جنسیت و حمایت محیطی ادراک شده 69
- نگاره 4-12: خلاصه نتایج آماری آزمون اختلاف میانگین سن و حمایت محیطی ادراک شده 69
- نگاره 4-13: خلاصه نتایج آماری آزمون اختلاف میانگین تجربه کاری و حمایت محیطی ادراک شده 70
- نگاره 4-14: خلاصه نتایج آماری آزمون اختلاف میانگین جنسیت و ارزش های فرهنگی 70
- نگاره 4-15: خلاصه نتایج آماری آزمون اختلاف میانگین سن و ارزش های فرهنگی 71
- نگاره 4-16: خلاصه نتایج آماری معنی داری آزمون توکی مربوط به سن و ارزش های فرهنگی 71
- نگاره 4-17: خلاصه نتایج آماری آزمون اختلاف میانگین تجربه کاری و ارزش های فرهنگی 71
- نگاره 4-18: نتایج آزمون بارتلت و KMO متغیرها 72
- نگاره 4-19: خلاصه نتایج آماری تحلیل عاملی تاییدی 73-74
- نگاره 4-20: تخریب همبستگی بین عوامل محیطی و ارزش های فرهنگی با قصد کارآفرینانه 74
- نگاره 4-21: مدل تحلیل مسیر اولیه 76
- نگاره 4-22: خلاصه نتایج آزمون فرضیات (مدل اولیه) 77
- نگاره 4-23: خلاصه نتایج آماری شاخص های برازش مدل (اولیه) 77
- نگاره 4-24: مدل نهایی تحقیق 78
- نگاره 4-25: خلاصه نتایج آزمون فرضیات (مدل اصلاحی) و روابط رگرسیونی پیشنهاد شده برای مدل 79
- نگاره 4-26: خلاصه نتایج آماری شاخص های برازش مدل (نهایی) 82

فصل اول

کلیات پژوهش

1-1- مقدمه

در طی دهه های گذشته، کارآفرینی توجه محققان و سیاستگذاران را به خود جلب کرده است و تبدیل به یک موضوع اجتماعی/اقتصادی و هم چنین تحقیقاتی مهم در جهان شده است. دلیل اصلی این توجه افزایش نیاز به کارآفرینانی است که به واسطه خلق ایده های جدید و تبدیل آنها به سرمایه گذاری های سودآور موجب تسریع توسعه اقتصادی می شوند (فایول و گایلی¹، 2008).

فعالیت های کارآفرینانه تنها شامل نوآوری فنی انکوباتورها² نمی باشد بلکه این فعالیت ها فرصت اشتغال را فراهم آورده و رقابت را نیز افزایش می دهند (زهرا³، 1999؛ رینولدز⁴، 1997). در واقع کارآفرینی به خاطر اینکه منجر به افزایش کارایی اقتصادی می شود، نوآوری را به بازار کار و تولید می آورد، مشاغل جدید ایجاد می کند و وضعیت اشتغال را بهبود می بخشد، بسیار مهم می باشد. به علت همین اثرات مثبت کارآفرینی، در طی دهه گذشته بسیاری از کشورهای در حال توسعه از جمله ایران به کارآفرینی به عنوان یک راه حل اساسی بالقوه برای مشکلات گوناگون پیشروی کشور از جمله نبود بهبود و کارایی در اقتصاد، افزایش نرخ بیکاری، تعداد بیش از اندازه فارغ التحصیلان و ناتوانی بخش خصوصی و دولتی در ایجاد شغل برای آنها، توجه جدی مبذول داشته اند (کریمی، چیدری، مولدر و بیمنز، 2010). ولیکن علیرغم این توجه، تحقیقات نسبتاً کمی در زمینه عوامل موثر بر قصد افراد برای شروع کسب و کاری جدید انجام شده است.

در ادبیات روان شناسی اجتماعی، ثابت شده است که قصد یا نیت⁵ بهترین پیش بینی کننده رفتارهای فردی برنامه ریزی شده می باشد، به ویژه زمانی که مشاهده این رفتارها مشکل باشد و یا فاصله زمانی غیرقابل پیش بینی در این فرآیند دخالت داشته باشد. کارآفرینی یک نمونه از چنین رفتار برنامه ریزی شده و ارادی است که معمولاً شامل عناصر مذکور می باشد. قصد کارآفرینانه به عنوان حالت هوشیار ذهن تعریف می شود که توجه و رفتار فرد را به سمت رفتار کارآفرینانه برنامه ریزی شده و آغاز کسب و کاری جدید و تبدیل شدن به کارآفرین در آینده به

¹ Fayolle & Gailly

² Incubators:

در ادبیات کارآفرینی، انکوباتورها یا مراکز رشد، مراکزی هستند که برای پرورش یا ایجاد کسب و کارهای و کوچک ایجاد می شوند. و طرح هایی مبتنی بر نوآوری هستند و از کادر مدیریتی کوچکی تشکیل می شوند. این مراکز دارای مکان فیزیکی و تسهیلات مشترک هستند

³ Zahra

⁴ Reynolds

⁵ Intention

عنوان هدف هدایت می کند (کروگر، ریلی و کارسرود¹، 2000). از آنجا که بخش عظیمی از نیروی کار بالقوه آینده کشور را دانشجویان تشکیل داده و تعداد فارغ التحصیلان دانشگاهی بیکار (کارآفرینان بالقوه) روز به روز افزایش می یابد و بخش های دولتی و خصوصی در ایجاد شغل برای آنها ناتوان می باشند لازم می باشد که عوامل موثر بر قصد آنها برای شروع کسب و کار جدید بررسی شود.

بدیهی است که عوامل بسیاری وجود دارند که قصد کارآفرینانه دانشجویان را تحت تاثیر قرار می دهند. با توجه به تحقیقاتی که تا کنون در این خصوص انجام شده می توان این عوامل را به طور کلی به سه گروه تقسیم کرد که عبارتند از: ویژگی های فردی، عوامل محیطی و فرهنگی (این پژوهش به دنبال بررسی تاثیر عوامل محیطی و فرهنگی بر قصد کارآفرینانه دانشجویان کارشناسی ارشد دانشگاه شهید باهنر کرمان است. در این فصل به تعریف مساله، ضرورت انجام تحقیق و اهداف آن، قلمرو تحقیق و تعریف واژه های عملیاتی تحقیق اشاره خواهد شد و در انتها ساختار کلی پایان نامه ارائه می گردد).

2-1-2- تعریف و تبیین مساله تحقیق

با توجه به اینکه که دانشجویان قشر عظیمی از نیروی کار بالقوه آینده کشور را تشکیل می دهند و تعداد فارغ التحصیلان دانشگاهی که نیاز مبرم به کار و کسب درآمد دارند، روز به روز افزایش می یابد و بخش های دولتی و خصوصی در ایجاد شغل برای آنها ناتوان می باشند بررسی عوامل تاثیر گذار بر تمایل دانشجویان برای شروع کسب و کاری جدید ضرورت دارد.

بدیهی است که عوامل بسیاری وجود دارند که قصد کارآفرینانه دانشجویان را تحت تاثیر قرار می دهند. با توجه به تحقیقاتی که تا کنون در این خصوص انجام شده می توان این عوامل را به طور کلی به سه گروه تقسیم کرد که عبارتند از: ویژگی های فردی، عوامل محیطی و فرهنگی.

پیت وی و کُپ² (2007) بیان می کنند که قصد کارآفرینانه فرد می تواند به وسیله تصورات و برداشت شخصی او از حمایت های موجود در زمینه شروع یک کسب و کار و هم چنین ارزش های فرهنگی و محیطی که او در آن قرار گرفته است، متاثر شود. محققان بر تاثیر عوامل فرهنگی بر قصد کارآفرینانه اذعان کرده اند و متعاقباً یکسری مطالعات، رابطه بین ابعاد

¹ Krueger, Reilly & Carsrud

² Pittaway & Cope

فرهنگی و کارآفرینی را بررسی کرده اند و نتیجه گرفته اند که تاثیر فرهنگ بر کارآفرینی نافذ و گیرا است و نقش فرهنگ در شکل دادن رفتارهای کارآفرینانه بسیار مهم می باشد، با این وجود در زمینه تاثیر ارزش های فرهنگی بر قصد کارآفرینانه غفلت شده است (پروت، شاینار، تونی، لیپوس و فوکس¹، 2009). بدیهی می باشد که شناسایی عوامل موثر بر قصد کارآفرینانه دانشجویان می تواند به گسترش قصد کارآفرینانه آنها و در نتیجه توسعه اقتصادی کشور کمک قابل توجهی نماید.

این پژوهش درصدد است تا تاثیر سه عامل محیطی (حمایت های خانوادگی، دانشگاهی و ساختاری ادراک شده) و دو بُعد فرهنگی (فردگرایی/جمع گرایی و فاصله قدرت) را با احتساب یک ویژگی فردی یعنی اعتماد به نفس به عنوان متغیر تعدیل کننده تاثیرگذار بر رابطه بین سه عامل محیطی و قصد کارآفرینانه دانشجویان کارشناسی ارشد دانشگاه شهید باهنر کرمان بررسی کند و راهکارهایی را جهت توسعه کارآفرینی در این بخش از جامعه ارائه دهد.

بنابراین سوال اصلی پژوهش این است که عوامل محیطی و فرهنگی چه تاثیری بر قصد کارآفرینانه دانشجویان دارند؟

در واقع دو مساله برای این پژوهش تعریف می شود که می توان آنها را اینگونه بیان کرد:

- ✓ مطالعه چگونگی تاثیر عوامل محیطی و فرهنگی بر قصد کارآفرینانه دانشجویان کارشناسی ارشد دانشگاه شهید باهنر کرمان
- ✓ تعیین نحوه تاثیرگذاری اعتماد به نفس دانشجویان بر رابطه میان عوامل محیطی و قصد کارآفرینانه

3-1- ضرورت و اهمیت انجام تحقیق

از آنجا که جوانان و علی الخصوص دانشجویان امروز را می توان کارآفرینان بالقوه آینده به حساب آورد، سیاستگذاران می توانند به واسطه آگاهی از درک دانشجویان از عوامل محیطی، مکانیسم سیاسی با تاثیرگذاری بیشتری را طراحی کنند و موقعیت آینده کارآفرینی را در کشور پیش بینی نموده و اقدامات لازم را در خصوص گسترش کارآفرینی انجام دهند. نتایج این تحقیق همچنین می تواند برای اساتید و دست اندرکاران سیستم آموزشی دانشگاه نیز مفید واقع شود. در

¹ Pruet, Shinnar, Toney, Llopis & Fox

واقع آموزش دهندگان و اساتید می توانند از طریق شناخت درک دانشجویان از محیط دانشگاه و تاثیر این درک بر راه اندازی یک کسب و کار جدید شیوه آموزش خود را اصلاح نمایند.

با توجه به اینکه در کشور ما مطالعات کمی در زمینه قصد کارآفرینانه دانشجویان و عوامل محیطی تاثیرگذار بر آن انجام شده است و در خصوص ارزش های فرهنگی تاثیرگذار بر قصد کارآفرینانه دانشجویان تاکنون در کشور ما تحقیقی انجام نشده است. یافته های این تحقیق به ادبیات در حال گسترش در زمینه قصد کارآفرینانه دانشجویان کمک شایانی می نماید.

1-4- اهداف تحقیق

پژوهش حاضر درصدد است تا عوامل محیطی و فرهنگی موثر بر قصد کارآفرینانه دانشجویان کارشناسی ارشد دانشگاه شهید باهنر کرمان را بررسی نماید. در واقع این پژوهش به دنبال ارائه راهکارهایی در جهت توسعه و ارتقاء کارآفرینی در این بخش از جامعه می باشد.

این پژوهش تاثیر سه حمایت محیطی ادراک شده یعنی حمایت های خانوادگی، دانشگاهی و ساختاری ادراک شده و دو بُعد فرهنگ یعنی فردگرایی/جمع گرایی و فاصله قدرت را با احتساب یک ویژگی فردی یعنی اعتماد به نفس به عنوان متغیر میانجی بر قصد کارآفرینانه دانشجویان بررسی می کند.

بنابراین اهداف این تحقیق عبارتند از:

هدف اصلی:

✓ شناخت عوامل محیطی و فرهنگی موثر بر قصد کارآفرینانه دانشجویان کارشناسی ارشد دانشگاه شهید باهنر کرمان

اهداف فرعی:

با توجه به اینکه در این پژوهش سه حمایت محیطی ادراک شده یعنی حمایت های خانوادگی، دانشگاهی و ساختاری ادراک شده و دو بُعد فرهنگ یعنی فردگرایی/جمع گرایی و فاصله قدرت مورد ارزیابی قرار گرفته است می توان اهداف فرعی رابه شرح زیر تعریف نمود:

✓ شناخت ارتباط بین حمایت های خانوادگی ادراک شده و قصد کارآفرینانه دانشجویان کارشناسی ارشد دانشگاه شهید باهنر کرمان

- ✓ شناخت ارتباط بین حمایت های دانشگاهی ادراک شده و قصد کارآفرینانه دانشجویان
کارشناسی ارشد دانشگاه شهید باهنر کرمان
- ✓ شناخت ارتباط بین حمایت های ساختاری ادراک شده و قصد کارآفرینانه دانشجویان
کارشناسی ارشد دانشگاه شهید باهنر کرمان
- ✓ شناخت ارتباط بین فردگرایی و قصد کارآفرینانه دانشجویان کارشناسی ارشد دانشگاه
شهید باهنر کرمان
- ✓ شناخت ارتباط بین جمع گرایی و قصد کارآفرینانه دانشجویان کارشناسی ارشد دانشگاه
شهید باهنر کرمان
- ✓ شناخت ارتباط بین فاصله قدرت و قصد کارآفرینانه دانشجویان کارشناسی ارشد دانشگاه
شهید باهنر کرمان
- ✓ چگونگی تاثیر گذاری اعتماد به نفس بر رابطه قصد کارآفرینانه و عوامل محیطی ادراک
شده دانشجویان کارشناسی ارشد دانشگاه شهید باهنر کرمان

1-5- قلمرو تحقیق

منظور از قلمرو تحقیق تعیین حوزه زمانی، مکانی و موضوعی است که پژوهش در آن انجام شده است.

حوزه مکانی این تحقیق، دانشگاه شهید باهنر کرمان است. حوزه زمانی تحقیق نیز سال 1391 می باشد. قلمرو موضوعی این تحقیق قصد کارآفرینانه دانشجویان کارشناسی ارشد دانشگاه شهید باهنر کرمان است.

1-6-6- تعریف عملیاتی واژه های پژوهش

واژه های عملیاتی این تحقیق را اینگونه تعریف می کنیم.

1-6-1- قصد کارآفرینانه¹

پی هی² (2009) اظهار داشت که از دو طریق می توان کارآفرینی را اندازه گیری کرد. اولاً کارآفرینی واقعی که دلالت بر افرادی دارد که به طور واقعی کسب و کاری را آغاز کرده اند و دوماً، کارآفرینی پنهان و یا همان قصد کارآفرینانه که دلالت بر افرادی دارد که قصد آغاز کسب و کاری را دارند. قصد کارآفرینانه به عنوان حالت هوشیار ذهن تعریف می شود که توجه و رفتار فرد را به سمت رفتار کارآفرینانه³ برنامه ریزی شده و آغاز یک کسب و کار به عنوان هدف هدایت می کند (کروگر و کارسرو، 1993). قصد کارآفرینانه در این تحقیق در واقع نشان می دهد که آیا دانشجویان کارشناسی ارشد دانشگاه شهید باهنر کرمان تمایلی به ایجاد کسب و کار جدید در آینده دارند یا خیر؟

1-6-2- عوامل محیطی⁴

فرانک و لوتجه⁵ (2004) بیان کردند که هم عوامل محیطی کلان (همانند بازار و سیاست های دولت) و هم عوامل محیطی خرد (همانند دانشگاه و خانواده) برای ایجاد کسب و کار جدید بسیار مهم هستند. طبق گفته لوتجه و فرانک (2003) عوامل محیطی می توانند فعالیت های کارآفرینی را تسهیل کنند و یا مانع از ایجاد آنها شوند و آنها نقش مهمی در تصمیم گیری فردی برای تاسیس کسب و کار جدید ایفا می کنند.

بر اساس حمایت ادراک شده، اگر افراد تصور کنند که محیط کسب و کار مناسب است احتمال دارد به فعالیت های کارآفرینی گرایش یابند و اگر محیط را برای کارآفرینی نامساعد تصور کنند، علی رغم نگرش مثبتشان به کارآفرینی تمایل کمتری برای ایجاد کسب و کار جدید دارند.

¹ Entrepreneurial intention

² Pihie

³ Entrepreneurial behavior

⁴ Environmental Factors

⁵ Franke & Lüthje

از جمله حمایت های محیطی درک شده می توان به حمایت دانشگاهی، خانوادگی، وجود تصویر مثبت از کارآفرینان در جامعه، وجود مشاوران موردنیاز برای شرکت های جدید و مناسب بودن شرایط اقتصادی کشور برای کارآفرینان اشاره کرد.

1-3-6-1- ارزش های فرهنگی¹

فرهنگ شامل مجموعه ای از ارزش ها و اعتقادات مشترک است که به نوبه خود رفتارهای پذیرفته شده اجتماعی را تعیین می کند. در واقع ارزش های فرهنگی درجه ای را که یک جامعه رفتارهای کارآفرینانه (مانند ریسک پذیری و استقلال) را مورد ملاحظه قرار می دهد تعیین می کند (هفستد²، 2005).

طبق مطالعات انجام شده در خصوص ارزش های فرهنگی، 5 بُعد برای تفاوت های فرهنگی مشخص شده است که عبارتند از: فردگرایی/جمع گرایی، فاصله قدرت، ابهام گریزی، زنانگی/مردانگی، بلندمدت/کوتاه مدت. در اینجا دو بُعد فردگرایی/جمع گرایی و فاصله قدرت که در این پژوهش بررسی شده اند، تعریف می شوند:

1-3-6-1-1- فردگرایی³/جمع گرایی⁴

اشاره به میزان تمرکز اعضای جامعه روی نیازها و علائق ارضاء کننده فردی (فردگرایی) و نیازها و علائق ارضاء کننده گروهی (جمع گرایی) دارد (هفستد، 2005). در این تحقیق دانشجویانی که ترجیح می دهند به تنهایی کار کنند، وظایفشان را به تنهایی انجام دهند، وظایفشان را بهتر از دیگران انجام دهند، خوداتکاء باشند، و خودشان را منحصر به فرد تصور نمایند؛ به عنوان افرادی فردگرا شناخته می شوند.

1-3-6-1-2- فاصله قدرت⁵

فاصله قدرت اشاره به میزان پذیرش اعضای جامعه از توزیع نامساوی قدرت در جامعه دارد (هفستد، 2005). در این تحقیق دانشجویانی که به راحتی فواصل طبقاتی را می پذیرند و با آن کنار می آیند، فاصله قدرت بالایی دارند.

¹ Cultural Values

² Hofstede

³ Individualism

⁴ Collectivism

⁵ Power distance