

توسعه کارآفرینی و دانش آموختگان*

دکتر جعفر هزار جریبی

عضو هیئت علمی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری

چکیده

در این پژوهش به ویژگی‌های کارآفرینی در بین دانش آموختگان دانشگاهها و مؤسسات آموزش عالی به ویژه رشته‌های علوم انسانی پرداخته شده است. با توجه به اینکه کارآفرینی در کشور ایران پدیده جدیدی تلقی می‌شود و هنوز در سطح ملی به آن پرداخته نشده است، آموزش و تربیت کارآفرینان از مسائل محوری توجه به عرصه‌های کارآفرینی است، از این رو بررسی میزان توانایی و قابلیت‌های دانش آموختگان در ایجاد مشاغل جدید و توسعه کارآفرینی امری ضروری به نظر می‌رسد.

در این تحقیق با استفاده از ابزار پرسشنامه و انتخاب حجم نمونه از جامعه آماری مطبوعات کشور به بررسی تجربی میزان کارآفرینی دانش آموختگان رشته‌های علوم انسانی پرداخته شده است. در پژوهش حاضر نشان داده شده است که بین کارآفرینی و دوره‌های آموزشی، مهارت فردی، انگیزه فردی، ریسک پذیری، نیاز به توفیق و خلاقیت رابطه معنی داری وجود دارد.

* این مقاله براساس نظر داوران در شورای سردبیری فصلنامه «علمی - ترویجی» شناخته شده است.

کلید واژگان : کارآفرینی، دانش‌آموختگان، نشریات و مطبوعات، مهارت فردی، ریسک‌پذیری و خلاقیت.

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 به‌ویژه کشورهای در حال توسعه شمرده می‌شود. در هر کشوری، کارآفرینان به صورت بالقوه وجود دارند و باید تلاش کرد که توانایی‌های آنها بیشتر شود و مهم‌تر از همه، ساختارهای اقتصادی اجازه ابراز وجود کارآفرینان و توانایی‌های بالفعل آنان را فراهم آورند.

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 جستجوی شغل هستند، زیرا معتقدند آینده کارآفرینی چندان درخشان نیست و موفقیتی را که مد نظر است، در بر ندارد.

در این پژوهش سؤال اساسی این است که آیا بین کارآفرینی و خصوصیتی مانند رشته تحصیلی، انگیزه فردی، خطرپذیری، خلاقیت و نیاز به توفیق رابطه‌ای وجود دارد؟

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 درمقوله‌های 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 به‌طور مستقل است.

از دیدگاه برخی از محققان^۱، کارآفرینی موتور تغییرات اجتماعی محسوب می‌شود و این تغییرات در ایجاد مشاغل جدید و استفاده اثر بخش از منابع و قواعد مؤثر است و باعث تجدید حیات ملی می‌شود.

لسترتارو^۲ عقیده دارد که پایه‌های قدیم کامیابی فرو ریخته است. در تمام طول تاریخ بشر، منشأ کامیابی دستیابی به منابع طبیعی مانند زمین، طلا و نفت بوده

۱. Schumpeter

است. ناگهان ورق برگشته و دانش به جای آن نشسته است. این عصر، عصر صنایع انسان ساخته 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، مانند کارنگی در آغاز قرن نوزدهم، فورد در دهه ۱۹۲۰، امریکن کورپوریشن در دهه ۱۹۵۰ و شرکتهای ژاپنی در دهه ۱۹۸۰ (تارو، ۱۳۸۱).

سومین انقلاب صنعتی، عناصر سازنده هرم ثروت را به ترتیب 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^۳ معتقد است که 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 آنها با پیشرفت اقتصادی رابطه مثبت و مستقیمی وجود دارد. وبر تأکید می‌کند که تنها محرک پیشرفت اقتصادی نظام سرمایه‌داری،

۲ . Lester Thurow

۳ . Max Weber

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 درنهایت، 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 (ویر، ۱۳۷۱). ژوزف مک گوایر^۴ 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 باید در درک تفاوت رفتار مورد توجه قرار داد، عواملی مانند عقاید اجتماعی، هنجارها، پاداشها و رفتارها، آرمانهای فردی و ملی، مکاتب دینی و تعلیم و تربیت است (Palmer, ۱۹۸۷).

از دیدگاه ساویر^۵ کارآفرینی را می‌توان در دامنه وسیعی از وظایف مشاهده کرد که 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 بر ترکیب و تخصیص منابع در شرایط بی‌ثبات تأثیر می‌گذارد، می‌توان یافت (Brockhaus, ۱۹۸۲).

هارینسون و مایرز^۶ معتقد بودند که کارآفرین فردی است که نمی‌توان او را از سازمان خود جدا کرد، زیرا وی با آن در آمیخته است؛ وظیفه او این است که شرایطی را فراهم آورد که تحت آن، دیگر عناصر مدیریت بتوانند ضمن ادای

۴ . J. McGuire

۵ . J.E. Sawyer

۶ . F. Harbinson & A. Myers

وظایفی که در سازمان برای آنان تعیین شده است، به اهداف شخصی خود نیز دست یابند (Gasse، ۱۹۸۵).

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 نیاز دارد که مصمم به کسب موفقیت و قادر به تبدیل رؤیا به حقیقت و دارای روحیه استقلال طلبانه برای کاوش موقعیتهای جدید باشند. اگر به تأثیرات اقتصادی و اجتماعی کارآفرینی توجه شود، نقش متخصصان و دانش‌آموختگان در توسعه جامعه روشن خواهد شد و دانش‌آموختگان به نیازهای مختلف جامعه پاسخ می‌دهند. زمانی که بسیاری از اعضای یک جامعه کارآفرینی را به عنوان شغل بپذیرند، 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 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 می‌رسانند. آنها حتی می‌توانند در کارهای خودشان 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).

نمونه‌گیری و علت انتخاب جامعه آماری و ابزار تحقیق

شیوه نمونه‌گیری در این تحقیق به صورت نمونه‌گیری سیستماتیک و تصادفی در دو مرحله صورت گرفته است. در این نمونه‌گیری فهرستی از نشریات و عناوین آنها به همراه آدرس محل انتشار تهیه شد. ابتدا از بین ۳۷۶ نشریه اجتماعی و فرهنگی حدود ۷۵ نشریه به طریق سیستماتیک انتخاب شد و سپس در مرحله دوم با مراجعه به محل استقرار نشریات از بین شاغلان و دست‌اندرکاران مطبوعاتی از طریق فرمول تعیین حجم کوکران تعداد ۲۸۶ نفر برای پاسخگویی به سؤالات تحقیق انتخاب شدند و علت انتخاب شاغلان مطبوعاتی کشور به‌عنوان نیروهای کارآفرین به دلیل ویژگی‌های شاغلان این بخش بوده است که در موقعیتهایی نظیر استقلال طلبی، تحمل ابهام، روشننگری، ابداع و نوآوری، برانگیختن افکار عمومی، بالابردن انگیزه و تبدیل فکر به یک طرح واقعی و مخاطره‌پذیری حضور فعالانه دارند. در این پژوهش از پرسشنامه به عنوان ابزار تحقیق استفاده شد. ثبات و پایانی^۷ به دست آمده از طریق رابطه آلفا کراباخ در نرم افزار spss، ۸۵ درصد بوده است.

۷. Reliability

یافته‌های تحقیق

در ادامه مقاله به نتایج به دست آمده می‌پردازیم. نتایج بررسی تحقیق بر اساس سؤالهای تحقیق تنظیم شده است و علاوه بر توصیف برخی از خصوصیات جامعه مورد مطالعه، به سؤال اساسی تحقیق نیز پرداخته شده است.

سؤال اساسی تحقیق عبارت است از :

آیا گذراندن دوره‌های آموزشی کوتاه مدت و ضمن خدمت، مهارتهای فردی، انگیزه فردی، ریسک‌پذیری، نیاز به توفیق و خلاقیت روی کارآفرینی در مطبوعات تأثیرگذار است ؟

جدول ۱- تناسب بین دوره‌های آموزشی و نوع کارمطبوعاتی

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

جدول ۲- آزمون نمونه های مستقل (t-test)

آزمون t-test برای تساوی میانگین ها					
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
۱۱۹/۲۱۹	۰/۰۰۰	۰/۹۵	۰/۱۸	۰/۱۸	۱/۳۰

داده‌های به‌دست آمده نشان می‌دهد که بین دانش‌آموختگان رشته‌های علوم انسانی و غیر علوم انسانی و نوع فعالیت مطبوعاتی رابطه معنی‌داری وجود دارد و اختلاف بین میانگین‌ها با سطح معنی‌داری (۰/۰۰۰) مورد قبول است. این ارتباط با ۹۵٪ فاصله اطمینان برای اختلاف میانگین‌های از ۰/۶۱ تا ۱/۲۹ تأیید شده است و این فاصله کاملاً مثبت و نتیجه معنی‌دار است. بنابراین، حضور دانش‌آموختگان رشته‌های علوم انسانی در مطبوعات و نشریات چشمگیر است و اصولاً زمینه فعالیت مطبوعاتی برای کارشناسان علوم انسانی بیشتر است.

جدول ۳- توزیع پاسخگویی بر حسب رشته‌های علوم انسانی و غیر علوم انسانی

فراوانی	فراوانی مطلق	فراوانی نسبی	فراوانی تراکمی
گروه‌های آموزشی	۲۰۸	۷۳/۸	۷۳/۸
گروه علوم انسانی	۷۴	۲۶/۲	۱۰۰/۰
گروه غیر علوم انسانی	۲۸۲	۱۰۰/۰	
جمع			

داده‌های جدول ۳ نشان می‌دهد که ۷۳/۸ در صد حجم نمونه مورد بررسی دانش‌آموختگان گروه‌های علوم انسانی هستند و فقط ۲۶/۲ درصد از سایر گروه‌های آموزشی در نشریات فرهنگی و اجتماعی به کار مشغول‌اند. در فرایند توسعه اجتماعی و فرهنگی میزان مشارکت اعضای جامعه به‌ویژه نخبگان و دانش‌آموختگان حوزه‌های علوم انسانی در مطبوعات و نشریات افزایش

می‌یابد و توسعه آموزشی با توسعه فرهنگی جامعه هماهنگ می‌شود. اسملسر، از تئوری پردازان نوسازی، معتقد است که آموزش جزئی از نظام نوسازی است و گسترش آموزش رسمی را از یک طرف ناشی از نیازهای صنعتی می‌داند که دانشها و مهارتهای با کم و کیف بالاتری را طلب می‌کند و از طرف دیگر، آن را منبعث از نیازمندی‌های حق رأی عموم در یک جامعه در حال دموکراتیزه شدن می‌داند که شهروند مسئول و مطلع را طلب می‌کند (اینگلهارت، ۱۳۷۳).

به نظر می‌رسد که در فرایند توسعه فرهنگی، تعهدات، مهارتها و دانشهای انعطاف‌پذیر و تعمیم یافته حاصل آموزش رسمی است که با جوامع دموکراتیک یا صنعتی همراهی می‌کند.

جدول ۴- نحوه توزیع میزان سابقه کار مطبوعاتی بر حسب سال

فراوانی تراکمی	فراوانی نسبی	فراوانی مطلق	فراوانی
			سابقه کار
۵۶/۰	۵۶/۰	۱۵۸	۱-۵
۸۳/۳	۲۷/۳	۷۷	۶-۱۰
۹۳/۶	۱۰/۳	۲۹	۱۱-۱۵
۹۶/۱	۲/۵	۷	۱۶-۲۰
۱۰۰/۰	۳/۹	۱۱	۲۱ و بالاتر
	۱۰۰/۰	۲۸۲	جمع

جدول ۴ نشان می‌دهد که میزان اشتغال دانش‌آموختگان در مشاغل مطبوعاتی در سالهای اخیر افزایش داشته است و مطابق داده‌های به دست آمده، حدود ۵۶

درصد از شاغلان در حوزه مطبوعات حدود ۵ سال سابقه کار داشته و ۲۷/۳ درصد بین ۶ تا ۱۰ سال فعالیت مطبوعاتی داشته‌اند و این در حالی است که فقط ۱۰/۳ درصد بین ۱۱-۱۵ سال و ۲/۵ درصد بین ۲۰-۱۶ و ۳/۹ درصد بالای ۲۱ سال سابقه کار داشته‌اند.

بنابراین، در یک تحلیل کلی می‌توان گفت که توسعه مطبوعاتی که از ابزار و لوازم توسعه فرهنگی است، در سالهای اخیر به ویژه در ۵ سال گذشته از رشد چشمگیری برخوردار شده است و این امر نشان می‌دهد فضای باز اجتماعی و فرهنگی سالهای اخیر زمینه فعالیت‌های علمی و اندیشه‌سازی را فراهم کرده است.

جدول ۵ - توزیع بر حسب عوامل کلیدی برای توسعه مطبوعات از دیدگاه پاسخگویان

فرآوانی تجمعی	فرآوانی نسبی	فرآوانی مطلق	فرآوانی عوامل کلیدی
۴۳/۳	۴۳/۳	۱۲۲	آزادی‌های سیاسی مانند آزادی بیان
۵۱/۸	۸/۵	۲۴	برنامه ریزی و مدیریت صحیح
۵۲/۸	۱/۱	۳	توسعه امکانات و فناوری
۵۹/۹	۷/۱	۲۰	امنیت شغلی و افزایش حقوق و مزایا
۷۳/۰	۱۳/۱	۳۷	توسعه فرهنگی و اجتماعی
۱۰۰/۰	۲۷/۰	۷۶	بی پاسخ
	۱۰۰/۰	۲۸۲	جمع

جدول ۵ در واقع، در پاسخ به سؤال باز توسعه مطبوعات کشور به چه عوامل کلیدی مربوط است، اشاره دارد که به ۵ دسته عوامل کلیدی تقسیم شده است. همان گونه که ملاحظه می‌شود، حدود ۴۳/۳ درصد از پاسخگویان آزادی سیاسی به ویژه آزادی بیان را عامل اصلی توسعه مطبوعات کشور اعلام و ۱۳/۱ درصد

۱۷۰ فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی شماره ۳۰ سال ۱۳۸۲

عوامل فرهنگی و اجتماعی را عامل کلیدی توسعه مطبوعات ذکر کرده‌اند و ۸/۵ درصد به عامل برنامه‌ریزی و مدیریت صحیح توجه داشته‌اند و از مجموع پاسخگویان، ۷/۱ درصد به امنیت شغلی و افزایش حقوق و مزایا و ۱/۱ درصد به توسعه امکانات و فناوری اشاره داشته‌اند. البته، ۲۷ درصد از پاسخگویان به این پرسش پاسخ نداده‌اند.

جدول ۶- بررسی ویژگی‌های کارآفرینی در مطبوعات

سطح معنی داری	ضریب همبستگی پیرسون R	آماره ویژگی‌های مورد بررسی در کارآفرینی
۰/۲۸۲	- ۰/۰۷۷	گذراندن دوره‌های آموزشی کوتاه مدت
۰/۱۸۳	- ۰/۰۱۷	گذراندن دوره‌های آموزشی ضمن خدمت
۰/۰۰۰	۰/۲۸۰	مهارت‌های فردی
۰/۰۰۱	۰/۱۸۸	انگیزه فردی
۰/۰۲۷	۰/۱۳۲	ریسک‌پذیری
۰/۰۱۷	۰/۱۴۱	نیاز به توفیق
۰/۰۰۱	۰/۲۰۶	خلاقیت

همان‌گونه که در جدول ۶ مشاهده می‌شود، متغیرهای دوره‌های آموزشی کوتاه مدت و ضمن خدمت به طور ضعیف توانسته‌اند به تبیین کارآفرینی در مطبوعات بپردازند، لیکن متغیرهای مهارت فردی، انگیزه فردی، ریسک‌پذیری، نیاز به توفیق و خلاقیت در سطح معنی‌داری مطلوبیت کارآفرینی را تبیین کرده‌اند؛

به عبارتی، در این تحقیق پنج متغیر یاد شده در واقع ویژگی‌های کارآفرینی در فعالیتهای مطبوعاتی امروز شناخته شده‌اند.

در اینجا لازم است با توجه به نتایج روابط برخی از متغیرهای اثرگذار بر کارآفرینی و برای تقریب به ذهن، تبیینی از پرسشهای تحقیق و نتایج آن ارائه شود.

پژوهشهای مک کلند^۸ نشان داده است که کارآفرینان کسانی هستند که نیاز زیادی به پیشرفت و نیاز کمی به قدرت دارند، چرا که کارآفرین فردی است که با مخاطره‌پذیری فعالیت خود را آغاز می‌کند و خود اتکایی از ویژگی‌های اصلی اوست و توفیق بیشتر موجب حرکت‌های بعدی او می‌شود و بر قدرت‌های سیاسی و ... متکی نیست.

شیوه مک کلند در مورد انگیزش پیشرفت از این عقیده نسبتاً پیش پا افتاده نشأت می‌گیرد که عده‌ای از مردم از کسب موفقیت شاد می‌شوند یا مایل‌اند خوب کار کنند یا اینکه بهترین باشند. این موارد تا به حال اساس تحقیقات در مورد نیاز به پیشرفت بوده است.

در تحقیق حاضر، انگیزه فردی کارآفرینان در چند شاخص زیر اندازه‌گیری شده است:

۱. ایجاد اشتغال در جامعه به ویژه در مطبوعات و نشریات
۲. تولید ثروت و درآمد
۳. ایجاد سرمایه اجتماعی
۴. کسب پرستیژ و اعتبار

۸. Mc clelland

بنابراین، هر کدام از شاخصهای یاد شده می‌تواند به تنهایی به عنوان انگیزه فردی تلقی شود یا اینکه هر چهار مورد به صورت ترکیبی به ایجاد انگیزه کمک کنند. در هر حال، متغیر انگیزه فردی در کارآفرینی بسیار مؤثر است و این رابطه در موقعیتهای مختلف و شرایط اجتماعی متفاوت با هر یک از شاخصهای اشاره شده ترکیب خاصی را ایجاد می‌کند. به عنوان مثال، سرمایه اجتماعی کارآفرینان ممکن است عاملی قوی در ایجاد انگیزه فردی و نیز عامل تحرک بخشی و پویایی فرد کارآفرین باشد یا در یک محیط اجتماعی دیگر اعتبار و پرستیژ و درآمد عامل اصلی برای ایجاد انگیزه فرد کارآفرین تلقی شود. اما در این تحقیق، انگیزه فردی به صورت متعادل و ترکیبی از چهار شاخص یاد شده به وجود آمده است که یکی از متغیرهای مهم و اثرگذار در کارآفرینی بوده‌اند و این پیوستگی به تأیید هم رسیده است.

همچنین، براساس یافته‌های تحقیق، متغیر مستقل ریسک‌پذیری یکی از ویژگی‌های کارآفرینی است. البته، ریسک حساب شده یا ریسک معتدل در این تحقیق مد نظر بوده است و مفهوم ریسک‌پذیری بین اطمینان کامل و عدم اطمینان کامل قرار دارد که در این تحقیق ریسک‌پذیری با شاخصهای زیر اندازه‌گیری شده است:

۱. کوشش برای ارتقای فرهنگ جامعه بدون توجه به نظرهای دیگران؛
۲. پافشاری بر اجرای تصمیمات شخصی؛
۳. طرح ایده‌های جدید حتی بر خلاف چهار چوبهای سازمانی؛
۴. علاقه به اجرای پروژه‌های مخاطره آمیز.

فرانک نایت،^۹ نقش کارآفرینی را در گرو تصمیم‌گیری در "شرایط نامعین"^{۱۰} می‌داند. او شرایط مفروض در بازار رقابتی ناقص را شرایط ایستا و بدون تحرک می‌داند که هیچ‌گونه ریسک و عدم اطمینانی وجود ندارد و بنابراین، تصمیمی گرفته نمی‌شود. او بین ریسک و عدم اطمینان تفاوت قایل می‌شود. در شرایط ریسک، پارامترهای توزیع احتمالاً شناخته شده هستند، در حالی که در شرایط عدم اطمینان این پارامترها ناشناخته و در نتیجه، غیر قابل اندازه‌گیری هستند.

کارآفرین نه تنها ایده‌ها را به عنوان موقعیت کاری دنبال می‌کند، بلکه خطرهای موجود در این ایده‌ها را هم محاسبه می‌کند. خطرها در قالب شانس یا عدم اطمینان هستند که در این پژوهش تبیین‌کننده بخشی از موقعیت کارآفرینی شناخته شده‌اند.

یافته‌های این پژوهش نشان داده است که نیاز به توفیق تأثیری مثبت بر کارآفرینی دارد.

یکی از بارزترین ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان برخوردار از انگیزه پیشرفت بالا یا نیاز به توفیق^{۱۱} است. در این مورد تحقیق حاضر و تحقیقات گذشته اسبورن^{۱۲}، مک‌کلند^{۱۳}، جفری و همکاران^{۱۴}، سکستون و همکاران^{۱۵} اتکینسون و همکاران^{۱۶} و رابینسون^{۱۷} آن را تأیید می‌کنند.

۹ . Frank knight

۱۰ . Uncer Tainty

۱۱ . Need of Achievement

۱۲ . Osborn Richard L.

۱۳ . Mc clelland

۱۴ . Geoffrey & all

۱۵ . Donald I. Sexton & all

۱۶ . John W. Atkinson & all

۱۷ . Robinson

اساساً نیاز به توفیق به کنش و واکنش شخصیت و محیط بستگی دارد و معمولاً افرادی که نیاز به توفیق‌شان کمتر از ترس از شکست‌شان باشد، از پذیرش مسئولیت اجتناب می‌کنند و از قرار گرفتن در موقعیتهای رقابتی و سنجشی (مسابقه و بردو باخت) پرهیز می‌کنند، در حالی که کارآفرینان کارهایی را انتخاب می‌کنند که دارای سختی و ریسک متوسط باشد؛ به عبارت دیگر، کارآفرینان کارهایی را انتخاب می‌کنند که نگرانی‌شان نسبت به شکست در آنها کم باشد. بنابراین، اگر فرض کنیم که رشد اقتصادی ملی به ایفای موفقیت‌آمیز نقش بازرگانان کارآفرین بستگی دارد، نتیجه می‌گیریم که پیروزی اقتصادی جامعه در گرو تعداد افراد کارآفرین است و آن نیز تابع میزان علاقه به پیشرفت در آن جامعه و تابع تعداد افرادی است که موقعیتهای مربوط به پیشرفت را خوشایند و دلپذیر می‌یابند.

در این تحقیق متغیر نیاز به توفیق با شاخصهای زیر اندازه‌گیری شده است:

۱. رضایت واقعی از شغل (مطبوعاتی)

۲. ایده‌یابی برای استمرار و کیفیت شغلی

۳. استقلال رأی در انجام دادن کارها

۴. برنامه‌ریزی دقیق و همه‌جانبه

همچنین، در پژوهش حاضر متغیر مستقل خلاقیت یکی از ویژگی‌های کارآفرینی شناخته شده است. کارآفرینان به خاطر پول به دنبال پول نیستند، بلکه به خاطر موفقیت شخصی که پول سمبل آن است، تلاش می‌کنند. کارآفرین به‌عنوان فردی که کار را شروع و اجرا می‌کند، موفقیت خود را از روی میزان پولی ارزیابی می‌کند که به دست می‌آورد. بنابراین، سود و منفعت مادی معیاری برای محاسبه میزان دستاوردها برای او اهمیت دارد.

شکست و مشکلات کارآفرین را خسته نمی‌کند و او به دنبال راه حل می‌گردد و به سرعت برای حل آنها اقدام می‌کند. او به عنوان یک دستاوردگرا به پیشرفت در آینده خوشبین است. او می‌داند که با کار مؤثر به اهداف خود خواهد رسید. در این تحقیق شاخصهایی از جمله پیدا کردن راهها و روشهای جدید، پذیرش تغییرات و انعطاف‌پذیری و توانایی غلبه بر مشکلات برای متغیر خلاقیت به کار گرفته شده است.

نتیجه‌گیری

در این پژوهش کارآفرینی در عرصه نشریات و مطبوعات کشور در دو سطح توصیفی و تبیینی مورد بررسی قرار گرفته است. در سطح توصیفی به ویژگی‌هایی از جمله سطح دانش‌آموختگی، سن کارآفرینان و میزان سوابق مطبوعاتی دست‌اندرکاران طی سالهای اخیر پرداخته شده و در سطح تبیینی تأکید و تمرکز روی متغیرهای مستقل و اثرگذار بر کارآفرینی بوده است.

در این پژوهش مشخص شده است که متغیرهایی مانند مهارتهای فردی، انگیزه فردی، ریسک‌پذیری، نیاز به توفیق و خلاقیت از طریق بررسی‌های آماری تأثیر فوق‌العاده‌ای در کارآفرینی مطبوعاتی داشته و به عبارتی، موتور محرکه توسعه فرهنگی و مطبوعاتی سالهای اخیر بوده‌اند.

در مقابل، برخی از متغیرها از جمله گذراندن دوره‌های آموزشی کوتاه مدت یا ضمن خدمت تأثیر چندانی در کارآفرینی نداشته است که به نظر می‌رسد چون متغیر دانش‌آموختگی مبنای فعالیتهای مطبوعاتی قلمداد شده است، ممکن است

یکی از دلایل عدم ضرورت آموزشهای کوتاه مدت و ضمن خدمت از سوی پاسخگویان تلقی شده باشد.

نکته آخر اینکه براساس نتیجه پژوهش، دانش‌آموختگان رشته‌های علوم انسانی بیشترین شاغلان حوزه مطبوعاتی را تشکیل داده‌اند که از این رو کارآفرینی و تحولات چندساله اخیر حیطه نشریات و مطبوعات بیشتر توسط دانش‌آموختگان رشته‌های علوم انسانی صورت پذیرفته است.

منابع

الف. فارسی

۱. احمدپور داریانی، محمود (۱۳۸۰)؛ کارآفرینی: تعاریف، نظریات و الگوها؛ شرکت پردیس ۵۷، چاپ سوم.
۲. احمدپور داریانی، محمود و محمد مقیمی (۱۳۸۰)؛ «نقش آموزش کارآفرینی در بهبود دانش صاحبان کسب و کار کوچک»؛ مجله تدبیر، شماره ۱۱۳.
۳. احمدپور داریانی، محمود (۱۳۷۶)؛ «کارآفرینی استراتژی مناسب برای افزایش بهره‌وری»؛ مجله تدبیر، شماره ۷۷.
۴. تارو، لستر (۱۳۸۱)؛ ثروت آفرینان؛ ترجمه عزیز کیاوند، نشر فرا.
۵. تفضلی، فریدون (۱۳۷۵)؛ تاریخ عقاید اقتصادی (از افلاطون تا دوره معاصر)؛ نشر نی، چاپ دوم.
۶. شهرآرای، مهرناز و رضا مدنی‌پور (۱۳۷۶)؛ «ترغیب و آموزش خلاقیت در سازمان‌های پویا»؛ مجله دانش مدیریت، شماره‌های ۳۷ و ۳۸، تابستان و پاییز.
۷. رونق، یوسف (۱۳۸۰)؛ مطالعه کار و استاندارد شغل؛ مرکز آموزش مدیریت دولتی، چاپ اول.
۸. جیمز آر. کوک (۱۳۸۲)؛ پیش به سوی کارآفرینی؛ ترجمه میترا تیموری، نشر آموزه اصفهان.
۹. صمد آقایی، جلیل (۱۳۸۰)؛ تکنیکهای خلاقیت فردی و گروهی مراکز آموزش مدیریت دولتی؛ چاپ اول.

۱۰. وبر، ماکس (۱۳۷۱)؛ اخلاق پروتستان و روح سرمایه‌داری؛ ترجمه عبدالمعبود انصاری، سازمان سمت، چاپ اول.

ب. لاتین

۱. Brockhaus. R.(۱۹۸۲); "Risk Taking Propensity of Entrepreneurs"; **Academy of Management Journal**.
۲. Clelland, D.(۱۹۶۱); **The Achieving Society**; Princeton, Nj: Va.
۳. Gasse. Y.(۱۹۸۵); **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.
۴. Hamilton, J. (۱۹۸۱); "Entrepreneur for a New Age"; **Journal of Career Education**,^۸, ۲ .
۵. Palmer, M.(۱۹۸۷); **The Application of Psychological Testing to Entrepreneurial Potential**; Inc. Baumbach, J. Mancuso (eds). **Entrepreneurship and Venture Management** N.J: Prentice Hall.
۶. Sawyer, J. (۱۹۵۸); **Entre Preneurial: Perpective and Directions ۱۹۴۸ - ۱۹۵۸**; **Business History Review**.
۷. Sexton, D. and N. Bowman (۱۹۸۴); "Entrepreneurship, Edvcation: Suggestions for Increasing Effectiveness"; **Journal of Small Business Management**.
۸. Zimmer,homas,W. Norman and carborough (۱۹۹۸); **Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management**.

