

بررسی تطبیقی انگیزه پیشرفت در کارآفرینان یا غیر کارآفرینان در صنایع شهر تهران

محمود احمدپور داریانی^۱ - مریم صالحی^{۲*} - زهره خسروی^۳

۱. استادیار دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران

۲. دانشجوی دکتری روان‌شناسی سلامت دانشگاه تهران

۳. دانشیار دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی دانشگاه الزهرا (س)

(تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۸۸/۲/۲۰، تاریخ تصویب: ۱۳۸۸/۸/۲۰)

چکیده

کارآفرینی فرایند ابتکار و نوآوری و ایجاد کسب و کارهای جدید در شرایط مخاطره‌آمیز از طریق کشف فرصت‌ها و بهره‌گیری از منابع است. به‌ویژه مک کلند (۱۹۶۱) بر ارتباط انگیزه‌ی پیشرفت، کارآفرینی و توسعه تأکید فراوان دارد. این پژوهش به بررسی مقایسه‌ای سطح انگیزه‌ی پیشرفت در سه گروه کارآفرینان فردی، کارآفرینان سازمانی و غیر کارآفرینان پرداخته است. ۱۵۰ تن از مدیرعاملان شرکت‌های صنعتی شهر تهران (در هر گروه ۵۰ نفر) به‌صورت تصادفی انتخاب شده و به پرسش‌نامه‌ی انگیزه‌ی پیشرفت باهارگاوا (۱۹۹۴) پاسخ دادند. براساس تحلیل واریانس یک‌راهه و آزمون تعقیبی شفه انگیزه‌ی پیشرفت کارآفرینان (فردی و سازمانی) به‌صورت معنی‌داری بیش از گروه غیر کارآفرین است و از این رو فرضیه‌ی اول تایید شد. به‌رغم وجود تفاوت بین دو گروه کارآفرین فردی و سازمانی در سطح انگیزه‌ی پیشرفت، از آن‌جا که این تفاوت معنی‌دار نبود فرضیه‌ی دوم پذیرفته نشد. بررسی سطح تحصیلات سه گروه و نوع شغل پدر (آزاد و یا دولتی) توسط مجذور خی نشان داد که سطح تحصیلات کارآفرینان بالاتر از غیر کارآفرینان است و پدر اغلب کارآفرینان به‌صورت آزاد- و نه دولتی- شاغل هستند و بدین ترتیب فرضیه‌ی سوم و چهارم تایید شدند.

واژه‌های کلیدی: کارآفرین فردی و سازمانی، انگیزش پیشرفت

مقدمه

تغییر و تحول‌های دنیای پرشتاب کنونی، چالش‌های پی‌درپی نظام‌های اقتصادی-اجتماعی، کاهش ذخایر زیرزمینی، افزایش فقر و بی‌کاری، موجب برجستگی مفهوم کارآفرینی شد. کارآفرین کسی است که برای شروع یا ادامه‌ی عملیات تولید، نسبت به مخاطره‌ها متعهد شده و عموماً این کار را به صورت مستقل انجام می‌دهد (Luchsinger & bagby, 2001, pp. 10-13). کارآفرین مستقل کسی است که مسئولیت اولیه‌ی او جمع‌آوری منابع لازم برای شروع کسب‌وکار بوده و او فردی است که یک شرکت را ایجاد و اداره می‌کند و هدف اصلی‌اش سودآوری و رشد بوده و مشخصه‌ی اصلی او نوآوری است (احمد پورداریانی، ۱۳۸۱، ص ۵). بین کات اعتقاد دارد با توجه به خطرهای زیاد و افزایش قیمت‌ها، شکلی آمیزشی از کارآفرینی پدید آمده است که کارآفرین سازمانی نامیده می‌شود (Pinchot, 1985, pp. 52). تمرکز بر روی نتایج به جای فعالیت، زیر سوال بردن وضع موجود، باورمندی به نقش و توان همکاران، برانگیختن افراد به وسیله‌ی تصمیم‌گیری عقلایی و حل مساله، همت بلند و رقابت، باور به این که پاداش در ماهیت کار و پرداخت‌هاست و ناکام شدن با نظام بوروکراتیک از ویژگی‌های کارآفرین سازمانی است (راس و آنوالا، ۱۹۸۶ به نقل از Luchinger & bagby, 2001, pp. 12). هر چه ویژگی‌های مدیران مبتنی بر نیاز به پیشرفت، مخاطره‌پذیری، فرصت‌جویی، توان مذاکره، استقبال از چالش و آینده‌باشد، کارآفرینی سازمانی نیز در NGOها افزایش می‌یابد که از میان ویژگی‌های یادشده، نیاز به پیشرفت بالاترین رتبه را به خود اختصاص داده است (مقیمی، ۱۳۸۳، ص ۲۶۹). از نظر مک لئود «بیماری‌های جامعه‌ی ایران را به سختی می‌توان با نسخه‌هایی که مختص شرایط جوامع توسعه‌یافته است، درمان کرد. در این‌جا مفهوم تغییر باید مبتنی بر نیروهایی باشد که تماماً از محیط خود این جامعه بچوشند» (مک لئود، ۱۳۷۷، ص ۴۳). طبیعی است که

هرگونه سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی درباره‌ی گسترش کارآفرینی در کشور، اولین قدم باید مبتنی بر نتایج تحقیق‌های بومی متعدد درباره‌ی شناسایی ابعاد گوناگون کارآفرینی اعم از سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و روان‌شناختی باشد. پژوهش‌های کم‌تری در زمینه‌ی مقایسه‌ی سه گروه کارآفرین فردی، سازمانی و غیرکارآفرین موجود است. در این راستا این پژوهش به بررسی مقایسه‌ای سطح انگیزه‌ی پیشرفت در سه گروه کارآفرینان فردی، کارآفرینان سازمانی و غیرکارآفرینان پرداخته است.

مروری بر ادبیات موضوع

مفهوم نیاز به پیشرفت اولین بار توسط موری^۱ (۱۹۳۸) مفهوم‌سازی شد، تلاش برای موفقیت در هر موقعیتی؛ به نحوی که عملکرد بتواند طبق برخی از استانداردهای عالی بودن ارزیابی شود. موری پس از معرفی ۲۰ نوع نیاز برای انسان‌ها با ساختن آزمون فرافکن اندر یافت موضوع یا "TAT"^۲ به سنجش نیازها از طریق داستان‌هایی که افراد در پاسخ به این آزمون می‌سازند، می‌پردازد. در سال ۱۹۵۳ مک کلند سه نیاز اساسی را زیربنای رفتار انسان‌ها معرفی کرد: نیاز به قدرت، نیاز به پیوندجویی و نیاز به پیشرفت. افراد با نیاز به پیشرفت بالا با حداقل نیاز به نظارت بیرونی تنها به خاطر تقویت درونی کار خود را به نحو احسن انجام می‌دهند. اشتیاق شدید به کسب استانداردهای ایده‌آل در انجام امور، توفیق در موفقیت‌های رقابتی، خطرپذیری متوسط، آگاهی از نتایج و مسوولیت‌پذیری شخصی از سایر ویژگی‌های این افراد است که اغلب در نقش کارآفرین ظاهر می‌شوند. وی هم‌چنین در پژوهش طولی خود روی دانشجویان نشان داد افراد دارای نیاز زیاد به پیشرفت به‌طور معمول الگوی رفتار کارآفرینانه دارند. سنجش انگیزه‌ی پیشرفت دانشجویان و بررسی انتخاب شغلی آن‌ها پس از ۱۴ سال نشان داد که ۸۳ درصد از افرادی که به مشاغل کارآفرینانه اشتغال داشتند، از افرادی بودند که ۱۴ سال قبل دارای

1. Murray
2. Thematic apperception test

نمرات نیاز به پیشرفت بالایی بودند (McClelland, 1961, p. 105). مک کلند در پژوهش خود، انگیزه‌ی پیشرفت را در کتاب‌های خواندنی کودکان در دوره‌های سال ۱۹۲۵ و سال‌های ۱۹۵۰ ارزیابی کرد. با این فرض که این‌گونه خواندنی‌ها، منعکس‌کننده‌ی تاکید نسبی بر تلاش برای پیشرفت در یک کشور معین است، داستان‌های کتاب‌ها را برگزیده و مطالب مربوط به پیشرفت را نمره داد. داده‌ها حاکی از آن بود که هم‌بستگی مثبتی بین میزان انگیزه‌ی پیشرفت در خواندنی‌های کودکان در سال ۱۹۲۵ و رشد اقتصادی بعدی براساس مقایسه‌ی تولید برق (به‌عنوان شاخص رشد اقتصادی) در سال ۱۹۵۰ وجود دارد. بنابراین وی به این نتیجه رسید که تلاش برای پیشرفت پیش از توسعه‌ی اقتصادی می‌آید (همان، ص ۱۱۵). مک کلند و وینتر نشان دادند که آموزش انگیزه‌ی پیشرفت به تاجران هندی منجر به سود بیش‌تر در کسب و کار، استخدام کارمندان بیش‌تر و در کل ۴۰ درصد افزایش فعالیت تجاری در پی‌گیری دو سال بعد شده بود (McClelland & Winter, 1996, p.81). لوول (۱۹۸۳) در آزمایش روی تکالیف، جمع ساده اعداد و درک لغت دریافت که افراد دارای نیاز به پیشرفت بالا، تکالیف خود را بهتر از افراد با نیاز به پیشرفت پایین در زمان معین انجام دادند (Lowell, 1983, P. 35). برخی از پژوهش‌گران مانند مک کلند فرایند نیاز به پیشرفت را مقوله‌ای بین فرهنگی، عمومی یا کلی در کارآفرینی می‌داند در حالی که سایر محققان به نیروی متغیرهای محیطی بر روی رفتار انگیزشی کارآفرین در خلال فرهنگ و طبقه اشاره کرده‌اند. ریسبرگ و کروس نشان دادند که در فرهنگ‌های سوسیالیستی، به جای متغیر نیاز به پیشرفت، نیاز به قدرت، به احتمال بیش‌تری موفقیت را آسان می‌کند (Rysberg & Krus, 1976, pp. 491-496). شپارد^۱ و بلیتسکی^۲ (۱۹۶۶) دریافتند که افراد با انگیزه‌ی پیشرفت بالا بیش‌تر برای جمع‌آوری اطلاعات مربوط به راه‌های جدید شغلی فعال بودند (صالحی ناغانی، ۱۳۷۳ ص ۴۸). پژوهش چاسمیر و ازودو^۳ (۱۹۹۲) نشان داد که بین نیاز به

-
1. Sheppard
 2. Belitsky
 3. Chusmir & Azevedo

پیشرفت و افزایش میزان فروش در پنجاه کمپانی بزرگ صنعتی در امریکا هم‌بستگی وجود دارد (همان، ص ۴۳). تحقیق‌ها به‌صورت معتبری عوامل روان‌شناختی نیاز به پیشرفت بالا، مرکز کنترل درونی، خطرپذیری، تحمل ابهام، اعتماد به نفس و نوآوری را با تمایل‌های کارآفرینانه مرتبط دانسته‌اند (Chye koh, 1996, pp. 283). در فرهنگ‌های غربی نیاز به پیشرفت با فردگرایی ارتباط دارد در حالی که در کشورهای آسیایی نیاز به پیشرفت با پیوندجویی ارتباط دارد. مساله‌ای که در ظاهر امر به‌نظر تناقض نما می‌رسد؛ هرچند که در واقع چنین نیست. در فرهنگ‌های آسیایی اهداف فردی به‌عنوان بخشی از اهداف جمع یا گروه در نظر گرفته می‌شود (Ang & Chang, 1999, pp. 528). اتکینسون^۱ (۱۹۶۴) مفهوم انگیزش پیشرفت مک کلند را توسعه بخشید و مولفه‌ی پرهیز/از شکست^۲ را مطرح کرد. شکست‌های مداوم منجر به انتخاب اهدافی بالاتر از توان شده و یا نیازی نیرومند برای پرهیز از شکست فعال می‌شود. در صورتی که نیاز به پیشرفت در یک موقعیت خاص بیش‌تر از پرهیز از شکست باشد، تمایل کلی یا انگیزش نهایی، خطر کردن و تلاش برای پیشرفت خواهد بود. در واقع از نظر اتکینسون چهار مولفه تمایل و گرایش فرد را در انجام یک تکلیف تعیین می‌کنند: ۱) انگیزه‌ی کسب موفقیت، ۲) انگیزه‌ی پرهیز از شکست، ۳) احتمال ذهنی دست‌یابی به موفقیت در انجام یک تکلیف، ۴) ارزش تشویقی رسیدن به موفقیت (ریو، ۲۰۰۵، ص ۱۷۶). در آزمایش ماهون^۳ (۱۹۶۰) دانشجویان دارای اجتناب از شکست بالا در برآورد توانایی خود و توانایی لازم در مشاغل مختلف، در اغلب موارد توانایی مورد نیاز برای مشاغل را بسیار بالاتر از توانایی خود برآورد کرده بودند. بر طبق الگوی اتکینسون این افراد مشاغلی را ترجیح داده‌اند که احتمال شکست در آن‌ها کاملاً بالاست، چون توانایی آن را نداشتند. برعکس، افرادی که نیاز به پیشرفت در آن‌ها بالا و اضطراب شکست پایین بود، اغلب مشاغلی را انتخاب کرده بودند که بین توانایی آن‌ها و توانایی لازم که برای انجام آن

1. Atkinson
2. Avoidance of failure
3. Mahone

برآورد کرده بودند، تفاوت اندکی وجود داشت. به علاوه افرادی که نمره‌ی ترس از شکست در آن‌ها زیاد بود اغلب در ارزیابی توانایی خود دقت نداشتند و حتی مشاغل را انتخاب کرده بودند که در عمل با علایقی که تصور دارا بودن آن‌ها را داشتند، منطبق نبود. یعنی این افراد از انتخاب‌های واقع‌بینانه اجتناب می‌کردند زیرا گرایش منفی بیش‌تری نسبت به آن‌ها داشتند. وقتی این افراد مجبور باشند (به‌طور مثل به‌دلیل فشارهای اجتماعی) سطح آرزو و انتظار خود را معین کنند، به‌طور معمول از تکالیفی که دارای درجه‌ی دشواری متوسط ($p = 50\%$) هستند و در آن تکلیف، اضطراب نسبت به شکست در بالاترین سطح خود است، اجتناب می‌کنند. یعنی آسان‌ترین تکلیف و یا دشوارترین تکلیف را که شدت انگیزش اجتناب در این دو نقطه در ضعیف‌ترین مقدار خود است را انتخاب می‌کنند. در حالی که افراد با انگیزه‌ی پیشرفت بالا از اهداف به‌نسبت دشوار و یا متوسط به بالا استقبال می‌کنند. هویوس^۱ (۱۹۶۵) به نقل از (p.214 McClelland, 1965) دریافت که پیشرفت‌مداران، رانندگان بهتری هستند زیرا این افراد از خطرهای افراطی اجتناب می‌کنند و کم‌تر مرتکب تصادف یا نقض قوانین عبور و مرور می‌شوند.

برخلاف مک‌کلند که بر اهمیت ارتباط نیاز به پیشرفت به‌صورت کلی با کارآفرینی و رشد و توسعه‌ی جوامع تاکید می‌کند و یا اتکینسون که به مفهوم ترس از شکست اشاره می‌کند، برخی از محققان اخیر بر اهداف پیشرفت تاکید دارند. مطابق نظر ایوت و دوک (۱۹۸۸) رویکرد جدید به انگیزش پیشرفت، رویکردی شناختی بوده و روی هدف‌هایی تمرکز می‌کند که افراد در شرایط پیشرفت انتخاب می‌کنند. دو نوع هدف اصلی پیشرفت وجود دارد: هدف‌های عملکردی و هدف‌های یادگیری. هدف‌های یادگیری هدف‌هایی هستند که افراد به‌دنبال افزایش توانایی، لیاقت و تسلط خود برای انجام وظایف جدید بوده و جویای چالش و عکس‌العمل سلطه‌گرایانه نسبت به شکست، بدون توجه به درک خود از توانایی‌هایشان هستند، درحالی‌که هدف‌های عملکردی

1. Hoyos

هدف‌هایی هستند که در آن افراد در پی کسب قضاوت‌های مثبتی نسبت به صلاحیت و توانایی خود بوده و برای اثبات و معتبر شمردن توانایی خود سعی در پرهیز از قضاوت‌های منفی دیگران درباره‌ی خود دارند (Elliot & Dweck, 1988, pp. 5-12). در هدف‌های عملکردی فرد به دنبال ابراز و یا اثبات شایستگی خود بوده اما در مورد هدف‌های یادگیری شخص در پی بهبود یا پرورش توانایی و شایستگی خویش است (آمس و آرچر، ۱۹۸۸؛ دوک، ۱۹۸۶، ۱۹۹۰؛ نیکولز، ۱۹۸۴؛ اسپنس و هلم ریچ، ۱۹۸۳؛ نقل از ریو، ۲۰۰۵، ص ۱۸۲). با توجه به پیشینه‌ی تحقیق، فرضیه‌های پژوهش به صورت زیر تدیون شد.

فرضیه‌ها

۱. نیاز به پیشرفت کارآفرینان (سازمانی و فردی) به صورت معنی‌داری بیش از غیرکارآفرینان است.
۲. نیاز به پیشرفت کارآفرینان سازمانی تفاوت معنی‌داری با نیاز به پیشرفت کارآفرینان فردی دارد.
۳. بین کارآفرینان (سازمانی و فردی) و غیرکارآفرینان از نظر سطح تحصیلات تفاوت معنی‌داری وجود دارد.
۴. بین کارآفرینان (سازمانی و فردی) و غیرکارآفرینان از نظر نوع شغل پدر (آزاد و یا دولتی) تفاوت معنی‌داری وجود دارد.

روش‌شناسی

این پژوهش از نوع توصیفی است و از گونه طرح‌های علی-مقایسه‌ای محسوب می‌شود. متغیر پیش‌بینی‌کننده انگیزش پیشرفت و متغیر پیش‌بینی شونده یا ملاک کارآفرینی است. جامعه‌ی آماری شامل کلیه‌ی مدیران عامل مرد شرکت‌های صنعتی شهر تهران تا شعاع ۲۵ کیلومتری که دارای سه سطح است: کارآفرین فردی، کارآفرین سازمانی و غیرکارآفرین. روش نمونه‌گیری در هر سه گروه به صورت تصادفی ساده بوده و در این

پژوهش کارآفرین فردی^۱، شخصی است که توانسته «ایده‌ی جدید» خود را در حیطه‌ی صنعت به صورت محصول یا خدمت در قالب تاسیس یک بنگاه اقتصادی (شرکت یا کارخانه) ارایه کند، حداقل ۳ سال از زمان تاسیس شرکت توسط وی گذشته و طبق نظر متخصصان مرکز کارآفرینی دانشگاه امیرکبیر، از طریق اجرای پرسش‌نامه و نیز مصاحبه‌ی ساختاریافته در سال ۱۳۸۲ به‌عنوان کارآفرین فردی معرفی شده است. کارآفرین سازمانی در این پژوهش، مدیران شرکت‌های صنعتی هستند که در سه حیطه‌ی نوآوری، رشد و تغییر مطابق نظر وزارت صنایع و نتایج مطالعه احمد پورداریانی (۱۳۷۷) به‌عنوان کارآفرین سازمانی معرفی شده‌اند. در نهایت از هر گروه (کارآفرینان فردی، کارآفرینان سازمانی و غیرکارآفرینان) ۵۰ آزمودنی و در مجموع ۱۵۰ آزمودنی در این پژوهش شرکت کردند. شیوه‌ی اجرای پرسش‌نامه ابتدا به صورت مراجعه‌ی حضوری بود که با پرسیدن تنها ۷ پرسش‌نامه طی ۲ ماه، این شیوه به ارسال پستی پرسش‌نامه و درخواست ارسال پاسخ‌نامه از طریق فکس تغییر یافت. با بازگشت تنها ۳ پاسخ‌نامه طی ۱ ماه تغییرات دیگری نیز در شیوه‌ی اجرا داده شد که شامل تماس تلفنی با شخص مدیر عامل (آزمودنی)، کسب اجازه و گرفتن قول همکاری قبل از ارسال پرسش‌نامه، تماس تلفنی با شرکت برای اطمینان از وصول پرسش‌نامه، یک هفته پس از ارسال و تماس تلفنی دو هفته پس از اعلام وصول پرسش‌نامه برای بازگرداندن پاسخ‌نامه به پژوهش‌گر بود.

ابزار سنجش: تست انگیزه‌ی پیشرفت ACMT^۲ نسخه‌ی هندی، تجدیدنظر شده توسط وی، پی، باهارگاوا^۳ (۱۹۹۴) استفاده شد. این آزمون دارای ۵۰ سوال سه گزینه‌ای بوده و مبتنی بر روش تکمیل جمله‌ها است. پایایی آزمون از طریق آزمون مجدد با فاصله‌ی یک ماه ۸۷ درصد و از طریق مقایسه‌ی پاسخ‌ها با سوال‌های مشابه ۷۹ درصد بوده است (بهارگاوا، ۱۹۹۴). نمره‌های این آزمون با آزمون انگیزش پیشرفت کدیورهم‌بستگی

-
1. Entrepreneur
 2. Achievement motivation test
 3. Bhargava

کاملاً معنی‌داری ($F=62\%$) در سطح ۰۰۳ درصد نشان داد و داده‌ها از روایی ملاکی هم‌زمان حمایت کرد. پایایی این آزمون با روش آلفای کرونباخ ۷۶ درصد به دست آمد. پایایی محاسبه شده از طریق تنصیف به روش گاتمن و اسپیرمن براون نیز ۶۳ درصد است.

روش تحلیل داده‌ها: مقایسه‌ی میانگین‌های سه گروه به‌وسیله‌ی تحلیل واریانس یک‌راهه و آزمون تعقیبی شفه بررسی شده و سطح تحصيلات سه گروه و نوع شغل پدر (آزاد و یا دولتی) توسط مجذور خی تحلیل شد.

یافته‌ها

جدول شماره (۱) میانگین نمره‌ی انگیزه‌ی پیشرفت را در سه گروه نشان می‌دهد.

جدول ۱. مشخصه‌های آماری آزمودنی‌ها بر حسب نمره‌ی انگیزه‌ی پیشرفت

گروه‌ها	آمار توصیفی	تعداد	میانگین	انحراف استاندارد
کارآفرین سازمانی	۵۰	۲۶/۸۲	۶/۱۸۳	
کارآفرین فردی	۵۰	۲۶/۵۰	۶/۱۵۵	
غیر کارآفرین	۵۰	۲۰/۳۰	۳/۱۴۴	
کل	۱۵۰	۲۴/۲۴	۶/۱۱۲	

مطابق این جدول میانگین کارآفرینان سازمانی ۰/۳۲ بیش از میانگین کارآفرینان فردی بوده و به‌طور کلی میانگین کارآفرینان (سازمانی و فردی) حداقل حدود ۵/۲۰ نمره بالاتر از غیر کارآفرینان است.

جدول ۲. نتایج آزمون تحلیل واریانس یک‌طرفه برای مقایسه‌ی گروه‌ها

گروه‌ها	تحلیل آماری	مجموع مجذورات	درجه آزادی	میانگین مجذورات	F	P
بین گروهی	۱۳۵۰/۸۸	۲	۶۷۵/۴۴	۲۳/۵۶*	۰/۰۱	
درون گروهی	۴۲۱۴/۳۸	۱۴۷	۲۸/۶۶			
کل	۵۵۶۵/۲۶	۱۴۹				

نتایج آزمون تحلیل واریانس یک طرفه برای مقایسه‌ی میانگین گروه‌ها در جدول شماره (۲) خلاصه شده است. مقدار F به دست آمده در این جدول با سطح اطمینان ۹۹ درصد، نشان می‌دهد که بین میانگین گروه‌های مختلف، از نظر سطح انگیزه پیشرفت تفاوت معنی‌داری وجود دارد.

جدول ۳. نتایج آزمون تعقیبی شفه

گروه‌ها	کارآفرین سازمانی	کارآفرین فردی	غیر کارآفرین
کارآفرین سازمانی	۰	%۳۲	* ۶/۵۲
کارآفرین فردی		۰	* ۶/۲۰
غیر کارآفرین			۰

* %۵ <math>p</math>

در جدول شماره (۳) آزمون تعقیبی شفه با اطمینان ۹۵ درصد تفاوت معنی‌داری بین میانگین دو گروه کارآفرینان سازمانی و فردی نشان نمی‌دهد.

جدول ۴. محاسبه‌ی χ^2 دو بر حسب میزان تحصیلات

ارزش χ^2 دو	درجه آزادی	Sig
۱۵/۲۷۱	۴	/۰۵

جدول شماره (۴) تفاوت معنی‌داری در سطح ۹۵ درصد را بین کارآفرینان و غیر کارآفرینان از نظر تحصیلات نشان می‌دهد.

جدول ۵. محاسبه‌ی χ^2 دو بر حسب شغل پدر

ارزش χ^2 دو	درجه آزادی	Sig
۶/۵۰۰	۲	/۰۳

نتایج به دست آمده در جدول شماره (۵) تفاوت معنی‌داری در سطح ۰/۰۳ بین کارآفرینان و غیر کارآفرینان از نظر نوع شغل پدر را نشان می‌دهد.

بحث و نتیجه

با توجه به معنی‌داری F به‌دست آمده در سطح اطمینان ۹۹ درصد از نظر وجود تفاوت سطح انگیزه‌ی پیشرفت بین گروه‌ها و نیز معنی‌دار نبودن میانگین دو گروه کارآفرینان سازمانی و فردی در آزمون تعقیبی شفه با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان نتیجه گرفت که نیاز به پیشرفت کارآفرینان (سازمانی و فردی) به‌صورت معنی‌داری بیش از غیر کارآفرینان است که به این ترتیب فرضیه‌ی اول تایید می‌شود. نیاز به پیشرفت به کارآفرینان کمک می‌کند تا بر موانع غلبه کرده و سایر ضعف‌ها را جبران کنند. مطالعه‌ی فرنٹ و همکاران (۲۰۰۲) در تایلدن نشان داد که سرمایه‌گذاران تجارت الکترونیکی که دارای نیاز به پیشرفت بالاتری بودند موفقیت بیش‌تری در کارآفرینی الکترونیکی داشتند. در یک بررسی بین فرهنگی روی ۲۵۳ نفر از کارآفرینان حوزه‌ی فناوری، ویژگی‌های خود مختاری، خطرپذیری و منبع کنترل در کارآفرینان انگلیسی و ویژگی‌های نیاز به پیشرفت، تحمل ابهام، نوآوری و اعتماد به نفس در کارآفرینان سوئیسی بالاتر بود (Tajeddinni & Muller, 2004, pp. 24). شاون نیز نشان داد کارآفرینان با انگیزش پیشرفت بالا به‌طور میانگین ۶۰ درصد سود خالص بیش‌تری داشتند (Shawn, 2009, pp. 25-30). پژوهش فراتحلیلی استوارت و روت نیز حاکی از آن است که انگیزش پیشرفت کارآفرینان را از غیر کارآفرینان متمایز می‌کند (Stewart & Roth, 2007, pp. 401-421). نتایج مطالعه‌ی احمدپور داریانی بر روی ۱۲۰ نفر از مدیران عامل با کارآفرینی بالا و مدیران عامل کم کارآفرین در صنایع کشور نشان داد که بین نیاز به پیشرفت بالا و کارآفرینی زیاد هم‌بستگی مثبت وجود دارد (احمد پور داریانی، ۱۳۷۷، ص ۳۷۰). پور کریمی (۱۳۷۹) در بررسی ۱۴۸ نفر از دانش‌آموختگان دارای مشاغل دولتی و خوداشتغال در صنعت دامپروری رابطه‌ی کاملاً معنی‌داری در میزان انگیزش پیشرفت و خود اشتغالی را گزارش کرد. فرضیه‌ی دوم به وجود تفاوت بین نیاز به پیشرفت کارآفرینان سازمانی با نیاز به پیشرفت کارآفرینان فردی اشاره داشت. آزمون تعقیبی شفه با اطمینان ۹۵ درصد نشان می‌دهد که هرچند بین دو گروه تفاوت وجود دارد اما این تفاوت در حد معنی‌دار نیست و از این‌رو فرضیه‌ی دوم پذیرفته نمی‌شود. از طرفی در

تحلیل عاملی تک تک سوالات، دو گروه تنها در سوال ۳۴ تفاوت معنی داری با هم دارند که در آن پاسخ درست، جلب نظر و جذب دیگران از طریق کار است. شاید به این دلیل که کارآفرین سازمانی برای پیاده کردن نظرها و طرح‌های خود نیازمند موافقت و مساعدت سایر مدیران شرکت و نیز احیاناً سهامداران است در حالی که کارآفرین فردی به دلیل مستقل بودن نیاز کم‌تری به جلب نظر و موافقت دیگران دارد. با توجه به این که مفهوم کارآفرینی سازمانی در دهه‌ی ۸۰ ایجاد شد و رشد کرد، متاسفانه پژوهش‌های کمی درباره‌ی مقایسه‌ی کارآفرینان سازمانی با کارآفرینان فردی موجود است و اغلب مطالعه‌ها به تشابه ویژگی‌های کارآفرینان سازمانی با فردی اشاره کرده‌اند (Histrich, 1990, pp.215). فرضیه‌ی سوم مبنی بر این بود که بین کارآفرینان (سازمانی و فردی) و غیر کارآفرینان از نظر تحصیلات تفاوت وجود دارد. مطابق‌خی‌دوی به‌دست آمده در سطح ۹۵ درصد، تحصیلات کارآفرینان به‌طور معنی‌داری بالاتر از غیر کارآفرینان است که این یافته با تحقیق‌های کالینز، مور، آنوالا (۱۹۶۴) و بروکهاوس و نورد (۱۹۷۹) مبنی بر این که تحصیلات کارآفرینان پایین‌تر از تحصیلات مدیران است هم‌خوانی ندارد. دلایل متعددی می‌تواند علت این ناهم‌خوانی باشد. به‌طور مثال به دلیل جوان بودن جمعیت کشور، با افزایش میانگین سطح تحصیلات جامعه، تحصیلات کارآفرینان نیز افزایش یافته است و نکته مهم‌تر این که از آن‌جا که در جامعه‌ی ایران سطح تحصیلات افراد اهمیت فراوانی دارد و عبور از سد کنکور برای هر کسی امکان‌پذیر نیست، موفقیت در تحصیل فی‌نفسه می‌تواند جزو اهداف پیشرفتی قرار گیرد تا آن‌جا که موفقیت در کنکور به منزله‌ی یکی از مهم‌ترین توفیق‌های زندگی محسوب شود. پس در این صورت یکی از اهداف پیشرفتی یک کارآفرین، می‌تواند موفقیت در تحصیل هم باشد. ضمن این که به دلیل مدرک‌گرایی در کشور امر تحصیل برای یک کارآفرین، می‌تواند به‌عنوان ابزاری برای سهولت دست‌یابی به سایر هدف‌ها از جمله ایجاد شرکت و یا رشد در سلسله مراتب مدیریتی عمل کند. فرضیه‌ی چهارم حاکی از آن بود که بین کارآفرینان و غیر کارآفرینان از نظر نوع شغل پدر تفاوت معنی‌داری وجود دارد که این فرضیه تایید می‌شود. مطابق‌خی‌دوی به‌دست آمده در سطح ۹۵ درصد، اکثر کارآفرینان دارای پدرانی

با شغل آزاد هستند در حالی که غیر کارآفرینان دارای پدران شاغل دولتی هستند که این یافته‌ها با نتایج تحقیق‌های کالینز و مور (۱۹۷۰) دانکل و برگ کوپر (۱۹۸۲) مبنی بر این که غالب کارآفرینان دارای پدرانی با مشاغل آزاد و یا خرده مالکی و نه دولتی هستند، هم‌خوانی دارد. از آن‌جا که شیوه‌های فرزند پروری بر انگیزش پیشرفت و به تبع آن بر کارآفرینی تاثیر می‌گذارد، به نظر می‌رسد که پدران دارای شغل آزاد فرزندان خود را با مفاهیمی چون "نان بازوی خویش خوردن"، مستقل بودن و اتکا به نفس و چشم نداشتن به کمک دیگران پرورش می‌دهند در حالی که پدران شاغل در دولت بر مفاهیمی چون قناعت بر آب باریکه‌ی کم اما بی‌خطر دولتی، امنیت و پرستیژ کار دولتی تاکید می‌کنند. یعنی در ظاهر پدران دارای شغل آزاد، کودکانشان را با مفاهیم مشوق پیشرفت تربیت می‌کنند. «کودکان در صورتی تلاش‌های پیشرفت به‌نسبت نیرومندی پرورش می‌دهند که والدینشان موارد زیر را تامین کنند، خودپنداره‌ی توانایی عالی مثل «این کار برای تو آسان است»، ارزش مثبت برای تکالیف پیشرفتی (اکسلز- پارسونز، آدلر، و کاجالا، ۱۹۸۲)، آموزش استقلال مثل خودپشتوانی، خودمختاری، آرمان‌های عملکرد مالی، معیارهای واقع‌بینانه‌ی برتری (روزن و دآندرید، ۱۹۵۹؛ وینتر باتوم، ۱۹۵۸)، معیارهای روشن برای برتری (ترودویند، ۱۹۸۲)، محیط خانوادگی که سرشار از توانش تحریک است مثل کتاب‌هایی برای خواندن، تجارب گسترده مثل مسافرت و فراهم کردن کتاب‌های کودکان که سرشار از داستان‌های تخیلی پیشرفتی هستند» (مارشال ریو، ۲۰۰۵، ص ۱۳۳). مک کلند و پیلون (۱۹۸۳) پس از انجام تحقیق‌های متعدد به این نتیجه رسیدند که به‌احتمال عوامل خاصی در رفتارهای مربوط به والدین است که نیاز به پیشرفت زیاد را در پسران ایجاد می‌کند. این عوامل عبارتند از: تعیین کردن استانداردهای واقع‌بینانه‌ی بالا و دشوار عملکرد در سنی که بتوان به چنین استانداردهایی دست یافت، حمایت نکردن مفرط یا لوس نکردن، دخالت نکردن در تلاش‌های کودک برای پیشرفت و درنهایت نشان دادن لذت واقعی نسبت به پیشرفت‌های کودک (مک کلند و پیلون، ۱۹۸۳، ص ۵۶۹) و از همین رو می‌توان گفت که پدران دارای شغل آزاد به احتمال بیش‌تری فرزندان کارآفرین پرورش می‌دهند.

به نظر می‌رسد آموزش مهارت‌های فرزندپروری مشوق پیشرفت به والدین (تشویق استقلال، تقویت نکردن روحیه‌ی تاییدطلبی زیاد، ایجاد فرصت‌هایی برای حل مشکل‌های مالی خرد برای کودکان)، آموزش مربیان مهدکودک‌ها برای گنجاندن بازی‌ها، قصه‌ها و واکنش‌های مشوق پیشرفت در کودکان، تدوین بسته‌های آموزشی روان‌شناختی برای تقویت انگیزش پیشرفت دانشجویان از طریق اساتید دانشگاه‌ها به‌ویژه برای دانشجویان کارآفرینی (با توجه به بالاتر بودن تحصیلات کارآفرینان در این پژوهش) و صاحبان بنگاه‌های اقتصادی خرد، تقویت روح امید و افزایش اعتماد به نفس لازم برای پیشرفت در جامعه، از عوامل موثر در بسترسازی لازم برای رشد کارآفرینی در کشور باشد.

با توجه به وجود تفاوت‌های فرهنگی بین کشورهای مختلف از نظر عوامل روان‌شناختی موثر بر کارآفرینی، این پژوهش از طریق هم‌خوانی با سایر تحقیق‌های خارجی در مورد انگیزه‌ی پیشرفت نشان می‌دهد که به‌رغم وجود تفاوت‌های فرهنگی زیاد با سایر کشورها، انگیزه‌ی پیشرفت از عوامل بنیادی گرایش به فعالیت‌های کارآفرینانه حتی در سازمان‌ها (کارآفرینی سازمانی) است. انجام تحقیق‌های تجربی طولی از سنین مهدکودک تا بزرگسالی برای سنجش میزان تاثیر این انگیزه در مقایسه با تاثیر سایر عوامل موثر اجتماعی-اقتصادی در کارآفرینی، بررسی عوامل منجر به شکست در کارآفرینان ناموفق، با انگیزه‌ی پیشرفت بالا و سرانجام بررسی رابطه‌ی سطح انگیزه‌ی پیشرفت با انواع مکانیزم‌های مقابله‌ای (مساله‌مدار، هیجان‌مدار و اجتنابی) در پژوهش‌های آتی می‌تواند مفید باشد.

منابع

۱. احمد پورداریانی، محمود (۱۳۷۷). «طراحی و تبیین الگوی پرورش مدیران کارآفرین در صنعت»، رساله دوره دکتری به راهنمایی علی رضائیان، دانشگاه تربیت مدرس.
۲. احمد پورداریانی، محمود (۱۳۸۱). کارآفرینی؛ تعاریف، نظریات و الگوها. چاپ چهارم: نشر شرکت پردیس.
۳. باهار گاوا، وی، پی (۱۹۹۴). *آزمون انگیزه پیشرفت*، ترجمه ابوالفضل کرمی. شرکت روان تجهیز سینا.
۴. ریو، جان مارشال (۲۰۰۵). *انگیزش و هیجان*، ترجمه یحیی سیدمحمدی، (۱۳۸۷)، نشر ویرایش.
۵. صالحی ناغانی، سوسن (۱۳۷۳). «بررسی رابطه بین انگیزه پیشرفت و عملکرد تحصیلی دانش آموزان دختر سال سوم دبیرستان‌های شهر تهران»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد به راهنمایی کیانوش هاشمیان. دانشگاه الزهرا (س).
۶. مقیمی، سیدمحمد (۱۳۸۳). *کارآفرینی در نهادهای جامعه مدنی*، نشر مدنی.
۷. مک لئود، تاس، اچ. (۱۳۷۷). *برنامه ریزی در ایران*، ترجمه علی اعظم محمد بیگی، نشر نی.
8. Ang, Rebecca p. Chang, weining C. (1999). "Impact of Domain Specific Locus of Control on Need for Achievement and Affiliation", *Journal of Social Psychology*, Vol, 139 issue 4, p 527-530.
9. Chye Koh, Hian (1996). "Testing Hypotheses of Entrepreneurial Characteristic: A Study of Hongkong MBA Students." *Journal of Managerial Psychology*, Vol. 11, No. 3, Publisher: Emerland.
10. Collins, O.; Moore, D. and Unwalla, D. (1964). *The Interprising Man*, Miching state university press.
11. Collins, O and Moore, D. (1970). *The Organization Makers: a Behavioral Study of Endependent Entrepreneurship*, Englewood cliffs, N. J. prentice-hall.
12. Dunkelberg, W. and Cooper, A. (1982). Entrepreneurial typologies, "Frontiers of Entrepreneurship Research", Vesper (Ed).
13. Elliot, E., and Dweck, C. (1988), "Goals: an Approach to Motivation and

- Achievement”, *Journal of Personality and Social Psychology*, 54, 5-12.
14. Hisrich, A. Robert. (1990). “Entrepreneur/Intrapreneurship” *Journal of American Psychology*, Vol. 45, No. 2, pp: 209-222.
 15. Krus, David j.; Rysberg, Jane A. (1976). “Industrial Managers and Nach: Comparable and Compatible?” *Journal Of Cross – Cultural Psycholog*, Vol. 7. pp: 491-496.
 16. Lowell, E. (1983). “The Effect of Need for Achievement on Learning and Speed of Performace” *Journal of Psychology*, Vol. 64, pp: 31-40.
 17. Luchsinger, Vince & Bagby, D. Ray (2001), “Entrepreneurship & Intrapreneurship: Behaviors, Comparisons, and Contrasts”, *SAM Advanced Management Journal*. pp: 10-13.
 18. McClelland, David, C. (1961). *The Achieving Society*. Princeton, NJ: Van Nostrand.
 19. McClelland, David C. (1965). *Achievement Motivation can be Developed*, *Hard Business Review*.
 20. McClelland, David C. & winter, d. g. (1969), *Motivating economic achievement*. New York: free press.
 21. McClelland, David C & Pilon. D. A. (1983). “Source of Adualt Motives in Patterns of Parent Behavior in Early Childhood”. *Journal of Personality Social Psychology*, 44, 564-574.
 22. Murray, H.A. (1938). *Explorations in Personality*. New York: Oxford University Press.
 23. Pinchot, G., (1985). *Intrapreneuring*, New York: Harper and Row Publishers.
 24. Parnell, John A; Crandall, William, R. and Menefee, Michael. (1996). "Examining the Impact of Culture on Entrepreneurial Propensity: An Empirical Study of Prospective American and Egyptian Intrepreneurs." *Journal of AEJ*. Vol. 1 No. 1.
 25. Shawn M. Carraher, (2009). “Need For Achievement and Net Profits: Manifest Needs & Accounting”, *Allied Academies International Internet Conference*. pp: 25-30.
 26. Stewart, W.H., and Roth, P.L. (2007). “A meta-aanalysis of achievement motivation differences between entrepreneurs and managers”, *Journal of Small Business Management*, 45: 401-421.
 27. Tajeddinni, Kayhan; Stephen L, Mueller. (2009). “Entrepreneurial characteristic in Switzerland and the UK: a comparative study of techno entrepreneurs”, *Journal of International Entrepreneurship*, Vol. 7, pp. 1-25.