



International Conference on
Psychology, Educational and Behavioral Sciences

کنفرانس بین المللی روانشناسی، علوم تربیتی و رفتاری

12th and 13th July 2016 - Iran, Tehran

۲۲ و ۲۳ تیرماه ۱۳۹۵ - تهران



www.irEBS2016.com

روانشناسی

- ◆ روانشناسی بالینی
- ◆ روانشناسی عمومی
- ◆ روانشناسی سلامت
- ◆ علوم شناختی
- ◆ روانپزشکی و روان سنجی
- ◆ مشاوره

علوم تربیتی

- ◆ فلسفه تعلیم و تربیت
- ◆ تعلیم و تربیت اسلامی
- ◆ برنامه ریزی درسی و آموزشی
- ◆ آموزش و پرورش
- ◆ تحقیقات آموزشی

علوم رفتاری

Psychology

- ◆ Clinical Psychology
- ◆ General Psychology
- ◆ Health Psychology
- ◆ Cognitive Sciences
- ◆ Psychiatry and Psychometrics
- ◆ Consultation

Educational Sciences

- ◆ Philosophy of Education
- ◆ Islamic Education
- ◆ Curriculum
- ◆ Education
- ◆ Educational Research

Behavioral Sciences

دفترخانه / تلفن: ۰۲۱ ۴۷۶۲۴۴۴۰ / فاکس: ۰۲۱ ۴۲۶۹۴۰۱۰ / ایمیل: info@irebs2016.com



جهت علمی
و دوران از

**INTERNATIONAL CONFERENCE ON PSYCHOLOGY, EDUCATIONAL AND BEHAVIORAL SCIENCES****11 THE PRINCIPLES OF EDUCATION FROM THE VIEWPOINTS OF MARTYRE MOTAHARI AND MAHATA GANDI**

:

Name: INTERNATIONAL CONFERENCE ON PSYCHOLOGY, EDUCATIONAL AND BEHAVIORAL SCIENCES

Date: 12-13 JULY 2016

Volume: 1

Author(s): MARASHI HOSEINI SEYED SAJJAD,AHMADI ZAHRA,MOAZZEMINEZHAD MOHAMMAD ALI

Keyword(s):

12 THE EFFECTIVENESS OF COGNITIVE BEHAVIORAL THERAPY ON MARITAL SATISFACTION AND INTIMACY OF WOMEN WITH MARITAL INFIDELITY

:

Name: INTERNATIONAL CONFERENCE ON PSYCHOLOGY, EDUCATIONAL AND BEHAVIORAL SCIENCES

Date: 12-13 JULY 2016

Volume: 1

Author(s): BAGHERI ZAHRA,SAMSAMSHARIAT MOHAMMAD

Keyword(s): COGNITIVE BEHAVIORAL THERAPY, WOMEN WITH HUSBAND'S MARITAL INFIDELITY, MARITAL SATISFACTION, INTIMACY

13 DETERMINE RELATIONSHIP BETWEEN HARDINESS AND LOCUS OF CONTROL WITH ACADEMIC PERFORMANCE

:

Name: INTERNATIONAL CONFERENCE ON PSYCHOLOGY, EDUCATIONAL AND BEHAVIORAL SCIENCES

Date: 12-13 JULY 2016

Volume: 1

Author(s): RUJIN HOSSEIN,RAFIEE JAVID ZAHRA

Keyword(s): HARDINESS, LOCUS OF CONTROL, ACADEMIC PERFORMANCE

14 THE EFFECTIVENESS OF MINDFULNESS- BASED STRESS REDUCTION PROGRAM IN THE REDUCTION ON ANXIETY OF FEMALE STUDENTS IN BOARDING SCHOOLS

:

Name: INTERNATIONAL CONFERENCE ON PSYCHOLOGY, EDUCATIONAL AND BEHAVIORAL SCIENCES

Date: 12-13 JULY 2016

Volume: 1

Author(s): TOFANI FATEMEH,VAHEDI SHAHRAM,HASHEMI TOURAJ

Keyword(s): MINDFULNESS, MINDFULNESS- BASED STRESS REDUCTION, ANXIETY

19 INVESTIGATION OF THE RELATIONSHIP BETWEEN ENTREPRENEURSHIP BEHAVIOR WITH HUMAN CAPITAL AND NEED FOR ACHIEVEMENT IN IRANIAN ENTREPRENEURS

Name: INTERNATIONAL CONFERENCE ON PSYCHOLOGY, EDUCATIONAL AND BEHAVIORAL SCIENCES

Date: 12-13 JULY 2016

Volume: 1

Author(s): RAMEZANPOUR SUSAN,VARDANYAN KAMO,AVANESYAN HRANT M.

Keyword(s): ENTREPRENEURSHIP BEHAVIOR, ENTREPRENEUR, HUMAN CAPITAL, NEED FOR ACHIEVEMENT

20 THE RELATIONSHIP BETWEEN PSYCHOLOGICAL CAPITALS WITH SOCIAL RESPONSIBILITY IN ADOLESCENTS

Name: INTERNATIONAL CONFERENCE ON PSYCHOLOGY, EDUCATIONAL AND BEHAVIORAL SCIENCES

Date: 12-13 JULY 2016

Volume: 1

Author(s): GHASEMI SEDIGHEH,RASTEGAR AHMAD

Keyword(s):





بررسی ارتباط بین رفتار کارآفرینی با سرمایه انسانی و نیاز توفیق طلبی در کارآفرینان ایرانی

Susan Ramezanpour1, Kamo Vardanyan2, Hrant M Avanesyan3

PhD Psychology student at Yerevan State University-Email su.pour85@gmail.com

University of Armenian State Pedagogical, Faculty of Psychology and Philosophy,

E-mail: kamo.vardanyan@mail.ru

Yerevan State University, Faculty of Philosophy and Psychology: E-mail: psydep@ysu.am

چکیده

یکی از مباحث مهم در حوزه روان شناسی کارآفرینی، شناسایی خصوصیات، انگیزه ها در بروز رفتارهای کارآفرینانه در افراد میباشد. این ویژگی ها باعث برانگیختن و تحریک کارآفرین می شود و تمام خطرها را قبول و فعالیت کارآفرینانه خود را آغاز می کند. شناخت ویژگی های کارآفرینان به عنوان افراد موفق جامعه باعث می شود ضمن پرورش این ویژگی ها در خود از آن برای تربیت کارآفرینان هم استفاده شود. هدف از این پژوهش بررسی ارتباط بین رفتار کارآفرینانه با سرمایه انسانی و نیاز به توفیق طلبی در کارآفرینان ایرانی است. رفتار کارآفرینانه بعنوان متغیر وابسته و نیاز به توفیق طلبی، سرمایه انسانی (نقش اطلاعات حاصل از ارتباطات) بعنوان متغیرهای مستقل هستند. در چهار چوب تحقیق حاضر ۳۵۳ پرسشنامه بین کارآفرینان ایرانی توزیع گردید و داده های جمع آوری شده بر اساس آزمون تی، تجزیه واریانس، آزمون دانکن، تجزیه و تحلیل شدند، نتایج بدست آمده از تجزیه و تحلیل داده ها نشان داد که رفتار کارآفرینانه در میان کارآفرینان ایرانی تابعی از انگیزه های درونی به ویژه انگیزه پیشرفت یا نیاز به توفیق طلبی و سرمایه انسانی است.

واژگان کلیدی: رفتار کارآفرینی، کارآفرین، انگیزه پیشرفت یا نیاز توفیق طلبی، سرمایه انسانی

1-مقدمه

یکی از علوم بشری که نقش اساسی در تبیین رفتار و حالات انسانی دارد، علم روان شناسی است. شاید بتوان گفت که مهمترین هدف روان شناسی پیش بینی رفتار است، بنابراین هر زمینه ای که به این مهم کمک کند، باید مورد توجه قرار گیرد. یکی از زمینه هایی که در علت یابی و پیش بینی رفتار مورد توجه قرار می گیرد، انگیزش افراد است، چرا که محور اساسی بحث در زمینه هایی مانند یادگیری، ادراک، تفکر، عواطف و احساسات، هوش و مواردی از این قبیل است. (شاملو، ۱۳۸۴). یکی از مهمترین انگیزه های اجتماعی که بر رفتار انسان تأثیر می گذارد، انگیزه پیشرفت یا نیاز توفیق طلبی است که می توان آن را در پیش بینی و تبیین رفتار انسان مورد توجه قرار داد (Elliot, 1997). روانشناسان از اواسط قرن بیستم توجه خود را به کشف آن دسته از ویژگی های فردی و روانشناختی که کارآفرین را از غیر کارآفرین جدا میسازد، معطوف ساختند، هدف آنها کشف چگونگی ایجاد این ویژگی های متمایز کننده در افراد بوده است. در واقع ویژگی های روان شناختی باعث می شود که فرد تصمیم متفاوتی برای فرصت های مناسب بگیرد و شاید افرادی با دانش و مهارت لازم که فاقد چنین ویژگی های هستند، توانایی درک فرصت ها و تصمیم گیری در شرایط خاص را نداشته باشند (صمد آقایی، ۱۳۸۷). بیشتر تحقیقاتی که در زمینه کارآفرینی صورت گرفته است، بر روی شخص کارآفرین تمرکز داشته و همواره این سؤال مطرح شده است که چرا افراد معینی، رفتارهای کارآفرینانه، در حالی که افراد دیگر تحت همان شرایط این رفتارها را انجام نمی دهند؟ زیرا آنها خصایص درونی معینی را دارا هستند. این تمرکز در هر تحقیقی که درصدد شناسایی ویژگی های متمایزکننده کارآفرینان و غیر کارآفرینان بوده، وجود دارد (Carlland, 1984).

۲-رفتار کارآفرینی

مطالعه رفتار کارآفرینان نشان می دهد که کارآفرینان ویژگی های مخصوصی دارند (Matviuk, 2010). رویکردی که کارآفرینی را براساس ویژگی های کارآفرینی تبیین می کند به رویکرد شخصیتی معروف است. رویکرد ویژگی های شخصیتی بر این فرضیه تأکید می کند که کارآفرینان ویژگی ها، دیدگاه ها، و ارزش هایی دارند که یک نیروی محرک برای آن ها فراهم کرده و آن ها را از دیگران متمایز می کند (Gurol & Atsan, 2006). مطالعات انجام شده نشان می دهد که رویکرد ویژگی های شخصیتی در مقایسه با سایر رویکردهای کارآفرینی رواج بیش تری داشته است (Kruzic & Pavic, 2010) یکی از مباحث مهم در حوزه روان شناسی کارآفرینی، شناسایی ویژگیها، انگیزه ها، ایجاد رفتارهای کارآفرینانه در افراد میباشد (Drucker, 1985)، اعتقاد دارد کارآفرینی، بیش از آن که یک ویژگی



International Conference on Psychology, Educational and Behavioral Sciences

کنفرانس بین المللی روانشناسی، علوم تربیتی و رفتاری

12th and 13th July 2016 - Iran, Tehran

۲۲ و ۲۳ تیرماه ۱۳۹۵ - تهران

شخصیتی باشد، یک الگوی رفتاری است. این الگوی رفتاری را میتوان به افراد آموزش داد تا آنها یاد بگیرند که چگونه به طور کارآفرینانه رفتار کنند. به زعم وی از جمله پیش شرط های رفتار کارآفرینانه، گرایش و تمایل به کارآفرینی بوده است. در چند دهه ی اخیر، کارآفرینی و ترویج رفتار کارآفرینانه، یکی از اهداف حوزه روان شناسی و رفتار اقتصادی به منظور شناسایی توسعه ی کشورها بوده است. در یک فضای کارآفرینانه، اشخاص به شناسایی فرصت ها و بسیج منابع و امکانات برای استفاده از این فرصت ها می پردازند. اشخاص برای موفق شدن در بازار رقابتی احتیاج به اطلاعات، منابع، شناخته شده توسط دیگران دارند. محققان مانند، *Gibb, Ritchie* ۱۹۸۲ و *Scheiner, 2009* رفتارهای کارآفرینانه را یک پدیده ی ذاتی دانسته اند که از بدو تولد در برخی انسان ها وجود دارد. دسته ی از پژوهشها که به رویکرد رفتاری معروفند، تعامل بین عوامل اجتماعی فردی که در حوزه روان شناسی اجتماعی است را مورد تاکید قرار میدهند و در نهایت نظریه ی رفتار برنامه ریزی شده *Ajzen*، ۱۹۹۱ به عنوان چهارچوب رفتارهای کارآفرینانه مطرح میشود *Ajzen* تمایل به انجام رفتار را تابعی از سه متغیر بیان می کند. الف) نگرش به رفتار ب) هنجار ذهنی ج) کنترل رفتار ادراک شده. اولین متغیر که نگرش به رفتار، یک متغیر فردی و شخصی است که طی آن رفتار از نظر خود فرد ارزیابی میشود. و منظور از هنجار ذهنی اینکه فرد تا چه اندازه برای انجام رفتار کارآفرینانه از سوی جامعه تحریک و تشویق میشود و عواملی در جامعه که با عنوان فشارها معروف هستند باعث بروز رفتارهای کارآفرینانه میشود. و متغیر سوم یکی از پیشگو کننده های ضروری در رفتار به حساب می آیند. تحقیقات زیادی امکان پذیری رفتار را با کنترل رفتار ادراک شده نزدیک بهم می دانند.

۳- انگیزه های کارآفرینی / انگیزه توفیق طلبی

ارتباط بین انگیزش و رفتار جستجویی برای پاسخ به سوالات پیچیده در باره رفتارهای انسان است. نظریه های مختلف در باره ارتباط بین انگیزه ها و نیازها ی شکل دهنده رفتار وجود دارد. که تقریباً تمامی این نظریه ها یکی از مهمترین عوامل بروز رفتار های انسان را نیازها، انگیزه ها و حالات درونی انسان می دانند. با مطالعه دستاوردهای کارآفرینان موفق مشخص شده است که شور و شوق پایه و اساس کارآفرینی است (*Thimmones, 1999*). به عبارت دیگر، رفتار کارآفرینانه خلقت نیاز به سطوح بالایی از انگیزش درونی برای برخورد با مسائل یا پیگیری فرصتها به شکلی بدیع دارد. با وجود این، مناسبت و بجا بودن، بویژه مناسبت با واقعیت های بازار انگیزه نقشی اساسی در بروز رفتار کارآفرینانه خلقت دارد. به علت آن که رفتار کارآفرینانه نیاز به پیاده سازی ایده های بدیع و مناسب در جهان صنعت و تجارت دارد، تحریک کننده های سینرژیک بیرونی ممکن است دارای اهمیت ویژه ای باشد. توجه به جهان خارج و اقداماتی که دیگران در شرف انجام دادن آنها هستند، به آنچه دیگران می خواهند، به آنچه دیگران بدان ارزش می نهند و به آن پاداش می دهند، برای جمع آوری اطلاعاتی که منجر به موقعیت تجارتمی می گردد لازم است. بطور کلی اگر انگیزه های بیرونی به کارآفرین این احساس را بدهد که توسط شرایط و محدودیت های بیرونی کنترل می شود، شور و هیجان درونی اولیه کار را از بین می برد و به احتمال زیاد خلقت را از بین می برد و امکان موفقیت را کاهش می دهد. (*Thimmones, 1999*). یکی از مهمترین انگیزه های اجتماعی که بر رفتار انسان تأثیر می گذارد، انگیزه پیشرفت یا انگیزه توفیق طلبی است که می توان آن را در پیش بینی و تبیین رفتار انسان مورد توجه قرار داد (*Elliot, 1997*) مفهوم نیاز به توفیق طلبی اولین بار توسط *Murray, 1938* مفهوم سازی شد. تلاش برای موفقیت در هر موقعیتی؛ به نحوی که عملکرد بتواند طبق برخی از استانداردهای عالی بودن ارزیابی شود. موری پس از معرفی 20 نوع نیاز برای انسان ها با ساختن آزمون فرفاکن اندر یافت موضوع به سنجش نیازها از طریق داستان هایی که افراد در پاسخ به این آزمون می سازند، می پردازد. در سال *Mc Clelland, 1953* سه نیاز اساسی را زیربنای رفتار انسان ها 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 می دهند. اشتیاق شدید به کسب استانداردهای ایده آل در انجام امور، توفیق در موفقیت های رقابتی، خطرپذیری متوسط، آگاهی از نتایج و مسوولیت پذیری شخصی از سایر ویژگی این افراد است که اغلب در نقش کارآفرین ظاهر می شوند. رویکرد جدید به انگیزش پیشرفت، رویکردی شناختی بوده و روی هدف هایی تمرکز می کند که افراد در شرایط پیشرفت انتخاب می کنند. دو نوع هدف اصلی پیشرفت وجود دارد: هدف های عملکردی و هدف های یادگیری. هدف های یادگیری هدف هایی هستند که افراد به دنبال افزایش توانایی، لیاقت و تسلط خود برای انجام وظایف جدید بوده و جویای چالش و عکس العمل سلطه گرایانه نسبت به شکست، بدون توجه به درک خود از توانایی هایشان هستند، درحالیکه هدف های عملکردی هدف هایی هستند که در آن افراد در پی کسب قضاوت های مثبتی نسبت به صلاحیت و توانایی خود بوده و برای اثبات و معتبر شمردن توانایی خود سعی در پرهیز از قضاوت های منفی دیگران دربار هی خود دارند. پژوهشگران انگیزه ی پیشرفت یا توفیق طلبی را بعنوان یک ویژگی تک بعدی انسان می دانند که برای مقابله با چالش ها در او ایجاد انگیزه می کند تا بتواند موفقیت و برتری خود را حفظ کند (مقیمی، ۱۳۸۵). مک کلند ۱۹۶۱ "نیاز به موفقیت عبارت است از میل برای انجام کارهای سخت، سرآمد و برتر بودن و بهتر عمل کردن نسبت به سایرین به منظور دستیابی به یک احساس پیشرفت شخصی (*Cools & Broeck, 2008*)"

۴- سرمایه انسانی و کارآفرینی



International Conference on Psychology, Educational and Behavioral Sciences

کنفرانس بین المللی روانشناسی، علوم تربیتی و رفتاری

12th and 13th July 2016 - Iran, Tehran

۲۲ و ۲۳ تیرماه ۱۳۹۵ - تهران

سرمایه ی انسانی از دو بعد اصلی دانش و مهارت تشکیل شده است دانش شامل حقایق، واقعیت ها و اصول مربوط به پدیده ها و موجودات است. در کسب و کار، دانش شامل، دانش فنی و دانش کارآفرینی می شود. به توانایی استفاده از دانش در عمل و انجام درست کارها، مهارت گفته می شود. سرمایه ی انسانی تنها سرمایه ای است که افراد با استفاده ی بیشتر، کاهش نیافته و به صورت فزاینده، گسترش می یابد افراد اطلاعاتی متفاوتی نسبت به یکدیگر در ذهن خود دارند؛ زیرا آنها در شرایط متفاوتی نسبت به هم زندگی کرده و اطلاعات کسب کرده اند. نوع نگرش آنها نسبت به محیط و همچنین چگونگی تبدیل اطلاعات دریافتی از محیط به فرصت، در ذهن آنها متفاوت است. دانش پیشین فرد، راهرویی دانشی ایجاد می کند که تنها.. به او اجازه ی تشخیص فرصت های کارآفرینی خاص را می دهد تجربیات گذشته ی هر کارآفرین یاری دهنده ی وی در ایجاد رفتار کارآفرینی خواهد بود. اطلاعات در مورد، کارآفرینی از منابعی به دست می آید که دارای دانش خاص مکانی و زمانی هستند پژوهش های بسیاری، نشان می دهد که تنها 20٪ دانش افراد آشکار و واضح و 80٪ آن ضمنی و نامشهود است افرادی دانشی خاص به زمان و مکان دارند که این دانش برای دیگران موجود نیست. در بسیاری از موارد این دانش به راحتی به دیگران منتقل نمی شود. توانایی در شناخت یک فرصت از برخی دانشهای خاص زمانی و مکانی ناشی سرمایه ی انسانی، اما دانش کامل، به هیچ وجه وجود ندارد سرمایه انسانی علاوه بر اینکه می شود به طور مستقیم بر کارآفرینی اثر می گذارد، به طور غیرمستقیم و با تأثیر بر سرمایه ی اجتماعی نیز در تشخیص فرصت مؤثر است. سرمایه ی اجتماعی و سرمایه ی انسانی در موفقیت کارآفرین نوظهور، تأثیر دارند (یدالهی، ۱۳۹۰). تأثیر سرمایه ی انسانی بر کارآفرینی و بهره برداری از فرصت، سبب شده که افراد و سازمان ها برای بهبود سرمایه ی انسانی خود در توسعه ی مهارت ها و دانش، اقدام به سرمایه گذاری کنند تکیه بر اعتماد، ارتباطات برای دریافت منابع و اطلاعات با استفاده از پلهای سرمایه ی اجتماعی صورت می گیرد. دو عامل گفته شده در کنار دانش پیشین و سرمایه ی انسانی کارآفرین، منجر به کشف و تشخیص فرصت ها و کارآفرینی می شود. (رضوی، ۱۳۹۰)

۵- روش پژوهش

این پژوهش یک تحقیق توصیفی-کاربردی است. (تحقیقات توصیفی شامل مجموعه روشهایی که هدف آنها توصیف کردن شرایط یا پدیده های مورد بررسی است). اساس پژوهش حاضر در واقع روش پیمایشی است، در مطالعات پیمایشی هدف مطالعه ی مجموعه ای ساخت مند یا منظمی از داده هاست که به بیان "دواس" ماتریس متغیر بر حسب داده های موردی می باشد. (دواس، ۱۳۷۶) تحقیق بصورت میدانی اجرا شده است و برای تحلیل داده های آماری از روشهای مختلف آمار توصیفی و استنباطی استفاده شده است و برای انجام دادن محاسبات و ترسیم مدلها و نمودارها نرم افزار (اس پی اس اس) بکاررفته است.

۶- جامعه /نمونه آماری

جامعه آماری مورد مطالعه کارآفرینانی هستند، که در جشنواره های علمی-پژوهشی بر اساس شاخصهایی انتخاب شده اند که تعداد ۳۰۰۰ نفر می باشد. در این مطالعه انتخاب حجم نمونه، بنا بر ویژگی های موضوع مورد مطالعه، از روش نمونه گیری تصادفی استفاده شده است. برای تعیین حجم نمونه مورد بررسی از فرمول کوکران استفاده شده و با توجه به اینکه حجم جامعه آماری ۳۰۰۰ است با استفاده از فرمول مذکور و براساس ۵/۰ خطا تعداد افراد به ۳۵۳ محاسبه شدند که پرسشنامه بین این تعداد افراد توزیع گردیده دلیل پراکندگی جمعیت نمونه وعدم دسترسی مستقیم به همه ی آنها برای توزیع و جمع آوری اطلاعات از میزان حجم نمونه ۱۲۰ نفر پرسشنامه را برگرداندند. که تجزیه و تحلیل بر روی این تعداد انجام شده است.

۷-روش جمع آوری اطلاعات

پرسشنامه ها به سه طریق در اختیار افراد نمونه قرار گرفت پرسشنامه ها به طرق مختلف از جمله آدرس الکترونیک ایمیل، تعدادی از طریق فاکس، تعدادی نیز بصورت حضور مستقیم در محل کار نمونه ها پرسشنامه ها توزیع و جمع آوری شدند.

۸-ابزار جمع آوری اطلاعات در تحقیقات از نوع پیمایشی، ابزار مناسب برای جمع آوری داده ها، ابزارهایی همچون پرسشنامه و مصاحبه است. در تحقیق حاضر برای جمع آوری اطلاعات از پرسشنامه استفاده شده است پرسشنامه شامل مجموعه ای از گویه هاست که پاسخ دهنده پس از مطالعه و ملاحظه ی آنها، جوابهای لازم را ارائه میدهد. این جوابها داده های مورد نیاز پژوهشگر را تشکیل می دهد (خوی نژاد، ۱۳۸۰) گرچه پرسشنامه های مورد بهره برداری در این تحقیق، هم از نظر (روایی) اعتبار و هم از لحاظ پایایی (ثبات) به دلیل تکرار در اجرای تحقیقات قبلی، روا و پایا هستند، اما به منظور کسب اعتماد بیشتر و تعیین روایی پرسشنامه ها، از آزمون آلفای کرونباخ استفاده گردیده است. پرسشنامه انگیزه ی پیشرفت دارای ۸ سوال که ضریب پایایی بر حسب آلفای کرونباخ ۰،۱۳۴، و پرسشنامه سنجش رفتار کارآفرینانه با ۲۹ سوال که ضریب پایایی بر حسب آلفای کرونباخ ۰،۶۳ است. این پرسشنامه در تحقیقاتی بوسیله هیلز، سینگ که در سالهای ۲۰۰۱-۱۹۹۵ طراحی و بکار گرفته اند، در این پژوهش استفاده گردید. علاوه بر پرسشنامه های مذکور سوالاتی عمومی جمعیت شناختی نیز طراحی شدند که افراد نمونه به آنها جواب دادند سوالات مانند سن، جنس، سطح تحصیلات، نقش ارتباط با فامیل و دوستان در بروز رفتار کارآفرینانه.



International Conference on
Psychology, Educational and Behavioral Sciences

کنفرانس بین المللی روانشناسی، علوم تربیتی و رفتاری

12th and 13th July 2016 - Iran, Tehran

۲۲ و ۲۳ تیرماه ۱۳۹۵ - تهران

۹- تحلیل توصیفی داده های تحقیق

جدول ۱- توزیع فراوانی پاسخگویان براساس جنسیت

متغیر	فراوانی	درصد	درصد معتبر
مرد	۱۲۰	۱۰۰.۰	۱۰۰.۰

در این پژوهش افراد نمونه مردان کارآفرین می باشند، که در جشنواره دانشگاههای مختلف کشور و وزارت کار و امور اجتماعی برگزیده شده اند

جدول ۲- توزیع فراوانی پاسخگویان براساس سن

گروههای سنی	فراوانی	درصد	درصد معتبر
<30	10	8.3	6.7
31-40	22	18.3	18.3
41—50	48	40.	40.
51-60	25	20.83	20.83
>60	15	12.5	12.5
	120	100	100

در این پژوهش افراد نمونه از گروه های سنی متفاوتی هستند، از جوانترین گروه تا مسن ترین گروه سنی شرکت دارند .

جدول ۳- توزیع فراوانی پاسخگویان براساس نقش ارتباط با دوستان نزدیک در رفتار کارآفرینی

نمره	فراوانی	درصد	درصد معتبر
7	65	54.2	54.2
6	2	1.7	1.7
5	6	3.3	3.3
4	10	8	8
3	27	22.5	22.5
2	6	3.3	3.3
1	2	1.8	1.8
0	8	13	13

۱۰- تحلیل استنباطی داده های پژوهش

برای آزمون فرضیه های تحقیق از روش آمار استنباطی استفاده میشود. با توجه به ماهیت فرضیه های تحقیق از آزمون تی و تجزیه واریانس و آزمون دانکن استفاده میشود که نتایج در جدول ۴الی ۷ نشان داده شده است .

یافته های پژوهش

فرضیه اصلی پژوهش: رفتار کارآفرینانه با سرمایه انسانی وانگیزه توفیق طلبی ارتباط معناداری دارد .

به منظور بررسی ارتباط بین رفتار کارآفرینی با متغیرهای نیاز به توفیق طلبی و سرمایه انسانی از آزمون تی یک جمعیتی استفاده می کنیم . برای پاسخ گویی به این پرسش پس از همگن سازی نمره های سؤالات پرسشنامه و تولید معدل مؤلفه ها و ابعاد مختلف و درنهایت متغیر ویژگی های فردی با استفاده از پارامترهای آماری برای مؤلفه ها و ابعاد شامل میانگین، انحراف معیار و انحراف استاندارد محاسبه شدند. سپس میانگین ها با آزمون تی یک جمعیتی با مقدار متوسط که عدد ۲ است مقایسه شدند.

جدول ۴ پارامترهای آماری، تی تست و سطح معناداری برای ویژگی های فردی نمونه ها

ابعاد	$\mu_0 = 2$
-------	-------------



International Conference on Psychology, Educational and Behavioral Sciences

کنفرانس بین المللی روانشناسی، علوم تربیتی و رفتاری

12th and 13th July 2016 - Iran, Tehran

۲۲ و ۲۳ تیرماه ۱۳۹۵ - تهران

فردی	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	t Value	Df	Sig. (2-tailed)
سرمایه انسانی	120	2.2413	0.31918	0.02914	۴,۲۹	119	0.000**
نیاز توفیق طلبی	120	2.1095	0.27915	0.02548	۹,۲۸	119	0.000**
رفتار کارآفرینی	120	۲,۲۴	0.30199	0.02757	7.21	119	0.000**
مجموع ابعاد فردی	120	2.1976	0.18448	0.01684	11.736	119	0.000**

*معناداری در سطح ۰,۰۵

**معناداری در سطح ۰,۰۰۱

همچنانکه در جدول ۴ مشاهده می‌کنیم نمره میانگین کارآفرینان در ویژگی سرمایه انسانی ۲,۴ و در ویژگی انگیزه پیشرفت ۲,۱۰ و در سنجش رفتار کارآفرینانه ۲,۲۴ و در مجموع سه ویژگی نمره ۲,۱۹ کسب کرده اند، از مقایسه نمرات میانگین کارآفرینان نتیجه می‌گیریم که ویژگی‌های مورد پژوهش تقریباً تأثیر یکسانی بر افراد نمونه داشته اند. وقتی مقدار تی هرسه ویژگی را مقایسه می‌کنیم نتایج زیر مشاهده می‌کنیم مقدار تی در ویژگی سرمایه انسانی ۴,۲۹، مقدار تی در ویژگی انگیزه پیشرفت ۸,۲۸، مقدار تی در ویژگی رفتار کارآفرینی ۷,۲۱ و مقدار تی در مجموع سه ویژگی ۱۱,۷۳ بدست آمده است. با توجه به نتایج جدول ۴، درمی‌یابیم کارآفرینان در کلیه ویژگی‌های فردی متوسطی بیشتر از مقدار میانگین ۲ کسب کرده‌اند بنابراین می‌توان دریافت که نگرش پاسخ دهندگان نسبت به این ویژگی‌ها مثبت بوده است. هم چنین سطح معنی داری آزمون تی در متغیرهای مورد پژوهش یک درصد بوده است و نشان‌دهنده این است که نمره میانگین کارآفرینان در ویژگی‌های سرمایه انسانی، نیاز توفیق طلبی، با مقدار ۲ تفاوت معناداری داشته اند.

تجزیه و تحلیل سرمایه انسانی

بررسی ویژگی‌های خانوادگی، سطح تحصیلات یا وضعیت فرهنگی و همچنین وضعیت اقتصادی فامیل و دوستان کارآفرینان را با استفاده از پارامترهای آماری انجام می‌دهیم.

جدول ۵ پارامترهای آماری تی تست و سطح معناداری سرمایه انسانی

	$\mu_0 = 2$						
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	t Value	Df	Sig. (2-tailed)
سرمایه انسانی	119	2.4034	0.47065	0.0431	9.349	118	0.000**

همچنانکه در جدول ۵ مشاهده می‌کنیم نمره تی تست افراد نمونه ۹,۳۴ و نمره میانگین کارآفرینان در این خصوصیت ۲,۴۰ بدست آمده است با توجه به مقدار تی بدست آمده ۹,۳۴ کارآفرینان در خصوصیت سرمایه انسانی که متوسطی بالاتر میانگین ۲ کسب کرده اند. بنابراین می‌توان دریافت که نگرش پاسخ دهندگان مثبت بوده است. هم چنین سطح معنی داری آزمون تی در مورد سرمایه انسانی یک درصد بوده است و نشان دهنده این است که نمره میانگین کارآفرینان در این ویژگی با مقدار ۲ تفاوت



International Conference on Psychology, Educational and Behavioral Sciences

کنفرانس بین المللی روانشناسی، علوم تربیتی و رفتاری

12th and 13th July 2016 - Iran, Tehran

۲۲ و ۲۳ تیرماه ۱۳۹۵ - تهران

معناداری در سطح ۹۹٪ داشته اند. برای مقایسه میانگین ها آزمون اف بکار گرفته می شود. در این موارد چنانچه داده ها دارای توزیع نرمال باشند، با تشکیل جدول تجزیه واریانس و استفاده از آزمون اف میانگین گروه ها با یکدیگر مقایسه می شوند. چنانچه تفاوت معنی داری بین میانگین ها وجود داشته باشد، از آزمون چنددامنه ای دانکن برای مقایسه زیر گروه ها استفاده می شود.

فرضیه دوم

رفتار کارآفرینی که تابع ویژگیهای فردی (نیاز توفیق طلبی و سرمایه انسانی) است، با ویژگی سن افراد نمونه ارتباط معناداری دارد.

با توجه به اینکه افراد نمونه دارای گروه های سنی متفاوتی هستند، برای مقایسه ویژگیهای فردی این سه گروه از آزمون اف استفاده می کنیم، تجزیه واریانس در ویژگیهای فردی را محاسبه می کنیم.

جدول ۶ تجزیه واریانس ویژگیهای فردی براساس گروه های سنی

	منابع تغییر	Chi-Square	df	Mean-Square	F	Significant level
متغیرها	سن افراد	1.265	4	0.316	2.019	0.096 ns
	خطا	18.017	115	0.157		
	کل	19.282	119			
نیاز توفیق طلبی	سن	2.788	4	0.697	8.586	0.000 **
	خطا	9.335	115	0.081		
	کل	12.123	119			
سرمایه انسانی	سنی	0.744	4	0.186	4.618	0.000 **
	خطا	8.529	115	0.074		
	کل	9.273	119			
رفتار کارآفرینانه	سنی	0.715	4	0.179	3.408	0.000 **
	خطا	10.138	115	0.088		
	کل	10.853	119			
ویژگی فردی و	سنی	0.501	4	0.125	4.537	0.002 **
	خطا	3.176	115	0.028		
	کل	3.677	119			

** , *

*P<0.05 , **P<0.001 NS ,not significant

همچنانکه در جدول ۶ مشاهده می کنیم مقدار اف در ویژگی نیاز توفیق طلبی ۸.۵۸ و مقدار اف در ویژگی سرمایه انسانی ۴.۶۱ و مقدار اف در ویژگی رفتار کارآفرینی ۳.۴۵ بدست آمده است که این ویژگیها در سطح اطمینان ۹۵٪ تفاوت معنادار دارند. در این قسمت برای اینکه در یابیم که کدام گروه های سنی و در کدام ویژگی با دیگر گروه ها تفاوت معناداری دارند از آزمون چنددامنه ای دانکن استفاده می کنیم.



International Conference on Psychology, Educational and Behavioral Sciences

کنفرانس بین المللی روانشناسی، علوم تربیتی و رفتاری

12th and 13th July 2016 - Iran, Tehran

۲۲ و ۲۳ تیرماه ۱۳۹۵ - تهران

جدول ۷ مقایسه میانگین ابعاد و ویژگی های فردی اجتماعی کار آفرینان با آزمون دانکن در سطح ۵ درصد

گروه های سنی	ویژگیهای فردی	نیاز توفیق طلبی	سرمایه انسانی	کارآفرینی
	Mean Class	Mean Class	Mean Class	Mean Class
30<	2.1594 A	2.5163 A	1.9625 B	2.3775 A
31-40	2.1723 A	2.38 A	2.1306 AB	2.3382 A
41-50	2.059 AB	2.0789 B	2.1717 A	2.1972 A
51-60	1.9973 B	2.45 AB	2 AB	2.2877 A
60>	2.0991 B	2.4575 A	2.1 AB	2.2775 A

با توجه به نتایج که از این فرضیه بدست آمده است می توان تأثیر سن را بر ویژگی های فردی مورد مقایسه و تجزیه و تحلیل قرار داد. افراد نمونه که دارای سن پایینی هستند یا عبارت دیگر جوانترین گروه نمونه دارای نمره توفیق طلبی بالای هستند ولی دو گروه بعدی با وجود اینکه جوان هستند و از نظر قوای فکری و استعدادهای ذاتی توانا هستند در مقایسه با گروه سنی ۵۰ سال به بالا نمره نیاز توفیق طلبی پایینتری بدست آورده اند با بررسی مطالعات علمی که در زمینه انگیزه پیشرفت در گروه های سنی متفاوت انجام شده است نتایج تحقیقات ارتباط بین انگیزه پیشرفت و کارآفرینی یک ارتباط مستقیم را نشان می دهد چون افراد جوان، انگیزه ی قوی برای پیشرفت در زمینه های اقتصادی و کسب درآمد زیادتر و رئیس خود بودن دارند.

۱۱- بحث و نتیجه گیری

بالا بودن نمره انگیزه پیشرفت و سرمایه انسانی افراد نمونه نشان دهنده این موضوع است که این ویژگی فردی عامل بسیار مهمی برای کارآفرین شدن افرادی که استعداد و پتانسیل کارآفرینی دارند، هست. نتیجه ی این قسمت از پژوهش باتئوری محققینی مانند مک کلند، آرتور کول، جینیگز، و اندرو و برانش، گارتنر، بروکهاوس، فرای که بر انگیزه پیشرفت تأکید دارند همسو و هماهنگ می باشد. وبر واس چی پی ۲۰۰۴ ویژگیهای شخصیتی و توانایی های افراد مسن که کارهای اقتصادی را راه اندازی کرده و در آن فعالیتها موفق هم شده بودند را بررسیهای کردند و نتیجه گرفتند که با دارا بودن سه ویژگی توانایی مالی و توانایی انسانی و توانایی علمی می توانند کارهای اقتصادی انجام دهند علاوه بر اینها وقتی آنها دارای تجربه کاری در زمینه های خاص هستند نیز این تجربه به موفقیت آنها کمک می کند. (کارون و بلاک بوم و مک کی، ۲۰۰۱) و (سینگ-دی نوبل، ۲۰۰۳) (کوتون ۲۰۰۹) بر روی انگیزه های افراد مسن و ارتباط آن با رفتارهای اقتصادی پژوهش کردند و نتیجه گرفتند که انگیزه های کشتی- موقعیتی باعث می شود آنها به کارهای اقتصادی دست بزنند. سن ایده آلی وجود ندارد که در آن یک فعالیت اقتصادی را آغاز کرد در یک بررسی میدانی که بر روی ۳۰۰۰ کارآفرین صورت گرفت ۸۸ درصد از کارآفرینان فعالیت اقتصادی شان را در بین سنین ۵۰-۲۵ سالگی آغاز کرده اند و تقریباً ۶۵ درصد در سنین ۲۰ تا ۳۰ سالگی فعالیت اقتصادی شان را شروع کرده اند. به این دوره "پنجره کارآفرینانه" گفته می شود این به این دلیل است که قبل از آن زمان، اکثر تجربی و یا سرمایه گذاری جهت شروع یک فعالیت اقتصادی موفق ندارند. به محض اینکه افراد به سن ۴۰ تا ۴۹ سالگی می رسند این انگیزه در افراد تقویت می شود. یک گروه دیگر از کارآفرینان آنها می هستند که فعالیت اقتصادی شان را بعد از بازنشستگی آغاز می کنند. در این بررسی نشان داده شده است که ۱۰ درصد کارآفرینان، فعالیت اقتصادی خود را بعد از سن ۵۰ سالگی آغاز کرده اند و نیز



International Conference on Psychology, Educational and Behavioral Sciences

کنفرانس بین المللی روانشناسی، علوم تربیتی و رفتاری

12th and 13th July 2016 - Iran, Tehran

۲۲ و ۲۳ تیرماه ۱۳۹۵ - تهران

تعدادی از سن ۶۰ سالگی یا بیشتر خواهد بود. (احمدپور، ۱۳۷۸) با بررسی مطالعات علمی که در زمینه انگیزه پیشرفت در گروه های سنی متفاوتی یکی از تئوریهای مهم در حوزه روانشناسی شناختی که به بررسی و تأثیر فاکتورهای شناختی بر کارآفرینی می پردازد (تئوری سرمایه انسانی). این تئوری بیان می کند دانش و اطلاعات در افراد کوریدور علم بوجود می آورند که فرایندهای مغزی افراد را تحت تأثیر قرار

می دهند در پژوهش حاضر دانش تخصصی و دانش عمومی افراد نمونه را با مقیاس لیکرت مورد سنجش قرار دادیم و در هر دونوع دانش افراد نمونه کارآفرین نمره بالایی کسب کرده اند. نتیجه این قسمت از تحقیق نیز تأییدی بر تئوریهای روانشناسی شناختی است و با تحقیقات محققین این حوزه هماهنگ و همسو می باشد

مراجع

- [۱] احمد پورداریانی، محمود: طراحی و تبیین الگوی پرورش مدیران کارآفرین در صنعت رساله دوره دکتری، ۱۳۷۸
- [2] خوی نژاد، غلام رضا: *روش های پژوهش در علوم تربیتی*، تهران انتشارات سمت، ۱۳۸۱
- [3] دواس، دی. ای: *پیمایش در تحقیقات اجتماعی*، ترجمه هوشنگ نابی، چاپ دوم، تهران: نشر نی، ۱۳۸۲
- [4] شاملو، سعید: *نظریه های مربوط به شخصیتی*، تهران، انتشارات تهران، ۱۳۸۴
- [5] صمدآقایی، جلیل: *سازمانهای کارآفرین*، تهران مرکز آموزش مدیریت دولتی، ۱۳۷۸
- [6] مقیمی، سیدمحمد: *کارآفرینی در نهادهای جامعه ی مدنی*، نشر مدنی، ۱۳۸۵
- [7] بدالهی، جهانگیر، رضوی، نقش سرمایه ی اجتماعی و سرمایه ی انسانی در کارآفرینی جوانان در روستاهای بخش کربال، *پژوهش های جغرافیایی انسانی*، شماره ی 79، بهار 139

[8] Ajzen, I. the theory of planned behavior, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 1991, 179-211

[9] Atkinson, J.W.. Motivational determinants of risk-taking behavior. *Psychological Review*, 64, 1957 و 359 – 372

[10] Carland, J. W, Boulton, W. R. and Carland. J. C. :Differentiating entrepreneurs from small business owners: A conceptualization, *Academy of management. Review*. 9 . ۱۹۸۴, 354-359

[11] Cools, E. & Broeck, H.V. :The Hunt for the heffalump continues: can trait and cognitive characteristic predict entrepreneurial orientate on? , *Journal of Small Business Strategy* , 18(2), 2008, 23-41

[12] Drucker, P.: *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*, Heinemann, London, 1985

[13] Elliot, A.J.: Integrating the classic and contemporary approaches to achievement motivation: A hierarchical model of approach and avoidance achievement goals. *Educational Psychologist*, 34, 1997, 169 – 189 .

[14] Elliot, E., and Dweck, C. ::Goals: an Approach to

Motivation and Achievement, "Journal of Personality and Social Psychology", 1988, 54, 5-12.

[15] Gibb, A., Ritchie, J. Understanding the Process of Starting Small Businesses *International Small Business Journal*, 1, 1982, 26-

45 [16] Gurol, Y. & Atsan, N. :Entrepreneurial characteristics amongst university students some insights for entrepreneurship education and training in Turkey", *Education & Training*, 48(1), 2006, 25-38.

[17] Krusic, D. & Pavic, I. :Students' Entrepreneurial Characteristics: Empirical Evidence from Croatia", *the Business Review*, Cambridge, 14(2), 2010, 216-221.

[18] Mc Clelland, D.C. & Atkinson, J., Clark, R., and Lowell, E.L.. *The Achievement motive*. New York: Appleton , 1953

[19] Mc Clelland, D.C. & Winter, D.: *Motivating Economic Achievement*, New York: Free Press, 1971.

[20] Matviuk, S. G.: A Study of Peruvian Entrepreneurs Leadership Expectations, *Journal of American Academy of Business* Cambridge, 16(1), 2010, 65-70 [21] Murray, H.A.: *Explorations in personality*. New York: Oxford University press, 1938

[22] Scheiner, C.W.: *Fundamental Determinants of Entrepreneurial Behaviour*. Abler , 2009. 7-9

[23]. Singh, R., Hills, G., Hybels, R., & Lumpkin, G. :Opportunity recognition through social network characteristics of entrepreneurs. *Frontiers of entrepreneurship research*, 1999, 228-241



International Conference on
Psychology, Educational and Behavioral Sciences

کنفرانس بین المللی روانشناسی، علوم تربیتی و رفتاری

12th and 13th July 2016 - Iran, Tehran

۲۲ و ۲۳ تیرماه ۱۳۹۵ - تهران

Investigation of the relationship between entrepreneurship behavior with human capital and need for achievement in Iranian entrepreneurs

Susan Ramezanpour¹, Kamo Vardanyan², Hrant M Avanesyan³

PhD Psychology student at Yerevan State University-Email su.pour85@gmail.com

University of Armenian State Pedagogical, Faculty of Psychology and Philosophy,

E-mail: kamo.vardanyan@mail.ru

Yerevan State University, Faculty of Philosophy and Psychology: E-mail: psydep@ysu.am

Abstract .One of the important issues in the field of psychology of entrepreneurship is identifying the characteristics, motivations entrepreneurial behavior in individuals. These characteristics will motivate and stimulate entrepreneurs. He/she accepts all risks and begins his/her entrepreneurial activities. Identify the characteristics of entrepreneurs as successful people society that these characteristics can Foster in them and also used to train other entrepreneurs. The goal of this study is to examine the relationship between the entrepreneurship behavior with human capital and need for achievement among Iranian entrepreneurs. Need for achievement and human capital are independent variables and entrepreneurial behavior as dependent variable. In the framework of the present study a total of 353 questionnaires were distributed among Iranian entrepreneurs and the data were analyzed based on multi variety regression and the correlation coefficient. The obtained results from data analyses show that the entrepreneurial behavior of among Iranian entrepreneurs is dependent upon human capital and need for achievement.

Keywords: entrepreneurship behavior, entrepreneur, human capital, need for achievement