

## تبیین متغیرهای فردی اثرگذار بر فرآیند کارآفرینی مستقل در دفاتر مسافرتی (جهانگردی، هوایی و زیارتی) منطقه شمال ایران

حسنعلی آقاجانی\*؛ دانشیار گروه مدیریت صنعتی دانشگاه مازندران  
محمد مهدی ملکی؛ دانشجوی دوره دکتری دانشگاه مازندران  
فاطمه یحیی تبار؛ کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی

دریافت مقاله: ۹۶/۱/۲۸

پذیرش نهایی: ۹۶/۳/۱۲

### چکیده:

هدف تحقیق حاضر، تبیین متغیرهای فردی اثرگذار بر فرآیند کارآفرینی مستقل در دفاتر خدمات مسافرتی (جهانگردی، هوایی و زیارتی) منطقه شمال ایران می‌باشد. جامعه آماری شامل تعداد ۸۰۰ نفر از مدیران و مالکان دفاتر خدمات مسافرتی سه استان شمالی (گیلان، مازندران و گلستان) بوده‌اند که به منظور جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز، از نظرات ۲۴۳ نفر به عنوان نمونه آماری از طریق توزیع و جمع‌آوری پرسشنامه‌ای با اجزاء استاندارد و ضریب پایایی ۰/۹۵ استفاده شده و ابعاد فرعی چهارگانه عوامل فردی تبیین‌کننده فرآیند کارآفرینی مستقل با استفاده از آزمون‌های آماری معادلات ساختاری، تی استیودنت و همبستگی، مورد تحلیل قرار گرفتند. نتایج آزمون فرضیات، نشان داده‌اند که ضمن تأیید کلیت مدل تبیین‌کننده عوامل اثرگذار بر فرآیند کارآفرینی مستقل، متغیرهای فرعی چهارگانه به ترتیب (رفتار کاری، شایستگی‌های اساسی، وظایف هفتگانه مدیریتی، ویژگی‌های روانشناختی) تبیین‌کننده فرآیند کارآفرینی مستقل در جامعه آماری مورد مطالعه بوده‌اند.

**واژه‌های کلیدی:** کارآفرینی مستقل، خدمات مسافرتی، جهانگردی، هوایی، زیارتی، ایران.

### مقدمه

امروزه، دانشمندان معتقدند که دانش فنی و تکنولوژی به ثروت، رفاه و سود اقتصادی تبدیل نمی‌شود مگر با وجود افراد کارآفرین که با خلاقیت و نوآوری، شیوه‌های ناکارآمد قبلی را تخریب نموده و روش‌های جدید را به وجود آورند. تیمونز (۱۹۹۰) در خصوص کارآفرینی می‌نویسد: کارآفرینی خلق و ایجاد بینشی ارزشمند از هیچ است. تجربه موفقیت آمیز اغلب کشورهای پیشرفته و نیز برخی کشورهای در حال توسعه در مدیریت بحران‌های اقتصادی، به یمن توجه و التفات به توسعه کارآفرینی و کارهای نوآورانه بوده است و به همین علت، برای کارآفرینی و کارآفرینان اهمیت خاصی قائل می‌شوند (جعفرنژاد و همکاران، ۱۳۹۰). تمایل به کارآفرینی تنها حاصل شرایط اقتصادی

نیست، بلکه، شخصیتی نیز هست و عوامل فرهنگی نیز در آن نقش دارند. کارآفرینی مستقل، از برخورد ویژگی‌های فردی کارآفرینان با محیطی که در آن نشو و نمو یافته‌اند، به وجود می‌آید (2002, Postigh). براساس تعریف GEM، در کارآفرینی فردی یا مستقل، شرکت جدیدی تأسیس می‌شود تا کالا یا خدمت جدیدی به جامعه عرضه گردد (2008, GEM).

امروزه، در شرایطی که پایین بودن درآمد سرانه کشور و کاهش سرمایه‌گذاری در اقتصاد کشور، بهره‌وری کم و گرایش به تعدیل نیروی انسانی در سازمان‌های دولتی و وابسته به دولت و خیل تازه‌واردان به عرصه کار، بیکاری را به معضل بزرگ اقتصادی و اجتماعی این زمان بدل کرده است، به نظر می‌رسد که توسعه کارآفرینی و ترویج فرهنگ کارآفرینی یک ضرورت جدی اقتصادی، اجتماعی و سیاسی باشد.

تاکنون مطالعات مختلفی در مورد ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان (استرنبرگ<sup>۱</sup> و واگنر<sup>۲</sup>، ۲۰۰۴). عوامل اثرگذار بر موفقیت و شکست فرآیند کارآفرینی (کینگ<sup>۳</sup>، ۲۰۰۶: ۱۷۹)، تبیین عوامل اثرگذار بر فرآیند کارآفرینی (جعفرنژاد و همکاران، ۱۳۹۰)، تبیین نقش ویژگی‌های روانشناختی کارآفرینان بر فرآیند کارآفرینی مستقل (آقاجانی و گنجه‌خور، ۱۳۸۹) و غیره انجام شده است. اما، این تحقیق به صورت ویژه، به دنبال یافتن متغیرهای فردی تأثیرگذار بر فرآیند کارآفرینی مستقل در سطح جامعه آماری مورد مطالعه می‌باشد.

### مبانی نظری و پیشینه تحقیق

مفهوم کارآفرینی، اولین بار در فرانسه برای افرادی به کار می‌رفت که در جنگ سده شانزدهم میلادی در مأموریت‌های نظامی، خود را به خطر می‌انداختند و به استقبال مرگ می‌رفتند و بعدها، این واژه، به کسانی اطلاق می‌شد که مخاطره یک فعالیت اقتصادی را می‌پذیرفتند و دست به یک نوآوری می‌زدند.

در ادبیات کارآفرینی، تعاریف بسیار مختلفی برای آن ارائه شده است که بعضی از تعاریف آن عبارتند از: فرآیندی که بتوان با استفاده از خلاقیت، عنصر جدیدی را همراه با ارزش جدید با استفاده از زمان، منابع، ریسک و به‌کارگیری دیگر عوامل، به وجود آورد، کارآفرینی گویند (تامسون<sup>۴</sup> و آلوی<sup>۵</sup>، ۲۰۰۰). کارآفرینی عبارت است از فرآیند نوآوری و بهره‌گیری از فرصت‌ها، با تلاش و پشتکار بسیار و

1 . Sternberg

2 . Wagner

3 . King

4 . Thompson

5 . Alvy

همراه با پذیرش ریسک‌های مالی، روانی و اجتماعی که با انگیزه کسب سود مالی، توفیق طلبی، رضایت شخصی و استقلال صورت پذیرد (میشل<sup>۱</sup> و هایسریچ<sup>۲</sup>، ۱۹۸۷). در کارآفرینی مستقل، شرکت و سازمان (کسب‌وکار) جدیدی تأسیس می‌شود تا کالا و خدمت جدیدی به جامعه عرضه گردد (آقاجانی، ۱۳۸۴: ۲).

(لیتونن<sup>۳</sup>، ۲۰۰۰) ویژگی‌های فرد کارآفرین را شامل توانایی خطرپذیری، نوآوری، دانش در زمینه فنون کار، بازار و بازاریابی، مهارت‌های مدیریت کسب‌وکار، توانایی برای همکاری، برداشت خوب نسبت به کسب‌وکار و توانایی برای شکار فرصت می‌داند. مقیمی و زالی (۱۳۷۹)، ضمن تأکید بر تعداد زیادی از متغیرهای محیطی، اشاره می‌کنند که نظام نادرست پاداش موجود در جامعه، مانع مهمی در فرآیند کارآفرینی به حساب می‌آید. عزیزی (۱۳۸۲)، در بررسی زمینه‌های بروز و پرورش کارآفرینی در دانشجویان سال آخر کارشناسی و کارشناسی ارشد دانشگاه شهید بهشتی، نتیجه گرفته است که بین متغیرهای اعتقاد به کنترل درونی، انگیزه پیشرفت، ریسک‌پذیری، استقلال طلبی و خلاقیت دانشجویان با کارآفرینی آنان، رابطه معناداری وجود داشته است. همچنین، بین برنامه‌های آموزشی ارائه شده از سوی دانشکده‌های دانشگاه شهید بهشتی و میزان کارآفرینی دانشجویان رابطه معناداری وجود نداشته است. ناظم و عباسی (۱۳۸۴) بررسی کرده‌اند که بین ویژگی‌های فردی سطح تحصیلات، سن، و وضعیت تأهل با فرآیند کارآفرینی، رابطه معنادار وجود دارد. زالی (۱۳۸۴)، از عوامل مؤثر فرآیند کارآفرینی، به بررسی ویژگی‌های فردی توفیق‌طلبی، استقلال‌طلبی، نوآوری و خلاقیت، عزم و اراده، و ریسک‌پذیری میان دانشجویان دانشگاه مازندران پرداخته و نتیجه‌گیری کرده است که در جامعه آماری مورد مطالعه، هیچکدام از افراد واجد ویژگی‌های فردی کارآفرینانه نیستند. آقاجانی و گنجه‌خور (۱۳۸۹)، در بررسی تبیین نقش ویژگی‌های روانشناختی کارآفرینان بر فرآیند کارآفرینی مستقل، شش متغیر استقلال در کار، خلاقیت و نوآوری، خطرپذیری، اراده و پشتکار، کنترل درونی و روحیه یادگیری را که به صورت مستقیم و غیر مستقیم و تعاملی بر فرآیند کارآفرینی مستقل تأثیرگذار هستند را شناسایی کردند. جعفر نژاد و همکاران (۱۳۹۰)، در بررسی تبیین عوامل اثرگذار بر فرآیند کارآفرینی مستقل، چهار عامل متغیرهای فردی، شغلی، رفتاری و محیطی را که هم به صورت مستقیم و غیر مستقیم و هم به صورت تعاملی بر فرآیند کارآفرینی مستقل تأثیرگذار هستند را شناسایی کردند.

1 . Michel

2 . Hisrich

3 . Littunen

(زهرا<sup>۱</sup>، ۱۹۹۳) با هدف بررسی ارتباط بین عوامل محیط خارجی، کارآفرینی و عملکرد مالی شرکت‌ها، نتیجه‌گیری کرده است که هر محیطی، پرورش‌دهنده ترکیبی از فعالیت‌های مختلف مرتبط با نوآوری، تأسیس و تجدید ساختار شرکتی است. فعالیت‌های کارآفرینی، با توجه به میزان رشد و سودآوری شرکت‌ها با هم تفاوت دارند. با توجه به محیط‌های مختلف، بین کارآفرینی و عملکرد مالی تفاوت وجود دارد (هابر<sup>۲</sup> و لرنر<sup>۳</sup>، ۲۰۰۰). عوامل مؤثر بر فرآیند کارآفرینی و موفقیت شرکت‌های کارآفرینانه را به چهار گروه ویژگی‌های شخصی و روانشناختی کارآفرینان، حمایت‌های مالی و مشورتی دولتی، جذابیت‌های محیطی محل فعالیت شرکت، و تنوع خدمات قابل ارائه، تقسیم کرده‌اند (کیگان<sup>۴</sup>، ۲۰۰۲). عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینانه را به سه گروه تقسیم کرده است که عبارتند از: ۱- ویژگی‌های شخصیتی خود کارآفرین شامل ویژگی‌های جمعیت‌شناختی، ویژگی‌های روانشناختی، رفتار کاری، شایستگی‌ها و توانایی‌های مدیریتی. ۲- ویژگی‌های شرکت شامل سازمان شرکت، منابع سرمایه‌ای، نحوه اداره و مدیریت شرکت، و کمک‌های فنی به شرکت. ۳- محیط شرکت شامل شرایط اقتصادی کلان، مدیریت دولتی، ارزش‌ها و نگرش‌های فرهنگی / اجتماعی، و زیرساخت‌های محیطی (بارن<sup>۵</sup> و مارکمن<sup>۶</sup>، ۲۰۰۳). عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینانه را، از نظر مناسب بودن ویژگی‌های فردی کارآفرینان، مورد بررسی قرار داده و معتقدند که موفقیت کارآفرینانه از طریق تأسیس یک شرکت جدید، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌ها، و کسب موفقیت در بازار، به مناسب بودن ویژگی‌های فردی کارآفرینان شامل خودیابی، فرصت‌شناسی، استقلال در کار، داشتن سرمایه انسانی و مهارت‌های اجتماعی بستگی دارد (استرنبرگ<sup>۷</sup> و واگنر<sup>۸</sup>، ۲۰۰۴). عوامل مؤثر بر فرآیند کارآفرینی و تأسیس شرکت‌های جدید را به سه گروه عوامل کلان، خرد و ویژگی‌های شخصی کارآفرینان تقسیم کرده و نتیجه گرفته‌اند که در سطح منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی، هر کدام آنها و متغیرهای فرعی مربوط به آنها، اثرگذاری مختلفی بر فرآیند کارآفرینی داشته‌اند.

با توجه به مبانی نظری، فرضیات ذیل و تحقیق حاضر، مورد آزمون تجربی قرار می‌گیرند.

- 
1. Zahra
  2. Haber
  3. Lerner
  4. Kiggundu
  5. Baron
  6. Markman
  7. Sternberg
  8. Wagner

متغیرهای ویژگی‌های روانشناختی، شایستگی‌های اساسی، وظایف هفتگانه مدیریتی و رفتار کاری تبیین‌کننده بخش فردی فرآیند کارآفرینی مستقل در دفاتر خدمات مسافرتی (جهانگردی، هوایی و زیارتی) منطقه شمال ایران می‌باشند.

### روش شناسی تحقیق

جامعه آماری تحقیق را کارکنان دفاتر مسافرتی جهانگردی، هوایی و زیارتی منطقه شمال کشور تشکیل دادند که بالغ بر ۸۰۰ نفر بودند که طبق جدول مورگان، ۲۶۵ نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند که در نهایت، ۲۴۳ پرسشنامه جمع آوری گردید. جدول زیر، ویژگی‌های جمعیت-شناختی نمونه آماری را نشان می‌دهد.

جدول (۱): وضعیت فراوانی متغیرهای زمینه‌ای

|     |              |       |        |           |         |         |          |       |
|-----|--------------|-------|--------|-----------|---------|---------|----------|-------|
| جمع |              |       | مرد    | زن        | کمیت    | جنس     |          |       |
|     |              |       | ۱۱۰    | ۱۳۳       | فرآوانی |         |          |       |
| ۲۴۳ |              |       | مجرد   | متاهل     | کمیت    | تاهل    |          |       |
|     |              |       | ۸۹     | ۱۵۴       | فرآوانی |         |          |       |
| ۲۴۳ | بالای ۵۰ سال |       | ۴۰-۵۰  | ۳۰-۴۰     | ۲۰-۳۰   | کمیت    | سن (سال) |       |
|     | ۸            |       | ۲۸     | ۹۰        | ۱۱۷     | فرآوانی |          |       |
| ۲۴۳ | بیشتر از ۲۵  | ۲۰-۲۵ | ۱۵-۲۰  | ۱۰-۱۵     | ۵-۱۰    | ۱-۵     | کمیت     | سابقه |
|     | ۵            | ۱     | ۱۴     | ۳۵        | ۷۶      | ۱۱۲     | فرآوانی  |       |
| ۲۴۳ | فوق لیسانس   |       | لیسانس | فوق دیپلم | دیپلم   | کمیت    | تحصیلات  |       |
|     | ۱۶           |       | ۱۰۲    | ۹۵        | ۳۰      | فرآوانی |          |       |

متغیرهای مورد استفاده تبیین‌کننده فرآیند کارآفرینی مستقل در جامعه آماری مورد مطالعه، شامل سه متغیر اصلی فردی، سازمانی و محیطی می‌باشند که در تحقیق حاضر، وضعیت تبیین-کنندگی متغیر اصلی بخش فردی و چهار متغیر فرعی مربوط به آن شامل رفتار کاری، شایستگی‌های اساسی، وظایف هفتگانه مدیریتی، ویژگی‌های روانشناختی در قالب چهار فرضیه تحقیق مورد بررسی قرار گرفته‌اند.

برای جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز تحقیق، از دو ابزار اسناد و مدارک و نیز پرسشنامه‌ای با اجزاء استاندارد که قبلاً اعتبار تک تک متغیرها و سؤالات آنها مستند به مرور ادبیات، نظرات خبرگان و نیز آزمون تأیید عاملی مورد تأیید قرار گرفته، استفاده شده است.

مقیاس اندازه‌گیری داده‌ها در تحقیق حاضر پیوستار (۱-۱۰) بوده است تا ویژگی فاصله‌ای بودن آن، به‌منظور استفاده از آزمون‌های آماری پارامتریک، رعایت شود.

به منظور تأمین اعتبار و بومی‌سازی پرسشنامه تحقیق و سنجش متغیرهای چهارگانه مشهود، از رویه بهره‌گیری از نظرات متخصصان و نیز نمونه‌ای مقدماتی استفاده شده است (1997, Ferrel & Hult؛ بازرگان و دیگران، ۱۳۷۷: ۱۷۱-۱۶۶). بدین منظور، پرسشنامه مذکور، ابتدا در اختیار ۱۰ نفر از اساتید و خبرگان قرار گرفت. آنگاه پس از اخذ نظرات اصلاحی و تعدیل موادی از آنها، در اختیار تعداد ۲۸ نفر از اعضای جامعه آماری به عنوان نمونه مقدماتی قرار گرفت و نظرات اصلاحی آنها نیز اخذ و از مرتبط بودن سوالات با توجه به جامعه آماری مورد مطالعه، اطمینان حاصل شد. آنگاه پرسشنامه نهایی، برای جمع‌آوری داده‌ها مورد استفاده قرار گرفت.

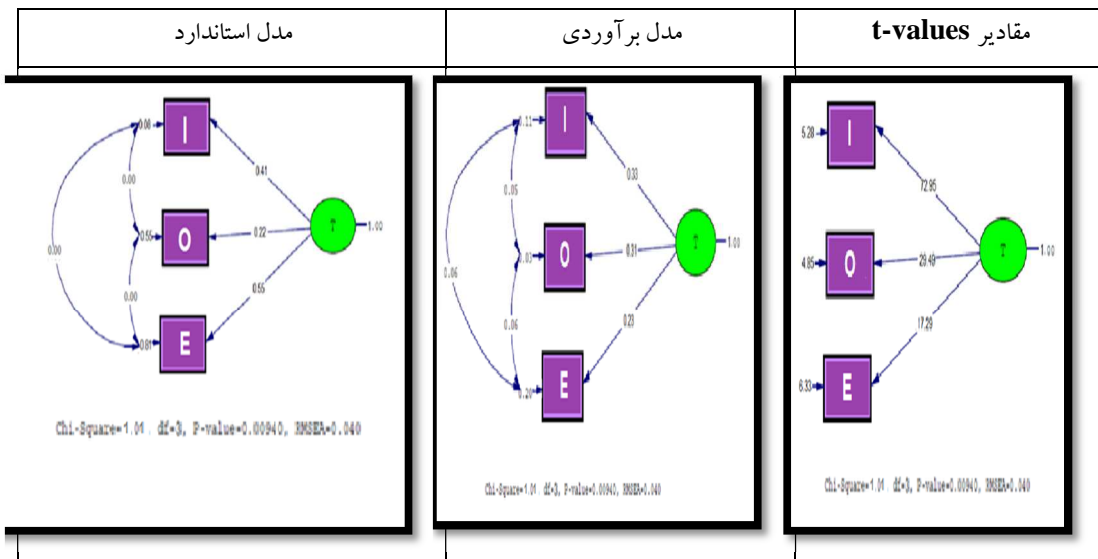
به منظور تعیین قابلیت اعتماد (پایایی) ابزار اندازه‌گیری نیز، روش‌های مختلف و متعددی وجود دارد که یکی از آنها، سنجش سازگاری درونی آن است (2004, et al Conca). سازگاری درونی ابزار اندازه‌گیری می‌تواند با ضریب آلفای کرونباخ اندازه‌گیری شود (1951, Cronbach). این روشی است که در اغلب تحقیقات مورد استفاده قرار می‌گیرد (1994, Peterson). اگر چه حداقل مقدار قابل قبول باید برای این ضریب ۰/۷ باشد، اما، مقدار ۰/۶ و حتی ۰/۵۵ نیز، قابل قبول و پذیرش است (1978, Nunnally ; 1979, Van de Ven & Ferry, 1979). نتیجه آزمون نشان می‌دهد که با توجه به اینکه ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شده (۰/۹۵) بیشتر از ۰/۷۰ می‌باشد لذا، قابلیت اعتماد پرسشنامه تحقیق حاضر در حد قابل قبولی است.

در تحقیق حاضر، پس از مرور ادبیات موضوعی مربوط به متغیرهای چهارگانه مورد مطالعه و استخراج متغیرها و سؤالات فرعی مربوط، ابتدا با استفاده از تکنیک تحلیل محتوا، از مناسب بودن گویه‌ها و سازه‌های فرعی مستخرجه با فرضیات تحقیق در جامعه آماری مورد مطالعه اطمینان حاصل شد. در مراحل بعد، با استفاده از تکنیک دلفی از نظرات خبرگان و نیز نمونه مقدماتی آماری برای پالایش گویه‌ها و سازه‌ها استفاده شد. در مرحله بعد، با استفاده از مدل معادلات ساختاری (SEM)، کلیت متغیرهای سه‌گانه اصلی تبیین‌کننده فرایند کارآفرینی مستقل بررسی و در پایان، آزمون فرضیات چهارگانه تحقیق با استفاده از T Test انجام شد و همبستگی بین متغیرهای چهارگانه نیز ارائه گردیده است.

### یافته‌ها

نمودارها و جدول زیر، مدل معادله ساختاری تبیین‌کننده فرایند کارآفرینی مستقل را در سطح جامعه آماری مورد مطالعه، شامل سه متغیر اصلی مشهود و یک متغیر نامشهود و نیز توضیحات بیشتر مربوط به ضرائب مستخرجه از مدل را نشان می‌دهد.

## نمودار (۱): مدل معادلات ساختاری



## جدول (۲): داده‌ها و تحلیل‌های مدل معادله ساختاری

| رتبه اثرگذاری | تأیید روابط | تأیید کلیت مدل                                     | ضرائب غیراستاندارد | ضرائب استاندارد | T Value | علامت اختصاری متغیرهای مشهود | متغیرهای مشهود | متغیر نامشهود |
|---------------|-------------|----------------------------------------------------|--------------------|-----------------|---------|------------------------------|----------------|---------------|
| اول           | تأیید       | RMSEA=0.040<br>GFI = 0.99<br>کلیت مدل تأیید می‌شود | ۰/۴۱               | ۰/۳۳            | 72/95   | I                            | فردی           | فرآیند        |
| دوم           | تأیید       |                                                    | ۰/۲۲               | ۰/۳۱            | ۲۹/۴۹   | O                            | سازمانی        | کارآفرینی     |
| سوم           | تأیید       |                                                    | ۰/۵۵               | ۰/۲۳            | ۱۷/۲۹   | E                            | محیطی          | مستقل         |

نتیجه آزمون نشان می‌دهد که با توجه به اینکه شاخص RMSEA یا جذر برآورد واریانس خطای تقریب، کمتر از ۱۰ درصد است (RMSEA=0.040) و شاخص نیکویی برازش (GFI)، بیش از ۰/۹ است (GFI= 0.99)، لذا، می‌توان گفت که مدل فوق برازش خوبی از داده‌های دنیای واقعی داشته است (هومن، ۱۳۸۱: ۲۴۵). یعنی اینکه در مجموع، کلیت مدل مورد تأیید است.

با توجه به نمودار T-Value هر سه متغیر عوامل فردی، سازمانی و محیطی، روابط غیر مستقیم معنادار با یکدیگر و متغیر نامشهود فرایند کارآفرینی مستقل دارند. اثرات مستقیم و غیرمستقیم متغیرهای مشهود عوامل فردی، سازمانی و محیطی با متغیر نامشهود فرایند کارآفرینی مستقل، با توجه به مدل معادله ساختاری عبارتست از:

اثرات مستقیم:

$$T = (0.33) \times (I) + (0.31) \times (O) + (0.23) \times (E)$$

## اثرات غیر مستقیم:

$$T = (I) \times (0.05) \times (O) \times (0.31) + (I) \times (0.06) \times (E) \times (0.23) + (O) \times (0.05) \times (I) \times (0.33) + (O) \times (0.06) \times (E) \times (0.23) + (E) \times (0.06) \times (I) \times (0.33) + (E) \times (0.06) \times (O) \times (0.31)$$

تک نمونه ای T جدول (۳): نتایج آزمون

| سطح معناداری | درجه آزادی | آماره تی | انحراف معیار | میانگین | فراوانی | متغیرها                |
|--------------|------------|----------|--------------|---------|---------|------------------------|
| ۰/۰۰۰        | ۲۴۳        | ۳/۴      | ۱/۱۹         | ۷/۶۳    | ۲۴۳     | متغیر فردی (اصلی)      |
| ۰/۰۰۰        | ۲۴۳        | -۳/۷     | ۲/۵          | ۶/۷۰    | ۲۴۳     | ویژگی‌های روانشناختی   |
| ۰/۰۰۰        | ۲۴۳        | ۳/۶      | ۱/۷          | ۷/۴     | ۲۴۳     | شایستگی‌های اساسی      |
| ۰/۰۱۷        | ۲۴۳        | -۰/۱     | ۱/۷          | ۷/۰     | ۲۴۳     | وظایف هفت‌گانه مدیریتی |
| ۰/۰۰۰        | ۲۴۳        | ۳/۸      | ۲/۰          | ۷/۵     | ۲۴۳     | رفتار کاری             |

همانطور که در جدول بالا مشاهده می‌گردد، مقدار اعداد معناداری مشاهده شده مربوط به متغیر اصلی، ویژگی‌های فردی و همچنین، متغیرهای فرعی شایستگی‌های اساسی، وظایف هفت‌گانه مدیریتی، ویژگی‌های رفتار کاری، کمتر از سطح معنادار ۵ درصد بوده است، لذا، فرضیه‌های مربوط در سطح اطمینان ۹۵ درصد مربوط به این متغیرها می‌گردند. به این معنی که متغیرهای مذکور، در تبیین فرآیند کارآفرینی مستقل در دفاتر مسافرتی جهانگردی، هوایی و زیارتی منطقه شمال ایران نقش داشته‌اند.

همچنین، با توجه به میانگین‌های به دست آمده در آزمون، می‌توان گفت که متغیرهای چهارگانه به ترتیب مقدار بیشتر به کمتر رفتار کاری (۷/۵)، شایستگی‌های اساسی (۷/۴)، وظایف هفت‌گانه مدیریتی (۷/۰)، ویژگی‌های روانشناختی (۶/۷) تبیین کننده فرآیند کارآفرینی مستقل در جامعه آماری مورد مطالعه بوده و اهمیت خود را نشان داده‌اند.



جدول (۴): آزمون ضریب همبستگی پیرسون متغیرهای تحقیق

| ویژگی‌های روان‌شناختی | شایستگی‌های اساسی | وظایف هفتگانه مدیریتی | رفتار کاری        |                       |
|-----------------------|-------------------|-----------------------|-------------------|-----------------------|
| مقدار آزمون=۰/۱۶      | مقدار آزمون=۰/۰۳  | مقدار آزمون=۰/۰۵      | ۱                 | رفتار کاری            |
| سطح معناداری=۰/۰۱     | سطح معناداری=۰/۶۳ | سطح معناداری=۰/۴۰     |                   |                       |
| مقدار آزمون=۰/۱۴      | مقدار آزمون=۰/۰۴  | ۱                     | مقدار آزمون=۰/۰۵  | وظایف هفتگانه مدیریتی |
| سطح معناداری=۰/۰۲     | سطح معناداری=۰/۴۸ |                       | سطح معناداری=۰/۴۰ |                       |
| مقدار آزمون=۰/۱۷      | ۱                 | مقدار آزمون=۰/۰۴      | مقدار آزمون=۰/۰۳  | شایستگی‌های اساسی     |
| سطح معناداری=۰/۰۰     |                   | سطح معناداری=۰/۴۸     | سطح معناداری=۰/۶۳ |                       |
| ۱                     | مقدار آزمون=۰/۱۷  | مقدار آزمون=۰/۱۴      | مقدار آزمون=۰/۱۶  | ویژگی‌های روان‌شناختی |
|                       | سطح معناداری=۰/۰۰ | سطح معناداری=۰/۰۲     | سطح معناداری=۰/۰۱ |                       |

به منظور تعیین ارتباط و همبستگی بین متغیرها، از آزمون همبستگی استفاده شده است. همانگونه که در جدول بالا مشاهده می‌شود، متغیر رفتار کاری با متغیر وظایف هفتگانه مدیریتی و شایستگی‌های اساسی، همبستگی معناداری ندارد. در حالیکه، این متغیر با متغیر ویژگی‌های روان‌شناختی همبستگی معناداری دارد. متغیر وظایف هفتگانه مدیریتی با متغیر شایستگی‌های اساسی، همبستگی معناداری نداشته، در حالیکه، این متغیر با متغیر ویژگی‌های روان‌شناختی همبستگی معناداری دارد. در نهایت اینکه، متغیر شایستگی‌های اساسی با متغیر ویژگی‌های روان‌شناختی همبستگی معناداری دارد.

### بحث و نتیجه‌گیری

تغییر و تحولات موجود در دنیای امروز، کارآفرینان را در خط مقدم عامل توسعه فن‌آوری و اقتصادی قرار داده است. تجربه موفقیت‌آمیز اغلب کشورهای پیشرفته و نیز برخی کشورهای در حال توسعه در مدیریت بر بحران‌های اقتصادی، به یمن توجه و التفات به توسعه کارآفرینی و کارهای نوآورانه بوده است و به همین علت، برای کارآفرینی و کارآفرینان اهمیت خاصی قائل می‌گردند (آقاجانی، ۱۳۸۴). با توجه به گسترش فرهنگ گردشگری و به تبع آن، گسترش دفاتر مسافرتی جهانگردی، هوایی و زیارتی و با در نظر گرفتن نقش آنها در کارآفرینی و اشتغال، تحقیق حاضر، به

دنبال آن بوده است که به تبیین متغیرهای فردی اثرگذار بر فرآیند کارآفرینی مستقل در دفاتر خدمات مسافرتی جهانگردی، هوایی و زیارتی منطقه شمال ایران بپردازد. یافته‌ها، در بررسی وضعیت متغیرهای فردی در فرآیند کارآفرینی مستقل در دفاتر مسافرتی جهانگردی، هوایی و زیارتی منطقه شمال ایران، حاکی از آن است که هر چهار متغیر ویژگی‌های روانشناختی، شایستگی‌های اساسی، وظایف هفت‌گانه مدیریتی و ویژگی‌های رفتار کاری، تبیین‌کننده و اثرگذار بر فرآیند کارآفرینی مستقل در دفاتر مسافرتی جهانگردی، هوایی و زیارتی منطقه شمال ایران بوده‌اند که از این نظر، یافته‌های تحقیق حاضر با یافته‌های تحقیقات (عزیزی، ۱۳۸۲)؛ (مقیمی، ۱۳۸۳)؛ (کلانتری و دیگران، ۱۳۸۳)؛ (ناظم و عباسی، ۱۳۸۴)؛ (زالی، ۱۳۸۵)؛ (مارکمن<sup>۱</sup> و بارون<sup>۲</sup>، ۲۰۰۴)، کیگان<sup>۳</sup> و لرنر<sup>۴</sup> و هابر<sup>۵</sup>، (۲۰۰۰)، هم‌راستا و همسو بوده است. اما، با نتایج مطالعات (احمدپور و دیگران، ۱۳۸۳)؛ (واگنر<sup>۶</sup> و استرنبرگ<sup>۷</sup>، ۲۰۰۴) هماهنگ و همسو نبوده است.

در تحقیق حاضر، نقش عوامل فردی اثرگذار در فرآیند کارآفرینی مستقل در منطقه شمال ایران، مورد بررسی قرار گرفته شده است. یافته‌های تحقیق حاضر می‌تواند برای دیگر مناطق کشور نیز، تعمیم‌پذیری داشته باشد. در تحقیق حاضر، نشان داده شده است که بین برخی از ویژگی‌های متغیرهای فردی مانند ویژگی‌های روانشناختی با شایستگی‌های اساسی، وظایف هفت‌گانه مدیریتی با شایستگی‌های اساسی و رفتار کاری با شایستگی‌های اساسی با هم در فرآیند کارآفرینی مستقل در دفاتر مسافرتی جهانگردی، هوایی و زیارتی منطقه شمال ایران، رابطه وجود دارد و بین برخی از ویژگی‌های متغیرهای فردی مانند ویژگی‌های روانشناختی با وظایف هفت‌گانه مدیریتی، ویژگی‌های روانشناختی با رفتار کاری و وظایف هفت‌گانه مدیریتی با رفتار کاری با هم در فرآیند کارآفرینی مستقل در دفاتر مسافرتی جهانگردی، هوایی و زیارتی منطقه شمال ایران، رابطه وجود ندارد. مستند به تحلیل همبستگی ارائه شده، لازم است مدیران و مسئولین و دست‌اندرکاران به متغیر ویژگی‌های روانشناختی کارآفرینان توجه ویژه نمایند، چرا که با دیگر متغیرهای تحقیق همبستگی معناداری داشته است.

مستند به مرور ادبیات موضوعی تحقیق، ویژگی‌های روانشناختی کارآفرینان، شامل تعداد زیادی از متغیرهای فرعی می‌باشد، که موارد ذیل جزو مهم‌ترین و مورد توجه‌ترین آنها، هستند: توفیق‌طلبی؛

---

1 . Markman  
 2 . Baron  
 3 . Kiggundu  
 4 . Lerner  
 5 . Haber  
 6 . Wagner  
 7 . Sternberg

ریسک‌پذیری؛ اعتماد به نفس؛ عمل‌گرا بودن؛ کانون کنترل درونی؛ استقلال و ... علاوه بر این، شایسته است به ابعاد فرعی سه متغیر دیگر مورد مطالعه شامل بهبود و توسعه مهارت‌های فنی؛ مهارت‌های هنری؛ مهارت‌های سیاسی؛ روابط انسانی؛ مهارت‌های اجتماعی، و نیز ویژگی‌های رهبری؛ ارزیابی عملکرد؛ نظارت؛ هماهنگی؛ کنترل؛ سیاستگذاری؛ سخت‌کوشی؛ پشتکار؛ پرانرژی بودن؛ عملکرد استراتژیک در فرآیند کارآفرینی مستقل در دفاتر مسافرتی جهانگردی، هوایی و زیارتی منطقه شمال ایران توجه و عنایت شود.

#### منابع

- آقاجانی، حسنعلی (۱۳۸۴). کارآفرینی: مفاهیم، نظریات و ضرورت وجودی، **مجله رویش: فصلنامه تخصصی اشتغال و کارآفرینی**، شماره‌های (۱۰) (۱۱)، صص ۲۳-۳.
- آقاجانی، حسنعلی و گنجه‌خور، زیبا (۱۳۸۹). تبیین نقش ویژگی‌های روانشناختی کارآفرینان بر فرآیند کارآفرینی مستقل (مورد مطالعه: کارآفرینان استان مازندران). **پژوهشنامه مدیریت تحول**، شماره ۴، صص: ۱۱۸-۱۳۴.
- احمد پور، محمود شیخان، ناهید و رضازاده، حجت‌الله (۱۳۸۳). **تجارب کارآفرینی در کشورهای منتخب**، تهران: مؤسسه انتشارات امیرکبیر.
- سرمد، زهره؛ بازرگان، عباس و حجازی، الهه (۱۳۷۷). **روش‌های تحقیق در علوم رفتاری**، تهران: انتشارات آگاه.
- جعفرنژاد، احمد؛ کیا کجوری، کریم و رودگرنژاد، فروغ (۱۳۹۰). تبیین عوامل اثرگذار بر فرآیند کارآفرینی مستقل: مطالعه موردی؛ کارآفرینان شهرستان انزلی، **توسعه کارآفرینی**، سال چهارم، شماره سیزدهم، صص: ۵۱-۶۵.
- زالی، محمد رضا (۱۳۸۴). **ارزیابی خصیصه‌های کارآفرینی دانشجویان دانشگاه مازندران**، (طرح پژوهشی)، دانشگاه مازندران، مرکز کارآفرینی.
- عزیزی، محمد (۱۳۸۲). **بررسی زمینه‌های بروز و پرورش کارآفرینی در دانشجویان سال آخر کارشناسی و کارشناسی ارشد دانشگاه شهید بهشتی**، پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی (چاپ نشده)، دانشگاه شهید بهشتی، تهران.
- کلانتری، صمد و دیگران (۱۳۸۳). **بررسی میزان کارآفرینی دانش‌آموختگان در عرصه نشریات و مطبوعات، نامه علوم اجتماعی**، شماره ۲۳، صص ۴۸-۶۲.
- مقیمی، سید محمد (۱۳۸۳). **کارآفرینی در نهادهای جامعه مدنی**، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.

- ناظم، فتاح و عباسی، زهره (۱۳۸۴). رابطه بین کارآفرینی و عملکرد مدیران دبیرستان‌های شهر تهران، **مجموعه مقالات اولین سمینار ملی دانشگاه رودهن**، انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن.
- هومن، حیدرعلی (۱۳۸۱). **استنباط آماری در پژوهش رفتاری**، تهران: نشر پارسا.
- Churchill, G. A. (1979). A paradigm for developing better measures of marketing constructs, **Journal of Marketing Research**, Vol. 16: 64–73.
- Conca, F. J., Liopis, J., & Jise Tari, J. (2004). Development of a measure to assess quality management in certified firms, **European Journal of Operational Research**, Vol.156, No. 3, PP: 683-697.
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of test, **Psychometrika**, Vol.16, No. 3, PP: 297-334.
- GEM (2008). [www.gemiran.ir](http://www.gemiran.ir).
- Hisrich, Robert D. & Peter, Michael P. (2002). **Entrepreneurship**, McGraw-Hill.
- Hult, G. M. T. & Ferrell, O. C. (1997). A global learning organization structure and market information processing, **Journal of Business Research**, Vol. 40, No.2, PP: 155–166.
- Kiggundu, M. N. (2002). Entrepreneurs and entrepreneurship in Africa :What is known and what needs to be done, **Journal of Developmental Entrepreneurship**, Vol. 7, No. 3, PP: 239-258.
- Lerner, M. & Haber, S. (2000). Performance factors of small tourism ventures: The interface of tourism, entrepreneurship and the environment, **Journal of Business Venturing**, Vol.16, No. 1, PP: 77-100.
- Littunen, A. (2000). Entrepreneurship and the characteristics of entrepreneurial personality, **International Journal of Entrepreneurial Behavior Research**, Vol. 6, No. 6, PP: 295-310.
- Markman, G. D. & Baron, R. A. (2003). Person-entrepreneurship fit: why some people is more successful as entrepreneurs than others, **Human Resource Management**, Vol. 13, No. 2, PP: 281-301.
- Nunnally, J. C. (1978). **Psychometric theory**, Second ed., McGraw-Hill, New York.
- Peterson, R. A. (1994). A meta-analysis of Cronbach coefficient alpha, **Journal of Consumer Research**, Vol.21, No. 2, PP: 381-391.
- Postigo, S. (2002). Entrepreneurship Education in Argentina : the case of San Anders University, **In Proceedings of the Conference Entitled the Internationalizing in Entrepreneurship Education and training**, Malaysia ,July, PP. 8-10.

- 
- Thompson, J.L., Alvy, G., and Lees, A. (2000). Social entrepreneurship – a new look at the people and the potential, **Management decision**, Vol.38, No.5, PP: 328–338.
  - Van de ven, A. & Ferry, D. (1979). **Measuring and Assessing Organizations**, John Wiley, New York.
  - Wagner, J. & Sternberg, R. (2004). Start-up activities, individual characteristics, and the regional milieu: Lessons for entrepreneurship support policies from German micro data, **The Annals of Regional Science**, Vol.38, No. 2, PP: 219-240.
  - Zahra, S. A. (1993). Environment, corporate entrepreneurship, and financial performance: A taxonomic approach, **Journal of Business enduring** ,Vol. 8, No. 4, PP: 319-340.