

تبیین متغیرهای فردی اثرگذار بر فرآیند کارآفرینی مستقل در دفاتر مسافرتی (جهانگردی،

هوایی و زیارتی) منطقه شمال ایران

حسنعلی آقاجانی*؛ دانشیار گروه مدیریت، دانشگاه مازندران

چکیده:

با عنایت به نقش بی بدیل گردشگری بعنوان یکی از بسترها و عوامل مهم موجد کارآفرینی، توسعه تکنولوژی، خلق ثروت و ایجاد اشتغال مولد در جوامع و بخصوص ایران، 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) بوده اند که به منظور جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز، از نظرات ۲۴۳ نفر بعنوان نمونه آماری از طریق توزیع و جمع‌آوری پرسشنامه ای با اجزاء استاندارد و ضریب پایایی ۰.۹۵٪ استفاده شده، و ابعاد فرعی چهارگانه عوامل فردی تبیین‌کننده فرایند 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 این ترتیب (رفتار کاری، شایستگیهای اساسی، وظایف هفتگانه مدیریتی، ویژگیهای روانشناختی) تبیین‌کننده فرآیند کارآفرینی مستقل در جامعه آماری مورد مطالعه بوده‌اند. با توجه به یافته‌های تحقیق، پیشنهاد میشود که بمنظور توسعه صنعت گردشگری، دست اندرکاران و مسئولین باید بمنظور راه‌اندازی کسب‌وکارهای جدید در این حوزه، علاوه بر دیگر متغیرها، به متغیرهای چهارگانه فردی مورد مطالعه توجه ویژه داشته باشند.

واژه های 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 نمی شود مگر با وجود افراد کارآفرین که با خلاقیت و نوآوری، شیوه های ناکارآمد قبلی را تخریب نموده و روش های جدید را به وجود آورند. تیمونز (۱۹۹۰) در خصوص کارآفرینی می نویسد: کارآفرینی خلق و ایجاد بینشی ارزشمند از هیچ است. تجربه موفقیت آمیز اغلب کشورهای پیشرفته و نیز برخی کشورهای در حال توسعه در مدیریت بحران های 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 می شوند (جعفرنژاد و همکاران، ۱۳۹۰). تمایل به کارآفرینی تنها حاصل شرایط اقتصادی نیست، بلکه شخصیتی نیز هست و عوامل فرهنگی نیز در آن نقش دارد. کارآفرینی مستقل، از برخورد ویژگی های فردی کارآفرینان با محیطی که در آن نشو و نمو یافته اند، به وجود می آید (postigh,2002). و فعالیت های مخاطره آمیز در کارآفرینی مستقل، به معنای سازمان دهی یک سازمان جدید یا تأسیس یک شرکت است (Kuratco et al, 2008). براساس تعریف GEM، در کارآفرینی فردی یا مستقل، شرکت جدیدی تأسیس می شود تا کالا یا خدمت جدیدی به جامعه عرضه شود (GEM,2008).

امروزه در شرایطی که پایین بودن درآمد سرانه کشور و کاهش سرمایه گذاری در اقتصاد کشور، بهره وری کم و گرایش به تعدیل نیروی انسانی در سازمان های دولتی و وابسته به دولت و خیل تازه واردان به عرصه کار، بیکاری را به معضل بزرگ اقتصادی و اجتماعی این زمان بدل کرده است، به نظر می رسد که توسعه کارآفرینی و ترویج فرهنگ کارآفرینی یک ضرورت جدی اقتصادی، اجتماعی و سیاسی باشد.

تا کنون مطالعات مختلفی در مورد ویژگی های شخصیتی کارآفرینان (Wagner & Sternberg, 2004)، عوامل اثر گذار بر موفقیت و شکست فرایند کارآفرینی (king, 2006,179)، تبیین عوامل اثر گذار

بر فرایند کارآفرینی (جعفرنژاد و همکاران، ۱۳۹۰)، تبیین نقش ویژگی های روانشناختی کارآفرینان بر فرایند کارآفرینی مستقل (آقاجانی، حسنعلی و گنجه خور، ۱۳۸۹) و غیره انجام شده است اما این تحقیق بصورت ویژه بدنبال یافتن متغیرهای فردی تاثیر گذار بر فرایند کارآفرینی مستقل در سطح جامعه آماری مورد مطالعه می باشد.

مبانی نظری و پیشینه تحقیق

مفهوم کارآفرینی اولین بار در فرانسه برای افرادی به کار می رفت که در جنگ سده شانزدهم میلادی در ماموریت های نظامی خود را به خطر می انداختند و به استقبال مرگ می رفتند و بعدها این واژه به کسانی اطلاق می شد که مخاطره یک فعالیت اقتصادی را می پذیرفتند و دست به یک نوآوری می زدند. 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 بکارگیری دیگر عوامل، بوجود آورد، کارآفرینی گویند (Thompson & Alvy, 2000). کارآفرینی عبارت است از فرآیند نوآوری و بهره گیری از فرصت ها، با تلاش و پشتکار بسیار و همراه با پذیرش ریسک های مالی، روانی و اجتماعی که با انگیزه کسب سود مالی، توفیق طلبی، رضایت شخصی و استقلال صورت پذیرد (Hisrich, 1987). کارآفرینی مستقل فرایندی است که کارآفرین از ایده اولیه تا ارائه محصول خود به جامعه، کلیه فعالیت کارآفرینانه را با ایجاد یک بنگاه اقتصادی جدید، به طور مستقل طی می کند (سعیدی کیا، ۱۳۸۶). در کارآفرینی مستقل، شرکت و سازمان (کسب و کار) جدیدی تأسیس می شود تا کالا و خدمت جدیدی به جامعه عرضه گردد (آقاجانی، ۱۳۸۵، ص ۲).

ویژگی های روانشناختی مشتمل بر عوامل انگیزشی و ویژگی های شخصیتی است. هیستریچ معتقد است انگیزه هایی که سبب می شوند فرد به تنهایی به فعالیت کارآفرینانه دست بزند، متفاوت هستند. دلایلی که بیش از همه برای کارآفرین شدن ذکر می شود انگیزه استقلال است. عوامل انگیزشی در بین مردان و زنان بسته به کشور متفاوت می باشد. در بین مردان پول عامل بعدی می باشد، این در حالیست که در زنان، به ترتیب اولویت، رضایت شغلی، توفیق، فرصت پیشرفت و پول انگیزه های اصلی را تشکیل می دهند (Hisrich & Peters, 2002:72).

لیتونن (۲۰۰۰)، ویژگی های فرد کارآفرین را شامل توانایی خطرپذیری، نوآوری، دانش در زمینه فنون کار، بازار و بازاریابی، مهارت های مدیریت کسب و کار، توانایی برای همکاری، برداشت خوب نسبت به کسب و کار و توانایی برای شکار فرصت می داند (Littunen, 2000). مقیمی (۱۳۷۹)، ضمن تأکید بر تعداد زیادی از متغیرهای محیطی، اشاره می کند که نظام نادرست پاداش موجود در جامعه مانع مهمی در فرآیند کارآفرینی

به حساب می‌آید (مقیم، ۱۳۷۹). 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 (عزیزی، ۱۳۸۲). ناظم و عباسی بررسی کرده‌اند که بین ویژگی‌های فردی سطح تحصیلات، سن، و وضعیت تأهل با فرآیند کارآفرینی، رابطه معنادار وجود دارد (ناظم و عباسی، ۱۳۸۴). زالی (۱۳۸۵)، از عوامل مؤثر فرآیند کارآفرینی، به بررسی ویژگی‌های فردی توفیق طلبی، استقلال طلبی، 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 (زالی، ۱۳۸۵). جمشیدی (۱۳۸۵)، با هدف تبیین مدل بومی عوامل مؤثر بر فرآیند کارآفرینی مستقل (شرکتی) در سطح شهرستان بابل، به بررسی اینکه کدام یک از این متغیرها بر روند کارآفرینی در میان کارآفرینان مستقل شهرستان بابل تأثیر می‌گذارد، پرداخته است. نتیجه تحقیق نشان داده است که همه متغیرها (عوامل فردی، رفتاری، شغلی، محیطی) بر فرآیند کارآفرینی مستقل (شرکتی) در سطح شهرستان بابل تأثیرگذارند و میزان تأثیرگذاری هر یک از این متغیرها چشم‌گیر و مناسب بوده است (جمشیدی، ۱۳۸۵). 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 بصورت مستقیم و غیر مستقیم و تعاملی بر فرآیند کارآفرینی مستقل تأثیرگذار هستند را شناسایی کردند (آقاجانی و گنجه‌خور، ۱۳۸۹). 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 بصورت مستقیم و غیر مستقیم و بصورت تعاملی بر فرآیند کارآفرینی مستقل تأثیرگذار هستند را شناسایی کردند (جعفر نژاد و همکاران، ۱۳۹۰).

زهر (۱۳۹۳)، با هدف بررسی ارتباط بین عوامل محیط خارجی، کارآفرینی و عملکرد مالی شرکتها نتیجه‌گیری کرده است که هر محیطی پرورش دهنده 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 (Zahra, 1993). لرنر و هاب (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 (Lerners & Haber, 2000). کیگوندو (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 (Kiggundu, 2002).

مارکمن و بارون (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 (Markman & Baron, 2003). واگنر و استرنبرگ (۲۰۰۳)، 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 (Wagner & Sternberg, 2004).

فرضیات:

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 جمع‌آوری گردید. جدول زیر ویژگیهای جمعیت‌شناختی نمونه آماری را نشان می‌دهد.

جمع	مرد	زن	کمیت	جنس
۲۴۳	۱۱۰	۱۳۳	فراوانی	

				مجرد	متاهل	کمیت	تاهل
۲۴۳				۸۹	۱۵۴	فراوانی	
	بالای ۵۰ سال			۴۰-۵۰	۳۰-۴۰	۲۰-۳۰	سن (سال)
۲۴۳	۸			۲۸	۹۰	۱۱۷	فراوانی
	بیشتر از ۲۵	۲۵-۲۰	۲۰-۱۵	۱۵-۱۰	۵-۱۰	۱-۵	کمیت
۲۴۳	۵	۱	۱۴	۳۵	۷۶	۱۱۲	فراوانی
	فوق لیسانس			لیسانس	فوق دیپلم	دیپلم	کمیت
۲۴۳	۱۶			۱۰۲	۹۵	۳۰	فراوانی

متغیرهای مورد استفاده تبیین کننده فرایند 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 گرفتند. بمنظور جمع آوری داده‌های مورد نیاز تحقیق، از دو ابزار اسنادومدارک 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 بمنظور استفاده از آزمونهای آماری پارامتریک رعایت شود.

بمنظور تأمین اعتبار و بومی‌سازی پرسشنامه (Lee & Choi, 2003) تحقیق و سنجش متغیرهای چهارگانه مشهود، از رویه بهره‌گیری از نظرات متخصصان و نیز نمونه‌ای مقدماتی استفاده شده است (Hult & Ferrel, 1997؛ 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 اعضاء جامعه آماری بعنوان نمونه مقدماتی قرار گرفت و نظرات اصلاحی آنها نیز اخذ و از مرتبط بودن سؤالات با توجه به جامعه آماری مورد مطالعه اطمینان حاصل شد. آنگاه پرسشنامه نهایی برای جمع‌آوری داده‌ها مورد استفاده قرار گرفت.

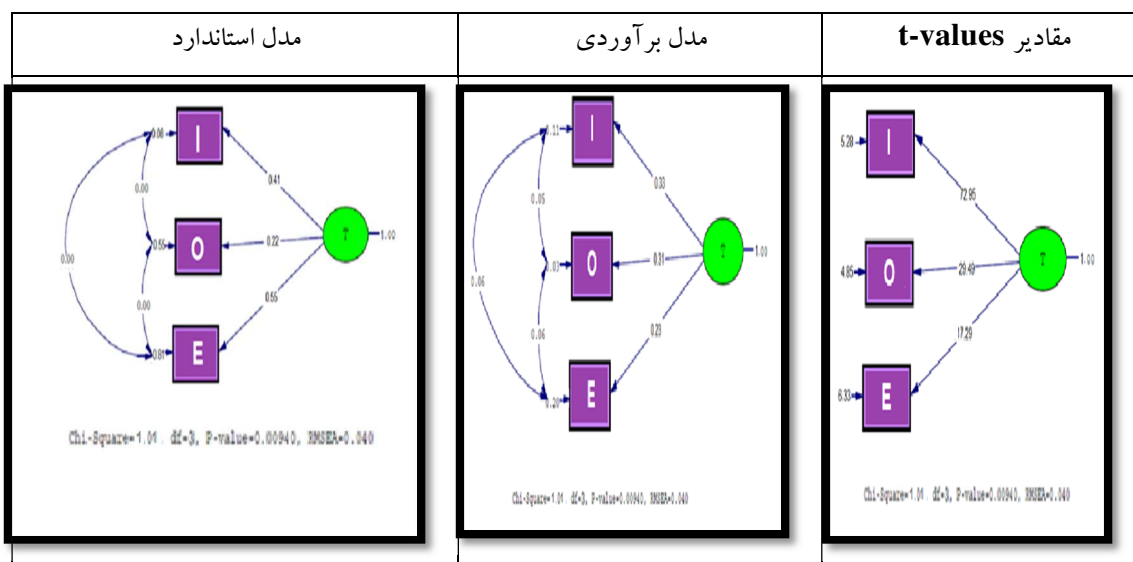
بمنظور تعیین قابلیت اعتماد (پایایی) ابزار اندازه‌گیری نیز روشهای مختلف و متعددی وجود دارد که یکی از آنها سنجش سازگاری درونی آن است (Conca & et al, 2004). سازگاری درونی ابزار اندازه‌گیری می‌تواند با ضریب آلفای کرونباخ اندازه‌گیری شود (Cronbach, 1951؛ Churchill, 1979). این روشی است که در اغلب تحقیقات مورد استفاده قرار می‌گیرد (Peterson, 1994). 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 (Van de ven & Ferry, 1978:1979). 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 شده است.

یافته‌ها

نمودارها و جدول زیر مدل معادله ساختاری تبیین‌کننده فرایند کارآفرینی مستقل را در سطح جامعه‌ی 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 شماره یک- مدل معادلات ساختاری



جدول شماره دو- داده‌ها و تحلیل‌های مدل معادله ساختاری

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

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 (هومن، ۱۳۸۴، ۲۴۵) است. یعنی اینکه در مجموع کلیت مدل مورد تأیید است.

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

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

جدول شماره سه- نتایج آزمون T تک نمونه ای

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	ویژگی های روانشناختی ابعاد

متغیر فردی	شایستگی های اساسی	۲۴۳	۷/۴	۱/۷	۳/۶	۲۴۳	۰/۰۰۰
	وظایف هفت گانه مدیریتی	۲۴۳	۷/۰	۱/۷	-۰/۱	۲۴۳	۰/۰۱۷
	رفتار کاری	۲۴۳	۷/۵	۲/۰	۳/۸	۲۴۳	۰/۰۰۰

همانطور که در جدول بالا مشاهده می گردد، مقدار اعداد معناداری مشاهده شده مربوط به متغیر اصلی ویژگی های فردی، و همچنین متغیرهای فرعی شایستگی های اساسی، وظایف هفت گانه مدیریتی، ویژگیهای رفتار کاری، کمتر از سطح معنی دار ۰/۰۵ بوده است، لذا فرضیه های مربوط در سطح اطمینان ۹۵ درصد مربوط به این متغیرها می گردند به این معنی که متغیرهای مذکور در تبیین فرآیند کارآفرینی مستقل در دفاتر مسافرتی جهانگردی، هوایی و زیارتی منطقه شمال ایران نقش داشته اند.

همچنین با توجه به میانگینهای بدست آمده در آزمون می توان 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 داده اند.

جدول شماره چهار - همبستگی بین متغیرها

ویژگی های روانشناختی	شایستگی های اساسی	وظایف هفت گانه مدیریتی	رفتار کاری	
Pearson Correlation	.030	.054	1	.165*
Sig. (2-tailed)	.637	.402		.010
N	243	243	243	243
Pearson Correlation	.045	1	.054	.149*
Sig. (2-tailed)	.486		.402	.020
N	243	243	243	243
Pearson Correlation	1	.045	.030	.176**
Sig. (2-tailed)		.486	.637	.006
N	243	243	243	243
Pearson Correlation	.176**	.149*	.165*	1
Sig. (2-tailed)	.006	.020	.010	
N	243	243	243	243

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

بمنظور 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 معنی داری ندارد در حالیکه این متغیر با متغیر ویژگیهای روانشناختی همبستگی معنی داری دارد. متغیر وظایف هفتگانه مدیریتی با متغیر شایستگیهای اساسی همبستگی معنی داری نداشته در حالیکه این متغیر با متغیر ویژگیهای روانشناختی همبستگی معنی داری دارد. در نهایت اینکه متغیر شایستگیهای اساسی با متغیر ویژگیهای روانشناختی همبستگی معنی داری دارد.

بحث و نتیجه گیری

تغییر و تحولات موجود در دنیای امروز کارآفرینان را در خط مقدم عامل توسعه فن آوری و اقتصادی قرار داده است. تجربه موفقیت آمیز 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 می گردند (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. یافته ها 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، شایستگی های اساسی، وظایف هفت گانه مدیریتی و ویژگیهای رفتار کاری، تبیین کننده و اثرگذار بر فرآیند کارآفرینی مستقل در دفاتر مسافرتی جهانگردی، هوایی و زیارتی منطقه شمال ایران بوده اند که از این نظر یافته های تحقیق حاضر با یافته های تحقیقات (عزیزی، ۱۳۸۲)؛ (مقیمی، ۱۳۸۳)؛ (کلانتری و دیگران، ۱۳۸۳)؛ (ناظم و عباسی، ۱۳۸۴)؛ (زالی، ۱۳۸۵)؛ (جمشیدی، ۱۳۸۵)؛ (Lerners & Haber, 2000)؛ (Kiggundu, 2002)؛ (Markman & Baron, 2003)؛ (Markman & Baron, 2003)؛ (Gurol & Astan, 2006)؛ (Howard, 2004) همراستا و همسو بوده است اما با نتایج مطالعات (احمدپور و دیگران، ۱۳۸۳)؛ (Wagner & Sternberg, 2004)؛ (Gurol & Astan, 2006)؛ (Howard, 2004) همهانگ 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. یافته های تحقیق حاضر می تواند برای دیگر مناطق کشور نیز تعمیم پذیری داشته باشد. در تحقیق حاضر نشان داده شده است که بین برخی از ویژگی های متغیرهای فردی مانند ویژگی های روانشناختی با شایستگی های اساسی، وظایف هفتگانه مدیریتی با شایستگی های اساسی و رفتار کاری با شایستگی های اساسی با هم در فرآیند کارآفرینی مستقل در دفاتر مسافرتی جهانگردی، هوایی و زیارتی منطقه شمال ایران رابطه وجود دارد، و بین برخی از ویژگی های متغیرهای فردی مانند ویژگی های روانشناختی با وظایف هفتگانه مدیریتی، ویژگی های 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 دست اندرکاران به متغیر ویژگیهای روانشناختی کارآفرینان توجه ویژه نمایند چرا که با دیگر متغیرهای تحقیق همبستگی معنی داری داشته است.

مستند به مرور ادبیات موضوعی تحقیق، ویژگیهای روانشناختی کارآفرینان شامل تعداد زیادی از متغیرهای فرعی میشود که موارد ذیل جزو مهمترین و مورد توجه ترین آنها هستند: توفیق طلبی؛ ریسک پذیری؛ اعتماد به نفس؛ عمل گرا 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؛ سخت کوشی؛ پشتکار؛ پرانرژی بودن؛ عملکرد استراتژیک در فرآیند کارآفرینی مستقل در دفاتر مسافرتی جهانگردی، هوایی و زیارتی منطقه شمال ایران توجه و عنایت شود. و بالاخره اینکه موارد زیر بعنوان پیشنهاداتی برای تحقیقات آینده میتواند ارائه شود تا مورد توجه دیگر محققان ارجمند قرار گیرد:

- تبیین ویژگیهای روانشناختی مؤثر بر فرآیند کارآفرینی مستقل و درون سازمانی.
- تبیین متغیرهای سازمانی و محیطی اثرگذار بر فرآیند کارآفرینی مستقل.

منابع و مأخذ

- آقاجانی، حسنعلی، (۱۳۸۴)، "کارآفرینی: مفاهیم، نظریات و ضرورت وجودی"، مجله رویش: فصلنامه تخصصی اشتغال و کارآفرینی، شماره‌های (۱۰)(۱۱)، صص ۱۳-۳ و صص ۲۳-۱۲. تهران: سازمان همیاری اشتغال فارغ‌التحصیلان.
- آقاجانی، حسنعلی. و زیبا گنجه‌خور. (۱۳۸۹)، "تبیین نقش ویژگیهای روانشناختی کارآفرینان بر فرآیند کارآفرینی مستقل (مورد مطالعه: کارآفرینان استان مازندران)"، پژوهشنامه مدیریت تحول، (۴)، صص ۱۳۴-۱۱۸.
- احمد پور، محمود و دیگران. (۱۳۸۳)، "تجارب کارآفرینی در کشورهای منتخب"، تهران: مؤسسه انتشارات امیرکبیر.
- بازرگان، عباس و دیگران. (۱۳۷۷)، روشهای تحقیق در علوم رفتاری، تهران: انتشارات آگاه.
- جعفرنژاد، احمد؛ کیا کجوری، کریم؛ رودگر نژاد، فروغ. (۱۳۹۰)، "تبیین عوامل اثر گذار بر فرآیند کارآفرینی مستقل: مطالعه موردی؛ کارآفرینان شهرستان انزلی"، توسعه کارآفرینی، سال چهارم، شماره سیزدهم، صص ۵۱-۶۵.
- زالی، محمد رضا. (۱۳۸۴)، "ارزیابی خصیصه های کارآفرینی دانشجویان دانشگاه مازندران"، (طرح پژوهشی)، دانشگاه مازندران، مرکز کارآفرینی.
- عزیز، محمد. (۱۳۸۲). "بررسی زمینه های بروز و پرورش کارآفرینی در دانشجویان سال آخر کارشناسی و کارشناسی ارشد دانشگاه شهید بهشتی"، پایان نامه 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 و زالی، محمدرضا. (۱۳۷۹)، "بررسی موانع کارآفرینی در صنعت کشور و ارائه راهکارهای اساسی جهت توسعه آن"، تهران: جهاد دانشگاهی.

- مقیمی، سید محمد، (۱۳۸۳)، “کارآفرینی در نهادهای جامعه مدنی”، تهران، انتشارات دانشگاه تهران.
- ناظم، فتاح و عباسی، زهره، (۱۳۸۴)، “رابطه بین کار آفرینی و عملکرد مدیران بیرستانهای شهر تهران”، مجموعه مقالات اولین سمینار ملی دانشگاه رودهن، انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن.
- هومن، حیدرعلی، (۱۳۸۱)، “استنباط آماری در پژوهش رفتاری”، نشر پارسا، صص: ۴۰۹-۴۱۲
- Churchill, G. A., (1979), “A paradigm for developing better measures of marketing constructs”, *Journal of Marketing Research*, Vol. 16, February, pp.64–73.
- Conca, F. J. et al., (2004). Development of a measure to assess quality management in certified firms, *European journal of operational research*, (156), pp. 683-697.
- Cronbach, L. J., (1951). Coefficient alpha and the internal structure of test, *Psychometricka*, (16), pp. 297-334.
- GEM (2008). 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, 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*, 7(3), pp. 239-258.
- King, S. F., Burgess T.F (2006). Beyond critical success factors: A dynamic model of enterprise system innovation, *International Journal of Information Management*, (26), p. 59.
- Lee, R. & B. Choi, (2003), “Knowledge management enablers, processes, and organizational performance: An integrative view and empirical examination”, *Journal of Management Information Systems*, 20(1), pp. 179-228.
- Lerner, M. & Haber, S (2000). Performance factors of small tourism ventures: The interface of tourism, entrepreneurship and the environment, *Journal of Business Venturing*, (16), p. 77.
- Littunen, Annu., (2000). Entrepreneursip and the characteristics of entrepreneurial personality, *International Jornal of Entrepreneurial Behavior Research*. vol.6,no.6.
- Markman, G. D. & Baron, R. A (2003). Person-entrepreneurship fit: why some people are more successful as entrepreneurs than others, *Human Resource Management*.
- Nunnally, J. C., (1978). *Psychometric theory*, Second ed, McGraw-Hill, New York.
- Peterson, R. A., (1994). A meta-analysis of cronbach,s coefficient alpha, *Journal of consumer research*, (21), 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*, 38 (5) , 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*, (38), pp. 219-240.
- Zahra, S. A (1993). Environment, corporate entrepreneurship, and financial performance: A taxonomic approach, *Journal of Business venturing* ,8(4), pp. 319-340.

Explanation of variables affecting the independent entrepreneurship process in travel agencies(tourism, aviation and pilgrimage) of northern region of Iran

Abstract

regarding the notable role of tourism as one of the grounds and main factors in creating entrepreneurship, technology development, wealth creation and job creation in communities particularly in Iran, the aim of this study is to explain individual variables affecting the independent entrepreneurial process in travel agencies (tourism, aviation and pilgrimage) of northern region of IRAN. The study population consisted of 800 managers and owners of travel agencies in three provinces of north of Iran (Gilan, Mazandaran, Golestan). The data is collected from a sample consisting 243 members via distributing questionnaires with standard components and a 95% reliability coefficient. Four sub-variables of individual factors explaining the process of independent entrepreneurship process were analyzed using structural equation test-student and correlation. The results of this research showed that in addition to confirming the general explanation model of factors affecting independent entrepreneurship, four sub-variables (organizational behavior, essential competencies, seven managerial duties, and psychological traits) explain the process of independent entrepreneurship in statistical population. The findings suggest that in order to develop tourism industry, practitioners and authorities should consider the mentioned four variables besides other variables when setting up a new business in this industry.

Keywords:

Independent entrepreneurs, travel services, tourism, aviation, pilgrimage, Iran

