



جغرافیا و روابط انسانی، پاییز ۱۳۹۷، دوره ۱، شماره ۲

ارزیابی روحیه کارآفرینی در بین هنرمندان صنایع دستی شهرستان مهاباد (با تأکید بر فرش دستبافت)

فاطمه عزیزی^۱، نسرین کاظمی^۲، مرضیه هادی پور^۳

۱- دانش‌آموخته دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه تهران، پژوهشگر

۲- دانش‌آموخته دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه تهران

۳- دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی دانشگاه تهران

aziziut58@gmail.com

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۰۷/۱۹

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۰۷/۱۷

چکیده

صنایع دستی تجسم سه عنصر زیبایی، مهارت و اندیشه بوده و از آنجا که هر فرآورده دستی بازگوکننده خصوصیات تاریخی، اجتماعی و فرهنگی محل تولید است، می‌تواند عامل مهمی در شناساندن فرهنگ و تمدن محسوب شود. فرش دستبافت ایرانی در سالهای اخیر دوران افول و رکود را در عرصه رقابت‌های جهانی با سایر کشورها پیموده است. بنابراین برای ایجاد زمینه‌های رقابت، این صنایع نیاز به تحول داشته، البته به نحوی که به ساختار کلی صنایع دستی و ویژگی‌های خاص این هنر-صنعت لطمه‌ای وارد نیاید. بنابراین با توجه به ضرورت کارآفرینی در این بخش شناسایی ویژگی‌های کارآفرینان به عنوان افراد موفق جامعه، باعث می‌شود که بتوان این ویژگی‌ها را به منظور ارتقای این روحیه پرورش داد. این مطالعه به شیوه‌ی توصیفی-تحلیلی با شناخت عوامل فردی و روانشناختی موثر بر کارآفرینی به ارزیابی آن در بین بافندگان فرش در شهرستان مهاباد پرداخته است. داده‌های تحقیق با استفاده از پرسشنامه جمع‌آوری و برای تحلیل از *SPSS* استفاده شده است. بخش اول تحلیل نتایج به همبستگی بین عوامل فردی با روانشناختی پرداخته است. نتایج نشان می‌دهد که بین این عوامل در نمونه مورد مطالعه همبستگی متوسط می‌باشد. بخش دوم به تحلیل تفاوت‌های بین گروهی در برخورداری از روحیه‌ی کارآفرینی پرداخته است. در این بخش نیز بین گروه‌های مختلف تفاوت معناداری در برخورداری از روحیه‌ی کارآفرینی وجود دارد.

واژگان کلیدی: کارآفرینی، عوامل فردی، عوامل روانشناختی، صنایع دستی، فرش دستبافت.

صنایع دستی به علت سابقه چندین هزارساله در ایران و تنوع رشته‌های مختلف، از دیرباز یکی از حرفه‌های مهم ایرانیان به‌شمار می‌رفته است (علی‌بیگی و قمبرعلی، ۱۳۹۱، ۵۹)، در واقع باید گفت صنایع دستی در طول تاریخ، تجسم سه عنصر زیبایی، مهارت و اندیشه بوده و هنرمندان خلاق صنایع دستی و آثار و دستاوردهای حاصل از هنر آنان به مدد ظرفیت، استعداد و انعطاف‌پذیری ذاتی آنها، همواره مصداق واقعی و بارز این سه عنصر بوده است (خاموشی، ۱۳۸۷، ۷۴) و از آنجا که هر فرآورده دستی بازگوکننده خصوصیات تاریخی، اجتماعی و فرهنگی محل تولید خود است، می‌تواند عامل مهمی در شناساندن فرهنگ و تمدن محسوب شود (علیپور و مجنون، ۱۳۹۱، ۱۲۷). این هنر-صنعت می‌تواند گزینه‌ی ایده‌آل اشتغال باشد، زیرا این دسته از صنایع کوچک مقیاس و اغلب مبتنی بر خانوار است. علاوه بر این، مواد اولیه مورد استفاده برای تولید معمولاً از منابع محلی بوده و روشهای تولید نیز اغلب ابتدایی می‌باشد. همچنین صنایع دستی برای کارآفرینانی که فاقد سرمایه جهت راه‌اندازی کسب و کار می‌باشند مناسب و ایده‌آل است (Szydlowski, 2008, 30). صنعت فرش نیز به عنوان مهمترین صنعت در صنایع دستی و پردرآمدترین صادرات غیرنفتی کشور، امروز رقابت را به رقیبان تازه‌نفس واگذار نموده و چنانچه تمهیدات مناسبی برای مبارزه با معضلاتی که موجب این رکود گردیده اتخاذ نشود، صنعت فرش نیز به بسیاری از هنرهای کهن ایرانی می‌پیوندد (عربی و صبوری، ۱۳۸۳، ۴۲).

در بحث تحول در صنایع دستی لازم به ذکر است که در کشور ما در مقابل کسانی که معتقدند صنایع دستی به دلیل ویژگی‌های سنتی آن بایستی همین گونه که هست حفظ گردد و هیچگونه تغییر و تحولی را در این امر جایز نمی‌شمارند گروهی نیز معتقدند صنایع دستی بایستی مانند دیگر شئون هنر دچار تحول و تغییر گردد. بحث اصلی در این زمینه این مورد می‌باشد که ما تا چه اندازه می‌توانیم به بحث تغییر و تحول در صنایع دستی بپردازیم به نحوی که به ساختار کلی صنایع دستی و ویژگی‌های خاص این هنر-صنعت لطمه‌ای وارد نیاید. اگر به تاریخ مردمی که در گذشته به کار صنایع دستی اشتغال داشته‌اند بنگریم، خواهیم دید که آنها هم از هنر هنرمندان عصر خود استفاده می‌کرده‌اند، هم از تکنولوژی آن زمان (صنعتی، ۱۳۸۱، ۷۵). بنابراین با توجه به ضرورت کارآفرینی در این بخش شناسایی ویژگی‌های کارآفرینان به عنوان افراد موفق جامعه، باعث می‌شود که بتوان این ویژگی‌ها را پرورش داد. البته ویژگی‌های کارآفرینان را نمی‌توان به طور دقیق تعریف کرد؛ زیرا اگر کارآفرینان را به عنوان یک گروه در نظر بگیریم، گروهی متنوع هستند و تفاوت‌های زیادی در داخل گروه کارآفرینان وجود دارد. با این حال مطالعه ویژگی‌های کارآفرینان جهت ایجاد تصویر روشن‌تری از کارآفرین واقعی مفید است (سلمانی‌زاده و انصاری، ۱۳۸۸، ۱۷۱).

با توجه به مطالب ذکر شده و ضرورت گسترش بازارها جهت تولیدات صنایع دستی این تحقیق در پی آن است تا میزان برخورداری از عوامل فردی و روانشناختی موثر بر کارآفرینی را در بین هنرمندان فرش دستبافت

تعیین نماید. به عبارتی دیگر هدف تحقیق این است تا دریابد نمونه مورد مطالعه به چه میزان از روحیه کارآفرینی متأثر از عوامل فردی و روانشناختی برخوردار است.

عوامل فردی و روانشناختی موثر در کارآفرینی (روحیه کارآفرینی)

در اواسط قرن بیستم، روانشناسان توجه خود را به تحلیل فرد و متغیرهای شخصیتی و روانشناختی معطوف داشتند و اکثر آنها به دنبال پاسخ این سوال بودند که کدام ویژگی‌های فردی کارآفرین است که وی را از غیر کارآفرین متمایز می‌سازد؟ از این رو از تحقیقات این دانشمندان به عنوان رویکرد روانشناختی نام برده می‌شود (سلمانی‌زاده و انصاری، ۱۳۸۸، ۱۷۰). به عنوان مثال، لیتونن (۲۰۰۰)، ویژگی‌های فرد کارآفرین را شامل توانایی خطرپذیری، نوآوری، دانش در زمینه‌ی فنون کار، بازار و بازاریابی، مهارت‌های مدیریت کسب‌وکار، توانایی برای همکاری، برداشت خوب نسبت به کسب‌وکار و توانایی برای شکار فرصت می‌داند. زهرا و کوین (۱۹۹۵)، سه ویژگی خطرپذیری، نوآوری و توجه به رقابت را بر کارآفرینی فردی اثرگذار دانسته‌اند. مارکمن و بارون (۲۰۰۳)، عوامل اثرگذار بر موفقیت کارآفرینانه را مناسب بودن ویژگی‌های فردی کارآفرینان شامل خودیابی، فرصت‌شناسی، استقلال در کار، داشتن سرمایه‌ی انسانی و مهارت‌های اجتماعی می‌داند (جعفرنژاد و همکاران، ۱۳۹۰، ۷۲-۷۱). با توجه به مرور منابع مرتبط، عوامل فردی و روانشناختی موثر بر کارآفرینی را می‌توان به صورت زیر طبقه‌بندی کرد.

جنسیت: در دهه ۱۹۹۰ نظریه‌های فمینیستی به عنوان شاخه‌ای از نظریات اجتماعی وارد بحث کارآفرینی زنان گردید و شامل زمینه‌های سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی شد. با اینکه در گروه‌های مختلف فمینیسم نظریات متفاوتی وجود دارد ولی برخی از محققان به دو گرایش اصلی در این زمینه معتقدند که عبارت است از فمینیستهای آزادیخواه و فمینیستهای اجتماعی. فمینیستهای آزادیخواه معتقدند شرایط محیطی برای زنان و مردان کارآفرین نابرابر است؛ فمینیستهای اجتماعی که معتقدند روحیات مرد و زن با هم متفاوت است و رفتارهای متفاوتی از آنها سر می‌زند، ولی نتایجی که بدست می‌آورند می‌تواند مشابه باشد (بهار، ۱۳۸۶، ۵۲).

سن: اساساً نمی‌توان سن خاصی را برای آغاز فعالیت کارآفرینانه معین کرد. مطالعات و بررسی‌ها در مورد کارآفرینان نشان می‌دهد که آنها می‌توانند در هر گروه سنی (از نوجوانی تا پیری) وجود داشته باشند. برای مثال با ورود اینترنت به زندگی روزمره، بسیاری از کسب‌وکارهای اینترنتی را نوجوانان به راه انداخته‌اند؛ امری که در ده سال گذشته سابقه نداشت (کلانتری، ۱۳۹۰، ۸۸-۸۷).

تحصیلات: یکی از سوالات مورد توجه محققان این است که آیا افراد، کارآفرین به دنیا می‌آیند؟ یا از طریق تحصیل کارآفرینی می‌شوند؟ به طور کلی، تحصیلات یکی از عمده‌ترین عوامل در زمینه کارآفرینی است و همواره نتایج خوبی در این زمینه منتشر شده است (کلانتری، ۱۳۹۰، ۸۷).

دانش پیشین (تجربه کاری): دانش پیشین اشاره به اطلاعات و تجربه‌ی متمایز و مشخص فرد در یک موضوع خاص دارد و شامل دانشی می‌شود که با تجربه‌ی فرد در زمینه‌های بازار، محصولات، روش‌ها و فرایندهای تولید، نیازهای مشتریان، شیوه‌های خدمت‌رسانی به بازار و مشتریان و مانند این‌ها به دست می‌آید. به طور کلی دانش پیشین فرد نتیجه‌ی تجربه‌ی کاری و عمومی فرد، تحصیلات، آموزش و یا ابزارهای دیگر است. دانش پیشین توانایی فرد برای تشخیص فرصت‌های بیش‌تر را افزایش می‌دهد. دانش پیشین می‌تواند توانایی افراد را هم برای ایجاد فرصت‌های بیش‌تر و هم سطح نوآوری این فرصت‌ها بالا ببرد (عزیزی و همکاران، ۱۳۹۱، ۱۲).

خلاقیت و نوآوری: برای موفقیت در هر کار و حرفه‌ای، به طرح‌ها و اندیشه‌های نو و جدید نیاز است (ویسی و کریم‌زاده، ۱۳۸۹، ۱۶۸). به عقیده گاردنر (۱۹۹۴) نوآوری ارزش اصلی رفتار کارآفرینانه است. نوآوری یعنی واکنش خلاق به شرایط در حال تغییر (قوچانی و یزدانی، ۱۳۹۰، ۷۰). شومپتر معتقد است که خلاقیت، روحی است که در کارآفرینی دمیده می‌شود و نوآوری لازمه فرآیند کارآفرینی است. نوآوری و خلاقیت از اجزای لاینفک کارآفرینی می‌باشند (سلمانی‌زاده و انصاری، ۱۳۸۸، ۱۷۳). در ۹۰ درصد از نظرسنجی‌های انجام شده توسط هیلز و همکارانش (۱۹۹۷)، آنها خلاقیت را برای تشخیص فرصت خیلی مهم دانسته‌اند. می‌توان خلاقیت را فرایند خلق یک ایده‌ی جدید یا سودمند دانست (عزیزی و همکاران، ۱۳۹۱، ۱۲).

خطرپذیری یا ریسک‌پذیری: لاینر و بروکهاوس معتقدند که تمایل به پذیرش مخاطره‌های معتدل از ویژگی‌های بارز کارآفرینان است (سلاجقه و حسینی، ۱۳۹۱، ۶). ژو و روف (۲۰۰۴)، ساده‌ترین شکل ریسک را اینگونه بیان کرده‌اند: ریسک یک تابع از تغییرات توزیع در نتایج احتمالی است. کاسون (۱۹۹۰)، به طور تخصصی‌تری ریسک کارآفرینی را حاصل ناامنی و نفوذ بازار می‌داند که هرگز نمی‌توان آن را از قبل تعیین کرد. بنابراین پیش‌بینی صحیح این مساله برای کارآفرین می‌تواند نشان‌دهنده موفقیت در کاهش ریسک باشد. در نتیجه ریسک کارآفرینی را می‌توان به عنوان احتمال نوآوری همراه با نتایج ناخواسته توصیف کرد. زیمرر و اسکاربروگ (۱۹۹۶) ریسک کارآفرینی را به عنوان شرایط متضادی می‌دانند که کارآفرین در آن قرار دارد (بانک ملی ایران، ۱۳۹۰، ۲۶ و ۲۷).

پیشگامی: پیشگامی یعنی شروع به عمل کردن یا درگیر شدن در عمل قبل از وقوع اتفاق، به جای واکنش نشان دادن به آن. پیشگامی بر پذیرش مسئولیت، پیش‌بینی و جلوگیری از مشکلات احتمالی، ارتباط اثربخش با محیط‌های درونی و بیرونی و بکارگیری مستمر محصولات یا فرآیندهای جدید تأکید دارد (قوچانی و یزدانی، ۱۳۹۰، ۷۱).

استقلال‌طلبی: هیسریچ معتقد است انگیزه‌هایی که سبب می‌شوند فرد به تنهایی به فعالیت کارآفرینانه دست بزند، بسیار متنوع هستند. دلیلی که بیش از همه برای کارآفرین شدن ذکر می‌شود انگیزه استقلال است؛ تمایل به اینکه فرد رئیس خود باشد، همان چیزی است که زنان و مردان کارآفرین را در سراسر جهان وا می‌دارد تمام

مخاطرات اجتماعی، روانی و مالی را بپذیرند ساعتهای طولانی کار کنند تا فعالیت کارآفرینانه نوپای خود را پدید آورند و با موفقیت پیش برند (سلمانی‌زاده و انصاری، ۱۳۸۸، ۱۷۲).

خودکارآمدی (خودباوری): از دیدگاه باندورا (۱۹۷۷)، احساس خودکارآمدی ادراک شده، عبارتست از ادراک و باور فرد نسبت به اینکه می‌تواند در انجام یک وظیفه‌ی خاص به شکل موفقیت‌آمیزی عمل کند؛ به عبارت دیگر باور انسان به اینکه از قابلیت‌ها و توانایی لازم برای انجام یک وظیفه‌ی خاص برخوردار است. به شکل ساده‌تر، احساس خودکارآمدی یعنی "من می‌توانم این کار را انجام دهم". ازگن و بارون (۲۰۰۷) دو دلیل مهم برای تأکید بر اهمیت خودکارآمدی در تشخیص فرصت را اینگونه بیان کردند: نخست اینکه اشخاص با خودکارآمدی بالا، نسبتاً به خود مطمئن هستند. دومین دلیل اینکه اشخاص با سطح خودکارآمدی بالا، براین باورند که می‌توانند به صورت موفقیت‌آمیزی فرصتهای کشف شده را توسعه دهند (عزیزی و همکاران، ۱۳۹۱، ۱۳).

هوشیاری کارآفرینانه: کرزور (۱۹۷۳) اولین فردی بود که اصطلاح هوشیاری را برای توضیح شناخت کارآفرینانه‌ی فرصت به کار برد. ری و کاردوزو (۱۹۹۶) نیز بیان می‌کنند که حالتی از هوشیاری تشدید شده نسبت به اطلاعات، مقدمه‌ی هرگونه شناخت فرصت به وسیله‌ی کارآفرین می‌باشد. آنها این حالت را آگاهی کارآفرینانه نامیدند و آن را توجه داشتن و حساسیت نسبت به اطلاعات مرتبط با موضوعات، رویدادها و الگوهای رفتاری در محیط و حساسیت خاص نسبت به بازار و مشکلات مصرف‌کننده، نیازها و علایق مشتریان و ترکیب جدید منابع تعریف کردند (عزیزی و همکاران، ۱۳۹۱، ۱۵).

خوش‌بینی: خوش‌بینی به‌عنوان یکی دیگر از عوامل فردی، در کارآفرینی مطرح است. جایی که همه چیز مایوس‌کننده و تمام شرایط علیه هدف نهایی ماست، آنچه می‌تواند امید به حرکت را در کارآفرین ایجاد کند، خوش‌بینی اوست. لملسون تأکید دارد که هرگونه خوش‌بینی که به نوعی ساده‌لوحی منتهی شود را نمی‌توان به عنوان یک نگرش کارآفرینانه در نظر گرفت. احتیاط به عنوان مکمل خوش‌بینی، کارآفرین را مجهز به نوعی هوشیاری در برخورد با شرایط ریسکی می‌کند (نورانی و وفایی، ۱۳۸۹، ۷۲).

انگیزه پیشرفت و نیاز به موفقیت: انگیزه پیشرفت، میل و اشتیاق یا تلاش و کوششی است که فرد برای دستیابی به یک هدف یا تسلط بر اشیاء، امور و یا افراد و اندیشه‌ها و یا یک معیار متعالی از خود ابزار می‌دارد. (هومن و عسگری، ۱۳۷۹، ۱۰). چنانچه بنابر ویژگی‌های شخصیتی یک فرد، موفقیت محرک انگیزشی قوی برای وی نباشد، تلاش برای دستیابی به موفقیت و پشتکار وی در این جهت، روبه افول خواهد گذاشت (نورانی و وفایی، ۱۳۸۹، ۷۱).

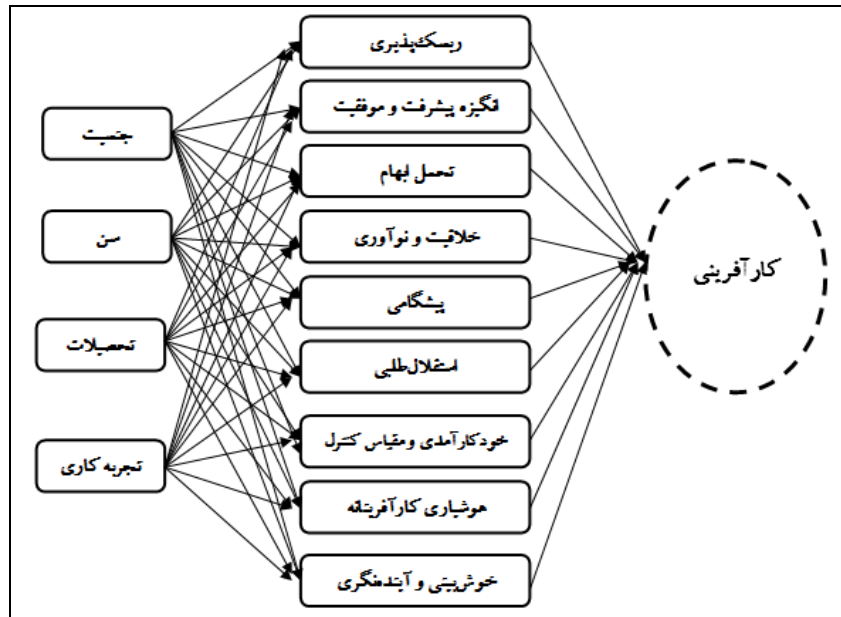
تحمل ابهام: قدرت تحمل ابهام عبارتست از پذیرفتن عدم قطعیت به عنوان بخشی از زندگی، توانایی ادامه حیات با دانش ناقص درباره محیط و تمایل به آغاز فعالیتی مستقل، بی‌آنکه شخص بدانند آیا موفق خواهد شد یا

خیر. هر فردی تا حدی با چنین وضعیت‌های روبرو می‌شود زیرا بسیاری از تصمیمات را براساس اطلاعات ناقص و مبهم بگیرد. اما کارآفرینان با وضعی مبهم‌تر و نامشخص‌تر روبرو هستند زیرا آنها دست به کارهایی می‌زنند که برای نخستین بار انجام می‌شود. از سوی دیگر آنها زندگی خود را در گرو موفقیت آن اقدام می‌گذارند (بهار، ۱۳۸۶، ۴۳).

مرکز کنترل درونی: عقیده فرد نسبت به اینکه وی تحت کنترل وقایع خارجی یا داخلی می‌باشد را مرکز کنترل می‌نامند. افرادی که وقایع پیش‌آمده برای خود را معلول رفتار خویش می‌دانند دارای مرکز کنترل درونی‌اند. افراد با مرکز کنترل بیرونی معتقدند وقایع خارجی که خارج از کنترل آنهاست، سرنوشت آنها را تعیین می‌کند. به عبارت دیگر، کارآفرینان موفق به خود ایمان دارند و موفقیت یا شکست را به سرنوشت، اقبال یا نیروهای مشابه نسبت نمی‌دهند. به عقیده آنها شکست و پیشرفت تحت کنترل و نقوذ آنها بوده و خود را در نتایج عملکردشان موثر می‌دانند (بهار، ۱۳۸۶، ۳۸).

روش‌شناسی تحقیق

روش تحقیق مورد استفاده در این پژوهش توصیفی، تحلیلی و از نوع همبستگی می‌باشد. از جنبه‌ی هدف نیز این تحقیق کاربردی است، چرا که در پی سنجش میزان برخورداری از روحیه کارآفرینی در بین بافندگان فرش در منطقه مورد مطالعه می‌باشد. از جنبه‌ی جمع‌آوری داده‌ها، تحقیق حاضر از نوع پژوهش‌های پیمایشی به شمار می‌آید. بنابراین مانند اغلب پژوهش‌های پیمایشی بر روی نمونه‌ای از کل جامعه متمرکز شده و با استفاده از پرسشنامه داده‌های مورد نیاز از نمونه انتخاب شده گردآوری شده است. لذا با توجه به محدودیت‌های تحقیق ۱۰۰ پرسشنامه به صورت تصادفی تکمیل شده است تا مشخص گردد هنرمندان مشغول در بخش فرش دستبافت تا میزان از روحیه کارآفرینی برخوردار می‌باشند. سوالات مورد استفاده در پرسشنامه در قالب طیف لیکرت طراحی شده و برای طراحی پرسشنامه از سوالات موجود در آزمون‌های روانشناسی استفاده شده است شامل: آزمون سنجش خلاقیت تورنس، مقیاس کنترل راتر (درونی - بیرونی)، آزمون انگیزه پیشرفت هرمنس، پرسشنامه چند عاملی رهبری (MLQ)، تست تحمل ابهام، پرسشنامه قدرت ریسک و سوالات محقق ساخت. با توجه به شکل (۱) داده‌های این تحقیق در دو بخش مورد تحلیل و بررسی قرار گرفته است. ابتدا ارتباط عوامل فردی (جنسیت، سن، تحصیلات، تجربه کاری) با عوامل روانشناختی (ریسک‌پذیری، انگیزه پیشرفت و موفقیت، تحمل ابهام، خلاقیت و نوآوری، پیشگامی، استقلال‌طلبی، خودکارآمدی و مقیاس کنترل درونی، هوشیاری کارآفرینانه، خوش‌بینی و آینده‌نگری) مورد بررسی قرار گرفته است یعنی همبستگی بین این عوامل با استفاده از نرم‌افزار SPSS در نمونه مورد مطالعه سنجیده شده است. در بخش دوم نیز برای تحلیل داده‌ها از آزمون‌های آماری مناسب در این نرم‌افزار استفاده شده است.



شکل ۱: مدل تحلیلی پژوهش

معرفی منطقه مورد مطالعه

مهاباد یکی از شهرستان‌های استان آذربایجان غربی است که در شمال غربی ایران واقع شده و جمعیت آن طبق سرشماری سال ۱۳۹۰، ۲۱۵۵۲۹ نفر بوده که ۱۴۸۲۳۰ جمعیت شهری و ۶۷۲۹۹ جمعیت روستایی داشته‌است (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۲). در راستای موضوع تحقیق، در جدول (۱) مشخصات شرکت‌های تعاونی فرش دستباف فعال شهری و روستایی این شهرستان و آمار شاغلین این بخش ذکر گردیده‌است.

جدول ۱: مشخصات شرکت‌های تعاونی فرش دستباف فعال شهرستان مهاباد

مشخصات		نام تعاونی فرش دستباف		
میزان تولید سالانه (مترمربع)	تعداد بافنده			
	جمع	مرد	زن	
۴۹۰۰	۳۵۰۰	۱۴۰۰	۲۱۰۰	شرکت تعاونی فرش دستباف روستایی مهاباد
۴۵۰	۷	۴	۳	شرکت تعاونی کسری (شهری)
۱۲۰	۱۴	۷	۷	شرکت تعاونی شماره ۵۹ (شهری)
۲۸۸	۵۸	۱۳	۴۵	شرکت تعاونی فرش دستباف و صنایع دستی (شهری)
۱۰۰	۲۱	۵	۱۶	شرکت تعاونی ترنج (شهری)

(پورتال فرش دستباف سازمان بازرگانی استان آذربایجان غربی، ۱۳۹۱)

یافته‌های تحقیق

در بخش اول تحقیق همبستگی بین عوامل فردی و روانشناختی مورد بررسی قرار گرفته است. جدول (۲) مربوط به نتایج عامل فردی جنسیت می‌باشد. در مجموع ۲۲۵ نفر از پاسخگویان زن و ۱۴۵ نفر مرد بوده‌اند. همانطور که این جدول نشان می‌دهد براساس ضریب پیرسون همبستگی بین جنسیت با خلاقیت، ریسک‌پذیری، پیشگامی، استقلال‌طلبی، هوشیاری کارآفرینانه، آینده‌نگری و خوش‌بینی در سطح متوسط و تا حدودی قوی، همبستگی بین انگیزه پیشرفت و موفقیت با عامل فردی جنسیت در نمونه مورد مطالعه نسبتاً ضعیف، همبستگی بین این عامل فردی با تحمل ابهام، خودکارآمدی و مقیاس کنترل قوی می‌باشد (برای مشاهده تفاوت‌ها میانگینهای جدول (۲) را ببینید).

جدول ۲: نتایج تحلیل همبستگی بین جنسیت و عوامل روانشناختی

روانشناختی	میانگین زنان	میانگین مردان	R (ضریب پیرسون)
خلافت	۳,۳۸	۲,۹۳	۰,۳۷۷
پیشرفت و موفقیت	۳,۱۲	۲,۷۷	۰,۲۶۸
تحمل ابهام	۲,۳۰	۳,۱۰	۰,۶۵۱
خودکارآمدی و مقیاس کنترل	۲,۵۵	۳,۶۸	۰,۷۳۱
ریسک پذیری	۲,۵۴	۳,۳۳	۰,۵۶۴
پیشگامی	۲,۸۲	۳,۴۳	۰,۴۴۴
استقلال طلبی	۲,۹۴	۳,۵۱	۰,۵۲۰
آینده‌نگری و خوش بینی	۲,۹۵	۳,۴۷	۰,۴۴۱
هوشیاری	۲,۶۰	۳,۳۲	۰,۵۲۵

جدول (۳) همبستگی بین عامل فردی سن را با عوامل روانشناختی نشان می‌دهد. ۸۵ نفر از پاسخگویان در گروه سنی ۱۵ تا ۲۵ سال، ۷۳ نفر در گروه سنی ۲۵ تا ۳۵ سال، ۷۴ نفر در گروه سنی ۳۵ تا ۴۵ سال، ۱۰۴ نفر در گروه سنی ۴۵ تا ۵۵ سال و ۳۴ نفر از پاسخگویان بین از ۵۵ سال سن داشته‌اند. براساس ضریب پیرسون همبستگی بین سن با عوامل خلافت، استقلال طلبی انگیزه پیشرفت و موفقیت ضعیف، همبستگی بین سن با تحمل ابهام، خودکارآمدی و مقیاس کنترل، ریسک‌پذیری، پیشگامی، هوشیاری کارآفرینانه، آینده‌نگری و خوش بینی در سطحی متوسط می‌باشد (برای مشاهده تفاوت‌ها میانگینهای جدول (۳) را ببینید).

جدول ۳: نتایج تحلیل همبستگی بین سن و عوامل روانشناختی

روانشناختی	۲۵-۱۵	۳۵-۲۵	۴۵-۳۵	۵۵-۴۵	+ ۵۵	R (ضریب پیرسون)
خلافت	۳,۳۵	۳,۳۰	۳,۱۷	۳,۰۸	۳,۲۹	۰,۱۶۷
پیشرفت و موفقیت	۳,۰۱	۲,۷۹	۲,۸۷	۲,۱۶	۳,۰۳	۰,۱۰۲
تحمل ابهام	۳,۳۶	۲,۶۰	۲,۷۱	۲,۶۴	۳,۰۱	۰,۲۵۷
خودکارآمدی و مقیاس کنترل	۲,۶۳	۲,۹۲	۳,۱۴	۳,۱۷	۳,۲۰	۰,۲۶۸
ریسک‌پذیری	۲,۴۲	۲,۸۹	۳,۲۰	۲,۹۴	۲,۸۰	۰,۲۳۰
پیشگامی	۲,۵۳	۳,۱۲	۳,۴۵	۳,۱۸	۳,۰۵	۰,۳۰۱
استقلال طلبی	۳,۰۱	۲,۹۵	۳,۳۹	۳,۲۶	۳,۲۰	۰,۲۰۷
آینده‌نگری و خوش بینی	۲,۹۳	۲,۹۳	۳,۳۶	۳,۳۸	۳,۰۶	۰,۲۵۲
هوشیاری	۲,۴۳	۲,۸۲	۳,۲۵	۳,۱۰	۲,۶۴	۰,۲۶۶

جدول (۴) همبستگی بین عامل فردی تحصیلات را با عوامل روانشناختی نشان می‌دهد. ۱۱۴ نفر از پاسخگویان خواندن و نوشتن، ۹۱ نفر تحصیلات ابتدایی، ۵۳ نفر پایین‌تر از دیپلم، ۵۶ نفر دیپلم، ۱ نفر فوق دیپلم، ۱۸ نفر لیسانس و ۳۷ نفر بی‌سواد بوده‌اند. براساس ضریب پیرسون همبستگی بین تحصیلات با عوامل روانشناختی در نمونه مورد مطالعه در سطحی ضعیف تا متوسط قرار دارد (برای مشاهده تفاوت‌ها میانگینهای جدول (۴) را ببینید).

جدول ۴: نتایج تحلیل همبستگی بین تحصیلات و عوامل روانشناختی

روانشناختی	خواندن و نوشتن	ابتدایی	پ.دیپلم	دیپلم	ف. دیپلم	لیسانس	بی‌سواد	R (ضریب پیرسون)
خلاقیت	۳,۰۸	۳,۲۰	۳,۲۹	۳,۳۶	۳,۱۲	۳,۱۱	۳,۲۶	۰,۰۹۴
پیشرفت و موفقیت	۳,۰۵	۳,۰۶	۲,۷۹	۲,۹۲	۲	۲,۷۳	۳,۱۱	۰,۰۵۲
تحمل ابهام	۲,۸۱	۲,۶	۲,۴۷	۲,۴۳	۳	۲,۴	۲,۶۵	۰,۱۴۰
خودکارآمدی و مقیاس کنترل	۳,۲۴	۳	۲,۷۹	۲,۹۱	۳	۲,۴	۲,۹۳	۰,۱۹۲
ریسک‌پذیری	۳,۰۴	۲,۸۹	۲,۷۲	۲,۷	۳	۲,۸۵	۲,۷۳	۰,۱۷۹
پیشگامی	۳,۳	۳,۰۲	۲,۹۳	۲,۸۸	۳	۲,۷۵	۳,۰۶	۰,۱۶۷
استقلال‌طلبی	۳,۳۳	۳,۲۴	۳,۰۶	۳,۰۳	۳	۲,۷	۳,۰۳	۰,۲۶۱
آینده‌نگری و خوش‌بینی	۳,۲۹	۳,۲۷	۲,۹۸	۳,۰۳	۳,۲۵	۲,۷۵	۳,۰۸	۰,۰۱۹۸
هوشیاری	۳,۰۴	۲,۶۹	۲,۷۸	۲,۷۵	۳	۲,۴۷	۲,۷۸	۰,۱۸۴

جدول (۵) همبستگی بین عامل تجربه‌ی کاری را با عوامل روانشناختی نشان می‌دهد. در بین پاسخگویان ۸ نفر تجربه‌ی کمتر از ۵ سال، ۶۰ نفر تجربه‌ی کاری بین ۵ تا ۱۰ سال، ۸۶ نفر ۱۰ تا ۱۵ سال، ۱۰۰ نفر ۱۵ تا ۲۰ سال و ۱۱۶ نفر تجربه‌ی کاری بیش از ۲۰ سال داشته‌اند. براساس ضریب پیرسون همبستگی بین تجربه با عوامل روانشناختی در نمونه مورد مطالعه ضعیف می‌باشد (برای مشاهده تفاوت‌ها میانگینهای جدول (۵) را ببینید).

جدول ۵: نتایج تحلیل همبستگی و رگرسیون بین تجربه و عوامل روانشناختی

روانشناختی	-۵	۱۰-۵	۱۰-۱۵	۲۰-۱۵	+۲۰	R (ضریب پیرسون)
خلاقیت	۳,۰	۳,۴۹	۳,۲۲	۳,۰۳	۳,۲	۰,۱۳۳
پیشرفت و موفقیت	۲,۵	۲,۹۶	۲,۸۹	۳,۰۴	۳,۰	۰,۱۰۳
تحمل ابهام	۲,۸	۲,۴	۲,۵۱	۲,۷۱	۲,۷	۰,۱۶۷
خودکارآمدی و مقیاس کنترل	۲,۷	۲,۷۵	۲,۹۲	۳,۱۹	۳,۰	۰,۱۳۶
ریسک‌پذیری	۲,۹	۲,۵۴	۲,۷۹	۳,۰۳	۲,۸	۰,۱۵۵

	۹				۶	
۰,۰۱۷۱	۳,۱ ۵	۳,۱۵	۳,۰۶	۲,۷۶	۳,۰ ۱	پیشگامی
۰,۰۷۸	۳,۱ ۷	۳,۲۶	۳,۱	۳,۰۵	۳,۲ ۸	استقلال طلبی
۰,۰۹۰	۳,۱ ۶	۳,۲۹	۳,۰۶	۳,۰۳	۳,۲ ۳	آینده نگر و خوش بینی
۰,۰۱۳۰	۲,۸ ۵	۳,۱۳	۲,۸۶	۲,۵۸	۲,۷ ۹	هوشیاری

بخش دوم تحقیق در پی سنجش میزان برخورداری از روحیه کارآفرینی و تفاوت بین گروه‌ها در نمونه مورد مطالعه می‌باشد. جدول (۶) نتایج مربوط به تفاوت در برخورداری از روحیه کارآفرینی را به تفکیک جنسیت پس از تعیین برابری یا نابرابری واریانس‌ها براساس آزمون لرنز نشان می‌دهد. با توجه به اینکه دو گروه مستقل در این بخش وجود دارد از آزمون t (بین دو گروه مستقل) استفاده شده است. نتایج این بخش نشان می‌دهد که تفاوت معناداری بین دو گروه (زنان و مردان) در برخورداری از روحیه کارآفرینی وجود دارد (سطح معناداری برای تمامی عوامل ۰,۰۰۰ می‌باشد). تفاوت در میزان برخورداری از عوامل روانشناختی موثر بر کارآفرینی به تفکیک جنسیت در جدول (۲) ذکر شده است.

جدول ۶: نتایج آزمون t برای جنسیت و عوامل روانشناختی

۹۵% Confidence Interval of the Difference		Mean difference	Sig (2-tailed)	t	روانشناختی
Upper	Lower				
۰,۵۵۷	۰,۳۳۸	۰,۴۴۷	۰,۰۰۰	۸,۰۸	خلاقیت
۰,۴۷۱	۰,۲۱۷	۰,۳۴۴	۰,۰۰۰	۵,۳۴	موفقیت
-۰,۷۱۲	-۰,۸۸۲	-۰,۷۹۷	۰,۰۰۰	-۱۸,۳۹	ابهام
-۱,۰۲۷	-۱,۲۴۴	-۱,۱۳۵	۰,۰۰۰	-۲۰,۵۴	خودکارآمدی
-۰,۶۶۴	-۰,۸۹۹	-۰,۷۸۱	۰,۰۰۰	۱۳,۰۹۱	ریسک
-۰,۴۸۵	-۰,۷۳۹	-۰,۶۱۲	۰,۰۰۰	-۹,۵۱۳	پیشگامی
-۰,۴۶۹	-۰,۶۶۵	-۰,۵۶۷	۰,۰۰۰	۱۱,۴۲۴	استقلال
-۰,۴۲	-۰,۶۳۶	-۰,۵۲۸	۰,۰۰۰	-۹,۶۰۸	آینده نگر و خوش بینی
-۰,۶۰۴	-۰,۸۲۹	-۰,۷۱۶	۰,۰۰۰	۱۲,۵۶۳	هوشیاری



جدول (۷) نتایج تفاوت در برخورداری از روحیه‌ی کارآفرینی را به تفکیک گروه‌های سنی نشان می‌دهد. مقادیر *Sig* در این جدول نشان می‌دهد که تفاوت معناداری بین گروه‌های سنی در عوامل روانشناختی موثر بر کارآفرینی وجود دارد. به منظور تعیین تفاوت بین گروه‌های سنی واریانس بین گروه‌ها مورد مقایسه قرار گرفته است. در این زمینه سطح معناداری در تست برابری یا نابرابری واریانس‌ها برای تمامی عوامل روانشناختی برابر با (۰,۰۰۰) بوده که نشان‌دهنده‌ی نابرابری واریانس بین گروه‌ها می‌باشد، در نتیجه از آزمون *Tamhane's T2* برای تعیین تفاوت‌های بین گروهی استفاده شده است (بخش تفاوت‌های جدول ۷ را ببینید).

جدول ۷: نتایج تحلیل واریانس برای گروه‌های سنی و عوامل روانشناختی

Sig	F	Mean Square		Sum of Squares			روانشناختی
		درون گروهی	بین گروهی	کل	درون گروهی	بین گروهی	
۰,۰۰۰	۵,۴۸۴	۰,۳۲۲	۱,۷۶۲	۱۲۴,۷۶۲	۱۱۷,۶۹۰	۷,۰۷۲	خلاقیت
۰,۰۰۱	۴,۵۴۵	۰,۳۷۹	۱,۷۲۴	۱۳۵,۳۱۴	۱۳۸,۴۲۰	۶,۸۹۴	موفقیت
۰,۰۰۰	۸,۹۷۵	۰,۳۳۰	۲,۹۶۱	۱۳۲,۲۶۲	۱۲۰,۴۱۸	۱۱,۸۴۴	ابهام
۰,۰۰۰	۸,۳۰۵	۰,۵۳۵	۴,۴۴۱	۲۱۲,۹۵۳	۱۹۵,۱۸۸	۱۷,۷۶۵	خودکارآمدی
۰,۰۰۰	۱۶,۳۱۱	۰,۳۹۴	۶,۴۲۷	۱۶۹,۵۳۵	۱۴۳,۸۲۶	۲۵,۷۰۸	ریسک
۰,۰۰۰	۲۵,۶۷۵	۰,۳۵۸	۹,۱۹۸	۱۶۷,۵۶۲	۱۳۰,۷۶۸	۳۶,۷۹۴	پیشگامی
۰,۰۰۰	۹,۵۹۵	۰,۲۶۰	۲,۴۹۵	۱۰۴,۸۸۲	۹۴,۹۰۳	۹,۹۷۹	استقلال
۰,۰۰۰	۱۳,۸۵۱	۰,۳۰۰	۴,۱۶۱	۱۲۶,۲۸۲	۱۰۹,۶۴۰	۱۶,۶۴۲	آینده‌نگری
۰,۰۰۰	۲۴,۱۴۳	۰,۳۵۶	۸,۶۰۷	۱۶۴,۵۴۵	۱۳۰,۱۱۸	۳۴,۴۲۷	هوشیاری
<i>(df: Between Groups:4; Within Groups: 365, Total: 369)</i>							
تفاوت‌ها (گروه‌های سنی؛ ۱: ۲۵-۱۵؛ ۲: ۳۵-۲۵؛ ۳: ۴۵-۳۵؛ ۴: ۵۵-۴۵؛ ۵: ۵۵-۵۵)							
		خلاقیت (گروه ۱ با ۴) (گروه ۲ با ۴) (گروه ۳ با ۴) (گروه ۴ با ۴) (گروه ۵ با ۴)					
		موفقیت (گروه ۲ با ۴) (گروه ۳ با ۴) (گروه ۴ با ۴) (گروه ۵ با ۴) (گروه ۳ و ۲)					
		ابهام (گروه ۱ با ۳ و ۴ و ۵) (گروه ۲ با ۵) (گروه ۳ با ۱ و ۵) (گروه ۴ با ۱ و ۵) (گروه ۵ با تمام گروه‌ها)					
		خودکارآمدی (گروه ۱ با ۳ و ۴ و ۵) (گروه ۳ با ۱) (گروه ۴ با ۱) (گروه ۵ با ۱)					
		ریسک (گروه ۱ با تمام گروه‌ها) (گروه ۲ با ۱ و ۳) (گروه ۳ با تمام گروه‌ها) (گروه ۴ با ۱ و ۳) (گروه ۵ با ۱ و ۳)					
		پیشگامی (گروه ۱ با تمام گروه‌ها) (گروه ۲ با ۱ و ۳) (گروه ۳ با تمام گروه‌ها) (گروه ۴ با ۱ و ۳) (گروه ۵ با ۱ و ۳)					
		استقلال (گروه ۱ با ۳ و ۴) (گروه ۲ با ۳ و ۴) (گروه ۳ با ۱ و ۲) (گروه ۴ با ۱ و ۲)					

آینده‌نگری	(گروه ۱ با ۳ و ۴) (گروه ۲ با ۳ و ۴) (گروه ۳ با ۱ و ۲ و ۴) (گروه ۴ با ۱ و ۲ و ۳ و ۴)
هوشیاری	(گروه ۱ با ۲ و ۳ و ۴) (گروه ۲ با ۱ و ۳ و ۴) (گروه ۳ با ۱ و ۲ و ۴) (گروه ۴ با ۱ و ۲ و ۳ و ۴)

جدول (۸) نتایج تفاوت در برخورداری از روحیه‌ی کارآفرینی را به تفکیک گروه‌های تحصیلی نشان می‌دهد. مقادیر *Sig* در این جدول نشان می‌دهد که تفاوت معناداری بین گروه‌های تحصیلی در تحمل ابهام، موفقیت، خودکارآمدی، پیشگامی، ریسک، استقلال، آینده‌نگری و هوشیاری وجود دارد و در سایر عوامل تفاوتی معنادار از نظر آماری مشاهده نمی‌شود. به منظور تعیین تفاوت بین گروه‌ها در بخش‌های مذکور واریانس بین گروه‌ها مورد مقایسه قرار گرفته است. در این زمینه سطح معناداری در تست برابری یا نابرابری واریانس‌ها برای این عوامل به جز هوشیاری کارآفرینانه نشان‌دهنده‌ی نابرابری واریانس می‌باشد، در نتیجه از آزمون *Tamhane's T2* و با توجه به برابری واریانسها برای عامل هوشیاری از آزمون *Hochberg's GTZ* برای تعیین تفاوت‌های بین گروهی استفاده شده است (بخش تفاوت‌های جدول ۸ را ببینید).

جدول ۸: نتایج تحلیل واریانس برای گروه‌های تحصیلی و عوامل روانشناختی

<i>Sig</i>	<i>F</i>	<i>Mean Square</i>		<i>Sum of Squares</i>			روانشناختی
		درون‌گروهی	بین‌گروهی	کل	درون‌گروهی	بین‌گروهی	
۰,۰۹۶	۱,۸۰۹	۰,۳۳۴	۰,۶۰۴	۱۲۴,۷۶۲	۱۲۱,۱۳۹	۳,۶۲۳	خلاقت
۰,۰۱۹	۲,۵۶۷	۰,۳۸۴	۰,۹۸۶	۱۴۵,۳۱۴	۱۳۹,۹۹۹	۵,۹۱۵	موفقیت
۰,۰۰۱	۴,۱۲۱	۰,۳۴۱	۱,۴۰۶	۱۳۲,۲۶۲	۱۲۳,۸۲۸	۸,۴۳۵	ابهام
۰,۰۰۰	۴,۹۵۶	۰,۵۴۲	۲,۶۸۷	۲۱۲,۹۵۳	۱۹۶,۸۲۸	۱۶,۱۲۵	خودکارآمدی
۰,۰۰۶	۳,۰۵۲	۰,۴۴۵	۱,۳۵۷	۱۶۹,۵۳۵	۱۶۱,۳۹۲	۸,۱۴۳	ریسک
۰,۰۰۰	۴,۴۳۹	۰,۴۳۰	۱,۹۰۹	۱۶۷,۵۶۲	۱۵۶,۱۰۷	۱۱,۴۵۵	پیشگامی
۰,۰۰۰	۶,۳۵۱	۰,۲۶۱	۱,۶۶۱	۱۰۴,۸۸۲	۹۴,۹۱۸	۹,۹۶۴	استقلال
۰,۰۰۰	۴,۶۸۳	۰,۳۲۳	۱,۵۱۲	۱۲۶,۲۸۲	۱۱۷,۲۱۰	۹,۰۷۲	آینده‌نگری
۰,۰۰۵	۳,۱۸۹	۰,۴۳۱	۱,۳۷۳	۱۶۴,۵۴۵	۱۵۶,۳۰۵	۸,۲۴۰	هوشیاری
<i>(df: Between Groups:6; Within Groups: 363, Total: 369)</i>							
تفاوت‌ها (گروه‌های تحصیلی؛ ۱: خواندن و نوشتن؛ ۲: ابتدایی؛ ۳: کمتر از دیپلم؛ ۴: دیپلم و فوق دیپلم؛ ۵: لیسانس؛ ۶: بی‌سواد)							
		ابهام (گروه ۱ با ۳ و ۴) (گروه ۱ با ۳) (گروه ۱ با ۴)					
		خودکارآمدی (گروه ۱ با ۳ و ۴ و ۵) (گروه ۲ با ۳ و ۴ و ۵) (گروه ۳ با ۱ و ۲ و ۴) (گروه ۴ با ۱ و ۲ و ۳ و ۴)					
		ریسک (گروه ۱ با ۴ و ۶) (گروه ۱ با ۴) (گروه ۱ با ۶)					
		پیشگامی (گروه ۱ با ۲ و ۴ و ۶) (گروه ۲ با ۱) (گروه ۴ با ۱) (گروه ۶ با ۱)					
		استقلال (گروه ۱ با ۴ و ۵ و ۶) (گروه ۲ با ۱) (گروه ۴ با ۱) (گروه ۵ با ۱) (گروه ۶ با ۱ و ۲)					
		آینده‌نگری (گروه ۱ با ۶) (گروه ۱ با ۶)					
		هوشیاری (گروه ۱ با ۵) (گروه ۱ با ۵)					

جدول (۹) نتایج تفاوت در برخورداری از روحیه‌ی کارآفرینی را با توجه به تجربه‌ی کاری نشان می‌دهد. مقادیر *Sig* در این جدول نشان می‌دهد تفاوت معناداری بین گروه‌ها در خلاقیت، تحمل ابهام، خودکارآمدی، ریسک، پیشگامی، آینده‌نگری و هوشیاری وجود دارد و در سایر عوامل تفاوتی معنادار از نظر آماری مشاهده نمی‌شود. به منظور تعیین تفاوت بین گروه‌ها در بخش‌های مذکور واریانس بین گروه‌ها مورد مقایسه قرار گرفته‌است. در این زمینه سطح معناداری در تست برابری یا نابرابری واریانس‌ها برای این عوامل به جز خلاقیت و خودکارآمدی نشان‌دهنده‌ی نابرابری واریانس می‌باشد، در نتیجه از آزمون *Tamhane's T2* و با توجه به برابری واریانس‌ها برای خلاقیت و خودکارآمدی از آزمون *Hochberg's GTZ* برای تعیین تفاوت‌های بین گروهی استفاده شده است (بخش تفاوت‌های جدول ۹ را ببینید).

جدول ۹: نتایج تحلیل واریانس تجربی کاری و عوامل روانشناختی

Sig	F	Mean Square		Sum of Squares			روانشناختی
		درون گروهی	بین گروهی	کل	درون گروهی	بین گروهی	
۰,۰۰ ۰	۶,۴۳ ۶	۰,۳۱۹	۲,۰۵۵	۱۲۴,۷۶ ۲	۱۱۶,۵۴۲	۸,۲۲	خلاقیت
۰,۱۱ ۲	۱,۸۹ ۰	۰,۳۹۰	۰,۷۳۷	۱۴۵,۳۱ ۴	۱۴۲,۳۶۵	۲,۹۴۹	موفقیت
۰,۰۰ ۲	۴,۴۷ ۶	۰,۳۴۵	۱,۵۴۶	۱۳۲,۲۶ ۲	۱۲۶,۰۷۷	۶,۱۸۵	ابهام
۰,۰۰ ۷	۳,۶۲ ۱	۰,۵۶۱	۲,۰۳۲	۲۱۲,۹۵ ۳	۲۰۴,۸۲۶	۸,۱۲۷	خودکارآمدی
۰,۰۰ ۰	۵,۳۳ ۸	۰,۴۳۹	۲,۳۴۲	۱۶۹,۵۳ ۵	۱۶۰,۱۶۶	۹,۳۶۹	ریسک
۰,۰۰ ۲	۴,۱۹ ۲	۰,۴۳۹	۱,۸۴	۱۶۷,۵۶ ۲	۱۶۰,۲۰۲	۷,۳۶	پیشگامی
۰,۱۰ ۴	۱,۹۳ ۶	۰,۲۸۱	۰,۵۴۵	۱۰۴,۸۸ ۲	۱۰۲,۷۰۳	۲,۱۷۹	استقلال
۰,۰۵ ۴	۲,۶۳ ۲	۰,۳۳۶	۰,۸۸۵	۱۲۶,۲۸ ۲	۱۲۲,۷۴۲	۳,۵۴	آینده‌نگری
۰,۰۰ ۰	۷,۲۰ ۳	۰,۴۱۸	۳,۰۱۰	۱۶۴,۵۴ ۵	۱۵۲,۵۰۷	۱۲,۰۳۸	هوشیاری
<i>(df: Between Groups:4; Within Groups: 365, Total: 369)</i>							
تفاوتها (تجربیهی کاری؛ ۱: کمتر از ۵ سال؛ ۲: ۱۰-۵؛ ۳: ۱۵-۱۰؛ ۴: ۲۰-۱۵؛ ۵: بیشتر از ۲۰ سال)							
(گروه ۲ با ۳ و ۴ و ۵) (گروه ۲ با ۳) (گروه ۲ با ۴) (گروه ۲ با ۵)							خلاقیت
(گروه ۲ با ۵) (گروه ۵ با ۲)							ابهام
(گروه ۲ با ۴) (گروه ۴ با ۲)							خودکارآمدی
(گروه ۲ با ۴) (گروه ۴ با ۲)							ریسک
(گروه ۲ با ۴ و ۵) (گروه ۵ با ۲) (گروه ۴ با ۲)							پیشگامی
(گروه ۲ با ۴) (گروه ۴ با ۲ و ۵) (گروه ۵ با ۴)							هوشیاری

نتیجه گیری

فرش دستباف ایرانی را به طور عام می توان به عنوان بخشی از صنایع مادیت یافته فرهنگی قلمداد کرد که به واسطه وجود عنصر زیبایی شناسی در آن و نحوه طراحی، بافت و حتی کارکردش از ماهیتی هنری برخوردار است. اما جوهره ی تصویری فرش و روند تکوینی طراحی آن در طی قرون متمادی که با ذوق زیباشناختی و ادراک انسان ایرانی درآمیخته است، ماهیت هنری آن را به طور خاص شکل می دهد. اما متأسفانه به دلیل فقدان اساسی در ابعاد سازمانی، ساختاری، مدیریتی، تولیدی و به ویژه تجاری و بازرگانی فرش دستباف ایران دوران افول و رکود شکننده ای را در عرصه رقابت های جهانی پیموده و اکنون در شرایط بحرانی خاصی به سر می برد (شم آبادی و خدادادحسینی، ۱۳۸۶، ۳). تا پیش از انقلاب در سال ۱۹۷۹، فرش ایرانی حدود ۵۵ درصد بازار تجارت جهانی فرش را در اختیار داشت که اکنون به حدود نصف کاهش یافته است (قزآنی قمصری و همکاران، ۱۳۸۹، ۵۱). بنابراین بررسی بازارها و نیازهای جدید و اتخاذ راهکارهایی برای خروج از این بحران ضروری است. در بحث تحول در صنایع دستی لازم به ذکر است که در کشور ما در مقابل کسانی که معتقدند صنایع دستی به دلیل ویژگی های سنتی آن بایستی همین گونه که هست حفظ گردد و هیچگونه تغییر و تحولی را در این امر جایز نمی شمارند گروهی نیز معتقدند صنایع دستی بایستی مانند دیگر شئون هنر دچار تحول و تغییر گردد. بنابراین اتخاذ رویکردهای کارآفرینانه در عرصه های مختلف جهت حفظ توان رقابتی این هنر- صنعت لازم می باشد. در این راستا این تحقیق در پی شناسایی میزان برخورداری بافندگان فرش از روحیه کارآفرینی می باشد. لذا عوامل موثر در روحیه کارآفرینی به دو بخش اول فردی و روانشناختی تقسیم شد و تحلیل داده نشان داد که بین این دو عوامل در نمونه مورد مطالعه همبستگی متوسط می باشد. همچنین تحلیل تفاوت های بین گروهی در برخورداری از روحیه کارآفرینی نشان دهنده تفاوت در برخورداری از روحیه کارآفرینی است. در مجموع روحیه کارآفرینی در نمونه مورد مطالعه در سطحی متوسط می باشد لذا برای ارتقای آن نیاز به گسترش آموزشهای کارآفرینی و آشنایی با زمینه های مختلف آن است.

منابع و مآخذ

- بانک ملی ایران (۱۳۹۰)، بررسی ویژگی‌های کارآفرینان و مدیران در صنعت بانکداری از منظر ریسک‌پذیری، ماهنامه آموزشی-خبری بانک ملی، صص: ۲۷-۲۴.
- بهار، محبوبه (۱۳۸۶)، بررسی جامعه‌شناختی روحیه کارآفرینی در نهاد آموزش و پرورش با تأکید بر جنسیت، پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد علوم اجتماعی (مطالعات زنان)، استاد راهنما: دکتر شادی‌طلب، دانشگاه تهران.
- پورتال فرش دستباف استان آذربایجان غربی، سازمان صنعت، معدن و تجارت استان آذربایجان غربی.
- جعفرنژاد، احمد؛ کیاکجوری، کریم؛ رودگرنژاد، فروغ (۱۳۹۰)، تبیین عوامل اثرگذار بر فرایند کارآفرینی مستقل (مطالعه موردی: کارآفرینان شهرستان بندر انزلی)، توسعه کارآفرینی، سال چهارم، شماره سیزدهم، صص: ۸۷-۶۹.
- خاموشی، زهرا (۱۳۸۷)، تحول کاربرد تزئین در سوزن دوزی بلوچ و ترکمن به شیوه سنتی و مدرن، فصلنامه مطالعات هنر اسلامی، شماره نهم، صص: ۹۸-۷۳.
- سلاجقه، سنجر؛ حسینی گوهری، مریم (۱۳۹۱)، رابطه کارآفرینی با چالش‌های اقتصادی، کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش‌بنیان، با چشم‌اندازی بر مراکز سه‌گانه کارآفرینی، رشد و پارک‌های علم و فناوری، ارتباط بین دانشگاه‌ها و صنعت (جامعه)، دانشگاه مازندران، صص: ۱۵-۱.
- سلمانی‌زاده، عباس، انصاری، محمدتقی (۱۳۸۸)، ویژگی‌های روانشناختی کارآفرینان کشور، فصلنامه رفاه اجتماعی، سال نهم، شماره ۳۳، صص: ۱۸۸-۱۶۷.
- شم‌آبادی، محمدعلی؛ خداداد حسینی، حمید (۱۳۸۶)، بازاریابی صادراتی فرش دستباف ایران: بررسی عوامل موثر و آسیب‌شناسی، فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۴۳، صص: ۳۴-۱.
- شیخ‌رضایی، زهرا (۱۳۹۰)، شناسایی فرصت‌های کارآفرینی در صادرات فرش دستباف ایران (مطالعه موردی: کشور آلمان)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت کارآفرینی، دانشگاه تهران.
- صنعتی، حمیدرضا (۱۳۸۱)، بررسی نقش صنایع دستی در توسعه اقتصادی و اجتماعی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد پژوهش هنر، دانشگاه تهران.
- عربی، حسین؛ صبوری، محمدصادق (۱۳۸۳)، بررسی معضلات و مشکلات بازاریابی فرش دستباف ایران، مجله تعاون، شماره ۱۵۶، صص: ۴۵-۴۲.
- عزیزی، شهریار؛ موتمنی، علیرضا؛ عبدالله‌پور، امیررضا (۱۳۹۱)، الگوی عوامل فردی و اجتماعی موثر بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه، توسعه کارآفرینی، سال پنجم، جلد دوم، صص: ۲۵-۷.

- علی‌بیگی، امیرحسین، قمبرعلی، رضوان (۱۳۹۱)، رده‌بندی معیارهای کیفیت گیوه از دیدگاه تولیدکنندگان استان کرمانشاه، فصلنامه علمی-ترویجی جلوه هنر، دوره جدید، شماره ۷، صص: ۷۱-۵۹.
 - علیپور، حمیدرضا، مجنون، کبری (۱۳۹۱)، تحلیل اقتصادی صنایع دستی و نقش آن در توسعه اقتصادی استان گیلان، گیلان ما، سال دوازدهم، شماره ۳-پیاپی ۴۷، صص: ۱۴۲-۱۲۶.
 - قزآنی قمصری، ایمان؛ قدرتی، حسن؛ رضایی، حسین (۱۳۸۶)، عوامل موثر بر صادرات فرش دستباف در قالب ماترس سوات مطالعه موردی تعاونی‌های فرش در استان اصفهان، مجله تعاون، سال ۲۱، شماره ۲، صص: ۶۱-۴۹.
 - قوچانی، فرخ؛ یزدانی زیارت، محمد (۱۳۹۰)، تأثیر ادراکات محیطی بر کارآفرینی سازمانی در بخش دولتی: مورد مطالعه سازمان مدیریت منابع آب ایران، فصلنامه اقتصاد و تجارت نوین، شماره‌های ۲۷ و ۲۸، صص: ۸۶-۶۷.
 - کلاتری، مهدی (۱۳۹۰)، تعیین سطح کارآفرینی فردی دانشجویان تربیت بدنی دانشگاه آزاد اسلامی، پژوهشنامه مدیریت و کارآفرینی، گروه پژوهشی فرهنگی و اجتماعی، شماره ۸۲، صص: ۹۸-۷۷.
 - مهدوی، مسعود (۱۳۸۰)، بررسی و شناخت صنایع دستی (قالیافی) در روستاهای حاشیه غربی دشت کویر به منظور توسعه و احیاء آن (مطالعه موردی: روستاهای بخش ایوانکی در استان سمنان)، پژوهشهای جغرافیایی، شماره ۴۱، صص: ۱۱-۱.
 - نورانی، محمدرضا؛ وفایی یگانه، رضا (۱۳۸۹)، فرهنگ کارآفرینی، ماهنامه مهندسی فرهنگی، سال پنجم، شماره ۴۵ و ۴۶، صص: ۷۵-۶۸.
 - ویسی، رضا؛ کریم‌زاده، پریسا (۱۳۸۹)، توسعه فرهنگ کارآفرینی؛ عوامل و راهکارها (مطالعه موردی: دانشگاه پیام‌نور استان مازندران)، دو فصلنامه برنامه و بودجه، شماره ۱۱۱، صص: ۱۸۳-۱۵۹.
 - هومن، حیدرعلی؛ عسگری، علی (۱۳۷۹)، تهیه و استاندارد کردن آزمون انگیزه پیشرفت، پژوهشهای روانشناختی، دوره ۶، شماره ۱ و ۲، صص: ۳۲-۹.
- *Szydlowski R, A (2008), Expansion of the Vietnamese Handicraft Industry: from local to global, a thesis presented to the faculty of the Center for International Studied of Ohio University, in partial fulfillment of the requirements for the degree Master of Arts.*