

# تأثیر امنیت روانی دانشجویان بر ارتقاء فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه‌های کشور

دکتر جمال‌خانی جزینی<sup>۱</sup>

مریم علی‌جانی<sup>۲</sup>

تاریخ پذیرش: ۸۸/۸/۱۲

تاریخ داوری: ۸۷/۷/۲۳

تاریخ وصول: ۸۷/۶/۲۸

## چکیده

بررسی موضوع خطیر و اجتماعی کارآفرینی نشان داده است که در جوامع گوناگون متناسب با فرهنگ کارآفرینی رایج در آن جامعه، امر کارآفرینی گسترش یافته و یا محدود شده است. جامعه دانشگاهیان کشور نیز به تناسب میزان اهمیت و شناخت موضوع کارآفرینی، در راستای ایجاد فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه اقدام کرده‌اند به طوری که دانشگاه‌هایی که فرهنگ کارآفرینی در آن در حال نهادینه‌شدن است، از نوآوری، خلاقیت و اشتغال‌زایی و سطح درآمدزایی بالاتری برخوردار بوده‌اند. عوامل بسیاری می‌توانند بر ارتقاء فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه‌های کشور مؤثر باشند. پژوهش حاضر به بررسی تأثیر امنیت روانی دانشجویان بر ارتقاء فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه پرداخته است. بدین منظور ۳ گروه نمونه شامل اعضای هیأت علمی کارآفرین، دانشجویان کارآفرین و کارآفرینان خارج از دانشگاه که محصول تولیدی آنها در راستای تحصیلات دانشگاهی آنهاست و اخیراً فارغ‌التحصیل شده‌اند انتخاب گردیدند. بر این اساس تعداد ۳۸۳ عدد پرسشنامه از میان ۹۱۵ پرسشنامه توزیع شده در دانشگاه‌های سراسر کشور بازگردانده شد که از بین آنها ابتدا تعداد ۶۲ عدد پرسشنامه بین ۳ گروه برای کسب اعتبار و روایی پرسشنامه استفاده شد و تعداد ۴۳ عدد پرسشنامه نیز بدون پاسخ به این که جزء کدامیک از گروه‌های نمونه هستند بازگشت داده شد. تعداد نمونه مورد نظر به صورت

تصادفی ساده انتخاب شدند و با ابزار پرسشنامه تأثیر امنیت‌روانی دانشجویان بر ارتقاء فرهنگ کارآفرینی مورد ارزیابی قرار گرفت. پس از انجام روش‌های آماری متفاوت اعم از توصیفی و استنباطی، نتایج به دست آمده نشان داد که امنیت روانی دانشجویان بر ارتقاء فرهنگ کارآفرینی تأثیر قابل توجهی دارد.

**واژگان کلیدی:** امنیت، امنیت‌روانی، فرهنگ، فرهنگ کارآفرینی.

#### مقدمه

امنیت‌درونی یا همان امنیت روانی، مسلماً مهمترین فاکتور زندگی سالم هر انسانی می‌باشد. با پیچیده شدن جوامع و پیرو آن روابط اجتماعی، متغیرهایی که بر روی امنیت‌روانی افراد تأثیر مستقیم و غیرمستقیم دارند بسیار گسترده گردیده. شغل، طبقه اجتماعی، امید به زندگی، عشق، اعتبار اجتماعی و بسیاری موارد دیگر می‌توانند امنیت‌روانی افراد را تضمین یا مختل نمایند. برای دانشجویان دانشگاه علاوه بر فاکتورهای فوق ممکن است موارد دیگری از جمله احترام به آزادی‌بیان، آزادی‌های فردی، سیاسی و عوامل اقتصادی تضمین‌کننده امنیت‌روانی دانشجویان باشد تا بتوانند در شرایطی مساعد و معتدل به امور علمی و تحقیقاتی پردازند. نوآوری، خلاقیت و کارآفرینی نتیجه ایجاد جوی معتدل برای دانشجویان خواهد بود (کامبد، ۱۳۸۴).

خلاقیت و استعداد‌های انسان در پرتو امنیت روانی شکوفا می‌شود و نیل به کمالات انسانی برای او میسر می‌گردد. امنیت روحی و روانی از نیازهای نخست دانشگاهیان به حساب می‌آید، چراکه در سایه امنیت، شکوفایی استعداد، خلاقیت‌ها و رشد و بالندگی آنها محقق می‌شود. بی‌شک آرامش و احساس امنیت روحی و روانی اکسیر نجات و همای سعادت همه انسان‌ها به خصوص دانشگاهیان است (سایت تبیان همدان، ۱۳۸۶).

با ایجاد امنیت‌روانی در سطح دانشگاه این‌کانون آموزشی مهمترین عامل رشد و بالندگی رفتار دانشجویان در راستای دستیابی به نوآوری، خلاقیت، مخاطره‌پذیری و ... تبدیل می‌شود. یعنی امنیت روانی در دانشگاه نشانگر آن است که شخصیت دانشجویان ز

عوامل روان‌شناختی مؤثر بر کارآفرینی در راستای ارتقاء و ترویج فرهنگ کارآفرینی  
نقش آفرینی می‌کنند.

### امنیت‌روانی و نقش آن در ارتقای فرهنگ کارآفرینی

امنیت جرو نیازهای اساسی انسان و فصل مشترک همه مشکلات انسان از بیماری‌های روانی گرفته تا خودکشی، اعتیاد و بزهکاری است. مبحث امنیت از نظر روان‌شناسی به خصوص در بهداشت روانی و در آسیب‌شناسی روانی اهمیت بسیار دارد. آرامش، رشد، شکوفایی انسان، بروز همه استعدادها و خلاقیت‌ها و نیل به همه کمالات انسانی در سایه امنیت به دست می‌آید.

روان‌شناسان بر این باورند که انسان نیاز دارد در سایه احساس امنیت، دنیا و حوادث دنیا را قابل پیش‌بینی، قانونمند، منظم و قابل اعتماد و اطمینان تصویر کند (گلزاری، ۱۳۸۶). از دیر باز امنیت یکی از نیازهای اولیه بشر بوده است و بسیاری از جنگ‌ها و صلح‌ها جهت بدست آوردن و حفظ امنیت رخ می‌داده‌اند. اگر بخواهیم نقش امنیت در زندگی انسان‌ها را بررسی کنیم می‌توان آن را به دو بخش امنیت درونی و بیرونی دسته‌بندی نمود. همان‌طور که اشاره شد امنیت‌روانی، زیرمجموعه گستره‌ای وسیع‌تر یعنی امنیت جامع انسانی، محسوب می‌شود که در بردارنده حقوق و امنیت فردی، مالی، فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی و سیاسی است، امنیت جامع انسانی در صورتی قابل تحقق است که مفهوم امنیت از محدوده مرز و سرزمین به امنیت انسانی سوق پیدا کند.

امنیت جامع انسانی، خود دارای دو بعد می‌باشد: بعد حداقلی (کفاف)، که در آن آحاد جامعه قادر به تأمین و تضمین معیشت و بقا و امنیت خود می‌باشند، و بعد ارتقایی (رفاه) که در آن مردم قادرند از احساس مثبت و آسایش در زندگی مادی و امنیت‌روانی- اجتماعی برخوردار باشند (بابایی، ۱۳۸۴).

برای مسأله امنیت و این که چه کنیم تا انسان یا انسان‌ها دارای امنیت روانی باشند؛ باید در نظر بگیریم که عوامل مهم امنیت بر دو دسته‌اند: عوامل فردی و عوامل اجتماعی- حکومتی.

در زمینه عوامل فردی باید توجه داشت که اگر انسان مقهور تکانه‌های نفسانی خود باشد؛ اگر خشم، شهوت، حرص، طمع، بخل و... بر او حکومت کند، هرگز به امنیت و آرامش دست نمی‌یابد.

در زمینه عوامل اجتماعی - حکومتی هم باید گفت که: یک دولت با ثبات و مشروع و مقتدر بهترین منبع ایجاد امنیت است، ولی اگر خود دولت دچار مشکلاتی باشد؛ امنیت افرادش را دچار مخاطره می‌سازد.

تهدیدات دولت یا ناشی از وضع و اجرای قوانین داخلی یا ناشی از اقدامات سیاسی - اداری مستقیم، علیه بعضی از افراد و گروه‌هاست و یا ناشی از روابط خارجی دولت است. در هر صورت حکومت باید به جای اعمال قدرت و اختناق و دیکتاتوری، عامل اقتدار باشد و با تکیه بر مردم و مشروعیت و مقبولیت خود نه تنها ناامنی برای افراد ایجاد نکند بلکه موجود امنیت فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی باشد (گلزاری، ۱۳۸۶).

دانشگاه نیز از این رویکرد دولت بهره برده و دانشگاهیان را به سمت نهادینه شدن امنیت روانی سوق خواهد داد به طوری که امر مهم کارآفرینی و خلاقیت به فرهنگ رایج دانشگاه تبدیل شود. در اینجا لازم است در خصوص فرهنگ کارآفرینی نیز صحبت شود. کارآفرینی را می‌توان از ابزارهای مهم توسعه اقتصادی به شمار آورد که مهمترین اثر خود را از طریق افزایش اشتغال در جامعه برجای می‌گذارد. یکی از مهمترین ابعاد مورد نظر، بسترسازی فرهنگی برای کارآفرینی است. به منظور ایجاد و ترویج فرهنگ مناسب، ابتدا باید شاهراه‌های مختلفی را شناخت که فرهنگ از طریق آن می‌تواند توانایی و استعداد کارآفرینی را به افراد تزریق کند و سپس سرمایه‌گذاری لازم را روی آن انجام داد.

فرهنگ کارآفرینی به عنوان جزئی از فضای فرهنگی کارآفرینی بوده که این فضا خود سرشار از ساختار و سیاست‌های فرهنگی ناشی از عامل فرهنگی جامعه است. کارآفرینی برای توسعه اقتصادی یک جامعه به عنوان یکی از ارزان‌ترین ابزارها با بهترین نتیجه و بیشترین کارایی مطرح است (فتحی، ۱۳۷۹).

در تعریف دیگری آمده است: با توجه به آن که فرهنگ به مفهوم مجموعه ارزش‌ها، نگرش‌ها، هنجارها و رفتارهایی است که هویت یک جامعه را تشکیل می‌دهد، کارآفرینان

به‌عنوان بخشی از جامعه پیرامونی، از مجموعه ارزش‌ها، نگرش‌ها، هنجارها و رفتارهای متمایزی برخوردارند که می‌توان به آن خرده‌فرهنگ کارآفرینی اطلاق نمود که خود زیرمجموعه‌ای از محیط فرهنگی و فضای فرهنگی کارآفرینی است. افراد کارآفرین و خلاق سعی می‌کنند با نوع متمایز نگاه خود به پدیده‌های اطراف و شیوه‌های متفاوت رفتاری در مواجهه با پدیده‌های پیرامون، دست به فعالیت‌های کارآفرینانه بزنند و محصول و خدمت جدیدی به جامعه ارائه نمایند. ساختار و عملکرد این خرده‌فرهنگ و عناصر درونی آن در سطوح مختلف فردی، سازمانی، ملی و همچنین ارتباط آن با فرهنگ مسلط پیرامونی به‌نحوی است که می‌توان گفت براساس اصل تأثیر متقابل حوزه‌های مختلف فرهنگ و اجتماع، فرهنگ کارآفرینی از حوزه‌های دیگر فرهنگ، از جمله اخلاق و مذهب، ارزش‌ها، عقاید اقتصادی و سیاسی تأثیر می‌پذیرد. از این رو ریشه‌های ضعف و قوت فرهنگ کارآفرینی را باید در حضور و وجود ارزش‌ها و عقایدی جستجو کرد که در فرهنگ و در سلسله مراتب ارزش‌ها، جایگاهی فراتر از کار را به خود اختصاص داده‌اند و در تعارض و تقابل با کار و یا همنا و همساز با کارآفرینی هستند (سعیدی کیا، ۱۳۸۲).

فرسنگ کارآفرینی بر پایه بها دادن به خلاقیت و نوآوری استوار است. این فرهنگ تشویق می‌کند که در مسیر کارآفرینی، افراد، سازمان‌ها و جامعه باید بتوانند در سایه مشارکت، اعتمادبه‌نفس، توفیق‌طلبی و در قالب کارگروهی فعالیت‌ها را انجام دهند. فرهنگ کارآفرینی اعتقاد دارد که کارآفرینان باید مخاطره‌پذیر باشند و دارای انگیزه پیشرفت بوده به‌طوری که بتوانند نسبت به موقعیت، شرایط، امکانات و نسبت به آینده خود ریسک کرده و برای کسب موفقیتی احتمالی تلاش نمایند" (خانی‌جزنی، ۱۳۸۶).

## روش

فرض اصلی این پژوهش بر این اساس است که امنیت روانی دانشجویان سبب ارتقاء فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه می‌شود.

به منظور بررسی و آزمون این فرضیه، نمونه‌های مورد مطالعه در این پژوهش را تعداد

۳۲۱ نفر از دانشجویان کارآفرین، اعضای هیأت علمی کارآفرین و کارآفرینان خارج از

دانشگاه تشکیل داده‌اند. علت انتخاب اساتید دانشگاه و اعضای هیأت علمی نقش آنها به عنوان راهنما و رهبر دانشجو در حوزه کارآفرینی و آگاهی آنها از نقش دانشگاه‌ها و آموزش‌های آن در ارتقای فرهنگ کارآفرینی بوده است. برای انتخاب نمونه‌های مورد نیاز پژوهش، روش نمونه‌گیری تصادفی ساده مورد نظر قرار گرفت. به این صورت که ابتدا دانشجویان، اساتید و افراد فعال در مراکز کارآفرینی دانشگاه و سایر افراد معرفی شده در ادارات کار و امور اجتماعی مشخص گردیدند و سپس با توجه به تعداد کارآفرینان دانشگاه‌های سراسر کشور و با توجه به تعداد نمونه مورد نظر (۲۷۸) به‌طور تصادفی از دانشگاه‌ها و خارج از دانشگاه، تعداد کارآفرین مورد نظر که دسترسی به آنها از طریق حضوری یا ارتباط از طریق دورنگار و پست الکترونیکی مقدور بود، پرسشنامه را تکمیل کرده و اطلاعات جمع‌آوری گردید.

### ابزار اندازه‌گیری

شامل پرسشنامه با ۱۴ سؤال جهت سنجش تأثیر امنیت‌روانی بر ارتقاء فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه می‌باشد.

### روش

با توجه به هدف و نوع متغیرها این پژوهش در شمار تحقیقات توصیفی - استنباطی می‌باشد. جامعه آماری تحقیق عبارت از: دانشجویان کارآفرین، اعضای هیأت علمی کارآفرین، کارآفرینان خارج از دانشگاه که تحصیلات دانشگاهی آنها مرتبط با محصول کارآفرینی آنها است.

در این تحقیق از روش نمونه‌گیری تصادفی و ابزار پرسشنامه استفاده شده است. پرسشنامه نقش امنیت‌روانی بر ارتقاء فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه با مراجعه به منابع مختلف مرتبط با امنیت‌روانی، کارآفرینی، فرهنگ و استفاده از مقاله‌های موجود در اینترنت تدوین گردید.



پرسشنامه اولیه پس از تدوین، بین ۱۵۵ نفر از گروه‌های نمونه توزیع و تعداد ۶۲ عدد پرسشنامه بازگردانده شد که توسط آن اعتبار و روایی پرسشنامه به دست آمد. پس از به دست آوردن ضریب آلفا از بین ۱۴ سؤال پرسشنامه امنیت روانی نتیجه گرفته شده که هسته سؤال‌های حیطه امنیت روانی در پرسشنامه همبستگی بالایی با کل حیطه دارد و به این ترتیب نیازی به حذف هیچ‌یک از سؤالات پرسشنامه نیست. نهایتاً پرسشنامه با ۱۴ سؤال تنظیم گردید (جدول شماره ۱).

نتایج جدول شماره ۱ نشان می‌دهد که هسته سؤال‌های حیطه امنیت روانی در پرسشنامه ارتقاء فرهنگ کارآفرینی همبستگی‌های بالایی با کل حیطه دارد و دامنه ضرایب ۱۳ سؤال بین ۰/۳۹ تا ۰/۶ و برای سؤال ۷، ۰/۲۷ برای کل نمونه برآورد شده که همه ضرایب همبستگی محاسبه شده برای سؤال‌های مذکور در سطح قابل قبولی است. به این ترتیب نیازی به حذف هیچ‌یک از سؤال‌های حیطه امنیت روانی نیست.

#### یافته‌ها

نتایج محاسبات آماری انجام شده درخصوص امنیت روانی که دارای فرضیه: «امنیت روانی دانشجویان، سبب ارتقاء فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه می‌شود» است، نشان می‌دهد که فراهم آمدن امنیت روانی دانشجویان بر ارتقاء و پذیرش فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه نقش مهمی را ایفا می‌کند. اما میزان تأیید و اهمیتی که هریک از این سه گروه برای این مسأله قائل هستند با یکدیگر متفاوت است. این تفاوت با نگاهی به سؤال‌های ۱۴ گانه پرسشنامه به خوبی قابل مشاهده است. اما همان‌طور که دیده شد، میزان توافق یا عدم توافق هریک از این سه گروه نامبرده شده در هر یک از سؤال‌های حیطه امنیت روانی با یکدیگر تفاوت دارد. که نتایج جدول توزیع فراوانی و درصد پاسخ‌های آزمودنی‌ها در هر یک از سؤال‌های این حیطه در جدول شماره ۲ نشان داده شده است.

نتایج جدول شماره ۲ نشان می‌دهد که اکثریت آزمودنی‌ها اظهار نموده‌اند که امنیت روانی دانشجویان بر ارتقاء فرهنگ کارآفرینی تأثیر بسزایی دارد. چنانچه ۸۳/۱ درصد در سؤال ۱، ۹۸/۸ درصد در سؤال ۲، ۹۷/۲ درصد در سؤال ۳، ۹۵/۹ درصد در

سؤال ۴، ۹۶ درصد در سؤال ۵، ۹۱/۳ درصد در سؤال ۶، ۸۵/۴ درصد در سؤال ۷، ۸۶/۳ درصد در سؤال ۸، ۹۶/۳ درصد در سؤال ۹، ۸۶/۶ درصد در سؤال ۱۰، ۹۲/۵ درصد در سؤال ۱۱، ۹۲/۵ درصد در سؤال ۱۲، ۹۵/۶ درصد در سؤال ۱۳ و ۹۵ درصد در سؤال ۱۴ گزینه‌های موافقم و بسیار موافقم را انتخاب نموده‌اند. سایر گزینه‌ها با درصد کمی از طرف افراد مورد توجه قرار گرفته است.

در این قسمت مقاله به بررسی میانگین نمرات آزمودنی‌ها در پرسشنامه امنیت‌روانی دانشجویان پرداخته می‌شود (جدول شماره ۳).

پس از به دست آوردن نتایج حاصل درخصوص میانگین نمرات ۳ گروه به مقایسه میانگین نمرات آزمودنی‌ها در جدول شماره ۴ اشاره می‌شود که طی نمودار شماره ۱ نیز نشان داده شده است.

در این قسمت از مقاله به بررسی شاخص‌های آماری مربوط به مقایسه میانگین نمرات ۳ گروه در مورد هریک از سؤال‌های حیطه تأثیر امنیت‌روانی دانشجویان بر ارتقاء فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه پرداخته که نتایج آن در جدول شماره ۵ آورده شده و طی نمودار شماره ۲ نیز نشان داده شده است.

در این قسمت از مقاله خلاصه اطلاعات تحلیل واریانس یک متغیری مربوط به مقایسه میانگین ۳ گروه درخصوص تأثیر امنیت‌روانی دانشجویان بر ارتقاء فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه طی جدول شماره ۶ گزارش شده است.

در این قسمت خلاصه اطلاعات تحلیل واریانس دو متغیری با اندازه گیری‌های مکرر روی یک متغیر مربوط به میانگین نمرات ۳ گروه در مورد تأثیر هر یک از سؤال‌های حیطه تأثیر امنیت‌روانی دانشجویان بر ارتقاء فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه طی جدول شماره ۷ آورده شده است.

نتایج جدول شماره ۷ در مورد عامل A (گروه‌ها) نشان می‌دهد که چون F شده (۱/۷۹۱) در سطح ۰/۰۵ معنادار نیست بنابراین فرض صفر رد نمی‌شود و چنین نتیجه گرفته می‌شود که بین میانگین نمرات ۳ گروه استاد کارآفرین، دانشجوی کارآفرین و کارآفرین خارج از دانشگاه در مورد تأثیر امنیت‌روانی دانشجویان بر ارتقاء فرهنگ کارآفرینی در



دانشگاه (بدون توجه به اثر سطوح عامل B) تفاوت معنادار وجود ندارد. بدین معنا که هر ۳ گروه تقریباً به یک میزان بر تأثیر حیطه فوق بر ارتقاء فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه معتقد هستند.

در مورد عامل B (سؤال‌ها) چون F محاسبه شده (۱۴/۵۴۶) در هر سطح ۰/۰۵ و ۰/۰۱ معنادار است، بنابراین فرض صفر رد شده و نتیجه گرفته می‌شود که بین میانگین نمرات آزمودنی‌ها در هر یک از سؤال‌های حیطه تأثیر امنیت‌روانی دانشجویان بر ارتقاء فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه (بدون توجه به اثر سطوح عامل A) تفاوت معنادار وجود دارد. بدین معنا که از دیدگاه آزمودنی‌ها میزان تأثیر هر یک از سؤال‌های حیطه فوق بر ارتقاء فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه یکسان نبوده و با یکدیگر متفاوت است.

درباره اثر تعاملی AB (گروه‌ها\*سؤال‌ها) چون F محاسبه شده (۲/۸۴۷) در هر دو سطح ۰/۰۵ و ۰/۰۱ معنادار است، بنابراین فرض صفر رد شده و نتیجه گرفته می‌شود که بین میانگین‌های سطوح عامل A (استاد کارآفرین، دانشجوی کارآفرین و کارآفرین خارج از دانشگاه) و سطوح عامل B (هریک از سؤال‌ها) تعامل وجود دارد. بدین معنا که اثر سطوح عامل A بر سطوح عامل B یکسان نیست. حال به منظور درک این مطلب که میانگین‌های کدام یک از سطوح اثر تعاملی (AB) معنادار است، از آزمون بونفرونی استفاده شده که نتایج آن در جدول شماره ۸ ارائه شده است.

نتایج جدول شماره ۸ نشان می‌دهد که از بین مقایسه‌های انجام شده مقادیر ۰/۲۷۱، ۰/۲۷۴، ۰/۲۳۱، ۰/۲۴۴، ۰/۱۹۷، ۰/۲۳۴، ۰/۲۷۹، ۰/۳۰۲، ۰/۳۲۶، ۰/۲۰۷، ۰/۱۶۸، ۰/۱۷۲، ۰/۲۳۷، ۰/۲۸۲، ۰/۳۰۵، ۰/۳۲۹، ۰/۲۱، ۰/۱۷۱، ۰/۱۷۵، ۰/۱۹۴، ۰/۲۳۹، ۰/۲۶۲، ۰/۲۸۶، ۰/۱۶۷، ۰/۲۰۶، ۰/۲۵۲، ۰/۲۷۵، ۰/۲۹۹، ۰/۱۸۱، ۰/۱۴۱، ۰/۱۶، ۰/۲۰۵، ۰/۲۲۸، ۰/۱۷۴، ۰/۲۵۲، ۰/۱۵۸، ۰/۱۹۸، ۰/۱۵۴، در سطح ۰/۰۵ معنادار است. بدین معنا که تفاوت بین دو به دو میانگین‌های ۲ و ۱، ۳ و ۱، ۴ و ۱، ۵ و ۱، ۶ و ۱، ۷ و ۱، ۸ و ۱، ۹ و ۱، ۱۰ و ۱، ۱۱ و ۱، ۱۲ و ۱، ۱۳ و ۱، ۱۴ و ۱، ۱۵ و ۱، ۱۶ و ۱، ۱۷ و ۱، ۱۸ و ۱، ۱۹ و ۱، ۲۰ و ۱، ۲۱ و ۱، ۲۲ و ۱، ۲۳ و ۱، ۲۴ و ۱، ۲۵ و ۱، ۲۶ و ۱، ۲۷ و ۱، ۲۸ و ۱، ۲۹ و ۱، ۳۰ و ۱، ۳۱ و ۱، ۳۲ و ۱، ۳۳ و ۱، ۳۴ و ۱، ۳۵ و ۱، ۳۶ و ۱، ۳۷ و ۱، ۳۸ و ۱، ۳۹ و ۱، ۴۰ و ۱، ۴۱ و ۱، ۴۲ و ۱، ۴۳ و ۱، ۴۴ و ۱، ۴۵ و ۱، ۴۶ و ۱، ۴۷ و ۱، ۴۸ و ۱، ۴۹ و ۱، ۵۰ و ۱، ۵۱ و ۱، ۵۲ و ۱، ۵۳ و ۱، ۵۴ و ۱، ۵۵ و ۱، ۵۶ و ۱، ۵۷ و ۱، ۵۸ و ۱، ۵۹ و ۱، ۶۰ و ۱، ۶۱ و ۱، ۶۲ و ۱، ۶۳ و ۱، ۶۴ و ۱، ۶۵ و ۱، ۶۶ و ۱، ۶۷ و ۱، ۶۸ و ۱، ۶۹ و ۱، ۷۰ و ۱، ۷۱ و ۱، ۷۲ و ۱، ۷۳ و ۱، ۷۴ و ۱، ۷۵ و ۱، ۷۶ و ۱، ۷۷ و ۱، ۷۸ و ۱، ۷۹ و ۱، ۸۰ و ۱، ۸۱ و ۱، ۸۲ و ۱، ۸۳ و ۱، ۸۴ و ۱، ۸۵ و ۱، ۸۶ و ۱، ۸۷ و ۱، ۸۸ و ۱، ۸۹ و ۱، ۹۰ و ۱، ۹۱ و ۱، ۹۲ و ۱، ۹۳ و ۱، ۹۴ و ۱، ۹۵ و ۱، ۹۶ و ۱، ۹۷ و ۱، ۹۸ و ۱، ۹۹ و ۱، ۱۰۰ و ۱.

و ۱۴ و ۱۰ در سطح ۰/۰۵ معنادار است و بین سایر مقایسه‌ها تفاوت معنادار به دست نیامده است. بنابراین چنین نتیجه گرفته می‌شود که از نظر آزمودنی‌ها:

۱- حاکمیت محتوای سؤال‌های ۲ و ۳ و ۵ (از حیطة امنیت‌روانی دانشجویان در دانشگاه‌ها) بیش از حاکمیت محتوای سؤال‌های ۷، ۸، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳، ۱۴ بر ارتقاء فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه تأثیر دارند.

۲- حاکمیت محتوای سؤال ۴ (از حیطة امنیت‌روانی دانشجویان در دانشگاه‌ها) بیش از حاکمیت محتوای سؤال‌های ۱۰، ۱۰، ۷، ۸، ۱۰، ۱۱ بر ارتقاء فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه تأثیر دارد.

۳- حاکمیت محتوای سؤال ۹ (از حیطة امنیت‌روانی دانشجویان در دانشگاه‌ها) بیش از حاکمیت محتوای سؤال‌های ۱۰، ۱۰، ۷، ۸، ۱۰، ۱۱ بر ارتقاء فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه تأثیر دارد.

۴- حاکمیت محتوای سؤال‌های ۱۴، ۱۳، ۱۲ (از حیطة امنیت‌روانی دانشجویان در دانشگاه‌ها) بیش از حاکمیت محتوای سؤال ۱۰ بر ارتقاء فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه تأثیر دارد.

۵- حاکمیت محتوای سؤال ۱۳ (از حیطة امنیت‌روانی دانشجویان در دانشگاه‌ها) بیش از حاکمیت محتوای سؤال ۸ بر ارتقاء فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه تأثیر دارد.

در کل چنین نتیجه‌گیری می‌شود که به نظر آزمودنی‌ها حاکمیت محتوای سؤال‌های ۱۴، ۱۳، ۱۲، ۹، ۵، ۴، ۳، ۲ (از حیطة امنیت‌روانی دانشجویان در دانشگاه‌ها) بیش از سایر سؤال‌ها بر ارتقاء فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه تأثیر دارند.

براساس نتایج جدول شماره ۹ از بین مقایسه‌های انجام شده، تفاوت دو به دو بسیاری از میانگین‌ها در سطح ۰/۰۵ معنادار است و بین سایر مقایسه‌ها تفاوت معناداری به دست نیامده است. بنابراین چنین نتیجه گرفته می‌شود که:

۱- اساتید کارآفرین و کارآفرینان خارج از دانشگاه معتقدند حاکمیت محتوای سؤال ۲ (از حیطة امنیت‌روانی دانشجویان) در دانشگاه بیش از محتوای سؤال‌های ۱۱، ۱۰، ۷، ۸، ۱۰، ۶، ۵، ۴، ۳، ۲، ۱، ۱۴، ۱۳، ۱۲ مربوط به اساتید کارآفرین، سؤال‌های

۶،۷،۸،۹،۱۰،۱۱،۱۳،۱۴ مربوط به کارآفرینان خارج از دانشگاه، سؤال‌های ۶،۷،۸،۹،۱۰،۱۱،۱۲،۱۳،۱۴ مربوط به دانشجویان کارآفرین بر ارتقاء فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه تأثیر دارد.

۲- اساتید کارآفرین معتقدند حاکمیت محتوای سؤال‌های ۳ و ۴ (از حیطة امنیت‌روانی دانشجویان) در دانشگاه بیش از محتوای سؤال‌های ۱۱، ۱۰، ۷، ۸، ۶ مربوط به خودشان، سؤال‌های ۱۱، ۱۰، ۸ مربوط به دانشجویان کارآفرین و سؤال‌های ۱۰، ۷، ۸، ۶، ۱ مربوط به کارآفرینان خارج از دانشگاه بر ارتقاء فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه تأثیر دارد.

۳- اساتید کارآفرین و دانشجویان کارآفرین معتقدند حاکمیت محتوای سؤال‌های ۹ و ۵ (از حیطة امنیت‌روانی دانشجویان در دانشگاه) بیش از محتوای سؤال‌های ۱۲، ۱۱، ۱۰، ۷، ۸، ۶، ۱۴، ۱۳، ۱ مربوط به خودشان و سؤال‌های ۷، ۸، ۶، ۱۲، ۱۱، ۱۰ مربوط به کارآفرینان خارج از دانشگاه بر ارتقاء فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه تأثیر دارد.

۴- اساتید کارآفرین و دانشجویان کارآفرین معتقدند حاکمیت محتوای سؤال ۶ (از حیطة امنیت‌روانی دانشجویان) در دانشگاه بیش از محتوای سؤال‌های ۱۴، ۱۰، ۷، ۸، ۶، ۱ مربوط به اساتید کارآفرین و کارآفرینان خارج از دانشگاه و سؤال‌های ۱۴، ۱۲، ۱۱، ۱۰، ۷، ۸، ۶ مربوط به دانشجویان کارآفرین بر ارتقاء فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه تأثیر دارد.

۵- اساتید کارآفرین و دانشجویان کارآفرین معتقدند که حاکمیت مربوط به سؤال‌های ۱۰، ۷، ۸ (از حیطة امنیت‌روانی دانشجویان در دانشگاه) بیش از محتوای سؤال ۱ بر ارتقاء فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه تأثیر ندارد.

۶- اساتید کارآفرین و کارآفرینان خارج از دانشگاه معتقدند که حاکمیت محتوای سؤال ۹ (از حیطة امنیت‌روانی دانشجویان در دانشگاه) بیش از محتوای سؤال‌های ۱۴، ۱۳، ۱۲، ۱۱، ۱۰، ۷، ۸، ۶، ۴، ۳، ۲، ۱ مربوط به اساتید کارآفرین، سؤال‌های ۱۳، ۱۲، ۱۱، ۱۰، ۷، ۸، ۱۴ مربوط به دانشجویان کارآفرین و سؤال‌های ۱۳، ۱۲، ۱۱، ۱۰، ۷، ۸، ۶، ۱۴ مربوط به کارآفرینان خارج از دانشگاه بر ارتقاء فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه تأثیر دارد.

۷- اساتید کارآفرین معتقدند حاکمیت محتوای سؤال ۱۰ (از حیطة امنیت روانی دانشجویان در دانشگاه) بیش از محتوای سؤال‌های ۱،۷ مربوط به خودشان بر ارتقاء فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه تأثیر دارد.

۸- اساتید کارآفرین و دانشجویان کارآفرین معتقدند حاکمیت محتوای سؤال‌های ۸،۱۱ (از حیطة امنیت روانی دانشجویان در دانشگاه) بیش از محتوای سؤال ۱۰ مربوط به خودشان و سؤال‌های ۱۰، ۱۶، ۷، ۸، ۱۰ مربوط به کارآفرینان خارج از دانشگاه بر ارتقاء فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه تأثیر دارند.

۹- اساتید کارآفرین و کارآفرینان خارج از دانشگاه معتقدند حاکمیت محتوای سؤال‌های ۱۲، ۱۴ (از حیطة امنیت روانی دانشجویان در دانشگاه) بیش از محتوای سؤال‌های ۱۰، ۱۱، ۱۶، ۷، ۸، ۱۰ مربوط به خودشان، سؤال‌های ۸، ۱۰ مربوط به دانشجویان کارآفرین بر ارتقاء فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه تأثیر ندارد.

۱۰- اساتید کارآفرین و دانشجویان کارآفرین و کارآفرینان خارج از دانشگاه معتقدند حاکمیت محتوای سؤال ۱۳ (از حیطة امنیت روانی دانشجویان در دانشگاه) بیش از سؤال‌های ۱۴، ۱۱، ۱۰، ۱۶، ۷، ۸، ۱۰ بر ارتقاء فرهنگ در دانشگاه تأثیر دارد.

۱۱- اساتید کارآفرین، دانشجویان کارآفرین و کارآفرینان خارج از دانشگاه معتقدند حاکمیت محتوای سؤال‌های ۱۴، ۱۲، ۱۱ (از حیطة امنیت روانی دانشجویان در دانشگاه) بیش از محتوای سؤال‌های ۱۰، ۹، ۷، ۸، ۱۶، ۱۴، ۱۳، ۱۲، ۱۱ مربوط به خودشان و سؤال‌های ۱ تا ۱۴ مربوط به اساتید کارآفرین بر ارتقاء فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه تأثیر دارد.

۱۲- دانشجویان کارآفرین و کارآفرینان خارج از دانشگاه معتقدند حاکمیت محتوای سؤال‌های ۱، ۳ (از حیطة امنیت روانی دانشجویان در دانشگاه) بیش از محتوای سؤال‌های ۱۰، ۹، ۷، ۸، ۱۶، ۱۴، ۱۳، ۱۲، ۱۱، ۱۰، ۸، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳، ۱۴، ۴، ۵، ۶، ۷ مربوط به خودشان و سؤال‌های ۱ تا ۱۴ مربوط به اساتید کارآفرین بر ارتقاء فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه تأثیر دارد.

۱۳- دانشجویان کارآفرین معتقدند حاکمیت محتوای سؤال‌های ۲، ۳ (از حیطة امنیت روانی دانشجویان در دانشگاه) بیش از محتوای سؤال‌های ۷، ۶، ۵، ۴، ۱۴، ۱۳، ۱۲، ۱۱، ۱۰، ۹، ۸، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳، ۱۴، ۱ تا ۱۴ مربوط به اساتید کارآفرین و سؤال‌های

فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه تأثیر دارد. ۱۲،۴،۵،۶،۷،۸،۹،۱۰،۱۱،۱۲،۱۳،۱۴  
مربوط به کارآفرینان خارج از دانشگاه بر ارتقاء

۱۴- دانشجویان کارآفرین و کارآفرینان خارج از دانشگاه معتقدند حاکمیت محتوای سؤال‌های ۴،۵ (از حیطه امنیت‌روانی دانشجویان در دانشگاه) بیش از محتوای سؤال‌های ۱،۲،۳،۴،۵،۶،۷،۸،۹،۱۰،۱۱،۱۲،۱۳،۱۴ مربوط به خودشان و سؤال‌های ۱،۲،۳،۴،۵،۶،۷،۸،۹،۱۰،۱۱،۱۲،۱۳،۱۴ مربوط به اساتید کارآفرین بر ارتقاء فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه تأثیر دارد.

۱۵- کارآفرینان خارج از دانشگاه معتقدند حاکمیت محتوای سؤال ۱ (از حیطه امنیت‌روانی دانشجویان در دانشگاه) بیش از محتوای سؤال‌های ۶،۷،۸،۱۰ مربوط به خودشان و اساتید کارآفرین و سؤال ۱۰ مربوط به دانشجویان کارآفرین بر ارتقاء فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه تأثیر دارد.

۱۶- کارآفرینان خارج از دانشگاه معتقدند محتوای سؤال ۵ (از حیطه امنیت‌روانی دانشجویان در دانشگاه) بیش از محتوای سؤال‌های ۱،۶،۷،۸،۹،۱۰،۱۱،۱۳،۱۴ مربوط به خودشان، سؤال‌های ۱،۲،۳،۴،۵،۶،۷،۸،۱۰،۱۱،۱۲،۱۳،۱۴ مربوط به اساتید کارآفرین و سؤال‌های ۹،۱۰،۱۱،۱۲،۱۳،۱۴،۶،۷،۸ مربوط به ارتقاء فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه تأثیر دارد.

۱۷- اساتید کارآفرین و کارآفرینان خارج از دانشگاه معتقدند حاکمیت محتوای سؤال‌های ۶،۷،۸،۱۰ (از حیطه امنیت‌روانی دانشجویان در دانشگاه) بیش از محتوای سؤال ۱ مربوط به خودشان بر ارتقاء فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه تأثیر دارد.

## جداول و نمودارها

جدول ۱. شاخص‌های آماری مربوط به هریک از سؤال‌های پرسشنامه

تأثیر امنیت روانی دانشجویان بر ارتقاء فرهنگ کارآفرینی

سؤال‌ها	ضریب همبستگی هر سؤال با کل حیطه ۲	ضریب اعتبار آلفا در صورت حذف هر سؤال $\alpha$ ۲
۱	۰/۳۹	۰/۸۲
۲	۰/۴۵	۰/۸۲
۳	۰/۴۱	۰/۸۲
۴	۰/۴۳	۰/۸۲
۵	۰/۵۳	۰/۸۱
۶	۰/۴۶	۰/۸۲
۷	۰/۲۷	۰/۸۳
۸	۰/۵۸	۰/۸۱
۹	۰/۴۷	۰/۸۲
۱۰	۰/۵۶	۰/۸۱
۱۱	۰/۳۹	۰/۸۲
۱۲	۰/۴۸	۰/۸۲
۱۳	۰/۴۵	۰/۸۲
۱۴	۰/۶	۰/۸۱



جدول ۲. توزیع فراوانی و در صد پاسخ‌های آزمودنی‌ها در هریک از سؤال‌های حیطه تأثیر امنیت روانی دانشجویان بر ارتقاء فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه

سوال‌ها	گزینه‌ها	بسیار موافقم		موافقم		مخالقم		بسیار مخالفم		بدون پاسخ		کل
		P	F	P	F	P	F	P	F	P	F	
۱	شاخص‌های آمار	۳۶.۱	۱۱۶	۴۷	۱۵۱	۱۱.۲	۳۶	۰.۹	۳	۴.۷	۱۵	۳۲۱
۲		۵۵.۵	۱۷۸	۴۳.۳	۱۳۹	۰.۹	۳	--	--	۰.۳	۱	۳۲۱
۳		۵۸.۶	۱۸۸	۳۸.۶	۱۲۴	۱.۹	۶	۰.۳	۱	۰.۶	۲	۳۲۱
۴		۵۲.۶	۱۶۹	۴۳.۳	۱۳۹	۳.۴	۱۱	۰.۳	۱	۰.۳	۱	۳۲۱
۵		۵۳.۶	۱۷۲	۴۲.۴	۱۳۶	۳.۱	۱۰	--	--	۰.۹	۳	۳۲۱
۶		۳۸	۱۲۲	۵۳.۳	۱۷۱	۷.۸	۲۵	۰.۳	۱	۰.۶	۲	۳۲۱
۷		۳۹.۶	۱۲۷	۴۵.۸	۱۴۷	۱۳.۱	۴۲	۰.۶	۲	۰.۹	۳	۳۲۱
۸		۳۱.۵	۱۰۱	۵۴.۸	۱۷۶	۱۰	۳۲	۰.۳	۱	۳.۴	۱۱	۳۲۱
۹		۴۸.۹	۱۵۷	۴۷.۴	۱۵۲	۳.۱	۱۰	--	--	۰.۶	۲	۳۲۱
۱۰		۳۱.۵	۱۰۱	۵۵.۱	۱۷۷	۱۱.۵	۳۷	--	--	۱.۹	۶	۳۲۱
۱۱		۴۰.۲	۱۲۹	۵۲.۳	۱۶۸	۶.۵	۲۱	--	--	۰.۹	۳	۳۲۱
۱۲		۴۳	۱۳۸	۴۹.۵	۱۵۹	۷.۲	۲۳	--	--	۰.۳	۱	۳۲۱
۱۳		۴۶.۱	۱۴۸	۴۹.۵	۱۵۹	۳.۱	۱۰	۰.۶	۲	۰.۶	۲	۳۲۱
۱۴		۴۴.۵	۱۴۳	۱۶۲	۵۰.۵	۵	۱۶	--	--	--	--	۳۲۱

جدول ۳. شاخص‌های آماری مربوط به میانگین نمرات آزمودنی‌ها در حیطه تأثیر امنیت روانی بر ارتقاء فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه

ردیف	شاخص‌های آماری	حجم نمونه	میانگین	انحراف استاندارد
۱	امنیت روانی دانشجویان	۳۲۱	۳.۳۴	۰.۴۱

جدول ۴. شاخص‌های آماری مربوط به مقایسه میانگین نمرات ۳ گروه استاد کارآفرین، دانشجوی کارآفرین

کارآفرین خارج از دانشگاه در تأثیر امنیت روانی بر ارتقاء فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه

ردیف	گروه		استاد کارآفرین				دانشجوی کارآفرین				کارآفرین خارج از دانشگاه		م
	حیطه	شاخص های آمار	حجم نمونه	میانگین	انحراف استاندارد	حجم نمونه	میانگین	انحراف استاندارد	حجم نمونه	میانگین	انحراف استاندارد	حجم نمونه	
۱	امنیت روانی دانشجویان		۷۹	۳.۲۶	۰.۴۶	۸۰	۳.۴۲	۰.۴	۱۱۹	۳.۳۴	۰.۳۸	۲۷۸	۳.۴

جدول ۵. شاخص‌های آماری مربوط به مقایسه میانگین نمرات ۳ گروه استاد کارآفرین، دانشجوی کارآفرین و

کارآفرین خارج از دانشگاه در مورد سؤال‌های پرسشنامه تأثیر امنیت روانی دانشجویان بر ارتقاء فرهنگ

کارآفرینی در دانشگاه

معدل	گروه		استاد کارآفرین				دانشجوی کارآفرین				کارآفرین خارج از دانشگاه		
	سوال ها	شاخص های آمار	حجم نمونه	میانگین	انحراف استاندارد	حجم نمونه	میانگین	انحراف استاندارد	حجم نمونه	میانگین	انحراف استاندارد	حجم نمونه	
	۱		۶۹	۳.۱۳	۰.۷۸	۷۳	۳.۶	۰.۵۵	۱۰۷	۳.۱	۰.۶۶	۲۴۹	۳.۲۶
	۲		۶۹	۳.۴۲	۰.۵۳	۷۳	۳.۶۶	۰.۴۸	۱۰۷	۳.۵۷	۰.۵	۲۴۹	۳.۵۵
	۳		۶۹	۳.۴۱	۰.۶۵	۷۳	۳.۶۴	۰.۴۸	۱۰۷	۳.۶۱	۰.۵۳	۲۴۹	۲.۵۶
	۴		۶۹	۳.۴۱	۰.۵۸	۷۳	۳.۵۶	۰.۵۵	۱۰۷	۳.۵۶	۰.۵۵	۲۴۹	۳.۵۲
	۵		۶۹	۳.۴۵	۰.۵۶	۷۳	۳.۵۵	۰.۵۳	۱۰۷	۳.۵۷	۰.۵۷	۲۴۹	۳.۵۳
	۶		۶۹	۳.۲۸	۰.۶۴	۷۳	۳.۴۷	۰.۵۵	۱۰۷	۳.۲۱	۰.۶۸	۲۴۹	۳.۳
	۷		۶۹	۳.۲	۰.۵۹	۷۳	۳.۳۶	۰.۶۱	۱۰۷	۳.۲۵	۰.۶۹	۲۴۹	۳.۲۷
	۸		۶۹	۳.۲۲	۰.۶۸	۷۳	۳.۳۳	۰.۵۵	۱۰۷	۳.۲	۰.۶۵	۲۴۹	۳.۲۴
	۹		۶۹	۳.۵۱	۰.۵۳	۷۳	۳.۴۵	۰.۵۵	۱۰۷	۳.۴۷	۰.۵۵	۲۴۹	۳.۴۷
	۱۰		۶۹	۳.۲۳	۰.۶۲	۷۳	۳.۲۳	۰.۵۷	۱۰۷	۳.۲۱	۰.۶۷	۲۴۹	۳.۲۲
	۱۱		۶۹	۳.۳۲	۰.۶۸	۷۳	۳.۳۴	۰.۵۶	۱۰۷	۳.۳۶	۰.۵۹	۲۴۹	۳.۳۵
	۱۲		۶۹	۳.۴	۰.۶۷	۷۳	۳.۳۸	۰.۵۷	۱۰۷	۳.۳۶	۰.۵۵	۲۴۹	۳.۳۸
	۱۳		۶۹	۳.۴۱	۰.۶۳	۷۳	۳.۴۴	۰.۵۵	۱۰۷	۳.۴۲	۰.۵۵	۲۴۹	۳.۴۲
	۱۴		۶۹	۳.۳۵	۰.۶۱	۷۳	۳.۳۸	۰.۵۴	۱۰۷	۳.۴	۰.۵۸	۲۴۹	۳.۳۸
	کل		۶۹	۳.۳۴	۰.۴۷	۷۳	۳.۴۶	۰.۴۵	۱۰۷	۳.۳۸	۰.۳۷	۲۴۹	۳.۳۹

جدول ۶. خلاصه اطلاعات تحلیل واریانس یک متغیری مربوط به مقایسه میانگین نمرات ۳ گروه استاد کارآفرین، دانشجوی کارآفرین و کارآفرین خارج از دانشگاه درمورد تأثیر امنیت روانی دانشجویان بر ارتقاء فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه

منبع تغییرات	مجموع مجذورات	درجات آزادی	میانگین مجذورات	F	سطح معناداری
بین گروه ها	۰.۹۷۵	۲	۰.۴۸۷	۲.۸۹۷	۰.۰۶
درون گروه ها	۴۶.۲۵۹	۲۷۵	۰.۱۶۸		
کل	۴۷.۲۳۴	۲۷۷			

جدول ۷. خلاصه اطلاعات تحلیل واریانس دو متغیری با اندازه گیری های مکرر روی یک متغیر مربوط به میانگین نمرات ۳ گروه استاد کارآفرین، دانشجوی کارآفرین و کارآفرین خارج از دانشگاه درمورد تأثیر هریک از سؤال های پرسشنامه تأثیر امنیت روانی دانشجویان بر ارتقاء فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه

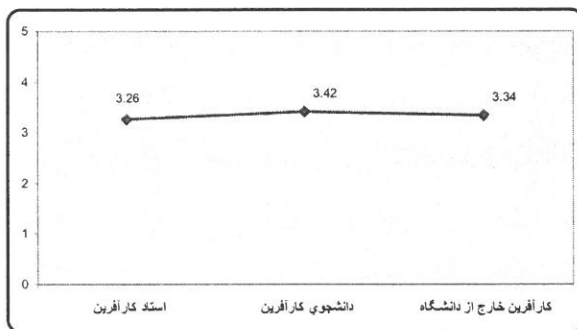
منبع تغییرات	مجموع مجذورات	درجات آزادی	میانگین مجذورات	F	سطح معناداری
بین آزمودنی ها					
گروه ها A	۷.۴۹۲	۲	۳.۷۴۶	۱.۷۹۱	۰.۱۶۹
آزمودنی های درون گروه ها	۵۱۴.۶۳۱	۲۴۶	۲.۰۹۲		
سوال ها B	۴۱.۸۷۵	۱۳	۳.۲۲۱	۱۴.۵۴۶	۰.۰۰۰
تعامل AB	۱۶.۳۹۲	۲۶	۰.۶۳	۲.۸۴۷	۰.۰۰۰
آزمودنی های درون گروه ها BX	۷۰۸.۱۷۶	۳۱۹۸	۰.۲۲۱		

جدو ۱.۸. نتایج آزمون بونفرونی مربوط به مقایسه میانگین نمرات آزمودنی‌ها در مورد تأثیر هریک از

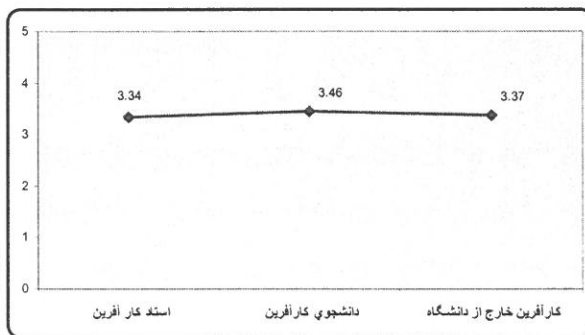
سؤال‌های حیطه امنیت روانی دانشجویان بر ارتقاء فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه

ردیف	میانگین	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲
		۳/۲۶	۳/۵۵	۳/۵۶	۳/۵۲	۳/۵۳	۳/۳	۳/۲۷	۳/۲۴	۳/۴۷	۳/۲۲	۳/۳۵	۳/۳۸
۱	۳/۲۶	-	۰/۲۷۱	۰/۲۷۴	۰/۲۳۱	۰/۲۴۴	۰/۰۳۷	۰/۰۰۸	۰/۰۳۱	۰/۱۹۷	۰/۰۵۵	۰/۰۶۳	۰/۱۰۳
۲	۳/۵۵	-	-	۰/۰۰۳	۰/۰۰۴	۰/۰۲۷	۰/۲۳۴	۰/۲۷۹	۰/۳۰۲	۰/۰۷۴	۰/۳۲۶	۰/۲۰۷	۰/۱۶۸
۳	۳/۱۶	-	-	-	۰/۰۴۳	۰/۰۰۳	۰/۲۳۷	۰/۲۸۲	۰/۳۰۵	۰/۰۷۷	۰/۳۲۹	۰/۲۱۰	۰/۱۷۱
۴	۳/۵۲	-	-	-	-	۰/۰۱۳	۰/۱۹۴	۰/۲۳۹	۰/۲۶۲	۰/۰۳۴	۰/۲۸۶	۰/۱۶۷	۰/۱۳
۵	۳/۵۳	-	-	-	-	-	۰/۲۰۷	۰/۲۵۲	۰/۲۷۵	۰/۰۴۷	۰/۲۹۹	۰/۱۸۱	۰/۱۴۱
۶	۳/۳	-	-	-	-	-	-	۰/۰۴۵	۰/۰۶۸	۰/۱۶	۰/۰۹۲	۰/۰۲۶	۰/۰۶۶
۷	۳/۲۷	-	-	-	-	-	-	-	۰/۰۲۳	۰/۲۰۵	۰/۰۴۷	۰/۰۷۱	۰/۱۱۱
۸	۳/۲۴	-	-	-	-	-	-	-	-	۰/۲۲۸	۰/۰۲۴	۰/۰۹۴	۰/۱۳۴
۹	۳/۴۷	-	-	-	-	-	-	-	-	-	۰/۲۵۲	۰/۱۳۴	۰/۰۹۴
۱۰	۳/۲۲	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	۰/۱۱۸	۰/۱۵۸
۱۱	۳/۳۵	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	۰/۰۴
۱۲	۳/۳۸	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۱۳	۳/۴۲	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۱۴	۳/۳۸	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

نمودار شماره ۱- میانگین نمرات ۳ گروه استاد کارآفرین، دانشجوی کارآفرین و کارآفرین خارج از دانشگاه، در مورد تأثیر امنیت روانی دانشجویان بر ارتقاء فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه



نمودار شماره ۲- میانگین نمرات ۳ گروه استاد کارآفرین، دانشجوی کارآفرین و کارآفرین خارج از دانشگاه در مورد هر حیطة تأثیر امنیت روانی دانشجویان بر ارتقاء فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه



### بحث و نتیجه گیری

امروزه توسعه‌ی فرهنگ کارآفرینی و نیاز به افزایش کمی و کیفی حضور کارآفرینان بیش از هر زمان دیگر قویاً احساس می‌گردد.

کارآفرینی به خلق ارزش‌های مادی و اقتصادی یا کسب و کاری ختم نمی‌شود. بلکه اگر کارآفرینی را به مفهوم واقعی آن یعنی «ارزش آفرینی» تعریف کنیم، کارآفرینان (ارزش آفرینان) موتور توسعه اجتماعی، سیاسی و فرهنگی نیز خواهند بود.

فرهنگ و بینش کارآفرینی به عنوان رویکردی خلاق، مولد و استراتژیک همواره راهگشای توسعه کشورها به ویژه در عرصه‌های اقتصادی بوده است. فرهنگ کارآفرینی

به عنوان جزئی از فرهنگ جامعه، تعیین کننده کیفیت توسعه اجتماعی، اقتصادی و حتی در بعضی موارد توسعه سیاسی است.

پژوهش حاضر در پی مشخص نمودن تأثیر امنیت روانی در ارتقای فرهنگ کارآفرینی بین دانشجویان و کارآفرینان فعال بوده است. براساس نتایج به دست آمده در نتیجه گیری پژوهش، نظم گرایی در دانشگاه و تأمین امنیت روانی دانشجویان در دانشگاه تأثیر زیادی در ارتقای فرهنگ کارآفرینی داشته است. لذا با توجه به محدودیت های پژوهش که بر حوزه دانشگاه متمرکز است، و نتایج به دست آمده از تجزیه و تحلیل داده های آماری حاصل از اجرای پرسشنامه، پیشنهادات ذیل برای بسترسازی و ارتقای فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه عنوان می شود:

#### سیاست های حمایتی

حمایت های مالی و معنوی از کارآفرینان باید تسهیل شود تا بتوان سرمایه گذاری های مخاطره پذیر در سطح کشور را گسترش داد. برای حمایت از کارآفرینان باید آژانس های سرمایه گذاری تأسیس شود تا آنها مجبور به صرف زمان و انرژی ذهنی و جسمی خود به منظور حل مشکلات مالی که از مهمترین مسائل مطروحه در پیشرفت آنها است نشوند. در حال حاضر تسهیلات مالی خاصی برای حمایت از کارآفرینان به صورت عملی تخصیص نیافته است و اگر این افراد شخصاً جهت اخذ وام اقدام کنند، سریع تر می توانند به آن دست یابند. مراکزی که از کارآفرینان حمایت می کنند نیز حاضر به ضمانت آنها نیستند، لذا آنها باید خود برای تأمین ضمانت نامه ملکی، سفته و ... اقدام کنند.

#### الگوی راهبردی فرهنگ سازی کارآفرینی

منطبق بر الگوی راهبردی فرهنگ سازی کارآفرینی پیشنهاد می شود در دوره های آموزش کارآفرینی در دانشگاه ها ابتدا باید خودباوری را در دانشجویان افزایش داد که این خودباوری اعتماد به نفس را به همراه دارد و باعث افزایش جرأت فرد می شود و این باور را به ارمغان می آورد که فکر و ایده در هر زمینه ای با تلاش او عملی خواهد شد.

اهداف واحد آموزش در دانشگاه ها عبارتند از:

۱- به وجود آوردن فرهنگ کار و کارآفرینی در بین دانشجویان.



۲- آموزش راهکارهای پیشرفت، رقابت و تصمیم‌گیری سریع در شرایط بحرانی برای بقا در بازار رقابت.

۳- تقویت اراده کسب و کار برای تربیت قابلیت مخاطره‌پذیری کارآفرین در بازار واقعی بیرون از دانشگاه.

هماهنگی و یکپارچه‌سازی فعالیت‌های تشکلیها

یکی از راه‌های افزایش تعامل، آموزش غیرمستقیم و تسریع گردش اطلاعات بین علاقمندان و صاحب‌نظران تشکلی‌های صنفی است. فراهم ساختن زمینه ایجاد کلوب‌ها، انجمن‌ها و ... برای کارآفرینان توسط دانشگاه‌ها برای تبادل تجربیات، اطلاعات و حمایت از یکدیگر از یک سو، و برقراری ارتباط منسجم و سازمان‌یافته بین مراکز کارآفرینی، مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری از سوی دیگر باعث می‌شود تا کارآفرینان جایگاه خود را برای ورود به این مراکز در جهت تحقق ایده خود بشناسند.

تکریم کارآفرینان

قدرشناسی، احترام و بزرگداشت اساتید و دانشجویان کارآفرین موفق، نوعی الگوسازی و معرفی ارزش‌های نوین به جامعه علمی است. از این‌رو ضمن اندیشیدن تمهیداتی در این خصوص، استفاده از رسانه‌ها، مجلات و به تبع آن، گزارش شیوه‌های زندگی و رازهای مدیریتی کارآفرینان دانشگاهی در خانه و محل کار و ... مؤثر خواهد بود.

مالکیت فکری

موضوع مالکیت فکری در ایران از جایگاه ویژه‌ای برخوردار نیست و افراد کارآفرین برای بیان ایده خود و محفوظ‌ماندن آن، احساس امنیت کافی نمی‌کنند. در حال حاضر تنها مرجع تأییدکننده، گواهی ثبت اختراع می‌باشد که بیشتر محدود به ثبت در داخل است و ثبت در خارج کشور مستلزم صرف هزینه نسبتاً بالایی می‌باشد که حمایت خاصی از کارآفرینان نمی‌شود.

## منابع

- بابایی، نعمت‌ا...، امنیت روانی چیست؟، مجله نامه، شماره ۴۳، ۱۳۸۴.
- خانی جزینی، جمال، به نقل از پروژه بررسی عوامل مؤثر بر ارتقاء فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه‌های کشور، سازمان پژوهش‌های علمی و صنعتی ایران، ۱۳۸۶.
- سعیدی کیا، مهدی، «فرهنگ کارآفرینی، روزنامه اعتماد، آذر ۱۳۸۲.
- فتحی، سعید، تحول فرهنگی گامی به سوی کارآفرینی، مجله تدبیر، شماره ۱۰۲، تهران، ۱۳۷۹.
- کامبد، محمد، امنیت اجتماعی=امنیت روانی، سایت فصل نو، ۱۳۸۴.
- نقش نماز در ایجاد امنیت روحی و روانی جوانان، سایت تبیان همدان، ۱۳۸۶.
- امنیت روانی و اجتماعی در زمان حضرت ولی عصر (عج)، برگرفته از سخنان دکتر گلزاری در همایش «روانشناسی انتظار»، سایت مهدویت (تبیان)، ۱۳۸۶.

<http://www.tebyan-zn.ir/shaban/subp.aspx?id=55>

[http://www.tebyan-hamedan.ir/islam/archives/\\_1\\_23.php](http://www.tebyan-hamedan.ir/islam/archives/_1_23.php)