

مقایسه صفات شخصیت بین زنان مدیر کارآفرین و زنان عادی شهرستان

اصفهان

دکتر صادق تقی لو^۱، دکتر مهدی زارع بهرام آبادی^۲، عاصفه آراین^۳

چکیده

هدف از پژوهش حاضر مقایسه ویژگی های شخصیتی زنان کارآفرین و عادی شهر اصفهان می باشد.

با توجه به این که این تحقیق از نوع علی-مقایسه ای می باشد، لذا دارای دو جامعه آماری می باشد. جامعه اول شامل زنان کارآفرین عضو NGO کارآفرینان استان اصفهان و جامعه دوم شامل زنان عادی ساکن در استان اصفهان می باشند. برای جمع آوری داده ها و اطلاعات مورد نیاز از پرسشنامه پنج عامل بزرگ شخصیت (Neo-FFI) در اختیار 46 نفر از زنان کارآفرین و 50 نفر زنان عادی قرار داده شد. داده ها با استفاده از روش تحلیل واریانس چند متغیری مقایسه دو گروهی موسوم به T^2 هاتلینگ (T^2 Hotellings) مورد تحلیل قرار گرفت.

نتایج نشان داد بین دو گروه زنان کارآفرین و زنان عادی در صفات شخصیت تفاوت معنادار وجود دارد (ویلکز لامبدا = 0/743، $F(2 و 88) = 4/06$ ، $P < 0/001$ ، $\eta^2 = 0/257$). استفاده از آزمون تحلیل واریانس یک راهه نشان داد که زنان کارآفرین به طور معناداری برونگرتر، درمقابل تجارب گشوده تر و وظیفه شناس تر از زنان عادی هستند.

خلاقیت یکی از ویژگی های اصلی و تاثیر گذار افراد کارآفرین است و تفاوت بارزی بین ویژگی های شخصیتی زنان کارآفرین و عادی وجود دارد.

واژگان کلیدی: زنان مدیر کارآفرین و صفات شخصیت

¹- عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد آستارا

²- عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد اراک

³- کارشناس ارشد روان شناسی

مقدمه

واژه کارآفرینی از قرن‌ها پیش و قبل از آنکه به زبان امروزی مطرح شود، در زبان فرانسه متداول شد، این واژه معادل کلمه فرانسوی *Entreprendre* به معنای « متعهد شدن » و معادل *Under Take* در زبان انگلیسی می باشد که در سال 1848 به وسیله جان استوارت میل به کارآفرینی¹ در زبان انگلیسی ترجمه شد (1). در اوایل سده شانزدهم میلادی کسانی را که در کار مأموریت نظامی بودند کارآفرین خواندند و پس از آن برای مخاطرات دیگر نیز همین واژه با محدودیت های مورد استفاده قرار گرفت. از حدود سال 1700 میلادی به بعد درباره پیمانکاران دولت که دست اندرکار امور عمرانی بودند از لفظ کارآفرین زیاد استفاده شده است. واژه های کارآفرینی و کارآفرین در حوزه اقتصاد نیز مورد توجه اقتصاددانان قرار گرفت بطوری که همه مکاتب اقتصادی از قرن شانزدهم میلادی تاکنون به نحوی کارآفرینی ر در نظریه های خود تشریح کرده اند.

در عرصه جهانی، زنان خلاق، نورآور و متبکر بعنوان کارآفرینان، منشاء تحولات بزرگی در زمینه های صنعتی، تولیدی و خدماتی شده اند و نقش آنان به عنوان موتور توسعه اقتصادی، قهرمانان ملی و توسعه صنعتی، محرک و مشوق سرمایه گذاری، عامل ایجاد اشتغال، گزینه اصلی انتقال فناوری و عامل رفع خلل ها و تنگناهای بازار در جوامع تبیین شده است (2). در بسیاری از کشورهای در حال توسعه از جمله ایران، حضور زنان در بازار کار، متناسب با افزایش سطح تحصیلات آنان افزایش پیدا نکرده است و موانع بسیاری بر سر راه فعالیت های اقتصادی زنان در خارج از منزل وجود دارد. این باور در میان اکثریت مردم رواج دارد که در حال حاضر، علی رغم آنکه بخش اعظم زنان خارج از بازار کار قرار دارند، کشور با مشکل عظیم بیکاری دست به گریبان است. در این صورت بطور قطع با افزایش شمار زنان تحصیل کرده و فعال، بحران بیکاری تشدید خواهد شد. آمار موجود نیز دلالت بر این امر دارد، به طوری که نرخ بیکاری زنان و دختران دانشگاهی از 39٪ در سال 1375 به 54٪ درصد در سال 1381 رسیده است (3) و از سوی دیگر تمایل زنان و دختران به تحصیلات دانشگاهی در سالهای اخیر افزایش پیدا کرده است و بیش از 65٪ از متقاضیان ورود به دانشگاه ها را دختران به خود اختصاص داده اند. به علاوه

نمی توان از نظر دور داشت که بالا رفتن شمار زنان بیکار تحصیل کرده به افزایش نارضایتی در میان این گروه منجر می شود و عوارض اجتماعی - اقتصادی خاص خود را به همراه خواهد داشت (4). افزایش قابل ملاحظه زنان شاغل واقعیت انکار ناپذیر جامعه ایران است. با وجود این، تجربه اجتماعی حاکی از آن است که تعداد کمی از زنان شاغل کارآفرین هستند، به طوری که به عنوان مثال سهم زنان در بین کارآفرینان سال 1385 استان یزد تنها 8٪ بوده است (5). در این صورت بنا به ضرورت توسعه سهم زنان در اقتصاد ملی و مقابله با بحران بیکاری زنان، ضروری است که شرایط لازم برای توسعه کارآفرینی زنان فراهم شود تا زنان با ایجاد کسب و کار و فرصت های شغلی برای خود و دیگران بتوانند معضل کنونی جامعه را پایان بخشند (6). بطور مسلم در این مسیر موانع و مشکلات متعددی وجود دارد که شناسایی و رفع آنها منجر به تسهیل این امر خواهد بود. بنابراین مطالعه موانع کارآفرینی زنان به شناسایی محدودیت های موجود، اصلاح مسیر آتی و در نهایت افزایش کارآیی فردی و اجتماعی آنان کمک می کند (7).

اما واقعیت این است که توسعه کارآفرینی در جامعه نیازمند شناسایی و پرورش افراد کارآفرین و حمایت از آنها است. این کار مستلزم مطالعه ویژگی های روان شناختی افراد کارآفرین و تربیت نسل های آتی براساس مطالعات گذشته است. البته پژوهشگران و صاحب نظران ویژگی های رفتاری و شخصیتی متعددی را برای کارآفرینان مطرح کرده اند که مهمترین و عمومی ترین آنها در مدل جامع کارآفرینی مشاهده می شود. مطابق مدل مزبور که توسط موسسه توسعه کارآفرینی هند¹ ارائه شده کارآفرینان دارای 5 ویژگی هستند، توفیق طلبی، استقلال طلبی و ریسک پذیری خلاقیت و عزم واراده. برای مطالعه کارآفرینی پژوهشگران، رویکردهای متفاوتی به کار برده اند. در اوایل دهه 1950 پژوهشگران به بررسی عوامل شخصیتی که احتمالاً منجر به کارآفرین شدن افراد می شدند اقدام کردند برای مثال مک کله لند² (5) دریافت که کارآفرینان برعکس عامه مردم، نیاز شدیدی به موفقیت دارند. برای پژوهشگران کارآفرین، استدلال مک کله لند درباره انگیزه موفقیت به منزله تاریخ دکتربین کارآفرین است. وی نشان داد که بین داشتن جامعه ای متشکل از افراد توفیق طلب و توسعه اقتصادی، رابطه وجود دارد. افراد توفیق طلب، کسانی

1- Enter Premiership Development Institute of Indio(EDI)

2- McClelland

هستند که تمایل دائمی در بهبود عملکردشان دارند، راه های کوتاه تری برای اداره شرکت می یابند و شیوه های سریعتری برای انجام امور پیدا می کنند. آنها دوست دارند از طریق تلاشهای فردی شان برنده شوند. تلاش های علمی مک کله لند باعث شد که شایستگی های شخصی فرد کارآفرینی بعنوان یک ویژگی دائمی وارد حوزه تحقیقاتی کارآفرینی شود. مطالعات زیادی سعی کرده اند شایستگی های ویژه کارآفرینان را شناسایی کنند.

• نیاز به موفقیت: بیانگر فرد به کسب هدف براساس مجموعه ای از عالی ترین معیارها است.

• تمایل به خطر پذیری: تمایل به انجام کارهایی که احتمال شکست دارند.

• کانون کنترل درونی: افرادی که دارای ویژگی کانون کنترل درونی هستند رویدادهای زندگی را به نتایج برنامه ریزیها و تلاشهای پیگیر خود (نه عوامل محیطی) نسبت می دهند .

• خوش بینی: کارآفرینان نیاز شدید به استقلال دارند و از کنترل شدن توسط افراد دیگر به شدت اجتناب می کنند .

همچنین تیمونز، با تجربه و تحلیل بیش از 50 مطالعه ویژگیهای ششگانه برای کارآفرینان شناسایی کرد (1) تعهد و تعیین گرای (2) رهبری (3) فرصت گرایی (4) تحمل ریسک و ابهام، (5) خلاقیت، خود اتکایی و توانایی انطباق پذیری و (6) انگیزه بالا .

البته همانطور که جدول شماره 1 نشان می دهد، نیاز توفیق طلبی به عنوان یکی از ویژگیهای کارآفرینان تقریباً مورد اجماع نظر پژوهشگران است. همچنین کانون کنترل درونی، مورد توجه اکثر پژوهشگران و صاحب نظران، از قبیل شرموهون¹ (8) کایربای² (9) هینسمارک³ (10) دیکنز و فویل⁴ (11) و کوراتکو⁵ (12) و برنز⁶ (13) است. سرانجام استقلال طلبی، ریسک پذیری و خلاقیت از جمله مشخصات رفتاری کارآفرینان است که نزد پژوهشگران بیشتر مورد پذیرش واقع شده اند.

1-Schermehorn

2-Kirby

3- Hinsmark

4- Deakins& Freel

5- kuratko

6-Brenz

تیمونز (1994)	کورانکو (1999)	برنز (2001)	دیکنز و فویل (2002)	هیسریچ و همکاران (2003)	کایربای (2003)	شرموهون (2005)	ویژگیهای رفتاری کارآفرینانه
*	*	*	*	*	*	*	نیاز شدید به موفقیت
						*	عمل گرایی
						*	انعطاف پذیری
	*	*	*	*	*	*	کانون کنترل درونی
		*				*	سطح انرژی بالا
		*				*	اعتماد به نفس
*	*		*			*	تحمل ابهام
*	*	*	*	*	*	*	تمایل به استقلال
*	*	*	*		*		ریسک پذیری
*		*	*		*		خلاقیت و فرصت گرایی
					*		شهود
		*	*				چشم انداز
		*	*				نوآوری
*							رهبری

مرور مطالعات انجام شده در حوزه کارآفرینی و دیدگاه صفات شخصیت بیانگر آن است که موضوع صفات شخصیت به ویژه مدل پنج عامل بزرگ شخصیت در جوامع کارآفرین مورد بررسی قرار نگرفته است. به همین دلیل پژوهش حاضر قصد دارد صفات شخصیتی زنان کارآفرین را با استفاده از مدل پنج عامل بزرگ شخصیت مورد مطالعه قرار دهد. این مطالعه از آن جهت دارای اهمیت است که مدل پنج عامل بزرگ شخصیت برای محققان علاقه مند به شناسایی تفاوت های فردی زیربنایی در شخصیت، به مثابه یک کشف بنیادی

به نظر می رسد (14). بنابراین مطالعه و مقایسه ویژگی های شخصیتی زنان کارآفرین اطلاعات ارزشمندی در اختیار صاحب نظران قرار می دهد. در مجموع مدل پنج عامل بزرگ یک سنخ شناسی فراگیر مشتمل بر پنج عامل نسبتاً پایدار پذیرش، وظیفه شناسی، برون گرایی، سازگاری و روان رنجورخویی است (14). مدل پنج عامل شخصیت از طریق مطالعات بسیاری که با استفاده از تحلیل عاملی و با محوریت صفات شخصیت انجام شده است بدست آمد (15). بر این اساس، کاستا و مک کری (16) با استفاده از تحلیل عاملی به این نتیجه رسیدند که می توان بین تفاوت های فردی در خصوصیات شخصیتی، پنج بعد عمده را منظور کرد. روان رنجورخویی¹ (N) به تمایل فرد برای تجربه اضطراب، تنش، ترحم جویی، خصومت، تکانش وری، افسردگی و عزت نفس پایین برمی گردد، در حالی که برون گرایی² (E) به تمایل فرد برای مثبت بودن، جرات طلبی، پرانرژی بودن و صمیمی بودن اطلاق می گردد. پذیرش³ (O) به تمایل فرد برای کنجکاوی، عشق به هنر، هنرمندی، انعطاف پذیری و خردورزی اطلاق می شود، در حالی که سازگاری⁴ (A) به تمایل فرد برای بخشندگی، مهربانی، سخاوت، همدلی و همفکری، نوع دوستی و اعتمادورزی همراه است. سرانجام اینکه وظیفه شناسی⁵ (C) به تمایل فرد برای منظم بودن، کارابودن، قابلیت اعتماد و اتکا، خودنظم بخشی، پیشرفت مداری، منطقی بودن و آرام بودن برمی گردد.

مواد و روش کار

در پژوهش حاضر دو جامعه آماری تعریف شده است، جامعه اول شامل تمامی زنان مدیر کارآفرینی است که در سال 1389 در انجمن زنان مدیر کارآفرین شهرستان اصفهان اسامی آنها ثبت شده است. و جامعه دوم شامل زنان عادی است که توسط انجمن زنان مدیر کارآفرین، عنوان کارآفرین به آنان تعلق نگرفته است. با توجه به این که تعداد زنان مدیر کارآفرین که در انجمن زنان مدیر کارآفرین عضو بودند 46 نفر بود همه آنها به عنوان نمونه پژوهش گروه اول در نظر گرفته شدند. همچنین برای انتخاب نمونه از جامعه دوم به روش

¹ - neuroticism

² - extroversion

³ - openness

⁴ - agreeableness

⁵ - conscientiousness

تصادفی 50 نفر از اعضای خانواده یا فامیل فرد کارآفرین که جنسیت زن داشت به عنوان نمونه گروه دوم مورد توجه قرار گرفت. میانگین کلی سن زنان کارآفرین $36/96$ سال ($SD=2/36$)، دامنه $(27-48)$ و میانگین زنان عادی $35/25$ سال ($SD=2/14$)، دامنه $(29-46)$ بود. میزان تحصیلات 34 درصد از گروه کارآفرین و 41 درصد از زنان عادی کارشناسی و بالاتر ، میزان تحصیلات 43 درصد از گروه کارآفرین و 36 درصد از زنان عادی کاردانی بود و میزان تحصیلات بقیه افراد دو گروه دیپلم بود.

در پژوهش حاضر برای گردآوری داده ها از پرسشنامه پنج عامل بزرگ شخصیت¹ استفاده شد. این پرسشنامه ویژگی های اصلی پنج عامل را از طریق عبارات کوتاه اندازه گیری می کند. به عبارت دیگر، احساس نیاز نسبت به اندازه گیری مولفه های اصلی پنج عامل شخصیت از طریق عبارات کوتاه، جان، دوناو و کنترول (17) را به ساخت BFI ترغیب کرد. بر این اساس، BFI اندازه گیری موثر و منعطف ابعاد پنج گانه شخصیت را وقتی اندازه گیری متمایز وجوه فردی منظور نظر نیست، فراهم می کند (18). پرسشنامه پنج عامل شامل 44 سوال با عبارت کوتاه است که بر روی یک مقیاس پنج درجه ای از کاملاً مخالف $= 1$ تا کاملاً موافق $= 5$ درجه بندی می شود. سوالات به کمک اجماع نظر متخصصان و تحلیل های تجربی سوال برای دستیابی به صفات اصلی - که به پنج عامل بزرگ شخصیت اشاره می کند- انتخاب شدند (19). در پژوهش حاضر، ضریب پایایی این پرسشنامه با روش آلفای کرونباخ محاسبه و ضریب محاسبه شده آن برای عامل های روان رنجورخویی، برون گرایی، پذیرش، سازگاری و وظیفه شناسی به ترتیب $0/80$ ، $0/70$ ، $0/77$ ، $0/56$ و $0/82$ بدست آمد.

بعد از انتخاب آزمودنی ها، پرسشنامه پنج عامل بزرگ شخصیت برای پاسخگویی در اختیار دانشجویان قرار گرفت. در دستورالعمل این پرسشنامه ها ضمن ارائه راهنمایی لازم در خصوص نحوه پاسخدهی، به این نکته اشاره گردید که افراد شرکت کننده از درج نام و نام خانوادگی خودداری نمایند. همان طور که پیشتر اشاره شد، پژوهش حاضر در پی آن است که پنج عامل بزرگ شخصیت را در دو گروه زنان عادی و زنان مدیر کارآفرین مورد مقایسه قرار دهد، به همین منظور برای تحلیل داده های گردآوری شده از روش آماری

¹ -Big Five Inventory

تحلیل واریانس چندمتغیری (MANOVA) یا روش موسوم به T^2 هاتلینگ (T^2) (Hotellings) استفاده شد.

یافته ها

جدول 2 شاخص های توصیفی میانگین و انحراف استاندارد عامل های روان رنجورخویی، برونگرایی، وظیفه شناسی، سازگاری و گشودگی را در دو گروه کارآفرین و زنان عادی نشان می دهد نشان می دهد.

جدول 2: میانگین و انحراف استاندارد متغیرهای شخصیت، حمایت اجتماعی و هوش هیجانی

انحراف استاندارد		میانگین		متغیر
عادی	کار آفرین	عادی	کار آفرین	
6/18	6/74	22/32	22/07	روان رنجورخویی
5/19	4/46	29/34	33/02	برون گرایی
4/14	4/38	35/2	37/67	وظیفه شناسی
4/29	3/74	30/1	31/6	سازگاری
4/25	2/41	24/8	26/6	گشودگی

همان طور که جدول 3 نشان می دهد روابط همبستگی بین روان رنجورخویی - گشودگی، برون گرایی - گشودگی، سازگاری معنادار نبوده و باقی روابط بین عامل های پژوهش در سطح 0/01 یا 0/05 معنادار است.

جدول 3: ماتریس همبستگی بین متغیرهای تحقیق

5	4	3	2	1	متغیر های تحقیق
				1	1. روان رنجورخویی
			1	-0/215 *	2. برونگرایی
		1	0/116	-0/056	3. گشودگی
	1	0/157	0/258 *	-0/395 **	4. سازگاری
1	0/123	0/098	0/393 **	-0/213 *	5. وظیفه شناسی
**P < 0/01 و *P < 0/05					

مقادیر همبستگی فوق، نشان می دهد که ضرایب همبستگی بین متغیر ها خیلی بالا نیست، این امر به ما اجازه می دهد تا بتوانیم در گام بعد با استفاده از روش آماری تحلیل واریانس چندمتغیری (MANOVA) یا روش موسوم به T^2 هاتلینگ (T^2 Hotellings) به مقایسه متغیر های پژوهش در دو گروه زنان کار آفرین و زنان عادی پردازیم. اما قبل از اجرای MANOVA ، مفروضه های این آزمون شامل پرت های تک متغیری، پرت های چند متغیری، نرمال بودن توزیع نمره ها و همخطی بودن مورد بررسی قرار گرفت که نتایج نشان داد این مفروضه ها در بین داده ها برقرار است. همچنین بررسی مفروضه همگنی واریانس - کواریانس به وسیله آماره «ام. - باکس»¹ (20) نشان داد که ماتریس های کوواریانس مشاهده شده متغیرهای وابسته در بین دو گروه یکسان است. مقدار آماره ام. باکس برای مفروضه همگنی ماتریس های واریانس - کواریانس 52/81، ($F = 1/72$ ، $P > 0/095$) بدست آمد که نشان می دهد ماتریس واریانس - کواریانس متغیرهای وابسته در دو گروه همگن است. از طرف دیگر نتیجه آزمون کرویت بارتلت² با درجه آزادی 27 ، در سطح معناداری 0/001 برابر با 229/07 بدست آمد. این نتیجه نشان می دهد که همبستگی معناداری بین متغیرهای وابسته برقرار است. بنابراین آزمون T^2 هاتلینگ روش مناسبی برای مقایسه متغیرهای پژوهش در بین دو گروه زنان کارآفرین و زنان عادی است.

MANOVA برای تعیین اثر گروه ها بر روی متغیرهای وابسته اجرا شد. در آزمون این فرضیه پژوهش ، همسو با گفته های تاباچنیک³ و فیدل⁴ (20) محقق از بین آماره های چهارگانه (پیلای⁵، لامبدا ویلکز⁶، هاتلینگ⁷ و ریشه ری⁸) آزمون لامبدا ویلکز را برای محاسبه F انتخاب کرده است. نتایج تحلیل واریانس چند متغیری عامل های روان رنجورخویی، برون گرایی، گشودگی، سازگاری و وظیفه شناسی ، با استفاده از آماره ویلکز

1 - Box's M

2 - Bartlett test of sphericity

3 - Tabachnick

4 - Fidell

5 - Pillai's Trace

6 - Wilks' Lambda

7 - Hotelling's Trace

8 - Roy's Largest Root

لامبدا نشان داد که بین دو گروه زنان کارآفرین و زنان عادی تفاوت معناداری وجود دارد (ویلکز لامبدا = $0/743$ ، $F(2 و 88) = 4/06$ ، $P < 0/001$ ، $\eta^2 = 0/257$). با توجه به معناداری اثر عامل گروه ها، به منظور آگاهی از معناداری یا عدم معناداری سهم هر یک از متغیرها در ایجاد ترکیب خطی متمایز در سطوح عامل گروه، از آزمون پیگیرانه تحلیل واریانس یکراهه استفاده شد.

جدول 4: نتایج آزمون اثرات بین گروهی تحلیل واریانس یک راهه بین گروه های زنان کارآفرین و زنان عادی در متغیرهای روان رنجورخویی، برونگرایی، گشودگی، سازگاری و وظیفه شناسی.

منابع تغییر	متغیرهای وابسته	مجموع مجذورات	df.	میانگین مجذورات	F	Sig.	η^2
گروه	روان رنجورخویی	1/33	1	1/33	0/32	0/858	0/000
	برونگرایی	301/76	1	301/76	12/66	0/001	0/126
	گشودگی	72	1	72	5/69	0/019	0/061
	سازگاری	50	1	50	3/04	0/085	0/033
	وظیفه شناسی	136/12	1	136/12	7/45	0/008	0/078

بحث و نتیجه گیری

نتایج آزمون اثرات بین گروهی تحلیل واریانس یک راهه بین گروه های زنان کارآفرین و زنان عادی در جدول 4 نشان می دهد، میزان F مشاهده شده برای متغیرهای برون گرایی، گشودگی و وظیفه شناسی در دو گروه بزرگتر از F بحرانی است. بنابراین با توجه به نتیجه حاصل شده می توان گفت تفاوت معناداری بین دو گروه در سه متغیر مورد نظر در بین دو گروه وجود دارد. توجه به جدول 2 نشان می دهد که در سه متغیر یاد شده زنان مدیر کارآفرین در مقایسه با زنان عادی از نمرات بالاتری برخوردارند. بدین ترتیب می توان نتیجه گرفت که زنان مدیر کارآفرین در مقایسه با زنان عادی برونگرتر، وظیفه شناس تر و در مقابل تجارب جدید گشوده تر هستند.

رویکرد ویژگی های شخصیتی از جمله تفکرات غالب در مکاتب کارآفرینی است. ویژگی های شخصیتی ساختارهایی برای تشریح مشخصات رفتاری افراد کارآفرین هستند. گرچه در تحقیقات متعدد کارآفرینی ویژگی های شخصیتی مختلفی ارائه شده اند، اما براساس مدل ارائه شده موسسه توسعه کارآفرینی هند، می توان آنها را در پنج ویژگی اصلی خلاصه کرد. توفیق طلبی، استقلال طلبی، خطر پذیری، خلاقیت و عزم و اراده. این ویژگی ها نیم رخ کارآفرینی فرد را تشکیل می دهد (21). پژوهش حاضر نیز همسو با موسسه کارآفرینی هند و مطالعه زالی و همکاران نشان داد که صفت وظیفه شناسی در افراد کارآفرین به صورت معناداری بیشتر از زنان عادی است. امروزه دیدگاه صفات به ویژه رویکرد پنج عاملی شخصیت معتقد است توفیق طلبی، عزم و اراده و تا حدودی استقلال طلبی از مولفه های عامل وظیفه شناسی هستند. بدین ترتیب می توان گفت نتایج این پژوهش همسو با نتایج مطالعات یاد شده می باشد. همچنین مطالعه حاضر نشان داد که زنان کارآفرین در مقایسه با زنان عادی برونگرا تر هستند. در تبیین این یافته می توان گفت توانایی برقراری ارتباط که برآمده از صفت برونگرایی است می تواند افراد را قادر سازد تا در موقعیت های مختلف از دیگران طلب کمک کنند. با توجه به این که براساس مطالعه مک کری و کوستا (22) برونگرا ها اغلب بیشتر از افراد درونگرا مورد حمایت اطرافیان قرار می گیرند بنابراین صفت برونگرایی می تواند افراد را در فعالیت هایی که نیاز به حمایت دیگران دارد، یاری رساند. همچنین مطالعه حاضر نشان داد که عامل گشودگی که براساس دیدگاه مک موران و همکاران¹ (23) نماینده هوش و خلاقیت است، در زنان کارآفرین بیشتر از زنان عادی است. این یافته همسو با مطالعه موسسه کارآفرینی هند و مطالعه زالی و همکاران (21) است که نشان داد خلاقیت یکی از ویژگی های اصلی و تاثیر گذار افراد کارآفرین است.

به طور کلی یافته های به طور ضمنی بیانگر آن است که تسهیلات کارآفرینی دولت به کارآفرینان باید بر اساس شخصیت و ویژگی های روان آنها ارائه شود. اما پژوهش حاضر علیرغم یافته های ارزشمند، از محدودیت هایی نیز برخوردار بوده است که عبارتند از: 1-

¹ - McMurran et al

محدود بودن جامعه و به دنبال آن نمونه پژوهش. 2- محدودیت جنسی، چون این تحقیق تنها در بین جامعه زنان انجام گرفته است. 3- پراکنده بودن نمونه پژوهشی زنان کارآفرین و محدود بودن جامعه زنان کارآفرین. امید است در پژوهش های آتی محدودیت های پژوهش حاضر بیشتر مورد توجه پژوهشگران قرار گیرد

Archive of SID

منابع

- 1- حنیفر، ح. کارآفرینی در نظام ارزشی، جلد اول، مرکز کارآفرینی مرکز قم، 1385.
- 2- آراستی، ز. زنان کارآفرین ایرانی و ساختار اجتماعی - فرهنگی موثر در ایجاد کسب کار های زنانه، پژوهش زنان، 1385، شماره 1 و دو، صص 93-120.
- 3- مرکز امار ایران، سالنامه آماری کشور، 1381، 1382 و 1383.
- 4- کریمی، ز. نقش حمایت های دولت در گسترش کارآفرینی در میان زنان: مطالعه موردی، تعاونی های زنان استان مازندران، اولین همایش کارآفرینی زنان و چالش های پیشرو، 1384.
- 5- میر غفوری، ح.، صیادی تورانلو، ح. و فهیمی هنزایی، س. شناسایی و رتبه بندی موانع موثر بر کارآفرینی زنان با استفاده از تکنیک های MCDM: زنان کارآفرین استان یزد، مجله مطالعات زنان، 1387، شماره 2، صص 38-74.
- 6- گلرد، پ. عوامل موثر در توسعه کارآفرینی زنان ایرانی، مجله پژوهش زنان، 1384، شماره 14، صص 101-124.
- 7- جواهری، ف. و قضاوتی، س. بررسی تاثیر نابرابری جنسیتی بر کارآفرینی زنان در ایران: موانع کارآفرینی زنان، مجله جامعه شناسی ایران، 1383، شماره 18، 161-178.
- 8- Schermehorn, J. Management, 8th editions, New York: John Willy and sons, Inc, 2005.
- 9- Kirby, A. Entrepreneurship. London: McGraw- hill, 2002.
- 10- Hinsmark, M. The effect of an Entrepreneurship program on Need for achievement and Locus of Control of Reinforcement". International Journal of Entrepreneurship Behavior and Research, 1998, 4, p. 28-50.
- 11- Deakins, D. & Freel, M. Entrepreneurship and small firms, 3d edition, London: McGraw - hill, 2002.
- 12- Kuratko, D. "Entrepreneurship Education in the 21st century: From from Legitimizing to leadership". Http: // Sbaer.Uca.edu/research/usasbe/2004/pdf/01 pdf, 2004.
- 13- Berenz, F. Pioneers in Entrepreneurship and Small Business Research, New York: Springer, 2005.
- 14- Korotkove, D., & Hannah, T. E. The five-factor model of personality: strengths and limitations in predicting health status, sick-

- role and illness behaviour. *Personality and Individual Differences*, 2004, 36, 187-199.
- 15-Zhang, L. Thinking styles and the big five personality traits revisited. *Personality and Individual Differences*, 2006, 40, 1177-1187.
- 16-Haren, E., & Mitchell, C. W. Relationships between the five-factor personality Model and coping styles. *Psychology & Education: An Interdisciplinary Journal*, 2003, 40 (1), 38-49.
- 17-John, O. P., Donahue, E. M., & Kentle, R. L. (1991). *The big five inventory- visions 4a and 54*. Berkeley, CA: University of California, Berkeley, Institute of Personality and Social Research.
- 18-John, O. P. & Srivastava, S. The big five taxonomy: history, measurement, and theoretical perspectives. Pervin, L.A. & John, O. P. (Ed.), *Handbook of Personality Theory and Research*. (pp. 102-138). The Guilford Press, 1999.
- 19-Rammstedt, B, John O.P. Measuring personality in one minute or less. A 10 item short version of the Big five inventory In English and German. *Journal of research in personality*, (in press).
- 20-Dancey CH P & Reidy J. *Statistic without math for psychology*. London & New York, Prentice Hall, 1999.
- 21-زالی، م.ر، مدهوشی، م. و کردنائیج، ا. ارزیابی مشخصه های کارآفرینی دانشجویان (مورد مطالعه؛ دانشگاه مازندران)، فصلنامه مدرس علوم انسانی، 1386، شماره 4، صص 81-113.
- 22-تقی لو، ص. رویکرد مدل یابی معادلات ساختاری دز تبیین رابطه بین صفات شخصیت، حل مسئله اجتماعی و بهزیستی ذهنی در دانشجویان دختر و پسر، پایان نامه دکتری، چاپ نشده، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، دانشکده علوم اجتماعی و روان شناسی، 1388.
- 23-McMurrin, M., Egan, V., Blair, M. & Richardson, C. The relationship between social problem-solving and personality in mentally disordered offenders, *Personality and Individual Differences*, 2001, 30, 517- 524