

ویژگی‌های روانشناختی کارآفرینان کشور

عباس سلمان‌زاده*، محمد تقی انصاری**

طرح مسأله: از نظر صاحب نظران در شرایط رقابتی و متحول جهانی، کارآفرینی راهکار موثری برای توسعه اقتصادی و اجتماعی است. به این منظور در هر جامعه باید «کارآفرین‌هایی» باشند که از طریق خلاقیت، مخاطره پذیری، اعتماد به نفس، پشتکار و توفیق طلبی بتوانند با نوآوری و فعالیت‌های کارآفرینانه در جهت توسعه اقتصادی و اجتماعی نقش خود را ایفا نمایند. پیدایش و ارتقاء رفتار کارآفرینانه به عوامل و شرایط گوناگونی از قبیل ویژگی‌های روانشناختی و شخصیتی افراد و عوامل محیطی و ساختاری بستگی دارد. این مقاله در نظر دارد ویژگی‌های فردی و روانشناختی کارآفرینان کشور مورد بررسی قرارگیرد.

روش: این پژوهش از نوع توصیفی پیمایشی و ابزار جمع‌آوری داده‌ها پرسشنامه است. نمونه آماری شامل ۱۱۹ نفر از کارآفرینان شناسایی و معرفی شده در سطح کشور است. تجزیه و تحلیل داده‌ها در دو سطح آمار توصیفی و استنباطی و به کمک نرم افزار SPSS انجام گرفته است.

یافته‌ها و نتایج: ویژگی‌های توفیق طلبی، کنترل درونی، اعتماد به نفس، ثبات هیجانی، خلاقیت، عزم و اراده، نیاز به استقلال و ریسک پذیری را می‌توان به کارآفرینان کشور نسبت داد. ویژگی‌های مخاطره‌پذیری و منبع کنترل در سطح ۹۹ درصد و توفیق طلبی و خلاقیت در سطح ۹۵ درصد با رفتار کارآفرینانه همبستگی معنی دار دارند. در مجموع رفتار کارآفرینانه پاسخگویان با ویژگی‌های روانشناختی آنان در سطح ۹۹ درصد دارای همبستگی معنی دار است.

کلید واژه‌ها: رفتار کارآفرینانه، کارآفرینی، ویژگی‌های روانشناختی، ویژگی‌های کارآفرینان.

تاریخ پذیرش: ۸۸/۲/۱۲

تاریخ دریافت: ۸۶/۶/۶

* کارشناس ارشد مدیریت فناوری اطلاعات و کارآفرینی سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی <Salmanizadeh@cra.ir>

** کارشناس ارشد مهندسی صنایع، عضو هیأت علمی موسسه مطالعات و تحقیقات فناوری، سازمان پژوهش‌های علمی و صنعتی ایران.

مقدمه

در شرایط شدیداً رقابتی و متحول جهانی، کارآفرینی و کارآفرینان سهم بسزایی در توسعه اقتصادی و اجتماعی دارند (Johnson et al, 2006, ۴۰-۵۴). منظور از کارآفرینی فرایند شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌ها و بسیج منابع همراه با قبول مخاطرات احتمالی مختلف به منظور ایجاد ارزش در حوزه‌های گوناگون اقتصادی و اجتماعی است. کارآفرینی اجتماعی، مبحث مستقلی است که در این مقاله به آن پرداخته نخواهد شد. در حوزه اقتصادی و در سطح بنگاه (اعم از تولید یا خدمات) ایجاد ارزش و پیامد کارآفرینی در شکل ایجاد و رشد کسب و کارهای جدید و نوآورانه (Koratko, 2005: 577-597) تجلی می‌یابد.

از جمله دلایل توجه به توسعه و ضرورت کارآفرینی اقتصادی، می‌توان به ایجاد اشتغال، بهبود کیفیت زندگی، نوآوری و انتقال فناوری، ایجاد رفاه، ترغیب و تشویق سرمایه‌گذاری در تولید، کشف منابع جدید و رفع تنگناهای بازار اشاره کرد (سالازار و همکاران، ۱۳۸۰: ۱۵). شاید یکی از مهم‌ترین راهکارهای توسعه کارآفرینی در میان اقشار جامعه، توسعه و ارتقاء رفتار کارآفرینانه افراد از طریق ترویج، آموزش، حمایت و شناخت مستعدان کارآفرینی باشد. استعداد کارآفرینی یا آنچه ما در این تحقیق از آن به عنوان رفتار کارآفرینانه یاد می‌کنیم، فرآیندی است که ارتباط مستقیمی با دانش، تجارب انسانی، شرایط اجتماعی و خانوادگی و همچنین ویژگی‌های شخصیتی فرد دارد. درک فرصت‌های بالقوه کارآفرینی و حضور قدرتمندانه کارآفرین در این فرصت‌ها، امری است که در افراد با رفتار پایین کارآفرینانه رخ نمی‌دهد. البته رفتار کارآفرینانه هر فرد قابل ارتقاء و بهبود است و این ارتقاء رفتار تا حدی رشد می‌کند که شخص آمادگی لازم برای انجام فعالیت کارآفرینانه را پیدا می‌کند (شجیع و بهنیا، ۱۳۸۴: ۵۲۵).

برای توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه، علاوه بر مساعد بودن عوامل محیطی و ساختاری، تقویت ویژگی‌های روان‌شناختی افراد برای گرایش به کارآفرینی نیز ضروری است. شولت می‌گوید برآورد می‌شود که در آلمان فقط ۵ درصد از فارغ التحصیل شدگان بدون هرگونه حمایت و قید و شرطی قادرند کارآفرینان موفق باشند. این عدد با آموزش و ترویج

مناسب در ضمن تحصیل می‌تواند به ۳۰ یا ۴۰ درصد افزایش یابد (Schulte, 2004, 187). بنابراین سخن از امکان تقویت قابلیت‌های کارآفرینی در میان است. بخشی از این قابلیت‌ها مربوط به خصوصیات شخصیتی و انگیزشی است و بخش دیگر به مهارت‌ها، دانش و تجربه و مساعد بودن شرایط محیطی و ساختاری ارتباط دارد.

چارچوب نظری

کارآفرینی واژه‌ای است که به جای کلمه انگلیسی entrepreneurship به کار رفته است و از آن نمی‌توان به مفهوم واقعی آن دست یافت (صمدآقائی، ۱۳۸۲: ۱۰). ترجمه تحت اللفظی این واژه «واسطه» یا «دلال»^۱ است (Hisrich & Peters, 2002: 7). هنوز در فارسی معادل دقیقی برای انتقال مفهوم این کلمه ارائه نشده است. با مرور نظرات اندیشمندان مشخص می‌شود که تعاریف متعددی برای کارآفرینی ارائه شده است. به منظور حصول فهم مشترک، تعریف زیر برای کارآفرینی مبنای این مقاله خواهد بود: کارآفرینی عبارت است از فرآیند خلق چیزی با ارزش و متفاوت از طریق اختصاص زمان و تلاش کافی، همراه با قبول خطر مالی، روانی و اجتماعی و دریافت پاداش‌های مالی و رضایت شخصی از نتایج آن (Hisrich & Peters, 2002: 7) و کارآفرین مستقل، شخصی است که مبادرت به کارآفرینی با مشخصات فوق‌الذکر می‌کند. به تعبیر پیتز دراکر، کارآفرین مستقل کسی است که فعالیت اقتصادی کوچک و جدیدی را با سرمایه خود شروع می‌نماید. کارآفرین برای فعالیت خود به سرمایه نیاز دارد اما هیچ‌گاه سرمایه گذار نیست. او مخاطره را می‌پذیرد البته مخاطره‌ای که لازمه هر فعالیت اقتصادی است. او همواره به دنبال تغییر است و به آن پاسخ می‌دهد و فرصت‌ها را شناسایی می‌کند (Druker, 1985: 53).

نخستین بار در قرن هجدهم واژه کارآفرینی وارد نظریه اقتصادی شد (Hisrich & Peters, 2002: 8). در قالب رویکرد اقتصادی، مفهوم کارآفرینی، چند قرن مسیر تکاملی خود را پیمود (احمدپور و مقیمی، ۱۳۸۵: ۴۰). از اواسط قرن بیستم واژه

1- between-taker or go-between

کارآفرینی در قالب دیدگاه‌های دیگر از جمله روان‌شناسی، جامعه‌شناسی و مدیریت مطرح شد (احمدپور، ۱۳۸۱: ۱۴)؛ بنابراین درک کامل موضوع کارآفرینی نیازمند داشتن یک دیدگاه بین‌رشته‌ای است. فرض اصلی در برخورد اقتصادی با کارآفرینی، رفتار عقلانی انسان با منابع کمیاب است. از این جهت کارآفرینی، ساز و کاری است که تخصیص بهینه منابع را با استفاده از فرصت‌های آتی همراه با مخاطره میسر می‌سازد (همان منبع: ۶۹).

در اواسط قرن بیستم، روان‌شناسان توجه خود را به تحلیل فرد و متغیرهای شخصیتی و روان‌شناختی معطوف داشتند و اکثر آنها به دنبال پاسخ به این سؤال بودند که کدام ویژگی‌های فردی کارآفرین است که وی را از غیر کارآفرین و مدیر متمایز می‌سازد؟ از این رو از تحقیقات این دانشمندان به عنوان رویکرد روانشناختی نام برده می‌شود (همان منبع: ۷۶). آنچه این قبیل محققان به دنبال آن بودند فردی نمودن و نسبت دادن تمامی فعالیت‌های کارآفرینانه به شخص است. آنها فهرستی طولانی از ویژگی‌هایی همچون نیاز به توفیق، تمایل به مخاطره‌پذیری، دارا بودن مرکزکنترل درونی، استقلال طلبی، تحمل ابهام، عزم و اراده، پشتکار و اتکاء به نفس را در فرضیات خود گنجانده‌اند (همان منبع: ۷۹). از آنجا که رویکرد روانشناختی بیش از حد بر خصایص فردی و روان‌شناختی تأکید داشت، به نوعی دچار یکسو‌نگری شد و نتوانست مقوله پیچیده کارآفرینی را تبیین نماید؛ زیرا رفتار کارآفرینانه علاوه بر تأثیر خصایص فردی تحت تأثیر عوامل و متغیرهای دیگری است که گاهی ماهیت اجتماعی و فرهنگی دارند (احمدپور، ۱۳۸۱: ۹۳).

از اوایل دهه ۱۹۶۰ توجه جامعه‌شناسان و روان‌شناسان به متغیرهای جمعیت‌شناختی معطوف گردید که از مطالعات آنها تحت عنوان رویکرد جمعیت‌شناختی یا رفتاری یاد می‌شود. در این رویکرد به فعالیت کارآفرین، دلایل و چگونگی تشکیل یک شرکت نوپا یا فرآیندی که طی آن شرکت‌های جدید پا به عرصه وجود می‌گذراند توجه می‌شود. رویکرد سوم به کارآفرینی، رویکرد محیطی است که در مطالعات اندیشمندان مدیریت و اقتصاد مورد توجه قرار دارد و طی آن عوامل محیطی و ساختاری موثر بر کارآفرینی مورد بررسی قرار می‌گیرد.

علاوه بر تعاریف، مفاهیم و سابقه تاریخی کارآفرینی لازم است به انواع کارآفرینی هم توجه شود. از میان دسته بندی‌های مختلف، تقسیم‌بندی ذیل کاربردهای بیشتری در حوزه مدیریت دارد که بر اساس آن، کارآفرینی در قالب سه شکل عمده ظاهر می‌شود (Cornwall & Perlman, 1990: 6): ۱. کارآفرینی فردی (مستقل، آزاد)^۱. ۲. کارآفرینی درون سازمانی^۲. ۳. کارآفرینی سازمانی^۳ یا سازمان‌های کارآفرین^۴. همان‌طور که پیش تر نیز ذکر شد در این تحقیق حالت اول از کارآفرینی یعنی نوع فردی آن مد نظر می‌باشد.

یکی از مباحث مهم در بحث کارآفرینی، شناسایی ویژگی‌های کارآفرینان به عنوان افراد موفق جامعه است. این شناخت باعث می‌شود که بتوان این ویژگی‌ها را در خود پرورش داد (احمدپور و عزیز، ۱۳۸۴: ۴۸). البته ویژگی‌های کارآفرینان را نمی‌توان به طور دقیق تعریف کرد (Hisrich & Peters, 2002: 66)؛ 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 روشن تری از کارآفرین واقعی مفید است (Fry, 1993: 59).

کوراتکو و هاجتس اظهار می‌دارند که کارآفرینی تابعی از کارآفرین است. از این رو، بررسی خصوصیات کارآفرینان به بالا رفتن درک کارآفرینی کمک خواهد نمود (Kuratko & Hodgetts, 2001: 97).

مک کلند ویژگی‌های افراد کارآفرین را شامل انگیزه پیشرفت، خطرپذیری، کنترل درونی، خلاقیت و نیاز به استقلال می‌داند و بر اساس تحقیقات انجام شده، معتقد است که پرورش ویژگی‌های ذکر شده در افراد باعث تقویت قابلیت‌های کارآفرینی می‌شود (McClelland, 1961). استونر و همکاران بر این باورند که نیاز به کسب موفقیت، مرکز کنترل درونی (اعتقاد به اینکه شخص، خود کنترل امور زندگی و کاری خود را در دست

1- individual or independent entrepreneurship
2- intrapreneurship
3- organizational or corporate entrepreneurship
4- entrepreneurial organization

دارد)، خطرپذیری، تحمل ابهام (ناشی از انجام کارهایی برای بار اول) و شایستگی‌های خاص (بصیرت تحلیل‌گرانه از بازار، توانایی مدیریتی، دستیابی به سرمایه و ارتباطات شخصی قوی) از جمله ویژگی‌های کارآفرینان به شمار می‌روند (Stoner et al., 1998: 164).

ویژگی‌های روان‌شناختی مشتمل بر عوامل انگیزشی و ویژگی‌های شخصیتی است. 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. دیگر عوامل انگیزش در بین مردان و زنان کارآفرین بسته به کشور آنها متفاوت است. بعد از انگیزه توفیق طلبی، در بین مردان پول عامل بعدی است، در حالی که در زنان، به ترتیب اولویت، رضایت شغلی، توفیق، فرصت پیشرفت، و پول انگیزه‌های اصلی را تشکیل می‌دهد (Hisrich & Peters, 2002: 72). اغلب، کارآفرینان را دارای مرکز کنترل درونی توصیف کرده‌اند. چنین افرادی به قدرت و توانایی خویش اعتماد دارند و سرنوشت خود را قابل کنترل می‌دانند (احمدپور و عزیزی، ۱۳۸۴: ۴۹-۴۸). به عبارت دیگر، کارآفرینان موفق، موفقیت یا شکست را به سرنوشت، اقبال یا نیروهای مشابه نسبت نمی‌دهند (احمدپور و مقیمی، ۱۳۸۵: ۶۲). این صفت با انگیزه دستیابی به موفقیت‌های عالی، میل به مسئولیت‌پذیری شخصی و اعتماد به نفس، سازگاری دارد (Kuratko & Hodgetts, 2001: 100). هیسریچ معتقد است خطرپذیری، خواه مالی باشد خواه اجتماعی یا روانی، بخشی از فرآیند کارآفرینی است، ولی از آنجا که هیچ رابطه علت و معلولی قاطعی تاکنون مشخص نشده، نمی‌توان بیان نمود که میل به خطرپذیری خصوصیت مشخص و اختصاصی کارآفرینان است (Hisrich & Peters, 2002: 68). تحمل ابهام (پذیرش عدم قطعیت به عنوان یک هنجار در زندگی) یکی دیگر از خصوصیات کارآفرینان است. آنان بدون واژه‌ها از عدم اطمینان، تصمیم می‌گیرند فعالیت شرکت خود را آغاز کنند (Fry, 1993: 65-66).

بایگریو ده ویژگی شخصیتی کارآفرینان موفق را خیال پردازی، قاطعیت، اهل عمل بودن، داشتن عزم راسخ، فداکاری، دلبستگی، موشکافی، کنترل سرنوشت کاری، درآمدزایی و توزیع ثروت ذکر می‌کند (Bygrave, 1994: 5).

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 (Schumpeter, 1934: 37). نقش سه ویژگی خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی را بدین ترتیب می‌توان خلاصه کرد: افراد خلاق می‌توانند پدیده‌های جدیدی را کشف یا خلق کنند، اما نمی‌توانند یا علاقه ندارند اکتشافات یا اختراعات خود را به محصول یا خدمت تبدیل کنند. افراد نوآور علاوه بر اینکه قادرند پدیده‌های جدیدی را خلق یا کشف کنند، توانایی آن را دارند که اختراعات یا اکتشافات خود را به محصول یا خدمت تبدیل و آن را به بازار عرضه کنند. اما افراد کارآفرین قادرند اندیشه‌ها، اختراعات و اکتشافات خود و دیگران را به کالا یا خدمات و سپس آنها را به ارزش تبدیل کنند (احمدپور و عزیز، ۱۳۸۴: ۹۳).

برومند نسب (۱۳۸۱) به بررسی رابطه انگیزه پیشرفت، مخاطره پذیری، خلاقیت و عزت نفس با کارآفرینی در دانشجویان دانشگاه شهید چمران اهواز پرداخت. پژوهش وی نشان داد که انگیزه پیشرفت و خلاقیت با کارآفرینی دانشجویان رابطه معنی‌داری دارد. هزارجریبی (۱۳۸۲) در مطالعه خود نتیجه می‌گیرد که بین کارآفرینی و دوره‌های آموزش مهارت‌های فردی، انگیزه پیشرفت، خطرپذیری، توفیق طلبی و خلاقیت رابطه معنی‌داری وجود دارد.

۲) روش تحقیق

نوع تحقیق

این پژوهش بر مبنای هدف، از نوع کاربردی و از حیث روش از نوع پیمایش است.

روش گردآوری داده‌ها

به منظور جمع‌آوری داده‌های مربوط به متغیرهای تحقیق، دو پرسشنامه محقق ساخت تحت عنوان «آزمون نوع شناسی شخصیت کارآفرینانه» و «پرسشنامه رفتار کارآفرینانه» مورد استفاده قرار گرفته‌اند. پرسشنامه اول، ۹ بعد روانشناختی یک فرد را در قالب ۹۰ گویه مورد سنجش قرار می‌دهد. این سؤالات پس از مشاوره با اساتید روانشناسی دانشگاه‌ها و مؤسسات خصوصی با استفاده از منابع ذیل که آزمون‌های شناخته شده و استاندارد هستند، تدوین گردید:

- مقیاس کنترل «راتر» (درونی - بیرونی)؛

- آزمون سنجش خلاقیت «تورنس»؛

آزمون انگیزه پیشرفت «هرمنس»، ترجمه ابوالفضل کرمی، عضو هیأت علمی دانشگاه علامه طباطبایی؛

پرسشنامه قدرت ریسک، اقتباس از کتاب Understanding Yourself، انتشارات SIGNET، ترجمه ضیاء الدین رضاخانی؛

- تست تحمل ابهام (صمدآقایی، ۱۳۸۲: ۳۲۴-۳۲۳)؛

- پرسشنامه شخصیتی ۵ عاملی «نئو» (NEO)؛

پرسشنامه شخصیتی چند جنبه‌ای «برن رویترا»، ترجمه ابوالفضل کرمی، عضو هیأت علمی دانشگاه علامه طباطبایی؛

- آزمون ۱۶ عامل شخصیت «کتل».

پرسشنامه دوم، داده‌های مربوط به متغیر وابسته رفتار کارآفرینانه را گردآوری می‌کند که بالغ بر ۱۴ گویه می‌باشد. سؤالات مربوط به «پرسشنامه رفتار کارآفرینانه»، پس از مطالعات وسیع منابع تحقیق، مشاوره با صاحب نظران، محققان و کارشناسان مدیریت و کارآفرینی تدوین گردیده است.

کلیه گویه‌های هر دو پرسشنامه، به صورت بسته است که شامل انواع دو گزینه‌ای (بلی و خیر)، چند گزینه‌ای (که به سؤالات انتخابی معروفند) و طیفی یا درجه‌بندی لفظی در مقیاس لیکرت ۵ گانه است.

ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های اندازه‌گیری متغیرهای تحقیق در جدول ۱ آمده است.

جدول ۱: ابعاد متغیرهای تحقیق

نام متغیر	ابعاد	مؤلفه‌ها	شاخص‌های اندازه‌گیری
ویژگی‌های روانشناختی	انگیزش	توفیق طلبی	طیف ۵ گانه لیکرت
		استقلال طلبی	
	شخصیت	منبع کنترل	
		ریسک پذیری	
		خلاقیت	
		تحمل ابهام	
		ثبات هیجانی	
		اعتماد به نفس	
		عزم و اراده	
رفتار کارآفرینانه	ایجاد (خلق، تأسیس)	ایجاد شرکت	تعداد
		راه اندازی شعبه داخلی	
		راه اندازی شعبه خارجی	
رشد سازمانی	اشتغال زانی	فروش	متوسط تغییرات طی ۵ سال گذشته
نوآوری سازمانی		ارائه یک محصول یا خدمت کاملاً جدید در کشور	دو گزینه‌ای (بلی و خیر)
		ارائه یک محصول یا خدمت کاملاً جدید در شرکت	
		اعمال تغییرات در ویژگی‌های کارکردی محصول یا خدمت قدیمی	
		اعمال تغییرات در ویژگی‌های ظاهری محصول یا خدمت قدیمی	

نام متغیر	ابعاد	مؤلفه‌ها	شاخص‌های اندازه‌گیری
		نوآوری در روش، فرآیند و تکنولوژی تولید	
		نوآوری در توزیع و فروش	
		نوآوری در روش‌های بازاریابی	
		نوآوری در طراحی ساختار سازمانی	
		نوآوری در جذب منابع مالی به منظور سرمایه‌گذاری اولیه یا توسعه سرمایه موجود	

جامعه آماری

جامعه آماری شامل افرادی است که نسبت به ایجاد یا توسعه کسب و کار آزاد، اقدام نموده و در مراکز ذیربط (مراکز کارآفرینی دانشگاه‌ها، سازمان‌های دولتی و غیردولتی) به عنوان کارآفرین مستقل شناسایی شده‌اند. حاصل این فرآیند شناسایی، ۱۸۷ کارآفرین مستقل بود که برای همه آنها پرسشنامه ارسال گردید.

پایایی و روایی ابزار تحقیق

از آنجا که پس از تدوین اولیه، چندین بار به رؤیت اساتید و صاحب نظران کارآفرینی و روانشناسی رسید و متعاقب آن اصلاحاتی در آن صورت گرفت روایی صوری آن مورد تایید قرار گرفت. پرسشنامه «آزمون نوع شناسی شخصیت کارآفرینانه»، تحلیل عاملی شد و تعداد گویه‌ها از ۹۰ به ۷۴ مورد کاهش یافت. آلفای کرونباخ آن نیز ۰/۸۲ به دست آمد.

یافته‌ها

در جدول ۲ مقادیر آماره‌های توصیفی مؤلفه‌های متغیر روانشناختی ارائه شده است.

جدول ۲: آماره‌های توصیفی مؤلفه‌های متغیر روانشناختی

ضریب	انحراف	میانگین	
۱۱,۱۷	۰,۴۶	۴,۱۲	توفیق طلبی
۱۳,۸۵	۰,۵۴	۳,۹۰	منبع کنترل
۱۶,۵۱	۰,۵۴	۳,۲۷	اعتماد به نفس
۱۷,۰۹	۰,۶	۳,۵۱	ثبات هیجانی
۱۸,۶۲	۰,۶۵	۳,۴۹	خلاقیت
۱۸,۷۵	۰,۷۲	۳,۸۴	عزم و اراده
۱۹,۲۹	۰,۶	۳,۱۱	نیاز به استقلال
۱۹,۳۳	۰,۶۳	۳,۲۶	ریسک پذیری
۲۲,۳۹	۰,۵۸	۲,۵۹	تحمل ابهام

در جداول ۳، ۴، ۵ آماره‌های توصیفی در خصوص متغیر وابسته رفتار کارآفرینانه و ابعاد آن شامل ایجاد (تأسیس، خلق)، رشد سازمانی و نوآوری سازمانی ارائه گردیده است. ۶۰,۴ درصد کارآفرینان نمونه آماری، تاکنون ۳ بار و بیشتر نسبت به تأسیس شرکت اقدام نموده‌اند.

جدول ۳: فراوانی مؤلفه‌های بعد ایجاد متغیر وابسته رفتار کارآفرینانه

مؤلفه	گزینه	درصد فراوانی جمععی
تأسیس شرکت تعداد واحد	۱ واحد	۱۸,۵
	۲ واحد	۳۹,۵
	۳ واحد	۶۳,۰
	۴ واحد	۷۶,۵
	بیش از ۴ واحد	۱۰۰,۰

مؤلفه	گزینه		درصد فراوانی تجمعی
تأسیس شعبه داخلی تعداد واحد	۱ واحد	۱ امتیاز	۳۱,۹
	۲ واحد	۲ امتیاز	۵۲,۹
	۳ واحد	۳ امتیاز	۶۹,۷
	۴ واحد	۴ امتیاز	۸۲,۴
	بیش از ۴ واحد	۵ امتیاز	۱۰۰,۰
تأسیس شعبه نرارج تعداد واحد	۱ واحد	۱ امتیاز	۷۱,۴
	۲ واحد	۲ امتیاز	۸۸,۲
	۳ واحد	۳ امتیاز	۹۵,۰
	۴ واحد	۴ امتیاز	۹۵,۸
	بیش از ۴ واحد	۵ امتیاز	۱۰۰,۰

همان‌طور که در جدول ۴ مشاهده می‌شود ۷۹,۳ درصد کارآفرینان نمونه آماری، طی ۵ سال گذشته در شرکت تحت مدیریت خود نسبت به افزایش تعداد پرسنل اقدام نموده‌اند که بیشترین فراوانی نیز با ۴۸,۳ درصد در افزایش زیاد (بیشتر از ۰.۵٪) تغییرات پرسنلی است. ۸۷,۲ درصد کارآفرینان نمونه آماری، طی ۵ سال گذشته در شرکت تحت مدیریت خود با افزایش تغییرات فروش روبرو بوده‌اند که بیشترین فراوانی نیز با ۶۴,۱ درصد در افزایش زیاد (بیشتر از ۰.۵٪) تغییرات فروش است.

جدول ۴: فراوانی مؤلفه‌های بعد رشد سازمانی متغیر وابسته رفتار کارآفرینانه

مؤلفه	گزینه		درصد فراوانی معتبر
مؤلفه ۵ تغییرات پرسلی در ۵ سال گذشته	کاهش زیاد (بیش از ۰.۵٪)	۰ امتیاز	۶.۹
	کاهش نسبی (کمتر از ۰.۵٪)	۰ امتیاز	۷.۸
	ثابت	۰ امتیاز	۶.۰
	افزایش نسبی (کمتر از ۰.۵٪)	۱ امتیاز	۳۱.۰
	افزایش زیاد (بیشتر از ۰.۵٪)	۲ امتیاز	۴۸.۳
مؤلفه ۵ تغییرات فروش در ۵ سال گذشته	کاهش زیاد (بیش از ۰.۵٪)	۲- امتیاز	۴.۳
	کاهش نسبی (کمتر از ۰.۵٪)	۱- امتیاز	۷.۷
	ثابت	۰ امتیاز	۰.۹
	افزایش نسبی (کمتر از ۰.۵٪)	۱ امتیاز	۲۳.۱
	افزایش زیاد (بیشتر از ۰.۵٪)	۲ امتیاز	۶۴.۱

همان‌طور که در جدول ۵ مشاهده می‌شود در همه انواع نوآوری، درصد قابل توجهی از کارآفرینان نمونه آماری موفق بوده‌اند.

جدول ۵: فراوانی مؤلفه‌های بعد نوآوری متغیر وابسته رفتار کارآفرینانه

فراوانی	گزینه‌ها	مؤلفه
۱۹	خیر ۰ امتیاز	نوآوری در ارائه یک محصول یا خدمت کاملاً جدید در کشور
۱۰۰	بلی ۱ امتیاز	
۹	خیر ۰ امتیاز	نوآوری در ارائه یک محصول یا خدمت کاملاً جدید در شرکت
۱۱۰	بلی ۱ امتیاز	
۲۸	خیر ۰ امتیاز	نوآوری در ویژگی‌های کارکردی محصول یا خدمت قدیمی
۹۱	بلی ۱ امتیاز	
۳۴	خیر ۰ امتیاز	نوآوری در ویژگی‌های ظاهری محصول یا خدمت قدیمی
۸۵	بلی ۱ امتیاز	
۱۸	خیر ۰ امتیاز	نوآوری در روش، فرآیند و تکنولوژی تولید
۱۰۱	بلی ۱ امتیاز	
۴۰	خیر ۰ امتیاز	نوآوری در توزیع و فروش
۷۹	بلی ۱ امتیاز	
۴۱	خیر ۰ امتیاز	نوآوری در روش‌های بازاریابی
۷۸	بلی ۱ امتیاز	
۳۹	خیر ۰ امتیاز	نوآوری در طراحی ساختار سازمانی
۸۰	بلی ۱ امتیاز	
۵۳	خیر ۰ امتیاز	نوآوری در جذب منابع مالی
۶۶	بلی ۱ امتیاز	

در جدول ۶ نتایج تحلیل همبستگی پیرسون برای رابطه مؤلفه‌های متغیر روانشناختی با رفتار کارآفرینانه ارائه شده است. از مجموعه مؤلفه‌های متغیر روانشناختی، مخاطره‌پذیری و منبع کنترل در سطح ۹۹ درصد به ترتیب با ضرایب همبستگی ۰,۳۰۷ و ۰,۲۵۵ و توفیق‌طلبی و خلاقیت در سطح ۹۵ درصد به ترتیب با ضرایب همبستگی ۰,۱۹۸ و ۰,۱۹۶ با رفتار کارآفرینانه همبستگی معنی‌دار دارند.

ضمناً مجموع متغیرهای روانشناختی در سطح ۹۹ درصد با ضریب همبستگی ۰,۲۸۸ با رفتار کارآفرینانه همبستگی معنی دار دارد؛ بدین مفهوم که در مجموع هر چه فرد دارای توفیق طلبی بیشتر، تحمل ابهام بالاتر، منبع کنترل درونی تر، مخاطره پذیری بیشتر، خلاقیت بیشتر، استقلال طلبی بیشتر، ثبات هیجانی بالاتر، اعتماد به نفس بیشتر و عزم و اراده بیشتر باشد، احتمال بروز رفتار کارآفرینانه در وی بیشتر است.

جدول ۷: جدول همبستگی مؤلفه‌های متغیر روانشناختی با رفتار کارآفرینانه

مخاطره پذیری	منبع کنترل	تحمل ابهام	توفیق طلبی		
۰,۳۰۷	۰,۲۵۵	۰,۰۹۲	۰,۱۹۸	ضریب همبستگی	رفتار کارآفرینانه
۰,۰۰۱	۰,۰۰۵	۰,۳۱۹	۰,۰۳۱	پیرسون	
۱۱۹	۱۱۹	۱۱۹	۱۱۹	سطح معنی داری حجم نمونه	
اعتماد به نفس	ثبات هیجانی	استقلال طلبی	خلاقیت		
۰,۰۵۹	۰,۱۶۰	۰,۰۸۹	۰,۱۹۶	ضریب همبستگی	رفتار کارآفرینانه
۰,۰۵۲۲	۰,۰۴۲	۰,۳۳۴	۰,۰۳۳	پیرسون	
۱۱۹	۱۱۹	۱۱۹	۱۱۹	سطح معنی داری حجم نمونه	
متغیر روانشناختی			عزم و اراده		
۰,۲۸۸			۰,۰۵۳	ضریب همبستگی	رفتار کارآفرینانه
۰,۰۰۱			۰,۰۵۶۷	پیرسون	
۱۱۹			۱۱۹	حجم نمونه	

بحث و نتیجه گیری

یافته‌ها نشان داد که کارآفرینان کشور دارای ویژگی‌های توفیق طلبی، منبع کنترل درونی، اعتماد به نفس، ثبات هیجانی، خلاقیت، عزم و اراده، استقلال طلبی و خطرپذیری هستند. معمولاً این سؤال مطرح می‌شود که آیا کارآفرینان دارای ویژگی‌های مشترکی هستند؟ نتایج این تحقیق و تحقیقات دیگری که توسط محققان خارجی در کشورهای مختلف انجام شده است، نشان می‌دهد که پاسخ این سؤال مثبت است. گرچه، آنگونه که هیسریچ بیان می‌کند، در تمام جوامع و برای تمامی گروه‌های کارآفرین ویژگی‌های مشترک دقیقاً همسان نیست. از تحقیق حاضر نتیجه گرفته می‌شود که برای کارآفرینان ایرانی، ویژگی‌های روان شناختی مشترکی می‌توان ارائه داد که این ویژگی‌ها با توجه به تحلیل‌های صورت گرفته بر روی ۱۱۹ نفر کارآفرین مورد مطالعه، شامل هشت ویژگی فوق‌الذکر می‌باشد. نتایج حاصل از این تحقیق در راستای پژوهش‌های مک کلند (McClelland)، کومیوز (Komives)، تیمونز (Timmons)، و مک کلند و میرون (Miron) قرار دارد که توفیق طلبی را عامل انگیزش جهت موفقیت‌های کارآفرینانه می‌دانند (احمدپور، ۱۳۸۱: ۸۳). همچنین این نتایج با یافته‌های مک کلند در خصوص استقلال طلبی و با یافته‌های احمد (Ahmed) و بورلند (Borland) در خصوص ویژگی منبع کنترل درونی (احمدپور و مقیمی، ۱۳۸۵: ۵۸) همخوانی دارد. هال (Hull) و همکاران طی تحقیقی نتیجه‌گیری می‌کنند کارآفرینان بالقوه تمایل بیشتری به خطرپذیری دارند (احمدپور و مقیمی، ۱۳۸۵، ص. ۵۸). مک کلند نتیجه گرفته است (۱۹۶۱) که کارآفرینان تمایل به خطرپذیری معتدل دارند و دراکر (Drucker, ۱۹۸۵) معتقد است کارآفرینان دارای ویژگی مخاطره‌پذیری هستند. این نتایج با یافته‌های تحقیق حاضر همسویی دارند. به گفته پیتر دراکر می‌توان ادعا نمود کارآفرینی بدون خلاقیت وجود ندارد. شومپتر، خلاقیت و نوآوری را از اجزای لاینفک کارآفرینی می‌داند. اندویسی (Ndubisi, 2007: 41-48) در تحقیق خود ویژگی‌های خلاقیت، خطرپذیری، عزم و اراده و انعطاف‌پذیری را به کارآفرینان نسبت می‌دهد. بندزوفسکا و همکاران (Bendzovska et al, 2007 14) معتقدند کارآفرینان دارای ویژگی‌های خلاقیت، خطرپذیری، عزم و اراده، رهبری و خوش بین بودن

می‌باشند. این یافته‌ها از حیث ویژگی‌های اخلاقی، خطرپذیری و عزم و اراده با نتایج تحقیق حاضر هماهنگی دارند. از سوی دیگر از نظر بومن و سکستون (Bowman & Sexton) میل عمومی به مخاطره‌پذیری، عامل تعیین‌کننده در تصمیم‌گیری برای کارآفرین شدن نیست (احمدپور و مقیمی، ۱۳۸۵: ۵۸) که این نتیجه‌گیری نه فقط با نتایج تحقیق حاضر بلکه با تحقیقات متعددی که در بالا به آنها اشاره شد همخوانی ندارد. یافته‌های تحقیق حاضر با نتایج مطالعات بایگریو (Bygrave) از نظر ویژگی‌های عزم و اراده و منبع کنترل همسویی دارد ولی او ویژگی‌های دیگری همچون خیال‌پردازی، فداکاری و قاطعیت را ذکر کرده که در این تحقیق مورد بررسی قرار نگرفته‌اند. استونر (Stoner) و همکاران توفیق‌طلبی، منبع کنترل، خطرپذیری و تحمل ابهام را از ویژگی‌های کارآفرینان می‌شمارند که سه ویژگی اول با نتایج این تحقیق مطابقت دارد ولی از نظر ویژگی تحمل ابهام با آن مطابقت ندارد. نتایج تحقیقات هیسریچ و پیترز (Hisrich & Peters, 2002: 72) از نظر ویژگی‌های استقلال‌طلبی و رئیس خود بودن، توفیق‌طلبی و ریسک‌پذیری با نتایج تحقیق حاضر همسویی دارد یافته‌های این تحقیق همچنین با نتایج مطالعه کوراتکو و هاجتس (Kuratko & Hodgetts, 2001) از نظر ویژگی‌های توفیق‌طلبی و اعتماد به نفس مطابقت دارد و از نظر ویژگی مسؤلیت‌پذیری قابل اظهار نظر نیست. فرای (Fry, 1993) معتقد است تحمل ابهام یکی از خصوصیات کارآفرینان است که با نتایج حاصل از تحقیق حاضر همخوانی ندارد. یافته‌های برومند نسب (۱۳۸۱) از حیث ویژگی‌های مخاطره‌پذیری، خلاقیت و توفیق‌طلبی و یافته‌های بدوی و همکاران (۱۳۸۵) از نظر ویژگی‌های خلاقیت، ریسک‌پذیری، استقلال‌طلبی، توفیق‌طلبی و منبع کنترل درونی با نتایج تحقیق حاضر همخوانی دارد.

تحلیل همبستگی پیرسون نشان داد که ویژگی‌های مخاطره‌پذیری، منبع کنترل درونی، توفیق‌طلبی و خلاقیت با رفتار کارآفرینانه همبستگی مثبت معنی‌دار دارند ولی بین ویژگی‌های دیگر یعنی اعتماد به نفس، ثبات هیجانی، عزم و اراده، استقلال‌طلبی و تحمل ابهام همبستگی معنی‌داری با رفتار کارآفرینانه وجود ندارد.

از سوی دیگر نتایج نشان داد که بین متغیر روان شناختی و رفتار کارآفرینانه همبستگی معنی دار وجود دارد. این یافته‌ها، با در نظر داشتن اینکه عوامل درونی همان ویژگی‌های روان شناختی هستند، با یافته‌های پاپزن و همکاران (Papzan et al, 2008: 5) همخوانی دارد. آنجا که می‌گویند بین عوامل درونی (شامل سه ویژگی خلاقیت، توفیق طلبی و منبع کنترل درونی) و عوامل بیرونی (شامل فقدان دیوانسالاری و وجود فرصت‌های بازاریابی) با متغیر وابسته موفقیت در کارآفرینی همبستگی معنی دار وجود دارد. این نتیجه تأیید کننده مطلبی است که قبلاً بیان شد مبنی بر اینکه بروز رفتار کارآفرینانه در فرد مستلزم وجود مجموعه عوامل روان‌شناختی، محیطی و ساختاری است. از یک طرف باید اشخاصی با ویژگی‌هایی کارآفرینان تربیت کرد و از طرف دیگر باید عوامل محیطی و ساختاری مساعد باشند تا کارآفرینی توسعه یابد. به هر حال وجود ویژگی‌های شخصیتی مناسب از شرایط لازم برای کارآفرینی است. این سؤال که آیا ویژگی‌های روان شناختی کارآفرینان ذاتی است یا اکتسابی، سؤالی است که مد نظر محققان بوده است. امروزه صاحب نظران مثلاً دومینگوئینوس و همکاران (Dominguinhos, et al, 2008: 1-12) بر جنبه اکتسابی بودن و قابل پرورش بودن این ویژگی‌ها تأکید دارند. هم از این رو است که دولت‌ها به منظور توسعه کارآفرینی، از جمله برای تربیت کارآفرینان سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی می‌کنند. دانشگاه‌ها و مدارس برنامه‌های آموزشی برای کارآفرین شدن دانش‌آموختگان طراحی و اجرا می‌نمایند (: Schulte, 2004 187). با این حال، در کشور ما کارآفرینی در مراحل ابتدایی قرارداد دارد. آموزش‌های رسمی در مدارس و موسسات آموزش عالی در جهت پرورش ویژگی‌های کارآفرینی نیست. این برنامه‌ها عمدتاً مبتنی بر دروس نظری و انباشت محفوظات و کم توجهی به پرورش خلاقیت و نوآوری و آموزش مهارت‌های کارآفرینی بوده و موجب ایجاد روحیه مدرک گرایی و نبود روحیه پژوهشگری، خلاقیت و کارآفرینی در دانش‌آموختگان می‌شوند. آموزش‌های محدودی که در مراکز کارآفرینی دانشگاه‌ها ارائه می‌شود چنان نیست که نظر اکثر دانشجویان را به شرکت در کلاس‌های موجود در آن مرکز جلب کند. توصیه وزارت علوم، تحقیقات و فناوری مبنی بر ارائه درس

اختیاری آموزش‌های کارآفرینی در تمامی رشته‌های تحصیلی از سوی دانشگاه‌ها مورد استقبال قرار نگرفته است. فضای حاکم بر برنامه‌های صدا و سیما نیز آنچنان که باید، در جهت تقویت فرهنگ خلاقیت و ترغیب به کارآفرینی نیست. تمایل به خطرپذیری معقول، توفیق طلبی آحاد مردم و استقلال طلبی و اعتماد به نفس جوانان و نظایر اینها ریشه در فرهنگ یک جامعه دارد. از این رو فرهنگ ملی در رشد روحیه و توسعه رفتارهای کارآفرینانه تأثیر دارد. زالی و رضوی (۱۳۸۷: ۹۵) در مطالعه خود از منظر حمایت فرهنگی از خطرپذیری، مسئولیت‌پذیری، استقلال طلبی و توفیق طلبی به بررسی موانع توسعه کارآفرینی در کشور پرداخته‌اند. آنها نتیجه گرفته‌اند که فرهنگ ملی مؤید استقلال طلبی و ابتکار شخصی، خطرپذیری، توفیق طلبی و موفقیت فردی نیست.

برای آنکه در کشور ما نیز شرایط و زمینه‌های رفتار کارآفرینانه در دانش‌آموختگان و سایر افراد جامعه مهیا شود و سازمان‌ها و بنگاه‌ها در بازار شدیداً رقابتی جهانی بتوانند با اتخاذ رویکرد کارآفرینی به حیات و بقای خود ادامه دهند چاره‌ای جز ترویج روحیه و فرهنگ کارآفرینی، اجرای برنامه‌های پرورش و تقویت ویژگی‌های کارآفرینانه و آموزش مهارت‌های کارآفرینی وجود ندارد. بر این اساس پیشنهاد می‌شود که اقدامات لازم در جهت اصلاح و بازنگری در برنامه‌های رسمی و غیررسمی آموزشی با هدف تقویت ویژگی‌های روان‌شناختی دانش‌آموزان، دانشجویان و به طور کلی افراد جامعه به عمل آید و نیز تقویت دروس و دوره‌های مهارتی، بازنگری در شکل و محتوای کارآموزی، توسعه مراکز رشد فناوری و ایجاد مراکز رشد کسب و کار مورد توجه قرار گیرد.

- احمدپور، محمود. (۱۳۸۱)، کارآفرینی: تعاریف، نظریات و الگوها، تهران: نشر شرکت پردیس، ص ۵۷.
- احمدپور، محمود؛ عزیزی، محمد. (۱۳۸۴)، کارآفرینی، شاخه کار و دانش، مؤسسه فرهنگی و انتشاراتی محراب قم.
- احمدپور، محمود؛ مقیمی، سید محمد. (۱۳۸۵)، مبانی کارآفرینی، تهران، نشر فراندیش.
- بدری، احسان؛ لیاقتدار، م؛ ج؛ عابدی، م. ر و جعفری، ا. (۱۳۸۵)، بررسی قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان دانشگاه اصفهان، فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی، شماره ۴۰، صص ۷۲-۹۰.
- برومند نسب، م. (۱۳۸۱)، بررسی رابطه ساده و چندگانه وضعیت اقتصادی و اجتماعی، انگیزه پیشرفت، مخاطره پذیری، جایگاه مهار، خلاقیت، عزت نفس با کارآفرینی در دانشجویان دانشگاه شهید چمران اهواز، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم تربیتی دانشگاه شهید چمران اهواز.
- زالی، م. ر و رضوی، س. م. (۱۳۸۷)، موانع توسعه کارآفرینی در ایران، دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران، تهران، صص ۹۵-۹۶.
- سالازار، ام. اس؛ آکینو، اس. تی و دیاز، پی. اچ. (۱۳۸۰)، مقدمه‌ای بر کارآفرینی، ترجمه ناطق، سیامک، تهران، نشر کوهسار.
- شجاع، رضا؛ بهنیا، مجید. (۱۳۸۴)، مقایسه ضریب کارآفرینی دانشجویان با تأکید بر اشتغال و جایگاه اجتماعی، مجموعه مقالات همایش ملی کارآفرینی، انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن.
- صمد آقایی، جلیل. (۱۳۷۹)، سازمان‌های کارآفرین، تهران، نشر مؤسسه عالی آموزش و پژوهش، سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور.
- هزارجریبی، ج. (۱۳۸۲)، بررسی میزان کارآفرینی دانش‌آموختگان علوم انسانی در عرصه نشریات فرهنگی و اجتماعی شهر تهران، رساله دکتری، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه اصفهان.
- Bendzovska, D., Blomqvist, M. and Bulic, Z. (2007), **Do Entrepreneurial characteristics affect the choice of strategy?**, FE 6103 Dissertation, Dep. Of Business Studies, Kristianstad University, Sweden.

- Bygrave, William D. (1994), **The Portable MBA in Entrepreneurship**, John Wiley & Sons.
- Cornwall, Jeffrey. Perlman, Baron. (1990), **Organizational Entrepreneurship**, Richard Irwin.
- Dominginhos, P., Carvalho, L., Costa, T. and Pereira, R. (2008), **Entrepreneurship, methodologies in higher education: an experience in a Portuguese business**, MPRA Paper No. 12123 available at: <http://mpra.ub.uni-muenchen.de/12123>.
- Drucker, Peter. (1985), The Discipline of innovation, Harvard Business Review.
- Fry, Fred L. (1993), **Entrepreneurship: A Planning Approach**; West Publishing Company.
- Hisrich, Robert D. & Peters, Michael P. (2002), **Entrepreneurship**; McGraw- Hill.
- Johnson, D., Justin, B. L. and Hildebrand, R. (2006), **Entrepreneurship** education: towards a discipline-based framework, **Journal of Management Development**, Vol. 25, No. 1, pp 40-54.
- Koratko, D. (2005), The emergence of entrepreneurship education: development, trends and challenges, **Entrepreneurship Theory & Practice Journal**, Sep. 2005, pp 577-597.
- Kuratko, Donald F. & Hodgetts Richard M. (2001), **Entrepreneurship: A Contemporary Approach**, Harcourt College Publishers.
- McClelland, D. (1961), **The Achieving Society**, Princeton: NJ, Van Nostrand.
- Ndubisi, N. O. (2007), Gender differences in entrepreneurial traits, perceptions and usage of information and communication technologies, **Proceeding of the Academy of**

- Entrepreneurship**, Vol. 13, No. 2, Reno, Malaysia.
- Papzan, A., Zarafshani, K., Tavakoli, M. and Papzan, M. (2008), Determining factors rural entrepreneurs' success: A case study of Mahidasht township in Kermanshah province of Iran, **Africa Journal of Agriculture Research**, Vol. 3 (9), pp. 597-600.
 - Schulte, P. (2004), The entrepreneurial university: a strategy for institutional development, Higher Education in Europe, Vol. XXIX, No. 2, July 2004, pp 178-191.
 - Schumpeter, J. (1934), **The Theory of Economic Development**, Cambridge, Harvard.
 - Stoner, James, et al (1998), Management, Prentice- Hall.