

بررسی رابطه بین عوامل شخصیتی و کارآفرینی (پژوهشی پیرامون کارکنان شرکت داده‌ورزی سداد)

پرویز احمدی^{۱*}، جبار باباشاهی^۲، لیلا سادات خداشناس^۳

۱- دانشیار گروه مدیریت دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران

۲- دانشجوی دوره دکتری مدیریت منابع انسانی دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران

۳- دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت منابع انسانی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران

دریافت: ۸۹/۸/۵

پذیرش: ۹۰/۹/۲۸

چکیده

با توجه به افزایش سطح رقابت و نقش انکارناپذیر خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی در بقای سازمان‌ها و خلق مزیت رقابتی، لزوم شناسایی و پرورش افراد خلاق و کارآفرین در سازمان‌ها بیش از پیش احساس می‌شود، به نحوی که سبب ترغیب به تلاش بیش‌تر مدیران سازمان‌ها در این حوزه می‌شود. در پژوهش حاضر، عوامل مؤثر بر تحقق کارآفرینی از منظر تفاوت‌های فردی و ویژگی‌های شخصیتی بررسی شده است.

روش تحقیق حاضر از نوع توصیفی و از شاخه همبستگی و مبتنی بر مدل‌سازی معادلات ساختاری است. جامعه آماری تحقیق شامل کارمندان شاغل در یکی از شرکت داده‌ورزی سداد می‌باشد که با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی انتخاب شده‌اند؛ ابزار اصلی گردآوری داده‌ها، پرسشنامه با طیف پنج گزینه‌ای لیکرت می‌باشد.

نتایج تحقیق نشان می‌دهد که ابعاد و ویژگی‌های شخصیتی با کارآفرینی همبستگی دارند. عوامل شخصیتی نظیر وظیفه‌شناسی، برون‌گرایی و گشودگی رابطه مثبتی با کارآفرینی سازمانی دارند؛ در حالی



که بین ابعاد شخصیتی روان‌رنجوری و سازگاری با کارآفرینی سازمانی رابطه منفی و معناداری وجود دارد.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی، سازگاری، روان‌رنجوری، گشودگی، وظیفه‌شناسی، برون‌گرایی.

۱- مقدمه

در سال‌های اخیر، رقابت زیاد بین شرکت‌ها و تغییرات فزاینده در صنعت و محیط دائم متغیر، شرکت‌ها را وادار به نوآوری دائم در راستای رقابت موفقیت‌آمیز در بازارها کرده است [۱]، صص ۳۱۳-۳۳۳]. در این راستا عنصر کلیدی برای تحقق نوآوری و کسب مزیت رقابتی و افزایش ظرفیت نوآورانه شرکت‌ها، کارآفرینی می‌باشد [۲]، صص ۳۴-۴۷].

با این وجود باید توجه داشت که فعالیت‌های کارآفرینانه درون سازمان‌ها به‌وسیله افراد آغاز و تداوم پیدا می‌کند. سازمان‌ها به خودی خود هیچ چیز نیستند. فعالیت‌های جمعی در سازمان، ترکیب فعالیت‌های افراد سازمان است. در نتیجه سازمان می‌تواند از راه فعالیت اعضای خود، نوآور، فعال و خطرپذیر باشد. کارکنان مستعد نوآوری، خطرپذیری و تبادل دانش در سازمان به‌عنوان یک ضرورت مطرح هستند [۳]، صص ۶-۱۳]. جایگاه منابع انسانی به‌عنوان منبع مزیت رقابتی با رویکرد مبتنی بر منابع شرکت^۱ که بر اهمیت منابع شرکت به عنوان محرک رشد، سودآوری بالا و کسب مزیت رقابتی تأکید می‌کند، سازگار است [۲]، صص ۳۴-۴۷]. به‌طور خاص دیدگاه مبتنی بر منابع شرکت، بر این باور است که دارا بودن منابع کلیدی نظیر نیروی انسانی با ویژگی‌هایی نظیر ارزش‌آفرینی، موانع کپی‌برداری (تقلید)، منحصر به فرد بودن، عدم جانشین‌پذیری و قابلیت کاربرد می‌تواند به خلق مزیت رقابتی، بهبود فرهنگ نوآوری، خلاقیت، ابتکار عمل و توسعه نگرش‌های کارآفرینانه در درون سازمان کمک کند [۴]، صص ۱۵-۳۳].

1. Resource based view



هم‌راستا با جهت‌گیری‌های بالا، نتایج پژوهش‌ها نشان می‌دهد که سه دسته عوامل باعث توسعه، تقویت و تسهیل کارآفرینی می‌شود که این عوامل عبارتند از عوامل درون سازمانی، محیط بیرونی و ویژگی‌های شخصیتی [۵، ص ۵]. به عبارت دیگر، از دیدگاه رفتاری، دارا بودن کارکنان موفقیت طلب، دارای اعتماد به نفس، آینده‌گرا، خطرپذیر و مستقل زمینه را برای بروز رفتارهای کارآفرینانه در سازمان‌ها فراهم می‌آورد [۶، صص ۹۵-۹۷].

در این مقاله تلاش بر این است که ارتقای کارآفرینی از منظر ویژگی‌های شخصیتی افراد بررسی شود؛ به عبارت دیگر، هدف تحقیق حاضر این نکته است که کدام یک از ویژگی‌های شخصیتی در شکل‌گیری و تقویت کارآفرینی در کارکنان شرکت داده‌ورزی سداد مؤثر بوده و امکان بیش‌تری برای ظهور آن فراهم می‌کنند. در این راستا از مدل پنج عاملی شخصیت به عنوان یک مدل جامع و مقبول در عرصه آکادمیک استفاده می‌شود. این مدل شامل پنج بعد روان‌رنجوری، برون‌گرایی، گشودگی، وظیفه‌شناسی و سازگاری است.

در این پژوهش روابط میان پنج بعد شخصیت و کارآفرینی مورد بررسی قرار خواهد گرفت. در ادامه ادبیات نظری تحقیق با تعریف متغیر وابسته، متغیر مستقل و فصل مشترک ادبیات علمی در راستای تدوین فرضیه‌ها ارائه می‌شود.

۲- کارآفرینی

کارآفرینی نقشی کلیدی در بهبود بهره‌وری، افزایش سطح استخدام، افزایش فعالیت‌های نوآورانه و کارآفرینانه و بهبود ظرفیت نوآورانه و رقابتی سازمان‌ها ایفا می‌کند و به عنوان موضوعی حایز اهمیت مطرح می‌شود [۷، صص ۹۰۲-۹۰۶]. ظرفیت رقابتی شامل شناسایی شیوه‌های جدید انجام کسب‌وکارها، توسعه محصولات و فناوری‌های جدید و ورود به بازارهای جدید است که همه این موارد با عنوان کارآفرینی شناخته می‌شود [۸، صص ۷-۲۵]. در مفهوم‌پردازی دیگر از کارآفرینی، میلر (۱۹۸۳) معتقد است کارآفرینی شرکتی می‌تواند به عنوان فعالیت‌هایی تعریف شود که سازمان‌ها برای ارتقای نوآوری محصولات، خطرپذیری و پاسخ فعالانه به نیروهای محیطی انجام می‌دهند [۹، صص ۷۷۰-۷۹۱]. در واقع، کارآفرینی،



مجموعه فعالیت‌هایی است که بهره‌برداری از مزایای رقابتی نوآوری را در یک سازمان امکان‌پذیر ساخته و رهیافتی در نهادینه کردن نوآوری در سازمان‌هاست و به‌عنوان دریچه‌ای به سوی بهره‌برداری از مزایای رقابتی ماندگار، نوآوری و پیشگامی برای سازمان‌ها تلقی می‌شود [۱۰، صص ۲۷۵-۲۹۱]. مفهوم کارآفرینی شامل سه بعد است: نوآوری^۱، خطرپذیری^۲ و بیش‌فعالی در رقابت^۳ [۱۱، صص ۷۵-۸۷]. نوآوری عبارت است از جستجوی راه حل‌های خلاقانه، بدیع و منحصر به فرد برای مسائل و نیازها. این راه حل‌ها می‌تواند فرایندها و فناوری‌های جدید، محصولات و یا خدمات جدید باشد. خطرپذیری، تمایل افراد جهت تخصیص دادن منابع به فرصت‌هایی است که در آن‌ها شانس منطقی برای شکست یا پیروزی وجود دارد. این خطرپذیری‌ها معمولاً قابل مدیریت و قابل محاسبه هستند. بیش‌فعالی در رقابت با انجام اقدامات ضروری برای محقق ساختن ایده‌های کارآفرینانه سروکار دارد [۱۲، صص ۵-۱۵].

۳- مدل پنج عاملی شخصیت

بیش‌تر پژوهش‌های فعلی درباره شخصیت بر مدل پنج بعدی شخصیت^۴ تمرکز کرده‌اند که ویژگی‌های شخصیتی افراد را در پنج بعد طبقه‌بندی می‌کند: برون‌گرایی^۵، سازگاری^۶، وظیفه‌شناسی^۷، روان‌رنجوری^۸ و گشودگی و استقبال از تجربه^۹. برون‌گرایی به راحت بودن فرد فرد در روابط اشاره دارد. افراد برون‌گرا از بودن کنار دیگران و حضور در جمع‌های بزرگ لذت می‌برند و تمایل دارند که جسور، فعال و پرحرف باشند. آن‌ها شبیه‌سازی و هیجان را

-
1. Innovativeness
 2. Risk taking
 3. Proactiveness
 4. Five-factor model of personality
 5. Extraversion
 6. Agreeableness
 7. Conscientiousness
 8. Neuroticism
 9. Openness to experience



دوست دارند و به طور معمول بشاش هستند؛ سازگاری اشاره به احترام به دیگران دارد. افراد سازگار، دلسوز نسبت به دیگران، صادق و مشتاق برای کمک به دیگران هستند و اعتقاد دارند که دیگران نیز به نوبه خود برای سایر افراد مفید هستند، در مقابل، افراد ناسازگار مردد، فریبکار، رقابتی و خود محور هستند؛ وظیفه‌شناسی و باوجدانی به قابل اعتماد بودن فرد دلالت دارد. افراد باوجدان، افرادی متمرکز، با اراده و مصمم هستند و تمایل دارند که وابسته، سخت‌کوش، موفقیت‌گرا و سالم باشند. در حالی که افرادی که نمره پایینی در وظیفه‌شناسی کسب می‌کنند، تمایل بیش‌تری دارند که لذت‌گراتر^۱، پریشان‌تر^۲ و بیش‌تر تابع امیال خود^۳ باشند. آن‌ها محیط کم‌تر سازمان‌دهی شده را ترجیح می‌دهند؛ روان‌رنجوری، میل به تجربه کردن احساساتی نظیر ترس، ناراحتی، دست‌پاچگی، عصبانیت و بیتابی می‌باشد. همراه با این احساسات افراد روان‌رنجور تمایل به مستعد بودن در زمینه ایده‌های غیرمنطقی دارند و توان کم‌تری برای کنترل احساسات منفی خود دارند و به‌نحو ضعیفی با استرس انطباق پیدا می‌کنند. افرادی که نمره پایینی در روان‌رنجوری کسب می‌کنند، به لحاظ احساسی با ثبات، آرام، ملایم^۴ ملایم^۴ و خویش‌نار^۵ هستند؛ گشودگی و استقبال از تجربه به علاقه و شیفتگی فرد به پدیده‌ها پدیده‌ها و تجربه‌های جدید دلالت دارد. چنین افرادی، خلاق، کنجکاو و حساس‌اند. افرادی که در آن طرف طیف قرار می‌گیرند، در شرایط آشنا راحت‌ترند [۱۳، صص ۹-۱۳].

۴- کارآفرینی و ابعاد شخصیت

تئوری‌های شخصیت به اتفاق بیانگر آن هستند که شخصیت افراد، رفتار آن‌ها را پیش‌بینی می‌کند [۱۴، صص ۱۲۵-۱۲۷]. متأثر از این دیدگاه، می‌توان انتظار داشت که شخصیت یکی از مؤلفه‌های تأثیرگذار بر پیشبرد کارآفرینی می‌باشد و می‌توان کارآفرینی را از زاویه تفاوت‌ها و

1. Hedonistic
2. Distractible
3. Impulsive
4. Even-tempered
5. Composed



ویژگی‌های شخصیتی افراد بررسی و تحلیل کرد. به منظور تدوین فرضیه‌ها، هر یک از ابعاد مدل پنج عاملی تشریح شده و تدوین فرضیه‌های مربوط به آن با توجه به منطق روابط صورت خواهد گرفت.

همان گونه که پیش‌تر عنوان شد، روان‌رنجوری شامل ویژگی‌هایی نظیر اضطراب و نگرانی بیش از حد، بدبینی، اعتماد و اطمینان کم و گرایش به سمت اتخاذ احساسات منفی نسبت به وقایع، افراد و پدیده‌ها می‌باشد. افرادی که نمره پایینی در روان‌رنجوری کسب می‌کنند، افرادی آرام، ملایم و دارای اعتماد به نفس هستند [۱۵، صص ۲۵۹-۲۷۱].

نتایج مطالعات نشان می‌دهد که ویژگی‌های ارثی کارآفرینی ممکن است تا حدودی به وسیله ثبات ذهنی افراد تحت تأثیر واقع شود [۱۶، ص ۷]. افرادی که به لحاظ عاطفی ثبات دارند، نسبت به افرادی که وسواسی و عصبی هستند، خودشان به احتمال بیش‌تر کسب‌وکاری را به راه می‌اندازند، چرا که کارآفرینان به تحمل و شکیبایی زیادی در برابر فشارها و موانع نیاز دارند تا از عهده مشکلاتی چون خطرپذیری، انزوای اجتماعی، مشکلات مالی و عدم اطمینان که از پیامدهای شروع کسب‌وکار است، برآیند [۱۷، صص ۳۵۳-۳۸۵]. هم‌چنین کارآفرینان تمایل دارند در درون محیط‌های به نسبت غیرساختار یافته‌ای فعالیت کنند که مسئولیت انجام سرمایه‌گذاری برعهده خودشان باشد چرا که آن‌ها نیاز دارند تا در محیط‌های پر تنش و متلاطم که مرز بین زندگی خانوادگی و زندگی کاری اغلب نامشخص است، کار کنند، از طرف دیگر، کارآفرینان افرادی با اعتماد به نفس بالا هستند و اعتقاد زیادی به توانایی کنترل پیامدهای عملکردی خود در محیط دارند که این امر نیازمند انعطاف‌پذیری آن‌ها در مواجهه با موانع پیش‌رو و نداشتن وجود استرس در محیط کاری می‌باشد [۱۵، صص ۲۵۹-۲۷۱]. بنابراین فرضیه اول تحقیق بیانگر رابطه معنادار و منفی روان‌رنجوری با کارآفرینی است.

برون‌گرایی شامل ویژگی‌هایی نظیر اجتماعی بودن، اطمینان و قاطعیت، جاه‌طلبی، عمل‌گرایی، انرژی زیاد، پرشوری، پرحرارتی، گرایش به سمت مثبت‌نگری و اتخاذ احساسات مثبت نسبت به وقایع، افراد و پدیده‌ها می‌باشد. این بعد شخصیتی شامل ویژگی‌هایی مانند توانایی اجتماعی، سخن‌وری، اعتماد به نفس و بلندپروازی است [۱۶، صص ۱-۲۶] و به‌عنوان



ویژگی مهمی برای کارآفرینان مطرح است، زیرا که آن‌ها نیاز دارند تا وقت زیادی را در تعامل با سرمایه‌گذاران، کارمندان و مشتریان صرف کنند و با همه افراد مذکور باید براساس ارزش‌های کسب‌وکار مراد داشته باشند [۱۸، ص ۱۵]. کارآفرینان در بسیاری از موارد در نقش فروشنده‌گانی ظاهر می‌شوند که باید دیگران را به سرمایه‌گذاری یا خرید محصولات و خدمات تشویق کنند [۱۹، صص ۱۰۳۵-۱۰۴۳]. هم‌چنین برون‌گرایی رابطه مثبتی با انگیزش درونی در شغل و انگیزش در جهت ارتقای عملکرد کاری دارد [۲۰، صص ۷۶۵-۷۸۰]. بنابراین باید گفت که به احتمال زیاد افرادی که درجه برون‌گرایی در آنان بالاست، تمایل و علاقه بیشتری نسبت به کار خود داشته و تلاش می‌کنند تا بیش‌ترین خلاقیت و ارزش‌آفرینی را از خود به نمایش بگذارند. در نتیجه فرضیه دوم تحقیق بیانگر این است که برون‌گرایی رابطه معنادار و مثبتی با کارآفرینی دارد.

گشودگی یا پذیرای تجربه، معرف افرادی است که ایده و تجربه جدیدی را به راه می‌اندازد و شخصیتی خلاق، نوآور و متفکر دارند [۲۱، ص ۸۲۵]. دارا بودن این ویژگی‌ها باعث می‌شود تا افراد ایده‌های جدیدی را جستجو کنند، از خلاقیت خود برای حل مسائل بدیع بهره بگیرند و از رویکردهای نوآورانه به‌منظور بهبود تولیدات و سازمان‌دهی کسب‌وکار استفاده کنند که این وضعیت با اقتضائات محیط سازمانی متلاطم امروزی سازگار است [۱۵، ص ۲۶۲]. هم‌چنین افراد کارآفرین تلاش می‌کنند تا خلاق باشند و چیزی بیش از ظرفیت واقعی خود خلق کنند [۲۲، صص ۴۵-۴۹]. با این توضیحات فرضیه سوم تحقیق عنوان می‌کند که گشودگی رابطه معنادار و مثبتی با کارآفرینی دارد.

سازگاری، معرف فردی است که یاری‌دهنده، صادق، با گذشت، صبور، بخشنده و مهربان است [۱۶، ص ۵]. سطح بالای سازگاری می‌تواند مانع از تمایل افراد بر شروع چانه‌زنی‌های فشرده در جلسه‌ها و مذاکرات کاری شود، افراد سازگار به احتمال کمی، خودشان کسب‌وکاری به راه می‌اندازند، چون افرادی با چنین ویژگی‌هایی کم‌تر منافع خود را دنبال می‌کنند و یا از دیگران برای رسیدن به اهداف خود استفاده می‌کنند، هم‌چنین این افراد به‌سختی معامله‌ای را انجام می‌دهند [۱۵، ص ۲۶۲]. افراد با ویژگی سازگاری کم‌تر، اغلب نسبت به دیگران شکاک



هستند که این موضوع موجب می‌شود آنان از رویکرد انتقادی برای ارزیابی اطلاعات کسب‌وکار استفاده کنند و همین وضعیت زمینه‌ساز شناسایی و بهره‌برداری بهتر از فرصت‌ها می‌شود [۱۸، ص ۱۲]. از این رو فرضیه چهارم تحقیق بیانگر آن است که سازگاری رابطه معنادار و منفی با کارآفرینی دارد.

وظیفه‌شناسی با مشخصه‌هایی نظیر تلاش، پشتکار و ثبات قدم، با وجدان بودن و احساس وظیفه و مسئولیت‌پذیری همراه است [۲۳]. این بعد شخصیتی با ویژگی‌هایی نظیر قابل اطمینان بودن، پشتکار و کوشا بودن فرد رابطه دارد [۱۶، ص ۵].

پژوهش‌ها نشان می‌دهد که ویژگی‌های ارثی کارآفرینی تا اندازه‌ای ممکن است از وجدان کاری افراد متأثر شود [۲۴، صص ۱۶۷-۱۷۹]. کارآفرینان از زمان شروع کار و سازمان‌دهی آن و رایزنی برای دستیابی به اهداف، به وجدان کاری بالایی نیاز دارند. آنان هم‌چنین باید مصر باشند و سخت کار کنند تا بر موانعی نظیر فرایندهای مخاطره‌آمیز، شکست در تأمین بودجه و یا افزایش هزینه‌ها غلبه نمایند [۲۵، صص ۴۱-۶۵]. البته اولین بار این نیاز به تلاش سخت را مک کله لند به این نحو مطرح کرد که سطح نیاز به موفقیت باعث ترغیب افراد به کارآفرینی بیش‌تر می‌شود [۲۶].

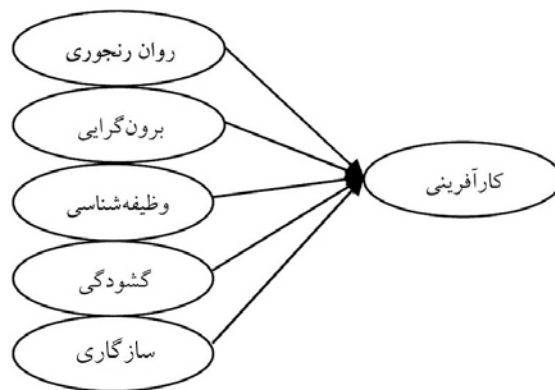
نتایج مطالعات دیگر نشان می‌دهد که وظیفه‌شناسی با موفقیت‌گرایی و تمایل به موفقیت، موفقیت‌های مسیر شغلی و عملکرد شغلی رابطه معنادار و مثبتی دارد [۲۷]. بنابراین می‌توان انتظار داشت افرادی که درجه وظیفه‌شناسی بالایی دارند، تمایل و علاقه بیش‌تری به کار خود داشته باشند و در جهت بهبود عملکرد و ارائه ایده‌های نوآورانه تلاش مضاعفی کنند. بنابراین، فرضیه پنجم بیانگر رابطه مثبت و معنادار وظیفه‌شناسی و کارآفرینی است.

۵- مدل مفهومی پژوهش

چارچوب نظری، الگویی است مبتنی بر روابط تئوریک میان شماری از عواملی که در مورد مسائل مورد پژوهش با اهمیت تشخیص داده شده‌اند. این چارچوب نظری با بررسی سوابق



پژوهشی در قلمرو مسأله به گونه‌ای منطقی جریان پیدا می‌کند و مدل مفهومی تحقیق نیز برگرفته از همین چارچوب است. براساس استدلال‌های ارائه شده، مدل مفهومی تحقیق به شرح زیر می‌باشد (شکل ۱).



شکل ۱ مدل مفهومی تحقیق

۵-۱- روش‌شناسی تحقیق

تحقیق حاضر از جهت هدف، کاربردی و از جهت نحوه گردآوری داده‌ها از نوع تحقیقات توصیفی و در زمره مطالعات میدانی به شمار می‌آید و از جهت ارتباط بین متغیرهای تحقیق از نوع همبستگی است، در ضمن با توجه به این‌که از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری برای آزمون فرضی‌ها استفاده خواهد شد، در میان تحقیقات همبستگی، از نوع تحلیل ماتریس همبستگی یا کواریانس می‌باشد.

در این تحقیق ابعاد شخصیت به‌عنوان متغیر مستقل و کارآفرینی به‌عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته شده است. جامعه آماری تحقیق شامل کارکنان شرکت داده‌ورزی سداد بوده است. نمونه‌گیری به روش تصادفی ساده صورت گرفته است. حجم نمونه آماری براساس جدول مورگان حدود ۱۳۶ نفر برآورد شده است. از میان ۱۳۸ نفر، ۲۳/۵ درصد (۳۲ نفر) زیر ۳۰ سال،



۵۴/۴ درصد (۷۴ نفر) بین ۳۰ تا ۳۹ سال، ۲۰/۶ درصد (۲۸ نفر) بین ۴۰ تا ۴۹ سال و ۱/۵ درصد (۲ نفر) بالای ۵۰ سال سن داشتند. ۱/۵ درصد (۲ نفر) دارای مدرک دکتری، ۱۴/۶ درصد (۲۴ نفر) دارای مدرک کارشناسی ارشد، ۳۵/۲ درصد (۷۴ نفر) دارای مدرک کارشناسی و ۱۳/۲ درصد (۱۸ نفر) دارای مدرک فوق دیپلم و پایین‌تر بودند. ۳۸/۲۴ درصد (۵۲ نفر) زن و ۶۱/۷۶ درصد (۸۴ نفر) مرد بودند.

ابزار اصلی گردآوری داده‌ها پرسشنامه بوده است. به این منظور به کمک نرم‌افزار SPSS نسخه ۱۸، مقیاسی برای متغیرهای شخصیت و کارآفرینی سازمانی طراحی شد. در این تحقیق برای طراحی پرسشنامه کارآفرینی (شامل سه بعد خطرپذیری، بیش‌فعالی در رقابت و نوآوری) از مقیاس کوین و اسلیون (۱۹۸۹) و برای سنجش ابعاد شخصیت (شامل پنج بعد روان‌رنجوری، وظیفه‌شناسی، سازگاری، برون‌گرایی و گشودگی) از مقیاس کاستا و مک کرائه (۱۹۹۲) استفاده شده است. پرسشنامه بالا براساس طیف پنج گزینه‌ای لیکرت از ۱ به معنای بسیار مخالفم تا ۵ به معنای بسیار موافقم تنظیم شد. به منظور تعیین پایایی پرسشنامه، تعداد ۳۰ پرسشنامه در جامعه آماری توزیع و گردآوری شد. ضریب آلفای کرونباخ مقیاس شخصیت، ۰/۷۲۸ می‌باشد. هم‌چنین ضریب آلفای کرونباخ مقیاس کارآفرینی سازمانی ۰/۸۵ بوده است. هم‌چنین جهت آزمون روایی سؤال‌های نخست از اعتبار محتوا و از نوع اعتبار صوری استفاده شد. برای سنجش اعتبار صوری پرسشنامه از نظرات متخصصان، اساتید دانشگاهی و کارشناسان خبره استفاده شد. برای سنجش اعتبار سازه از تحلیل عاملی^۱ استفاده شد. در این تحقیق با استفاده از تکنیک تحلیل عاملی اکتشافی مرتبه اول^۲ و روش استخراج تحلیل مؤلفه اصلی با چرخش واریماکس، عوامل ابتدایی متغیرها استخراج شد.

1. Factor analysis
2. First-order exploratory factor analysis



۵-۲- روش‌های تجزیه و تحلیل داده‌ها و یافته‌های تحقیق

به منظور آزمون فرضیه‌ها، نخست از آزمون میانگین یک جامعه برای سنجش میزان کارآفرینی، آزمون میانگین دو جامعه و میانگین چندین جامعه برای بررسی میزان کارآفرینی در گروه‌های مختلف شغلی و تحصیلی استفاده شد. سپس از آزمون همبستگی رتبه‌ای اسپیرمن (به دلیل کیفی بودن متغیرها) با استفاده از نرم‌افزار SPSS 15، برای سنجش همبستگی بین متغیرها (ابعاد شخصیت و کارآفرینی) استفاده شد. سپس رابطه علی بین متغیرهای مستقل و وابسته تحقیق، با استفاده از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری، با کمک نرم‌افزار Lisrel ۸/۵۴ آزمون شد.

نتایج آزمون میانگین یک جامعه- که برای سنجش کارآفرینی استفاده می‌شود- نشان می‌دهد که براساس آزمون میانگین یک جامعه و با توجه به بالا بودن میانگین کارآفرینی (۳) از (۵)، احتمال وقوع کارآفرینی، معنادار است. نتایج آزمون میانگین دو جامعه (Sig بزرگ‌تر از ۰/۵۰) نشان می‌دهد که در جامعه حاضر، بین کارکنان زن و مرد در زمینه انجام رفتارهای کارآفرینانه تفاوت معنادار وجود دارد و امکان وقوع کارآفرینی در بین زنان بیش‌تر می‌باشد. نتایج آزمون میانگین چند جامعه (کارکنان با سن مختلف) (Sig بزرگ‌تر از ۰/۵۰) نشان از تفاوت معنادار بین کارکنان با سن مختلف می‌باشد، هم‌چنین افراد جوان‌تر بیش‌تر از همکاران مسن خود تمایل کارآفرینی دارند. در نهایت آزمون میانگین چندین جامعه برای کارکنان با تحصیلات مختلف (Sig بزرگ‌تر از ۰/۵۰) نشان داد که افراد در گروه‌های تحصیلی مختلف از لحاظ تمایل به کارآفرینی تفاوت وجود دارد. در زمینه آزمون همبستگی متغیرهای تحقیق که نتایج آن در جدول ۱ منعکس شده است، باید عنوان کرد که ضرایب همبستگی نشان‌دهنده معناداری همبستگی میان متغیر مستقل و متغیر وابسته و ابعاد آن‌ها با یکدیگر با فاصله اطمینان ۹۹ درصد است.



جدول ۱ ضرایب همبستگی اسپیرمن میان متغیرهای تحقیق

عنوان	کارآفرینی	روان‌رنجوری	برون‌گرایی	سازگاری	گشودگی	وظیفه‌شناسی
کارآفرینی	۱					
روان‌رنجوری	$-۰/۲۹۳^*$	۱				
برون‌گرایی	$۰/۴۰۵^{**}$	$۰/۳۸۱^{**}$	۱			
سازگاری	$۰/۲۱۹^*$	$۰/۳۱۹^{**}$	$۰/۴۱۲^{**}$	۱		
گشودگی	$۰/۳۷۶^{**}$	$۰/۰۹۷$	$۰/۴۹۶^{**}$	$۰/۱۳۷^*$	۱	
وظیفه‌شناسی	$۰/۴۹۵^{**}$	$۰/۴۱۷^{**}$	$۰/۳۳۲^{**}$	$۰/۲۵۱^{**}$	$۰/۴۵۴^{**}$	۱

* $P < ۰/۰۵$

** $P < ۰/۰۱$

۵-۳- مدل‌سازی معادلات ساختاری

به منظور سنجش رابطه علی- که در فرضیه‌ها ذکر شده بود- از مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده می‌شود. لازم به ذکر است برای این‌که مدل ساختاری یا همان نمودار مسیر، تأیید شود، نخست باید شاخص‌های آن برازش مناسبی داشته باشند و دوم باید مقادیر t -value و ضرایب استاندارد معنادار باشند. اگر مقدار χ^2 کم، نسبت χ^2 به درجه آزادی (df) کوچک‌تر از ۳، RMSEA کوچک‌تر از ۰/۵۰ و نیز GFI و AGFI بزرگ‌تر از ۹۰ درصد باشند، می‌توان نتیجه گرفت که مدل، برازش بسیار مناسبی دارد. مقادیر t نیز اگر از ۲ بزرگ‌تر یا از ۲- کوچک‌تر باشند، در سطح اطمینان ۹۹ درصد معنادار خواهند بود. همان‌طور جدول ۲ نشان می‌دهد، اعتبار و برازندگی مناسب مدل‌ها تأیید می‌شود، چرا که مقدار RMSEA کم‌تر از ۰/۰۸ و نسبت کای دو به درجه آزادی در مدل کم‌تر از ۳ بوده و نیز مقدار GFI و AGFI در مدل بالای ۹۰ درصد است ($GFI=۰/۹۳$ و $AGFI=۰/۹۰$).



جدول ۲ نتایج آزمون فرضیه‌ها به روش مدلسازی معادلات ساختاری با استفاده از لیزرل (حالت استاندارد)

نتیجه	عدد معناداری	ضریب استاندارد	فرضیه‌ها
تأیید	۳/۳۲	۰/۴۹	برون‌گرایی \leftarrow^{+} کارآفرینی
تأیید	۳/۹۷	۰/۵	وظیفه‌شناسی \leftarrow^{+} کارآفرینی
تأیید	۴/۰۰	۰/۶۱	سازگاری \leftarrow^{-} کارآفرینی
تأیید	۳/۴۷	۰/۳۷	گشودگی \leftarrow^{+} کارآفرینی
تأیید	-۲/۳۳	-۰/۳۵	روان‌رنجوری \leftarrow^{-} کارآفرینی
$\chi^2 = 19/55$ $df = 19$ $RMSEA = 0/021$ $GFI = 0/93$ $AGFI = 0/90$ $*P < 0/05$ $**P < 0/01$			

همان‌طور که جدول شماره ۲ نشان می‌دهد، اثر متغیر شخصیت بر کارآفرینی سازمانی معنادار است و تأیید می‌شود. مقادیر t همه بالاتر از ۲ بوده و معنادار است. مقادیر t نشان می‌دهد که فرضیه تحقیق تأیید می‌شود.

۶- نتیجه‌گیری

این پژوهش بر ارتقای کارآفرینی از دیدگاه علوم رفتاری و تفاوت‌های فردی تمرکز دارد. پژوهش حاضر هم‌راستا با دیدگاه روان‌شناسان تعاملی، بر این اعتقاد است که افراد و محیط بر یکدیگر اثر متقابل دارند. افراد موقعیت‌های خود را انتخاب کرده، تفسیر می‌کنند و تغییر می‌دهند. افراد ممکن است انتظار جستجوی محیط‌هایی را داشته باشند که فرصت‌هایی برای



سود بردن از نیازها و نقاط قوت فردی در اختیار آنان قرار دهد و ویژگی‌های محیط از طریق نوع افرادی که بر آن محیط تسلط دارند، تعیین می‌شود [۲۸، ص ۲۱۱].

در این پژوهش تلاش شده است تا نقش عوامل شخصیتی بر اساس مدل پنج عاملی در ارتقای کارآفرینی بررسی شود. یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد که میان برخی از عوامل مدل پنج عاملی شخصیت و کارآفرینی رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیه اول تحقیق به این صورت بود که روان‌رنجوری رابطه منفی با کارآفرینی دارد. نتایج تحقیق نشان‌دهنده تأیید این فرضیه است. نتایج پژوهش‌ها نشان می‌دهد که در محیط‌های کاری، روان‌رنجوری و ثبات احساسی پایین رابطه مثبتی با غیبت، نیت خروج و ترک خدمت داوطلبانه دارد [۲۹، صص ۳۱۷-۳۲۴]. انتظار می‌رود که نوسان‌های عاطفی و نگرانی به‌عنوان مانعی بر سر راه کارآفرینان قرار بگیرند، زیرا آن‌ها نیاز به پذیرش خطرپذیری‌های شخصی در راستای انجام بهینه عملیات کسب‌وکار دارند [۳۰، ص ۵] و افرادی که آمادگی انجام سطح مطلوبی از تلاش‌ها در راستای عملکرد بهینه را ندارند، تأثیری منفی بر فعالیت‌های مخاطره‌آمیز سازمان می‌گذارند [۳۱، صص ۴۶۵-۴۸۳]. از طرف دیگر، ثبات احساسی و سطح اندک روان‌رنجوری به توانایی افراد برای حفظ روابط کمک می‌کند چرا که باعث تسهیل موفقیت بلندمدت کارآفرینان از راه ایجاد روابط با مشتریان، کارکنان و تأمین‌کنندگان منابع می‌شود [۳۲، صص ۸۶۹-۸۷۹]. هم‌چنین اداره روزانه امور سازمانی نیازمند توانایی‌های فردی در راستای مدیریت فشارهای کاری و انتظارهای متفاوت ذی‌نفعان مختلف می‌باشد [۳۱، ص ۴۷۰].

فرضیه دوم تحقیق به این شکل بود که برون‌گرایی رابطه مثبتی با کارآفرینی دارد. نتایج تحقیق این فرضیه را تأیید می‌کند. پژوهش‌های تجربی نشان داده است، کارکنانی که امتیاز بالایی در برون‌گرایی کسب کرده‌اند احتمالاً نسبت به سایر افراد کارآفرین‌تر هستند، هم‌چنین این افراد بیش‌تر تمایل به پذیرش نقش‌های رهبری دارند [۱۸، ص ۱۵].

نتایج تحقیقات دیگر نشان می‌دهد افرادی که در بزرگ‌سالی کسب‌وکاری به راه انداخته بودند، در سنین کودکی از امتیاز بالاتر برون‌گرایی برخوردار بوده‌اند [۳۳، صص ۵۶۷-۵۸۷]. از



منظر علم ژنتیک، دارا بودن ژن‌هایی مانند دوپامین^۱ و سروتینین^۲، احتمال توسعه رفتار برون‌گرایی را تحت تأثیر قرار می‌دهند چرا که وجود این ژن‌ها باعث می‌شود افراد، واکنش روانی شدیدتری در تعاملات اجتماعی داشته باشند [۳۴، ص ۵۹۰]. هم‌چنین برون‌گرایی باعث تسهیل توسعه شبکه‌های اجتماعی می‌شود که در نهایت منجر به ایجاد شراکت‌های قوی با مشتریان و تأمین‌کنندگان می‌شود [۳۵، ص ۱۰]. توانایی ایجاد شبکه با تأمین‌کنندگان، مشاوران و مشتریان وظیفه‌ای کلیدی است که سبب افزایش احتمال موفقیت فعالیت‌های مخاطره‌آمیز و تضمین بقای سازمان در بلندمدت می‌شود [۳۶، صص ۱۰۶-۱۱۶]. هم‌راستا با این یافته‌ها، پژوهش‌های دیگر بیان کرده‌اند که مدیریت احساسات و آشنایی با تکنیک‌های مذاکره و بازاریابی، عاملی مؤثر بر بقای شرکت هستند [۳۱، ص ۴۷۰].

فرضیه سوم تحقیق به این ترتیب بود که گشودگی رابطه مثبتی با کارآفرینی دارد. نتایج تحقیق این فرضیه را نیز تأیید می‌کند. تحقیقات تجربی، رابطه مثبت بین گشاده‌رویی تجربه و احتمال کارآفرین بودن افراد را تأیید کرده‌اند [۱۵، ص ۲۶۲]، زیرا دارا بودن ویژگی‌هایی نظیر هوش، روشنفکری و ابتکار- که از ویژگی‌های افراد پذیرای تجربه است- برای شروع کسب‌وکار و فعالیت‌های مخاطره‌آمیز ضروری است، به‌نحوی که توانایی خلاقیت و کشف شیوه‌های نوآورانه باعث مصونیت شرکت از رقابت تنگاتنگ و کسب موفقیت در فعالیت‌های توأم با خطرپذیری می‌شود، هم‌چنین ثبات در جریان تغییرات متلاطم نیازمند هوش و حس کنجکاری برای کسب دانش روزآمد از پیشرفت‌های تکنولوژیکی به منظور مدیریت کردن این تغییرات است [۳۷، ص ۱۰]. پژوهش‌ها نشان می‌دهد که جسارت و خطرپذیری مدیران، هم‌چنین تمایل آن‌ها به پیشگام بودن و استقبال از چالش‌ها و کار گروهی بر کارآفرینی سازمانی تأثیر دارد، چرا که دارا بودن این ویژگی‌ها شرط تحقق بخشیدن به تغییر و تحول در سازمان‌هاست [۳۸، ص ۶۰].

1. Dopamine or Dobutamine
2. Serotonin



فرضیه چهارم تحقیق به این صورت بود که سازگاری رابطه مثبت با کارآفرینی دارد. نتایج تحقیق این فرضیه را رد کرده و هیچ گونه رابطه معناداری را میان این دو متغیر نشان نمی‌دهد. تحقیقات تجربی، رابطه منفی بین سازگاری و شانس افراد برای کارآفرین شدن را تأیید کرده‌اند [۱۵، ص ۲۶۲]، زیرا افراد سازگار تمایل دارند که در تعامل با دیگران، رؤوف، بخشنده و انعطاف‌پذیر باشند [۳۱، ص ۴۷۱]. از طرف دیگر، مطالعات مخالف بر این باورند که سطح مناسبی از سازگاری باعث دریافت حمایت‌های مورد نیاز برای شروع فعالیت‌های مخاطره‌آمیز مطلوب می‌باشد؛ یعنی این که برقراری روابط اعتمادآمیز، منعطف و محترمانه با مشتریان، ایجاد اتحاد با شرکت‌های بزرگ‌تر و ایجاد همکاری مؤثر بین کارآفرینان و سهام‌داران سازمان باعث افزایش سودآوری سازمان و توسعه محصولات جدید می‌شود [۳۹، صص ۶۲۱-۶۵۲].

در نهایت فرضیه پنجم تحقیق به این شکل بود که وظیفه‌شناسی رابطه مثبتی با کارآفرینی دارد. نتایج تحقیق این فرضیه را تأیید می‌کند. تحقیقات تجربی، رابطه مثبت بین وجدان کاری و احتمال کارآفرین بودن افراد را تأیید کرده‌اند؛ زیرا افراد وظیفه‌شناس تمایل دارند که سخت کوش، موفقیت طلب و ثابت قدم باشند [۱۵، ص ۲۶۷]. در واقع، وظیفه‌شناسی نقشی کلیدی در توانایی کارآفرینان برای هدایت فعالیت‌های مخاطره‌آمیز ایفا می‌کند [۳۱، ص ۴۷۲].

با جمع‌بندی نتایج بالا می‌توان به سازمان‌ها پیشنهاد داد که در زمان جذب از آزمون‌های شخصیت استفاده کنند تا تناسب شخصیت و شاغل به بیش‌ترین حد ممکن برسد، به نحوی که سازمان از مزایای چنین رویکردی بهره‌مند شود. در انتها یادآوری می‌شود که لازم است تحقیقات بیش‌تری در مورد سایر ویژگی‌های شخصیتی مؤثر بر کارآفرینی به‌عنوان یک موضوع مهم در سازمان‌ها صورت بگیرد، چرا که زمینه افزایش درک و آگاهی مدیران و پژوهشگران را فراهم می‌کند.



۷- منابع

- [1] Huse M., Neubaum D.O. , Gabriellsson J.; “Corporate innovation and competitive environment”; *International Entrepreneurship and Management Journal*, Vol. 1, No. 3, 2005.
- [2] Castrogiovanni G.J. Urbano D., Loras J.; Linking corporate entrepreneurship and human resource management in SMEs; *International Journal of Manpower* , Vol. 32, No. 1, 2011.
- [3] Montoro-Sa’nchezA., Soriano D. R.; Human resource management and corporate entrepreneurship; *International Journal of Manpower*, Vol. 32, No. 1, 2011.
- [4] Bratnicki M.; Organizational entrepreneurship: Theoretical background, some empirical tests, and directions for future research; *Human Factors and Economics in Manufacturing*, Vol. 15, No .1, 2005.
- [5] Lober, D.; Pollution prevention as corporate entrepreneurship; *Journal of organizational change management*, Vol. 11, 1998, No .1.
- [۶] محمدی ح. ر.، احمدی، ع.، جهرمی ش ، امین ش.؛ بررسی رابطه بین ویژگی‌های شخصیتی با تمایل به کارآفرینی؛ فصلنامه زن و جامعه، سال دوم، ۱۳۹۰، شماره اول.
- [7] McDougall, P.Ph. and Oviatt, B.M. International entrepreneurship: the intersection of two research path, *Academy of Management Journal*, Vol. 43, 2000.
- [8] Covin J. G., Slevin D. P.; A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior; *Entrepreneurship Theory & Practice*, Vol.16, No.1, 1991.
- [9] Miller D.; Entrepreneurship correlates in three types of firms; *Management Science*, 29, 1983.

- [10] Kuratko D.F., Hornsby J.S., Bishop J.W.; Managers' corporate entrepreneurial actions and job satisfaction; *International Entrepreneurship and Management Journal*, Vol. 1, No. 3, 2005.
- [11] Covin J. G. , Slevin D.P.; Strategic management of small firms in hostile and benign environments; *Strategic Management Journal*, Vol. 10, 1989.
- [12] Guth W.D., Ginsberg A.; Guest editor's introduction: corporate entrepreneurship; *Strategic Management Journal*, Vol. 11, 1990.
- [13] Taylor N., de Bruin, G. P.; Basic traits inventory: Technical manual. Johannesburg; Jopie van Rooyen and Partners, 2006.
- [14] Funder D.C.; Explaining traits; *Psychol. Inq.* Vol.5, No. 2, 1994.
- [15] Zhao H., Seibert S.; The big five personality dimensions and entrepreneurial status: A meta-analytic review; *Journal of Applied Psychology*, Vol. 91, No. 2, 2006.
- [16] Barrick M. R., Mount M. K.; The big five personality dimensions and job performance: A meta-analysis; *Personnel Psychology*, Vol. 44, 1991.
- [17] Rauch A., Frese M.; Let's put the person back into entrepreneurship research: A meta-analysis on the relationship between business owner's personality traits, business creation, and success; *European Journal of Work and Organizational Psychology*, Vol.16, No. 4, 2007.
- [18] Shane S.; A general theory of entrepreneurship: The individual-opportunity nexus; Aldershot, UK: Edward Elgar Publishing, 2003.
- [19] Furnham A., Forde L., Ferrari K.; Personality and work motivation, personality and individual differences; Vol. 26, 1999.



- [20] Judge T. A., Bono J. E., Ilies R., Gerhardt M. W.; "Personality and leadership: A qualitative and quantitative review"; *Journal of Applied Psychology*, Vol. 87, 2002.
- [21] McCrae R. R., Costa P. T.; Conceptions and correlates of openness to Experience; In S. R. Briggs, R. Hogan, & W. H. Jones (Eds.), *Handbook of Personality Psychology* (pp. 825–847). San Diego: Academic Press.1997.
- [22] Engle D. E., Mah, J. J., Sadri G.; An empirical comparison of entrepreneurs and employees: Implications for innovation, *Creativity Research Journal*, Vol.10, No.1, 1997.
- [23] Mount M.K. , Barrik, M.R.; “The big five personality dimensions: implication for research and practice in human resource management”; in Rowland, K.M. and Ferris, G.JMP 19, 1995.
- [24] Nicolaou N., Shane S., Cherkas L., Hunkin J., Spector T.; Is the tendency to engage in entrepreneurship genetic? *Management Science*, Vol. 54, No. 1, 2008.
- [25] Locke E., Baum, R.; Entrepreneurial motivation; In J. Baum, M. Frese and R. Baron (eds.), *The Psychology of Entrepreneurship*, Mahwah, NJ: Erlbaum, 2007.
- [26] McClelland D.; *The achieving society*. Princeton; NJ: Van Nostrand, 1961.
- [27] Barrick M. R., Ryan A. M.; *Personality and work: Reconsidering the role of personality in organizations*; San Francisco: Jossey-Bass.2003.

- [۲۸] زارعی شمس‌آبادی ف؛ نوری ا.، مولوی، ح؛ بررسی رابطه شخصیت پویا با نیات کارآفرینانه و موفقیت کارراهه در کارکنان حوزه ستادی و مراکز تحقیقاتی دانشگاه علوم پزشکی اصفهان؛ فصلنامه مدیریت اطلاعات سلامت، دوره هفتم، شماره دوم، ۱۳۸۹.
- [29] George, J. M.; Mood and absence; *J. Appl. Psychol.* 74, 1989.
- [30] Vesper K.H.; New venture strategies; Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ.1990.
- [31] Ciavarella M.A. , Buchholtz A.K., Riordan Ch. N., Gatewood. R. D. , Stokes G. S.; The big five and venture survival: Is there a linkage?, *Journal of Business Venturing* 19 ,2004.
- [32] Hurtz G.M., Donovan J.J.; Personality and job performance: The big five revisited; *J. Appl. Psychol* Vol. 85, 2000.
- [33] Burke A. E., FitzRoy, F. R., Nolan M. A.; When less is more: Distinguishing between entrepreneurial choice and performance; *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 62, 2000.
- [34] Farde L., Gusavsson J.; D2 dopamine receptors and personality traits; *Nature*, 385, February 13: 1997.
- [35] Baker W. E.; Networking smart: How to build relationships for personal and organizational success; McGraw-Hill, New York.1994.
- [36] Baron R. A., Markman G.D.; Beyond social capital: how social skills can enhance entrepreneurs' success; *Acad. Manage, Exec.* 14, 2000.
- [37] Bird B. J.; Entrepreneurial behavior; Scott, Foresman and Company, Glenview, IL.1989.
- [۳۸] رئیسی پ.؛ نصیری پور ا.؛ رستمی ل.، خالصی ن.؛ رابطه ویژگی‌های شخصیتی مدیران با کارآفرینی در سازمان‌های بهداشتی و درمانی وابسته به دانشگاه علوم پزشکی تبریز؛ فصلنامه علمی و پژوهشی مدیریت سلامت، دوره ۱۱، ش. ۳۳، ۱۳۸۷.



- [39] Judge T.A., Higgins C.A., Thoresen C. J., Barrick M. R.;The big five personality traits, general mental ability and career success across the life span; Pers. Psychol. 52, 1999.