

تأثیر شخصیت کارآفرینانه بر موفقیت کارآفرینانه در کسب و کارهای کوچک و متوسط

محمود محمدی^۱ - غلامرضا عسگری^{۲*}

۱. استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی

۲. استادیار دانشگاه صنعتی مالک اشتر

(تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۰/۱/۲۰، تاریخ تصویب: ۱۳۹۰/۷/۱۳)

چکیده

این تحقیق رابطه‌ی میان ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان شامل: خلاقیت، توفیق‌طلبی، مرکز کنترل درونی، خطرپذیری و تحمل ابهام با موفقیت کارآفرینانه را بررسی می‌کند. افزون بر این تأثیر آموزش‌های تخصصی بر موفقیت کارآفرینانه را متغیر تعدیل‌گر تبیین می‌کند. هم‌چنین تفاوت‌های زنان و مردان درباره‌ی صفت‌های کارآفرینانه را آزمون می‌کند. بدین منظور برای سنجش صفت‌های شخصیتی از پرسش‌نامه‌ی کرونباخ و برای موفقیت کارآفرینانه از پرسش‌نامه‌ی محقق‌ساخته استفاده شد و ۲۳۶ پرسش‌نامه در میان کارآفرینان صنایع فلزی شهرک‌های صنعتی خراسان رضوی توزیع شد. سپس داده‌های ۱۹۰ مورد برگشتی با SPSS16 تحلیل شد. بررسی‌ها نشان داد میان کارآفرینان موفق و کم‌توفیق درباره‌ی پنج ویژگی شخصیتی تفاوت معناداری وجود دارد. در واقع این صفت‌ها تبیین‌کننده‌ی موفقیت کارآفرینانه است. هم‌چنین مردان و زنان موفق در صفت خلاقیت با یکدیگر تفاوت دارند و در چهار ویژگی دیگر مشابه هستند. هم‌چنین بررسی متغیر تعدیل‌گر دوره‌های تخصصی که به دو گروه فنی و مدیریتی تقسیم شد، نشان داد این متغیر تأثیری بر رابطه میان صفت‌های شخصیتی و موفقیت کارآفرینانه ندارد. هرچند درباره‌ی تأثیر این متغیر در پیشینه‌ی تحقیق نتایج مختلفی مشاهده می‌شود اما با توجه به تأیید پنج صفت اصلی شخصیت، بررسی تأثیر صفت‌های استقلال‌طلبی، اعتماد به نفس، نیاز به قدرت و عکس‌العمل مثبت به مشکلات، در سایر پژوهش‌ها از پیشنهادهای این تحقیق است.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی، صفت‌های شخصیت، موفقیت کارآفرینانه، جنسیت، دوره‌ی

تخصصی

مقدمه

صاحب‌نظران بر نقش صفت‌های شخصیتی به‌عنوان یکی از عوامل آغاز و موفقیت کسب‌وکارهای کارآفرینانه تاکید می‌کنند. صفت سازه‌ای ذهنی است که از ملاحظه‌ی رفتار به‌دست آمده و نظم و پایداری آن را می‌رساند. کتل^۱ (۱۹۷۰) با معرفی ۱۶ صفت اصلی، آن‌ها را به دو دسته‌ی سطحی و عمقی تقسیم می‌کند. صفت‌های عمقی خود به دو دسته‌ی صفت‌های سرشتی و محیطی تقسیم می‌شوند (خانجانی و همکاران، ۱۳۸۵، ص ۹۰). البته از آن‌جا که مطالعه‌ی صفت‌های عمقی به‌طور معمول در حوزه‌ی روان‌شناسی انجام می‌شود بنابراین سؤال اصلی پژوهش این است که آیا رابطه‌ای میان صفت‌های سطحی شخصیت با موفقیت کارآفرینانه وجود دارد. سؤال دیگر این است که آیا شرکت در دوره‌های آموزشی فنی یا مدیریتی بر موفقیت کارآفرینانه تاثیرگذار می‌باشد. در این راستا با دقت در پیشینه‌ی تحقیق، فرضیه‌ی اصلی پژوهش این است که پنج صفت: خلاقیت، مرکز کنترل درونی، خطرپذیری، توفیق‌طلبی و تحمل ابهام، بر موفقیت کارآفرینانه‌ی کارآفرینان بنگاه‌های کوچک و متوسط تاثیرگذار است.

باید گفت که ۹۳ درصد شرکت‌های ایرانی بنگاه کوچک و متوسط محسوب شده و ۶۳ درصد نیروی کار در آن‌ها شاغل هستند. هم‌چنین این شرکت‌ها در حدود ۳۰ درصد از ارزش افزوده‌ی کشور را تولید می‌کنند (حاج کریمی، عزیزی و اخوان، ۱۳۸۸، ص ۵۵). البته تعاریف متفاوتی از این صنایع وجود دارد. در تعریف مرکز آمار ایران، یک واحد تولیدی که شاغلان آن کم‌تر از ۱۰ نفر باشد واحد کوچک محسوب می‌شود. بانک مرکزی نیز کسب‌وکارهای زیر ۱۰۰ نفر را بنگاه کوچک معرفی می‌کند (گزارش یونیدو^۲، ۲۰۰۳). اما به‌طور کلی در ایران به واحدهای با اشتغال کم‌تر از ۵۰ نفر صنایع کوچک و به واحدهای با اشتغال بین ۵۰ تا ۲۵۰ نفر صنایع متوسط اطلاق می‌شود. با عنایت به مقدمه‌ی بیان شده هدف این پژوهش معرفی صفت‌های تاثیرگذار بر موفقیت کارآفرینان در صنایع کوچک و متوسط و بررسی تاثیر دوره‌های تخصصی بر موفقیت کارآفرینانه است.

1 Cattlle

2 Unido

مروری بر ادبیات و پیشینه‌ی تحقیق

کارآفرینی فرایند خلق چیزی نو، با صرف وقت و تلاش بسیار و پذیرش خطرات مالی، روحی و اجتماعی برای به دست آوردن منابع مالی، رضایت شخصی و استقلال می‌باشد (Hisrich & Peters, 1998 و Kwartko & Hudgetts, 2001). درباره‌ی بررسی ویژگی‌های کارآفرینان پژوهش‌های متعددی انجام شده است. سیر مطالعات ارایه شده در جدول شماره (۱) نشان می‌دهد که ویژگی‌های کارآفرینان محدود به یک یا دو ویژگی نیست. در واقع با توجه به فراوانی صفت‌های بررسی شده به نظر می‌رسد که پنج صفت: نیاز به موفقیت (۱۴ محقق)، خلاقیت (۷ تحقیق)، مرکز کنترل درونی (۱۳ نویسنده)، خطرپذیری (۱۱ پژوهش) و تحمل ابهام (۵ تحقیق) در این مطالعات مشترک هستند که در ادامه به تشریح هریک از آن‌ها پرداخته و در پایان این بخش رابطه‌ی آن‌ها با موفقیت کارآفرینانه را بررسی می‌کنیم.

ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان

توفیق‌طلبی: بیان‌گر گرایش همه‌جانبه به ارزیابی عملکرد خود با توجه به عالی‌ترین معیارها، و برخورداری از لذتی است که با موفقیت در عملکرد همراه می‌باشد (ماسن، ۱۳۷۰). واضعان انگیزه‌ی موفقیت مک کلند، اتکینسون، کلارک و لوول^۱ هستند. مک کلند (۱۹۶۲) اعتقاد دارد انگیزه‌ی توفیق‌طلبی در کارآفرینان بالا بوده و این نیاز سبب می‌شود تا آن‌ها موقعیت‌های کارآفرینانه را انتخاب کنند (McClelland, 1962, p.82). به‌زعم اتکینسون (۱۹۵۷) اشخاص توفیق‌طلب در مشاغلی که درجه‌ی دشواری متوسط دارد (نه خیلی دشوار و نه خیلی آسان) توفیق زیادی به دست می‌آورند (سیف، ۱۳۸۶). در پیشینه‌ی تحقیق آزمون‌های متعددی به‌منظور سنجش توفیق‌طلبی ارایه شده است. از آن جمله می‌توان به آزمون انگیزه‌ی موفقیت هرمانس^۲ (۱۹۷۰) اشاره کرد (هومن و عسگری، ۱۳۷۹، ص ۱۲). این پرسش‌نامه برای بومی کردن توسط کردنائیج، زالی، هومن و شمس

1 McClelland, Atkinson, Clark, and Lowell.

2 Hermans

(۱۳۸۶) تغییرات اندکی کرده است که در این تحقیق از پرسشنامه‌ی اخیر استفاده می‌شود.

جدول ۱. سیر مطالعه صفات شخصیتی کارآفرینان (مستخرج از پیشینه تحقیق)

سال	محقق	ویژگی‌ها
۱۹۶۱	مک کلند	خطرپذیری و نیاز به موفقیت
۱۹۷۰	هورنادی و بانکر	نیاز به توفیق، خلاقیت، اعتماد به نفس، نیاز به موفقیت و تکمیل
۱۹۷۱	هورنادی و آبود	نیاز به موفقیت، خودمختاری، متهاجم، قدرت شناخت، نوآوری و استقلال
۱۹۷۵	دوراند	نیاز به موفقیت، مرکز کنترل درونی و تحصیلات
۱۹۷۸	تیمونز	اعتماد به نفس، هدف‌گرا، مرکز کنترل درونی، خلاقیت، نوآوری، ریسک‌های معتدل
۱۹۸۱	مسکون و موتناری	نیاز به موفقیت، خودمختاری، مرکز کنترل درونی، تسلط و نظم
۱۹۸۲	ولش و یانگ	مرکز کنترل درونی، آزادی برای نوآوری و عزت نفس
۱۹۸۴	کرلند	تحمل خطر، نیاز به موفقیت، نیاز به کنترل و استقلال‌طلبی
۱۹۸۵	احمد	مرکز کنترل درونی، خطرپذیری، نیاز به توفیق
۱۹۸۹	کوبین و اسلویین	نیاز به توفیق، مرکز کنترل درونی، تحمل ابهام، خطرپذیری
۱۹۹۱	راینسون	نیاز به موفقیت و مرکز کنترل درونی
۱۹۹۳	هود	خطرپذیری، نیاز به موفقیت و خلاقیت
۱۹۹۳	نامان و اسلویین	نیاز به موفقیت، مرکز کنترل درونی، تحمل ابهام، خطرپذیری
۱۹۹۵	هیسریچ و پترز	نیاز به موفقیت و مرکز کنترل درونی
۱۹۹۷	نایت	نیاز به موفقیت، مرکز کنترل درونی، تحمل ابهام، خطرپذیری
۲۰۰۰	لیتونن	خطرپذیری، نوآوری، مهارت‌های مدیریتی و فنون کاری

خلاقیت: کارآفرینان از نظر زمینه‌های خانوادگی با افراد خلاق شباهت‌هایی دارند. پژوهش‌ها نشان داد افراد خلاق در خانواده‌هایی که برای استقلال و اعتماد به نفس کودکان ارزش و احترام قائلند، پرورش می‌یابند. در این خانواده‌ها به کودکان فرصت تمرین استقلال، خودباوری و ابتکار و سازندگی داده می‌شود. هم‌چنین معلوم شده است که نگرش‌های مبتنی بر خودکامگی، بازدارنده و مانع رشد و شکوفایی خلاقیت‌اند (Hisrich, Peters & Shepherd, 2005). به‌طور معمول برای سنجش خلاقیت از آزمون

تفکر خلاق تورنس (۱۹۸۹) استفاده می‌شود (عابدی، ۱۳۷۲) که این پرسش‌نامه توسط کردنائیچ، زالی، هومن و شمس (۱۳۸۶) بومی شده است.

مرکز کنترل درونی: عبارتست از این که شخص چگونه منبع نتایج مثبت یا منفی را به خود یا دیگران نسبت می‌دهد (محمدهادی، ۱۳۷۹). کانون کنترل به سه دسته تقسیم می‌شود: ۱- کنترل درونی: بدین معنی که شخص رویداد را ناشی از رفتار خود می‌داند (آتکینسون و همکاران، ۱۳۶۹). به عبارت دیگر تقویت و تنبیه از تلاش خود او به دست می‌آید (لیبرت و اسپیلبرگر، ۱۳۷۵). ۲- کنترل بیرونی: بدین معنی که شخص، تقویت مثبت یا منفی که به دنبال رفتار خاصی آمده را معلول رفتار خود نمی‌داند. بلکه آن را نتیجه‌ی تصادف و اتفاق تلقی می‌کند (آتکینسون و همکاران، ۱۳۶۹). کانون کنترل بیرونی احساساتی بودن، نبود شناخت و غیرمنطقی بودن در برابر حوادث را به همراه دارد (کریمی، ۱۳۷۰). ۳- کنترل درونی- بیرونی: هنگامی که فرد از بُعد کنترل درونی و بیرونی وضعیت متوسط داشته باشد دارای این نوع از کنترل است. با آزمون راتر می‌توان این افراد را از سایرین متمایز کرد (آتکینسون و همکاران، ۱۳۶۹). به منظور سنجش مرکز کنترل به طور معمول از مقیاس راتر^۱ (۱۹۶۶) استفاده می‌شود. این مقیاس یک پرسش‌نامه‌ی خودسنجی، شامل ۲۹ ماده می‌باشد (نوری و سیف، ۱۳۷۴). این پرسش‌نامه برای بومی شدن توسط کردنائیچ، زالی، هومن و شمس (۱۳۸۶) تغییرات اندکی کرده است. در این تحقیق از پرسش‌نامه‌ی اخیر استفاده می‌شود.

خطرپذیری: به حالتی گفته می‌شود که فرد برای پذیرش مسئولیتی که احتمال شکست در آن وجود دارد، اعلام آمادگی می‌کند. خطر کردن ممکن است به آگاهی فرد از موضوع بستگی نداشته و حتی فرد از نتایج و پیامدهای احتمالی نیز بی‌اطلاع باشد. محققان سه دسته از عوامل را در خطرپذیری اثرگذار می‌دانند: ۱- متغیرهای شخصیتی (همانند اضطراب عمومی، اضطراب اجتماعی، اضطراب از باخت و برد) ۲- متغیرهای شناختی (همانند ادراک خطر، کفایت شخصی، سود و ضرر ادراک شده) ۳- متغیرهای موقعیتی

1 Rotter

(همانند موقعیت‌های قابل کنترل و موقعیت‌های برد و باختی، مانند حوادث زندگی، قمار، ورزش و غیره). به طور معمول به منظور سنجش خطرپذیری از آزمون هیستریچ^۱ و همکاران (۲۰۰۵) و کوغان و والچ^۲ (۱۹۶۴) استفاده می‌شود (بروک‌هاس، ۱۹۸۰). در این پژوهش از پرسش‌نامه‌ی بومی شده‌ی کردنائیچ، زالی، هومن و شمس (۱۳۸۶) استفاده شده است.

تحمل ابهام: عبارتست از پذیرفتن نبود قطعیت به‌عنوان بخشی از زندگی، توانایی ادامه‌ی حیات با دانش ناقص و تمایل به آغاز فعالیتی مستقل بدون آن‌که شخص بداند آیا موفق خواهد شد یا خیر. کوراتکو و هاجتس (۱۹۹۸) مدعی هستند کارآفرینان در شروع کار با نبود قطعیت و تغییرات مداوم روبه‌رو هستند که منجر به ابهام و فشار در تمام جنبه‌های کارآفرینی می‌شود (Kuartko & Hudgetts, 1998). در این راستا پژوهش‌ها فاستده^۳ درباره‌ی فرهنگ کشورها نشان داد سطح تحمل ابهام در جامعه‌ی ایرانی پایین بوده و به منزله‌ی آن است که جامعه تغییر را نمی‌پذیرد و تمایل به خطرپذیری ندارد. به‌طور کلی هر چه قدر در یک فرهنگ، اجتناب از ابهام کم باشد، کارآفرینی زمینه‌ی بیش‌تری برای رشد و توسعه خواهد داشت. از این‌رو یکی از دلایل این‌که یک دوازدهم دانشجویان فارغ‌التحصیل امریکایی کارآفرین می‌شوند، ریشه در فرهنگ تحمل ابهام این کشور دارد (Hofstede, 2005). به‌منظور سنجش تحمل ابهام از مقیاس سنجش تحمل ابهام بوندی (۱۹۶۲) استفاده می‌شود که این پرسش‌نامه نیز توسط کردنائیچ، زالی، هومن و شمس (۱۳۸۶) بومی شده است.

موفقیت کارآفرینانه

در پیشینه‌ی تحقیق درباره‌ی معیارهای سنجش موفقیت کارآفرینانه دیدگاه‌های متفاوتی وجود دارد. برای مثال بگلی^۴ (۱۹۸۷) رشد مالی براساس شاخص‌های فروش، نرخ بازگشت سرمایه و نسبت نقدینگی را معیار موفقیت می‌داند. کومیوز^۵ (۱۹۷۲) بقا در چند

1 Histrich

2 Kogan & Wallach

3 Hofstede

4 Begley

5 Komives

سال اول شروع کسب و کار، و هال^۱ (۱۹۸۰) به طور کلی، راه اندازی کسب و کار را شاخص موفقیت می داند. بروک هاوس^۲ (۱۹۸۰) اعتقاد دارد اگر فرد چند سال پس از شروع کسب و کار بتواند به فعالیت ادامه دهد یک کارآفرین موفق محسوب می شود. لوریان^۳ (۱۹۸۸) تعداد سال ها را ۲ سال تعیین کرده است. لیکن هورنادی^۴ (۱۹۷۱) اعتقاد دارد راه اندازی کسب و کاری که قبلاً وجود نداشته، ادامه ی آن برای مدت پنج سال و داشتن حداقل ۸ کارمند معیار موفقیت محسوب می شود. پری^۵ (۱۹۸۸) نیز افزایش درآمد شخصی و بازگشت سرمایه را معیارهای موفقیت کارآفرینانه می داند (Zwart Peter & Driessen, 2010, p: 20).

از سوی دیگر اگونیس و همکاران (۲۰۰۸)، موفقیت کارآفرینانه را با ۴ شاخص: فروش، بازگشت سرمایه، افزایش سود سالانه و درآمد شخصی اندازه گیری می کنند (Aguinis and etal, 2008, p. 129). البته گورجیوسکی و آسکلون (۲۰۰۷) مدعی هستند که بیش تر محققان برای ارزیابی موفقیت به طور معمول از ۹ معیار استفاده می کنند که سودآوری، رشد و نوآوری سه معیار اصلی و مشترک در بین همه ی آنها است (Gorgiveski and Ascalon, 2007). در همین راستا این محققان در پژوهشی که در سال ۲۰۰۶ انجام دادند از ۱۰ شاخص رشد، سودآوری، نوآوری، تعادل بین کار و زندگی، شرکت در جامعه، تصدیق اجتماعی، مطلوبیت، ماندگاری، رضایت ارباب رجوع و کارمندان، و رضایت شخصی برای سنجش موفقیت استفاده کردند (Ascalon and Gorgiveski, 2006). قمبر علی و زرافشانی نیز در سنجش موفقیت کارآفرینان روستایی که در سال ۱۳۸۷ انجام شده است از ۱۲ معیار شامل: رشد در تعداد کارکنان و فروش، تعادل کار و خانواده، نوآوری، مشارکت اجتماعی، شهرت، خدمت به جامعه، ماندگاری به مدت ۳ تا ۵ سال، رضایت مشتریان، کسب درآمد، کیفیت محصولات، پایداری به اخلاق،

1 Hull

2 Brouckhaus

3 Lorrain

4 Hornaday

5 Perry

رضایت شخصی، استفاده کرده‌اند (قمبرعلی و زرافشان، ۱۳۸۷، ص ۱۴۴).
 از سوی دیگر برخی از محققان با در نظر گرفتن ارزش‌ها و نیازهای فردی معیارهای دیگری برای سنجش موفقیت پیشنهاد کرده‌اند. برای مثال ماسو و همکاران (۲۰۰۷) معتقدند که داشتن امنیت، پیشرفت، آزادی عمل، برخورداری از کار چالشی و تعادل در زندگی و کار معیارهای موفقیت کارآفرینانه هستند (Masuo, Fong, Yanagida, 2007).
 روگوف (۲۰۰۱) موفقیت کارآفرینانه را با ارزش‌های حرفه‌ای یعنی استقلال، خودمختاری، امنیت، صلاحیت فنی و کارکردی، صلاحیت مدیریتی و کار چالشی اندازه‌گیری کرده است (Rogoff, 2001, p.368). نابی (۲۰۰۱) با ترکیب انگیزه‌های فردی و دستاوردهای عملی ناشی از کار برای سنجش موفقیت از دو بُعد باطنی شغل شامل: لذت از کار، احترام، حمایت و موفقیت خارجی شغل شامل: دستاوردهای مالی برای اندازه‌گیری موفقیت استفاده می‌کند (Nabi, 2001, p.461).

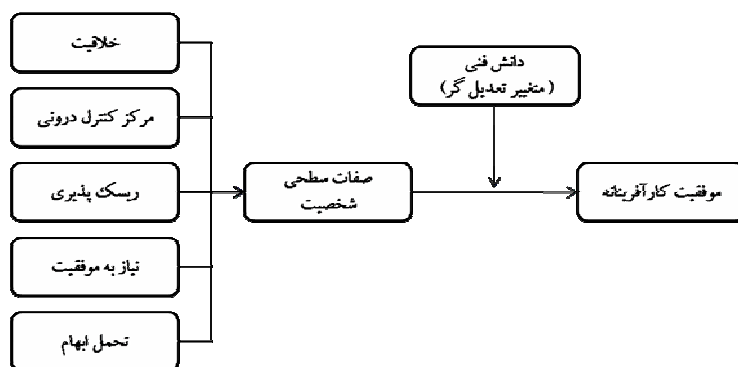
در این پژوهش با توجه به پراکندگی شخصیتی و جمعیت‌شناختی کارآفرینان مطالعه شده و با در نظر گرفتن این عامل که خود کارآفرین باید اظهار کند که معیار موفقیت چیست از ۱۰ شاخص برای سنجش موفقیت کارآفرینانه استفاده شد. این معیارها عبارتند از: سودآوری (پری: ۱۹۸۸؛ نابی: ۲۰۰۱؛ گورجیوسکی و آسکلون: ۲۰۰۷؛ آگونیس و همکاران: ۲۰۰۸) رشد (بگلی: ۱۹۸۷؛ نابی: ۲۰۰۱؛ گورجیوسکی و آسکلون: ۲۰۰۷؛ قمبرعلی و زرافشانی: ۱۳۸۷) کیفیت تولیدات (قمبرعلی و زرافشانی: ۱۳۸۷) نوآوری (گورجیوسکی و آسکلون: ۲۰۰۷؛ قمبرعلی و زرافشانی: ۱۳۸۷) بقاء و تدوین (هورنادی: ۱۹۷۱؛ کومیوز: ۱۹۷۲؛ بروک‌هاس: ۱۹۸۰؛ لوریان: ۱۹۸۸) رضایت شخصی (پری: ۱۹۸۸؛ گورجیوسکی و آسکلون: ۲۰۰۷؛ آگونیس و همکاران: ۲۰۰۸؛ قمبرعلی و زرافشانی: ۱۳۸۷) شهرت (قمبرعلی و زرافشانی: ۱۳۸۷) رضایت مشتری (گورجیوسکی و آسکلون: ۲۰۰۷) تعادل کار و خانواده (گورجیوسکی و آسکلون: ۲۰۰۷؛ قمبرعلی و زرافشانی: ۱۳۸۷، ماسو و همکاران: ۲۰۰۷) خدمت به جامعه (هورنادی: ۱۹۷۱؛ گورجیوسکی و آسکلون: ۲۰۰۷).

رابطه‌ی میان شخصیت کارآفرینان و موفقیت کارآفرینانه

رابطه‌ی میان موفقیت کارآفرینانه و ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان در پژوهش‌های

متعددی بررسی شده است. برای مثال بگلی و بوید (۱۹۸۷) رابطه‌ی موفقیت کارآفرینانه را که با شاخص‌های رشد مالی و بازگشت سرمایه اندازه‌گیری می‌شد، با صفت‌های توفیق‌طلبی، مرکز کنترل درونی، خطرپذیری و تحمل ابهام بررسی کردند (Begly & Boyd, 1987, p.83). هم‌چنین، پری، مردیت و کانینگتون (۱۹۸۸) رابطه‌ی میان صفت‌های توفیق‌طلبی و مرکز کنترل درونی با موفقیت کارآفرینانه را که با شاخص رشد مالی اندازه‌گیری شد بررسی کردند (Perry, Meredith & Gunnington, 1988, p.78). افزون بر این گولدنبرگ، لمان و مازورسکی (۱۹۹۹) رابطه‌ی میان نیاز به موفقیت، خطرپذیری و مرکز کنترل درونی را با موفقیت کارآفرینانه که با نوآوری در محصول و خدمات سنجیده می‌شد، بررسی کردند (Goldenberg, J., Lehmann, D.R., Mazursky, 1999, P.105). گفتنی است افزون بر صفت‌های شخصیتی، متغیرهای دیگری نیز بر موفقیت کارآفرینانه تاثیر دارند که از میان آن‌ها می‌توان به دانش فنی کارآفرینان اشاره کرد. هرچند درباره‌ی تاثیر این متغیر در پیشینه‌ی تحقیق نتایج مختلفی مشاهده می‌شود. در این راستا برخی مدعی هستند که دوره‌های تخصصی تاثیر چندانی بر کارآفرینی ندارد (هزار جریبی، ۱۳۸۲، ص ۱۷۱). از سوی دیگر برخی مدعی هستند آموزش با تغییر نگرش افراد و با کم کردن فرایندهای سعی و خطا موجب موفقیت کارآفرینان می‌شود (کلانتری و همکاران، ۱۳۸۳، ص ۱۸۴).

درنهایت و با عنایت به شواهد موجود در پیشینه‌ی تحقیق درباره‌ی رابطه‌ی میان صفت‌های کارآفرینان و موفقیت کارآفرینانه در این پژوهش تاثیر پنج صفت، خلاقیت، مرکز کنترل درونی، خطرپذیری، نیاز به موفقیت و تحمل ابهام بر موفقیت کارآفرینانه‌ی کارآفرینان شرکت‌های کوچک و متوسط صنایع فلزی استان خراسان رضوی بررسی می‌شود. افزون براین با توجه به ابهام موجود درباره‌ی تاثیر دانش فنی بر موفقیت کارآفرینانه، متغیر دوره‌های تخصصی به صورت متغیر تعدیل‌گر در الگوی مفهومی پژوهش منظور شده و میزان تاثیر آن بر موفقیت کارآفرینانه سنجش می‌شود. با توجه به مطالب بیان شده الگوی مفهومی تحقیق در نمودار شماره (۱) ارایه می‌شود.



نمودار ۱. الگوی مفهومی تحقیق (مستخرج از پیشینه‌ی تحقیق)

روش‌شناسی

این تحقیق از منظر اجرا، توصیفی و از نظر نتایج تحقیق کاربردی است. جامعه‌ی پژوهش نیز با توجه به تعریف دیده‌بان جهانی کارآفرینی (GEM) که "کارآفرینی را هر تلاشی برای ایجاد کسب‌وکار جدید یا راه‌اندازی یک فعالیت اقتصادی جدید، هم‌چون خوداشتغالی، سازمان و تشکیلات تجاری جدید یا توسعه‌ی کسب‌وکار موجود توسط یک فرد، گروهی از افراد یا یک بنگاه تثبیت شده" تعریف می‌کند، مالکان و مدیران فعال در صنایع فلزی استان خراسان رضوی انتخاب شده است. جدول شماره (۲) تعداد طبقات و نمونه‌ی مورد نیاز در هر طبقه را نشان می‌دهد. براساس جدول شماره (۲) صنایع فلزی این استان شامل ۴۶۴ شرکت است که در ۹ شهرک فعالیت می‌کنند. برای تعیین تعداد نمونه نیز از جدول کرجسی و مورگان و برای تعیین تعداد نمونه در هر طبقه از روش طبقه‌بندی استفاده شد. براساس جدول کرجسی و مورگان با توجه به این که ۶۱۴ کارآفرین (موسس) در این شهرک‌ها فعال هستند از این رو می‌بایست حداقل تعداد ۲۳۶ پرسش‌نامه توزیع می‌شد.

پرسش‌نامه‌ی صفت‌های کارآفرینانه، خروجی تحقیقی می‌باشد که به منظور اندازه‌گیری ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان ایرانی توسط کوردنائیچ و همکاران (۱۳۸۶) در دانشگاه

تربیت مدرس تهیه شده است. این پرسش‌نامه، از نظر نحوه‌ی اجرا در دسته‌ی آزمون‌های فردی، از نظر نوع سوال به صورت آزمون بسته‌ی پاسخ، از نظر مرجع مورد مقایسه به صورت ملاک- مرجع، از نظر ویژگی مورد اندازه‌گیری در طبقه‌ی آزمون شخصیت و از نظر چگونگی تهیه، آزمونی استاندارد شمرده می‌شود. برای سنجش موفقیت کارآفرینانه نیز از پرسش‌نامه‌ی محقق ساخته استفاده شد. این پرسش‌نامه دارای ۱۰ گویه بود که در طیف پنج‌گانه‌ی لیکرت تنظیم شده و روایی آن به شکل صوری تایید شد. پایایی پرسش‌نامه‌های تحقیق به تفکیک هر متغیر در جدول شماره (۳) ارایه شده است.

جدول ۲. جامعه و تعداد نمونه در طبقات

تعداد نمونه	درصد جامعه	تعداد	شرکت‌های فعال در صنایع فلزی خراسان رضوی
۱۷	۰/۰۷	۴۳	منطقه بینالود مشهد
۷۷	۰/۳۳	۲۰۲	منطقه طوس مشهد
۳۷	۰/۱۵	۹۵	منطقه کلات مشهد
۵	۰/۰۲	۱۴	منطقه کایان مشهد
۴۵	۰/۱۹	۱۱۶	منطقه ماشین‌سازی مشهد
۲۱	۰/۰۹	۵۵	منطقه چناران
۱۷	۰/۰۷	۴۳	منطقه نیشابور
۸	۰/۰۴	۲۲	منطقه درگز، کاشمر، سبزوار و قوچان
۹	۰/۰۴	۲۴	منطقه تایباد، فریمان، گناباد، تربت جام و تربت حیدریه
۲۳۶	۱۰۰	۶۱۴	جمع:

جدول ۳. پایایی پرسش‌نامه‌های تحقیق به تفکیک هر متغیر

آماره / متغیر	Cronbach's Alpha if Item Deleted
خطر پذیری	۰/۸۲۷
مرکز کنترل درونی	۰/۸۲۹
نیاز به موفقیت	۰/۸۲۴
خلاقیت	۰/۸۴۳
تحمل ابهام	۰/۸۳۸
موفقیت کارآفرینانه	۰/۸۱۴

گفتنی است برخی از پرسش‌نامه‌ها از طریق پست الکترونیکی و تعدادی نیز از طریق مراجعه‌ی حضوری در اختیار کارآفرینان قرار گرفت. از ۶۲ نفری که پرسش‌نامه‌ها از

طریق پست الکترونیکی برای آنان ارسال شده بود، تعداد ۲۵ نفر به آن‌ها پاسخ ندادند. از تعداد ۱۷۴ نفری که پرسش‌نامه‌ها به صورت حضوری به آنان ارایه شده بود، ۱۵ نفر پرسش‌نامه‌ها را بدون پاسخ و ۶ نفر مخدوش برگرداندند. بدین ترتیب تعداد ۱۹۰ پرسش‌نامه درست و با اطلاعات کامل به دست آمد. پاسخ‌دهندگان ۱۶۵ مرد و ۲۵ زن بودند. ۲۵ نفر مدرک دیپلم و کم‌تر، ۵۴ نفر کاردانی، ۸۷ نفر کارشناسی، ۲۱ مورد کارشناسی ارشد و ۳ نفر دکتری داشتند. ۱۱۵ نفر پاسخ دادند که دوره‌های آموزشی فنی و مرتبط و هم‌چنین ۷۵ نفر نیز گفتند که دوره‌های مدیریتی و مرتبط را طی کرده‌اند. ۴۵ نفر بین ۱ تا ۳ سال، ۷۹ نفر بین ۳ تا ۵ سال، ۴۵ نفر بین ۵ تا ۷ سال و ۲۱ نفر بیش از ۷ سال سابقه‌ی کارآفرینی داشتند.

یافته‌ها

با توجه به خود ارزیابی انجام شده، کارآفرینان مورد مطالعه به دو گروه: کارآفرینان کم‌توفیق با ۱۰۲ عضو و کارآفرینان موفق با ۸۸ عضو تقسیم شدند. کارآفرینان موفق پاسخ‌دهندگان بودند که در پاسخ به پرسش‌نامه موفقیت در مجموع هر ۱۰ گویه، امتیازی بیش از ۲۵ را کسب کردند. پس از گروه‌بندی انجام شده به منظور بررسی ارتباط میان صفت‌های شخصیتی و موفقیت کارآفرینانه از آزمون مقایسه‌ی میانگین دو جامعه استفاده شد. نتایج این آزمون که در جدول شماره (۴) ارایه شده است نشان داد در سطح اطمینان ۹۹ درصد تفاوت معناداری درباره‌ی صفت‌های شخصیتی در میان کارآفرینان کم‌توفیق و موفق وجود دارد. در ادامه به منظور پاسخ به این سؤال که هر یک از این صفت‌ها به چه میزان موفقیت کارآفرینانه را پیش‌بینی می‌کنند از رگرسیون چندگانه استفاده شد.

البته از آن‌جا که معناداری هر یک از متغیرهای مستقل مهم است به منظور پیش‌بینی تاثیر صفت‌ها بر موفقیت از تحلیل رگرسیون چندگانه و روش مرحله‌ای^۱ استفاده شد. در این روش متغیرهایی که اثر معنی‌داری بر روی متغیر ملاک (وابسته) نداشته باشند حذف و از

معادله خارج می‌شوند. حروف اختصاری به کار رفته در جدول رگرسیون عبارتند از: خطرپذیری (R)، مرکز کنترل درونی (L)، نیاز به موفقیت (N)، خلاقیت (C)، تحمل ابهام (T). نتایج جدول شماره (۵) نشان می‌دهد که با ورود هر متغیر به معادله رگرسیون میزان R تعدیل شده به صورت مرتب افزایش یافته است و پنج صفت مورد مطالعه برای پیش‌بینی میزان موفقیت پذیرفتنی هستند. افزون بر این ضریب هم‌بستگی چندگانه‌ی الگوی تحقیق برابر با ۰/۷۷۴، ضریب تبیین آن برابر با ۰/۵۹۹ و ضریب هم‌بستگی خالص الگو ۰/۵۸۸ است.

جدول ۴. بررسی تأثیر صفت شخصیتی بر موفقیت کارآفرینانه

صفت شخصیتی	موفقیت کارآفرینانه	تعداد N	میانگین M	انحراف معیار S	آزمون t	df	سطح معنی داری P
خطرپذیری	کم	۱۰۲	۵۵/۶۹	۴/۸۹	-۶/۸۷	۱۸۸	۰/۰۰۰
	زیاد	۸۸	۶۰/۳۱	۴/۲۹			
مرکز کنترل درونی	کم	۱۰۲	۵۶/۰۹	۳/۴۵	-۸/۲۶	۱۸۸	۰/۰۰۰
	زیاد	۸۸	۶۰/۲۰	۳/۴۰			
نیاز به موفقیت	کم	۱۰۲	۶۹/۰۳	۴/۲۷	-۸/۸۶	۱۸۸	۰/۰۰۰
	زیاد	۸۸	۷۴/۱۷	۳/۶۳			
خلاقیت	کم	۱۰۲	۹۰/۶۹	۶/۵۴	-۶/۰۱	۱۸۸	۰/۰۰۰
	زیاد	۸۸	۹۶/۲۴	۶/۱۳			
تحمل ابهام	کم	۱۰۲	۲۸/۳۱	۶/۵۴	-۷/۵۴	۱۸۸	۰/۰۰۰
	زیاد	۸۸	۳۲/۴۴	۶/۱۳			

جدول ۵. رگرسیون موفقیت کارآفرینانه و صفت‌های پنج‌گانه

متغیر ملاک	متغیر پیش‌بین	P	R ^۲	P تعدیل شده
موفقیت کارآفرینانه	Λ	۰/۶۵۷	۰/۴۲۱	۰/۴۲۸
	Λ,N	۰/۷۳۳	۰/۵۳۸	۰/۵۳۳
	Λ,N,X	۰/۷۵۳	۰/۵۶۷	۰/۵۶۰
	Λ,N,X,T	۰/۷۶۶	۰/۵۸۶	۰/۵۷۷
	Λ,N,X,T,P	۰/۷۷۴	۰/۵۹۹	۰/۵۸۸

جدول ۷. ضرایب رگرسیون برای صفت‌های پنج‌گانه

منبع تغییرات	ضرایب غیر استاندارد		سطح معنی‌داری
	β	خطای استاندارد	
مقدار ثابت	-۲۰/۴۷۱	۳/۴۹۴	۰/۰۰۰
مرکز کنترل درونی	۰/۳۲۱	۰/۰۶۴	۰/۰۰۰
نیاز به موفقیت	۰/۲۰۲	۰/۰۵۵	۰/۰۰۰
خلاقیت	۰/۰۸۰	۰/۰۳۷	۰/۰۳۴
تحمل ابهام	۰/۱۵۴	۰/۰۵۷	۰/۰۰۷
خطرپذیری	۰/۱۲۴	۰/۰۵۱	۰/۰۱۵

هم‌چنین براساس ضریب β که در جدول شماره (۶) ارائه شده است مرکز کنترل درونی به میزان ۰/۳۲۱، نیاز به موفقیت به میزان ۰/۲۰۲، متغیر تحمل ابهام به اندازه ۰/۱۵۴، خطرپذیری به مقدار ۰/۱۲۴ و خلاقیت به میزان ۰/۰۸۰ موفقیت کارآفرینانه را پیش‌بینی می‌کند.

جدول ۷. رابطه‌ی صفت‌ها با موفقیت کارآفرینانه با در نظر گرفتن دوره‌ی آموزشی

صفت شخصیتی	کارآفرینان موفق	تعداد N	میانگین M	انحراف معیار Σ	آزمون t	درجی آزادی $\delta\phi$	سطح معنی‌داری Π
خطرپذیری	فنی و مرتبط	۳۹	۶۰/۷۹	۴/۲۸	۰/۹۵۲	۸۶	۰/۳۴۴
	مدیریتی	۴۹	۵۹/۹۱	۴/۳۱			
مرکز کنترل درونی	فنی و مرتبط	۳۹	۶۰/۲۳	۳/۷۱	۰/۰۶۴	۸۶	۰/۹۴۴
	مدیریتی	۴۹	۶۰/۱۸	۳/۱۸			
نیاز به موفقیت	فنی و مرتبط	۳۹	۷۳/۸۷	۳/۷۸	-۰/۰۶۹	۸۶	۰/۴۹۵
	مدیریتی	۴۹	۷۴/۴۱	۳/۵۴			
خلاقیت	فنی و مرتبط	۳۹	۹۷/۰۵	۵/۷۹	۱/۱۱	۸۶	۰/۲۷
	مدیریتی	۴۹	۹۵/۵۹	۶/۳۸			
تحمل ابهام	فنی و مرتبط	۳۹	۳۲/۹۲	۴/۱۳	۱/۰۳	۸۶	۰/۳۰۷
	مدیریتی	۴۹	۳۲/۰۶	۳/۷۲			

افزون بر این از سایر اهداف این تحقیق بررسی تاثیر متغیر تعدیل‌گر دوره‌های تخصصی بر رابطه‌ی میان صفت‌ها و موفقیت کارآفرینانه بود. به‌منظور آزمون این رابطه در ابتدا دوره‌های آموزشی طی شده توسط ۸۸ کارآفرین موفق به دو دسته: ۱- دوره‌های فنی و ۲- دوره‌های مدیریتی تقسیم شد. پس از این گروه‌بندی از آزمون مقایسه‌ی میانگین دو جامعه استفاده شد. نتایج این آزمون که در جدول شماره (۷) گزارش شد، نشان داد که نوع دوره‌های فراگرفته شده‌ی قبلی تاثیری بر رابطه‌ی میان صفت‌های شخصیتی و موفقیت

کارآفرینانه ندارد.

هم چنین مقایسه‌ی میانگین موفقیت کارآفرینی زنان و مردان در سطح اطمینان ۹۹ درصد که در جدول شماره (۸) نشان داده می‌شود بیانگر این است که مردان و زنان موفق در ویژگی خلاقیت با یکدیگر متفاوت هستند و درباره‌ی سایر صفات میان آنان تفاوتی وجود ندارد.

جدول ۸. رابطه‌ی صفات با موفقیت کارآفرینانه با در نظر گرفتن جنسیت

سطح معناداری II	درجه آزادی df	آزمون t	انحراف معیاری Σ	میانگین M	تعداد N	کارآفرینان موفق	صفت شخصیتی
۰/۲۱	۸۶	۱/۲۶۴	۴/۱۵	۶۰/۵۶	۷۵	مردان	خطرپذیری
			۴/۹۹	۵۸/۹۲	۱۳	زنان	
۰/۲۴۱	۸۶	-۱/۱۸	۳/۳۲	۶۰/۰۳	۷۵	مردان	مرکز کنترل درونی
			۷/۸۹	۶۱/۲۳	۱۳	زنان	
۰/۳۱۵	۸۶	۱/۰۱۰	۳/۰۵	۷۴/۳۳	۷۵	مردان	نیاز به موفقیت
			۴/۳۲	۷۳/۲۳	۱۳	زنان	
۰/۰۰۳	۸۶	۳/۰۲۷	۵/۷۸	۹۷/۰۳	۷۵	مردان	خلاقیت
			۶/۳۶	۹۱/۶۹	۱۳	زنان	
۰/۱۹۹	۸۶	۱/۹۴۰	۳/۷۳	۳۲/۶۷	۷۵	مردان	تحمل ابهام
			۴/۷۶	۳۱/۱۵	۱۳	زنان	

بحث و نتیجه

هدف این تحقیق بررسی رابطه‌ی میان ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان شامل: خلاقیت، نیاز به موفقیت، مرکز کنترل درونی، خطرپذیری و تحمل ابهام با موفقیت کارآفرینانه بود. بررسی‌ها نشان داد میان کارآفرینان موفق و کارآفرینان کم توفیق درباره‌ی پنج ویژگی شخصیتی تفاوت معناداری وجود دارد. در واقع این صفات تبیین‌کننده‌ی علت کارآفرینی است. این یافته‌ها با نتایج پژوهش‌های رئیسی و همکاران (۱۳۸۶) هم‌سو می‌باشد. براساس یافته‌های این نویسندگان ۱۰ صفت شخصیتی بر کارآفرینی تأثیر می‌گذارند که از میان ۱۰ ویژگی بیان شده سه صفت خطرپذیری، خلاقیت و توفیق‌طلبی با یافته‌های این تحقیق مشابه است (رئیسی و همکاران، ۱۳۸۶، ص ۶۱). افزون بر این نتایج به‌دست آمده با پژوهش‌های زالی و همکاران (۱۳۸۶) که به‌منظور سنجش رفتار کارآفرینانه‌ی دانشجویان دانشگاه مازندران انجام شده است، هم‌راستا می‌باشد. در تحقیق

اینان مشخص شد که صفت‌های توفیق‌طلبی، خطرپذیری، خلاقیت، استقلال‌طلبی، عزم و اراده می‌تواند پیش‌بینی‌کننده‌ی رفتار کارآفرینانه‌ی دانشجویان باشد (زالی و همکاران، ۱۳۸۶، ص ۱۱۰).

هم‌چنین یافته‌ها نشان داد کارآفرینان مرد و زن موفق تنها در صفت خلاقیت با یک‌دیگر تفاوت دارند و در چهار ویژگی دیگر با یک‌دیگر مشابه هستند. به بیان دقیق‌تر خلاقیت مردان بیش‌تر از زنان است. در این باره پژوهش‌های جواهری و قضاتی (۱۳۸۳) نشان می‌داد که تعالیم خانواده، نظام تعلیم و تربیت، باورهای کلیشه‌ای از انتظارات نقش و مناسبت‌های حاکم بر زنان با ایجاد برچسب‌های جنسیتی موجب تضعیف حس تغییرطلبی، قدرت رهبری، تحول‌خطر و کاهش میل پیشرفت در زنان و به تبع آن عدم موفقیت کارآفرینانه‌ی آنان می‌شود (جواهری و قضاتی، ۱۳۸۳، ص ۱۷۵). لیکن این پژوهش نشان داد در میان زنان و مردان تفاوت معناداری در مورد موفقیت کارآفرینانه و صفت‌های خطرپذیری، موفقیت‌طلبی، مرکز کنترل درونی و تحمل ابهام وجود ندارد. تنها عامل متفاوت در میان زنان و مردان صفت خلاقیت است. در این راستا گلرد (۱۳۸۷) اعتقاد دارد موفقیت زنان کارآفرین ایرانی، به‌طور معمول ناشی از نوآوری در روش تولید است و زنان در ارایه‌ی محصول، بازاریابی یا روش‌های فروش خلاق نیستند در حالی که مردان به خلاقیت در هر ۴ روش توجه دارند (گلرد، ۱۳۸۷، ص ۱۹۹). هم‌چنین گلرد در تحقیقی که در سال ۱۳۸۸ در میان ۱۰۰ کارآفرین زن شرکت‌کننده در جشنواره‌ی کارآفرینی زنان انجام داد، نتیجه گرفت که مهم‌ترین دلیل توجه زنان به کارآفرینی انگیزه‌ی توفیق‌طلبی در آنان است (گلرد، ۱۳۸۸، ص ۱۴۵). البته گلرد (۱۳۸۶) در تحقیق پیشین، توفیق‌طلبی، خلاقیت، انعطاف‌پذیری، استقلال‌طلبی را به ترتیب علل توجه زنان به کارآفرینی بیان کرده بود (گلرد، ۱۳۸۶، ص ۲۸۸). در همین ارتباط آراستی و اکبری جوکار (۱۳۸۷) معتقدند داشتن ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه، الگوهای مناسب، حامیان مناسب و دسترسی به منابع مناسب مهم‌ترین عامل کارآفرینی زنان ایرانی هستند (آراستی و اکبری جوکار، ۱۳۸۷، ص ۷۳).

افزون بر این بررسی دوره‌های تخصصی طی شده که به دو گروه فنی و مدیریتی تقسیم شد، نشان داد این متغیر تأثیری بر رابطه‌ی میان صفت‌های شخصیتی و موفقیت کارآفرینانه

ندارد. هرچند درباره‌ی تأثیر این متغیر در پیشینه‌ی تحقیق نتایج مختلفی مشاهده می‌شود. در این راستا، هزار جریب در پژوهش‌های سال ۱۳۸۲ که در میان دانش‌آموختگان کارآفرین رشته‌ی مطبوعات انجام شد نشان داد، دوره‌های ضمن خدمت یا دوره‌های آموزشی کوتاه‌مدت تأثیر چندانی بر کارآفرینی ندارد. بلکه مهم‌ترین عامل انگیزه‌های فردی شامل خطرپذیری، نیاز به موفقیت و خلاقیت است (هزار جریبی، ۱۳۸۲، ص ۱۷۱) که این یافته‌ها با نتایج این تحقیق هم‌سو است. اما در تحقیق کلانتری، ربانی و هزار جریب در ۱۳۸۳ یافته‌ها نشان داد میان دوره‌های آموزشی و کارآفرینی در حوزه‌ی مطبوعات رابطه‌ی معناداری وجود دارد. این نویسندگان مدعی هستند آموزش با تغییر نگرش افراد و با کم کردن فرایندهای سعی و خطا موجب موفقیت کارآفرینان می‌شود (کلانتری و همکاران، ۱۳۸۳، ص ۱۸۴).

پیشنهادها

در انتها از آن‌جا که تأثیر پنج صفت شخصیتی در تشریح شروع و موفقیت کارآفرینانه تایید شد، پیشنهاد می‌شود محققان بعدی متغیرهای استقلال طلبی، اعتماد به نفس، نیاز به قدرت و عکس‌العمل مثبت به مشکلات را در پژوهش‌های آتی بررسی کنند. هم‌چنین با توجه به شواهد متفاوت و متناقض مشاهده شده درباره‌ی نقش دوره‌های تخصصی طی شده به‌نظر می‌رسد می‌بایست درباره‌ی تأثیر این دوره‌ها بر موفقیت کارآفرینانه پژوهش‌های بیشتری انجام شود. شاید هم پس از پارادوکس بهره‌وری این بار شاهد پارادوکس دوره‌های آموزشی طی شده باشیم.

البته از آن‌جا که در این پژوهش و در نمونه‌ی بررسی شده، نسبت زنان به مردان کم‌تر از ۱۴ درصد است از اینرو می‌بایست در تعمیم یافته‌های این تحقیق به زنان احتیاط کرد. در این راستا پیشنهاد می‌شود محققان بعدی در پژوهش‌های خود به‌صورت خاص تأثیر جنسیت بر موفقیت کارآفرینانه را بررسی کنند. از دیگر پیشنهادهایی که می‌توان برای پژوهش‌های آتی بیان کرد، مقایسه‌ی بین اهداف کارآفرینان موفق در ایران و سایر نقاط دنیا که تا به حال مورد توجه پژوهش‌گران قرار نگرفته است و جای آن در سیاست‌گذاری‌ها و تعیین اهداف اقتباس شده از غرب خالی می‌باشد.

منابع

- آتکینسون، رتیال، آتکینسون، ریچاردز و هیلگارد، ارنست. (۱۳۶۹). *زمینه روانشناسی (جلد اول)*، ترجمه محمد تقی براهنی و دیگران، تهران، انتشارات رشد.
- آراستی، زهرا، اکبری جوکار، محمدرضا. (۱۳۸۷) "استراتژیهای مدیریتی و رویکرد زنان کارآفرین ایرانی به موفقیت" *مدرس علوم انسانی*، دوره ۱۲، شماره ۱، ص ۷۷-۵۵
- احمدپور داریانی، محمود. (۱۳۸۶) *کارآفرینی (تعاریف، نظریات و الگوها)*، تهران، انتشارات پردیس ۵۷، چاپ هفتم.
- جوهری، فاطمه، قضاتی، سرور. (۱۳۸۳) "موانع کارآفرینی زنان: بررسی تاثیر نابرابری جنسیتی بر کار آفرینی زنان در ایران" *جامعه شناسی ایران*، دوره پنجم، شماره ۲، ص ۱۶۱-۱۷۸
- حاج کریمی، عباسعلی، عزیزی، شهریار و اخوان خرازیان، مریم. (۱۳۸۸). "طراحی الگوی عواکل موثر بر تجارت الکترونیکی در شرکتهای کوچک و متوسط (SEM)". *دانش و توسعه*، سال شانزدهم، شماره ۲۷، ص ۷۸-۵۱
- خانجانی، زینب، مهین، همایون و حسینی نسب، سید داود، (۱۳۸۵) "نقش عاملهای عمقی شخصیت، در استعداد و عملکرد کارآفرینی" *روانشناسی دانشگاه تبریز*، سال اول، شماره ۴، زمستان، ص ۸۹-۱۱۶
- رئییسی، پوران و همکاران. (۱۳۸۶). "رابطه ویژگیهای شخصیتی مدیران با کارآفرینی در سازمانهای بهداشتی و درمانی وابسته به دانشگاه علوم پزشکی تبریز"، *مدیریت سلامت*، دوره ۱۱، شماره ۳۳، صص ۶۲-۵۷
- زالی، محمدرضا، مدهوشی، مهرداد، کردنائیچ، اسدالله. (۱۳۸۶) "ارزیابی مشخصه‌های کارآفرینی دانشجویان (مورد مطالعه دانشجویان دانشگاه مازندران)"، *مدرس علوم انسانی*، ویژه نامه مدیریت، ص: ۸۱-۱۱۳
- سیف، علی اکبر. (۱۳۸۶). *روانشناسی پرورشی نوین*، تهران، انتشارات دوران.
- عابدی، جمال (۱۳۷۲) "خلاقیت و شیوه ای نو در اندازه گیری" *پژوهشهای روانشناختی*، دوره دوم، شماره ۱-۲

قمبر علی، رضوان و زرافشانی، کیومرث. (۱۳۸۷). "شناسایی شاخصهای موفقیت کارآفرینان روستایی با استفاده از تحلیل مقیاس بندی چند بعدی" توسعه کارآفرینی، سال اول، شماره دوم، ص ۱۳۱-۱۶۰

کریمی، یوسف (۱۳۷۰). روانشناسی شخصیت، تهران، انتشارات دانشگاه پیام نور. کردنائیچ، اسداله، زالی، محمدرضا، هومن، حیدرعلی، شمس، شهاب الدین (۱۳۸۶) /بزار سنجش ویژگی های شخصیتی کارآفرینان ایرانی، تهران، انتشارات دانشگاه تربیت مدرس، چاپ اول.

کلانتری، صمد. ربانی، رسول، هزار جریب، جعفر. (۱۳۸۳) "بررسی میزان کارآفرینی دانش آموختگان در عرصه نشریات و مطبوعات"، نامه علوم اجتماعی، شماره ۲۳، ص ۱۷۱-۱۸۹

گزارش یونیدو. (۲۰۰۳). استراتژی افزایش مشارکت موثر و رقابتی بخش صنایع کوچک و متوسط در توسعه اقتصادی و صنعتی جمهوری اسلامی ایران. گلرد، پروانه (۱۳۸۷). "بهره‌وری زنان کارآفرین" پژوهشهای بازرگانی، شماره ۴۶، ص ۱۷۹-۲۰۹

گلرد، پروانه (۱۳۸۶). "ویژگی‌ها، انگیزه‌ها و اهداف ترغیب کننده زنان ایرانی در توسعه کسب و کار" پژوهشهای بازرگانی، شماره ۴۴، ص ۲۶۵-۲۹۷

گلرد، پروانه (۱۳۸۸). "خانواده و راه کارهای توسعه‌ی کارآفرینی در زنان ایرانی" پژوهشهای زنان، دوره ۷، شماره ۲۱، ص ۱۳۱-۱۴۹

لیبرت، رابرت و اسپیلبرگر، میشل. (۱۳۷۵). شخصیت از دیدگاه رفتاری، ترجمه حسن صبوری مقدم، مشهد، انتشارات آستان قدس رضوی.

ماسن، هنری پاول. (۱۳۷۰) رشد و شخصیت کودک، ترجمه مهشید یاسایی، تهران، انتشارات مرکز.

محمد هادی، فریبرز (۱۳۷۹) بررسی رابطه کانون کنترل مدیران با گرایش آنان به عدم تمرکز در تصمیم گیری در سازمان‌های آموزشی، پایان نامه تحصیلی کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران

نوری، ولی و سیف، علی اکبر (۱۳۷۴) "روابط منبع کنترل درونی- بیرونی و الگوهای

رفتاری تیپ A و B با افکار خودکشی " پژوهشهای روانشناختی، دوره ۳، شماره ۳ و ۴. هزار جریب، جعفر. (۱۳۸۲). " توسعه کارآفرینی و دانش آموختگان " پژوهش و برنامه ریزی در آموزش عالی، شماره ۳۰، صص ۱۵۹-۱۷۴
 هومن، حیدرعلی و عسگری، علی. (۱۳۷۹) تهیه و استاندارد کردن آزمون انگیزه پیشرفت، پژوهشهای روانشناختی، دوره ۱۱، شماره ۲-۱، صص ۹ تا ۳۲

- Aguinis, H., Ansari, A., Mahfooz, Jayasingam, S., Aafaqi, R. (2008) "Perceived Entrepreneurial Success and Social Power", *Management Research: The Journal of the Iberoamerican Academy of Management*, Vol. 6 Iss: 2, pp. 121 – 137
- Begley, T.M. & Boyd, D.P. (1987). "Psychological characteristics associated with performance in entrepreneurial firms and smaller businesses". *Journal of Business Venturing*, Vol.2, No.1, pp: 79-93
- Brockhaus, R.H., (1980) " Risk Taking Propensity of Entrepreneurs", *Academy of Management Journal*, Vol.23, No.3, pp: 509-520.
- Driessen P., Martyn, Zwart S. Peter, (2010) "The role of the entrepreneur in small business success: The Entrepreneurship Scan" University of Groningen, the Netherlands. A white paper
- Goldenberg, J., Lehmann, D.R., Mazursky, D., (1999), "The Primacy of the Idea Itself as a Predictor of New Product Success", Report No. 99-110 from Marketing Science Institute.
- Gorgiveski M. J., Ascalon E. M. (2007) "Small Business Owners' Success Criteria: A values approach to personal differences." *Journal of Small Business Management*, Vol.49, No.2, pp 207-232
- Gorgiveski M.J., Ascalon E. M., (2006) "Entrepreneurial Success: What it means to different type of entrepreneurs", *European Conference on Work and Organizational Psychology*, Istanbul.
- Hisrich R. D., Peters M. P., Shepherd D. (2005), *Entrepreneurship*, MC Graw-Hill, Boston, 6th edition.
- Hisrich, R.D., Peters, M.P. (1998). *The Individual Entrepreneur in Entrepreneurship*, McGraw-Hill Publishing.
- Hofstede, G., (2005) *Cultural Dimensions*, www.geert-hofstede.com
- Kwartko, D.F., Hudgetts, R. (2001), *Entrepreneurship: A Contemporary Approach*, New York: The Dryden Press.
- Masuo, D., Fong, G., Yanagida, J., (2007), Factors Affecting Perceived Business and Family Success, *Entrepreneur's Toolbox*, June 2007, ET-5.
- McClelland, D.C., (1976), *The Achieving Society*, New York, NY, Irvington.
- Nabi, G.R., (2001), The Relationship Between HRM, Social Support and Subjective Career Success Among Men and Women, *International Journal of Manpower*, 22, pp. 457-474.
- Rogoff, E.G., M-S. Lee and D-C Suh. (2004). "Who Done It? Attributions by Entrepreneurs and Experts of the Factors that Cause and Impede Small Business Success," *Journal of Small Business Management*, Vol.42, No. 4, pp: 364-76.
- Perry, C., G.G. Meredith, H.J. Cunnington (1988), "Relationship between small business growth and personal characteristics of owner/managers in Australia", *International, Small Business Management*, Vol.26, no.2, pp: 76-79