





دانشکده تربیت بدنی

پایان نامه کارشناسی ارشد

بررسی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه در بین دانشجویان تربیت بدنی

دانشگاه های دولتی استان خراسان رضوی و سمنان

سیروس ملک‌بالا

استاد راهنما

دکتر رضا اندام

استاد مشاور

عباس سبجانی

بهمن ماه ۱۳۹۴



مدیریت تحصیلات تکمیلی

باسمه تعالی

شماره:

تاریخ:

ویرایش:

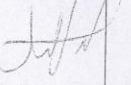
پیوست شماره ۲

دانشکده: تربیت بدنی
گروه: تربیت بدنی

پایان نامه کارشناسی ارشد آقای سیروس ملک بالا به شماره دانشجویی: ۹۲۴۰۱۹۴
تحت عنوان: بررسی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه در بین دانشجویان تربیت بدنی دانشگاه‌های دولتی
استان خراسان رضوی و سمنان

در تاریخ ۹۴/۱۱/۲۵ توسط کمیته تخصصی زیر جهت اخذ مدرک کارشناسی ارشد تربیت بدنی
مورد ارزیابی و با درجه مورد پذیرش قرار گرفت.

امضاء	اساتید مشاور	امضاء	اساتید راهنما
	نام و نام خانوادگی: عباس سبحانی		نام و نام خانوادگی: دکتر رضا اندام
	نام و نام خانوادگی:		نام و نام خانوادگی:

امضاء	نماینده تحصیلات تکمیلی	امضاء	اساتید داور
	نام و نام خانوادگی: دکتر هادی باقری		نام و نام خانوادگی: دکتر حسن بحر العلوم
			نام و نام خانوادگی: دکتر رضا حسینی نیا
			نام و نام خانوادگی:
			نام و نام خانوادگی:

تقدیم به او که بی همتاست

و بخشنده ترین معبود

برای ماست

شکر گذارم معبودم را،

که در جوهره ی وجودم انگیزه کسب علم نهاد...

چشمانم را با چشمان پر مهر سرمایه هستی ام،

مادرم

دستانم را با دستان گرم تکیه گاه همیشگی ام،

پدرم

رقم زد

که اگر این عزیزان یاریم نمی کردند، هرگز راه کسب علم بر من هموار نمی گشت.

تقدیر و تشکر

سپاس بیکران از استاد گرانقدر جناب آقای دکتر رضا اندام که

راهنمایی‌های ارزنده و هوشمندانه ایشان همواره چراغ راه من بوده و

جناب آقای عباس سبحانی که با مشاوره‌های مدبرانه مرا در انجام این مهم

یاری نمودند.

تعهد نامه

اینجانب سیروس ملک بالا دانشجوی دوره کارشناسی ارشد رشته تربیت بدنی دانشکده تربیت بدنی دانشگاه صنعتی شاهرود نویسنده پایان نامه بررسی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه دانشجویان تربیت بدنی دانشگاه‌های دولتی استان خراسان رضوی و سمنان تحت راهنمایی دکتر رضا اندام متعهد می‌شوم .

- تحقیقات در این پایان نامه توسط اینجانب انجام شده است و از صحت و اصالت برخوردار است .
- در استفاده از نتایج پژوهشهای محققان دیگر به مرجع مورد استفاده استناد شده است .
- مطالب مندرج در پایان نامه تاکنون توسط خود یا فرد دیگری برای دریافت هیچ نوع مدرک یا امتیازی در هیچ جا ارائه نشده است .
- کلیه حقوق معنوی این اثر متعلق به دانشگاه صنعتی شاهرود می‌باشد و مقالات مستخرج با نام « دانشگاه صنعتی شاهرود » و یا « Shahrood University of Technology » به چاپ خواهد رسید .
- حقوق معنوی تمام افرادی که در به دست آمدن نتایج اصلی پایان نامه تأثیرگذار بوده اند در مقالات مستخرج از پایان نامه رعایت می‌گردد.
- در کلیه مراحل انجام این پایان نامه ، در مواردی که از موجود زنده (یا بافتهای آنها) استفاده شده است ضوابط و اصول اخلاقی رعایت شده است .
- در کلیه مراحل انجام این پایان نامه، در مواردی که به حوزه اطلاعات شخصی افراد دسترسی یافته یا استفاده شده است اصل رازداری، ضوابط و اصول اخلاق انسانی رعایت شده است .

امضای دانشجو

تاریخ : ۱۳۹۴/۱۱/۲۵

چکیده

هدف این پژوهش، بررسی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه دانشجویان تربیت بدنی دانشگاه‌های دولتی استان سمنان و خراسان رضوی و مقایسه این ویژگی‌ها به تفکیک جنسیت و مقطع تحصیلی است. در این راستا، نمونه‌ای به تعداد ۳۳۹ نفر به صورت خوشه‌ای و تصادفی انتخاب شدند. ابزار مورد استفاده در این پژوهش پرسشنامه استاندارد شده «سنجش ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان» در ۸ بعد با ضریب پایایی ۰/۸۸ است، همچنین جهت اندازه‌گیری شاخص‌های پراکندگی و مرکزی از آمار توصیفی و از آمار استنباطی نظیر آزمون‌های t مستقل و t تک نمونه‌ای در سطح $(p \leq 0/05)$ ، استفاده شد. مهم‌ترین نتایج و یافته‌های این تحقیق حاکی از آن است که دانشجویان نمونه در ابعاد ریسک‌پذیری، تحمل ابهام، رویاپردازی در وضعیت قوی قرار داشته، در ابعاد کانون کنترل، نیاز به موفقیت، سلاست فکری، عمل‌گرایی، چالش‌طلبی در وضعیت ضعیف قرار دارند و در کل، روحیه کارآفرینی دانشجویان نمونه ضعیف ارزیابی شده است. همچنین این ابعاد در دانشجویان کارشناسی و کارشناسی ارشد بصورت جداگانه مورد بررسی قرار گرفت که این ابعاد در هر دو گروه اختلاف معناداری وجود داشت. میان دو گروه دانشجویان زن و مرد در ابعاد کانون کنترل، نیاز به موفقیت، سلاست فکری و تحمل ابهام و در کل بین روحیه کارآفرینی تفاوت معنادار وجود داشته، همچنین بین دانشجویان مقطع کارشناسی و کارشناسی ارشد تفاوت معناداری بین ابعاد کارآفرینی ملاحظه نگردید.

کلید واژه‌ها: کارآفرینی، ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه، فعالیت ورزشی، دانشجو

فهرست مطالب

صفحه

عنوان

فصل اول: کلیات

۱-۱- مقدمه.....	۲
۱-۲- بیان مسأله.....	۴
۱-۳- اهمیت و ضرورت تحقیق.....	۵
۱-۴- اهداف تحقیق.....	۷
۱-۴-۱- هدف کلی تحقیق.....	۷
۱-۴-۲- اهداف اختصاصی تحقیق.....	۸
۱-۵- فرضیه های تحقیق.....	۸
۱-۶- پیش فرض های تحقیق.....	۸
۱-۷- محدودیت های تحقیق.....	۸
۱-۸- تعریف واژه ها و اصطلاحات تحقیق.....	۹
۱-۹- تعریف عملیاتی واژه ها.....	۹

فصل دوم: مبانی نظری تحقیق و ادبیات پیشینه

۲-۱- مقدمه.....	۱۲
۲-۲- مبانی نظری کارآفرینی.....	۱۲
۲-۲-۱- جایگاه شخصیت در مطالعات کارآفرینی.....	۱۵

۲-۲-۲. تعریف شخصیت..... ۱۷

۳-۲-۲. مبانی و تاریخچه صفات در روانشناسی..... ۱۸

۴-۲-۲. نظریه پنج عاملی شخصیت..... ۲۷

۵-۲-۲. عوامل مدل پنج عاملی شخصیت..... ۲۹

۶-۲-۲. قصد کارآفرینانه..... ۴۴

۷-۲-۲. اهمیت قصد در فرآیند کارآفرینی..... ۴۶

۸-۲-۲. پیشایندهای قصد..... ۴۸

۹-۲-۲. مدل‌های قصد..... ۴۸

۱۰-۲-۲. تأثیرگذاری شخصیت بر قصد کارآفرینانه..... ۶۸

۳-۲. پیشینه‌های پژوهش..... ۷۰

۱-۳-۲. تحقیقات انجام شده در داخل کشور..... ۷۰

۲-۳-۲. تحقیقات انجام شده در خارج کشور..... ۷۴

۴-۲. جمع‌بندی فصل ۸۱

فصل سوم: روش شناسی

۱-۳. مقدمه ۸۴

۲-۳. روش تحقیق ۸۴

۳-۳. جامعه آماری و نمونه آماری ۸۴

- ۳-۴. ابزار گردآوری اطلاعات ۸۵
- ۳-۵. روایی و پایایی پرسشنامه ۸۶
- ۳-۶. چگونگی جمع‌آوری داده‌ها ۸۷
- ۳-۷. روش تجزیه و تحلیل داده‌ها ۸۸
- ۳-۷-۱. آمار توصیفی ۸۸
- ۳-۷-۲. آمار استنباطی ۸۹
- ۳-۸. نرم‌افزارهای مورد استفاده در پردازش داده‌ها ۸۹

فصل چهارم: داده‌های تحقیق

- ۴-۱. مقدمه ۹۲
- ۴-۲. آمار توصیفی ۹۲
- ۴-۳. توصیف کلی نظرات آزمودنی‌ها ۹۶
- ۴-۳-۱. تحلیل توصیفی دیدگاه پاسخگویان در رابطه با ریسک‌پذیری ۹۷
- ۴-۳-۲. تحلیل توصیفی دیدگاه پاسخگویان در رابطه با کانون کنترل ۹۹
- ۴-۳-۳. تحلیل توصیفی دیدگاه پاسخگویان در رابطه با نیاز به موفقیت ۱۰۰
- ۴-۳-۴. تحلیل توصیفی دیدگاه پاسخگویان در رابطه با سلاست فکری ۱۰۲
- ۴-۳-۵. تحلیل توصیفی دیدگاه پاسخگویان در رابطه با عمل‌گرایی ۱۰۳
- ۴-۳-۶. تحلیل توصیفی دیدگاه پاسخگویان در رابطه با تحمل ابهام ۱۰۴

- ۴-۳-۷. تحلیل توصیفی دیدگاه پاسخگویان در رابطه با رویاپردازی.....۱۰۵
- ۴-۳-۸. تحلیل توصیفی دیدگاه پاسخگویان در رابطه با چالش طلبی.....۱۰۶
- ۴-۳-۹. تحلیل توصیفی دیدگاه پاسخگویان در رابطه با کارآفرینی.....۱۰۷
- ۴-۴. آمار استنباطی و آزمون فرضیات تحقیق.....۱۰۷
- ۴-۴-۱. تحلیل‌های استنباطی در خصوص فرضیه اول تحقیق.....۱۰۸
- ۴-۴-۲. تحلیل‌های استنباطی در خصوص فرضیه دوم تحقیق.....۱۰۹
- ۴-۴-۳. تحلیل‌های استنباطی در خصوص فرضیه سوم تحقیق.....۱۱۱
- ۴-۴-۴. تحلیل‌های استنباطی در خصوص فرضیه چهارم تحقیق.....۱۱۲

فصل پنجم: بحث و نتیجه گیری

- ۵-۱. مقدمه۱۱۶
- ۵-۲. خلاصه تحقیق ۱۱۶
- ۵-۳. بحث و نتیجه گیری.....۱۱۹
- ۵-۴. پیشنهادات کاربردی.....۱۲۵
- ۵-۵. پیشنهادات پژوهشی.....۱۲۵
- پیوست.....۱۲۷
- منابع۱۳۵

فهرست جدول ها

عنوان	صفحه
جدول ۱-۲ صفات توصیف کننده ۱۶ عاملی نظریه کتل.....	۲۳
جدول ۲-۲ صفات توصیف کننده ابعاد نظریه آیزنک.....	۲۶
جدول ۳-۲ صفات توصیف کننده پنج عاملی کاستا و مک کری.....	۳۵
جدول ۱-۳ آزمون ارزیابی پایایی متغیرهای پژوهش.....	۸۷
جدول ۱-۴ جدول توزیع فراوانی سن.....	۹۳
جدول ۲-۴ توزیع فراوانی جنسیت.....	۹۳
جدول ۳-۴ توزیع فراوانی سابقه شغلی.....	۹۴
جدول ۴-۴ جدول توزیع فراوانی تحصیلات.....	۹۴
جدول ۵-۴ جدول توزیع فراوانی وضعیت مهارتی.....	۹۵
جدول ۶-۴ جدول توزیع فراوانی سابقه راه اندازی کسب و کار.....	۹۵
جدول ۷-۴ جدول توزیع فراوانی تمایل جهت راه اندازی کسب و کار.....	۹۶
جدول ۸-۴ جدول نرم های چهار مقوله ای خصیصه ها.....	۹۷
جدول ۹-۴ جدول توزیع فراوانی نسبی پاسخ آزمودنی ها به سوالات ریسک پذیری.....	۹۸

- جدول ۴-۱۰ جدول شاخص‌های توصیفی امتیاز ریسک‌پذیری..... ۹۹
- جدول ۴-۱۱ جدول توزیع فراوانی نسبی پاسخ آزمودنی‌ها به سوالات کانون کنترل..... ۹۹
- جدول ۴-۱۲ جدول شاخص‌های توصیفی امتیاز کانون کنترل..... ۱۰۰
- جدول ۴-۱۳ جدول توزیع فراوانی نسبی پاسخ آزمودنی‌ها به سوالات نیاز به موفقیت..... ۱۰۱
- جدول ۴-۱۴ جدول شاخص‌های توصیفی امتیاز نیاز به موفقیت..... ۱۰۱
- جدول ۴-۱۵ جدول توزیع فراوانی نسبی پاسخ آزمودنی‌ها به سوالات سلاست فکری..... ۱۰۲
- جدول ۴-۱۶ جدول شاخص‌های توصیفی امتیاز سلاست فکری..... ۱۰۳
- جدول ۴-۱۷ جدول توزیع فراوانی نسبی پاسخ آزمودنی‌ها به سوالات عمل‌گرایی..... ۱۰۳
- جدول ۴-۱۸ جدول شاخص‌های توصیفی امتیاز عمل‌گرایی..... ۱۰۴
- جدول ۴-۱۹ جدول توزیع فراوانی نسبی پاسخ آزمودنی‌ها به سوالات تحمل ابهام..... ۱۰۴
- جدول ۴-۲۰ جدول شاخص‌های توصیفی امتیاز تحمل ابهام..... ۱۰۵
- جدول ۴-۲۱ جدول توزیع فراوانی نسبی پاسخ آزمودنی‌ها به سوالات رویاپردازی..... ۱۰۵
- جدول ۴-۲۲ جدول شاخص‌های توصیفی امتیاز رویاپردازی..... ۱۰۶
- جدول ۴-۲۳ جدول توزیع فراوانی نسبی پاسخ آزمودنی‌ها به سوالات چالش طلبی..... ۱۰۶
- جدول ۴-۲۴ جدول شاخص‌های توصیفی امتیاز چالش طلبی..... ۱۰۷

جدول ۴-۲۵	شاخص‌های توصیفی امتیاز کارآفرینی.....	۱۰۷
جدول ۴-۲۶	امتیاز کارآفرینی بین دانشجویان کارشناسی.....	۱۰۸
جدول ۴-۲۷	امتیاز ابعاد کارآفرینی بین دانشجویان کارشناسی.....	۱۰۹
جدول ۴-۲۸	امتیاز کارآفرینی بین دانشجویان کارشناسی ارشد.....	۱۱۰
جدول ۴-۲۹	امتیاز ابعاد کارآفرینی بین دانشجویان کارشناسی ارشد.....	۱۱۰
جدول ۴-۳۰	مقایسه امتیاز کارآفرینی دانشجویان به تفکیک جنسیت.....	۱۱۱
جدول ۴-۳۱	مقایسه امتیاز ابعاد کارآفرینی دانشجویان به تفکیک جنسیت.....	۱۱۱
جدول ۴-۳۲	مقایسه امتیاز کارآفرینی دانشجویان به تفکیک مقطع تحصیلی.....	۱۱۳
جدول ۴-۳۳	مقایسه امتیاز ابعاد کارآفرینی دانشجویان به تفکیک مقطع تحصیلی.....	۱۱۳

فهرست اشکال

عنوان	صفحه
شکل ۱-۲ اجزای فرآیند کارآفرینی.....	۱۳

فصل اول

طرح تحقیق

۱-۱. مقدمه

در جهان امروز، تفکر نوآوری و کارآفرینی و استفاده از آن در سازمان‌ها، اجتناب ناپذیر است. همان‌طور که تولد و مرگ سازمان‌ها به بینش، بصیرت و توانایی‌های مؤسسان بستگی دارد، رشد و بقای آن‌ها نیز به عواملی همچون توانایی، خلاقیت و نوآوری منابع انسانی آن‌ها وابسته است. اگر برنامه ریزان، تصمیم گیرندگان و کارکنان سازمان کارآفرین باشند، فرصت‌های اقتصادی را بهتر درک کرده و قادرند از منابع موجود به منظور نوآوری استفاده بیشتری ببرند، در نتیجه سریع‌تر رشد کنند و در صحنه رقابت بیشتر دوام آورند. بنابراین به منظور تحقق این امر باید فعالیتهای کارآفرینانه را در سازمان‌ها ترویج داد و روحیه کارآفرینی را در تصمیم گیرندگان و کارکنان سازمان پرورش و در نهایت محیطی کارآفرینانه را در سازمان حاکم ساخت (هادیزاده، ۱۳۸۴).

علوم ورزشی به عنوان یک رشته علمی با تحقیقات علمی مطرح شده، زیرشاخه‌هایی نیز دارد. با در نظر گرفتن گرایش‌های متعدد می‌توان گفت ورزش نیز در میان حوزه میان رشته ای در جهان مطرح شده است؛ بنابراین علوم ورزشی از دستاوردهای سایر علوم و معارف اسلامی که به نحوی با ورزش ارتباط دارند، بهره‌مند می‌شوند و کاربرد آن‌ها را در زمینه‌های آموزشی و پژوهشی مورد مطالعه قرار می‌دهد (اسماعیلی، ۱۳۸۷). با توجه به ابعاد گسترده علوم ورزشی می‌توان آن را در زمره سریع‌ترین بخش‌های رشد و مرتبط با بخش‌های اصلی، اجتماعی و سیاسی در جهان مطرح کرد. دستاوردها و فرصت‌های شغلی در خیل عظیمی از رویدادهای ورزشی وجود دارد به عبارتی افزایش فرآیندهای کارآفرینی در ورزش و رویدادها، در حال ایجاد تنوعی از فرصت‌های شغلی جدید است (دانشگاه جیمز کوک استرالیا، ۲۰۰۹)

ورزش از طریق ایجاد تقاضا برای خدمات و کالاهای ورزشی و ایجاد جذابیت برای اجتماعات، زمینه لازم برای توسعه کارآفرینی را فراهم می‌کند. برای توسعه کارآفرینی در بخش ورزش باید عوامل زمینه‌ای و ساختاری موثر در توسعه ورزش شناسایی شود و بر اساس هدف‌هایی که در ابعاد گوناگون کارآفرینی

ورزشی وجود دارد، برای ایجاد ساختارها و زمینه‌های موثر در توسعه کارآفرینی ورزشی باید برنامه ریزی کرد (یداللهی، ۱۳۸۷).

در دهه‌های اخیر توجه به کارآفرینی و آموزش آن در آموزش عالی اهمیت یافته است، هدف از آموزش کارآفرینی این است که دانشجویان خلاق شوند و مهارت‌های لازم مانند مهارت مدیریت و بازاریابی را کسب کنند (احمد پورداریانی، ۱۳۸۲).

افراد کارآفرین و کسانی که از ویژگی‌های کارآفرینانه بهره‌مندند، می‌توانند در مسیر تحولات حرفه‌ای سریع عمل کنند، مسیر دگرگونی‌ها را شناسایی کرده و نسبت به نیازهای جدید آگاهی یابند و در راستای ایجاد مشاغل جدید نقش آفرین باشند، بر این اساس لازم است که دانشجویان به گونه‌ای پرورش یابند که ویژگی‌های کارآفرینانه در آن‌ها رشد کند (گیپ، ۲۰۰۰).

از نقش کارآفرینی به عنوان موتور حرکت توسعه اقتصادی یاد می‌شود. کار آفرینی در واقع عامل اصلی ایجاد خلاقیت و نوآوری است. اکثر کشورهای توسعه یافته، در حال انتقال از حالت اداری یا دیوان سالاری به وضعیت کار آفرینی هستند. تحقیقات نشان می‌دهد که کارآفرینان به ویژه در ایجاد واحدهای اقتصادی کوچک و متوسط که منجر به اشتغال‌زایی بالایی می‌شوند نقش کلیدی دارند. (احمدپور داریانی، ۱۳۸۰)

صاحب‌نظران علم مدیریت نیز ویژگی‌های شخصیت را عامل اثرگذار در موفقیت تلقی نموده و آن را در کنار عوامل محیطی مورد توجه قرار داده‌اند. آنان بر این باورند که دانشجویان باید دارای دو ویژگی مهم باشند: یکی ساخت تخصصی که به معنای داشتن دانش و تخصصی کافی است و دیگری ساخت شخصیتی است که به معنای داشتن ویژگی‌های خاص شخصیتی مانند: اعتماد به نفس، ریسک‌پذیری، کانون کنترل و... می‌باشد (دیگمان ۲۰۰۲).

ویژگی‌های کارآفرینان طیف گسترده‌ای را شامل می‌شود. نویسندگان ویژگی‌های مختلفی را برای کارآفرینان شناسایی کرده‌اند؛ از جمله این ویژگی‌ها حالت‌های ذهنی مثبت، نیاز به موفقیت، اعتماد به نفس، تمایل به ریسک‌پذیری، خلاقیت و نوآوری و ... است. (احمد پور داریانی و مقیمی ۱۳۸۵)

برهمن اساس، امروزه مطالعه ی کارآفرینی به یکی از عمومی ترین حوزه های پژوهشی در مطالعات مدیریت تبدیل شده است. از این رو اغراق آمیز نخواهد بود اگر بگوییم کارآفرینی در دهه‌های اخیر یکی از موضوعات مهم مطرح در جامعه، آموزش و پژوهش‌های علمی بوده است (حق شناس وهمکاران ۱۳۸۸).

۱-۲. بیان مسئله

در اقتصاد رقابتی و مبتنی بر بازار دنیای کنونی، که با تحولات و تغییرات سریع و شتابان محیط بین‌المللی و گذر از جامعه صنعتی به جامعه اطلاعاتی و تغییر اقتصاد ملی به اقتصاد جهانی همراه است، از کارآفرینی به عنوان « موتور توسعه اقتصادی » یاد می‌شود که می‌تواند در رشد و توسعه اقتصادی کشورها که منجر به افزایش بهره‌وری، ایجاد اشتغال و رفاه اجتماعی می‌شود نقش مهمی را ایفا نماید. (پورداریانی ۱۳۷۹)

ورزش یکی از عوامل بسیار مهم و اساسی در تأمین سلامت و نشاط جامعه و افزایش بهره‌وری ملی است و توجه به فعالیت‌های ورزشی در جوامع پیشرفته نقش بسزایی در رونق اقتصادی دارد (سازمان تربیت بدنی، ۱۳۸۴).

امروزه کارآفرینان ورزشی منبعی برای تسریع رشد کسب و کار و موفقیت محسوب می‌شوند و در سراسر جهان نقش با اهمیتی در ایجاد ارزش و فرصت‌های شغلی در کشورهای توسعه یافته و روبه توسعه دارند (پنگ، ۲۰۰۱).

از نظر اسلام کارآفرین فرد تلاش‌گری است که بتواند با اتکا به خداوند از حداکثر توانایی‌های جسمی، مادی و تخصصی خود برای کسب منافع حلال در جامعه‌ای که زندگی می‌کند استفاده کند. یک کارآفرین

می‌کوشد تا با قدرت، خلاقیت، ابتکار، تصمیم‌گیری بجای، تکیه بر وجدان کاری و انضباط، اطلاعات شغلی خود را همواره توسعه داده و محیط کاری خود را به یک محیط کاری بهره‌ور، پویا، شاداب و خدایسندانه تبدیل کند (مقیمی، ۱۳۸۴، ص ۳۱).

نزدیک به یک دهه از طرح جدی موضوع کارآفرینی در محافل علمی و اجرایی کشورمان می‌گذرد و در سند چشم‌انداز توسعه اقتصادی-اجتماعی جمهوری اسلامی ایران نیز توجه ویژه‌ای به این مقوله مهم شده است، اما علی‌رغم تلاش‌های ارزشمندی که در جهت بسط مبانی نظری کارآفرینی در متون فارسی توسط اندیشمندان و محققان داخلی صورت گرفته، به نظر می‌رسد هنوز مفاهیم اولیه و مبنایی در این حوزه به خوبی مورد واکاوی و تبیین قرار نگرفته است. (مقیمی، ۱۳۸۷).

با توجه به موارد ذکر شده و اهمیت بی‌بدیل کارآفرینی، نقش و شخصیت کارآفرینانه افراد در سازمان‌ها و بخش‌های مختلف از جمله بخش تربیت بدنی و ورزش، مهم می‌باشد، لذا شناسایی و بررسی ویژگی‌هایی که باعث افزایش دانش کارآفرینی در افراد شود مهم بنظر می‌رسد، بنابراین این تحقیق قصد دارد ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه دانشجویان تربیت بدنی را بررسی کند و به سؤال زیر پاسخ دهد:

دانشجویان تربیت بدنی از لحاظ ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه در چه وضعیتی قرار دارند؟

۱-۳. اهمیت و ضرورت تحقیق

در آغاز هزاره سوم به دلیل عدم برنامه‌ریزی در سطح کلان روز به روز فاصله بین کشورهای جهان سوم با جهان صنعتی فزونی می‌یابد و در آینده این خطر وجود دارد که جهان سوم زبان علمی جهان پیشرفته و صنعتی را درک نکند. اکنون کشورهای جهان سوم با مشکلات بسیاری دست و پنجه نرم می‌کنند و یکی از مشکلات آن‌ها مساله اشتغال است (فقیه، ۱۳۸۲؛ به نقل از عزیزی، ۱۳۸۶).

شواهد نشان می‌دهد علت توسعه صنعتی کشورهایی همچون ژاپن، آمریکا و آلمان کارآفرینی است. کارآفرینی به عنوان راه‌حل کلیدی برای رفع مساله بیکاری مطرح شده است. کارآفرینی بخش‌های

گسترده‌ای از جامعه را تحت تاثیر قرار می‌دهد. دامنه تاثیر کارآفرینی بر جامعه بسیار وسیع است، از تغییر در ارزش‌های اجتماعی تا رشد شتابان اقتصادی. برخی از تأثیرات ذکر شده را می‌توان شامل:

- ایجاد ثروت
- اشتغال‌زایی
- ایجاد و توسعه فناوری
- ترغیب و تشویق سرمایه‌گذاری
- شناخت، ایجاد و گسترش بازارهای جدید
- و افزایش رفاه دانست (سالازار، ۲۰۰۴؛ ترجمه نطق، ۱۳۸۳).

در حال حاضر که اقتصاد کشور ما گرفتار نارسایی‌ها، کمبودها و سوء مدیریت‌هایی است که منجر به وضعیت ناهنجار بیکاری، کمبود تولید ناخالص داخلی، کاهش قدرت سرمایه‌گذاری دولت، ضعف در صادرات غیرنفتی و بیماری‌هایی از این قبیل شده است نیم نگاهی به وضعیت جهانی اقتصاد، ما را به سوی این باور می‌کشانند که رشد کارآفرینی و فرهنگ کارآفرینانه به شرطی که هنرمندانه با فرهنگ، امکانات، توانایی‌ها و سلیقه ایرانی آمیخته شود تنها راه بهبود بیماری امروز اقتصاد کشور و پیشگیری از وخامت حال فردا است (رستمی، ۱۳۸۶).

همان‌طور که می‌دانیم در بین دانش‌آموختگان آموزش عالی، فارغ‌التحصیلان رشته‌های علوم انسانی درصد بالایی را به خود اختصاص می‌دهند و طبیعی است که بیکاری در بین این قشر بیشتر است. رشته تربیت‌بدنی نیز یکی از زیر مجموعه‌های علوم انسانی است اما به نظر می‌رسد که فارغ‌التحصیلان این رشته با توجه به ماهیت رشته و گذراندن دروس نظری و عملی به طور همزمان در طول تحصیل قادر باشند حتی در دوره دانشجویی هم از طریق عضویت در باشگاه‌ها، مربیگری رشته‌های مختلف ورزشی و ... درآمد کسب کنند.

باتوجه به اهمیت ونقش کارآفرینی در توسعه اقتصادی کشور، انجام پژوهش‌های تجربی از ابعاد گوناگون در زمینه کارآفرینی، یک ضرورت است (انصاری و سلمانی زاده، ۱۳۸۷).

علی‌رغم ریشه‌دار بودن فرهنگ کارآفرینی در فرهنگ ملی و نظام کسب و کار سنتی ایران متأسفانه هنوز موضوع کارآفرینی و اهمیت آن در خط مشی‌های سیاسی و اجرائی دولت انعکاس مناسبی نیافته است. برنامه تحصیلی اکثر دانشگاه‌ها هنوز به تربیت دانشجویان در جهت مشاغل حرفه‌ای نظیر استخدام گرایش دارند و به ندرت فرصت‌های توسعه قابلیت‌های شروع کسب و کار برای خود اشتغالی را مورد توجه قرار داده‌اند (احمدی، ۱۳۸۵).

با در نظر گرفتن اهمیت کارآفرینی در زمینه اشتغال‌زایی و تأثیر تربیتی آموزش عالی بر کارآفرینی دانشجویان و همچنین با توجه به مشکلات اقتصادی زیادی که کشور ما با آن مواجه است و دست یاری از هر سویی می‌طلبد، ترویج و اشاعه مفهوم کارآفرینی، بستر سازی برای فرهنگ سازی حمایتی کارآفرینی و مهم‌تر از همه تربیت افراد (به ویژه افراد تحصیل کرده) از جمله کارهای بسیار مهم است. افراد کارآفرین برای تمامی جوامع به خصوص برای جوامع در حال توسعه‌ای مانند ایران از اهمیت حیاتی برخوردار است. در راستای آنچه ذکر شد، در این پژوهش چگونگی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه در دانشجویان تربیت بدنی بررسی می‌شود، به این منظور که مشخص گردد دانشجویان نمونه آماری تا چه اندازه از روحیه کارآفرینی و ابعاد مشتمل بر آن مانند: توفیق طلبی، کانون کنترل درونی، خطرپذیری، تحمل ابهام، سلاست فکری، رویا پردازی، عمل گرایی و چالش طلبی بهره‌مند هستند. شناسایی ویژگی‌های ذکر شده می‌تواند به درک بهتر چگونگی روحیه کارآفرینی در دانشجویان کمک نماید و ضرورت تقویت این ابعاد را بر حسب نیاز احتمالی تبیین کند.

۴-۱. اهداف تحقیق

۴-۱-۱. هدف کلی

هدف کلی از انجام این تحقیق، بررسی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه در دانشجویان تربیت بدنی دانشگاه‌های دولتی استان خراسان رضوی و سمنان است.

۱-۴-۲. اهداف اختصاصی

- ۱- توصیف ویژگی‌های کارآفرینانه در دانشجویان مقطع کارشناسی.
- ۲- توصیف ویژگی‌های کارآفرینانه در دانشجویان مقطع کارشناسی ارشد.
- ۳- مقایسه ویژگی‌های کارآفرینانه در بین دانشجویان دختر و پسر.
- ۴- مقایسه ویژگی‌های کارآفرینانه در بین دانشجویان کارشناسی و کارشناسی ارشد.

۱-۵. فرضیه های تحقیق

- ۱- بین ویژگی‌های کارآفرینانه در دانشجویان مقطع کارشناسی تربیت بدنی تفاوت معناداری وجود دارد.
- ۲- بین ویژگی‌های کارآفرینانه در دانشجویان مقطع کارشناسی ارشد تربیت بدنی تفاوت معناداری وجود دارد.
- ۳- بین ویژگی‌های کارآفرینانه در دانشجویان دختر و پسر تفاوت معناداری وجود دارد.
- ۴- بین ویژگی‌های کارآفرینانه در دانشجویان مقطع کارشناسی و کارشناسی ارشد تفاوت معناداری وجود دارد.

۱-۶. پیش فرض‌های تحقیق

- ۱- نمونه‌های تحقیق با علم، آگاهی و صداقت به همه سوالات پاسخ داده‌اند.
- ۲- مجموعه سوالات تحقیق توانسته است به خوبی اهداف تحقیق را تبیین نماید و این امر توسط نمونه‌ها قابل درک بوده است.

۱-۷. محدودیت‌های تحقیق

- دسترسی دشوار به نمونه آماری.
 - عدم همکاری مناسب نمونه آماری در تکمیل پرسشنامه‌ها.
 - تاثیرگذاری خستگی نمونه آماری بر روند تکمیل پرسشنامه‌ها.
 - از دو مقطع کارشناسی و کارشناسی ارشد استفاده شد.
- تمام محدودیت‌های ذکر شده خارج از کنترل می‌باشد.

۸-۱. تعریف واژه‌ها و اصطلاحات تحقیق

۱-۸-۱. تعریف مفهومی واژه‌ها

کارآفرینی: عملی نوآورانه مبتنی بر درک و یافتن فرصت از یک محیط ناشناس. (دیوید جانسون ۲۰۰۱)

کارآفرین: کسی است که بتواند از عهده‌ی تشخیص فرصت‌های شغلی جدید کسب و کار برآمده یا ایده‌های جدید درآمدزا، همراه با تدابیر و روش‌های کاربردی لازم برای خوداشتغالی ارائه دهد، همچنین از عهده واگذاری ایده به دیگران یا تاسیس یک بنگاه اقتصادی کوچک برآید (گرامی‌نژاد، ۱۳۸۵).

قصد کارآفرینانه: یعنی تمایل به راه‌اندازی کسب و کار جدید در آینده‌ای نزدیک است (بدالهی و همکاران، ۱۳۸۹).

شخصیت: شخصیت مجموعه‌ای از صفات و رفتارهایی است که فرد را توصیف می‌کند. شخصیت در طی زمان از تعامل عوامل وراثتی و محیطی شکل می‌گیرد (رضاییان، ۱۳۸۴).

۲-۸-۱. تعریف عملیاتی واژه‌ها

کارآفرینی: کارآفرینی فرآیند یا مفهومی است که در طی آن فرد کارآفرین با ایده‌های نو، خلاق و شناسایی فرصت‌های جدید با بسیج منابع، به ایجاد کسب و شرکت‌های نو، سازمان‌های جدید و نوآور

مبادرت می ورزد. این امر توأم با پذیرش خطرات است ولی اغلب منجر به معرفی محصول یا ارائه خدمات به جامعه می شود.

کارآفرین: فردی است که با صرف زمان و انرژی لازم، منابع، نیروی کار، مواد اولیه و سایر دارایی ها را به گونه ای هماهنگ می سازد که ارزش آن ها و یا محصولات حاصل از آن ها نسبت به حالت اولیه اش افزایش یابد.

قصد کارآفرینانه: تمایل درونی فرد به کارآفرینی و عدم ترس از شکست و درک فرصت های جدید می باشد.

شخصیت: شخصیت به همه خصلتها و ویژگیهایی اطلاق می شود که معرف رفتار یک شخص است.

فصل دوم

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

در دهه‌های گذشته، توجه به کارآفرینی افزایشی دوچندان داشته، پژوهش در زمینه کارآفرینی رشد کرده و کارآفرینی به عنوان راه‌حلی برای مسائلی مانند بیکاری و رکود اقتصادی، جایگاهی مهم در مباحث اقتصادی و سیاسی یافته است. این فصل از پژوهش به مرور مبانی نظری و همچنین پیشینه پژوهش در حوزه بررسی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه دانشجویان تربیت بدنی اختصاص دارد. در این فصل ابتدا به بررسی مبانی نظری پرداخته می‌شود، پس از آن، شرح تفصیلی مدل‌های عوامل شخصیتی ارائه شده است و در انتها عوامل شخصیتی بر قصد کارآفرینانه و هر یک از ابعاد آن‌ها ارائه شده است. در پایان این فصل به پیشینه پژوهش در قالب تحقیقات انجام گرفته در داخل و خارج از کشور پرداخته می‌شود.

۲-۲. مبانی نظری کارآفرینی

کارآفرین عامل کلیدی در فرآیند کارآفرینی است. فرای^۱، کارآفرینی را فرآیندی می‌داند که از عناصر مختلفی تشکیل شده است که مهم‌ترین آن‌ها عبارت‌اند از: ۱- کارآفرین، ۲- فرصت، ۳- ساختار، ۴- منابع ۵- استراتژی و برنامه کسب و کار (شکل ۱-۲)



شکل ۱-۲. اجزای فرآیند کارآفرینی

در این میان، کارآفرین یعنی فردی که به صورت آگاهانه تصمیم می‌گیرد کسب و کار مخاطره‌آمیز جدید را شروع کند به عنوان کلی‌ترین جزء فرآیند کارآفرینی مطرح شده است (احمدپور داریانی و مقیمی، ۱۳۸۷).

همچنین یکی از زمینه‌های اصلی در مطالعاتی که در مورد کارآفرینی انجام گرفته، این است که تصمیم برای کارآفرین شدن، تصادفی نیست. در واقع، فعالیت کسب و کار یک شرکت جدیدی، اغلب به عنوان

بخشی از استراتژی زندگی شخصی کارآفرین توسعه می‌یابد و تا حد زیادی به وسیله ویژگی‌های شخصیتی کارآفرین توصیف می‌شود (لیتونن^۲، ۲۰۰۰). بدین ترتیب ویژگی‌های شخصیتی افراد به‌عنوان عاملی تعیین‌کننده در قصد و تمایل آن‌ها به راه‌اندازی کسب‌وکاری جدید مطرح می‌شود.

در متون نظری و پیشینه تحقیق این نکته مطرح شده است که برخی خصوصیات روان‌شناختی وجود دارد که در کارآفرینان مشترک است (شینر^۳، ۲۰۰۹) و این خود هدفی برای برخی تحقیقات بوده است. در سیر تبیین مفهوم کارآفرینی، ویژگی‌ها، کارکردها و فعالیت‌های متنوعی به فرد کارآفرین نسبت داده شده است. در همین راستا، همراه با پررنگ‌شدن نقش کارآفرینان در توسعه اقتصادی، روان‌شناسان با هدف ارائه نظریه‌های مبتنی بر ویژگی‌های روان‌شناختی و همچنین با تفاوت قائل شدن بین کارآفرینان و مدیران و غیر کارآفرینان، به بررسی ویژگی‌های روان‌شناختی کارآفرینان پرداخته‌اند. این دسته از محققین با تمرکز بر رویکرد ویژگی‌ها^۴، ویژگی‌های متعددی را به کارآفرینان نسبت داده‌اند. برخی از پرتکرارترین ویژگی‌های مشترکی که در این رویکرد به کارآفرینان نسبت داده شده عبارت است از: توفیق طلبی، کانون کنترل درونی، تمایل به پذیرش مخاطرات معتدل، تحمل ابهام، استقلال طلبی، پرانرژی، با انگیزه و متعهد، از دیگر موضوعاتی که در چارچوب رویکرد ویژگی‌ها بدان پرداخته شده، می‌توان به تفاوت‌های کارآفرینان با غیر کارآفرینان و نیز انواع کارآفرینان اشاره کرد (احمدپور داریانی، ۱۳۸۶). همچنین به دلیل اهمیت روح کارآفرینانه در موفقیت بنگاه‌ها در آینده، مطالعات مرتبط با خصوصیات شخصیت کارآفرینانه از اهمیت روزافزونی برخوردار است. از طرفی به منظور مواجهه با چالش‌های رقابت جهانی در آینده

2. Litunen

3. Scheiner

4. Trait approach

کارآفرینی باید در رگ‌های سازمان‌ها تزریق شود، البته کارمندانی که دارای شخصیت کارآفرینانه هستند، باید این کار را انجام دهند (وانگ^۵، ۱۹۹۰).

۲-۱. جایگاه شخصیت در مطالعات کارآفرینی

همان‌گونه که اشاره شد ماهیت پیچیده کارآفرینی موجب برخی مشکلات در تعریف جامع واژه کارآفرینی شده که این موضوع جستجو برای یافتن نیمرخ معرف شخصیتی کارآفرینانه را پیچیده کرده است (دج^۶، ۲۰۰۷). مرور متون نظری و پیشینه تحقیق در زمینه پژوهش‌های کارآفرینی، بازتاب‌کننده این ماهیت پیچیده است. برای سال‌ها محققان برای به دست آوردن شواهدی مبنی بر یکتایی یک کارآفرین تلاش کردند. تحقیقات کارآفرینی که به‌وسیله محققانی از رشته‌های علمی مختلف هدایت شده است، چشم‌اندازهای متنوعی در تعریف کارآفرینان ارائه کرده است. محققانی از رشته‌های روان‌شناسی، اقتصاد، کسب و کار و جامعه‌شناسی و مدیریت و ... درباره کارآفرینی تحقیق کرده‌اند. اما نکته مشهود در چنین تحقیقاتی این است که صرف نظر از زمینه محققانی که به مطالعه کارآفرینی پرداخته‌اند، توافق بر این که شخصیت عاملی کلیدی در فهم کارآفرینی است، وجود دارد (دوبرانسکی، فاسیسکا^۷، ۲۰۰۲).

بررسی متون نظری و پیشینه تحقیق نشان‌دهنده این است که خصوصیات شخصیتی کارآفرینان به شکل گسترده‌ای مورد مطالعه قرار گرفته است. تعدادی از محققان از مطالعه شخصیت کارآفرینانه حمایت کرده و اشاره می‌کنند که شخصیت کارآفرینان می‌تواند تأثیر زیادی بر کسب و کارهایی که آن‌ها تأسیس می‌کنند، داشته باشد. برخی محققان نتیجه گرفته‌اند که تنها تعداد کمی خصوصیت اصلی باعث تمایل فرد به کارآفرینی هستند. در مقابل، محققان دیگر بحث می‌کنند که انواع مختلفی از کارآفرینان وجود دارند که هر نوع، فهرست مجزایی از خصوصیات را دارا می‌باشند (دوبرانسکی - فاسیسکا، ۲۰۰۲).

5. Wag

6. Dej

7. Dobransky - Fasiska

همان‌گونه که اشاره شد تعاریف رایج، کارآفرینان را بازیگرانی فعال که در زمینه‌ای گسترده از عوامل سازمانی، اجتماعی، محیطی و حتی فرهنگی قرارگرفته‌اند، شناسایی کرده‌اند. از چشم‌انداز روان‌شناختی، کارآفرینان به‌عنوان افرادی فعال که در فرآیندهای کارآفرینانه درگیر می‌شوند، توصیف شده‌اند. رفتارهای خاصی به‌عنوان خصوصیات این فرآیند کارآفرینانه شناسایی شده‌اند: اول، کارآفرینان تمایل دارند کسب و کار شخصی خودشان را ایجاد کنند. آن‌ها فعالانه محیطشان را رصد کرده و به دنبال فرصت‌های جدید می‌گردند. بنابراین با توجه به اهمیت شخص کارآفرین در فرآیند کارآفرینی، عجیب نیست که پیش‌بینی موفقیت کارآفرینانه براساس خصوصیات کارآفرین، یکی از قدیمی‌ترین مشارکت‌های روان‌شناسان در متون نظری کارآفرینی است. تا قبل از معرفی مفهوم «نیاز به موفقیت» به‌عنوان یکی از خصوصیات اصلی کارآفرینان، رویکرد شخصیتی یکی از قدیم‌ترین و البته بحث‌برانگیزترین رویکردها در زمینه تحقیقات کارآفرینی بود. این موضوع به دلیل ناسازگاری زیاد در یافته‌های تحقیقات بود. برخی شواهد در زمینه ارتباط بین ویژگی‌های شخصیتی، ایجاد کسب‌وکار و عملکرد وجود داشت ولی هنوز نیمرخ شخصیتی روشنی که کارآفرینان را از غیر کارآفرینان متمایز کند، شناسایی نشده بود (دج، ۲۰۰۷).

اما همان‌گونه که در بخش رویکرد روان‌شناختی به کارآفرینی اشاره شد محققان پس از انجام مطالعات فراوان در زمینه ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان، به نتایجی دست یافتند. نگاهی عمیق به نتایج این تحقیقات نشان می‌دهد نیمرخ شخصیتی کارآفرینان با دیگر گروه‌های جمعیتی و شغلی در عواملی مانند تمایل به ریسک‌پذیری، جهت‌گیری کانون کنترل، و توفیق‌طلبی متفاوت است. علاوه بر این انبوهی از مطالعات، خصوصیاتمانند نیاز به موفقیت، نیاز به قدرت، میل به مسئولیت‌طلبی را به کارآفرینان نسبت داده‌اند (شینر^۸، ۲۰۰۹).

البته باید این موضوع را مدنظر داشت که این تعداد زیاد خصوصیات شناسایی شده که حتی وقتی با یکدیگر مقایسه می‌شوند، دارای ثبات نیز هستند، مانعی عمده در پیدا کردن یک فهم مشترک از کارآفرین و در نتیجه، یک تعریف مشترک از واژه کارآفرین می‌شوند. بنابراین تمرکز صرف بر ویژگی‌ها برای توصیف کارآفرین، در ایجاد دانش مشترک بی‌فایده است (گارتنر^۹، ۱۹۸۸ و کارسرود، اولم و ادی^{۱۰}، ۱۹۸۵).

۲-۲-۲. تعریف شخصیت

عدم توافق روان‌شناسان درباره ماهیت شخصیت و کارآمدترین روش مطالعه آن، به اختلاف نظرهای زیادی درباره خود واژه شخصیت و تعریف آن انجامیده است. تا جایی که گوردون آلپورت^{۱۱} در یکی از کتاب‌های خود، ۵۰ تعریف از شخصیت را ارائه کرده است به نظر می‌رسد دلیل اینکه تعاریف و نظریات گوناگونی درباره شخصیت توسط روان‌شناسان ابراز شده این است که آن‌ها درباره ماهیت انسان اتفاق نظر نداشته و هر یک شخصیت را از دید خودش می‌بیند (شولتز^{۱۲}، ۱۳۸۶).

باین حال برخی از محققان با جمع‌بندی تعاریف صورت گرفته توسط روان‌شناسان، دست به ارائه تعریف از شخصیت زده‌اند. به‌طور کلی می‌توان گفت شخصیت مجموعه‌ای از صفات و رفتارهایی است که فرد را توصیف می‌کند. شخصیت در طی زمان از تعامل عوامل وراثتی و محیطی شکل می‌گیرد (رضاییان، ۱۳۸۴).

شولتز (۱۳۸۶) معتقد است شخصیت هر فردی بی‌همتا است. یعنی گذشته از شباهت‌هایی که بین مردم و جود دارد، هر کسی از ویژگی‌های منحصر به فردی برخوردار است که او را از دیگران متمایز می‌کند. بدین

9. Gartner

10. Garsrud, Olm & eddy

11. Alport

12. Feist & Feist

ترتیب در زندگی روزمره، شخصیت را به عنوان مجموعه ویژگی‌های پایدار و بی‌همتایی در نظر می‌گیریم که البته ممکن است در پاسخ به موقعیت‌های مختلف تغییر کند.

فایست (۱۳۸۴) در کتاب «نظریه‌های شخصیت» عنوان می‌کند شخصیت عبارت است از الگوی نسبتاً پایدار صفات، گرایش‌ها یا ویژگی‌هایی که تا اندازه‌ای به رفتار افراد دوام می‌بخشد. به‌طور اختصاصی‌تر شخصیت از صفات یا گرایش‌هایی تشکیل می‌شود که به تفاوت‌های فردی در رفتار، ثبات رفتار در طول زمان و تداوم رفتار در موقعیت‌های گوناگون می‌انجامد. این صفات می‌توانند منحصربه‌فرد باشند، در برخی گروه‌ها مشترک باشند یا کل اعضای گونه در آن سهیم باشند ولی الگوهای آن‌ها در هر فرد تفاوت دارد، هر کسی با اینکه به طریقی شبیه دیگران است، شخصیت منحصربه‌فردی دارد.

همچنین به نظر مک شین و ون گلینو^{۱۳} (۲۰۰۸)، شخصیت اشاره دارد به الگوی رفتاری نسبتاً پایدار و حالات درونی همسان که تمایلات رفتاری یک شخص را توضیح می‌دهد. شخصیت دارای هر دو عنصر درونی و بیرونی است. ویژگی‌های بیرونی، رفتارهای قابل‌مشاهده‌ای هستند که ما برای شناخت شخصیت یک فرد به آن‌ها استناد می‌کنیم. حالات درونی نشان‌دهنده افکار، ارزش‌ها و خصوصیات ژنتیک هستند که ما از رفتارهای قابل مشاهده استنباط می‌کنیم.

۲-۲-۳. مبانی و تاریخچه روان‌شناسی صفات

نظریه صفات، یکی از نظریه‌های رایج در روان‌شناسی شخصیت است. روان‌شناسی صفات به‌طور عمده در دهه‌های ۱۹۴۰ تا ۱۹۷۰ و با کارهای آلپورت، کتل^{۱۴} و آیزنک^{۱۵} رسمیت یافت. شاید متمایزترین ویژگی

13. McShane & Von Glinow

14. Cattle

15. Eysenck

نظریه صفات، تأکید آن بر صفتهایی است که شخصیت فرد را تشکیل می‌دهد. در نظریه صفات بر این نکته تأکید شده که شخصیت هر فرد را می‌توان با توجه به صفات او توصیف کرد (شجاعی، ۱۳۸۸).

در گذار تاریخی گسترش این رویکرد به شخصیت، عوامل زیرساخت شخصیت را صفت^{۱۶} یا نشانه نامیده‌اند. ما صفات را به افراد نسبت می‌دهیم. این ویژگی‌ها در هر فرهنگی متنوع است و در فرهنگ‌های متفاوت، خزانه واژگانی که برای توصیف ویژگی‌های فردی به کار برده می‌شوند، اشتراک‌هایی با یکدیگر دارند. چنین توصیف‌هایی را نه تنها می‌توان در محاوره روزمره افراد، بلکه در عملکردها، رفتارها و حتی شرایط آزمایشی نیز ردیابی کرد (حق‌شناس، ۱۳۸۸).

شاید چنین برداشت‌های عامه‌پسند، در راستای توصیف شخصیت افراد بود که باعث شد برخی روان‌شناسان نظریه صفات شخصیت را پایه‌ریزی کنند که در ادامه به نظریات برخی از آن‌ها اشاره خواهد شد.

نظریه آلپورت

آلپورت، یکی از اولین نظریه‌پردازان شخصیت است که با به کارگیری مفهوم صفت، به تبیین شخصیت پرداخته است. او صفات را به عنوان پیش‌آمدگی‌هایی که برای پاسخ‌دهی به شیوه‌ای مشابه یا یکسان به انواع مختلفی از محرک‌ها داده می‌شود، تعریف کرد. صفات شیوه‌های پایدار و باثبات واکنش نسبت به جنبه‌های محرک در محیط ماست. آلپورت ویژگی‌های صفات را به صورت زیر خلاصه کرد:

۱- صفات‌های شخصیت، واقعی هستند. آن‌ها صرفاً سازه‌ها یا برچسب‌های نظری نیستند که رفتارهای معینی را تبیین کنند؛ بلکه آن‌ها در درون هر شخص وجود دارند.

۲- صفات‌ها تعیین‌کننده یا علت رفتار هستند و مسیر آن را هدایت می‌کنند. صفات‌ها تنها در پاسخ به محرک‌های مناسب به‌وجود نمی‌آیند. آن‌ها ما را به جستجوی بعضی محرک‌ها هدایت می‌کنند و برای به‌وجود آوردن رفتار با محیط تعامل می‌کنند. بنابراین تمامی رفتارهای ماتحت تأثیر صفات و ویژگی‌های شخصیتی ما شکل می‌گیرند.

۳- صفات‌ها را می‌توان به‌طور تجربی به نمایش گذاشت. از آنجایی‌که صفات‌ها واقعی هستند، باید امکان اثبات وجود و ماهیت آن‌ها وجود داشته باشد. هرچند صفات‌ها را نمی‌توان دید اما با مشاهده رفتار یک فرد در طول زمان، می‌توانیم شواهدی از وجود صفات‌ها را در هماهنگی و ثبات پاسخ‌های وی به محرک‌های یکسان یا مشابه استنباط کنیم.

۴- صفات‌ها کاملاً از یکدیگر جدا نیستند، بلکه جدایی آن‌ها نسبی است. صفات‌ها ممکن است با یکدیگر همپوشی داشته باشند. اگرچه صفات‌ها ویژگی‌های مختلفی را نشان می‌دهند، اما اغلب باهم همبستگی بالایی دارند. به‌طور مثال، پرخاشگری و خصومت، صفات‌های جداگانه‌ای هستند اما درعین‌حال تا اندازه زیادی با یکدیگر ارتباط دارند. آن‌ها غالباً به‌طور همزمان در رفتار یک شخص دیده می‌شوند.

۵- صفات‌ها برحسب موقعیت تغییر می‌کنند. آن‌ها غالباً در یک موقعیت خاص برانگیخته می‌شوند؛ همه محرک‌ها از نظر اثربخشی باهم معادل نیستند. بنابراین، افراد در موقعیت‌های مختلف به گونه‌های متفاوتی عمل می‌کنند. به‌عنوان مثال، یک شخص ممکن است صفت دقت زیاد را در یک نوع موقعیت و صفت بی‌نظمی را در یک نوع موقعیت دیگر نشان دهد (شولتز، ۱۳۸۶).

آلپورت در کارهای خود ضمن تأکید بر مفهوم کلی صفت، همواره مراقب بود صفات مشترک را از صفات فردی که آن‌ها را آمادگی‌های شخصی^{۱۷} نامید، متمایز کند. صفات مشترک^{۱۸} ویژگی‌های عمومی هستند که تعداد زیادی از افراد در آن سهیم‌اند. صفات مشترک وسیله‌ای را در اختیار می‌گذارند که به کمک آن می‌توان به خصوصیات و ویژگی‌های شخصیتی افراد فرهنگ خاصی پی برد. درحالی‌که صفات فردی یا آنچه که آلپورت از آن به آمادگی‌های شخصی تعبیر نموده، وسیله‌ای را در اختیار می‌گذارد که می‌توان به کمک آن، خصوصیات و ویژگی‌های فرد خاصی را بررسی کرد.

وی به کمک هنری اودبرت^{۱۹} برای مشخص کردن صفات شخصیت، تقریباً ۱۸۰۰۰ کلمه توصیفی را از فرهنگ لغت وبستر^{۲۰} استخراج نمود که در حدود یک چهارم آن‌ها ویژگی‌های شخصیت را توصیف می‌کرد. برخی از این اصطلاحات که معمولاً صفات نامیده می‌شوند، ویژگی‌های نسبتاً پایداری مانند «معاشرتی» یا «درون‌گرا» را توصیف می‌کردند. از نظر آلپورت، همه صفات در یک فرد به یک اندازه نیست؛ بلکه برخی مسلط‌تر و بامعناتر یا نیرومندتر از صفات دیگر می‌باشد. شخصیت و رفتار هر فرد بر اساس صفت‌هایی که فراگیر و مسلط‌تر است، تعیین می‌شود (فیست و فیست، ۱۳۸۴).

نظریه کتل

پس از آلپورت، روان‌شناسان دیگری ازجمله کتل به بررسی شخصیت از طریق صفات پرداختند. از نظر کتل، صفت‌ها گرایش‌های واکنشی نسبتاً پایدار یک شخص هستند و واحدهای بنیادی ساختار شخصیت فرد را تشکیل می‌دهند. تنها از طریق داشتن دانش جامعی از صفت‌های یک فرد می‌توان پیش‌بینی کرد

17. Personal dispositions

18. Common traits

19. Henry Odber

20. Webster's Distionary

که او در یک موقعیت معین چگونه عمل خواهد کرد. بدین ترتیب، شخصیت یک فرد را می‌توان به‌صورت الگویی از صفات در نظر گرفت.

کتل برخلاف آلپورت اعتقاد ندارد که صفات در درون هر شخص، وجود واقعی دارند. او آن‌ها را سازه‌های فرضی یا تخیلی می‌داند که از مشاهده عینی رفتار آشکار شخص استنباط می‌شود. اما این طرز تلقی، از اهمیت صفات در نظریه کتل نمی‌کاهد. صفات عناصر اصلی شخصیت هستند و برای تلقی، از اهمیت صفات در نظریه کتل نمی‌کاهد، صفات عناصر اصلی شخصیت هستند و برای هرگونه کوششی به‌منظور پیش‌بینی رفتار بسیار اهمیت دارند.

پس از حدود دو دهه پژوهش‌های تحلیلی عاملی، کتل شانزده صفت عمیقی یا اساسی را مشخص کرد که به نظر او قطعه‌های ساختمانی شخصیت را تشکیل می‌دهند. این عوامل، شاید بیشتر از همه در شکلی که غالباً به کار می‌روند، شناخته‌شده‌اند؛ یعنی در یک آزمون عینی شخصیت که به پرسشنامه شانزده عاملی شخصیت معروف است.

صفت‌های فهرست شده در جدول ۱-۲، به شکل دو مقوله‌ای یا دوقطبی هستند. بنابراین، نمره کم در مورد یک عامل خاص، مشخص‌کننده وجود بعضی ویژگی‌هاست، درست همان‌طوری که یک نمره زیاد مشخص‌کننده ویژگی‌های دیگر است.

جدول ۱-۲. صفات توصیف کننده ۱۶ عاملی نظریه کتل

علایم اختصاری	نام عامل	امتیاز پایین	امتیاز بالا
A	گرمی	خوددار، گسسته، انتقادی، کناره گیر، خشک	بجوش، خونگرم، سهل گیر، شرکت کننده
B	استدلال	کم هوش، تفکر عینی	باهوش، تفکر انتزاعی
C	ثبات هیجانی	تأثیر احساس ها، بی ثباتی هیجانی، تغییر پذیر	ثبات هیجانی، پخته، آرام
E	سلطه	متواضع، ملایم، سر به راه، انطباقی	جسور و پرخاشگر، کله شق، رقابت طلب
F	سرزندگی	متین، کم سخن، جدی	سرزنده، بروشور، مشتاق
G	هشیاری به قواعد	بی پروا، خودخواه، فرصت طلب	باوجدان، باثبات، اخلاقی نگر، موقر، وظیفه شناس
H	جسارت اجتماعی	خجول، ترسو، حساس به تهدید	حادثه جو، لاقید، واجد جسارت اجتماعی، مقاوم
I	حساسیت	بی احساس، به خود متکی واقع نگر	احساساتی، وابسته، حساس
L	مراقبت	اعتماد کننده، خوش گمان،	بدگمان، شکاک، محتاط

	پذیرا		
M	انتزاع یافتگی	اهل عمل، واقع بین، چاره اندیش	خیال باف، رویایی، فراموش کار
N	مخفی کار	رک، روراست، صریح، بی ریا، ساده	زیرک، مخفی کار، محتاط، پرده - پوش
O	دلواپسی	به خود مطمئن، آرام، از خود رضای	بیم ناک، نامطمئن، نگران، ناراحت
Q ₁	آماده برای تغییر	محافظه کار، سنتی	آزمایشگر، آماده برای تغییر، تجربه گرا
Q ₂	خود اتکایی	وابسته به گروه، تابع، پیروی کننده	خوداتکا و کاردان، فردگرا
Q ₃	کمال طلبی	بی نظم، بی دقت، منعطف، بی قید	کمال طلب، مرتب، منضبط، خوددار
Q ₄	تنش	آرام، خونسرد، شکیا	نگران، ناکام، عصبی

منبع: شولتز (۱۳۸۶)

چهار عامل q از تحلیل عامل های دیگر به دست آمده اند. کتل همچنین عامل یابی سطح دوم، سوم و چهارم را نیز که در آن گروه هایی از عوامل و صفات تحلیل عاملی شده بودند، انجام داد. در نتیجه، چهار عامل سطح دوم ترکیبی به دست آمد. دو ترکیب اصلی سطح دوم، اضطراب و برون گرایی / درون گرایی هستند.

توجه به این که این عوامل در نظام کتل دقیقاً چه معنایی دارند، بسیار مهم است. آن‌ها عناصر تشکیل دهنده، عناصر یا واحدهای بنیادی شخصیت هستند؛ به همان صورتی که اتم‌ها واحدهای بنیادی جهان مادی هستند. کتل معتقد است که ما بدون توانایی در تعریف ماهیت این قطعه‌های اساسی شخصیت بر اساس اصطلاح‌های دقیق ریاضی نمی‌توانیم قوانینی را درباره شخصیت ایجاد کرده و آن‌ها را به طور کامل درک کنیم (شولتز، ۱۳۸۶).

نظریه آیزنک^{۲۱}

کتل تنها روان‌شناسی نیست که تحلیل عاملی را برای تحقیق در ماهیت شخصیت به‌کاربرده است. روان‌شناس دیگری به نام آیزنک نیز پژوهش‌های گسترده‌ای در نظریه و اندازه‌گیری شخصیت انجام داده است.

آیزنک با کتل در این نکته توافق نظر دارد که شخصیت مرکب از صفات یا عوامل است و اینکه این عامل‌ها، سازه‌های نظری ناشی از همبستگی متقابل میان تعداد زیادی از پاسخ‌ها هستند. او همچنین معتقد است که صفات غالباً برای تشکیل چیزی که او سنخ یا تیپ می‌نامد با یکدیگر همبستگی دارند. حاصل مطالعات آیزنک نظریه شخصیت بسیار با نفوذی است که بر پایه سه بعد قرار دارد. این ابعاد ترکیباتی از صفات یا عوامل هستند که عبارت‌اند از: برون‌گرایی در برابر درون‌گرایی E ، بی‌ثباتی هیجانی در برابر ثبات هیجانی (N) و روان‌پریش خویی^{۲۲} در برابر کنترل تکانه^{۲۳} یا کارکرد فرامن (P)، صفات شخصیتی مرتبط با هر بعد در جدول (۲-۲) ارائه شده است.

21. Isenk

22 Psychoticism

23 Impulse control

وجود صفات ستون اول در یک فرد نشان‌دهنده برون‌گرایی، ستون دوم نشان‌دهنده بی‌ثباتی هیجانی و ستون سوم نشان‌دهنده روان‌پریش خویی آن فرد است.

جدول ۲-۲. صفات توصیف‌کننده ابعاد نظریه آیزنک

برون‌گرایی / درون‌گرایی	بی‌ثباتی هیجانی / ثبات هیجانی	روان‌پریش خویی کنترل‌تکانه
مردم‌آمیز	مضطرب	پرخاشگر
سرزنده	افسرده	سرد
فعال	احساس گناه	خودمحور
جسور	عزت‌نفس کم	غیرشخصی
هیجان‌خواه	تنیده	تکانشی
بی‌خیال	نامعقول	جامعه‌ستیز
سلطه‌گر	خجالتی	خلاق
خطر‌جو	دمدمی	واقع‌بین

منبع: شولتز (۱۳۸۶)

پژوهشگران معاصر شخصیت، از هر دو نظریه کتل و آیزنک ابراز نارضایتی کرده‌اند و معتقدند نظریه آیزنک بسیار ساده بوده و ابعاد کمی دارند، درحالی‌که نظریه کتل بسیار پیچیده بوده و عوامل بسیار زیادی دارد. تلاش‌های انجام‌شده برای تکرار پژوهش کتل به‌طورمعمول بیش از پنج عامل تولید نکرده‌اند و پژوهشگرانی که تحقیقات مستلزمی درباره شخصیت انجام داده‌اند به نتیجه‌گیری مشابهی رسیده‌اند، یعنی اینکه شخصیت از پنج عامل عمده تشکیل می‌شود (شولتز، ۱۳۸۶). این پنج عامل عمده، در نظریه پنج عاملی شخصیت معرفی شده‌اند که در ادامه به تشریح آن‌ها خواهیم پرداخت.

۲-۲-۴. نظریه پنج عاملی شخصیت^{۲۴}

یکی از اهداف اصلی طبقه‌بندی‌های علمی، تعریف دامنه‌های فراگیر است که در آن تعداد زیادی از نمونه‌های خاص می‌توانند به طریقی ساده شده فهمیده شوند. در روان‌شناسی شخصیت، یک طبقه‌بندی یکپارچه به محققان اجازه می‌دهد به مطالعه دامنه‌های معین خصوصیات شخصیتی بپردازند به‌جای اینکه به‌صورت جداگانه، هزاران مشخصه خاص که انسان را منحصر به فرد و یکتا می‌کند را آزمایش کنند. بعد از ده‌ها سال تحقیق، محققان بر روی یک طبقه‌بندی کلی ویژگی‌های شخصیت یعنی پنج ویژگی بزرگ شخصیتی توافق کرده‌اند. طبقه‌بندی پنج ویژگی بزرگ شخصیت عملکرد جامعی دارد زیرا می‌تواند سیستم‌های متنوع و متضاد توصیف شخصیت را در یک چارچوب مشترک نمایش دهد.

نامی که برای این طبقه‌بندی انتخاب‌شده به معنای بزرگ بودن ذاتی این پنج ویژگی نیست بلکه برای تأکید بر این است که هر کدام از این عوامل به‌شدت گسترده هستند. ساختار پنج ویژگی بزرگ شخصیتی به این معنا نیست که تفاوت‌های شخصیتی می‌تواند به تنها پنج ویژگی کاهش یابد بلکه این ابعاد، شخصیت را در پنج سطح گسترده نشان می‌دهد. هر بعد، تعداد زیادی از خصوصیات شخصیتی مجزا و خیلی خاص را خلاصه می‌کند (کریک^{۲۵}، ۲۰۰۸).

نظریه پنج عاملی شخصیت که به «پنج عامل بزرگ شخصیت^{۲۶}» نیز معروف است، پس از یک برنامه تحقیق گسترده، از سوی دو روان‌شناس ساکن ایالات‌متحده به نام پائول کاستا و رابرت مک‌کری در اواخر دهه ۱۹۸۰ میلادی ارائه شد و در اوایل دهه ۱۹۹۰ مورد ارزیابی مجدد قرار گرفت. مدل پنج عاملی، ویژگی‌های شخصیت را نشان می‌دهد و محصول چهار دهه تلاش و کوشش علمی در این زمینه است (حق‌شناس، ۱۳۸۸).

24. The Five- Factor Theory of Personality

25. Kerrick

26. Big Five Personality

یکی از ارائه‌دهندگان این مدل (مک‌کری، ۲۰۰۹) با استناد به استفاده روزافزون از این مدل در مطالعات مربوط به شخصیت (در قالب ارجاعات و استنادات)، چنین ادعا کرده است:

شکی نیست که مدل پنج عاملی ویژگی‌های شخصیت امروزه پارادایم غالب در مطالعات شخصیت بوده و یکی از با نفوذترین مدل‌ها در علم روان‌شناسی است^{۲۷} (ص ۱۴۸).

پنج عامل این مدل اغلب اشاره دارد به پنج عامل بزرگ شخصیت که عبارت‌اند از: بی‌ثباتی هیجانی (با عصبیت)، برون‌گرایی، انعطاف‌پذیری (یا باز بودن به تجربه)، توافق (یا دلپذیری) و باوجدانی (یا وجدانی بودن). اگرچه این اصطلاحات عموماً پنج عامل را توصیف می‌کنند، هر عامل همچنین می‌تواند در انتهای یک پیوستار که یک بُعد شخصیت را می‌سازد، جای گیرد. بنابراین طبق این مدل، ابعاد شخصیت عبارت‌اند از: بی‌ثباتی هیجانی در مقابل ثبات هیجانی، برون‌گرایی در مقابل درون‌گرایی، انعطاف‌پذیری در مقابل عدم انعطاف‌پذیری و توافق در مقابل هم‌سستیزی و باوجدانی در مقابل عدم وجدان (بریس‌لین و لو^{۲۸}، ۲۰۰۶).

باوجود کمبود منطق نظری برای سبب‌شناسی ویژگی‌های شناسایی‌شده در مدل پنج عاملی، اجماع کافی و شواهد تجربی در حمایت از معرفی مدل پنج عاملی به‌عنوان ابعاد جامع شخصیت وجود دارد. بنابراین بسیاری از محققان شخصیت، بر مزایای روان‌سنجی طبقه‌بندی پنج عاملی که توسط کاستا و مک‌کری ارائه‌شده توافق داشته و اغلب نتیجه گرفته‌اند مدل پنج عاملی جامع است. درواقع می‌توان اظهار داشت مدل پنج عاملی تفاوت‌های فردی که به الگوهای پایدار رفتاری اشاره داشته و از یکدیگر مستقل هستند را مفهوم‌سازی کرده است (چامورو- پریموزیک و فورنهام^{۲۹}، ۲۰۰۵). همچنین پنج عامل این مدل از طریق انواع فنون ارزیابی از جمله پرسشنامه‌های خودسنجی، آزمون‌های عینی و گزارش‌های مشاهده‌گران

27. Antagonism

28. Brislin & Lo

29. Chamorro- Premuzie & Funham

تأیید شده‌اند (شولتز ، ۱۳۹۰). شاهدی دیگر بر نیرومندی مدل پنج عاملی شخصیت در ارائه تصویری جامع و فراگیر از شخصیت انسان‌ها، ثبات مشاهده شده این پنج عامل در فرهنگ‌های مختلف است و پنج عامل اصلی این مدل در فرهنگ‌های شرقی و غربی مشاهده شده‌اند، به گونه‌ای که مک‌کری و کاست خاطر نشان کرده‌اند که به نظر می‌رسد پنج عامل اصلی و صفات آن‌ها بیانگر «ساختار مشترک شخصیت انسان» هستند که از تفاوت‌های فرهنگی فراتر می‌روند (مک‌کری و کاست، ۱۹۹۷).

۲-۲-۵. عوامل مدل پنج عاملی شخصیت

همان‌گونه که اشاره شد مدل پنج عاملی شخصیت دربردارنده پنج عامل بزرگ شخصیت است که عبارت‌اند از: بی‌ثباتی هیجانی، برون‌گرایی، انعطاف‌پذیری، توافق و باوجدانی. در ادامه به معرفی و تشریح بیشتر هر یک از این عوامل می‌پردازیم.

بی‌ثباتی هیجانی

اولین عامل شخصیتی عمده، بی‌ثباتی هیجانی است. بی‌ثباتی را می‌توان به عنوان تمایل به تجربه هیجانات منفی خصوصاً اضطراب، افسردگی و خشم توصیف کرد (بوساتو و همکاران^{۳۰}، ۲۰۰۰). بی‌ثباتی هیجانی یکی از عواملی است که به صورت گسترده مفهوم‌سازی شده است. این عامل افرادی را توصیف می‌کند که بارها به وسیله هیجانات منفی نظیر نگرانی و ناامنی آشفته می‌شوند. از نظر هیجانی آن‌ها ناپایدار بوده و به آسانی برانگیخته می‌شوند (کلونینگر^{۳۱}، ۲۰۰۴).

گذشته از مشکلات در روابط و تعهدات افراد دارای بی‌ثباتی هیجانی بالا، عزت‌نفس کمتری را نیز تجربه می‌کنند (کاستا، مک‌کری و دای^{۳۲}، ۱۹۹۱). نتایج یک مطالعه نشان می‌دهد بزرگسالانی که امتیاز

30. Busato et al

31. Cloninger

32. Dye

بالا تری در بی‌ثباتی هیجانی به دست می‌آورند، گزارش کرده‌اند که رویدادهای ناخوشایندی در رابطه با خانواده و دوستان، فراغت و مسائل مالی برایشان رخ می‌دهد که می‌تواند توضیح دهد چرا وضع روانی آن‌ها منفی است (کلونینگر، ۲۰۰۴). همچنین افراد عصبی را می‌توان به وسیله تمایل‌شان به تجربه اضطراب در مقابل شخصیت‌های نوعاً آرام و دارای ثبات هیجانی توصیف کرد (چامورو پریموزیک و فورنهام، ۲۰۰۵).

در مقابل بی‌ثباتی هیجانی، قطب دیگر این عامل یعنی ثبات جود دارد که با به دست آوردن امتیاز پایین در این عامل مشخص شده و معمولاً ثبات هیجانی یا کنترل هیجانی نامیده می‌شود. افرادی که امتیاز پایینی در بی‌ثباتی هیجانی به دست می‌آورند، نسبت به افرادی که در این عامل امتیاز بالایی کسب می‌کنند، خوشحال‌تر بوده و از زندگی‌شان رضایت بیشتری دارند (کلونینگر، ۲۰۰۴).

با وجود اینکه بیماران روانی به‌طور سنتی به‌عنوان افرادی عصبی که در این بعد نمره بالایی کسب می‌کنند، تشخیص داده می‌شوند ولی بسیاری از کسانی که نمرات‌شان بالاست، هیچ اختلال روانی ندارند. درواقع چنین می‌توان گفت که بی‌ثباتی هیجانی بعدی از شخصیت است که در افراد درجات مختلفی دارد (مک-کری و کاستا، ۱۳۸۱).

برون‌گرایی

دومین عامل شخصیتی عمده، برون‌گرایی است. این عامل اشاره دارد به فعالیت زیاد، تجربه هیجانات مثبت، قاطعیت و تمایل به رفتار اجتماعی (بوستاتو و همکاران، ۲۰۰۰). برون‌گرایی اصطلاحی بسیار آشناست و شامل تفاوت‌هایی در اولویت دادن به تعاملات اجتماعی و فعالیت‌های نشاط‌انگیز است (مک-کری و کاستا، ۱۳۸۱).

برون‌گرایی به عنوان یک بعد شخصیتی مهم، به شکلی آشکار، بسیاری از رفتارهای اجتماعی را پیش‌بینی می‌کند. افراد برون‌گرا سوابق تعاملات اجتماعی‌شان را نگه داشته و نسبت به درون‌گراها با افراد بیشتری تعامل دارند. همچنین آن‌ها کنترل و صمیمیت بیشتری در این تعاملات دارند. از طرفی همتایان برون‌گراها آنان را افرادی دوستانه، شوخ‌طبع، مهربان و پرچانه می‌دانند (بارت و پیتروموناکو^{۳۳}، ۱۹۹۷). تعجب‌آور نیست که افرادی که در برون‌گرایی نمره بالایی می‌آورند نسبت به درون‌گراها سریع‌تر رابطه دوستی برقرار می‌کنند. برون‌گراها اغلب خوشحال به نظر می‌آیند و این نشان می‌دهد تجربه هیجانات مثبت مشخصه اصلی برون‌گرایی است (کلونینگر، ۲۰۰۴). برعکس، برون‌گرایی پایین (درون‌گرایی) به وسیله الگوهای رفتاری نسبتاً ساکت، خوددار و گوشه‌گیر توصیف می‌شود (چامورو- پریموزیک و فورنهام، ۲۰۰۵).

انعطاف‌پذیری

سومین عامل که انعطاف‌پذیری نامیده می‌شود، نمایانگر تمایل فرد به درگیر شدن در فعالیت‌های ذهنی و تجربه احساسات و دیدگاه‌های جدید است (بوساتو و دیگران، ۲۰۰۰). همچنین این عامل اشاره دارد به خلاقیت، هوش یا فرهنگ. به طور کلی، انعطاف‌پذیری با کنجکاوی ذهنی، حساسیت زیبایی‌شناختی، تخیل روشن، انعطاف‌پذیری رفتاری و نگرش‌های مبتکرانه مرتبط است. افراد انعطاف‌پذیر تمایل دارند در تفکرات و نظرات‌شان رویایی، تخیلی، مبتکر و غیرمحافظة کار باشند. شاعران و هنرمندان را می‌توان به عنوان نمونه‌ای از افراد با نمره بالا در این عامل در نظر گرفت. (چامورو - پریموزیک و فورنهام، ۲۰۰۵).

همچنین انعطاف‌پذیری بیانگر پذیرش عقاید، رویکردها و تجارب جدید است. ارزش‌های آزاد اندیشی نیز اغلب در این عامل می‌گنجد (کاستا و مک‌کری، ۱۹۹۲). در یک مطالعه درباره ارزش‌ها، افرادی که در انعطاف‌پذیری نمره بالایی کسب کرده‌اند، برای تخیل و روشنفکری ارزش قائل بوده‌اند. در مقابل، افرادی که

در ین عامل نمره پایینی داشته‌اند، برای اطاعت و فرمان‌برداری ارزش قائل بودند (دولینگر لانگ و یولیکنی^{۳۴}، ۱۹۹۶). پیشرفت‌های خلاقانه در میان افرادی که در انعطاف‌پذیری نمره بالا و در توافق نمره پایینی کسب کرده‌اند بیشتر است. افرادی که خلاق، کنج‌کاو و انعطاف‌پذیرند، راه‌حل‌های هوشمندانه‌ای برای مسائل پیدا می‌کنند. در محیط کار، این خلاقیت وقتی آشکار می‌شود که کارمندان به‌جای پیش‌بینی‌های بسیار ساختار یافته، انعطاف‌پذیری یا حتی ابهام در هدف‌ها و راه‌های دستیابی به آن‌ها دارند (کلونینگر، ۲۰۰۴).

در مورد قطب مخالف انعطاف‌پذیری، ذکر این نکته ضروری به نظر می‌آید که کسانی که حالت بسته به تجربه‌دارند، ضرورتاً تدافعی و در قضاوت کوتاه‌فکر نبوده و ناشکیبا به نظر نمی‌رسند. بلکه مشخصه آن‌ها ترجیح موارد آشنا، عملی و واقعی است و علاقه‌ای به تجربه تمایلات درونی ندارند (مک‌کری و کاستا، ۱۳۸۱).

توافق

عامل چهارم یعنی توافق (دلپذیری) که مردم‌آمیزی^{۳۵} و سازگاری اجتماعی^{۳۶} نیز نامیده می‌شود، اشاره دارد به رفتارهای دوستانه، باملاحظه و فروتنانه. این عامل با تمایل به مساعدت و مهربانی مرتبط است (بوساتو و همکاران، ۲۰۰۰) این عامل در گذشته از خود برای دیگران و در اعتماد و احساسات بخشنده‌گی دیده می‌شود (مک‌کری و کاستا، ۱۳۸۱).

توافق نشان‌دهنده یک شخصیت دوستانه و همراه است؛ کسی که از خصومت خودداری کرده و تمایل به توافق دیگران دارد. دوستان چنین افرادی، آن‌ها را دلسوز و نرم‌دل می‌یابند؛ برخلاف افرادی که توافق کمی دارند که بدگمان، بی‌رحم و غیر مشارکتی توصیف می‌شوند. افرادی که در توافق نمره بالایی کسب

34 Dollinger, Leong. & Ulicni

35 Sociabililty

36 Social Adaptability

می‌کنند برای کمک کردن، بخشش و دوست‌داشتن ارزش قائل‌اند (دولینگر، لانگ و یولیکنی، ۱۹۹۶). چنین افرادی در روابط بین‌فردی‌شان تعارضات کمتری دارند و هنگامی که تعارض رخ می‌دهد، عزت‌نفس آن‌ها را کاهش می‌دهد (بارت و پیتر و موناکو، ۱۹۹۷). افرادی که توافق بالایی دارند، از تلاش مستقیم برای اظهار قدرت به‌عنوان وسیله‌ای برای حل تعارض با دیگران خودداری می‌کنند (کلونینگر، ۲۰۰۴). توافق پایین (یا هم‌ستیزی) بیانگر خشونت، بی‌احساس بودن و کله‌شقی است. اگرچه افراد با توافق بالا از افراد هم‌ستیز بهترند، اما هم‌ستیزی هم مزیت‌های خاص خود را دارد؛ لازم است جراحان در بریدن اندام‌های بیمار بی‌رحم و وکلا در دفاع پرخاشگر باشند (مک‌کری و کاستا، ۱۳۸۱).

باوجدانی

عامل پنجم یعنی باوجدانی، بعدی از تفاوت‌های فردی در سازمان‌دهی و پیشرفت است (مک‌کری و کاستا، ۱۳۸۱). این عامل با مسئولیت و پیگیری مرتبط است (بوساتو و همکاران، ۲۰۰۰). افراد باوجدان به‌واسطه کارایی، سازمان‌دهی، اراده و بهره‌وری‌شان شناخته می‌شوند (چامورو- پریموزیک و فورنهام، ۲۰۰۵). همچنین باوجدانی توصیف‌کننده تفاوت‌های افراد در ترتیب و نظم درونی است. افراد باوجدان برای نظافت و بلند همتی ارزش قائل‌اند (دولینگر، لانگ و یولیکنی، ۱۹۹۶).

اشخاصی که در حد بالا باوجدان هستند، وظیفه‌شناس و خویشتن‌دارند. اما بلندپرواز و سخت‌کوش نیز هستند و گاهی به نقطه اعتیاد کاری هم می‌رسند (مک‌کری و کاستا، ۱۳۸۱). این افراد توسط هم‌تایانشان، منضبط، وقت‌شناس و بلندهمت توصیف‌شده‌اند (کلونینگر، ۲۰۰۴). دانش‌آموزانی که دفاتر مرتبی داشته و تکالیف‌شان را به‌موقع انجام می‌دهند، امتیاز بیشتری در باوجدانی کسب می‌کنند. به‌طور کلی دانش‌آموزان باوجدان برای موفقیت برانگیخته شده و میانگین نمرات بالاتری به دست می‌آورند

(دیگمن^{۳۷}، ۱۹۸۹). مدارس یا سایر مراکزی که به افراد باوجدان جایزه می‌دهند، به افزایش عزت‌نفس آنان کمک می‌کنند (کاستا، مک‌کری و دای، ۱۹۹۱). باوجدانی پیش‌بینی کننده رضایت شغلی، درآمد و پایگاه حرفه‌ای بالاتر است (جاج و همکاران^{۳۸}، ۱۹۹۹). کارکنان باوجدان اهداف بیشتر و بالاتری را به دست آورده، ارزشیابی بهتری از رؤسایشان کسب کرده و اغلب از زندگی‌شان رضایت دارند (بریک و مونت^{۳۹}، ۱۹۹۱). علاوه بر شواهد قوی مبتنی بر عملکرد باوجدانی به‌عنوان یک حمایت‌کننده شخصیتی مطلوب در فعالیت‌های مرتبط با شغل، سایر عوامل نیز برای بسیاری از مشاغل مفید هستند. بی‌ثباتی کم و برون‌گرایی و بعضی اوقات توافق و انعطاف‌پذیری (برای مشاغلی که به تعاملات اجتماعی نیاز دارند). همچنین وقتی افراد بیکار هستند، آن‌هایی که برون‌گرایی و باوجدانی دارند، در جستجوی شغل جدید موفق‌تر می‌باشند (کلونینگر، ۲۰۰۴).

در مقابل، زنان و مردانی که وجدان پایینی دارند، بسیار بی‌حال و لایق‌اند و به خود و دیگران سخت نمی‌گیرند (مک‌کری و کاستا، ۱۳۸۱).

ارائه‌دهندگان مدل پنج عاملی شخصیت در کتاب «شخصیت در بزرگسالی»^{۴۰} برخی صفات که توصیف کننده امتیازات بالا و پایین در هر یک از این پنج عامل هستند را فهرست کرده‌اند. درواقع می‌توان عنوان کرد این صفات ویژگی‌های معرف پنج عامل مدل کاستا و مک‌کری هستند. این صفات در جدول ۲-۳ بیان شده و به‌منظور آشنایی و درک سریع‌تر خوانندگان در شکل ۲-۳ به تصویر کشیده شده‌اند.

37. Digman

38. Judge et al

39. Barnek & Mount

40. Personality in Adulthood

جدول ۲-۳ صفات توصیف کننده پنج عامل مدل کاستا و مک کری

عامل	امتیاز پایین	امتیاز بالا
بی-ثباتی هیجانی	آرام، خلق مثبت، خود ارضاکننده، راحت، غیر هیجانی، بی باک	غمگین، تندمزاج، خود ترحم، کم رو، هیجانی، آسیب پذیر
برون گرایی	خوددار، گوشه گیر، کم حرف، منفعل، موقر، بی احساس	عاطفی، پیوندجو، وراج، فعال، شوخ طبع، پر شور
انعطاف پذیری	واقع بین، غیر خلاق، سنت گرا، انحصار طلب، غیر کنجکاو، محافظه کار	تخیلی، خلاق، مبتکر، تنوع طلب، کنجکاو، آزاداندیش
توافق	بی رحم، بدگمان، خسیس، ستیزه جو، انتقادگر، تحریک پذیر	دل رحم، مطمئن، بخشنده، تصدیق کننده، آسان گیر، خوش برخورد
باوجدانی	مسامحه کار، تنبل، بی نظم، تأخیر کننده، بی هدف، رهاکننده	وظیفه شناس، سخت کوش، منضبط، وقت شناس، بلند همت، با پشتکار

منبع: مک کری و کاستا (۱۳۸۱)

مقیاس های بی ثباتی هیجانی

اضطراب: افراد مضطرب معمولاً نگران، ترسیده، مستعد نگرانی، عصبی، پرتنش و وحشت زده هستند. این مقیاس ترس های اختصاصی را اندازه نمی گیرد، اما معمولاً افراد دارای نمره بالا، ترس های اختصاصی و نیز اضطراب فراگیر دارند افراد دارای نمره پایین، افرادی راحت و آرام هستند. این افراد معمولاً در مواردی که امور مطابق خواست آنها پیش نمی رود، ستیزه جویی نمی کنند.

پرخاشگری: مقیاس پرخاشگری گرایش فرد به تجربه خشم و حالات وابسته به آن همچون احساس درماندگی و ناکامی را اندازه‌گیری می‌کند. این مقیاس آمادگی فرد به احساس خشم اعم از این‌که به‌صورت آشکار بروز کرده و یا به‌طور نهفته در فرد باقی بماند را نشان می‌دهد. بروز کردن یا نکردن خشم به سطح نمره فرد رد شاخص توافق بستگی دارد. در هر صورت می‌بینیم که در افراد ناموافق معمولاً نمره این مقیاس هم بالا می‌رود. افراد دارای نمره پایین، افرادی راحت بوده و به‌آسانی دچار احساس خشم نمی‌شوند. (حق شناس ۱۳۸۸)

افسردگی: این مقیاس تفاوت‌های بین فردی بهنجار را در تجربه‌کردن حالت افسردگی اندازه‌گیری می‌کنند. افراد دارای نمره بالا، مستعد احساس گناه، غم، نومیدی و تنهایی هستند. آن‌ها به راحتی ناامید و سرخورده می‌شوند. افراد دارای نمره پایین به ندرت چنین احساساتی را تجربه می‌کنند اما ضرورت ندارد که افراد سرزنده و سرخوشی باشند (چنین ویژگی‌ای معمولاً با برون‌گرایی هماهنگ است). (حق شناس ۱۳۸۸)

کم‌رویی: حالت‌های هیجانی شرم، خجالت و دستپاچگی ناشی از این حالت‌ها، رکن اساسی این مقیاس را می‌سازند. افراد کم‌رو، افرادی هستند که در موقعیت‌های بین‌فردی راحت نیستند. در سر به سر گذاشتن دیگران حساس بوده و مستعد احساس حقارت هستند. این افراد معمولاً خجالتی بوده و دارای اضطراب اجتماعی در جمع‌های بزرگ و نه در رابطه تک‌به‌تک با افراد هستند. افراد دارای نرم پایین ضرورت ندارد که در موقعیت‌های اجتماعی (مانند سخنرانی در برابر جمع) و مهارت‌های اجتماعی خوب باشند. به زبان ساده، این افراد در موقعیت‌های اجتماعی برآشفته و مضطرب نیستند. (حق شناس ۱۳۸۸)

شتابزدگی : در آزمون نئو، شتابزدگی یعنی ناتوانی در کنترل کشش‌ها و هوس‌ها سازندگان آزمون بر این فرض هستند که در این زمینه، میل و خواهش آن‌ها (مانند غذا، سیگار و مالکتی) چنان قوی است که فرد نمی‌تواند در برابر آن‌ها مقاومت کند، هرچند می‌داند که پس از رفع میل، از کردار خود پشیمان خواهد شد. افراد دارای نمره پایین معمولاً به راحتی می‌توانند در برابر چنین هوس‌هایی مقاومت کنند، چون ظرفیت بالایی از تحمل دارند. واژه شتابزدگی از سوی بسیاری از نظریه‌پردازان به تعداد زیادی از ویژگی‌های نامرتبط باهم گفته شده است. در آزمون نئو، شتابزدگی را نباید به حالت‌های خودجوشی، خطرپذیری و یا اتخاذ تصمیم‌گیری‌های سریع نسبت داد. (حق شناس ۱۳۸۸)

آسیب‌پذیری: آخرین مقیاس بی‌ثباتی هیجانی، آسیب‌پذیری به استرس است. کسانی که در این مقیاس نمره بالا می‌گیرند، این احساس را دارند که نمی‌توانند با استرس‌های روزمره انطباق مناسبی داشته باشند. پس در موقعیت‌های فوق‌العاده و استرس را به‌طور اجباری به دیگران متوسل شده و یا ناامید و آشفته و پریشان می‌شوند. افراد دارای نمره پایین این توانایی را در خویش می‌بینند که در رویارویی با موقعیت‌های بفرنج خود را کنترل کنند. (حق شناس ۱۳۸۸)

مقیاس‌های برون‌گرایی

صمیمیت: صمیمیت یکی از مقیاس‌های برون‌گرایی است که بیشترین ارتباط را با کیفیت رابطه بین فردی دارد. افراد صمیمی و با محبت که ارتباط دوستانه‌تری با دیگران دارند، در این مقیاس نمره بالایی به دست می‌آورند. این افراد صادقانه دیگران را دوست دارند و به‌آسانی با دیگران مراوده و رفاقت برقرار می‌سازند. افراد دارای نمره پایین ضرورتاً افرادی کینه‌توز و یا بدون احساس همدردی نیستند. بلکه آن‌ها افرادی رسمی و محافظه‌کار بوده و مایلند با دیگران در فاصله‌ای نسبی قرار داشته باشند. صمیمیت یکی

از مقیاس‌های برون‌گرایی است که با عامل توافق نزدیک‌ترین نسبت را دارد، اما از نظر احساس عاطفی نزدیک‌بودن با دیگران، متفاوت از آن است. (حق شناس ۱۳۸۸)

جمع‌گرایی: دومین جنبه برون‌گرایی، جمع‌گرایی یعنی برتری‌دادن به همراهی با دیگران است. افراد جمع‌گرا از بودن با دیگران لذت می‌برند و در هنگام بودن در جمع احساس شادمانی می‌کنند. افرادی دارای نمره پایین در این مقیاس ترجیح می‌دهند تنها باشند و حتی از بودن در جمع دیگران به‌طور آگاهانه و فعال می‌پرهیزند. (حق شناس ۱۳۸۸)

قاطعیت: افراد دارای نمره بالا در این مقیاس افرادی مسلط، با تحکیم و از نظر اجتماعی پیشرو و پیشگام به شمار می‌آیند. آن‌ها بدون تردید حرف می‌زنند و اغلب در گروه نقش رهبر را به عهده می‌گیرند. افراد دارای نمره پایین ترجیح می‌دهند که به‌جای قرارگرفتن در «متن» اجتماعات و مهمانی‌ها، در «زمینه» این موقعیت‌ها قرار داشته باشند و بیشتر علاقه‌مندند به جای سخنگو، شنونده باشند. (حق شناس ۱۳۸۸)

فعالیت (جنب‌وجوش): نمره بالا در این مقیاس در کسانی دیده می‌شود که دارای آهنگ سریع در حرکت‌ها هستند. آنان معمولاً پر انرژی بوده و همیشه مشغول فعالیت هستند. این افراد معمولاً زندگی پر تحرکی دارند. افراد دارای نمره پایین در این مقیاس دارای آهنگ حرکتی کندتر و آرام‌تری هستند؛ هرچند که این افراد ضرورتاً انسان‌های تنبل و سهل‌انگاری به شمار نمی‌آیند. (حق شناس ۱۳۸۸)

هیجان‌خواهی: افراد دارای نمره بالا در این مقیاس، مشتاق و حریص برای هیجان و تحریک هستند. این افراد رنگ‌های روشن و محیط‌های شلوغ را دوست دارند. افراد دارای نمره پایین احساس نیاز به هیجان نمی‌کنند و شیوه‌ای از زندگی را ترجیح می‌دهند که برای افراد دارای نمره بالا در این مقیاس کسل‌کننده است. (حق شناس ۱۳۸۸)

هیجان‌های مثبت: آخرین مقیاس برون‌گرایی است که تمایل به تجربه هیجان‌های مثبت همچون شادی، لذت، عشق و هیجان را می‌سنجد افراد دارای نمره بالا در این مقیاس به راحتی و فراوانی می‌خندند. این افراد دارای روحیه‌ای شاد و خوش‌بین هستند. البته افراد دارای نمره پایین ضرورتاً ناشاد نیستند، بلکه صرفاً افراد شلوغ و پرسروصدا و باروکیه‌ای نیستند. پژوهش‌ها نشان می‌دهد که شادمانی و میزان رضایت از زندگی با ثبات ارتباط است و هیجان‌های مثبت بیش از همه با پیش‌بینی شادمانی ارتباط دارد (حق شناس ۱۳۸۸).

مقیاس‌های انعطاف‌پذیری

تخیل: افراد انعطاف‌پذیر نسبت به تخیل، تصورات روشن و زندگی خیلی فعالی دارند. این افراد نسبت به خیال، نه به‌عنوان یک ساز و کار فرار، بلکه برای ایجاد یک دنیای درونی زیبا و جالب علاقه‌مندند. این افراد تخیلات خود را شکل داده و روی آن تعمق می‌کنند و بر این باورند که تصورات به غنای زندگی و خلاقیت عمق بیشتری می‌دهد. افراد دارای نمره پایین دارای افکار عادی‌تر بوده و ترجیح می‌دهند که ذهنیت خود را تحت کنترل داشته و روی وظایف و کارهای خود تمرکز کنند. (حق شناس ۱۳۸۸)

زیبایی‌شناسی: افراد دارای نمره بالا در این مقیاس، احساس ژرفی به هنر و زیبایی دارند. این افراد با شعر تهییج می‌شوند، جذب موسیقی شده و عاشق هنر هستند. این افراد ضرورتاً هنرمند نیستند همچنین ممکن است افراد باسلیقه‌ای نیز در زمینه شعر و موسیقی و یا هنر نباشند اما برای بیشتر آن‌ها، علاقه به هنرها موجب افزایش اطلاعات و قدرت تحسین آن‌ها از هنر (در مقایسه با افراد دارای نمره متوسط) می‌باشد. افراد دارای نمره پایین تقریباً به هنر و زیبایی بی‌علاقه هستند. (حق شناس ۱۳۸۸)

عواطف: بازبودن به عواطف و احساسات یعنی این‌که فرد دارای قدرت خوبی برای درک عواطف و هیجان‌های شخصی بوده و دیدگاه مثبتی به هیجان‌ها به‌عنوان یکی از ابعاد مهم زندگی شخصی دارد.

افراد دارای نمره بالا بیشتر از دیگران دارای تجربه‌های عمیق‌تر و حالات هیجانی متمایز و تفکیک‌شده هستند. شدت شادی و غم آن‌ها بیشتر و برجسته‌تر از دیگران است. افراد دارای نمره پایین، عواطفی یکنواخت (سطحی) داشته و بر این باورند که حالت‌های عاطفی و احساسی در زندگی اهمیت چندانی ندارند. (حق شناس ۱۳۸۸)

کنش‌ها: بازبودن در رفتار فرد، به شکل علاقه‌مندی به داشتن فعالیت‌های مختلف، رفتن به محل‌های جدید و یا حتی خوردن غذاهای غیرمعمولی نمایان می‌شود. افراد دارای نمره‌های بالا در این مقیاس، رویارویی با پدیده‌های جدید و متنوع را به موارد معمولی و شناخته‌شده ترجیح می‌دهند. در خلال زمان، این افراد مکن است دارای مشغولیت‌های متنوعی باشند. افراد دارای نمره پایین، در برابر تغییرات مقاوم هستند و ترجیح می‌دهند که به موارد امتحان‌شده قبلی خود پایبند باشند. (حق شناس ۱۳۸۸)

دیدگاه‌ها: کنجکاوی روشنفکرانه یکی از جنبه‌های انعطاف‌پذیری است که از دیرباز مورد توجه قرار گرفته است. این ویژگی نه تنها منعکس‌کننده علاقه روشنفکرانه فعال برای پیگیری جنبه‌های مختلف یک موضوع است، بلکه نشان دهنده مشتاق بودن و علاقه‌مندی به داشتن ذهنیت باز و درک جنبه‌های نوین و احتمالاً نظرات غیرمعمولی است. افراد دارای نمره بالا از دیدگاه‌های فلسفی و از چالش با معماها لذت می‌برند. انعطاف‌پذیری نسبت به دیدگاه‌ها الزاماً به معنای داشتن هوش برتر نیست، هرچند می‌تواند به رشد توانایی‌های هوش بالاتر منجر شود. افراد دارای نمره پایین در این مقیاس دارای کنجکاوی محدودی هستند و چنانچه افرادی دارای هوش بالا باشند، توجه محدودی به موضوعات خاص دارند. (حق شناس ۱۳۸۸)

ارزش‌ها: انعطاف‌پذیری نسبت به ارزش‌ها یعنی آمادگی برای بازبینی ارزش‌های اجتماعی، سیاسی و مذهبی افراد «بسته» به این موضوع‌ها، صرف‌نظر از گرایش جزئی و سیاسی‌شان، عموماً در برابر منابع قدرت و عادات و رسوم اجتماعی، محافظه‌کار هستند. (حق شناس ۱۳۸۸)

مقیاس‌های توافق

اعتماد: نخستین مقیاس توافق به شمار می‌رود. افراد دارای نمره بالا در این مقیاس بر این فرض هستند که «دیگران قابل اعتمادند و حسن نیت دارند» افراد دارای نمره‌های پایین در این مقیاس، نسبت به دیگران بدبین و بدگمان بوده و آن‌ها را ناصداق و خطرناک می‌شمارند. (حق شناس ۱۳۸۸)

سادگی: افراد ساده مانند افراد دارای نمره بالا در این مقیاس، ساده، خالص و بی‌ریا هستند. افراد دارای نمره پایین مایلند که دیگران را با تملق، چاپلوسی، حيله یا فریب دست بیندازند چنین افرادی بر این باورند که این ترفندها لازمه مهارت‌های اجتماعی بوده و معتقدند که افراد ساده و انسان‌هایی کوتاه‌فکرند. افراد دارای نمره پایین در این مقیاس بیشتر تمایل دارند که از حقیقت طفره رفته و در نشان‌دادن احساسات درونی خود مقاومت نشان دهند اما نباید چنین تمایلی را حمل بر نبود صداقت و یا سوء استفاده از دیگران دانست. (حق شناس ۱۳۸۸)

نوع دوستی: افراد دارای نمره بالا در مقیاس نوع دوستی به‌طور فعال و به‌گونه‌ای سخاوتمندانه، به منافع دیگران اهمیت داده و مشتاق کمک به افراد نیازمندند افراد دارای نمره پایین در این مقیاس تا اندازه‌ای خودمحور بوده و مایل نیستند که درگیر مسائل دیگران شوند. (حق شناس ۱۳۸۸)

همراهی: این مقیاس توافق با واکنش فرد به تعارض‌های فردی در ارتباط است. از این نظر، افراد دارای نمره بالا با دیگران تفاوت دارند. آن‌ها می‌توانند پرخاشگری خود را به خوبی کنترل کرده و برای بخشیدن

و فراموش کردن خطاها آمادگی دارند. آنان افرادی مطیع هستند که فروتنی و تعادل در وجود آنهاست. افراد دارای نمره پایین، افرادی پرخاشگر بوده و رقابت با دیگران را بر همکاری و رفاقت ترجیح می‌دهند و در نشان دادن خشم خود در مواقع ضروری تردید ندارند. (حق شناس ۱۳۸۸)

توضیح: افراد دارای نمره بالا در این مقیاس، افرادی فروتن و دارای توانایی در نادیده گرفتن (منابع خود) هستند، هرچند که این افراد ضرورتاً کمبود اعتماد به نفس ندارند. افراد دارای نمره پایین‌تر براین باورند که از بسیاری از افراد دیگر برترند و از خودراضی یا متکبر به نظر می‌رسند. جنبه‌های بیمارگونه این ویژگی در شخصیت‌های خودشیفته دیده می‌شود. (حق شناس ۱۳۸۸)

نرمش در برابر دیگران: این مقیاس وجوه همدلی و توجه به دیگران را اندازه‌گیری می‌کند. افراد دارای نمره بالا، در جهت نیازهای دیگران فعال بوده و بر جنبه‌های انسانی سیاست‌های اجتماعی تأکید دارند. افراد دارای نمره پایین فردی، سرسخت‌تر از دیگرانند و کمتر تحت تأثیر رحم و شفقت دست به بخشندگی می‌زنند. این افراد خود را واقع‌بین و دارای تصمیمات منطقی براساس واقعیت‌های موجود می‌شناسند. (حق شناس ۱۳۸۸)

مقیاس‌های باوجدانی

شایستگی: شایستگی به احساس فرد نسبت به توانایی‌ها، عقل، تدبیر و تأثیر بر محیط باز می‌گردد. افراد دارای نمره بالا در این مقیاس این احساس را دارند که برای رویارویی با مسائل زندگی آمادگی کافی دارند. افراد دارای نمره پایین از توانایی‌های خویش ارزیابی منفی داشته و احساس می‌کنند که در رویارویی با مشکلات (روزمره) دارای ضعف هستند و نمی‌توانند در برابر این مشکلات توانایی‌های لازم را از خود نشان دهند. از میان همه مقیاس‌های با وجدانی، شایستگی ارتباط بیشتری با عزت‌نفس (اعتمادبه-نفس) و اتکا به خود دارد. (حق شناس ۱۳۸۸)

نظم: افراد دارای نمره بالا در این مقیاس، تمیز، منظم و دارای سازماندهی مناسب رفتاری هستند. این افراد وسایل را در محل مناسب خود قرار می‌دهند. افراد دارای نمره پایین نمی‌توانند منظم باشند و خود را افرادی فاقد برنامه مشخص کوتاه مدت یا بلندمدت می‌دانند. در انتهای بالای طیف این مقیاس، افرادی با اخلاق وسواس قرار می‌گیرند. (حق شناس ۱۳۸۸)

وظیفه‌شناسی: به یک معنی، با وجدان بودن یعنی «نظارت بر کنش‌های فردی» و این جنبه با وجدان بودن با مقیاس وظیفه‌شناسی مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. افراد دارای نمره بالا در این مقیاس به شدت به اصل اخلاقی خود پایبندند و در حدی افراطی به تعهدات اخلاقی خود عمل می‌کنند. افراد دارای نمره پایین، آسان‌تر از دیگران با این مسائل برخورد می‌کنند و ممکن است تا حدی غیر مسئول و بی‌ثبات باشند. (حق شناس ۱۳۸۸)

تلاش برای موفقیت: افرادی که در این مقیاس نمره بالا می‌گیرند، دارای سطح توقعات بالا هستند و تلاش زیادی برای تحقق این سطح از خود نشان می‌دهند. آن‌ها افراد پر تلاش و سالمی هستند که اهداف مشخصی در زندگی دارند. افراد دارای نمره بسیار بالا در این مقیاس برای حرفه خود سرمایه‌گذاری زیادی کرده و اصطلاحاً افرادی معتاد به کار شناخته می‌شوند. اما افراد دارای نمره پایین، افرادی بی‌رُمق، بی‌حال و احتمالاً تنبل هستند. این افراد برای موفق شدن خودکامی نمی‌کنند. آنان فاقد جاه‌طلبی بوده و ممکن است انسان‌های بی‌هدفی به نظر برسند. البته خود این افراد به کاستی و کم بودن تلاش برای موفقیت اعتراف می‌کنند. (حق شناس ۱۳۸۸)

نظم درونی: این واژه یعنی این که فرد بتواند یک کار را آغاز کند و با وجود سختی‌ها و مشکلات، آن را به پایان برساند. افراد دارای نمره بالا کسانی هستند که می‌توانند خود را وادار کنند تا کاری را به سرانجام برسانند. افراد دارای نمره پایین در آغاز کارها تعلل کرده و اصطلاحاً امروز و فردا می‌کنند و به آسانی ناامید

شده و کار را متوقف می‌کنند. افراد دارای نظم درونی کم، به آسانی با شتابزدگی شدن (از کوره در رفتن)، گیج و سردرگم می‌شوند شتابزدگی زیاد و نظم درونی کم، هر دو نشانگر ضعف در کنترل خویش است اما می‌توان به‌طور عینی این دو را از هم جدا کرد. افرادی با شتابزدگی بالا نمی‌توانند در برابر آنچه که نمی‌خواهند انجام دهند، مقاومت کنند. در حالی که افرادی با نظم درونی کم نمی‌توانند خود را به انجام کاری که می‌خواهند انجام دهند، وادار کنند. در اولی فرد به ثبات هیجانی نیاز دارد و در دومی به انگیزش. (حق شناس ۱۳۸۸)

محتاط در تصمیم‌گیری: آخرین مقیاس با وجدانی، محتاط‌بودن در تصمیم‌گیری یعنی گرایش به تفکر دقیق پیش از عمل و نبود انعطاف‌پذیری در برنامه‌هاست افراد دارای نمره بالا در این مقیاس، محتاط و انعطاف‌ناپذیرند. افراد دارای نمره پایین، افرادی عجول و اصطلاحاً دستپاچه هستند که اغلب بدون در نظر گرفتن نتیجه، فکر می‌کنند و یا دست‌به‌کار می‌زنند. با دید خوش‌بینانه می‌توان گفت که افراد دارای نمره پایین، افراد خودجوشی بوده و می‌توانند در مواقع ضروری به سرعت تصمیم‌گیری کنند (حق شناس، ۱۳۸۸).

۲-۲-۶. قصد کارآفرینانه

چارچوب‌های نظری تأیید شده از حوزه‌های تحقیق و رشته‌های علمی مختلف می‌توانند برای حمایت از توسعه مفهومی مطالعات کارآفرینی تطبیق داده شوند. در این زمینه، شرر، آدامز و ویبه^{۴۱} بیان می‌کنند: استفاده از نظریه‌های روان‌شناسی رفتاری و اجتماعی فرصتی برای حرکت تحقیقات کارآفرینی از سابقه توصیفی غنی آن به اهداف علمی‌تر یعنی توضیح و پیش‌بینی ارائه می‌کند. (شیر، ۲۰۰۹ به نقل از شرر، آدامز و ویبه، ۱۹۸۹). در نتیجه، دورنمای تحقیقات کارآفرینی از این سوال که «کارآفرین کیست؟» به این

41. Scherer, Adams & Wiebe

سوال که «چه چیزهایی توسعه رفتارهای کارآفرینانه افراد را تحت تأثیر قرار می‌دهد؟ و همین‌طور «پیشایندهای رفتار کارآفرینانه کدامند؟» سوق داده می‌شود. بنابراین عواملی بررسی می‌شوند که منجر به فعالیت کارآفرینانه شوند (شینر، ۲۰۰۹) در اینجاست که مطالعه قصد کارآفرینانه و مؤلفه‌های مؤثر بر آن به‌عنوان یکی از مهم‌ترین پیشایندهای رفتار کارآفرینانه اهمیت می‌یابد.

نکته‌ای که می‌توان آن را گزاره‌ای بدیهی در مورد بنگاه‌های جدید دانست این است که بنگاه‌های جدید با فشار یا زور به وجود نیامده و همچنین محصول تصادفی یا انفعالی شرایط محیطی نیز نیستند. بنگاه‌ها براساس تصور، اهداف و انگیزش افراد فعال می‌شوند و توسعه می‌یابند. سازمان‌های جدید نتیجه مستقیم این قصد افراد و اقدامات بعدی آن‌ها بوده که به‌وسیله شرایط محیطی تعدیل شده یا از آن تأثیر می‌پذیرد (برد، ۱۹۹۲). درواقع افراد نسبت به شرایط محیط اطرافشان مانند یک نیاز در بازار، از طریق راه‌اندازی یک کسب و کار واکنش نشان می‌دهند. بنابراین آن‌ها ابتدا نسبت به آن فکر می‌کنند، نشانه‌های محیط اطرافشان را پردازش کرده و ایده‌هایی ادراک شده را به یک کسب و کار تبدیل می‌کنند (کروگر^{۴۲}، ۲۰۰۰).

قصد یک حالت ذهنی است که توجه، تجربه و رفتار یک فرد را به هدف با روش رفتاری خاص هدایت می‌کند (برد، ۱۹۹۲). فیشین و اجزن عنوان می‌کنند از آنجا که به نظر می‌رسد بسیاری از رفتارهای انسان تحت کنترل ارادی است. بهترین پیش‌بینی کننده یگانه رفتار یک شخص، سنجش قصد او برای انجام آن رفتار است (برد، ۱۹۹۲ به نقل از فیشین اجزن، ۱۹۷۵). و این اصل روان‌شناسی در کارآفرینی و ایجاد سازمان جدید به‌کار گرفته شده است.

قصد نشان‌دهنده درجه تعهد نسبت به برخی رفتارهای هدف است (کروگر، ۱۹۹۳) قصد، عوامل انگیزشی مؤثر بر رفتار را در بر دارد. قصد نشانه‌ای از این است که چگونه افراد سخت‌کوش تمایل به کار دارند و

42. Kroger

برای انجام رفتاری بالقوه، چه مقدار تلاش دارند. به عنوان یک قاعده کلی، هرچه قصد قوی تر باشد، با احتمال بیشتری رفتاری بالقوه را پیش‌بینی می‌کند (اجزن، ۱۹۹۱).

متون نظری مربوط به قصد، قویاً به دو مفهوم مهم اشاره می‌کند. اولاً، قصد توجه تصمیم‌گیرندگان بر رفتار هدف را متمرکز کرده و معمولاً بهترین پیش‌بینی کننده یکتای رفتار را به نمایش می‌گذارد. همچنین نگرش‌ها با باورهای کلیدی خاص، پیش‌بینی کننده قصد هستند. بنابراین نیروهای به‌طور مستقیم و با تأثیرگذاری بر قصد از طریق این نگرش‌های کلیدی، فرای یک رفتار بالقوه عمل می‌کنند. ثانیاً این نگرش‌ها و قصدهای کلیدی، ادراک محور هستند. بنابراین، آن‌ها آموختنی و قابل یادگیری بوده و لزوماً نسبت به افراد و موقعیت‌ها متفاوت می‌باشند (کروگر و برازیل^{۴۳}، ۱۹۹۴).

قصد کارآفرینانه نیز عبارت است از حالت هوشیار ذهنی که توجه، تجربه و رفتار افراد را به رفتار کارآفرینی برنامه‌ریزی شده معطوف می‌کند. بنابراین قصد کارآفرینانه به عنوان قوی‌ترین پیش‌بینی کننده فعالیت کارآفرینانه دیده شده و به عنوان یک متغیر مهم، به صورت گسترده‌ای در تحقیقات کارآفرینی معاصر مورد استفاده قرار گرفته است (ابتونکا و همکاران^{۴۴}، ۲۰۱۰).

۲-۲-۷. اهمیت قصد در فرآیند کارآفرینی

شروع یک کسب و کار جدید در وهله اول یک تصمیم شخصی است. این موضوعی واضح است که گاهی اوقات به کلی فراموش می‌شود. تحقیقات بسیاری در کارآفرینی بر تجزیه و تحلیل فرآیند ایجاد بنگاه فقط وقتی این تصمیم قبلاً اتخاذ شده است تمرکز کرده و به کلی از فرآیند درونی که منجر به اتخاذ این

43. Kroger & brazeal

44. ebtoncka

تصمیم افراد می‌شود، چشم‌پوشی کرده‌اند (لپنان و موریانو^{۴۵}، ۲۰۰۷). همچنین بخش عمده‌ای از تحقیقات کارآفرینی بر روی فعالیت‌های حرفه‌ای کارآفرینان متمرکز شده‌اند.

بنابراین اساساً نقطه شروع تحقیقات، تصمیم فرد به راه‌اندازی کسب و کاری شخصی است. ولی چنین توجهی به مرحله پیش از رفتار کارآفرینانه که دربرگیرنده تمایل و قصد او برای کارآفرین شدن است معطوف نشده است (شینر، ۲۰۰۹). بنابراین در اینجا لازم است به بررسی جایگاه و اهمیت قصد کارآفرینانه در فرآیند کارآفرینی بپردازیم.

از آنجاکه قصد ویژگی اولیه کلیدی در ایجاد سازمان‌های جدید است، قصد کارآفرینانه برای درک پویایی‌های کارآفرینی ضروری است (برد، ۱۹۸۸، کتز و گارتنر^{۴۶}، ۱۹۸۸). قصد کارآفرینانه به‌عنوان بهترین پیش‌بینی کننده رفتار کارآفرینانه شناسایی شده است (برد، ۱۹۸۸ و کروگر و برازیل، ۱۹۹۴). از آنجایی که قصد، قبل از ایجاد بنگاه به‌وجود می‌آید، نقش مهمی در شرایط اولیه بنگاه جدید ایفا می‌کند (برد، ۱۹۹۲). ایده‌ها و قصد کارآفرینان الگوهای استراتژی داخلی سازمان‌های جدید را شکل داده و پایه مهم توسعه بنگاه‌های جدید هستند. قصد کارآفرینان آن‌ها را در تعیین هدف، ارتباطات، تعهد و سازماندهی راهنمایی می‌کند. اگرچه رفتارها می‌توانند ناشی از پیشایندهای ناخودآگاه و تصادفی باشند، چیزی که در اینجا مورد توجه ما است یعنی ایجاد یک کسب‌وکار، یک عمل آگاهانه و برنامه‌ریزی شده است. نکته حائز اهمیت این است که قصد کارآفرینانه هم به ایجاد بنگاه جدید هم به خلق ارزش‌های جدید در بنگاه‌های موجود ناظر است (برد، ۱۹۸۸).

45. Lopnan & moriano

46. Kets & Gartner

لرند^{۴۷} (۱۹۹۲) اشاره می‌کند که فرآیند تأسیس کسب و کار چهار بعد اصلی دارد که به دنبال هم می‌آیند:

- ۱- میل به تأسیس کسب و کار ۲- قصد تأسیس کسب و کار (قصد کارآفرینانه) ۳- منطقی بودن تأسیس کسب و کار و ۴- تصمیم به تأسیس کسب و کار (رفتار کارآفرینانه).

۲-۲-۸. پیشایندهای قصد

برخی افراد با داشتن ترکیبی از ویژگی‌های شخصیتی (مانند کانون کنترل درونی و توفیق‌طلبی) و عوامل زمینه‌ای (مانند خانواده، آموزش و تجربه) که تأثیر متقابل بر هم دارند، به تأسیس کسب و کار گرایش پیدا می‌کنند. وقتی این افراد با موقعیت (مانند فرصت) مواجه می‌شوند که با زمینه و ویژگی‌های آن‌ها ترکیب می‌شود، قصد کارآفرینانه در آن‌ها شکل می‌گیرد. افرادی با قصد کارآفرینانه هنگام جمع‌آوری منابع برای تأسیس کسب و کار جدید با محیط تعامل برقرار می‌کنند به‌عنوان نتیجه، افراد براساس احساسی که از مراحل قبل به دست آورده‌اند، تصمیم به راه‌اندازی کسب و کار یا از تلاش برای راه‌اندازی آن منصرف می‌شوند (سامرز، ۱۹۹۸).

۲-۲-۹. مدل‌های قصد

به همراه تغییر در متون علمی از این سوال که «کارآفرین کیست؟» به این سوال که «چه چیزهایی توسعه رفتارهای کارآفرینانه افراد را تحت تأثیر قرار می‌دهد؟» و همین‌طور «پیشایندهای رفتار کارآفرینانه کدامند؟»، نظریه‌هایی از متون نظری روان‌شناختی به این دلیل که تأکید می‌کنند قصد پیش‌بینی‌کننده فعالیت است، اهمیت یافته‌اند (شینر، ۲۰۰۹).

حتی اگر بتوانیم پیدا کردن یک ایده را به خلاقیت و الهام نسبت دهیم، تأسیس یک کسب و کار به هیچ وجه ناآگاهانه و تصادفی نیست (برد، ۱۹۸۸). بنابراین برد (۱۹۸۸) و کتز و گارتنر (۱۹۸۸) استدلال

47. Learned

می‌کنند که کارآفرینی نوعی رفتار برنامه‌ریزی شده است. از طرفی در روان‌شناسی ثابت شده است زمانی که پیش‌بینی رفتار به دلیل مشکل بودن مشاهده، نادر بودن و تأخیرهای زمانی ممکن نیست، قصد بهترین پیش‌بینی کننده رفتار برنامه‌ریزی شده است (کروگر، ۲۰۰۰). بنابراین می‌توان نتیجه گرفت قصد کارآفرینانه عاملی اساسی در پیش‌بینی رفتارهای کارآفرینانه افراد است.

به‌طور تجربی ما آموخته‌ایم که متغیرهای موقعیتی و فردی به‌تنهایی پیش‌بینی کننده‌های ضعیفی برای کارآفرینی هستند. بنابراین پیش‌بینی فعالیت‌های کارآفرینانه به‌وسیله مدل کردن صرف عوامل موقعیتی و فردی معمولاً قدرت تبیین کم و اعتبار پیش‌بینی کمتری خواهد داشت. مدل‌های قصد فرصت قابل توجهی برای افزایش توان ما در فهم و پیش‌بینی فعالیت کارآفرینانه ارائه می‌کنند (کروگر، رینی و کارسرو، ۲۰۰۰).

مک میلان و کتز^{۴۸} (۱۹۹۲) به سه مزیت مطالعه فرآیند راه‌اندازی کسب و کار جدید از طریق مدل‌های قصد اشاره کرده‌اند:

۱- قصد بهترین پیش‌بین کننده یکتای هر رفتار برنامه‌ریزی شده است که کارآفرینی نیز شامل آن می‌شود. شناخت پیشایندهای قصد، فهم ما از رفتارهای آزادی را افزایش می‌دهد. نگرش‌ها از طریق اثرگذاری بر قصد، رفتار را تحت تأثیر قرار می‌دهند قصد و نگرش‌ها بستگی به موقعیت و فرد دارد. بنابراین مدل‌های قصد، رفتار را بهتر از هر متغیر فردی یا موقعیتی پیش‌بینی می‌کنند. قدرت پیش‌بینی برای توضیح بهتر رفتار کارآفرینانه حیاتی است و مدل‌های قصد این قدرت پیش‌بینی را به خوبی فراهم می‌کنند.

۲- متغیرهای فردی و موقعیتی عموماً به شکل غیرمستقیم و از طریق تأثیرگذاری بر نگرش‌های کلیدی و انگیزش به اقدام کردن، بر کارآفرینی تأثیر می‌گذارند. به‌عنوان مثال، الگوی نقش تنها هنگامی بر قصد کارآفرینانه تأثیر می‌گذارند که آن‌ها نگرش‌ها و باورهایی مثل درک خودکارآمدی را تغییر دهند. مدل‌های مبتنی بر قصد چگونگی تأثیر عوامل بیرونی (مانند درک دسترسی به منابع) در تغییر قصد و نهایتاً ایجاد کسب و کار جدید را توصیف می‌کنند.

۳- تطبیق‌پذیری و نیرومندی مدل قصد، استفاده گسترده از مدل‌های فرآیند جامع مبتنی بر نظریه و قابل آزمون در تحقیقات کارآفرینی را حمایت می‌کنند (مک میلان و کتز، ۱۹۹۳)

بنابراین وجود این رفتار ارادی و مبتنی بر قصد به ما کمک می‌کنند تا تصمیم بسیاری از کارآفرینان به شروع کسب و کار بسیار قبل‌تر از پیدایش برای کشف فرصت‌ها را تشریح و مدل‌سازی کنیم.

فهم قصد به محققان و نظریه‌پردازان کمک می‌کند که پدیده‌های مرتبط را بهتر درک کنند. این پدیده‌ها می‌تواند شامل این موارد باشد: چه چیزی محرک پیمایش برای کشف فرصت است. منبع ایده‌ها برای راه‌اندازی کسب و کار چیست و چگونه یک بنگاه نهایتاً واقعیت می‌یابد. تحقیقات گذشته به شکل گسترده‌ای وجوه مختلف برنامه‌ریزی برای راه‌اندازی بنگاه جدید را بررسی کرده‌اند. درحالی که در مدل‌های قصد چنین بحث می‌شود که ما خود فرآیند برنامه‌ریزی را برای تعیین رفتار مخاطره‌آمیز مطالعه می‌کنیم ما می‌توانیم مدل‌های قصد را در سایر تصمیمات استراتژیک نظیر تصمیم به رشد و تصمیم به خروج از یک کسب و کار به‌کارگیریم. پژوهشگران همچنین می‌توانند قصد سهامداران اصلی در یک بنگاه مانند قصد یک سرمایه‌گذار مخاطره‌پذیر در سرمایه‌گذاری در یک شرکت خاص را مدل‌سازی کنند و نهایتاً پژوهشگران مدیریت می‌توانند همپوشانی بین قصد ایجاد کسب و کار مخاطره‌آمیز و تشخیص فرصت چنین کسب و کاری را مورد بررسی قرار دهند.

از طرفی خود افراد کارآفرین (و افرادی که آن‌ها را آموزش می‌دهند) می‌توانند از درک بهتر انگیزه‌های خود بهره‌مند شوند. دیدگاهی که توسط قصد ایجاد می‌شود به آن‌ها فرصت درک چرایی انتخاب‌های خاص‌شان در زمینه کسب و کارهای جدید را می‌دهد.

همچنین مدل‌های مبتنی بر قصد بینشی سودمند در مورد هر نوع رفتار برنامه‌ریزی شده فراهم می‌کنند. مربیان، مشاوران و کارآفرینان می‌توانند از درک کلی بهتر نسبت به چگونگی شکل‌گیری قصد و همچنین از درک خاص بهتر نسبت به چگونگی درهم آمیختن باورها، ادراک و انگیزه‌های کارآفرینان در قصد شروع یک کسب‌وکار بهره‌مند شوند. این درک، قدرت تشخیص قابل ملاحظه‌ای ارائه کرده و از این رو، مربیان کارآفرینی می‌توانند از این مدل‌ها برای شناخت بهتر انگیزه و قصد کارآموزان و کمک به آن‌ها در شناخت انگیزه و قصد خودشان استفاده کنند (کروگر و همکاران، ۲۰۰۰).

بنابراین می‌توان چنین نتیجه گرفت که مدل‌های قصد، مشارکت قابل توجهی در به دست آوردن بینش نسبت به کارآفرینی و افزایش فهم از عوامل تعیین‌کننده آن دارد. در واقع به‌منظور فهم اینکه چه عواملی با قصد کارآفرینانه مرتبط هستند، لازم است مؤلفه‌های مختلف قصد درک شوند که این کار با مطالعه مدل‌های قصد صورت می‌پذیرد.

چندین محقق طی مطالعات خود، مدل‌های قصد را توسعه داده‌اند. مدل‌های غالب توسط شاپیرو^{۴۹} (که در سال ۱۹۸۲ ارائه شد)، برد^{۵۰} (۱۹۸۸)، احزن^{۵۱} (۱۹۹۱) و ویزیکیس^{۵۲} (۱۹۹۴) بسط یافته‌اند. این مدل‌ها تا حدود زیادی متجانس هستند (شپنر، ۲۰۰۹) در ادامه با توجه به اهداف تحقیق، به تشریح سه مدل قصد شاپیرو، برد و بوید و ویزیکیس می‌پردازیم.

49 . Shapiro

50 .Bered

51 .Ahzan

52 .Visix

مدل رویداد کارآفرینانه شاپیرو

اگرچه شاپیرو مدل خود را به عنوان مدل مبتنی بر قصد ارائه نکرده است، اما بسیاری از محققان نشان دادند که این مدل دقیقاً همان مدلی است که برای این منظور مناسب است و لذا در پژوهش‌های کارآفرینی بسیار مورد استفاده قرار گرفته است. شاپیرو به دنبال عوامل اجماعی کلیدی بود که منجر به آن‌چه او رویدادهای کارآفرینانه با اقدام راه‌اندازی کسب و کار نامیده است، می‌شود. هسته مرکزی مدل او، ادراکات افراد از مطلوبیت و امکان‌پذیری ایجاد یک کسب و کار و عمل‌گرایی بر کارکرده بر روی فرصت‌ها و در نهایت شروع آن عمل با رویدادهای جابجا کننده است (زالی و همکاران، ۱۳۸۹).

مدل شاپیرو فرض می‌کند «اینرسی» رفتار انسان را هدایت می‌کند تا زمانی که چیزی آن اینرسی را منقطع یا «جابجا» نکند. «جابجایی» اغلب منفی است؛ مانند از دست‌دادن شغل یا طلاق، اما به راحتی می‌تواند مثبت باشد؛ مانند رسیدن ارث، جابجایی، تسریع‌کننده تغییر در رفتار است. به نحوی که تصمیم‌گیرندگان به دنبال بهترین فرصت‌های در دسترس از مجموعه‌ای از گزینه‌ها هستند (کتر، ۱۹۹۴). انتخاب رفتار به «اعتبار» نسبی رفتارهای جایگزین به علاوه مقداری عمل‌گرایی بستگی دارد. اعتبار بستگی به این دارد که رفتار مطلوب و امکان‌پذیر دیده شود بنابراین رویداد کارآفرینانه نیاز به پتانسیلی برای شروع یک کسب‌وکار دارد (اعتبار و عمل‌گرایی) که قبل از جابجایی وجود داشته و نیز عمل‌گرایی که بعد از جابجایی وجود داشته باشد. همانند نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده اجزن^{۵۳}، در این مدل نیز عوامل بیرونی به شکل مستقیم قصد یا رفتار را تحت تأثیر قرار نمی‌دهند. آن‌ها از طریق درک فرد موقعیت مطلوبیت و امکان‌پذیری عمل می‌کنند. شاپیرو شواهدی مبنی بر حیاتی بودن ادراک در این فرآیند ارائه کرده است. رویدادهای مهم زندگی (از دست‌دادن شغل، مهارت و ...) می‌تواند افزایش قابل توجهی در فعالیت‌های کارآفرینانه داشته باشد. در واقع می‌توان چنین گفت که کارآفرینان تغییر نکرده‌اند بلکه تنها درک آن‌ها از

شرایط جدید تغییر کرده است. پتانسیل کارآفرینانه در آن‌ها به وضوح موجود است اما این پتانسیل برای
ظاهرشدن نیاز به جابجایی دارد. (کروگرف ریلی و همکاران، ۲۰۰۰).

اگرچه انتظار می‌رود که بسیاری از متغیرها در تعیین قصد فرد برای انجام یک عمل مشخص مؤثر باشد،
تحقیقات تأثیر سه متغیر میانجی یعنی مطلوبیت درک‌شده، امکان‌پذیر درک‌شده و عمل‌گرایی را مورد
پشیتبانی قرار داده‌اند.

شاپیرو بیان می‌کند افراد با مسیرهای شغلی مختلفی برای انتخاب خود آشنا می‌شوند. هر مسیر، نه تنها از
بعد مطلوبیت بلکه از بعد امکان‌پذیری نیز مورد بررسی قرار می‌گیرد و باید میزانی از عمل‌گرایی نیز برای
کارکرده بر روی گزینه وجود داشته باشد. از نظر او، ارزیابی یک فرد از میزان مطلوبیت و شدنی بودن
عمل، شرطی ناکافی برای انجام آن عمل است. از این‌رو، شاپیرو بر این باور است که برای تحقق راه‌اندازی
یک کسب و کار نوپا، باید میزانی از عمل‌گرایی جهت بهره‌برداری از فرصت‌ها وجود داشته باشد.

به‌رحال به زعم او، سه متغیر در شکل‌گیری قصد کارآفرینانه مؤثر هستند:

۱- درک مطلوبیت: میزان علاقه فرد به شروع یک کسب و کار را نشان می‌دهد. این متغیر به‌وسیله زمینه
اجتماعی که شامل تأثیرات فرهنگ غنی، خانواده، دوستان و قرار گرفتن در موقعیت کارآفرینانه می‌باشد،
تحت تأثیر قرار می‌گیرد. این عوامل برای فرد چشم‌اندازی درباره مثبت یا منفی بودن گزینه کاری خاص
به‌وجود می‌آورند.

۲- درک امکان‌پذیری: نشان‌دهنده سطح یا میزان درک قابلیت فردی برای راه‌اندازی کسب و کار است.
این متغیر ابزاری برای سنجش عدم اطمینان است و عدم اطمینان ادراکی از میزان کنترل‌پذیر بودن یک
وضعیت است. در حالی که نقش تجربه پیشین و احساس اعتماد به‌نفس یک فرد نسبت به توان اداره

موفقیت‌آمیز کارها، مرتبط با این باور شناخته شده‌اند اما تمایل به مؤثر بودن یا خود کارآمدی^{۵۴} است که به‌طور مکرر به‌عنوان متغیر مقدم و مهم برای درک امکان‌پذیری ایده‌ها شناخته شده‌اند.

۳- عمل‌گرایی: نشان‌دهنده تمایل فرد برای کارکرده بر روی یک تصمیم است در مدل شاپیرو فرض شده است که فرد تمایل به کارکرده بر روی یک گزینه را دارد اما در پژوهش‌های بعدی که این مدل را مورد آزمون قرار داده‌اند، این تمایل به‌طور صریح بیان شده است. در جای دیگر این متغیر مشابه با تمایل به مخاطره‌پذیری و تحمل ابهام در نظر گرفته شده است و به‌عنوان تمایل فرد به انجام کاری که نتایج آن مشخص نیست، تعریف شده است. برخی دیگر از مرکز کنترل درونی که همان میزان باور فرد نسبت به کنترل رویدادهای زندگی است به‌عنوان خوش‌بینی آموخته شده یاد کرده‌اند (زالی و همکاران، ۱۳۸۹).

با توجه به اهمیت زیاد سه متغیر درک مطلوبیت، درک امکان‌پذیری و عمل‌گرایی در مدل شاپیرو، در اینجا به تشریح ویژگی‌های این متغیرها و چگونگی شکل‌گیری قصد کارآفرینانه به‌وسیله آن‌ها می‌پردازیم.

درک مطلوبیت

شاپیرو درک مطلوبیت را جذابیت شخصی راه‌اندازی یک کسب و کار، شامل اثر درون فردی و برون فردی تعریف کرده است (کروگر، ریلی و کارسرو، ۲۰۰۰). به نظر شاپیرو، درک مطلوبیت درجه‌ای است که فرد، چشم‌انداز راه‌اندازی یک کسب و کار را جذاب می‌یابد. درواقع درک مطلوبیت منعکس‌کننده احساس فرد نسبت به کارآفرینی است (کروگر، ۱۹۹۳).

در متون نظری مرتبط با قصد، این‌گونه بحث شده است که نگرش‌ها، رفتار را از طریق قصد تحت تأثیر قرار می‌دهند (کروگر، ۱۹۹۳). همچنین در مطالعات قبلی، درک مطلوبیت به‌عنوان نگرش شخصی تعریف

54. Self- efficacy

شده است (دونیش^{۵۵} و همکاران، ۲۰۱۰). بدین ترتیب می‌توان گفت درک مطلوبیت در خصوص کارآفرینی، نگرش نسبت به کارآفرینی است (کروگر، ۲۰۰۰). نگرش‌ها تأثیری قابل‌توجه و مستقیم بر قصد کارآفرینانه دارند. علاوه بر مدل رویداد کارآفرینانه شاپیرو، مدل اجزن نیز شامل سازه‌هایی مرتبط با درک مطلوبیت است در نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده اجزن، سازه درک مطلوبیت از دو جزء «نگرش نسبت به عمل» و «هنجارهای اجتماعی» تشکیل شده است (کروگر، ۱۹۹۳).

نگرش نسبت به عمل یعنی ادراک از این‌که فرد چه چیزی را برای خودش مطلوب می‌بیند که این به اثر شخصی نتایج حاصل از انجام رفتار هدف بستگی دارد. ما باید بین نتایج خوب و بد تمایز قائل شویم. شاید وجهه برای یک کارآفرین بالقوه مهم نباشد اما شاید او تمایل داشته باشد از این تصور که در حال بهره‌برداری از جامعه است، اجتناب کند. همچنین ما باید مشوق‌ها و موانع را نیز در نظر بگیریم. به نظر می‌رسد مشوق‌های درونی عاملی تعیین‌کننده است. ادراک از مطلوبیت با علاقه درونی به کارآفرینی و نوآوری مرتبط است، یک کارآفرینی تا چه اندازه علاقه به کارکرده خارج از سیستم دارد؟ یکی از مسائل اساسی در اینجا ترجیح برای انواع کسب و کار مخاطره‌آمیز است. فردی که مدیریت رشد بالا را ترجیح می‌دهد. احتمالاً یک بنگاه جدید در یک کسب و کار موجود را ترجیح می‌دهد. به شکل مشابه، یک شخص ممکن است فناوری‌های ساده را به فناوری‌های پیشرفته ترجیح دهد به‌هرحال تحقیقات قبلاً، تفاوت در کارآفرینان براساس ترجیحات آن‌ها را مشخص کرده‌اند.

در زمینه‌سازمانی، ما باید بسته پاداش که توسط مدیریت برای جبران فعالیت‌های نوآورانه در نظر گرفته می‌شود را بررسی کنیم. این بسته شامل معیارهایی با پاداش و همچنین پاداش‌های درونی و بیرونی است که توسط نوآور بالقوه ادراک می‌شود. یک سیستم پاداش برای ترویج نوآوری وقتی ایده‌آل است که برای

اعضای سازمان همانند سایر پاداش‌ها به نظر نرسد. همچنین تنبیه‌های غیررسمی ممکن است تأثیر سیستم پاداش رسمی را از بین ببرد.

هنجارهای اجتماعی با ادراک فرد از این‌که افراد مهم در زندگی‌اش درباره راه‌اندازی یک کسب و کار مخاطره‌آمیز توسط او چگونه فکر می‌کنند، گره خورده است.

در زمینه جامعه کارآفرینان بالقوه ممکن است یک گروه مرجع بزرگ و پراکنده داشته باشند که حتماً شامل خانواده و دوستان می‌شود. تأثیرات فرهنگی از کل جامعه نشأت می‌گیرد. آیا احساس روشنی از این‌که نهادهای مهم و رهبران جامعه واقعاً خود اشتغالی را تأیید می‌کنند وجود دارد یا اقدامات آن‌ها به دیده تردید نگریسته می‌شود؟

در زمینه سازمانی، گروه مرجع کارآفرین بالقوه ممکن است خانواده و دوستان نباشد، بلکه باورهای ادراک‌شده مدیریت عالی و همکاران (شامل آن‌هایی که در حال حاضر یک کسب و کار مخاطره‌آمیز سازمانی را راه‌اندازی کرده‌اند) باشد. بنابراین هنجارهای احتمالی ممکن است در اینجا به‌عنوان یک مجرای حیاتی برای تأثیرگذاری بر فرهنگ سازمانی مورد استفاده قرار گیرند (کروگر و برازیل، ۱۹۹۴).

درک امکان‌پذیری

درک امکان‌پذیری درجه‌ای است که فرد احساس می‌کند توانایی شخص برای راه‌اندازی یک کسب و کار را دارد به نظر می‌رسد درک امکان‌پذیری به شکل نزدیکی با درک خود کارآمدی مرتبط است (کروگر، ریلی و کارسود، ۲۰۰۰). بدین ترتیب در مطالعات قبلی درک امکان‌پذیری به‌عنوان خودکارآمدی تعریف شده است. (دونیش و همکاران، ۲۰۱۰) کروگر (۲۰۰۰) نیز عنوان کرده که خود کارآمدی نمایانگر درک امکان‌پذیری است.

درک خود کارآمدی، توانایی ادراک شده یک فرد برای انجام برخی رفتارهای هدف است. به نظر می‌رسد خود کارآمدی املی اساسی در فهم رفتارهای برنامه‌ریزی شده و ارادی به‌وسیله تأثیرگذاری بر قصد از طریق ادراک موقعیتی از امکان‌پذیری می‌باشد. در زمینه مشاغل، خودکارآمدی یعنی قابلیت‌های شخصی ادراک‌شده برای انجام شغلی خاص یا مجموعه‌ای از وظایف، نکته مهم در بهره‌برداری از این سازه این است که توسعه خودکارآمدی فراتر از آموزش قابلیت‌هاست. دانشجویان و کارآموزان باید این قابلیت‌ها را کاملاً درونی کنند. همچنین فراهم کردن مدل‌های معتبر از رفتارهای حیاتی، مفید است (مدل‌های غیر معتبر می‌توانند عملاً خود کارآمدی را کاهش دهند). حمایت‌های روان‌شناختی و عاطفی، خودکارآمدی را بهبود می‌بخشد (کروگر و برازیل، ۱۹۹۴).

خودکارآمدی باور به تأثیرگذاری بر هر دو فرآیند عاطفی (هیجانی) و شناختی (فکری) است. افرادی با خود کارآمدی پایین در توانایی‌هایشان شک داشته و از وظایف چالشی و سخت که اضطراب و دیگر واکنش‌های هیجانی منفی را در آنها بالا می‌برد، خودداری می‌کنند. چنین افرادی هنگامی که با وظایف سخت مواجه می‌شوند، سطوح بالاتری از اضطراب را تجربه کرده و در نتیجه همواره از چنین وظایفی اجتناب می‌کنند (دونیش و همکاران، ۲۰۱۰).

در زمینه جامعه، کارآفرینان بالقوه تمایل دارند با کمترین اطلاعات درباره موانع احتمالی کار کنند. فردی که دارای قصد رشد یافته برای راه‌اندازی یک کسب‌وکار است. نسبت به فردی که قصدش چندان برجسته نیست، تمایل بیشتری به بررسی موانع دارد. شکل گرفتن قصد واقعی در کارآفرینان بالقوه مستلزم این است که آنها به‌وسیله موانع ظاهری دلسرد نشوند. بنابراین لازم است جامعه از ترویج سیاست‌هایی که کارآفرینان بالقوه را بترساند، اجتناب کند. افزایش مالیات‌های کسب‌وکار ممکن است فردی که قصد شروع

کسب و کار را دارد منصرف کند، اما کارآفرینان بالقوه را بیشتر منصرف می‌کند. در عمل مشاهده می‌شود جوامع توسعه نیافته اغلب از کمبود خود کارآمدی رنج می‌برند (کروگر و برازیل، ۱۹۹۴).

در زمینه سازمانی، خود سازمان موانعی را علاوه بر موانع بازار ارائه می‌کند. هر کارآفرینی با موانع احتمالی نظیر برآورد ناقص از نیازهای سرمایه، ارزیابی نادرست از نیازهای بازار و فقدان طرح‌های احتیاطی روبرو هستند. یکی از شدیدترین موانع که یک سازمان می‌تواند به وجود آورد شامل کم‌صبری مدیریت عالی، عدم تعهد مدیریت عالی نسبت به نوآوری و انتظارات غیرواقعی است (مک میلان و همکاران^{۵۶}، ۱۹۸۶). این موانع که نتیجه عدم حمایت مدیریت عالی است، بیماری مهلکی برای کسب و کارهای مخاطره‌آمیز سازمانی است. این احتمال وجود دارد که مدیران به این باور برسند که بهترین رفتارها، آن‌هایی هستند که تأییدکننده وضع موجود می‌باشند و بدین ترتیب خود کارآمدی کارکنان‌شان برای رفتارهای نوآورانه را بیشتر کاهش دهند. از طرفی ممکن است چنین به نظر برسد که مدیران سازمان تمام مهارت‌ها و دانش لازم برای راه‌اندازی و اداره یک کسب و کار مخاطره‌آمیز را داشته باشند با این حال در خود آن‌ها چنین باوری وجود نداشته باشد (کروگر و برازیل، ۱۹۹۴).

خودکارآمدی به شکل نظری و تجربی با بسیاری از پدیده‌های مدیریتی و کارآفرینانه مرتبط است. درک امکان‌پذیری درجایی که کنترل مشکل است، رفتار هدف‌گرا را پیش‌بینی می‌کند (اجزن، ۱۹۹۱). نکته بسیار مهم این است که درک امکان‌پذیری انتخاب‌های مرتبط با شغل از جمله خوداشتغالی به عنوان یک کارآفرین را هدایت می‌کند (هکت و همکاران^{۵۷}، ۱۹۹۲). همبستگی بین خود کارآمدی و قصد شغلی از

56 MacMillan & et al

57. Hect & et al

۰/۳ تا ۰/۶ متغیر است (لنت، براون و هکت^{۵۸}، ۱۹۹۴). این همبستگی از بسیاری از پیش‌بینی‌کننده‌هایی که در مطالعات کارآفرینی مورد استفاده قرار می‌گیرد مانند کانون کنترل، بهتر است.

خودکارآمدی، درک فرصت و تهدید را تحت تأثیر قرار داده و افرادی با سطوح بالای خودکارآمدی، فرصت‌های بیشتری در موقعیت‌های پرمخاطره می‌بینند. به بیان دیگر، چنین افرادی درک مثبت و خوش‌بینانه‌ای دارند (دونیش و همکاران، ۲۰۱۰). بدین ترتیب می‌توان عنوان کرد خودکارآمدی با شروع و پیگیری رفتار در شرایط عدم اطمینان، هدف‌گذاری بالاتر و کاهش شدت تهدید و ضعف و عدم توانایی مرتبط است. همچنین این سازه از این جهت اهمیت دارد که تشخیص فرصت، بستگی به ادراک موقعیتی از قابلیت کنترل و خودکارآمدی دارد. بنابراین بالا بردن کارآمدی کارآفرینانه موجب ارتقا، درک امکان‌پذیری و بدین ترتیب موجب افزایش درک فرصت می‌شود (کروگر، ریلی و کارسرو، ۲۰۰۰).

با وجود این که خودکارآمدی پیش‌بینی‌کننده تشخیص فرصت است، درک خودکارآمدی در قصد خوداشتغالی نیز نقشی اساسی دارد (شرر و همکاران^{۵۹}، ۱۹۸۹). پژوهشگرانی کارآفرینی با وجود اهمیت و قدرت اثبات‌شده خودکارآمدی در پیش‌بینی رفتارهای کلی و خاص، این مفهوم را نادیده گرفته‌اند. به عنوان مثال، الگوی نقش فقط هنگامی بر قصد کارآفرینانه مؤثر است که بر خود کارآمدی تأثیر بگذارد. به علاوه، خودکارآمدی با تشخیص فرصت و مخاطره‌پذیری و همچنین انتخاب شغل مرتبط است (کروگر، ریلی و کارسرو، ۲۰۰۰).

عمل‌گرایی

شاپیرو عمل‌گرایی را به عنوان گرایش شخصی نسبت به عمل به تصمیمات فردی که منعکس‌کننده وجوه ارادی قصد است، مفهوم‌سازی کرده است. به شکل مفهومی، عمل‌گرایی در مواجهه با یک فرصت، به درک

58. Lent, Brown & Hackett

59. sCherrer et al

کنترل فرد یعنی تمایل به کسب کنترل از طریق اقدام کردن بستگی دارد (کروگر، ریلی و کارسرود، ۲۰۰۰).

تأثیرات عمل‌گرایی هم مستقیم و هم غیرمستقیم بوده و بنابراین نقش آن در مدل شاپیرو پیچیده است. بعید است یک فرد، بدون تمایل به اقدام کردن (عمل‌گرایی)، قصدی جدی برای انجام یک رفتار داشته باشد. بنابراین می‌توان استدلال کرد عمل‌گرایی تأثیری مستقیم بر قصد دارد. البته می‌توان عمل‌گرایی را به‌عنوان تعدیل‌کننده سایر روابط در این مدل در نظر گرفت. شواهد پیشین نشان می‌دهد برای این که قصد پیش‌بینی کننده رفتار باشد، قصد باید به‌صورت معقولانه به خوبی شکل گرفته باشد. تصور قصدی که به خودی شکل گرفته بدون وجود یک عمل‌گرایی قابل توجه مشکل است. اثر تعدیل‌کننده عمل‌گرایی نیز توسط تحقیقات مدیریت و کارآفرینی حمایت می‌شود. عمل‌گرایی می‌تواند اثر نسبی تجربیات بر نگرش‌ها و نگرش‌ها بر قصد را تحت تأثیر قرار دهد. اگر عمل‌گرایی بسیار پایین باشد، نگرش‌ها کمتر قصد و رفتار را پیش‌بینی می‌کنند. اگر عمل‌گرایی بالا باشد، اقدام کردن مطلوب‌تر و امکان‌پذیرتر به نظر رسیده و تجربیات اثر بیشتری بر نگرش‌ها دارند. این موضوع نشان‌دهنده آن است که عمل‌گرایی را می‌توان به جای پیش‌بینند مستقیم، به‌عنوان عاملی که تأثیر تعدیل‌کننده دارد نیز در نظر گرفت (کروگر، ۱۹۹۳).

نکته مهم دیگر این است که شاپیرو عمل‌گرایی را به‌عنوان یک ویژگی شخصیتی پایدار مفهوم‌سازی کرده است. البته تحقیقات نشان می‌دهد ما می‌توانیم، به افراد بیاموزیم که مستقل‌تر رفتار کنند. ما می‌توانیم مهارت‌های خود مدیریتی را آموزش دهیم، ما می‌توانیم مهارت‌های مواجهه با مشکلات را آموزش دهیم؛ ما می‌توانیم به شکل آشکاری ابتکار عمل (حتی ناموفق) را تشویق کنیم (کروگر و برازیل، ۱۹۹۴).

مدل قصد برد

برد^{۶۰} (۱۹۸۸) قصد را به عنوان حالتی از ذهن که توجه (سپس تجربه و عمل) فرد را به یک هدف خاص با مسیر دستیابی به چیزها معطوف می کند، تعریف کرده است. علاوه بر این، برد (۱۹۸۸) فرض می کند قصد کارآفرینانه برای مثال تعیین هدف، تعهد، ارتباطات، توسعه و رشد را از ابتدا هدایت می کند. به نظر او، فرآیند قصدمندی با نیازها، ارزشها، خواسته ها عادت ها و باورهای شخصی کارآفرین که پیشایندهای او هستند، آغاز می شود. در مدل برد، عواملی شخصی و زمینه ای مقدم بر قصد کارآفرینانه هستند. عوامل شخصی شامل سابقه شخص، شخصیت و توانایی است. عوامل زمینه ای نیز شامل متغیرهای اجتماعی، سیاسی و اقتصادی می شود. علاوه بر این، قصد توسط تفکر منطقی تحلیلی و علت و معلولی و همچنین تفکر شهودی، کل نگر و زمینه ای تحت تأثیر قرار می گیرد (برد، ۱۹۸۸).

از آنجا که برد در مدل خود، سازه سبک شناختی را به عنوان متغیر تعدیل کننده رابطه عوامل شخصی و زمینه ای و قصد مطرح می کند، در اینجا به تشریح ویژگی های این متغیر، ابعاد آن و چگونگی تأثیرگذاری اش بر قصد کارآفرینانه می پردازیم.

سبک شناختی

در سال های اخیر پیشرفت های زیادی در مطالعه قصد کارآفرینانه صورت گرفته است. برخی از این مطالعات بر مبنای اصول روان شناختی بوده و از این رو نقش مهم شناخت در توسعه قصد را پررنگ کرده اند (دونیش و همکاران، ۲۰۱۰). در متون نظری روان شناسی، سبک شناختی به شکل گسترده ای به عنوان یک عامل تعیین کننده مهم در رفتار فردی شناسایی شده است (سادلر و همکاران^{۶۱}، ۱۹۹۸). همچنین سبک شناختی به عنوان عاملی مفهوم سازی شده است که افراد وقتی با مسأله ای مواجه شده و

60. Bred

61. Sadler

آن را حل می کنند، به کار می گیرند (برپگام و همکاران^{۶۲}، ۲۰۰۷). البته توجه به این نکته ضروری است که متأسفانه مطالعات انگشت شماری به بررسی نقش سبک شناختی در توسعه خودکارآمدی کارآفرینانه در زمینه فرآیند ایجاد کسب و کار جدید و به طور کلی، قصد کارآفرینانه پرداخته اند (کیکول و همکاران^{۶۳}، ۲۰۰۹).

با توجه به اهمیت سبک شناختی در تعیین رفتار افراد به صورت کلی و بر شکل دهی به قصد آن ها به صورت خاص، در اینجا لازم است به معرفی مختصر سبک شناختی و دسته بندی های آن بپردازیم. در متون نظری مرتبط با سبک شناختی تعاریف گوناگونی از این مفهوم ارائه شده است. سبک شناختی به عنوان تفاوت های فردی پایدار در روش های مرجع سازماندهی و پردازش اطلاعات و تجربیات تعریف شده است (آلینسون و هیز، ۱۹۹۶) به زبان ساده تر سبک شناختی شیوه ای است که فرد دوست دارد و ترجیح می دهد با آن به پردازش اطلاعات به دست آمده خود بپردازد (نورشاهی و یمنی دوزی سرخایی، ۱۳۸۵). بنابر تعریفی دیگر، سبک شناختی اشاره دارد به یک بعد تفاوت های فردی شامل نگرش ها، انتخاب ها و استراتژی های همیشگی و پایدار که با سبک افراد در ادراک، یادآوری تفکر و حل مسئله مرتبط است (لوفستروم^{۶۴}، ۲۰۰۵).

سبک شناختی نوعی عادت فردی است که افراد آن را اتخاذ می کنند. همچنین نکته حائز اهمیت این است که سبک های شناختی ارزش آزاد هستند و به عبارت دیگر، بد و خوب ندارند (نورشاهی و یمنی دوزی سرخایی، ۱۳۸۵). سبک شناختی یک فرآیند ذهنی سطح بالاست که رفتار را در موقعیت ها سازماندهی و کنترل می کند. سبک شناختی استراتژی ها، عملیات و گرایشات سطح پایین تر شامل توانایی ها در فرآیندهای متوالی پیچیده مانند حل مسأله و یادگیری را سازماندهی می کند. سبک شناختی یک مؤلفه

62. Berpgam

63. Kukul et al

64. Lofostrom

یکپارچه در تفکیک روان‌شناختی افراد است که واکنش و عملکرد افراد بسیاری از موقعیت‌ها را تعیین می‌کند به‌طور کلی، تعاریف بر تفاوت‌ها یا ترجیحات و شیوه‌ای معمول فردی در ادراک، سازماندهی، بازیابی، مفهوم‌سازی و ارائه اطلاعات و شکل دادن روابط تأکید می‌کنند. همچنین سبک‌شناختی می‌تواند کارکرد بهینه یک وظیفه را تسهیل کرده یا مانع آن شود. (لوفستروم، ۲۰۰۵).

به عقیده برپگام، دی‌کاسترو و شفرد (۲۰۰۷) تحقیقات نشان می‌دهد که سبک‌شناختی: (۱) بعدی فراگیر است که می‌تواند با استفاده از شیوه‌های روان‌سنجی موردسنجش قرار گیرد؛ (۲) طی زمان پایدار است (۳) دوقطبی است و (۴) توصیف‌کننده فرآیندهای تفکر مختلف است.

بنابراین می‌توان گفت به‌طور کلی سبک‌شناختی به‌عنوان پدیده‌ای با ابعاد چندگانه شامل تصمیم‌گیری، یادگیری، شخصیت و هوشیاری است (لئونارد^{۶۵}، ۲۰۰۵). یکی از این ابعاد یعنی هوشیاری که به‌عنوان عاملی بسیار مهم در نظر گرفته می‌شود، می‌تواند به‌صورت پیوستاری که از شهودی تا تحلیلی گسترده شده، مفهوم‌سازی شود از عنوان «سبک تصمیم‌گیری» استفاده کرده‌اند (برپگام، دی‌کاسترو و شفرد ۲۰۰۷).

همان‌گونه که اشاره شده سبک‌شناختی سازه‌ای دوقطبی است. در متون نظری مرتبط با سبک‌شناختی، دسته‌بندی‌های دوگانه یا دووجهی زیادی از سبک‌های شناختی توسط افراد مختلف ارائه شده است که از جمله به دسته‌بندی دووجهی آلینسون و هیز با عنوان سبک‌شناختی شهودی کل‌گرا در برابر سبک شناختی تحلیلی - عقلایی می‌توان اشاره کرد (نورشاهی و همکاران، ۱۳۸۵).

زیربنای این دسته‌بندی نخستین‌بار در سال ۱۹۷۷ توسط اورنستین^{۶۶} شکل گرفت و او به دو حالت هوشیاری که منعکس‌کننده وجوه تحلیلی و شهودی یک فرد است، اشاره کرد. (کیکول و همکاران، ۲۰۰۹). اما کارهای آلینسون و هیز موجب مفهوم‌سازی این دسته‌بندی شده و آن‌ها در بسط این دسته‌بندی نقش به‌سزایی دارند.

مطابق نظر هیز و آلینسون (۱۹۹۴)، سبک‌های شناختی تحلیلی و شهودی، دو انتهای یک پیوستار هستند. افراد شهودگرا تمایل دارند غیر مقلد بوده، شیوه‌های باز برای حل مسأله را ترجیح داده، به روش‌های تصادفی کشف محیط تکیه کرده، تصاویر سه بعدی را به خوبی به خاطر سپرده و هنگامی که موقعیت، نیاز به ارزیابی یکپارچه و کل‌نگر دارد، بهتر کار می‌کنند (هیز و آلینسون^{۶۷}، ۱۹۹۴). افراد منتسب به سبک‌شناختی شهودی و کل‌گرا از خصوصیاتِ چون داشتن رویکرد جهانی، فراگیر و باز نسبت به حل مسئله برخوردارند. آن‌ها بر ترکیب و به وحدت رساندن و یکپارچه‌سازی در روندهای فراوان، توجه به زمینه و کل‌گرایی در یک‌زمان واحد و توجه بیشتر به احساسات تمایل دارند، و افرادی رابطه‌مدار و احساساتی تلقی می‌شوند که تمایل به شهود در آن‌ها بیشتر از سایرین است (نورشاهی و یمنی دوزی سرخایی، ۱۳۸۵). افراد شهودی فرصت‌ها را به‌وسیله مشاهده نشانه‌ها یا علائمی از طریق اطلاعات ناآشنا و غیر متشکل که به طریقه‌ای ترکیبی و کل‌نگر پردازش می‌شوند، کشف می‌کنند (اولسون^{۶۸}، ۱۹۸۵). این به افراد کمک می‌کند فرصت‌ها را کشف کرده و آن‌ها را ترغیب به اقدام کردن می‌کند. همان‌گونه که نتایج مطالعات نشان می‌دهد، شهود یک حالت تفکر مهم برای خلق‌کنندگان خبره ایده است. بنابراین سبک شناختی-شهودی می‌تواند در مرحله جستجو (یعنی شناسایی فرصت) در فرآیند راه‌اندازی کسب و کار جدید مفید باشد (کیکول و همکاران، ۲۰۰۹). در مقابل، افراد تحلیل‌گرا تمایل دارند مطیع بوده، شیوه‌های

66 . ornestin

67 . Hiz & alinston

68 . Ollson

ساختارمند برای حل مسأله را ترجیح داده، به روش‌های منظم برای کشف محیط تکیه می‌کنند، موارد شفاهی و نوشتاری را به خوبی به خاطر سپرده و هنگامی که موقعیت، نیاز به ارزیابی منظم گام‌به‌گام دارد، بهتر کار می‌کنند (هیز و آلینسون، ۱۹۹۴). افراد با گرایش به سبک تحلیلی عموماً ترجیح می‌دهند به اجزا توجه کنند، بخشی‌نگر هستند، امور جزئی توجه آن‌ها را بیشتر به خود جلب می‌کند و تمرکز آن‌ها بر داده‌های عینی است. علاوه بر این توجه به رویکرد گام‌به‌گام و متوالی در حل مسئله و کاربرد روش‌های منظم بررسی از ویژگی‌های آنهاست. چنین افرادی معمولاً تمایل دارند تا روش‌های معمولی و مطابق با هنجار و قواعد از قبل تعریف‌شده را به کار برند (نورشاهی و یمنی‌دوزی سرخایی، ۱۳۸۵). همچنین مطابق نظر اولوسن (۱۹۸۵)، وقتی افراد به پردازش خطی و متوالی اطلاعات تکیه می‌کند، این آن‌ها را قادر می‌سازد که به ارزیابی و طرح‌ریزی کسب و کار جدید بپردازند. افرادی با سبک‌شناختی تحلیلی ممکن است توانایی در قضاوت و ارزیابی کردن اطلاعات و انتخاب اقدامات لازم را به نمایش بگذارند، مهارت‌هایی که در مراحل بعدی فرآیند راه‌اندازی کسب و کار جدید مورد نیاز هستند.

با توجه به موارد مطروحه می‌توان نتیجه گرفت سبک‌شناختی تأثیر زیادی بر نوع انتخاب‌های رفتاری افراد داشته و مقاصد رفتاری آن‌ها را شکل می‌دهد. بدیهی است که یکی از این انتخاب‌های رفتاری، تصمیم برای کارآفرین شدن است که در مفهوم قصد کارآفرینانه متبلور می‌شود. سبک‌شناختی یک فرد ممکن است ترجیح او برای انواع مختلف یادگیری، گردآوری دانش، پردازش اطلاعات و تصمیم‌گیری رفتارهای مهمی که یک کارآفرین به شکل روزمره با آن‌ها مواجه است را تحت تأثیر قرار دهد. به علاوه، سبک-شناختی می‌تواند توجه افراد را به حوزه‌های خاص از دانش و وظایف معین معطوف کند. وقتی افراد امکان کارآفرین شدن را بررسی کرده و درباره مهارت‌های مختلف که برای ایجاد کسب و کار جدید لازم است، می‌اندیشند، سبک‌شناختی آن‌ها ممکن است برخی از وجوه ادراک از خویشتن را پرورش داده و از برخی

وجوه دیگر جلوگیری کند و بدین ترتیب انواع مختلفی از خودکارآمدی را افزایش دهد (کیکول^{۶۹} و همکاران، ۲۰۰۹).

به شکل خاص می‌توان عنوان داشت فرآیندهای منطقی، تحلیلی و علت و معلولی یک شخص، قصد و عمل او را شکل می‌دهد. این فرآیندهای روان‌شناختی زمینه طرح کسب و کار، تحلیل فرصت، تملک منابع، تعیین هدف و بسیاری رفتارهای قابل مشاهده هدف‌گرا را فراهم می‌کند. از طرفی تفکر شهودی، کل‌نگر و زمینه‌ای نیز قصد و عمل کارآفرین را شکل می‌دهد. تصور امیدبخش، دیدی بسط یافته نسبت به منابع استفاده نشده، درک پتانسیل کسب و کار و پشتکار کارآفرین به‌وسیله چنین تفکری در کارآفرین به‌وجود می‌آیند. (برد، ۱۹۹۸).

به‌هرحال مطالعات تجربی نشان می‌دهد سبک‌شناختی، انتخاب افراد را تحت تأثیر قرار داده، با رفتار محیط کار بسیار مرتبط بوده، و می‌تواند فهم تصمیمات راهبردی در سازمان‌ها را تسهیل کند (هاگ^{۷۰}، ۲۰۰۵ و سادلر اسمیت، ۱۹۹۸). علاوه بر این، سبک‌شناختی نشانگر مفیدی برای ارزیابی تناسب شخص سازمان در مالک مدیران شرکت‌های کوچک با تکنولوژی بالا بوده و به پیش‌بینی رضایت، قصد خروج، و جابجایی واقعی کارآفرینانی که مالک یا مدیر چنین شرکت‌هایی هستند، کمک می‌کند (بریگام، ۲۰۰۷). در نهایت می‌توان چنین نتیجه‌گیری کرد که بازکردن «جعبه سیاه»^{۷۱} شناخت و تلاش برای فهم فرآیندهای شناختی درون آن به منظور درک قصد کارآفرینانه افراد بسیار مفید است (کروگر، ۲۰۰۰).

69. Kikol

70. Hag

71. Black box

۷۲. Bod & visix

مدل قصد بوید و وزیکیس

بوید و وزیکیس (۱۹۹۴) مدل قصد بر را مبنا قرار داده و آن را بیشتر توسعه داده‌اند. در نظر آن‌ها قصد مثبتی بر طریقه‌ای است که طی آن افراد محیط اجتماعی و فیزیکی‌شان را ادراک کرده و همچنین طریقه‌ای که طی آن‌ها نتایج آتی رفتارشان را پیش‌بینی می‌کنند.

مدل بوید و وزیکیس به شکل گسترده‌ای در فهم مؤلفه‌های قصد کارآفرینانه مورد استفاده قرار می‌گیرد (اوانز^{۷۲}، ۲۰۰۹) در این مدل رفتار آینده توسط قصد کارآفرینانه که خود به‌وسیله نگرش‌ها، ادراک را توانایی‌ها، ادراک از همکاران و محیط تحت تأثیر قرار می‌گیرد، پیش‌بینی می‌شود. این باورها محصول محیط، شخصیت، و سابقه شخصی است. به‌طور کلی انتظارات، نگرش‌ها، موقعیت‌ها، باورها و ترجیحات ادراک‌شده، توسعه صد را تحت تأثیر قرار می‌دهند. این ادراکات عوامل اضافی هستند که تحت تأثیر رخدادهای گذشته ادراک‌شده فردی می‌باشند. افراد مجموعه‌ای از تکه‌های اطلاعات که نتیجه سابقه‌شان است را توسعه می‌دهند بدین معنی که آن‌ها نتیجه متغیرهای شخصی و زمینه‌ای می‌باشند (بوید و وزیکیس، ۱۹۹۴). مدل بوید و وزیکیس همچنین شامل تفکر منطقی و شهودی می‌باشد که قصد رفتاری و فعالیت کارآفرینانه را تحت تأثیر قرار می‌دهد بسط اصلی که بوید و وزیکس روی مدل قصد برد انجام داده‌اند، ادغام خودکارآمدی^{۷۳} است. خودکارآمدی اطمینان فرد از توانایی انجام رفتار را به تصویر می‌کشد (باندورا^{۷۴}، ۱۹۷۷) خودکارآمدی نتیجه این فرآیندهای شناختی است و توسعه آن توسط تجربیات رهبری، یادگیری‌های مبتنی بر مشاهده، فرآیندهای شناختی است و توسعه آن توسط تجربیات رهبری، یادگیری-های مبتنی بر مشاهده، ترغیب اجتماعی، احساس رضایت روان‌شناختی که از متغیرهای شخصی و زمینه-ای ناشی می‌شوند، تحت تأثیر قرار می‌گیرد. نگرش‌ها و خودکارآمدی راجع به احتمال شکست یا موفقیت

73. Evans

74. Self- efficacy

74. Bandora

آتی بر توسعه قصد کارآفرینانه تأثیر می‌گذارند. همچنین خودکارآمدی به‌عنوان تعدیل‌کننده رابطه قصد و فعالیت عمل می‌کند. بنابراین درجه بالای خودکارآمدی، پیش‌نیازی اساسی برای انتقال از قصد به فعالیت است (بوید و وزیکیس، ۱۹۹۴). به‌صورت خلاصه این مدل اشاره می‌کند باورها بر نگرش‌ها تأثیر می‌گذارند، نگرش‌ها قصد را تحت تأثیر قرار می‌دهند و قصد، رفتار را پیش‌بینی می‌کند.

نکته‌ای که در اینجا باید مورد توجه قرار گیرد این است که ارزش‌نهایی هر مدل مبتنی بر قصد کارآفرینی، پیش‌بینی رفتار کارآفرینانه براساس سنجش قصد کارآفرینانه است. البته ارزش پیش‌گویانه قصد با مفروضات و شرایط خاصی عمل می‌کند (اجزن، ۱۹۹۱). بنابراین اگرچه پژوهش‌هایی بر قصد کارآفرینانه متمرکز شده‌اند، ارزش این نوع پژوهش‌ها هنگامی افزایش می‌یابد که قصد کارآفرینانه قابلیت پیش‌بینی رفتار کارآفرینانه را داشته باشد و این وقتی است که ۴ فرض و شرط در رابطه قصد رفتار کارآفرینانه موجود باشد. اول رفتار کارآفرینانه تحت کنترل ارادی شخص باشد. دوم، شخص باید احساس کند شانس او برای شروع کسب و کار خوب است، سوم این‌که بین سنجش قصد و رفتار ارتباط وجود داشته باشد، و نهایتاً سنجش قصد بین فاصله زمانی که سنجش قصد و سنجش رفتار انجام می‌گیرد، باید ثابت باشد (سامرز، ۱۹۹۸).

۲-۱۰-۲. تأثیرگذاری شخصیت بر قصد کارآفرینانه

با دقت در اجزای دو مدل قصد برد (۱۹۸۸) و بوید و وزیکیس (۱۹۹۴) که در بخش قبل معرفی شدند، شخصیت به‌عنوان یکی از عوامل مهم تأثیرگذار بر قصد افراد شناسایی می‌شود. اساساً کارآفرین‌شدن به عواملی نسبت داده می‌شود که تقریباً ذاتی هستند (شینر، ۲۰۰۹). جریانی عمده در تحقیقات آکادمیک کارآفرینی بر تعیین خصوصیات روان‌شناختی که با کارآفرینان و عواملی که آن‌ها را تشویق به شروع

کسب و کار می‌کند مرتبط است، تمرکز کرده است (راج و فرز^{۷۵}، ۲۰۰۷) و این موضوع که شخصیت فرد نقش مهمی در قصد او برای کارآفرین شدن ایفا می‌کند، مورد توافق بسیاری از محققان است (دوبرانسکی - فاسیسکا، ۲۰۰۲). در واقع علاوه بر طراحان دو مدل فوق‌الذکر، محققان دیگری نیز بر اهمیت شخصیت در شکل‌گیری قصد کارآفرینانه تأکید کرده‌اند که در ادامه به برخی از آن‌ها اشاره می‌شود. رینالدز^{۷۶} (۱۹۹۱) سه عامل را که ممکن است تصمیم فرد به شروع کسب و کار جدید را تحت تأثیر قرار دهد پیشنهاد داده است. ۱- خصوصیات زمینه اقتصادی، ۲- خصوصیات شخصیتی یا زمینه کاری و ۳- گرایش ضمنی شخص علاوه بر این، پنج طبقه از متغیرها ممکن است تصمیم یک فرد برای رفتار کارآفرینانه را تحت تأثیر قرار دهد: ۱- خصوصیات شخصی، ۲- محیط شخصی، ۳- محیط کسب و کار مربوطه، ۴- ایده کسب و کار خاص و ۵- اهداف کارآفرین (نافیزگر و همکاران^{۷۷}، ۱۹۹۴).

گادام^{۷۸} (۲۰۰۷) ویژگی‌ها و رفتار کارآفرینانه را بررسی کرده و اشاره می‌کند ۶ عامل عمده این رفتار را شکل می‌دهند. خصوصاً گادام این مفهوم که رفتار کارآفرینانه به وسیله عوامل اقتصادی، اجتماعی، روانشناختی، محیطی، جمعیت شناختی و فرهنگی تحت تأثیر قرار می‌گیرد را مورد اشاره قرار می‌دهد. این عوامل موجب ظهور و رشد و موفقیت کارآفرینانه شده و در تعامل با بنگاه کارآفرینانه و کارآفرین، آن را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

همچنین لینان و موریانو (۲۰۰۷) عنوان می‌کنند که گاهی اوقات تصمیم افراد برای کارآفرین شدن، به عنوان تابعی از ویژگی‌های شخصیتی آن‌ها در نظر گرفته می‌شود.

در نهایت می‌توان عنوان داشت محققان شخصیت توافق دارند که تفاوت‌های فردی در طی زمان و در موقعیت‌های مختلف پایدار است از طرفی شواهدی وجود دارد که ویژگی‌های شخصیتی، انتخاب‌های

75. Raj & ferez

76. Reinaldz

77 . Nafizger

78 .Gaddam

شغلی را تحت تأثیر قرار داده و این که افراد تلاش می‌کنند شغل خود را با محیط شغلی و کاری خاص مورد علاقه‌شان تطبیق دهند. مطابق یکی از مدل‌های روان‌شناسی (اشنایدر^{۷۹}، ۱۹۸۷) که در پژوهش حاضر نیز به‌عنوان یکی از مبانی اساسی مورد استفاده قرار می‌گیرد، افراد جذب فعالیت‌هایی می‌شوند که با شخصیت‌شان مطابقت داشته و همچنین با آن، نسبت به طبقه‌های شغلی دیگر بیشتر احساس رضایت می‌کنند. به علاوه، اگر افراد علایق شخصی‌شان را در محیطی که تطابق بیشتری با شخصیت‌شان دارد، دنبال کنند، این کوشش و پشتکار آن‌ها را افزایش داده و منتج به موفقیت‌شان می‌شود (دج، ۲۰۰۷).

۲-۳. پیشینه‌های پژوهش

۲-۳-۱. تحقیقات انجام‌شده در داخل کشور

کشاورز (۱۳۹۳) در پژوهشی با عنوان بررسی قصد کارآفرینی دانشجویان پیام نور و سازه‌های اثرگذار بر آن، دریافت که قصد کارآفرینی دانشجویان رشته‌های فنی-مهندسی، مدیریت و بازرگانی به گونه‌ی معنی‌داری بالاتر از دانشجویان سایر رشته‌ها است. علاوه بر آن، نگرش عمومی، نگرش نسبت به کارآفرینی، باور به خودکارآمدی و سابقه‌ی کارآفرینی در زمره‌ی عوامل اصلی اثرگذار بر قصد کارآفرینی دانشجویان رشته‌های فنی مهندسی و بازرگانی محسوب می‌شود. این درحالی‌که است که قصد کارآفرینی دانشجویان سایر رشته‌ها از طریق نگرش عمومی، باور به خودکارآمدی و هنجارهای اجتماعی ذهنی قابل تبیین است.

باقرصاد و همکاران (۱۳۹۲) در پژوهشی با عنوان تأثیر آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینی دانشجویان رشته‌های فنی و حرفه‌ای دریافتند که آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینی و درک امکان‌پذیری دانشجویان رشته‌های فنی و حرفه‌ای تأثیرگذار است؛ همچنین در این پژوهش فرضیه‌های تأثیرگذاری آموزش بر نگرش‌های فردی، هنجارهای اجتماعی و دانش کارآفرینی دانشجویان بررسی شد که تأیید نشد.

حیدری ساربان (۱۳۹۲) در پژوهشی با عنوان نقش توانمندسازی روان‌شناختی بر تقویت کارآفرینی روستایی که بر روی ۱۸۰ نفر از کارآفرینان با استفاده از پرسشنامه کارآفرینی، انجام داده بود، دریافت که بین ابعاد شایستگی، اثرگذاری، معنی‌داری و خود تعینی توانمندسازی روان‌شناختی با تقویت کارآفرینی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. ابعاد شایستگی، اثرگذاری و خود تعینی، توانایی تبیین ۰/۹۲ درصد از تغییرات متغیر تقویت کارآفرینی را دارا می‌باشد.

عسکر اوغلی و عابدی (۱۳۹۲) در پژوهشی تحت عنوان تأثیر شخصیت کارآفرینانه بر عملکرد شغلی کارکنان با میانجیگری توانمندسازی که بر روی ۱۵۵ نفر از کارکنان واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی استان آذربایجان غربی با استفاده از پرسشنامه استاندارد شخصیت کارآفرینی، توانمندسازی کارکنان و عملکرد شغلی انجام داده بودند، دریافتند که رابطه‌ی معنی‌داری بین ابعاد توانمندسازی کارکنان با عملکرد شغلی وجود دارد. همچنین نتایج نشان داد که شخصیت کارآفرینانه کارکنان دانشگاه آزاد اسلامی آذربایجان غربی بر عملکرد شغلی آن‌ها به‌صورت مستقیم و به‌صورت غیرمستقیم از طریق توانمندسازی روان‌شناختی تأثیر می‌گذارد.

کریمی و همکاران (۱۳۹۱) در پژوهشی با عنوان بررسی تأثیر عوامل محیطی بر قصد کارآفرینانه‌ی دانشجویان کشاورزی دریافتند که حمایت از طرف خانواده و آشنایان و حمایت دانشگاهی بر قصد کارآفرینی دانشجویان تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد. ولیکن نتایج به‌دست‌آمده نشان داد که فردگرایی، جمع‌گرایی، حمایت و موانع محیطی درک شده، اثر مستقیم و معنی‌داری بر قصد کارآفرینی دانشجویان ندارند.

ملکیان بهابادی (۱۳۸۹)، در پایان‌نامه کارشناسی ارشد خود به مقایسه قصد کارآفرینانه دانشجویان کارشناسی ارشد دانشکده‌های روان‌شناسی و علوم تربیتی، کارآفرینی و مدیریت دانشگاه تهران و همچنین عوامل مؤثر بر آن پرداخته است. نتایج مرتبط با موضوع تحقیق بیانگر آنند که در دانشکده‌های روانشناسی

و علوم تربیتی و کارآفرینی، متغیر شخصیت قابلیت پیش‌بینی قصد کارآفرینانه را در سطح معناداری ۰/۰۵ دارد، ولی در دانشکده مدیریت این متغیر، قابلیت پیش‌بینی قصد کارآفرینانه را در سطح معناداری ۰/۰۵ ندارد (ملکیان بهابادی، ۱۳۸۹).

کوزه چیان و همکاران (۱۳۸۹)، در تحقیقی با عنوان «رابطه بین ساختار کارآفرینانه و اثربخشی سازمانی در سازمان تربیت‌بدنی جمهوری اسلامی ایران» به این نتیجه رسیدند که ساختار سازمانی سازمان تربیت‌بدنی بروکراتیک است و چنین ساختاری برای کارآفرینی در سازمان تربیت‌بدنی مناسب نیست.

علیمردانی و همکاران (۱۳۸۸)، در تحقیقی با عنوان «بررسی رابطه میان ساختار سازمانی با کارآفرینی سازمانی» به این نتایج دست یافتند که بین ساختار و کارآفرینی سازمانی رابطه‌ی معنی‌دار وجود دارد و بین مؤلفه‌های ساختار سازمانی (رسمیت، پیچیدگی و تمرکز) با کارآفرینی سازمانی رابطه‌ی معکوس وجود دارد، یعنی هرچه رسمیت، قانون و مقررات، پیچیدگی در سطح (عمودی، افقی، جغرافیایی) و تمرکز سازمانی بالاتر باشد، کارآفرینی سازمانی کمتر می‌شود و بین تخصصی‌گرایی و کارآفرینی سازمانی رابطه معنی‌دار وجود ندارد.

فلاح رضوی (۱۳۸۸)، تحقیقی تحت عنوان «تأثیر ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه‌ی مدیران بر یادگیرنده بودن سازمان مدارس» به این نتایج دست یافت. نمره کلی ویژگی شخصیتی کارآفرینانه و مؤلفه‌های آن در مدیران مدارس دارای سازمان یادگیرنده و غیر آن تفاوت معنی‌داری نداشته است، همچنین تفاوت معنی‌داری میان نمره یادگیرنده بودن سازمان مدارس و همچنین ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه‌ی مدیران برحسب جنسیت مشاهده نشده است.

شجیع (۱۳۸۸)، در تحقیق خود تحت عنوان «بررسی نگرش دانشجویان تربیت‌بدنی به موانع کارآفرینی و مشکلات راه‌اندازی کسب‌وکار بعد از فراغت از تحصیل» به این نتیجه رسید که ۴۲/۶ درصد دانشجویان، ناتوانی در پذیرش خطر مالی را اصلی‌ترین مانع کارآفرینی تلقی می‌کنند مشکل تأمین سرمایه، سیاست‌های دولت، رشته تحصیلی، نبود فرصت‌های شغلی و کمبود راهنمایی و مشاوره مهم‌ترین مشکلات فرارو در راه‌اندازی کسب‌وکار محسوب می‌شوند. یافته‌ها نشان می‌دهد که بین میانگین مجموع موانع اولیه کارآفرینی دانشجویان دختر و پسر تفاوت معنی‌داری وجود دارد. این تفاوت، نشان از وجود موانع اولیه بیشتر در دانشجویان پسر است. همچنین بین علاقه‌مندی به رشته تحصیلی با تمایل به ایجاد کسب‌وکار مرتبط با آن رابطه معنی‌داری وجود دارد.

انصاری و سلمانی زاده (۱۳۸۷)، در تحقیقی با عنوان «ویژگی‌های جمعیت شناختی کارآفرینان کشور» بر مبنای تجزیه و تحلیل توصیفی متغیرهای مستقل تحقیق، جنسیت مرد، داشتن تحصیلات دانشگاهی، رشته تحصیلی فنی-مهندسی، اشتغال آزاد والدین، سن مناسب (بین ۲۵ تا ۳۵ سال) در زمان شروع به فعالیت کارآفرینانه، جایگاه متوسط و مرفه اقتصادی و وجود الگوی نقش (به‌خصوص در بین نزدیکان)، مؤلفه‌های قابل انتصاب به کارآفرینان کشور می‌باشند. نتایج این مطالعه حاکی از وجود انطباق در تعدادی از ویژگی‌های جمعیت شناختی کارآفرینان کشور با نتایج مطالعات سایر کشورها و عدم همسویی در تعدادی دیگر است.

سلطانی و همکاران (۱۳۸۷)، در تحقیقی با عنوان «ارتباط بین ساختار سازمانی با کارآفرینی سازمانی مدیران ستادی سازمان تربیت‌بدنی جمهوری اسلامی ایران» به نتایج زیردست پیدا کردند: بین ساختار و کارآفرینی سازمانی رابطه معنی‌دار و منفی به دست آمد و بین پیچیدگی، رسمیت و تمرکز با کارآفرینی

سازمانی رابطه معنی‌دار و منفی به دست آمد و بین سطح تحصیلات و کارآفرینی سازمانی رابطه معنی‌دار مشاهده نشده و بین سابقه خدمت و سن با کارآفرینی سازمانی رابطه معنی‌دار و منفی به دست آمد.

رستمی (۱۳۸۷)، در تحقیقی با عنوان «بررسی رابطه ویژگی‌های شخصیتی مدیران با کارآفرینی سازمانی در سازمان‌های بهداشتی و درمانی وابسته به دانشگاه علوم پزشکی تبریز» که هدف اصلی آن بررسی رابطه ویژگی‌های شخصیتی مدیران با کارآفرینی سازمانی، که به منظور نیل به این هدف، ویژگی‌های کارآفرینی مدیران از دیدگاه کارکنان موردبررسی قرار گرفت و در پایان به این نتیجه دست‌یافته که ارتباط مستقیم و معنی‌داری بین ویژگی‌های شخصیتی مدیران و کارآفرینان سازمانی وجود داشته، لذا برای اعتلای کارآفرینی در سازمان‌های دولتی خصوصاً در بیمارستان‌ها و مراکز بهداشتی درمانی، پرورش ویژگی‌های کارآفرینی در بین مدیران ضرورت دارد.

۲-۳-۲. تحقیقات انجام‌شده در خارج کشور

مطالعه‌ای توسط **فیتزسیمونز و داگلاس^{۸۰} (۲۰۱۱)**، به منظور بررسی رابطه بین امکان‌پذیری و مطلوبیت در شکل‌گیری قصد کارآفرینانه انجام‌گرفته است. نمونه این تحقیق شامل ۴۱۴ نفر از دانشجویان رشته MBA در کشورهای استرالیا، چین، هند و تایلند است که تحت یک دوره آموزشی کارآفرینی قرارگرفته‌اند. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد بین متغیرهای مطلوبیت و امکان‌پذیری از یک سو و قصد کارآفرینانه از سوی دیگر، رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. همچنین دو متغیر مطلوبیت و امکان‌پذیری به‌عنوان متغیرهای مستقل تأثیر قابل توجهی بر شکل‌گیری قصد کارآفرینانه یعنی متغیر وابسته دارند.

80. Simonez & Daglas

در یکی از جدیدترین مطالعات صورت گرفته در زمینه شخصیت و کارآفرینی که توسط ژائو^{۸۱} و همکاران (۲۰۱۰)، انجام شده، رابطه شخصیت با قصد کارآفرینانه و عملکرد کارآفرینانه با روش متاآنالیز مورد بررسی قرار گرفته است. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که چهار بعد از ابعاد مدل پنج عاملی شخصیت، با قصد کارآفرینانه مرتبط است. به نظر می‌رسد انعطاف‌پذیری نسبت به تغییر و با وجدانی به عنوان سازه‌های شخصیت به طور قوی‌تر و پایداری با قصد کارآفرینانه مرتبط هستند. همچنین به نظر می‌رسد تنها توافق با قصد کارآفرینانه نامرتبط است، اگرچه نتایج رگرسیون چندگانه نتایج کوچک اما از نظر آماری قابل توجه در پیش‌بینی جهت منفی حتی برای توافق را نشان می‌دهد. نتایج این مطالعه همچنین نشان می‌دهد مجموعه پنج بعد شخصیتی، تأثیر قابل توجهی بر قصد کارآفرینانه دارند.

یافته‌های این تحقیق با این تصور که قصد کارآفرینانه و عملکرد کارآفرینانه باهم، ظهور تفاوت‌های شخصیتی میان گروه‌های کارآفرین و مدیر را تشریح می‌کنند، چیزی که در مطالعات قبلی هم یافت شده بود، سازگار است. در مجموع یافته‌های این تحقیق، نتیجه‌گیری‌های توصیفی قبلی را رد کرده و اشاره می‌کند که شخصیت در قصد کارآفرین شدن نقش دارد (ژائو، سیرت و لامپکین، ۲۰۱۰).

دوینش و همکاران (۲۰۱۰)، مطالعه‌ای به منظور تشریح قصد کارآفرینانه در منطقه کارائیب انجام داده‌اند. آن‌ها برای بررسی عوامل اثرگذار بر قصد کارآفرینانه، از بخشی از مدل شاپیرو استفاده کرده‌اند. بدین ترتیب که آن‌ها با استفاده از مدل معادلات ساختاری مجموعه‌ای از روابط را آزموده‌اند که طی آن، سابقه قرارگرفتن در معرض فعالیت‌های کارآفرینانه، بر درک مطلوبیت و درک امکان‌پذیری تأثیرگذار بوده و از طرفی درک مطلوبیت و درک امکان‌پذیری بر قصد کارآفرینانه تأثیرگذار است. این مطالعه بر روی ۳۷۶ دانشجو انجام شده است. نتایج نشان می‌دهد درک مطلوبیت و درک امکان‌پذیری تأثیری مستقیم و مثبت بر قصد کارآفرینانه دارند.

در مطالعه‌ای دیگر ایشوتکا^{۸۲} و همکاران (۲۰۱۰)، به بررسی تأثیر شخصیت و قابلیت‌های کارآفرینانه (در دوران نوجوانی) بر قصد کارآفرینانه پرداخته‌اند. در اینجا نیز مدل مبنا در مطالعه رابطه شخصیت و قصد کارآفرینانه، مدل پنج عاملی شخصیت است. مطالعه بر روی ۴۹۶ محقق و پژوهشگر آلمانی که در مؤسسات تحقیقاتی دانشگاهی و غیردانشگاهی مشغول فعالیت بودند، صورت گرفت. نتایج نشان می‌دهد شرکت‌کنندگانی که شباهت بیشتری با تیپ مرجع داشتند، قصد کارآفرینانه بیشتری از خود نشان می‌دادند. نتایج این مطالعه همچنین رابطه شخصیت و قابلیت‌های کارآفرینانه (نظیر فعالیت‌های تجاری، ابداعی و رهبری) در دوران نوجوانی را نشان می‌دهد. شرکت‌کنندگان با نیمرخ شخصیتی کارآفرینانه، سطوح بالاتری از قابلیت‌های کارآفرینانه در دوران نوجوانی را گزارش کرده‌اند. از طرفی شرکت‌کنندگانی که قابلیت‌های کارآفرینانه در حدود سن ۱۴ یا ۱۵ سالگی نشان داده‌اند، در زمان حال قصد کارآفرینانه بیشتری دارند. درواقع این یافته‌ها نشان می‌دهد که شخصیت به‌صورت غیرمستقیم و به‌واسطه قابلیت‌های کارآفرینانه در دوران نوجوانی، بر روی قصد کارآفرینانه در دوران بزرگسالی تأثیر می‌گذارد. به نظر می‌رسد موجودی‌های شخصیتی موتور فعالیت‌ها و انتظاراتی است که رشد شغلی فرد را رد جهت مشخصی هدایت می‌کند (ایشوتکا، سیلبرس و اشمیت - رودموند، ۲۰۱۰).

در مطالعه‌ای دیگر، اسماعیل و همکاران^{۸۳} (۲۰۰۹)، به بررسی وضعیت قصد کارآفرینانه در دانشجویان کشور مالزی پرداخته‌اند. در این مطالعه رابطه بین پنج عامل شخصیتی، عوامل زمینه‌ای و قصد کارآفرینانه بررسی شده است. داده‌ها از ۱۲۳ دانشجوی دوره کارشناسی در یکی از دانشگاه‌های مالزی جمع‌آوری شده است. از تحلیل همبستگی برای تعیین ماهیت رابطه بین متغیرهای تحقیق و از تحلیل رگرسیون نیز برای تعیین اثر کلی متغیرهای مستقل بر متغیرهای وابسته استفاده شده است. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد با وجود این که بین عوامل شخصیتی و قصد کارآفرینانه رابطه‌ای مطابق با فرضیه‌های تحقیق وجود دارد

82. Eishotka

83. Ismail et al

اما از لحاظ آماری تنها دو عامل شخصیتی برون‌گرایی و انعطاف‌پذیری قابلیت پیش‌بینی قصد کارآفرینانه را در نمونه مورد بررسی دارند.

کیکول^{۸۴} و همکاران (۲۰۰۹)، مطالعه‌ای به منظور شناسایی رابطه سبک‌شناختی افراد بر قصد کارآفرینانه آن‌ها انجام داده‌اند. آن‌ها ۴ مرحله برای راه‌اندازی کسب‌وکار جدید فرض کرده‌اند. این مراحل عبارت‌اند از مرحله جستجو برای ایده‌ها و فرصت‌ها، مرحله برنامه‌ریزی و تهیه طرح کسب‌وکار، مرحله جمع‌آوری منابع مالی و انسانی و نهایتاً مرحله پیاده‌سازی که شامل شروع، مدیریت و پرورش کسب‌وکار می‌شود. شرکت‌کنندگان در این تحقیق، ۱۳۸ دانشجو بودند که در یک برنامه پاره وقت MBA در یکی از دانشگاه‌های بزرگ غرب ایالات متحده ثبت‌نام کرده بودند تجزیه و تحلیل داده‌های این پژوهش با استفاده از مدل معادلات ساختاری و نرم‌افزار لیزرل انجام شده است. نتایج تجزیه و تحلیل داده نشان می‌دهد جز در مرحله جستجو برای ایده‌ها و فرصت‌ها، در سایر مراحل که کارآفرین برای راه‌اندازی کسب و کار جدید طی می‌کند (برنامه‌ریزی، جمع‌آوری منابع و پیاده‌سازی)، رابطه مثبتی بین قصد کارآفرینانه و تفکر منطقی، تحلیلی و علت و معلولی وجود دارد. نتایج این مطالعه آشکارکننده این موضوع است که ترجیحات افراد در تفکر تحلیلی یا شهودی با قصد کارآفرینانه آن‌ها مرتبط است. (کیکول و همکاران، ۲۰۰۹).

لی^{۸۵} و همکاران (۲۰۰۹) در مطالعه‌ای در سنگاپور بر روی نمونه‌ی ۴۱۹۲ نفره مشخص کردند که خودکارآمدی نه تنها نقش مستقیم در درک امکان‌پذیری ایفا می‌کند، بلکه همچنین می‌تواند رابطه‌ی مابین علاقمندی به کارآفرینی و قصد کارآفرینی را نیز تعدیل کند.

84 . Kickol

85 - Lee

رساله دکتری دیگر به منظور بررسی قصد کارآفرینانه دانشجویان توسط کریک (۲۰۰۸)، نگارش شده است. در این رساله، مطالعه بر روی ۳۱۱ دانشجوی (کسب و کار و دیگر رشته‌ها) یکی از دانشگاه‌های بزرگ غرب ایالات متحده به منظور بررسی رابطه پنج عامل شخصیت، کنجکاوی، مخاطره‌پذیری، جهت‌گیری کارآفرینانه، خلاقیت و قصد کارآفرین شدن صورت گرفت ابزار تحقیق، ترکیبی از ۷ پرسشنامه بود. جهت تحلیل داده‌های مربوط به رابطه پنج عامل شخصیت و قصد کارآفرینانه از ضریب همبستگی استفاده شد. نتایج نشان می‌دهد عوامل شخصیتی برون‌گرایی، ثبات هیجانی و انعطاف‌پذیری به‌طور معنادار و مثبتی با قصد کارآفرینانه دانشجویان مرتبط است (کریک، ۲۰۰۸).

کیث^{۸۶} و همکاران (۲۰۰۶) در مطالعه‌ی انجام‌شده بر روی دانشجویان، تأثیرگذاری عوامل شخصیتی، انگیزشی، سبک‌های شناختی، الگوهای اجتماعی و تمایل به ابتکار بر قصد کارآفرینانه را تأیید کردند.

درنان، کندی و رنفرو^{۸۷} (۲۰۰۵)، در مطالعه‌ای به بررسی تأثیر تجربیات دوران کودکی بر توسعه قصد کارآفرینانه دانشجویان از طریق دو متغیر مطلوبیت و امکان‌پذیری پرداخته‌اند. این مطالعه در بین ۱۰۳۴ دانشجوی سال اول دوره کارشناسی در کشور استرالیا انجام‌شده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد رابطه مثبت و معناداری بین مطلوبیت و قصد کارآفرینانه و امکان‌پذیری و قصد کارآفرینانه وجود دارد. از طرفی نتایج تحلیل رگرسیون نیز بیانگر این موضوع است که این دو متغیر تأثیر قابل توجهی (۵۰ درصد) بر قصد کارآفرینانه دارند.

جف برایس^{۸۸} (۲۰۰۴)، در رساله دکتری خود به بررسی نقش ابعاد شخصیتی و ترجیحات شغلی در شکل‌گیری قصد کارآفرینانه پرداخته است. مقاله استخراج شده از این رساله در هجدهمین کنفرانس ملی

⁸⁶ - Keith

⁸⁷ Drennan , Kennedy & Renfrow

⁸⁸. Brice

سالانه انجمن کسب و کار کوچک و کارآفرینی ایالات متحده^{۸۹} ارائه شد. در این مطالعه، رابطه ابعاد شخصیتی با شکل‌گیری قصد کارآفرینانه با انجام پژوهشی در بین ۴۰۴ دانشجوی رشته‌های کسب و کار بررسی شده است. پنج فرضیه این تحقیق، رابطه مستقیم هر یک از پنج بعد شخصیتی و قصد کارآفرینانه را مورد سؤال قرار داده است. بدین ترتیب که با وجدانی، برون‌گرایی و انعطاف‌پذیری ارتباط مثبت و توافق و بی‌ثباتی هیجانی ارتباط منفی با شکل‌گیری قصد کارآفرینانه دارند. برای آزمون فرضیه‌ها از همبستگی و رگرسیون چندگانه و برای تحلیل آن‌ها از تحلیل رگرسیون استفاده شد. نتایج تحلیل رگرسیون نشان می‌دهد بین باوجدانی و انعطاف‌پذیری و شکل‌گیری قصد کارآفرینانه رابطه مثبت وجود دارد. همچنین بین توافق و شکل‌گیری قصد کارآفرینانه رابطه منفی وجود دارد. همچنین باوجودی که برون‌گرایی رابطه مثبت و بی‌ثباتی هیجانی رابطه‌ای منفی با شکل‌گیری قصد کارآفرینانه دارند، اما بزرگی ارتباط آن‌ها از نظر آماری تأیید نشد. و درواقع سه فرضیه از مجموع پنج فرضیه تحقیق تأیید شدند (برایس، ۲۰۰۴).

کروگر، ریلی و کاسرود (۲۰۰۰)، در مطالعه خود، دو مدل تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده اجزن و رویداد کارآفرینانه شاپیرو را مقایسه کرده‌اند. نمونه تحقیق آن‌ها شامل ۹۷ دانشجوی رشد کسب‌وکار است که در زمان تحقیق با تصمیمات شغلی مهم مواجه بودند. به‌زعم آن‌ها انتخاب چنین نمونه‌ای این اجازه را می‌دهد که فرآیندهای کارآفرینانه را پیش از فعالیت واقعی کارآفرینانه بررسی کنند. در واقع چنین نمونه‌ای افرادی با طیف گسترده‌ای از تجربه، قصد و نگرش‌ها نسبت به کارآفرینی و گرایش‌ها را فراهم می‌کند. نتایج این تحقیق به شکل کامل از تئوری رویداد کارآفرینانه شاپیرو حمایت می‌کند. تمام روابط که توسط این مدل پیش‌بینی شده است، معنادار (در سطح معناداری ۰/۰۵ و بهتر) و در جهت مورد انتظار بود. قصد به شکل معناداری با درک امکان‌پذیری کلی و درک مطلوبیت کلی مرتبط است. همچنین قصد به‌وسیله عمل‌گرایی پیش‌بینی می‌شود. هر معیار نگرش، به شکل قابل‌توجهی با پیش‌بینی شده مرتبط

89. USASBE

است. درک امکان‌پذیر کلی با درک خودکارآمدی مرتبط است. همچنین درک مطلوبیت کلی با درک مطلوبیت خاص مرتبط است. تمام مؤلفه‌های مدل شاپیرو به شکل آماری در سطح معناداری ۰/۰۵ پشتیبانی می‌شوند. همچنین نتایج حاصل از این تحقیق و شواهد پیشین، نشان‌دهنده اهمیت موضوعات مرتبط با شناخت است (کروگر، ریلی و کارسرود، ۲۰۰۰).

کروگر (۱۹۹۳)، در مطالعه‌اش به آزمون روابط موجود در مدل رویداد کارآفرینانه شاپیرو پرداخته است. نمونه تحقیق او شامل ۱۲۶ دانشجوی کارشناسی ارشد کسب و کار است که در زمان تحقیق با تصمیمات شغلی مواجه هستند. نتایج همبستگی حاصل از این مطالعه نشان می‌دهد هر سه متغیر درک مطلوبیت، درک امکان‌پذیری و عمل‌گرایی به شکل معناداری با قصد کارآفرینانه مرتبط هستند، به نظر می‌رسد این سه متغیر در مجموع سهم قابل توجهی از تغییرات مغیر قصد کارآفرینانه را تشریح می‌کنند.

همچنین نتایج تحلیل رگرسیون نشان می‌دهد قصد به شکل معناداری با درک مطلوبیت، درک امکان‌پذیری و عمل‌گرایی مرتبط است نکته قابل توجه این است که بیش از نیمی از تغییرات قصد (۵۴٪) ناشی از این سه متغیر است. علاوه بر این نتایج تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد که تأثیر غیرمستقیم عمل‌گرایی نیز قابل توجه است. در واقع هنگامی که عمل‌گرایی پایین است، درک امکان‌پذیری دیگر پیشایند معنادار برای قصد باقی نمی‌ماند. در مجموع به نظر می‌رسد عمل‌گرایی علاوه بر تأثیر قابل توجه مستقیم، نقش‌های غیرمستقیمی نیز در شکل‌یابی قصد کارآفرینانه بازی می‌کند. نتایج مطالعه کروگر (۱۹۹۳)، از این گزاره‌های شاپیرو حمایت می‌کند که قصد کارآفرینانه تا حد زیادی از (۱) درک مطلوبیت، (۲) درک امکان‌پذیری و (۳) عمل‌گرایی که از باورهای کنترلی فرد سرچشمه می‌گیرد، ناشی می‌شود. همچنین این نتایج نشان می‌دهد عمل‌گرایی ممکن است تعدیل‌کننده مهم و پیچیده روابط کلیدی در این مدل باشد (کروگر، ۱۹۹۳).

۲-۴. جمع‌بندی فصل

در این فصل هدف اصلی از بررسی مبانی نظری و پیشینه پژوهش، توضیح حوزه گسترده‌تری از مفاهیم اساسی در ارتباط بین ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه دانشجویان می‌باشد. ادبیات پژوهش نتیجه بررسی یکسری مطالعات می‌باشد که به‌صورت جداگانه روی هرکدام از عناصر پژوهش، بررسی و مطالعه می‌شود. در این فصل به بررسی و واکاوی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه دانشجویان پرداخته شد؛ در پایان، تحقیقات و پژوهش‌های انجام‌شده در داخل و خارج کشور مورد بررسی قرار گرفت. به‌طور کلی به توضیح مبانی نظری و پیشینه پژوهش و بحث درباره برخی از نظریه‌های بین تأثیر عوامل شخصیتی بر قصد کارآفرینانه و همچنین دیدگاه‌هایی در مورد انواع آن پرداخته شد؛ و در پایان پیشینه‌های انجام‌شده در داخل و خارج از کشور مورد بررسی قرار گرفت.

فصل سوم

« روش تحقیق »

۱-۳ مقدمه

روش تحقیق، بخش مهم و اصلی هر پژوهش است. هرکدام از پژوهش‌های انجام شده در مدیریت ورزشی دارای روش و طرح خاص خود می‌باشد، که با توجه به نوع پژوهش و بسته به متغیرهای آن، روش‌های آماری آن انتخاب می‌گردد. در این فصل از پژوهش حاضر، به بیان روش پژوهش، جامعه و نمونه آماری پژوهش و نحوه گزینش آن‌ها، معرفی ابزار اندازه‌گیری و روش‌های آماری به کار رفته در تحلیل داده‌ها به همراه جمع‌آوری اطلاعات پرداخته می‌شود.

۲-۳ روش تحقیق

این تحقیق با توجه به هدف، از نوع تحقیقات کاربردی است. هدف این‌گونه تحقیقات توسعه دانش کاربردی در یک زمینه خاص است. همچنین تحقیق حاضر از نظر روش گردآوری داده‌ها، توصیفی و از نوع پیمایشی می‌باشد.

۳-۳. جامعه آماری و نمونه آماری

جامعه آماری مورد مطالعه در این پژوهش را کلیه دانشجویان تربیت‌بدنی دانشگاه‌های دولتی استان خراسان رضوی و سمنان تشکیل می‌دادند که در سال تحصیلی ۹۴-۹۳ مشغول تحصیل بودند، که تعداد آنها ۳۰۰۰ نفر گزارش شد، لذا با توجه به جدول تعیین حجم نمونه مورگان تعداد نمونه ۳۵۰ نفر از جامعه آماری انتخاب شدند. از این رو در تحقیق حاضر، تمامی دانشگاه‌های دولتی استان خراسان رضوی و استان سمنان در دامنه تحقیق قرار گرفتند. کلیه آزمودنی‌ها، دانشجویان رشته تربیت بدنی بودند که در دو مقطع کارشناسی و کارشناسی‌ارشد در حال تحصیل بودند. جهت انتخاب نمونه آماری پژوهش از دو روش خوشه‌ای و تصادفی استفاده شد.

۳-۴ ابزار گردآوری اطلاعات

جهت گردآوری داده‌ها، از پرسشنامه استاندارد سنجش ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان، (نعمتی ۱۳۹۲) استفاده گردید. پرسشنامه مورد استفاده در این تحقیق، از ۲ قسمت تشکیل شده است که قسمت اول مربوط به ویژگی‌های جمعیت شناختی است و قسمت دوم مربوط به گویه‌ها می‌باشد که از ۸ بعد: ریسک‌پذیری، توفیق طلبی، کانون کنترل درونی، تحمل ابهام، سلاست فکری، رویاپردازی، عمل‌گرایی و چالش‌طلبی تشکیل شده است.

قسمت اول پرسشنامه شامل اطلاعات جمعیت شناختی از قبیل سن، شغل، سابقه کار، مقطع تحصیلی، جنسیت، مهارت، اقدام به راه‌اندازی کسب و کار و تمایل جهت راه‌اندازی کسب و کار می‌باشد.

دومین قسمت از پرسشنامه به ارزیابی ابعاد کارآفرینانه پرداخته است که بعد اول مربوط به ریسک‌پذیری است. این بعد شامل ۱۸ سوال می‌باشد.

دومین بعد از پرسشنامه به ارزیابی وضعیت کانون کنترل پرداخته است. این بعد شامل ۱۷ سوال می‌باشد.

سومین بعد از پرسشنامه به ارزیابی وضعیت نیاز به موفقیت پرداخته است. این بعد شامل ۱۵ سوال می‌باشد.

چهارمین بعد از پرسشنامه به ارزیابی وضعیت سلاست فکری پرداخته است. این بعد شامل ۱۳ سوال می‌باشد.

پنجمین بعد از پرسشنامه به ارزیابی وضعیت عمل‌گرایی پرداخته است. این بعد شامل ۸ سوال می‌باشد.

ششمین بعد از پرسشنامه به ارزیابی وضعیت تحمل ابهام پرداخته است. این بعد شامل ۱۱ سوال می‌باشد.

هفتمین بعد از پرسشنامه به ارزیابی وضعیت رویاپردازی پرداخته است. این بعد شامل ۷ سوال می‌باشد.

هشتمین بعد از پرسشنامه به ارزیابی وضعیت چالش‌طلبی پرداخته است. این بعد شامل ۶ سوال می‌باشد.

۳-۵. روایی و پایایی پرسشنامه

روایی: برای روایی صوری و محتوایی، پرسشنامه‌های تحقیق بین ۱۰ نفر از اساتید و دانشجویان دکتری مدیریت ورزشی توزیع گردید تا نظرات تخصصی خود را در مورد چگونگی نگارش سوالات، تعداد سوالات، هماهنگی گزینه‌ها با سوالات و هماهنگی سوالات با اهداف تحقیق، حذف یا اضافه کردن سوالات و سایر موارد اعلام نمایند.

در نهایت پس از توزیع و عودت پرسشنامه‌ها نظرات و پیشنهادات جهت اصلاح ادبی ابزار، با نظر اساتید راهنما و مشاور مورد بررسی قرار گرفت و در پرسشنامه نهایی لحاظ گردید. بنابراین پرسشنامه نهایی شامل ۹۵ سوال چهار گزینه‌ای بود که با توجه به طیف لیکرت، از کاملاً مخالفم تا کاملاً موافقم (کاملاً مخالفم=۱، نسبتاً مخالفم=۲، موافقم=۳، کاملاً موافقم=۴) تدوین گردید.

پایایی: برای دستیابی به پرسشنامه‌ای استاندارد، اجرای مطالعه مقدماتی صورت گرفت تا ضمن تشخیص محدودیت‌های اجرایی و برطرف کردن ابهامات احتمالی، پایایی پرسشنامه نیز بررسی شود. بدین منظور برای تأیید پایایی ابزار اندازه‌گیری تعداد ۳۰ پرسشنامه در ۳ دانشگاه مختلف به صورت تصادفی در بین دانشجویان توزیع شد که با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ مقادیر زیر بدست آمد که با توجه به مقدار

این ضریب می‌توان گفت که: پرسشنامه سنجش ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان از پایایی بالایی برخوردار بوده است. ضریب آلفای کرونباخ کل پرسشنامه (۰/۸۸) بدست آمد.

جدول ۱-۳: آزمون ارزیابی پایایی متغیرهای پژوهش

ردیف	مولفه‌ها	شماره گویه	میزان آلفای کرونباخ
۱	کارآفرینی	۱-۹۵	۰/۸۸
۲	ریسک‌پذیری	۱-۱۸	۰/۸۲
۳	کانون کنترل	۱۹-۳۵	۰/۹۰
۴	نیاز به موفقیت	۳۶-۵۰	۰/۸۶
۵	سلاست فکری	۵۱-۶۳	۰/۷۶
۶	عملگرایی	۶۴-۷۱	۰/۷۲
۷	تحمل ابهام	۷۲-۸۲	۰/۶۸
۸	رویا پردازی	۸۳-۸۹	۰/۷۷
۹	چالش طلبی	۹۰-۹۵	۰/۷۱

۳-۶. چگونگی جمع‌آوری داده‌ها

بعد از جمع‌آوری اطلاعات کتابخانه‌ای و بررسی پیشینه تحقیق و همچنین با توجه به نظرات اساتید راهنما و مشاور پرسشنامه نهایی تشکیل گردید. سپس با مراجعه حضوری در دانشگاه‌های فردوسی مشهد،

حکیم سبزواری، صنعتی شاهرود و دانشگاه سمنان این پرسشنامه در بین دانشجویان تربیت بدنی توزیع گردید.

توزیع پرسشنامه در دانشگاه‌های مربوطه، توسط محقق و به صورت حضوری و با کسب اجازه و هماهنگی با آموزش دانشکده و استادان محترم انجام پذیرفت. محقق در بازه زمانی ۹۴-۹۳ اقدام به توزیع ۳۵۰ پرسشنامه کرد و پس از کنار گذاشتن پرسشنامه‌های مخدوش ۳۳۹ (۹۶/۸٪) تکمیل شده مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. با توجه به آنکه در تدوین پرسشنامه از طرح سوالات خصوصی و همچنین نام افراد کاملاً اجتناب شده بود، با این حال این اطمینان به پاسخ دهندگان داده شد که اطلاعات تکمیل شده نزد محقق محفوظ و نتایج به صورت کلی در پایان نامه ارائه خواهد شد.

۳-۷. روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

تحلیل داده‌ها به معنی طبقه‌بندی، تنظیم، پردازش و خلاصه نمودن داده‌ها برای یافتن پاسخ جهت پرسش‌ها یا فرضیات تحقیق است. هدف از تحلیل، تقلیل داده‌ها به شکل قابل فهم و قابل تفسیر است به نحوی که بتوان روابط متغیرهای گوناگون مرتبط با مسأله پژوهش را مورد مطالعه قرار داد. در این تحقیق جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش‌های آمار توصیفی و آمار استنباطی بهره‌گیری شده است که در زیر به صورت خلاصه به روش‌ها و فنون آماری مورد استفاده در این تحقیق پرداخته می‌شود.

۳-۷-۱. آمار توصیفی

در این پژوهش، جهت توصیف داده‌ها و مشاهدات پس از جمع‌آوری، بازبینی، کدگذاری، ورود اطلاعات و تشکیل بانک اطلاعاتی در نرم‌افزار آماری SPSS از شیوه‌های توصیف آماری از قبیل طبقه‌بندی نمرات خام، جداول توزیع فراوانی، شاخص‌های مرکزی و پراکندگی نظیر میانگین، انحراف معیار و... بهره‌گیری شده است.

۳-۷-۲. آمار استنباطی

در بخش آمار استنباطی، از آزمون کولموگروف اسمیرنوف برای نرمال بودن داده‌ها استفاده شد که پس از مشخص شدن نرمال بودن داده‌ها از آمار پارامتریک و آزمون‌هایی نظیر t مستقل، و t تک نمونه‌ای در رابطه با فرضیات تحقیق و تعمیم آنها به جامعه مورد مطالعه استفاده شده است.

۳-۸. نرم‌افزارهای مورد استفاده در پردازش داده‌ها

لازم به ذکر است که جهت داده‌آمایی (ورود داده‌ها) و رسم برخی از نمودارهای توصیفی از نرم‌افزار *Microsoft Excel* و برای تجزیه و تحلیل داده‌ها و استنباط‌های آماری از نرم‌افزار آماری *SPSS ۲۲* نیز بهره گرفته شده است.

فصل چهارم

یافته ها و نتایج تحقیق

۴-۱- مقدمه

در این فصل، یافته‌های تحقیق مورد تجزیه و تحلیل قرار خواهد گرفت که به دو قسمت توصیف داده‌ها و فرضیه‌های تحقیق تقسیم شده است. در قسمت اول به توصیف جامعه‌های آماری مورد نظر و سپس بررسی پرسشنامه اطلاعات شخصی که در بر گیرنده متغیرهای عینی مانند سن، سطح تحصیلات، سابقه کار، جنسیت و تمایل جهت راه‌اندازی کسب و کار آمده است، بررسی شده و قسمت دوم نیز با استفاده از روش‌های آمار استنباطی به آزمون فرضیات تحقیق پرداخته شده است. لازم به ذکر است جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها و گزارش‌نویسی، در این فصل با استفاده از نرم افزار آماری SPSS ۲۲ بهره گرفته شده است.

۴-۲- آمار توصیفی

در ابتدای پرسشنامه مشخصات جمعیت شناختی پاسخ دهندگان سوال شده بود که در این بخش مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرد، این اطلاعات شامل: سن، سابقه کار، میزان تحصیلات، جنسیت، مهارت و اینکه قبلاً در راه اندازی کسب و کاری شرکت داشته اند یا در حال حاضر تمایل به راه اندازی کسب و کار دارند بود.

قابل به ذکر است استخراج نتایج حاصل از این بخش می‌تواند در بخش‌های بعدی و بررسی ارتباط آن با متغیرهای مستقل و وابسته تحقیق مفید واقع شود.

۴-۲-۱- سن

در این قسمت سن پاسخگویان را بررسی می‌نماییم. نتایج در جدول ۴-۱ نشان داده شده است.

جدول ۴-۱: جدول توزیع فراوانی سن

سن	تعداد	درصد
۱۸-۲۲	۱۷۲	۵۰/۷٪
۲۳-۲۶	۱۱۷	۳۴/۵٪
۲۷-۳۰	۴۱	۱۲/۳٪
۳۱-۳۴	۷	۲٪
+۳۴	۲	۰/۵٪
کل	۳۳۹	۱۰۰٪

با توجه به نتایج حاصل از جدول ۴-۱ بیشتر آزمودنی ها در رده سنی ۱۸-۲۲ سال با ۵۰/۷ درصد

فراوانی و کمترین فراوانی در رده سنی +۳۴ سال با ۰/۵ درصد فراوانی قرار داشتند.

۴-۲-۲- جنسیت

توزیع جنسیت افراد در جدول ۴-۲ گزارش شده است.

جدول ۴-۲: جدول توزیع فراوانی جنسیت

جنسیت	تعداد	درصد
زن	۱۵۱	۴۴/۵٪
مرد	۱۸۸	۵۵/۵٪
کل	۳۳۹	۱۰۰٪

با توجه به نتایج جدول ۴-۲ تعداد مردانی که به پرسشنامه پاسخ داده‌اند، ۱۸۸ نفر می‌باشند که شامل

۵۵/۵٪ می‌باشد و ۱۵۱ نفر از آزمودنی‌ها زنان هستند که شامل ۴۴/۵٪ می‌باشد.

۴-۲-۳- وضعیت سابقه شغلی

در این قسمت وضعیت سابقه شغلی آزمودنی‌ها را بررسی می‌نماییم. نتایج در جدول ۴-۳ نشان داده شده است.

جدول ۳-۴: جدول توزیع فراوانی سابقه شغلی

درصد	تعداد	سابقه شغلی
۳۳/۳٪	۱۱۳	سابقه کاری دارند
۶۶/۷٪	۲۲۶	سابقه کاری ندارند
۱۰۰٪	۳۳۹	کل

همان‌طور که از جدول ۳-۴ مشخص می‌باشد تعداد ۱۱۳ نفر از آزمودنی‌ها که شامل ۳۳/۳٪ می‌شود سابقه کاری داشتند یا در حال حاضر مشغول به انجام کاری بودند و تعداد ۲۲۶ نفر که شامل ۶۶/۷٪ می‌شود هیچ‌گونه سابقه کاری نداشتند.

۴-۲-۴- وضعیت تحصیلی

در این قسمت وضعیت تحصیلی آزمودنی‌ها مورد بررسی قرار می‌گیرد.

جدول ۴-۴: جدول توزیع فراوانی تحصیلات

درصد	تعداد	مقطع تحصیلی
۷۹/۱٪	۲۶۸	کارشناسی
۲۰/۹٪	۷۱	کارشناسی ارشد
۱۰۰٪	۳۳۹	کل

همان‌طور که از جدول ۴-۴ مشخص می‌شود تعداد ۲۶۸ نفر از آزمودنی‌ها که شامل ۷۹/۱٪ آنها می‌شود مشغول به تحصیل در دوره کارشناسی بودند و ۷۱ نفر از آنها که شامل ۲۰/۹٪ می‌شود در دوره کارشناسی ارشد در حال تحصیل بودند.

۴-۲-۵ وضعیت مهارتی

در این قسمت وضعیت مهارتی آزمودنی‌ها مورد بررسی قرار می‌گیرد.

جدول ۴-۵: جدول توزیع فراوانی وضعیت مهارتی

وضعیت مهارتی	تعداد	درصد
دارای مهارت	۱۸۱	۵۳/۴٪
فاقد مهارت	۱۵۸	۴۶/۶٪
کل	۳۳۹	۱۰۰٪

همان‌طور که از جدول ۴-۵ مشخص می‌شود تعداد ۱۸۱ نفر از آزمودنی‌ها معادل ۵۳/۴٪ دارای مهارت خاص بودند و تعداد ۱۵۸ نفر از آنها معادل ۴۶/۶٪ هیچ‌گونه مهارتی نداشتند.

۴-۲-۶ اقدام برای راه اندازی کسب و کار

در این قسمت وضعیت کسب و کار آزمودنی‌ها مورد بررسی قرار می‌گیرد.

جدول ۴-۶: جدول توزیع فراوانی برای راه اندازی کسب و کار

وضعیت کاری	تعداد	درصد
دارای سابقه	۱۲۸	۳۷/۸٪
فاقد سابقه	۲۱۱	۶۲/۲٪
کل	۳۳۹	۱۰۰٪

همان‌طور که از جدول ۴-۶ مشخص می‌شود تعداد ۱۲۸ نفر از آزمودنی‌ها معادل ۳۷/۸٪ قبلاً در راه اندازی کسب و کاری اقدام کرده اند یا اینکه در راه اندازی کسب و کاری همکاری داشته اند و تعداد ۲۱۱ نفر معادل ۶۲/۲٪ هیچ‌گونه سابقه‌ای جهت راه‌اندازی کسب و کار نداشتند.

۴-۲-۶- تمایل جهت راه اندازی کسب و کار

جدول ۴-۷: جدول توزیع فراوانی تمایل جهت راه اندازی کسب و کار

وضعیت کاری	تعداد	درصد
دارای تمایل	۱۸۹	۵۵/۸٪
فاقد تمایل	۱۵۰	۴۴/۲٪
کل	۳۳۹	۱۰۰٪

همان‌طور که از جدول ۴-۷ مشخص می‌شود تعداد ۱۸۹ نفر از آزمودنی‌ها معادل ۵۵/۸٪ از آزمودنی‌ها تمایل به راه اندازی کسب و کاری دارند و تعداد ۱۵۰ نفر از آنها معادل ۴۴/۲٪ هیچ‌گونه تمایلی جهت راه اندازی کسب و کاری ندارند.

۴-۳- توصیف کلی نظرات آزمودنی‌ها

پس از توصیف مشخصات عمومی، در این قسمت سعی شده است که یک شمای کلی از دیدگاه‌های پاسخگویان در رابطه با سئوالات پرسشنامه ارائه شود. در واقع در طی جدولی نحوه‌ی توزیع پاسخ‌های آزمودنی‌ها به هر یک از سئوالات پرسشنامه تحقیق ارائه می‌شود و هدف از آن فقط توصیف شمای کلی نظرات و دیدگاه‌های پاسخگویان و مقایسه امتیازات آن‌ها با نورم‌های مورد نظر در رابطه با هر یک از سئوالات طرح شده در ابزار تحقیق بوده است. بنابراین با این توضیح مختصر، در این قسمت به دلیل جلوگیری از مبسوط شدن و خلاصه‌گویی فقط در جداول ارائه شده فراوانی نسبی هر سوال پرسشنامه محاسبه و گزارش شده است که نحوه‌ی توزیع دیدگاه‌های آزمودنی‌ها را به‌خوبی نشان می‌دهد. با توجه به جدول نرم کارآفرینی این مشخصات و نمرات مربوط به کارآفرینی و ابعاد آن بررسی می‌شود.

جدول ۴-۸: جدول نرم‌های چهار مقوله‌ای خصیصه‌ها

مقوله	بسیار ضعیف	ضعیف	قوی	بسیار قوی
ریسک پذیری متعادل	[۱۸-۴۳]	[۴۳-۵۱]	[۵۱-۵۷]	[۵۷-۷۲]
کانون کنترل	[۱۷-۴۹]	[۴۹-۵۵]	[۵۵-۶۰]	[۶۰-۶۸]
نیاز به موفقیت	[۱۵-۴۴]	[۴۴-۴۸]	[۴۸-۵۳]	[۵۳-۶۰]
سلامت فکری	[۱۳-۳۴]	[۳۴-۳۸]	[۳۸-۴۳]	[۴۳-۵۲]
عملگرایی	[۸-۲۵]	[۲۵-۲۸]	[۲۸-۳۰]	[۳۰-۳۲]
تحمل ابهام	[۱۱-۱۸]	[۱۸-۲۲]	[۲۲-۲۶]	[۲۶-۴۴]
رویا پردازی	[۷-۱۹]	[۱۹-۲۱]	[۲۱-۲۳]	[۲۳-۲۸]
چالش طلبی	[۶-۱۶]	[۱۶-۱۹]	[۱۹-۲۱]	[۲۱-۲۴]
کارآفرینی	[۹۵-۲۶۴]	[۲۶۴-۲۸۳]	[۲۸۳-۳۰۳]	[۳۰۳-۳۸۰]

۴-۳-۱- تحلیل توصیفی دیدگاه پاسخگویان در رابطه با ویژگی‌های شخصیتی

کارآفرینانه (ریسک پذیری)

یکی از ابعاد مورد مطالعه و بررسی، ریسک‌پذیری در بین دانشجویان می‌باشد که اطلاعات مربوط به

آزمودنی‌ها در جدول ۴-۹ ذکر شده است.

جدول ۴-۹: جدول توزیع فراوانی نسبی پاسخ‌های آزمودنی‌ها به گزینه‌های سوالات پرسشنامه (ریسک‌پذیری)

ردیف	پرسش‌ها	کاملاً موافقم	نسبتاً موافقم	نسبتاً مخالفم	کاملاً مخالفم
۱	برای کسب وضعیت بهتر حاضرم ریسک کنم حتی اگر از وضع فعلی خود راضی	۱۲۶	۱۲۷	۵۳	۳۳
۲	گاهی اوقات حاضرم به خاطر سود بیشتر ریسک‌های بالاتری را بپذیرم.	۱۰۵	۱۴۳	۶۳	۲۸
۳	خطر کردن نمک زندگی است.	۸۱	۱۴۵	۷۸	۳۵
۴	زمانی که اکثر افراد احتمال شکست کاری را می‌دهند باز هم حاضرم ریسک انجام	۷۸	۱۰۰	۱۰۵	۵۶
۵	اگر نتیجه انجام کاری به خطر کردنش بیرزد حتی با وجود مخالفت دیگران آن را	۸۱	۱۴۳	۷۹	۳۶
۶	از خطر کردن لذت می‌برم.	۶۷	۱۱۴	۹۷	۶۱
۷	وقتی حاضرم به ریسک‌های بالاتری دست بزنم که ارزش آن را داشته باشد .	۱۳۸	۱۲۸	۵۵	۱۸
۸	نسبت به مردم عادی بیشتر خطر می‌کنم .	۱۳۱	۹۵	۹۴	۱۸
۹	نتایج مطلوبتر معمولاً مرا به این امر وا میدارد که در جهت آنها خطرات بیشتری را	۹۰	۱۷۶	۵۳	۲۰
۱۰	اگر نتیجه انجام کاری برایم جذاب باشد، حاضرم برای رسیدن به آن، خطر بیشتری	۱۲۰	۱۵۲	۵۱	۱۶
۱۱	خطراتی که می‌پذیرم با نتایجی که به دست می‌آورم توجیه می‌شود .	۸۴	۱۵۴	۷۵	۲۵
۱۲	اگر ایده‌ی خوبی داشته باشم حاضرم کار و شغل فعلی خود را رها کنم .	۷۷	۱۲۱	۱۱۱	۲۹
۱۳	حاضرم شانس خود را در معامله‌ای که نتایج آن مبهم است، امتحان کنم .	۷۷	۹۱	۱۲۴	۴۷
۱۴	معتقدم که شروع یک کار جدید ارزش خطر کردن را دارد.	۸۷	۱۴۲	۷۸	۳۲
۱۵	اطرافیان معمولاً خطر کردن‌های مرا منطقی می‌دانند .	۷۵	۱۰۳	۱۱۸	۴۲
۱۶	به سر و کار داشتن با وضعیت‌های مبهم علاقه مندم .	۵۵	۱۰۵	۱۲۰	۵۹
۱۷	وضعیت‌های نا آشنا می‌توانند خوب هم باشند .	۷۹	۱۴۲	۸۵	۳۳
۱۸	بر اساس اطلاعات ناقص هم می‌توان تصمیم‌گیری کرد .	۷۱	۹۵	۹۱	۸۲

جهت محاسبه امتیاز ریسک‌پذیری پاسخگویان از مقیاس عقیده‌سنج لیکرت بهره‌گیری شده و با در نظر گرفتن امتیازات ۱ الی ۴ به ترتیب برای گزینه‌های کاملاً مخالفم تا کاملاً موافقم، می‌توان برای هر پاسخگو امتیازی به دست آورد.

بنابراین پس از محاسبه امتیاز ریسک‌پذیری برای هریک از پاسخگویان، شاخص‌های مرکزی و پراکندگی متغیر که بیان‌کننده دیدگاه آزمودنی‌ها نسبت به این متغیر است، محاسبه گردیده و در جدول ۴-۱۰ گزارش شده

است.

جدول ۴-۱۰: شاخص‌های توصیفی امتیاز ریسک‌پذیری

حجم نمونه	کمینه	بیشینه	میانگین	انحراف معیار
۳۳۹	۲۳	۶۷	۵۱	۸/۳۱

نتایج این جدول حاکی از آن است که میانگین امتیاز ریسک‌پذیری ۳۳۹ دانشجو انتخاب شده، برابر با ۵۱

از سقف امتیاز ۷۲ است و پراکندگی نظرات این افراد برابر با ۸/۴۲ می‌باشد. گفتنی است بر اساس جدول ۴-۸ و

نورم‌ها امتیازات این متغیر در وضیت قوی قرار می‌گیرد.

۴-۳-۲- تحلیل توصیفی دیدگاه پاسخگویان در رابطه با کانون کنترل

از متغیرهای دیگری که محقق آن را بررسی کرده است، کانون کنترل هر دانشجو است. با هدف بررسی و

شناخت متغیر مذکور پس از جمع پاسخ آزمودنی‌ها به سوالات پرسشنامه، امتیاز حاصله، در بازه ۱ تا ۴ قرار دارد

و براساس این امتیازات جدول آمار توصیفی ۴-۱۱ طراحی و در ادامه گزارش گردیده است.

جدول ۴-۱۱: جدول توزیع فراوانی نسبی پاسخ‌های آزمودنی‌ها به گزینه‌های سوالات پرسشنامه (کانون کنترل)

ردیف	سوال	کاملاً موافقم	نسبتاً موافقم	نسبتاً مخالفم	کاملاً مخالفم
۱	هرچه از زندگی بخواهم به دست می‌آورم زیرا در راه رسیدن به آن سخت کار می‌کنم .	۱۲۴	۱۳۱	۵۹	۲۵
۲	از طریق سخت کوشی، پافشاری و توانایی می‌توانیم هر چیزی را در زندگی تغییر دهیم .	۱۵۶	۱۲۵	۴۸	۱۰
۳	افراد معمولاً به آنچه استحقاقش را دارند، دست می‌یابند .	۱۲۳	۱۲۲	۷۰	۲۴
۴	به قدرت خودم برای تحقق هدف‌ها معتقدم .	۱۴۱	۱۴۷	۳۶	۱۵
۵	موفق شدن حاصل زحمت کشیدن است نه شانس .	۱۴۸	۱۲۱	۵۲	۱۷
۶	می‌توانم سرنوشت خود را در دست بگیرم .	۱۴۰	۱۲۵	۵۷	۱۷
۷	به دست آوردن آنچه که می‌خواهم، کمتر به اقبال و شانس بستگی دارد .	۱۲۵	۱۳۱	۶۷	۱۶
۸	با تلاش بیشتر می‌توانم در وضعیت فعلی ام تغییر ایجاد کنم .	۱۵۷	۱۱۷	۴۸	۱۷
۹	فکر می‌کنم بیشتر مردم اگر فقط از خود پشتکار نشان می‌دادند، در زندگی	۱۳۲	۱۳۷	۵۱	۱۹

				موفق می شدند .	
۱۷	۴۸	۱۲۵	۱۴۸	اگر شخصی در انجام کاری تلاش کند، حتماً موفق می شود .	10
۱۳	۴۰	۱۳۳	۱۵۳	خودم در موفقیت هایم موثرم .	11
۱۴	۶۷	۱۱۹	۱۳۹	سرانجام، هر کس به ارزش و احترامی که شایسته آن است خواهد رسید .	12
۲۷	۸۸	۱۳۵	۸۹	شانس در زندگی نقش اندکی دارد.	13
۱۷	۴۶	۱۵۰	۱۲۶	احتمال انجام موفقیت آمیز کار به تلاش شخصی من وابسته است.	14
۱۴	۵۲	۱۳۱	۱۴۲	تلاش زیاد دلیل تحقق و ارضای خواسته های من است .	15
۱۸	۶۳	۱۱۹	۱۳۹	بیشتر بد بختی ها نتیجه نادانی، ناتوانی، تنبلی و مانند اینهاست .	16
۲۰	۵۸	۱۵۹	۱۰۱	پس از هر شکست، هدفم را از طریق دیگری دنبال می کنم .	17

اکنون پس از کسب یک شمای کلی از نظرات پاسخگویان، با ارائه جدول ۴-۱۲ به توصیف و ارزیابی متغیر کانون کنترل پرداخته می‌شود.

جدول ۴-۱۲: شاخص‌های توصیفی امتیاز کانون کنترل

حجم نمونه	کمینه	بیشینه	میانگین	انحراف معیار
۳۳۹	۱۹	۶۸	۵۴	۷/۳۴

همان‌طور که از جدول ۴-۱۲ مشخص می‌شود، این است که میانگین امتیازات ۳۳۹ دانشجوی انتخابی ۵۴ می‌باشد. پراکندگی امتیازات آنان نیز ۸/۰۲ است. با توجه به جدول نرم ابعاد کارآفرینی میانگین امتیازات دانشجویان در وضعیت ضعیف قرار می‌گیرد. کمترین و بیشترین امتیاز بدست آمده آزمودنی‌ها به ترتیب ۱۹ و ۶۸ گزارش شده است .

۴-۳-۳- تحلیل توصیفی دیدگاه پاسخگویان در رابطه با نیاز به موفقیت

از متغیرهای دیگری که محقق آن را بررسی کرده است، نیاز به موفقیت هر فرد است. با هدف بررسی و شناخت متغیر مذکور پس از جمع پاسخ آزمودنی‌ها به سوالات پرسشنامه، امتیاز حاصله، همانند امتیاز متغیرهای قبلی در بازه ۱ تا ۴ قرار دارد و براساس این امتیازات جدول آمار توصیفی ۴-۱۳ طراحی و در ادامه گزارش گردیده است.

جدول ۴-۱۳: جدول توزیع فراوانی نسبی پاسخ‌های آزمودنی‌ها به گزینه‌های سوالات پرسشنامه (نیاز به موفقیت)

ردیف	سوال	کاملاً موافقم	نسبتاً موافقم	نسبتاً مخالفم	کاملاً مخالفم
1	سعی می‌کنم کار خود را حتی با وجود موانع زیاد ادامه دهم .	۱۲۵	۱۴۲	۴۶	۲۶
2	وقتی کاری را شروع می‌کنم، آنرا تا دستیابی به نتیجه موفق ادامه می‌دهم .	۱۳۵	۱۲۵	۶۰	۱۹
۳	خود را وقف کار می‌کنم و به انجام آن متعهد می‌شوم .	۱۲۷	۱۳۵	۵۸	۱۹
4	در اجرای برنامه تدوین شده خود، سخت تلاش می‌کنم .	۱۱۸	۱۳۶	۶۱	۲۴
5	یک کار را تا رسیدن به نتیجه ادامه می‌دهم حتی اگر مدت زیادی طول بکشد .	۱۱۶	۱۴۴	۵۹	۲۰
6	هنگام کار معمولاً با تمام وجود کار می‌کنم .	۱۴۷	۱۱۵	۵۸	۱۹
7	برای حل مسائل و مشکلاتم اغلب تلاش زیادی می‌کنم ونمی‌توانم به راحتی از آنها بگذرم.	۱۹۲	۹۷	۲۴	۲۶
8	کارهایی را که توانایی مرا افزایش می‌دهند، به کارهای آسان ترجیح می‌دهم .	۱۳۵	۱۴۳	۴۷	۱۴
9	وقتی شیوه خاصی برای حل مسئله نمی‌تواند کارساز باشد، به سرعت می‌توانم فکرم را بر روی شیوه مناسب‌تر دیگری تغییر جهت دهم .	۸۹	۱۶۹	۵۶	۲۵
10	شکست‌های متوالی مانع پیگیری اهدافم نمی‌شود .	۱۰۰	۱۳۵	۸۵	۱۹
11	برای انجام کارها صبح زود بیدار می‌شوم و تا دیروقت کار می‌کنم .	۸۰	۱۲۵	۱۰۱	۳۳
12	می‌توانم مدت زیادی بدون خستگی به انجام کار ادامه دهم .	۸۹	۱۲۹	۸۷	۳۴
13	دست و پنجه نرم کردن با مشکل پیچیده، از حل مسئله ساده برایم جالب‌تر است .	۱۱۵	۱۳۱	۷۰	۲۳
14	برای رسیدن به اهدافی که تعیین کرده‌ام، حاضرم آسایش خود را فدا کنم .	۱۲۳	۱۲۱	۷۱	۲۴
15	در یک بازی رقابتی، دل مشغولی من بهتر بازی کردن است نه برنده شدن .	۱۰۴	۱۱۸	۸۳	۳۴

اکنون پس از کسب یک شمای کلی از نظرات پاسخگویان، با ارائه جدول ۴-۱۴ به توصیف و ارزیابی متغیر نیاز به موفقیت پرداخته می‌شود.

جدول ۴-۱۴: شاخص‌های توصیفی امتیاز نیاز به موفقیت

حجم نمونه	کمینه	بیشینه	میانگین	انحراف معیار
۳۳۹	۱۹	۶۰	۴۷	۸/۰۳

آنچه از جدول ۴-۱۴ مشخص می‌شود، این است که میانگین امتیازات ۳۳۹ آزمودنی ۴۷ می‌باشد. پراکندگی امتیازات آنان نیز ۸/۰۳ است. با توجه به نرم جدول ابعاد کارآفرینی، مشاهده می‌گردد میانگین امتیاز آزمودنی‌ها در وضعیت ضعیف قرار دارد. کمترین و بیشترین امتیاز به دست آمده‌ی آزمودنی‌ها به

ترتیب ۱۹ و ۶۰ گزارش شده است.

۴-۳-۴- تحلیل توصیفی دیدگاه پاسخگویان در رابطه با سلاست فکری

سلاست فکری متغیر دیگری است که محقق آن را بررسی نموده است. با هدف دستیابی به شناخت بیشتر از دیدگاه آزمودنی‌ها، جدول ۴-۱۵ ارائه می‌گردد. امتیاز سوالات این متغیر نیز همانند متغیرهای دیگر بین ۱ تا ۴ می‌باشد؛ به طوری، فردی که گزینه‌ی کاملاً مخالفم را در پاسخ به سوال برگزیده است، امتیاز ۱ و کسی که گزینه‌ی کاملاً موافقم را انتخاب کرده است، امتیاز ۴ را دریافت می‌کند.

جدول ۴-۱۵: جدول توزیع فراوانی نسبی پاسخ‌های آزمودنی‌ها به گزینه‌های سوالات پرسشنامه (سلاست فکری)

ردیف	سوال	کاملاً موافقم	نسبتاً موافقم	نسبتاً مخالفم	کاملاً مخالفم
1	در یک بازی رقابتی، دل مشغولی من بهتر بازی کردن است نه برنده شدن .	95	136	85	23
2	همین حالا و فی البداهه می توانم تعداد بی شماری جمله بسازم که با کلمه "همه" شروع می شود	67	110	108	54
3	نوشتن تعداد زیادی داستان تازه برایم آسان است .	98	123	96	22
4	نوشتن مترادف های بسیار برای کلمه "سریع"، برایم آسان است .	75	153	87	23
۵	اگر در مسابقه ای شرکت کنم که در آن باید تا حد امکان کلمه های بسیاری را که با حرف "ج" شروع می شود بیان کنم، از عهده این کار بر می آیم .	90	123	99	27
6	فرض کنیم همه راه های معمولی برای گرم کردن غذا را از دست داده ایم، تهیه فهرست طولانی از راه های گرم کردن غذا برایم آسان است .	89	140	78	32
7	اگر به یک گردهمایی دعوت شوم تا مسائل جامعه را مورد بحث قرار دهم، تهیه فهرست طولانی از مسائل آن برایم آسان است .	90	142	85	22
8	برای توصیف موقعیت ها، اشیا و ... به راحتی به کلمات دست پیدا می کنم .	102	130	92	15
9	به جز کاربرد رایج وسایل معمولاً می توانم کاربرد های دیگری هم برای آنها پیدا کنم.	85	142	92	20
10	برای بیان یک اندیشه به سهولت به کلمات مترادف دست پیدا می کنم .	89	115	105	30
11	اگر از من دعوت شود به انجمن شهر برای دریافت کمک مالی پیشنهادهایی ارائه دهم به راحتی از عهده این کار بر می آیم .	106	118	81	34
12	اگر به طور غیر منتظره از من بخواهند بیش از پنج دقیقه در مورد یک موضوع صحبت کنم، به راحتی از پس آن بر می آیم .	78	115	103	43
13	می توانم در طراحی اسباب بازی های جدید برای کودکان مفید باشم .	92	126	88	33

14	گاهی اوقات به قدری ایده های متنوع دارم که نمی دانم کدام را انتخاب کنم .	98	163	56	22
----	---	----	-----	----	----

اکنون با ارائه جدول ۴-۱۶ به بررسی شاخص های توصیفی امتیازات متغیر سلاست فکری می پردازیم.

جدول ۴-۱۶: شاخص های توصیفی امتیاز سلاست فکری

حجم نمونه	کمینه	بیشینه	میانگین	انحراف معیار
۳۳۹	۲۰	۵۲	۳۷	۶/۴۶

همان طور که از جدول ۴-۱۶ برمی آید میانگین امتیاز سلاست فکری در بین آزمودنی ها ۳۷ می باشد. پراکندگی امتیاز آنان نیز ۵/۶۴ است. اگر میانگین امتیاز سلاست فکری را با نورم ابعاد کارآفرینی مقایسه کنیم ملاحظه می شود که امتیاز کسب شده ی آزمودنی ها در وضعیت ضعیف می باشد. کمترین امتیاز به دست آمده ۲۰ و بیشترین امتیاز نیز ۵۲ است.

۴-۳-۵- تحلیل توصیفی دیدگاه پاسخگویان در رابطه با عمل گرایی

عمل گرایی متغیر دیگری است که محقق آن را بررسی نموده است. با هدف دستیابی به شناخت بیشتر از دیدگاه آزمودنی ها، جدول ۴-۱۷ ارائه می گردد. امتیاز سوالات این متغیر نیز همانند متغیرهای دیگر بین ۱ تا ۴ می باشد؛ به طوری، فردی که گزینه ی کاملاً مخالفم را در پاسخ به سوال برگزیده است، امتیاز ۱ و کسی که گزینه ی کاملاً موافقم را انتخاب کرده است، امتیاز ۴ را دریافت می کند.

جدول ۴-۱۷: جدول توزیع فراوانی نسبی پاسخ های آزمودنی ها به گزینه های سوالات پرسشنامه (عمل گرایی)

ردیف	سوال	کاملاً موافقم	نسبتاً موافقم	نسبتاً مخالفم	کاملاً مخالفم
1	وقتی بخش مهمی از کارم را انجام می دهم، معمولاً با حصول نتیجه راضی می شوم .	173	99	53	14
2	از خوب انجام دادن وظایف خود لذت می برم .	166	115	44	14
3	افرادی را که در جامعه به موفقیت بالایی رسیده اند تحسین می کنم .	153	120	53	13
4	خوب انجام دادن کار مهمتر از تلاش برای راضی کردن دیگران است .	128	134	51	26
5	از حل مسائل دشوار لذت می برم .	159	109	51	20
۶	علاقه مند به تجربه غذا ها، مکان ها، و در کل تجارب جدید هستم .	251	55	23	10
۷	داشتن پشتکار برای موفقیت در کارها خیلی مهم است .	141	151	36	11
8	در هر کار که احتمال شکست وجود داشته باشد، بالاخره احتمال موفقیت هم وجود دارد .	21	59	146	113

اکنون با ارائه جدول ۴-۱۸ به بررسی شاخص‌های توصیفی امتیازات متغیر عمل‌گرایی می‌پردازیم.

جدول ۴-۱۸: شاخص‌های توصیفی امتیاز عمل‌گرایی

حجم نمونه	کمینه	بیشینه	میانگین	انحراف معیار
۳۳۹	۱۳	۳۲	۲۷	۳/۶۴

همان‌طور که از جدول ۴-۱۸ مشخص می‌شود میانگین امتیاز عمل‌گرایی در بین آزمودنی‌ها ۲۷ می‌باشد. پراکندگی امتیاز آنان نیز ۳/۶۴ است. اگر میانگین امتیاز عمل‌گرایی را با جدول نورم مقایسه کنیم ملاحظه می‌شود که امتیاز کسب شده‌ی آزمودنی‌ها در وضعیت ضعیف می‌باشد. کمترین امتیاز به دست آمده ۱۳ و بیشترین امتیاز نیز ۳۲ است.

۴-۳-۶- تحلیل توصیفی دیدگاه پاسخگویان در رابطه با تحمل ابهام

تحمل ابهام متغیر دیگری است که محقق آن را بررسی نموده است. با هدف دستیابی به شناخت بیشتر از دیدگاه آزمودنی‌ها، جدول ۴-۱۹ ارائه می‌گردد. امتیاز سوالات این متغیر نیز متفاوت نسبت به متغیرهای دیگر است به طوری که به گزینه کاملاً مخالفم امتیاز ۴ و به گزینه کاملاً موافقم امتیاز ۱ داده شده است.

جدول ۴-۱۹: جدول توزیع فراوانی نسبی پاسخ‌های آزمودنی‌ها به گزینه‌های سوالات پرسشنامه (تحمل ابهام)

ردیف	سوال	کاملاً موافقم	نسبتاً موافقم	نسبتاً مخالفم	کاملاً مخالفم
1	قبل از انجام هر تصمیمی، مایلیم تمام حقایق را بدانم، حتی اگر مدت زیادی طول بکشد.	35	95	126	83
2	چیزهایی که به آنها عادت کرده ام بهتر از چیزهای جدید است.	53	88	112	86
3	زندگی معمولی بر زندگی پر از تغییر ارجحیت دارد.	42	99	127	71
4	ترجیح می‌دهم کارها را به روش معمولی انجام دهم.	37	96	124	81
5	به زندگی منظم و جا افتاده که در آن، غالب مسائل زندگی پیش بینی شده است، علاقه مندم.	36	83	136	84
6	کارها را باید به شیوه های آزمون شده انجام داد.	35	83	143	78
7	فعالیت های آشنا را بر فعالیت های ناآشنا ترجیح می‌دهم.	56	88	113	82
8	کار یکنواخت در مکان آرام را ترجیح می‌دهم.	50	104	111	74
9	در آینده ی هر فرد خیلی چیز ها به بخت خوب یا بد بستگی دارد.	41	81	132	85
10	در موقعیت هایی که جواب روشنی وجود ندارد بسیار بی طاقت می‌شوم.	29	85	134	91

11	یک شغل خوب، شغلی است که مکان، نوع کار و نحوه ی انجام آن روشن باشد .	104	129	86	20
----	---	-----	-----	----	----

اکنون با ارائه جدول ۴-۲۰ به بررسی شاخص‌های توصیفی امتیازات متغیر تحمل ابهام می‌پردازیم.

جدول ۴-۲۰: شاخص‌های توصیفی امتیاز تحمل ابهام

حجم نمونه	کمینه	بیشینه	میانگین	انحراف معیار
۳۳۹	۱۳	۴۱	۲۴	۵/۶۳

همان‌طور که از جدول ۴-۲۰ مشخص است میانگین امتیاز تحمل ابهام در بین آزمودنی‌ها ۲۴ می‌باشد. پراکندگی امتیاز آنان نیز ۵/۶۳ است. اگر میانگین امتیاز تحمل ابهام را با جدول مقایسه کنیم ملاحظه می‌شود که امتیاز کسب شده‌ی آزمودنی‌ها در وضعیت قوی می‌باشد. کمترین امتیاز به دست آمده ۱۳ و بیشترین امتیاز نیز ۴۱ است.

۴-۳-۷- تحلیل توصیفی دیدگاه پاسخگویان در رابطه با رویاپردازی

رویاپردازی متغیر دیگری است که محقق آن را بررسی نموده است. با هدف دستیابی به شناخت بیشتر از دیدگاه آزمودنی‌ها، جدول ۴-۲۱ ارائه می‌گردد. امتیاز سوالات این متغیر نیز همانند متغیرهای دیگر بین ۱ تا ۴ می‌باشد؛ به‌طوری، فردی که گزینه‌ی کاملاً مخالفم را در پاسخ به سوال برگزیده است، امتیاز ۱ و کسی که گزینه‌ی کاملاً موافقم را انتخاب کرده است، امتیاز ۴ را دریافت می‌کند.

جدول ۴-۲۱: جدول توزیع فراوانی نسبی پاسخ‌های آزمودنی‌ها به گزینه‌های سوالات پرسشنامه (رویاپردازی)

ردیف	سوال	کاملاً موافقم	نسبتاً موافقم	نسبتاً مخالفم	کاملاً مخالفم
1	برخی اوقات مردم ایده های مرا غیر عادی و دست نیافتنی می پندارند .	89	115	105	30
2	اغلب ایده های خوبی مطرح می کنم، مخصوصاً وقتی که هیچ کاری انجام نمی دهم .	99	140	77	23
3	در مراحل انجام هر کاری، دارای ایده های جدید هستم .	97	137	83	22
4	برای انجام کارهایی که قبلاً توسط هیچ کس انجام نشده، اغلب به تخیل روی می آورم .	116	126	71	26
5	از این که با دیگران در مورد ایده های گوناگون بحث کنم، لذت می برم .	132	122	67	18
6	از صرف وقت خود بر روی ایده های جدید لذت می برم، حتی اگر این ایده ها مزایای عملی همراه نداشته باشد .	124	131	66	18
7	از خلق چیزهای جدید لذت می برم .	143	126	50	19

اکنون با ارائه جدول ۴-۲۲ به بررسی شاخص‌های توصیفی امتیازات متغیر رویاپردازی می‌پردازیم.

جدول ۴-۲۲: شاخص‌های توصیفی امتیاز رویاپردازی

حجم نمونه	کمینه	بیشینه	میانگین	انحراف معیار
۳۳۹	۱۰	۲۸	۲۱	۳/۴۶

همان‌طور که از جدول ۴-۲۲ برمی‌آید میانگین امتیاز رویاپردازی در بین آزمودنی‌ها ۲۱ می‌باشد. پراکندگی امتیاز آنان نیز ۳/۴۶ است. اگر میانگین امتیاز رویاپردازی را با جدول نورم امتیازات ابعاد کارآفرینی مقایسه کنیم ملاحظه می‌شود که امتیاز آزمودنی‌ها در وضعیت قوی می‌باشد. کمترین امتیاز به دست آمده ۱۰ و بیشترین امتیاز نیز ۲۸ است.

۴-۳-۸- تحلیل توصیفی دیدگاه پاسخگویان در رابطه با چالش طلبی

چالش طلبی متغیر دیگری است که محقق آن را بررسی نموده است. با هدف دستیابی به شناخت بیشتر از دیدگاه آزمودنی‌ها، جدول ۴-۲۳ ارائه می‌گردد. امتیاز سوالات این متغیر نیز همانند متغیرهای دیگر بین ۱ تا ۴ می‌باشد؛ به طوری، فردی که گزینه‌ی کاملاً مخالفم را در پاسخ به سوال برگزیده است، امتیاز ۱ و کسی که گزینه‌ی کاملاً موافقم را انتخاب کرده است، امتیاز ۴ را دریافت می‌کند.

جدول ۴-۲۳: جدول توزیع فراوانی نسبی پاسخ‌های آزمودنی‌ها به گزینه‌های سوالات پرسشنامه (چالش طلبی)

ردیف	سوال	کاملاً موافقم	نسبتاً موافقم	نسبتاً مخالفم	کاملاً مخالفم
1	هنگام تعیین هدف برای فعالیت‌های خود، ترجیح می‌دهم هدف‌های سخت را انتخاب کنم.	99	140	83	17
2	در برابر مشکلات اغلب راه حل‌های سازنده‌ای پیشنهاد می‌کنم.	106	154	70	9
3	به حل مسائل پیچیده و مبهم علاقه مندم.	114	136	71	17
4	برای انجام یک کار پیچیده معمولاً چندین روش پیشنهاد می‌کنم.	99	144	76	20
5	اگر سرگرم ساختن وسیله‌ای باشم و ناگهان دریابم قطعه مهمی از آن را گم کرده‌ام و نتوانم آن را پیدا کنم، سعی می‌کنم به جای آن، یک قطعه دیگر بسازم.	89	143	83	24
6	شغلی را دوست دارم که مستلزم فراهم کردن اندیشه‌های بسیار باشد.	143	108	65	23

اکنون با ارائه جدول ۴-۲۴ به بررسی شاخص‌های توصیفی امتیازات متغیر چالش طلبی می‌پردازیم.

جدول ۴-۲۴: شاخص‌های توصیفی امتیاز چالش طلبی

حجم نمونه	کمینه	بیشینه	میانگین	انحراف معیار
۳۳۹	۸	۲۴	۱۸	۳

همان‌طور که از جدول ۴-۲۴ مشخص است میانگین امتیاز چالش طلبی در بین آزمودنی‌ها ۱۸ می‌باشد. پراکندگی امتیاز آنان نیز ۳ است. اگر میانگین امتیاز چالش طلبی را با جدول نورمی مقایسه کنیم ملاحظه می‌شود که امتیاز کسب شده‌ی آزمودنی‌ها در وضعیت ضعیف می‌باشد. کمترین امتیاز به دست آمده ۸ و بیشترین امتیاز نیز ۲۴ است.

۴-۳-۹- تحلیل توصیفی دیدگاه پاسخگویان در رابطه با کارآفرینی

کارآفرینی متغیر کل است که محقق آن را بررسی نموده است. با هدف دستیابی به شناخت بیشتر از دیدگاه آزمودنی‌ها، در ارتباط با کارآفرینی جدول ۴-۲۵ ارائه می‌گردد.

جدول ۴-۲۵: شاخص‌های توصیفی امتیاز کارآفرینی

حجم نمونه	کمینه	بیشینه	میانگین	انحراف معیار
۳۳۹	۱۷۰	۳۶۱	۲۸۰	۲۶/۴۷

همان‌طور که از جدول ۴-۲۵ مشخص است میانگین امتیاز کارآفرینی در بین دانشجویان تربیت بدنی ۲۸۰ می‌باشد. پراکندگی امتیاز آنان نیز ۲۶/۴۷ است که اگر میانگین با جدول استاندارد کارآفرینی مقایسه شود مشخص می‌شود که میانگین امتیازات آزمودنی‌ها در وضعیت ضعیف قرار دارد.

۴-۴- آمار استنباطی و آزمون فرضیات تحقیق

برای فرض نرمال بودن داده‌ها از آزمون کولموگروف اسمیرنوف استفاده شد که نتایج به دست آمده نشان داد داده‌ها نرمال هستند و به همین دلیل از آمار پارامتریک و آزمون‌های T تک نمونه‌ای و T مستقل برای آزمون فرضیات تحقیق استفاده شد.

۴-۴-۱- تحلیل‌های استنباطی در خصوص فرضیه اول تحقیق

در بخش بررسی توصیفی متغیرهای تحقیق، از نحوه رفتار و توزیع امتیازات دیدگاه پاسخگویان نسبت به متغیرهای تحقیق یک شناخت نسبی حاصل گردید. حال در این بخش به منظور تعمیم نتایج نمونه به کل جامعه و آزمون فرضیه اول تحقیق که به شکل زیر تبیین شد:

۴-۴-۱ بین ویژگی‌های کارآفرینی در دانشجویان مقطع کارشناسی تربیت بدنی تفاوت معنی‌داری وجود ندارد .

این فرضیه به دنبال آن بوده تا از نظر آماری مشخص کند دانشجویان مقطع کارشناسی با توجه به نرم استاندارد و میانگین نرم در چه وضعیتی از نظر نمره کارآفرینی قرار دارند. این ویژگی‌ها شامل نمره کارآفرینی و ابعاد آن (ریسک‌پذیری، خطرپذیری، تحمل ابهام و ...) می‌شود. جهت بررسی این فرضیه از آزمون t تک نمونه‌ای استفاده شده است.

جدول ۴-۲۶: امتیاز کارآفرینی در بین دانشجویان کارشناسی تربیت بدنی

وضعیت کارآفرینی	تعداد	تحصیلات	میانگین	انحراف استاندارد	T	درجه آزادی	سطح معناداری
	۲۶۸	کارشناسی	۲۷۶/۳۸	۲۶/۳۱	۱۷۱/۲۸	۲۶۷	۰/۰۰۱

با توجه به نتایج مندرج در جدول ۴-۲۵، مقدار میانگین امتیاز پاسخ دانشجویان کارشناسی ۲۷۶/۳۸ می‌باشد. با نگاه به مقدار P -value دیده می‌شود که این شاخص رقمی معادل ۰/۰۰۱ بسیار کوچکتر از ۰/۰۵ است، در نتیجه فرض صفر قویاً رد می‌شود. لذا در مورد این فرضیه، می‌توان اظهار نظر زیر را بیان داشت:

بین ویژگی‌های کارآفرینی در بین دانشجویان مقطع کارشناسی تفاوت معناداری وجود دارد.

همچنین در جدول ۴-۲۷ مقایسه ابعاد کارآفرینی بین دانشجویان مقطع کارشناسی صورت گرفته است.

جدول ۴-۲۷: امتیاز ابعاد کارآفرینی در بین دانشجویان کارشناسی تربیت بدنی

ابعاد کارآفرینی	میانگین	انحراف استاندارد	T	درجه آزادی	سطح معناداری
ریسک پذیری	50/29	8/52	96/5	۲۶۷	0/001
کانون کنترل	53/56	7/46	117/4	267	0/001
نیاز به موفقیت	45/36	8/4	88/34	267	0/001
سلاست فکری	36/48	6/59	90/57	267	0/001
عمل گرایی	25/88	3/58	118/17	267	0/001
تحمل ابهام	24/98	5/73	71/25	267	0/001
رویاپردازی	21	3/49	98/44	267	0/001
چالش طلبی	18/9	2/94	100/64	267	0/001

با توجه به نتایج مندرج در جدول ۴-۲۷، مقدار میانگین امتیاز پاسخ دانشجویان کارشناسی در جدول فوق مشخص می‌باشد. با نگاه به مقدار P-value در هر یک از ابعاد دیده می‌شود که این مقدار در تمام ابعاد از ۰/۰۵ کمتر است، در نتیجه فرض صفر آماری رد می‌شود و در نتیجه بین ویژگی‌های کارآفرینی در دانشجویان کارشناسی تفاوت معنی‌داری وجود دارد.

۴-۴-۲- بین ویژگی‌های کارآفرینی در دانشجویان مقطع کارشناسی ارشد تربیت بدنی تفاوت معنی‌داری وجود ندارد.

این فرضیه همانند فرضیه قبل به دنبال آن بوده تا از نظر آماری مشخص کند که دانشجویان مقطع کارشناسی ارشد با توجه به میانگین نرم استاندارد در چه وضعیتی قرار دارند. این ویژگی‌ها شامل نمره کارآفرینی و ابعاد آن (ریسک‌پذیری، خطرپذیری، تحمل ابهام و ...) می‌شود. جهت بررسی این فرضیه همانند فرضیه گذشته از آزمون t تک نمونه‌ای استفاده شده است.

جدول ۴-۲۸: امتیاز کارآفرینی در بین دانشجویان کارشناسی ارشد تربیت بدنی

وضعیت کارآفرینی	تعداد	تحصیلات	میانگین	انحراف استاندارد	T	درجه آزادی	سطح معناداری
	۷۱	کارشناسی ارشد	۲۷۴/۸۱	۲۷/۲۱	۸۵/۰۸	۷۰	۰/۰۰۱

با توجه به نتایج مندرج در جدول ۴-۲۸، مقدار میانگین امتیاز پاسخ دانشجویان کارشناسی ارشد ۲۷۴/۸۱ می باشد. با نگاه به مقدار P-value دیده می شود که این شاخص رقمی معادل ۰/۰۰۱ بسیار کوچکتر از ۰/۰۵ است، در نتیجه فرض صفر قویاً رد می شود. لذا در مورد این فرضیه، می توان اظهار نظر زیر را بیان داشت:

بین ویژگی های کارآفرینی در بین دانشجویان مقطع کارشناسی ارشد تفاوت معناداری وجود دارد.

همچنین در جدول ۴-۲۹ مقایسه ابعاد کارآفرینی بین دانشجویان مقطع کارشناسی ارشد صورت گرفته است.

جدول ۴-۲۹: امتیاز ابعاد کارآفرینی در بین دانشجویان کارشناسی ارشد تربیت بدنی

ابعاد کارآفرینی	میانگین	انحراف استاندارد	T	درجه آزادی	سطح معناداری
ریسک پذیری	51/42	7/44	58/17	70	0/001
کانون کنترل	52/4	6/83	64/58	70	0/001
نیاز به موفقیت	45/29	6/5	58/66	70	0/001
سلاست فکری	37/4	5/92	53/2	70	0/001
عمل گرایی	25/9	3/87	56/39	70	0/001
تحمل ابهام	23/59	5/12	38/82	70	0/001
رویا پردازی	21/32	3/34	53/63	70	0/001
چالش طلبی	17/42	3/17	46/24	70	0/001

با توجه به نتایج مندرج در جدول ۴-۲۹، مقدار میانگین امتیاز پاسخ دانشجویان کارشناسی ارشد در جدول

فوق مشخص می‌باشد. با نگاه به مقدار P-value در هر یک از ابعاد دیده می‌شود که این مقدار در تمام

ابعاد از ۰/۰۵ کمتر است، در نتیجه فرض صفر آماری رد می‌شود پس می‌توان نتیجه گرفت که:

بین ویژگی‌های کارآفرینی در دانشجویان کارشناسی‌ارشد تفاوت معنی‌داری وجود دارد.

۴-۳ بین ابعاد کارآفرینی در دانشجویان دختر و پسر تفاوت معنی‌داری وجود ندارد.

به دنبال آن بوده تا از نظر آماری مشخص گردد، آیا جنسیت می‌تواند در ویژگی‌های کارآفرینی از قبیل

(ریسک‌پذیری، کانون کنترل، نیاز به موفقیت ...) در بین دانشجویان تربیت‌بدنی تفاوتی ایجاد کند یا خیر؟

در بررسی این فرضیه آزمون t مستقل ابزار کار است و میانگین دو نمونه با یکدیگر مقایسه می‌شوند.

مقدار برآورد میانگین توسط دو نمونه به عنوان نماینده مقادیر پارامتر دو جامعه با هم مقایسه می‌شوند.

یافته‌های محاسباتی برای این آزمون در جدول ۴-۳۰ گزارش گردیده است.

جدول ۴-۳۰: مقایسه‌ی امتیاز کارآفرینی در بین دانشجویان تربیت‌بدنی به تفکیک جنسیت

کارآفرینی	جنسیت	میانگین	انحراف استاندارد	T	درجه آزادی	سطح معناداری
	مرد	۲۷۹/۸۷	۲۳/۱	3/0	337	0/003
	زن	۲۷۱/۲۹	۲۷/۹			

با توجه به نتایج مندرج در جدول ۴-۳۰، مقدار میانگین امتیاز پاسخ زنان و مردان به ترتیب در جدول فوق

مشخص می‌باشد. با نگاه به مقدار P-value که در کارآفرینی دیده می‌شود کم‌تر از ۰/۰۵ است در نتیجه

فرض صفر ما رد می‌شود پس می‌توان نتیجه گرفت که:

کارآفرینی در بین دانشجویان تربیت‌بدنی زن و مرد تفاوت معنی‌داری دارد.

همچنین در جدول ۴-۳۱ مقایسه ابعاد کارآفرینی در بین آزمودنی‌های دختر و پسر انجام گرفته است.

جدول ۴-۳۱: مقایسه‌ی امتیاز ابعاد کارآفرینی در بین دانشجویان تربیت‌بدنی به تفکیک جنسیت

ابعاد	گروه‌ها به	میانگین	انحراف	مقدار T	درجه	سطح
-------	------------	---------	--------	---------	------	-----

کارآفرینی	تفکیک		استاندارد	آزادی	معناداری
ریسک‌پذیری	مرد	۵۱/۰۱	۸/۱۱	۳۳۷	0/۴۳۵
	زن	۵۰/۰۳	۸/۷۹		
کانون کنترل	مرد	۵۴/۳۵	۷/۴۶	۳۳۷	0/027
	زن	۵۲/۴۹	۸/۵۸		
نیاز به موفقیت	مرد	۴۶/۷۷	۵/۷۱	337	0/00۱
	زن	۴۳/۷۳	۱۰/۳۹		
سلاست فکری	مرد	۳۷/۹	۵/۹۴	337	0/004
	زن	۳۵/۲۶	۷/۱۸		
عمل‌گرایی	مرد	۲۵/۹۸	۳/۴۹	337	0/14
	زن	۲۵/۷۷	۳/۸۲		
تحمل ابهام	مرد	۲۳/۶	۴/۷۵	337	0/006
	زن	۲۶/۰۴	۶/۳۲		
روی‌پردازی	مرد	۲۱/۸۶	۴/۴۹	337	0/197
	زن	۲۰/۳۵	۳/۸۶		
چالش‌طلبی	مرد	۱۸/۳۷	۳/۴۵	337	0/40
	زن	۱۷/۵۸	۳/۲۳		

لذا در مورد این فرضیه، می‌توان اظهارات زیر را بیان داشت:

این شاخص در بعدهای (کانون کنترل، نیاز به موفقیت، سلاست فکری، تحمل ابهام) کم‌تر از ۰/۰۵ است، در

نتیجه فرض صفر رد می‌گردد. اما در مورد ابعاد دیگر این قضیه متفاوت می‌باشد و مقدار P-value

بیشتر از ۰/۰۵ است، در نتیجه فرض صفر قبول می‌گردد. در نتیجه می‌توان اظهار داشت که:

بین کانون کنترل، نیاز به موفقیت، سلاست فکری، و تحمل ابهام تفاوت معنی‌داری وجود دارد.

بین ریسک‌پذیری، عمل‌گرایی، روی‌پردازی و چالش‌طلبی تفاوت معنی‌داری وجود ندارد.

۴-۴-۴ بین ویژگی‌های کارآفرینی در دانشجویان مقطع کارشناسی و کارشناسی ارشد تفاوت

وجود ندارد.

این فرضیه به دنبال آن بوده تا از نظر آماری مشخص گردد، آیا مقطع تحصیلات می‌تواند در ویژگی‌های

کارآفرینی از قبیل (ریسک‌پذیری، کانون کنترل، نیاز به موفقیت ...) در بین دانشجویان تربیت‌بدنی تفاوتی ایجاد کند یا خیر؟

در بررسی این فرضیه همانند فرضیه‌ی قبل آزمون t مستقل ابزار کار است و میانگین دو نمونه با یکدیگر مقایسه می‌شوند. مقدار برآورد میانگین توسط دو نمونه به عنوان نماینده مقادیر پارامتر دو جامعه با هم مقایسه می‌شوند. یافته‌های محاسباتی برای این آزمون در جدول ۴-۳۲ گزارش گردیده است.

جدول ۴-۳۲: مقایسه‌ی امتیاز کارآفرینی در بین دانشجویان تربیت‌بدنی به تفکیک مقطع تحصیلی

کارآفرینی	جنسیت	میانگین	انحراف استاندارد	T	درجه آزادی	سطح معناداری
	کارشناسی	۲۷۶/۳۸	۲۶/۳۱	۰/۴۴۳	337	0/۶۴۴
	ارشد	۲۷۴/۸۱	۲۷/۲۱			

با توجه به نتایج مندرج در جدول ۴-۳۲، مقدار میانگین امتیاز پاسخ دانشجویان کارشناسی و کارشناسی‌ارشد به ترتیب در جدول فوق مشخص می‌باشد. با نگاه به مقدار P-value که در کارآفرینی دیده می‌شود بیشتر از ۰/۰۵ است در نتیجه فرض صفر ما قبول می‌شود و چنین می‌توان گفت که: کارآفرینی در بین دانشجویان تربیت‌بدنی کارشناسی و کارشناسی‌ارشد تفاوت معنی‌داری ندارد. همچنین در جدول ۴-۳۳ مقایسه ابعاد کارآفرینی در بین آزمودنی‌های کارشناسی و کارشناسی‌ارشد انجام گرفته است.

جدول ۴-۳۳: مقایسه‌ی امتیاز ابعاد کارآفرینی در بین دانشجویان تربیت‌بدنی به تفکیک مقطع تحصیلی

ابعاد کارآفرینی	گروه‌ها به تفکیک	میانگین	انحراف استاندارد	مقدار t	درجه آزادی	سطح معناداری
ریسک‌پذیری	کارشناسی	۵۰/۳۵	۸/۶۶	-۰/۹۴	۳۳۷	۰/۳۲۶
	ارشد	۵۱/۴۲	۷/۴۴			
کانون کنترل	کارشناسی	۵۳/۸۲	۸/۲۹	۱/۳۲	۳۳۷	۰/۴۹
	ارشد	۵۲/۴۰	۶/۸۳			
نیاز به موفقیت	کارشناسی	۴۵/۴۵	۸/۶۸	۱/۴۴	337	۰/۱۴۵

			۶/۵	۴۵/۲۹	ارشد	
۰/۳۵۷	337	-۰/۹۶	۶/۸۲	۳۶/۵۵	کارشناسی	سلاست فکری
			۵/۹۲	۳۷/۴	ارشد	
0/1۲۶	337	-۰/۱۳	۳/۵۸	۲۵/۸۸	کارشناسی	عمل گرایی
			۳/۸۷	۲۵/۹۴	ارشد	
۰/۸۵۴	337	۱/۸۵	۵/۷۳	۲۴/۹۸	کارشناسی	تحمل ابهام
			۵/۱۲	۲۳/۵۹	ارشد	
۰/۳۰۸	337	-۰/۲۹۹	۴/۵	۲۱/۱۵	کارشناسی	رویاپردازی
			۳/۳۴	۲۱/۳۲	ارشد	
۰/۸۹۳	337	۱/۶۹	۳/۴۱	۱۸/۱۸	کارشناسی	چالش طلبی
			۳/۱۷	۱۷/۴۲	ارشد	

با توجه به نتایج مندرج در جدول ۴-۳، مقدار میانگین امتیاز پاسخ دانشجویان کارشناسی و کارشناسی ارشد به ترتیب در جدول فوق مشخص می‌باشد. با نگاه به مقدار P-value در هر یک از ابعاد دیده می‌شود که این مقدار در تمام ابعاد از ۰/۰۵ بیشتر است، در نتیجه فرض صفر آماری پذیرفته می‌شود و در نتیجه اختلافی که بین میانگین امتیاز کارشناسی و دانشجویان کارشناسی ارشد دیده شد، معنی‌دار نیست. لذا در مورد این فرضیه می‌توان گفت:

بین ویژگی‌های کارآفرینی (ریسک‌پذیری، تحمل ابهام، سلاست فکری و...) در دانشجویان مقطع کارشناسی و کارشناسی ارشد تفاوت معنی‌داری وجود ندارد.

فصل پنجم

» بحث و نتیجه گیری «

۵-۱. مقدمه

در این فصل ابتدا خلاصه‌ای از طرح پژوهش، مبانی نظری، پیشینه پژوهش، روش و نتایج پژوهش ارائه می‌گردد. سپس یافته‌های پژوهش با توجه به اهداف ویژه و نتایج سایر تحقیقات مورد بحث و بررسی قرار خواهد گرفت. در انتها نیز بر اساس نتایج برخاسته از پژوهش، پیشنهادهایی ارائه و همچنین راهکارهایی جهت ادامه این گونه تحقیقات توسط محققین دیگر ارائه خواهد شد.

۵-۲. خلاصه تحقیق

از نقش کار آفرینی به عنوان موتور حرکت توسعه اقتصادی یاد می‌شود. کار آفرینی در واقع عامل اصلی ایجاد خلاقیت و نوآوری است. اکثر کشورهای توسعه یافته، در حال انتقال از حالت اداری یا دیوان سالاری به وضعیت کار آفرینی هستند. تحقیقات نشان می‌دهد که کارآفرینان به ویژه در ایجاد واحدهای اقتصادی کوچک و متوسط که منجر به اشتغال زایی بالایی می‌شوند نقش کلیدی دارند. (احمدپور داریانی، ۱۳۸۰)

فرهنگ کارآفرینی در سطح خود در قالب ویژگی‌های شخصیتی متبلور می‌شود. در یک دیدگاه افراطی، ولف (۲۰۰۸) بر این باور است افرادی که دارای خمیرمایه کارآفرینی هستند، کارآفرین می‌شوند و افرادی که دارای این گونه ویژگی‌های طبیعی و شخصیتی نباشند، به هیچ وجه کارآفرین نخواهند بود. این نگرش، نمایانگر وافر ویژگی‌های شخصیتی در شکل‌گیری کارآفرینی است. در این خصوص صاحب نظران اذعان دارند که عوامل شخصیتی و سبک فردی اهمیت فراوان دارد (مهدوی، عذاری، ۱۳۸۵).

علی‌رغم ریشه‌دار بودن فرهنگ کارآفرینی در فرهنگ ملی و نظام کسب و کار سنتی ایران متأسفانه هنوز موضوع کارآفرینی و اهمیت آن در خط‌مشی‌های سیاسی و اجرائی دولت انعکاس مناسبی نیافته است. برنامه تحصیلی اکثر دانشگاه‌ها هنوز به تربیت دانشجویان در جهت مشاغل حرفه‌ای نظیر استخدام گرایش دارند و به ندرت فرصت‌های توسعه قابلیت‌های شروع کسب و کار برای خود اشتغالی را مورد توجه قرار داده‌اند (احمدی، ۱۳۸۵).

این پژوهش با عنوان بررسی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه دانشجویان تربیت بدنی دانشگاه‌های دولتی استان‌های خراسان رضوی و سمنان انجام شد.

هدف پژوهش حاضر، بررسی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه دانشجویان تربیت بدنی دانشگاه‌های دولتی بود تا از این طریق بتوان پیشنهاداتی را برای بهتر کردن وضعیت کارآفرینی دانشجویان ارائه کرد. همچنین بتوان شناخت و مسیری درست پیش روی مدیران و اساتید در راهنمایی دانشجویان قرار داد. با توجه به اهداف تعیین شده، روش انجام پژوهش از نوع تحقیقات کاربردی است که به شکل میدانی انجام شده است. جامعه آماری مورد مطالعه در این پژوهش را کلیه دانشجویان تربیت بدنی دانشگاه‌های دولتی استان خراسان رضوی و سمنان تشکیل می‌دادند، که تعداد آنها ۳۰۰۰ نفر گزارش شد، محاسبه گردید. لذا با توجه به جدول تعیین حجم نمونه مورگان تعداد نمونه ۳۵۰ نفر از جامعه آماری انتخاب شدند که محقق اقدام به توزیع ۳۵۰ پرسشنامه کرد و پس از کنار گذاشتن پرسشنامه‌های مخدوش تعداد ۳۳۹ پرسشنامه تکمیل شده مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

از این رو در تحقیق حاضر، تمامی دانشگاه‌های دولتی استان خراسان رضوی و استان سمنان در دامنه تحقیق قرار گرفتند. کلیه آزمودنی‌ها، دانشجویان رشته تربیت بدنی بودند که در دو مقطع کارشناسی و کارشناسی‌ارشد در حال تحصیل بودند. جهت انتخاب نمونه آماری پژوهش از دو روش خوشه‌ای و تصادفی استفاده شد.

برای جمع‌آوری اطلاعات پژوهش حاضر از روش‌های کتابخانه‌ای و شیوه‌های میدانی استفاده شده است. ابزار گردآوری داده‌های پژوهش، پرسشنامه استاندارد سنجش ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان ایرانی (نعمتی ۱۳۹۲) بود که جهت تعیین روایی محتوا پرسشنامه‌های تحقیق بین ۱۰ نفر از اساتید و دانشجویان دکتری مدیریت ورزشی توزیع گردید تا نظرات تخصصی خود را در مورد چگونگی نگارش سوالات، تعداد

سوالات، هماهنگی گزینه‌ها با سوالات و هماهنگی سوالات با اهداف تحقیق، حذف یا اضافه کردن سوالات و سایر موارد اعلام نمایند. این پرسشنامه شامل ۹۵ سوال بود که در ۸ بعد دسته بندی شده بود. اولین بخش از پرسشنامه به ارزیابی وضعیت ریسک‌پذیری پرداخته است. این قسمت از پرسشنامه شامل ۱۸ سوال می‌باشد. دومین بخش از پرسشنامه به ارزیابی وضعیت کانون کنترل پرداخته است. این قسمت از پرسشنامه شامل ۱۷ سوال می‌باشد. سومین بخش از پرسشنامه به ارزیابی وضعیت نیاز به موفقیت پرداخته است. این قسمت از پرسشنامه شامل ۱۵ سوال می‌باشد. چهارمین بخش از پرسشنامه به ارزیابی وضعیت سلاست فکری پرداخته است. این قسمت از پرسشنامه شامل ۱۳ سوال می‌باشد. پنجمین بخش از پرسشنامه به ارزیابی وضعیت عمل‌گرایی پرداخته است. این قسمت از پرسشنامه شامل ۸ سوال می‌باشد. ششمین بخش از پرسشنامه به ارزیابی وضعیت تحمل ابهام پرداخته است. این قسمت از پرسشنامه شامل ۱۱ سوال می‌باشد. هفتمین بخش از پرسشنامه به ارزیابی وضعیت رویاپردازی پرداخته است. این قسمت از پرسشنامه شامل ۷ سوال می‌باشد. هشتمین بخش از پرسشنامه به ارزیابی وضعیت چالش‌طلبی پرداخته است. این قسمت از پرسشنامه شامل ۶ سوال می‌باشد.

در این تحقیق جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش‌های آمار توصیفی و آمار استنباطی بهره‌گیری شده است که از آمار توصیفی برای تجزیه و تحلیل ویژگی‌های جمعیت شناختی و رسم جداول فراوانی و نمودارها و شاخص‌های پراکندگی مانند انحراف معیار استفاده شد و از آمار استنباطی تی برای آزمون فرضیه‌های پژوهش استفاده شد.

نتایج مربوط به این پژوهش نشان داد که آزمودنی‌ها از نظر سن بیشتر در بازه ۲۲-۱۸ سال با ۱۷۲ نفر (۵۰/۷ درصد)، از نظر جنسیت بیشتر مرد بودند با تعداد ۱۸۸ نفر (۵۵/۵ درصد)، از نظر سابقه شغلی تعداد ۲۲۶ نفر (۶۶/۷ درصد) سابقه کاری نداشتند، همچنین تعداد ۲۶۸ نفر (۷۹/۱ درصد) در مقطع کارشناسی مشغول به تحصیل بودند از نظر مهارتی مشخص شد که ۱۸۱ نفر (۵۳/۴ درصد) دارای مهارت

هستند. نتایج مربوط به اقدام جهت راه اندازی کسب و کار مشخص کرد که ۲۱۱ نفر (۶۲/۲ درصد) هیچگونه اقدامی برای راه اندازی کسب و کار انجام نداده‌اند و نتایج مربوط به تمایل جهت راه اندازی کسب و کار نیز نشان داد که ۱۸۹ نفر (۵۵/۸ درصد) برای راه اندازی کسب و کار تمایل دارند.

با توجه به یافته‌ها مشاهده می‌شود که بین ویژگی‌های کارآفرینی در دانشجویان مقطع کارشناسی و کارشناسی ارشد عینا مشابه یکدیگر بوده و تفاوت معناداری ملاحظه گردید.

وضعیت کارآفرینی در بین آزمودنی‌های زن و مرد تفاوت معنی داری دارد اما در ابعاد ریسک‌پذیری، عمل‌گرایی، رویا پردازی و چالش طلبی این تفاوت معنی دار نبود.

وضعیت کارآفرینی بین دانشجویان مقطع کارشناسی و کارشناسی ارشد مقایسه شد که تفاوت معنی داری وجود نداشت. این وضعیت در تمام ابعاد کارآفرینی برای آزمودنی‌های کارشناسی و کارشناسی ارشد مصداق داشت.

۳-۵. بحث و نتیجه‌گیری

کشوری که می‌خواهد توسعه یابد، باید به اندازه کافی کارآفرین داشته باشد. منظور از کارآفرین عناصری هستند که علاوه بر داشتن علم در یک حوزه تخصصی، از قدرت ریسک‌پذیری بالایی برخوردارند، دارای خلاقیت و نوآوری هستند، اهل کار و تلاش هستند و از نفس کار لذت می‌برند.

در شرایط موجود کشور، یکی از معضلات توسعه، تعداد محدود کارآفرینان است. پس به دلیل نقش و جایگاه ویژه کارآفرینان در روند توسعه و رشد اقتصادی، بسیاری از دولت‌ها در کشورهای توسعه یافته یا در حال توسعه، تلاش می‌کنند با حداکثر امکانات و بهره‌برداری از دستاوردهای تحقیقاتی، شمار هر چه بیش‌تری از جامعه را که دارای ویژگی کارآفرینی هستند به آموزش در جهت کارآفرینی و فعالیت‌های

کارآفرینانه تشویق و هدایت کنند. کارآفرینان با مهارتی که در تشخیص فرصت‌ها، موقعیت‌ها و ایجاد حرکت در جهت توسعه این موقعیت‌ها دارند، پیشگامان حقیقی تغییر در اقتصاد و تحولات اجتماعی محسوب می‌شوند. امروزه کارآفرینی به عنوان یکی از تازه ترین موضوعات دانشگاه‌ها مبدل شده است. تعداد دانشکده‌هایی که دروس مرتبط به کارآفرینی را تدریس می‌کنند از ۲۴ دانشکده در سال ۱۹۷۰ به بیش از ۵۰۰ دانشکده در سال ۱۹۹۳ افزایش یافته است و امروزه کمتر دانشکده‌ای را می‌توان یافت که دروس کارآفرینی را ارائه ننماید. (شاه حسینی، ۱۳۸۳، ص ۱۲۴)

بدیهی است از میان عوامل مختلف مربوط به موضوع، شاید شناسایی و پرورش ویژگی‌های کارآفرینی آندسته از دانشجویان مستعد و مشغول تحصیل در مراکز دانشگاهی اهمیت ویژه‌ای داشته باشد. بنابراین درصدد برآمدیم تا با انجام تحقیقی در این زمینه، میزان کارآفرینی آنان و اهمیت موضوع را اثبات و یادآور شویم. جهت نیل به هدف، اقدام به توزیع پرسشنامه سنجش ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه گردید. منطبق کردن یافته‌های پژوهش با اصول علمی، نیازمند هم‌خوانی با نتایج تحقیقات دیگر پژوهشگران است. در این قسمت، تحلیل یافته‌ها با توجه به ادبیات پژوهش که با مولفه‌های این پژوهش ارتباط دارد، توضیح داده می‌شود و در نهایت نتیجه‌گیری انجام گرفته و پیشنهادات ارائه می‌شود.

فرضیه اول تحقیق: بین ویژگی‌های کارآفرینی در دانشجویان مقطع کارشناسی تربیت بدنی تفاوت معناداری وجود دارد.

با توجه به یافته‌های این پژوهش، بین ویژگی‌های کارآفرینی در دانشجویان مقطع کارشناسی اختلاف معناداری نشان داده شد. مقدار p برای تمام ابعاد کارآفرینی ($p \geq 0.05$) بود بنابراین فرضیه ۱ ما قبول می‌شود. دانشجویان کارشناسی در ابعاد ریسک‌پذیری، کانون کنترل، نیاز به موفقیت، سلاست فکری عمل‌گرایی و چالش‌طلبی در وضعیت ضعیف و در ابعاد تحمل ابهام و رویاپردازی در وضعیت قوی قرار

داشته و در کل میانگین نمره کارآفرینی در بین دانشجویان کارشناسی با توجه به نرم پنج مقوله‌ای در وضعیت ضعیف قرار داشت. از جمله تحقیقات معدود انجام شده می‌توان به تحقیق محمدحسن رضایی و طیبه رهسپار (۱۳۸۸) و تحقیق موحدی و همکاران (۱۳۸۹) اشاره نمود. رضایی و رهسپار در تحقیق خود پی بردند که میانگین روحیه کارآفرینی به‌طور کلی و نیز همه مولفه‌ها به جز مخاطره‌پذیری بالاتر از حد میانگین است. بنابراین نتایج این فرضیه با نتایج تحقیق ما ناهمخوان است که احتمالاً علت این ناهمخوانی انجام شدن تحقیق رضایی در چند رشته تحصیلی مختلف است. همچنین موحدی و همکاران در تحقیق خود پی بردند که بین مقطع تحصیلی تفاوت معناداری وجود ندارد که نتایج تحقیق وی با نتایج تحقیق ما ناهمخوان است.

ضعیف بودن دانشجویان تربیت‌بدنی در این ابعاد احتمالاً به دلیل وجود فرهنگ دستوری، تقلیدی و غیر مولد در جامعه و ناکارآمدی نظام آموزشی و آموزش عالی کشور در تدارک بستر مناسب به منظور توسعه روحیه خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی در میان دانش‌آموزان و دانشجویان باشد.

فرضیه دوم تحقیق: بین ویژگی‌های کارآفرینی در دانشجویان مقطع کارشناسی ارشد تربیت‌بدنی تفاوت معناداری وجود دارد.

با توجه به یافته‌های این پژوهش، بین ویژگی‌های کارآفرینی در دانشجویان مقطع کارشناسی ارشد اختلاف معناداری نشان داده شد. مقدار p همانند دانشجویان کارشناسی برای تمام ابعاد کارآفرینی ($p \geq 0.05$) بود. دانشجویان کارشناسی ارشد در ابعاد، کانون کنترل، نیاز به موفقیت، سلاست فکری عمل‌گرایی و چالش طلبی در وضعیت ضعیف و در ابعاد، ریسک‌پذیری، تحمل ابهام و رویاپردازی در وضعیت قوی قرار داشته و در کل میانگین نمره کارآفرینی در بین دانشجویان کارشناسی ارشد با توجه به نرم پنج مقوله‌ای در وضعیت ضعیف قرار دارد.

فرضیه سوم تحقیق: بین ویژگی‌های کارآفرینی در دانشجویان دختر و پسر تفاوت معنی‌داری وجود دارد.

با توجه به یافته‌های پژوهش بین ویژگی‌های کارآفرینی در دانشجویان دختر و پسر تفاوت معنی‌داری وجود دارد، نتایج این فرضیه همچنین نشان داد که دانشجویان دختر و پسر در ابعاد قانون کنترل، نیاز به موفقیت، سلاست فکری، عمل‌گرایی و چالش‌طلبی مشابه یکدیگر بوده و دو گروه در وضعیت ضعیف قرار دارند اما در بعد ریسک‌پذیری و رویا پردازی مردها در وضیت قوی و زن‌ها در وضعیت ضعیف قرار دارند و در بعد تحمل ابهام مردها در وضعیت قوی و زن‌ها در وضعیت بسیار قوی قرار گرفتند. از نظر نمره کارآفرینی تفاوت چندان محسوسی بین آزمودنی‌های زن و مرد مشاهده نشد و هر دو گروه با توجه به نرم پنج مقوله‌ای در وضعیت ضعیف قرار گرفتند. از جمله تحقیقات انجام شده می‌توان به تحقیقات موحدی و همکاران (۱۳۸۹) و نعمتی (۱۳۹۲) اشاره کرد. موحدی و همکاران (۱۳۸۹) پی بردند که رابطه معناداری بین جنسیت و کارآفرینی وجود ندارد، بنابراین نتایج این تحقیق با نتایج پژوهش ما ناهمخوان است که علت این ناهمخوانی احتمالا تفاوت در جامعه آماری باشد. نعمتی (۱۳۹۲) در تحقیق خود پی برد که تفاوت معناداری بین آزمودنی‌های زن و مرد در ابعاد کارآفرینی وجود دارد که نتایج تحقیق وی با نتایج پژوهش ما همخوان است.

فرضیه چهارم: ویژگی‌های کارآفرینی در بین دانشجویان مقطع کارشناسی و کارشناسی ارشد تفاوت معنی‌داری وجود دارد.

با توجه به یافته‌های پژوهش اختلاف معناداری بین دانشجویان کارشناسی و کارشناسی ارشد مشاهده نشد. ابعاد کارآفرینی شامل قانون کنترل، نیاز به موفقیت، سلاست فکری، عمل‌گرایی و چالش‌طلبی در دو گروه مشابه یکدیگر بوده و در وضعیت ضعیف قرار دارند و در دو بعد تحمل ابهام و رویا پردازی دو گروه در وضعیت قوی قرار گرفته و تنها در بعد ریسک‌پذیری گروه کارشناسی در وضعیت ضعیف و کارشناسی ارشد در وضعیت قوی قرار دارند. از جمله تحقیقات انجام شده در این مورد می‌توان به تحقیق موحدی و

همکاران (۱۳۸۹) و تحقیق تجاری و خدایاری (۱۳۸۵) اشاره کرد که موحدی و تجاری در تحقیقات خود پی بردند که تفاوت معناداری بین دانشجویان در مقطع تحصیلی وجود ندارد و نتایج این تحقیقات با نتایج تحقیق ما همخوان است.

بررسی پیشینه تحقیق نشان داد که با بررسی شخصیت دانشجویان می توان قصد کارآفرینی آنان را بهبود داد. این امر در تحقیق حاضر در دانشگاه های دولتی استان های خراسان رضوی و سمنان به مرحله آزمون قرار گرفت و نتایج آن نشان داد که شخصیت و ابعاد آن می تواند به قصد کارآفرینی دانشجویان کمک نماید. توانایی پیش بینی نمودن قصد کارآفرینی، از روی شخصیت دانشجویان می تواند سبب گردد تا هماهنگ نمودن شرایط زندگی و شخصیت دانشجویان بتوان قصد کارآفرینانه در دانشگاه ها را بهبود داد. با نتایج تحقیق حاضر، می توان به شکل بسیار مناسبی به توسعه نوآوری و خلاقیت در دانشگاه ها کمک نمود. نتایج این تحقیق می تواند به شکلی برنامه های تقویت کارآفرینی در دانشگاه را بهبود دهد.

شناسایی رابطه بین شخصیت و قصد کارآفرینی در بهبود وضعیت کارآفرینی دانشجویان در دانشگاه ها تاثیر بسزایی دارد. در صورتی که دانشگاهی تمایل به گسترش کارآفرینی داشته باشد می بایستی، با گزینش مناسب مدیران سبب گردد تا دانشگاه ها در حوزه کارآفرینی فعال تر گردند.

خوشبختانه پیشرفت علم سبب شد تا با ایجاد ابزار های دقیق بتوان خصیصه های مختلف را سنجید. نتایج و یافته های حاصل از پژوهش فوق حاکی از آن است که ضعیف بودن دانشجویان در ابعاد نیاز به موفقیت، سلاست فکری، عمل گرایی و رویاپردازی به عنوان محورهای اساسی روحیه کارآفرینی می تواند به دلیل وجود فرهنگ دستوری، تقلیدی و غیر مولد در جامعه و ناکارآمدی نظام آموزشی و آموزش عالی کشور در تدارک بستر مناسب به منظور توسعه روحیه خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی در میان دانش آموزان و دانشجویان باشد. در ارتباط با نتایج حاصل از وجود تفاوت معنادار میان دانشجویان زن و مرد در ابعاد

کانون کنترل، نیاز به موفقیت، سلاست فکری و تحمل ابهام، می‌توان چنین اشاره نمود که این تفاوت احتمالا ناشی از مسئولیت اداره و تأمین خانواده بر عهده مرد است.

براساس تجزیه و تحلیل سوالات پژوهشی و نتایج به‌دست آمده، معلوم می‌گردد که در کل تفاوت معناداری بین روحیه کارآفرینی دانشجویان در مقاطع تحصیلی مختلف بر اساس آزمون t ملاحظه نشد. این بدان معناست که مسایل و مشکلات موجود در ارتباط با توسعه روحیه کارآفرینی دانشجویان در نظام آموزش عالی و دانشگاه‌های کشور، تقریباً در دو مقطع تحصیلی مورد مطالعه مشترک بوده و وضعیت متفاوتی در هیچ یک از دو مقطع تحصیلی کارشناسی و کارشناسی ارشد مشاهده نمی‌شود که ریشه‌های عمیق‌تر این امر را نیز می‌توان در نظام آموزش و پرورش کشور جستجو کرد.

اگر بخواهیم علل احتمالی ضعیف بودن دانشجویان در کارآفرینی را تحلیل کنیم، باید به این عوامل اشاره کنیم: نبودن یا نوپا بودن مراکز کارآفرینی در دانشگاه‌ها، جدایی عملی آموزش‌های کارآفرینی از برنامه‌های آموزش رسمی دانشگاه‌ها، فقدان اساتید متبحر در مباحث کارآفرینی به تعداد مورد نیاز، فقدان منابع و مواد درسی جامع، کامل و جذاب در زمینه کارآفرینی و غیره.

در پایان باید اشاره کرد دانشگاه‌ها در فرآیند تکاملی خویش پس از عبور از «دانشگاه آموزش محور» و «دانشگاه پژوهش محور» به سمت «دانشگاه کارآفرین» گام بردارند. یکی از کارهایی که می‌تواند در تسریع این فرآیند موثر باشد، ایجاد و تقویت مراکز کارآفرینی در دانشگاه‌هاست ولی به منظور جذب دانشجویان و پرورش قابلیت‌های کارآفرینی ایشان، باید اصلاحات و تدابیری در زمینه ایجاد منابع و مواد آموزشی متناسب در حوزه کارآفرینی (اعم از تألیف و ترجمه) و تربیت و پرورش اساتید و مدرسین مبرز و متبحر و نیز برگزاری دوره‌های آموزشی که منجر به تقویت برخی از ابعاد کارآفرینی از جمله ریسک‌پذیری، نیاز

به موفقیت و ... می‌شود، صورت پذیرد، از سوی دیگر گنجاندن چند واحد درسی در این راستا توصیه می‌شود.

۴-۵. پیشنهادهای کاربردی

- لزوم بازنگری محتوای مواد آموزشی و روش‌های یادگیری مبتنی بر حمایت از کارآفرینی دانشجویان.
- تجدید نظر در اهداف آموزش عالی که معطوف به رشد کارآفرینی باشد.
- برنامه ریزی برای تغییر نگرش اساتید و مدیران دانشگاه‌ها در جهت پرورش کارآفرینی دانشجویان.
- برنامه ریزی برای گزینش و بکارگیری استادانی که دارای استعدادهای کارآفرینانه باشند .
- احترام گذاشتن به نظرات و پیشنهادات استادان و جلب مشارکت فعال آنان در بهبود سیستم.
- ایجاد واحد " تحقیق و توسعه کارآفرینی " در سازمان‌های آموزش عالی و دانشگاه‌ها.
- برگزاری مسابقات و جشنواره‌های محلی و کشوری سالیانه دستاوردها و ایده‌های کارآفرینی دانشجویان .
- ایجاد ساختارهای انعطاف پذیر، پویا و رابطه‌مدار در مدیریت سازمان‌های آموزشی .
- گزینش و انتصاب مدیران آشنا به اصول روش‌های آموزشی کارآفرینانه .
- فعال سازی انجمن‌های دانشجویی که دارای اختیارات کافی باشند .
- تغییر جهت گیری بازدهی آموزشی از کمی به کیفی .

۵-۵. پیشنهادهای پژوهشی

- انجام مطالعه تطبیقی نظام آموزشی با نظام‌های آموزشی موفق از نظر رشد کارآفرینانه دانشجویان .

- انجام مطالعات تطبیقی مشابه در مورد سطوح مختلف دانشگاه‌های دولتی و آزاد .
- انجام مطالعات مشابه با انتخاب جامعه‌های آماری بزرگتر (کشوری).
- انجام تحقیق در مورد عوامل بازدارنده اجتماعی – فرهنگی کارآفرینی .
- انجام تحقیق در مورد میزان مهارت و علاقمندی اساتید به موضوع رشد کارآفرینانه دانشجویان .
- انجام تحقیقات طولی در مورد دانشجویان دارای قوای کارآفرینانه و موفق از نظر تحصیلی و اجتماعی.

پیوست

پیوست ۱

پرسشنامه

پاسخگوی محترم

با سلام و احترام

پرسشنامه‌ای که تقدیم جنابعالی شده و هم‌اکنون پیش روی شماست، به منظور گردآوری داده‌ها پیرامون پژوهشی با عنوان « بررسی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه دانشجویان تربیت بدنی » طراحی گردیده است. بدون شک همکاری بی‌دریغ جنابعالی در پاسخگویی دقیق و صادقانه به این پرسشنامه، در پیشبرد این پایان‌نامه و استخراج داده‌هایی علمی نقش بسزایی دارد. خواهشمندم پس از مطالعه دستورالعمل پرسشنامه، به پرسش‌های آن پاسخ دهید. پیشاپیش از بذل توجه و همکاری جنابعالی متشکرم.

سیروس ملک‌بالا

دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی

دانشگاه صنعتی شاهرود

دستورالعمل

در تکمیل پرسشنامه، موارد ذیل را مدنظر قرار دهید:

✓ اولین گزینه‌ای که پس از خواندن هر عبارت در ذهنتان شکل می‌گیرد، علامت بزنید.

✓ به هر عبارت، تنها یک پاسخ دهید.

✓ به تمام عبارات پاسخ دهید.

مشخصات عمومی		
سن : سال	شغل :	سابقه کار : ☐ دارم ☐ ندارم
مقطع تحصیلی :	جنسیت : ☐ مرد ☐ زن	
آیا دارای مهارت یا تخصص معین هستید : ☐ بله ☐ خیر		
آیا قبلاً اقدام به راه اندازی کسب و کاری کرده اید یا در راه اندازی کسب و کاری همکاری داشته اید ؟ ☐ بله ☐ خیر		
آیا در حال حاضر تمایلی به راه اندازی کسب و کار دارید ؟ ☐ بله ☐ خیر		

ردیف	سوال	کاملاً موافقم	نسبتاً موافقم	نسبتاً مخالفم	کاملاً مخالفم
۱	برای کسب وضعیت بهتر حاضرم ریسک کنم حتی اگر از وضع فعلی خود راضی باشم .				
۲	گاهی اوقات حاضرم به خاطر سود بیشتر ریسک های بالاتری را بپذیرم .				
۳	خطر کردن نمک زندگی است .				
۴	زمانی که اکثر افراد احتمال شکست کاری را می دهند باز هم حاضرم ریسک انجام آن را بپذیرم.				
۵	اگر نتیجه انجام کاری به خطر کردنش بیرزد حتی با وجود مخالفت دیگران آن را انجام میدهم .				
۶	از خطر کردن لذت می برم .				
۷	وقتی حاضرم به ریسک های بالاتری دست بزنم که ارزش آن را داشته باشد .				
۸	نسبت به مردم عادی بیشتر خطر می کنم .				
۹	نتایج مطلوبتر معمولاً مرا به این امر وا میدارد که در جهت آنها خطرات بیشتری را بپذیرم.				
۱۰	اگر نتیجه انجام کاری برایم جذاب باشد، حاضرم برای رسیدن به آن، خطر بیشتری را بپذیرم.				
۱۱	خطراتی که می پذیرم با نتایجی که به دست می آورم توجیه می شود .				
۱۲	اگر ایده ی خوبی داشته باشم حاضرم کار و شغل فعلی خود را رها کنم .				
۱۳	حاضرم شانس خود را در معامله ای که نتایج آن مبهم است، امتحان کنم .				
۱۴	معتقدم که شروع یک کار جدید ارزش خطر کردن را دارد .				
۱۵	اطرافیان معمولاً خطر کردن های مرا منطقی می دانند .				
۱۶	به سر و کار داشتن با وضعیت های مبهم علاقه مندم .				
۱۷	وضعیت های نا آشنا می توانند خوب هم باشند .				
۱۸	بر اساس اطلاعات ناقص هم می توان تصمیم گیری کرد .				
۱۹	هرچه از زندگی بخواهم به دست می آورم زیرا در راه رسیدن به آن سخت کار می کنم .				

۲۰	از طریق سخت کوشی، پافشاری و توانایی می توانیم هر چیزی را در زندگی تغییر دهیم .			
۲۱	افراد معمولاً به آنچه استحقاقش را دارند، دست می یابند .			
۲۲	به قدرت خودم برای تحقق هدف ها معتقدم .			
۲۳	موفق شدن حاصل زحمت کشیدن است نه شانس .			
۲۴	می توانم سرنوشت خود را در دست بگیرم .			
۲۵	به دست آوردن آنچه که می خواهم، کمتر به اقبال و شانس بستگی دارد .			
۲۶	با تلاش بیشتر می توانم در وضعیت فعلی ام تغییر ایجاد کنم .			
۲۷	فکر می کنم بیشتر مردم اگر فقط از خود پشتکار نشان می دادند، در زندگی موفق می شدند .			
۲۸	اگر شخصی در انجام کاری تلاش کند، حتماً موفق می شود .			
۲۹	خودم در موفقیت هایم موثرم .			
۳۰	سرانجام، هر کس به ارزش و احترامی که شایسته آن است خواهد رسید .			
۳۱	شانس در زندگی نقش اندکی دارد.			
۳۲	احتمال انجام موفقیت آمیز کار به تلاش شخصی من وابسته است.			
۳۳	تلاش زیاد دلیل تحقق و ارضای خواسته های من است .			
۳۴	بیشتر بد بختی ها نتیجه نادانی، ناتوانی، تنبلی و مانند اینهاست .			
۳۵	پس از هر شکست، هدفم را از طریق دیگری دنبال می کنم .			
۳۶	سعی می کنم کار خود را حتی با وجود موانع زیاد ادامه دهم .			
۳۷	وقتی کاری را شروع می کنم، آنرا تا دستیابی به نتیجه موفق ادامه می دهم .			
۳۸	خود را وقف کار می کنم و به انجام آن متعهد می شوم .			
۳۹	در اجرای برنامه تدوین شده خود، سخت تلاش می کنم .			
۴۰	یک کار را تا رسیدن به نتیجه ادامه می دهم حتی اگر مدت زیادی طول بکشد .			

۴۱	هنگام کار معمولاً با تمام وجود کار می‌کنم .			
۴۲	برای حل مسائل و مشکلاتم اغلب تلاش زیادی می‌کنم و نمی‌توانم به راحتی از آنها بگذرم.			
۴۳	کارهایی را که توانایی مرا افزایش می‌دهند، به کارهای آسان ترجیح می‌دهم .			
۴۴	وقتی شیوه خاصی برای حل مسئله نمی‌تواند کارساز باشد، به سرعت می‌توانم فکرم را بر روی شیوه مناسب‌تر دیگری تغییر جهت دهم .			
۴۵	شکست‌های متوالی مانع پیگیری اهدافم نمی‌شود .			
۴۶	برای انجام کارها صبح زود بیدار می‌شوم و تا دیروقت کار می‌کنم .			
۴۷	می‌توانم مدت زیادی بدون خستگی به انجام کار ادامه دهم .			
۴۸	دست و پنجه نرم کردن با مشکل پیچیده، از حل مسئله ساده برایم جالب‌تر است .			
۴۹	برای رسیدن به اهدافی که تعیین کرده‌ام، حاضرم آسایش خود را فدا کنم .			
۵۰	در یک بازی رقابتی، دل مشغولی من بهتر بازی کردن است نه برنده شدن .			
۵۱	همین حالا و فی‌البداهه می‌توانم تعداد بی‌شماری جمله بسازم که با کلمه "همه" شروع می‌شود .			
۵۲	نوشتن تعداد زیادی داستان تازه برایم آسان است .			
۵۳	نوشتن مترادف‌های بسیار برای کلمه "سریع"، برایم آسان است .			
۵۴	اگر در مسابقه‌ای شرکت کنم که در آن باید تا حد امکان کلمه‌های بسیاری را که با حرف "ج" شروع می‌شود بیان کنم، از عهده این کار بر می‌آیم .			
۵۵	فرض کنیم همه راه‌های معمولی برای گرم کردن غذا را از دست داده‌ایم، تهیه فهرست طولانی از راه‌های گرم کردن غذا برایم آسان است .			
۵۶	اگر به یک گردهمایی دعوت شوم تا مسائل جامعه را مورد بحث قرار دهم، تهیه فهرست طولانی از مسائل آن برایم آسان است .			
۵۷	برای توصیف موقعیت‌ها، اشیاء و ... به راحتی به کلمات دست پیدا می‌کنم .			
۵۸	به جز کاربرد رایج وسایل معمولاً می‌توانم کاربرد های دیگری هم برای آنها پیدا کنم.			

۵۹	برای بیان یک اندیشه به سهولت به کلمات مترادف دست پیدا می کنم .			
۶۰	اگر از من دعوت شود به انجمن شهر برای دریافت کمک مالی پیشنهادهایی ارائه دهم به راحتی از عهده این کار بر می آیم .			
۶۱	اگر به طور غیر منتظره از من بخواهند بیش از پنج دقیقه در مورد یک موضوع صحبت کنم، به راحتی از پس آن بر می آیم .			
۶۲	می توانم در طراحی اسباب بازی های جدید برای کودکان مفید باشم .			
۶۳	گاهی اوقات به قدری ایده های متنوع دارم که نمی دانم کدام را انتخاب کنم .			
۶۴	وقتی بخش مهمی از کارم را انجام می دهم، معمولاً با حصول نتیجه راضی می شوم .			
۶۵	از خوب انجام دادن وظایف خود لذت می برم .			
۶۶	افرادی را که در جامعه به موفقیت بالایی رسیده اند تحسین می کنم .			
۶۷	خوب انجام دادن کار مهمتر از تلاش برای راضی کردن دیگران است .			
۶۸	از حل مسائل دشوار لذت می برم .			
۶۹	علاقه مند به تجربه غذا ها، مکان ها، و در کل تجارب جدید هستم .			
۷۰	داشتن پشتکار برای موفقیت در کارها خیلی مهم است .			
۷۱	در هر کار که احتمال شکست وجود داشته باشد، بالاخره احتمال موفقیت هم وجود دارد .			
۷۲	قبل از انجام هر تصمیمی، مایلم تمام حقایق را بدانم، حتی اگر مدت زیادی طول بکشد .			
۷۳	چیزهایی که به آنها عادت کرده ام بهتر از چیزهای جدید است .			
۷۴	زندگی معمولی بر زندگی پر از تغییر ارجحیت دارد .			
۷۵	ترجیح می دهم کارها را به روش معمولی انجام دهم .			
۷۶	به زندگی منظم و جا افتاده که در آن، غالب مسائل زندگی پیش بینی شده است، علاقه مندم .			
۷۷	کارها را باید به شیوه های آزمون شده انجام داد .			
۷۸	فعالیت های آشنا را بر فعالیت های ناآشنا ترجیح می دهم .			

۷۹	کار یکنواخت در مکان آرام را ترجیح می دهم .			
۸۰	در آینده ی هر فرد خیلی چیز ها به بخت خوب یا بد بستگی دارد .			
۸۱	در موقعیت هایی که جواب روشنی وجود ندارد بسیار بی طاقت می شوم .			
۸۲	یک شغل خوب، شغلی است که مکان، نوع کار و نحوه ی انجام آن روشن باشد .			
۸۳	برخی اوقات مردم ایده های مرا غیر عادی و دست نیافتنی می پندارند .			
۸۴	اغلب ایده های خوبی مطرح می کنم، مخصوصاً وقتی که هیچ کاری انجام نمی دهم .			
۸۵	در مراحل انجام هر کاری، دارای ایده های جدید هستم .			
۸۶	برای انجام کارهایی که قبلاً توسط هیچ کس انجام نشده، اغلب به تخیل روی می آورم .			
۸۷	از این که با دیگران در مورد ایده های گوناگون بحث کنم، لذت می برم .			
۸۸	از صرف وقت خود بر روی ایده های جدید لذت می برم، حتی اگر این ایده ها مزایای عملی همراه نداشته باشد .			
۸۹	از خلق چیزهای جدید لذت می برم .			
۹۰	هنگام تعیین هدف برای فعالیت های خود، ترجیح می دهم هدف های سخت را انتخاب کنم.			
۹۱	در برابر مشکلات اغلب راه حل های سازنده ای پیشنهاد می کنم .			
۹۲	به حل مسائل پیچیده و مبهم علاقه مندم .			
۹۳	برای انجام یک کار پیچیده معمولاً چندین روش پیشنهاد می کنم .			
۹۴	اگر سرگرم ساختن وسیله ای باشم و ناگهان دریابم قطعه مهمی از آن را گم کرده ام و نتوانم آن را پیدا کنم، سعی می کنم به جای آن، یک قطعه دیگر بسازم .			
۹۵	شغلی را دوست دارم که مستلزم فراهم کردن اندیشه های بسیار باشد .			

منابع

۱. احمدپور داریانی و مقیمی (۱۳۸۵)، مبانی کارآفرینی، نشر فراندیش، چاپ ۴
۲. احمدپور داریانی، (۱۳۸۰)، کارآفرینی؛ تعاریف نظریات، الگوها، انتشارات پردیس
۳. احمدپور داریانی، (۱۳۷۹)، کارآفرینی: تعاریف، نظریات، الگوها، فصل اول (صفحات ۱-۲۶) انتشارات پردیس
۴. احمدپور داریانی، محمود و مقیمی، سید محمد، (۱۳۸۷)، مبانی کارآفرینی. چ پنجم، تهران: فراندیش.
۵. احمدپور، داریانی، محمود، (۱۳۸۲)، کارآفرینی: تعاریف، نظریات، الگوها. چ هفتم، تهران: پردیس ۵۷.
۶. احمدپور داریانی، (۱۳۸۲). آیا کارآفرینی استراژی دانشگاهها را تغییر می دهد؟ رهیافت ۲۹. ۱۵-۲۵
۷. احمدی، محمد (۱۳۸۵). "نیاز سنجی آموزش کارآفرینی در دانشجویان دوره کارشناسی رشته مهندسی برق دانشکده فنی دانشگاه تهران"، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه تهران.
۸. اسماعیلی.م (۱۳۸۷)، بررسی ویژگی های تدریس مدرسان رشته تربیت بدنی کارشناسی ارشد از دیدگاه دانشجویان، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس، دانشکده علوم انسانی.
۹. انصاری و سلمانی زاده (۱۳۸۷)، «موضوع کارآفرینی به عنوان یک حوزه علمی»، توسعه کارآفرینی، سال اول، شماره اول، صص ۵۱-۸۵.
۱۰. انصاری و سلمانی زاده (۱۳۸۷)، «ویژگی های جمعیت شناختی کارآفرینان کشور»، رفاه اجتماعی، دوره ۷، شماره ۲۹، صص ۲۹۷-۳۱۴.
۱۱. باقرصاد و همکاران (۱۳۹۲). تأثیر آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینی دانشجویان رشته های فنی و حرفه ای. توسعه کارآفرینی، دوره ۶، شماره ۴، صص ۲۶-۳۱

۱۲. حسینی، سیدعماد (1385). "اصول و مبانی تربیت بدنی و مدیریت و برنامه‌ریزی"، چاپ اول، آمل، مؤسسه فرهنگی شمال.

۱۳. حق شناس، اصغر؛ جمشیدیان، مهدی؛ شائمی، علی؛ شاهین، آرش؛ یزدانشناس، مهدی. (۱۳۸۶). "الگوی کارآفرینی سازمانی در بخش دولتی ایران"، فصلنامه علوم مدیریت ایران، سال دوم، شماره 8، صص ۷۳-۳۱.

۱۴. حق شناس، حسن. ۱۳۸۸، روان‌شناسی شخصیت: آزمون‌های نئو- شیراز: انتشارات دانشگاه علوم پزشکی شیراز.

۱۵. حیدری ساربان، وکیل. ۱۳۹۲، نقش توانمندسازی روانشناختی بر تقویت کارآفرینی روستایی، مجله جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای، شماره ۲۰.

۱۶. رضاییان، علی ۱۳۸۴، مبانی مدیریت رفتار سازمانی. چ ششم. تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت).

۱۷. رستمی، لیلا (۱۳۸۷)، بررسی رابطه ویژگی‌های شخصیتی مدیران با کارآفرینی سازمانی در سازمان‌های بهداشتی و درمانی وابسته به دانشگاه علوم پزشکی تبریز. مدیریت سلامت، جلد ۱۱، شماره ۳۳.

۱۸. زالی، محمدرضا و دیگران. ۱۳۸۹، ارزیابی وضعیت کارآفرینی در ایران براساس نتایج برنامه سال ۲۰۰۸ دیده‌بان جهانی کارآفرینی (GEM) تهران: مؤسسه کار و تأمین اجتماعی.

۱۹. سازمان تربیت بدنی (۱۳۸۴)، مطالعات تفضیلی توسعه منابع مالی، تهران: ناشر سیب سبز.

۲۰. سالارزاده، میلنو (۲۰۰۴). "مقدمه ای بر کارآفرینی"، ترجمه سیامک نطاق، (۱۳۸۳)، انتشارات کوهسار.

۲۱. سلطانی و همکاران (۱۳۸۷). ارتباط بین ساختار سازمانی با کارآفرینی سازمانی مدیران ستادی سازمان تربیت بدنی جمهوری اسلامی ایران، مدیریت ورزشی، شماره ۱۹، صص ۵۵-۶۸.
۲۲. شجاعی، محمدصادق، ۱۳۸۸. نگاهی به ریشه‌های «نظریه صفات شخصیت» در اخلاق. دو فصلنامه علمی- تخصصی مطالعات اسلام و روان‌شناسی. بهار و تابستان ۱۳۸۸: س ۴، ش ۴، ص ۱۲۹-۱۵۳.
۲۳. شجاع، رضا (۱۳۸۸). بررسی نگرش دانشجویان تربیت‌بدنی به موانع کارآفرینی و مشکلات راه‌اندازی کسب و کار بعد از فراغت تحصیل، مقالات دانشگاهی فردوسی مشهد، دوره ۸، شماره ۲۲، صص ۸۱-۹۵.
۲۴. شولتز، دوان و شولتز، الن. ۱۳۹۰. نظریه‌های شخصیت. تجربه یحیی سید محمدی چ هجدهم، تهران: نشر ویرایش.
۲۵. فلاح رضوی، مریم، (۱۳۸۸). تأثیر ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه مدیران آموزشی بر یادگیرنده بودن سازمان مدارس، پایان نامه دانشگاه فردوسی مشهد،
۲۶. فیست، جس و فیست، گریگوری ج. ۱۳۸۴، نظریه‌های شخصیت. ترجمه یحیی سید محمدی. تهران: نشر روان.
۲۷. عزیزاده، نصیری (۱۳۸۰). ارزیابی و معرفی مهم ترین اولویت های کارآفرینی در ورزش از دیدگاه دست اندر کاران ورزش، پژوهش در علوم ورزشی، شماره ۱۶، صص ۵۵-۶۸.
۲۸. عسکراوغلی، ناصر (۱۳۹۲). تأثیر شخصیت کارآفرینانه بر عملکرد شغلی کارکنان با میانجی‌گری توانمندسازی. توسعه کارآفرینی، دوره ۶، شماره ۳، صص ۱۰۵-۱۲۴.
۲۹. علیمردانی، مهرزاد. (۱۳۸۸). بررسی رابطه میان ساختار سازمانی با کارآفرینی سازمانی، مدیریت ورزشی، دوره ۱، شماره ۳، صص ۱۴۴-۱۳۱.

۳۰. کشاورز ، مرضیه .(۱۳۹۳). بررسی قصد کارآفرینی دانشجویان پیام نور و سازه‌های اثرگذار بر آن، پژوهش در توسعه کارآفرینی، دوره ۷، شماره ۳، صص ۵۴۸-۵۲۹.
۳۱. کریمی، سعید.(۱۳۹۱). بررسی تأثیر عوامل محیطی و فرهنگی بر قصد کارآفرینانه‌ی دانشجویان کشاورزی. توسعه کارآفرینی، دوره ۵، شماره ۳، صص ۱۲۴-۱۰۵
۳۲. کوزه‌چیان، هاشم.(۱۳۸۹). رابطه بین ساختار کارآفرینانه و اثربخشی سازمانی در سازمان تربیت بدنی جمهوری اسلامی ایران. مدیریت ورزشی، دوره ۲، شماره ۶، صص ۳۱-۵
۳۳. گرامی نژاد ، ابوالقاسم .(۱۳۸۵). کارآفرین، مرکز نشر و پخش آیلار. چاپ ۱
۳۴. مهدوی، محمد .و آذری، زهرا .(2006) بررسی نرخ کارآفرینی مدیران در سازمان مدیریت و برنامه ریزی و مدیریت و توسعه. 65-66، صص ۲۷-۱۳
۳۵. مشایخ، فرحناز .(۱۳۸۳) . بررسی رابطه پایگاه اجتماعی خانواده و روحیه کارآفرینی دانشجویان دانشگاه شیراز. پایان نامه فوق لیسانس دانشگاه شیراز
۳۶. مقیمی، سیدمحمد (۱۳۸۷) " کارآفرینی در سازمانهای دولتی"، چاپ اول، تهران، مؤسسه عقیق.
۳۷. مک کری، رابرت و کاستا، پائول - ۱۳۸۱، شخصیت در بزرگسالی. ترجمه میرتقی گروسی فرشی و فرهاد محمدی. تبریز: جامعه پژوه
۳۸. ملکیان بهابادی، محسن ۱۳۸۹، «مقایسه قصد کارآفرینانه دانشجویان کارشناسی ارشد دانشکده‌های روان‌شناسی و علوم تربیتی، کارآفرینی و مدیریت دانشگاه تهران و عوامل مؤثر بر آن». پایان‌نامه کارشناسی ارشد تحقیقات آموزشی، دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه تهران.
۳۹. نورشاهی، نسرين و یمنی‌دوزی سرخابی، محمد، ۱۳۸۵. «بررسی رابطه سبک شناختی و سبک رهبری در میان رؤسای دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی». مجله پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی. پاییز ۱۳۸۵: س ۱۲، ش ۴۱. صص ۱۷-۳۶.

۴۰. نورشاهی، نسرين. ۱۳۸۵، «بررسی رابطه شیوه تفکر و سبک رهبری رؤسای دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی شهر ترهان». رساله دکتری مدیریت آموزی، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه شهید بهشتی.
۴۱. یداللهی، جهانگیر (۱۳۸۷) "کارآفرینی در ورزش"، همایش ملی مدیریت ورزشی با تأکید بر سند چشم انداز بیست ساله جمهوری اسلامی ایران، آکادمی ملی المپیک و پارالمپیک.
۴۲. یداللهی فارسی، جهانگیر، رضوی، سید مصطفی و زالی، محمدرضا. ۱۳۸۹. خلاصه مدیریتی: ارزیابی فعالیت‌های کارآفرینانه در ایران براساس مدل GEM ایران در سال ۱۳۸۷ و ۱۳۸۸. تهران: مؤسسه کار و تأمین اجتماعی.

43. Anokhin, Sergey- Schulze, William S, (2009). "Entrepreneurship, innovation, and corruption", Journal of Business Venturing, Vol.24.
44. Ajzen, L, 1991 The thory of Planned Behavior. Organizational Behavior and human Decistion Process, vol 50, no . 2 , pp. 179-211.
45. Allinson, C. & Hayes, J., 1996. The Cognitive Style Index: A Measure of Intuition- Analysis for Organizational Research Journal of Management Studies, vol 33, no. 1, pp. 119-135.
46. Bandura, A., 1977. Self- efficacy- toward a Unifying Tehory of Behavioral change. Psychological Review, vol 84, no. 2, pp. 191-216.
47. Barrett, L. & Pietrotnonaco, P., 1997. Accuracy of the Five- Factor Model in Predicting Perceptions of Daily Social Interactions Personality and Social Psychology, vol 23, no 11, pp. 1173- 1187.
48. Barrick, M. & Mount, M., 1991. The Big Five Personality Dirnensions and Job Performance. A Meta- Analysis. Personal Psychology vol 44, no 1, pp. 1-26.
49. Bird., B., 1988. Implementing Entrepereneurial ideas. The Case for Intention. Academy of Managemtn Review, vol 13, no. 3, pp. 442-453.
50. Boyd, N. & Vozikis, G., 1994. The Influence of Self- Efficacy on the Development of Entrepreneurial Interntins and Actions. Entrepreneurship Thory and Practice, vol. 18, no 4, pp 53-77.

51. Brice- , J., 2004. The Role of Personality Dimensions on the Formation of Entrepreneurial Intentions In: 18 th Annual USASBE National Conference Dallas. Texas 15-18 January 2004. [online] Available from: <http://usasbe.org/knowledge/proceedings/proceedingsdoes/usabe2004proceedings-brice.pdf>[Accessed 20 January 2012].
52. Brigham , K., De Castro, J. & Sheperd, D., 2007. A Person- Organization Fit Model of Owner- Managers' Cognitive Style and Organizational Demands. *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 31, no. 1 , pp29-51.
53. Brislin, R. & Lo, K., 2006. Culture, Personality and people's Uses of time. Key interrelationship In: thoma, J. & Segal, D. eds *Comprehensive Handbook of Personality and Psychopathology*. Volume 1 : Personality and Everyday functioning. Hoboken, New Jersey: John wiley & sons, Inc , pp. 44-61
54. Busato, V et al., 1999 The Relation between Learning Styles, the Big Five personality Traits and Achievement Motivation in Higher Education. *Personality and Individual Differences*, vol 28, no. 1, pp. 129- 140
55. Caddam, S.,, 2007. A Conceptual Analysis of Factors Influencing Behavior and Actions. *ICFAI Journal of Management Research*, vol. 6, no. 11, pp. 46-64.
56. Chamorro- Premuzic, T. & Furham, A., 2005 *Personality and Intellectual competence*. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
57. Cloninger, S., 2004. *Theories of Personality: Understanding Persons*. 4 th ed. Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Prentice Hall.
58. Costa, P., McCrae, R. & Dye, D., 1991. Facet Scales for Agreeableness and Conscientiousness: A Revision of the NEO Personality Inventory *Personality and Individual Differences*, vol. 12,no. 9, pp. 887- 898.
59. Costa, P., McCrae, R. & Holland, J., 1984. Personality and Vocational Interest in an Adult Sample *Journal of Applied Psychology*, vol. 69, no. 3, pp. 390-400.
60. Dej, D., 2007 *Personality and Competencies of the Entrepreneurs* In: Mo
61. Devonish, D. et al., 2010. Explaining Entrepreneurial Intentions in the Caribbean. *International Journal of entrepreneurial Behaviour & Research*, vol 16, no 2. 149- 171.
62. Digman, J., 1998. Five robust Trait Dimensions: Development, Stability, and utility *Journal of Personality*, vol 57, no. 2, pp. 195-214.

63. Dobransky- Fasiska, D., 2002. A Personality Characteristics for each of Three Generational Cohorts: The Silent Generation, The baby Boomers and Generation X. Ph.d. thesis, University of Pittsburgh.
64. Dollingers, S., Leong, F. & Utieni, S., 1996. On Traits and Values: With Special Reference to Openness to Experience. *Journal of Research in Personality*, vol 30, no. 1 , pp. 23-41.
65. Drennan, J., Kennedy, J & Renfrow, P., 2005 Impact of Childhood Experiences on the Development of Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship and Innovation*, vol 6, no , pp 231- 238.
- 540 Digman, J., M. (2002). Personality stature,emergence of the five factor model
Annu. Rev.psychol
66. Gartner, w., 1988 " Who is and Entrepreneur?" Is the Wrong Question. *American Journal of Small Business*, vol 12, no 4, pp. 11-32.. 34- Hackett, G et al, 1992. Gender, Ethnieceity and Social cognitive Factors predicting Achievement. *Journal of counseling Psychology*, vol. 39, no. 4, pp 527- 538.
67. 190 Gibb Allan (2000). Entrepreneurship at universities should reach all faculties [http :// next ware. Science mag. Org/cgi/ content](http://nextware.sciencemag.org/cgi/content).
68. Hackett, C et al., 1992, Gender, Ethnieceity and social CognitiveFactors Predictivng Achievement, *Journal of Courseling Psychology*. Vol. 39, no. 4, pp. 527-538.
69. . Howard,S. (2004), DevelopingEntrepreneurial potential in youth: The effects of entrepreneurial education and venture creation, University of south florida repot,.
70. Hough, J., 2005 an Empirical Test of cognitive Style and Strategie deecision Outeomes. *Journal of Management Studies*, vol . 42, no . 2 , pp. 417- 448.
71. Ismail, M et al., 2090 Entrepreneurial Intention among Malysian Undergradiates *International Journal of Business and Management*, vol, 4, no. 10, pp. 64-60.
72. Jahnson , David.(2001).what is Innovation and entrepreneurship?Lesson for larger organizations,Industrial training commercial training.vol. 33,N.4.
- 610 James Cook University of Australia,(2009) Bachelor of Business (Sports & Events Management):
73. Judge, T. et al., 1999. The Big Five personality Traits, General Mental Ability and Career Success across the Life Span. *Personnel Psychology* vol. 52, no. 3, pp. 621-652.
74. Katz, J & Gartner, W., 1988. Properties of Emerging Organizations *Academy of Management Review*. Vol 13, no 3, pp. 42-441.

75. Katz, J., 1994 Modeling entrepreneurial Career Prog Concepts and Cousiderations. Entrepreneurship Theory and Practice. Vol 19, no 2, pp. 23-39
76. Kerrick, S., 2008. An Examination of Entrepreneurial Intertions of University Shudents. Ph.D. Thesis, University of Louisville.
77. Kieckul , J et al., 2009. Intuition versus Analysis Testing Differential Models of cognitive Style on Entrepreneurial Self – Efficacy and the new Venture Creation Proccess. Entrepreneurship thory and Practice, vol. 33, no. 2, pp. 439- 453.
78. Krueger, N, 2000 The cognitive Infrastrueture of Opportunity Emergence. Entrepreneurship theory and Practice, vol. 24, no. 3, pp. 5-23.
79. Krueger, N., 1993 Impact of prior entrepreneurial exposure on pereceptions of new venture feasibility and desirability Entrepreneurship theory and Practice , vol. 18, no. 1 , pp- 5-21.
80. Lent, R. , Brown, . & Hackett, G., 1994 Toward a Unifying Social Cognitive Theory of Career and Academic Interest, Choice and Performance. Journal of Vovabonal Behavior , vol 45, no. 1 , pp . 79-122.
81. Leonard , N., Benuvias, L., & Scholl, R., 2005 A Multi – Level Model of Group Cognitive Style in Strategic Decision Making. Journal of managerial Issues, vol. 17, no. 1, pp. 119-138.
82. Lerner, K., 1992. What Happened before the Organization? A Model of Organization Formation. Entrepreneurship Theory and ractice, vol 17 no 1, pp. 39- 48.
83. Liffunen, H, 2000. Entrepreneurship and the Characteristics of the Entrepreneual Personality. Internaitonla Journal of entrepreneurial Behaviour and Research, vol 6, no. 6, pp. 295- 306.
84. Liman, F & Chen, Y, 2009. Development and Coss – Cultural Application of a Specific to Measure Entrepreneurial Intentions Entrepreneurship Theory and Practice , vol. 33, no. 3, pp 593- 617.
85. Linan, F. & Moriano, J., 2007 entrepreneurial Intentions. In Moriano, J. & Gorgievski, M., ed . Psychology of Entrepreneurship: Research and Education. Madrid: Universidad Nacional de Educaacion a Distanceia , pp 39- 56.
86. Lofstrom, E, 2005. Intuition and Analysis at work: the Role of cognitive Style in Experiences of Work Contexts. Ph. D theisi. University of Helsinki.
87. MacMillan, I & Katz , J., 1992 Idiosyncreatic Milieus of Entrepreneursip Research: The need for Comprehensive Theories. Journal of Business Venturing, vol. 7, no. 1, pp 1-8.

88. MacMillan, I., Block, Z & Narasimha, P., 1986 Corporate Venturing: Alternatives, Obstacles Encountered and Experience Effects. *Journal of Business Venturing*, vol. 1 , no. 2 , pp. 177-191.
89. McCrae, R. & Costa, P., 1997. Personality Trait Structure as a Human
90. Pang Me Lee.(2001) , *Entrepreneurship in the public Business*. VOL. 35, Issue 4.
91. Reynolds. P., 1991. Sociology and entrepreneurship: concepts and Contributions. *Entrepreneurship Theory and Practice* , vol 16 , no 2, pp. 47-70.
92. Sadler-smith, E & Badger, B., 1998 Cognitive Style, Learning and Innovation Technology Analysis and Strategic Management, vol 10, no 2, pp. 247- 265.
93. Sadler- Smith, E., 1998. Cognitive Style. Some Human Resource Implications for Managers. *International Journal of Human Resource Management*, vol 9 , no. 1, pp. 185-202.
94. Scheiner, C., 2009. Fundamental Determinants of Entrepreneurial Behaviour *Wissenschaften*
95. Singh, G. & Denoble, A., 2003. Views on Self - ,employment and Personality: An exploratory Study *Journal of Developmental entrepreneurship*, vol. 8, no. 3, p. 265-281.
96. Thompson & John (1999). Cultural Requisites of public Entrepreneurship, A study of regional Differences in post communist Poland, Claremont Graduate University Theses.
97. Vecchio, r., 2003. Entrepreneurship and Leadership: Common Trends and common Threads. *Human Resource Management Review*, vol. 13, no. 2 , pp. 303- 327
98. Yonca G.& Nuray A.(2000)*Entrepreneurship College Students Profiles sampling Comparative analysis Education & Training v .48 p.25-38*
99. Zhao, Hao; Seibert, Scott E, (2006), The Big Five personality dimensions and entrepreneurial status: A meta-analytical review. *Journal of Applied Psychology*, Vol 91(2), Mar 2006, 259-271
100. Zhao, Hao; Seibert, Scott E, Lumpkin, G.T; (2010), The Relationship of Personality to Entrepreneurial Intentions and Performance: A Meta-Analytic Review, *Psychology, Applied* 1 out of 76 | *Business* 3 out of 115 | *Management* 4 out of 185
101. Zho, H, Seibert , S. & Lumpkin, G, 2010. The Relationship of Personality to

Abstract:

this study surveys physical education students' entrepreneurial personality traits of public universities in Semnan and Khorasan Razavi provinces and compare these traits based on gender segregation and educational level. In this regard, a sample consisted of 339 individuals were selected as cluster and random. The used instrument in this study is a standardized questionnaire "assess the personality traits of entrepreneurs" at 8 dimensions with a reliability coefficient of 0/88. As well as we used descriptive statistics and inferential statistics to measure dispersion and central indexes such as independent t test and one-sample t level ($p \leq 0/05$). The most important results and findings indicate that students are in the strong position for dimensions such as risk-taking, ambiguity tolerance and dreaming although they are in the weak position in dimensions like locus of control, need to be successful, clearness of thought, pragmatism and challenging. And generally, the entrepreneurial spirit of students is poor. The dimensions examined in undergraduate and graduate students separately. There is significant difference between the dimensions in both groups. There is significant difference between two groups of men and women students in dimensions such as locus of control, need to be successful, clearness of thought and tolerance and in general there is a significant difference between entrepreneurial spirits. There was no significant difference for entrepreneurship dimensions between undergraduate and graduate students

Keywords: Entrepreneurship, Entrepreneurial personality traits, Physical activity, Student.



Shahrood University of Technology

Faculty of Physical Education

Surveys Physical education students entrepreneurial personality traits of public universities in Semnan and Khorasan Razavi

Sirous Malekbala

Supervisor:

Dr.Reza Andam

February 2016