

## بررسی رابطه‌ی ویژگی‌های شخصیتی با تمایل به کار آفرینی

حمیدرضا محمدی<sup>۱\*</sup>، عبادا... احمدی<sup>۲</sup> و شاپور امین شایان جهرمی<sup>۳</sup>

### چکیده

هدف از این پژوهش، بررسی و توصیف ویژگی‌های شخصیتی زنان در سازمان‌ها و بررسی تمایل آن‌ها به کارآفرینی و همچنین تحلیل رابطه‌ی آن دو با یکدیگر بوده است. روش پژوهش توصیفی و از نوع همبستگی بود. جامعه‌ی آماری پژوهش شامل تعدادی از زنان شاغل در سازمان‌ها و ادارات دولتی شهر شیراز به تعداد ۳۵۹ نفر بود که با استفاده از روش نمونه‌گیری طبقه‌بندی شده بر اساس جدول مورگان، متناسب با حجم طبقه تعداد ۱۵۳ نفر به عنوان نمونه‌ی آماری پژوهش انتخاب شدند. ابزار اندازه‌گیری، پرسشنامه‌ی محقق ساخته‌ی شخصیت و کارآفرینی به ترتیب شامل ۳۵ و ۵۴ سؤال بسته پاسخ بر اساس مقیاس هفت درجه‌ای لیکرت بود. پایایی پرسشنامه شخصیت و کارآفرینی بر اساس آزمون مجدد به ترتیب ۰/۸۸۳ و ۰/۸۳۹ برآورد گردید. داده‌های بدست آمده از راه ضریب همبستگی پیرسون و با استفاده از نرم افزار SPSS تجزیه و تحلیل گردید. نتایج این پژوهش نشان داد که بین ویژگی‌های شخصیتی زنان با تمایل آن‌ها به کارآفرینی رابطه‌ی معناداری وجود دارد، لذا پیشنهاد شده است به دلیل این که ویژگی‌های شخصیتی زنان با کارآفرینی ارتباط دارند با شناخت ویژگی‌ها و خصایص شخصیتی در زنان شاید بشود روحیه‌ی کارآفرینی را در آنان تقویت نمود و بسیاری از مشکلات و نارسایی‌هایی را که جامعه و سازمان‌ها با آن‌ها دست به گریبانند را حل کرد.

واژه‌های کلیدی: شخصیت، ویژگی‌های شخصیتی، زنان، کارآفرینی.

۱- کارشناس ارشد مدیریت دولتی دانشگاه آزاد اسلامی واحد رفسنجان.

۲- استادیار و عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرودشت.

۳- استادیار و عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شیراز.

\* نویسنده‌ی مسئول مقاله: hamidreza\_arshad@yahoo.com

### پیشگفتار

امروزه کارآفرینی<sup>۱</sup> را یکی از ابزارهای توسعه می‌دانند زیرا وجود انسان‌های کارآفرین موجب ایجاد بستر موفقیت‌ها می‌شود. هم‌چنین، با توجه به افزایش سریع رقبای جدید و ایجاد حس بی‌اعتمادی نسبت به شیوه‌های سنتی، ضرورت کارآفرینی در سازمان احساس می‌شود. در این ارتباط وظیفه‌ی سازمان‌های پویا کشف و پرورش افراد خلاق و کارآفرین است. هر سازمان در راستای پرورش افراد خودجوش و نوآور نیاز به ساختار مناسب و افراد کارآفرین دارد. سازمانی که استعدادهای نهفته در خود را نتواند بکار گیرد، در اندک زمانی مغلوب سازمان‌های دیگر خواهد شد (مهدوی و عذاری، ۱۳۸۵). کارآفرین بودن، یعنی در هم آمیختن ویژگی‌های شخصی - ابزار مالی و منابع موجود در محیط کار است؛ بسیاری از ویژگی‌های شخصیتی را می‌توان پرورش داد و به کمک آن در کسب و کار به موفقیت دست یافت (شاه حسینی، ۱۳۸۳).

داگلاس لوبر<sup>۲</sup>، از صاحب نظران کارآفرینی، بر این باور است که سه دسته عوامل باعث توسعه‌ی کارآفرینی سازمانی می‌شوند که عبارتند از: عوامل درون سازمانی، محیط بیرونی و ویژگی‌های شخصیتی. ویژگی‌های شخصیتی نیز می‌تواند تأثیری مهم در ارتقای کارآفرینی سازمانی داشته باشد (لوبر، ۱۹۹۸). از آن‌جا که کارکنان سازمان به عنوان افراد اداره‌کننده‌ی وظایف گوناگون در سازمان با دارا بودن ویژگی‌های خاص شخصیتی می‌توانند به پیشبرد اهداف سازمان کمک کنند، اغراق نیست اگر امروزه موفقیت یا شکست هر یک از بخش‌های یک سازمان را به موفقیت یا شکست کارکنان آن بخش مضرب نماییم (خسروی، ۱۳۸۱).

صاحب نظران علم مدیریت نیز ویژگی شخصیت را عامل تأثیرگذار در موفقیت سازمان تلقی نموده و آن را در کنار عوامل سازمانی و عوامل محیطی مورد توجه قرار داده‌اند. آنان بر این باورند که کارکنان باید واجد دو ویژگی مهم باشند: یکی ساخت تخصصی که به معنای داشتن دانش و تخصص کافی است و دیگری ساخت شخصیتی که به معنای داشتن ویژگی‌های خاص شخصیتی مانند اعتماد به نفس، ریسک‌پذیری، کانون کنترل و... می‌باشد (دیگمان<sup>۳</sup>، ۲۰۰۲). به باور نمکی<sup>۴</sup>، اریتسن<sup>۵</sup> و بییر<sup>۶</sup> (۱۹۸۸) ویژگی‌های شخصیتی که می‌توانند کارآفرینی زنان را تحت تأثیر قرار

<sup>۱</sup> - Entrepreneurship

<sup>۲</sup> - Douglas Lober

<sup>۳</sup> - Digman

<sup>۴</sup> - Namaki

<sup>۵</sup> - Erritsen

<sup>۶</sup> - Beyer

دهند عبارتند از: اعتماد به نفس، موفقیت طلبی، شیوه‌ی رهبری، مردم‌گرایی، آینده‌گرایی، ریسک‌پذیری و ترس از موفقیت.

انگیزه‌ها و اهداف، سرمایه‌ی انسانی و ویژگی‌های شخصیتی به ترتیب اولویت در توسعه‌ی کارآفرینی زنان موثرند (گلرد، ۱۳۸۴). با توجه به تغییرات گسترده‌ای که در نقش و جایگاه زنان و مردان صورت می‌گیرد، جهان پیش رو را به گونه‌ای می‌سازد که نه تنها در انحصار محض مردان نیست بلکه زنان نیز جایگاهی مطلوب و درخور در آن دارند. جهانی که دیگر از سخن گفتن در مورد تفاوت بین زن و مرد خبری نیست پس شایسته است تا زنان همگام با مردان در توسعه‌ی کشور گام بردارند (شاه حسینی، ۱۳۸۳).

همان گونه که امروزه پیشرفت هر جامعه‌ای در گرو استفاده‌ی بهینه از نیروی انسانی آن جامعه است، افراد از لحاظ استعدادها، علایق، توانایی‌ها و دیگر ویژگی‌های شخصیتی با یکدیگر متفاوت اند. برخی از این ویژگی‌ها در مردان و زنان با یکدیگر متفاوت است. برخی از ویژگی‌ها که بویژه در زنان وجود دارد، باعث کم‌رنگ شدن کارآفرینی و خلاقیت در سازمان‌های دولتی شده است و این خود می‌تواند منجر به وضعیت ناهنجار بیکاری، مشکلات و نارسایی‌ها در سازمان‌ها و پیشرفت جامعه باشد. بنابراین، افراد بسته به این که از نظر ویژگی‌های شخصیتی چگونه هستند در موقعیت‌های گوناگون به صورت‌های مختلف عمل می‌کنند و این تفاوت ممکن است در گروه‌های گوناگون مثل زنان و مردان و ... نیز مشاهده شود (شاه حسینی، ۱۳۸۳).

### پیشینه‌ی پژوهش

پژوهش‌های زیادی پیرامون ویژگی‌های شخصیتی و کارآفرینی در خارج و داخل کشور به صورت جداگانه انجام گرفته است، ولی با توجه به مطالعات گسترده و اکتشافی و مراجعه به اسناد و مدارک، پژوهشی که صریحاً به بررسی رابطه‌ی بین ویژگی‌های شخصیتی زنان و کارآفرینی پرداخته شده باشد، یافت نگردید. لذا، کلیه‌ی پژوهش‌های انجام شده به صورت مجزا به بررسی ویژگی‌های شخصیتی و کارآفرینی پرداخته اند که در زیر به آن‌ها اشاره می‌شود:

پژوهش‌های نمکی، اریسنس و بییر (۱۹۸۸) در زمینه‌ی مدیریت کارآفرینی در خصوص زنان انجام گرفته که نتایج آن از این قرار است:

**الف) اعتماد به نفس:** همان گونه که پژوهش‌های قبلی در آمریکا و اروپا نشان داده، زنان کارآفرین نسبت به مردان اعتماد به نفس کم‌تری دارند.

**ب) موفقیت طلبی:** نتیجه پژوهش‌های انجام شده در این مورد زیاد با هم سازگار نیست، ولی با وجود اعتقاد قبلی که زنان بیش‌تر به وابستگی نیاز دارند تا به پیشرفت، این پژوهش نشان

می‌دهد که نیاز به پیشرفت مدیران زن هم‌تراز مدیران مرد است، ولی نیاز به پیشرفت زنان کارآفرین بیش‌تر از زنان مدیر است.

**ج) رهبری:** با وجود باور پیشین که بیانگر اختلاف روش رهبری مردان و زنان بود، یعنی مردان بیش‌تر رهبر وظیفه‌گرا و زنان بیش‌تر رهبر فردگرا شناخته می‌شدند، نتیجه‌ی پژوهش‌های امروزه که زیاد هم با هم سازگار نیستند، نشان می‌دهد که رهبری مردان و زنان کمی با هم تفاوت دارد، البته نه در همه‌ی موارد بلکه فقط در سبک رهبری.

**د) مردم‌گرایی:** نتیجه‌ی پژوهش‌ها بیانگر این است که خانم‌ها برعکس آقایان به مردم به چشم وسیله‌ای برای رسیدن به هدف نگاه نمی‌کنند و نیز برعکس مردان نمی‌توانند نقش خودشان را به عنوان یک شخصیت و یک کارمند به روشنی تقسیم و مجزا کنند. بنابراین، نسبت به بازخوردهای منفی آن گونه که آقایان براحتی واکنش نشان می‌دهند، خانم‌ها بروز نمی‌دهند.

**ه) آینده‌گرایی:** نتیجه پژوهش‌ها نشان می‌دهد که مردان بیش از زنان آینده‌گرا هستند.

**و) ریسک‌پذیری:** پژوهش‌ها نشان می‌دهد که مردان بیش از زنان ریسک‌پذیر هستند و خانم‌ها نسبت به ریسک، انفعالی عمل می‌کنند.

**ز) ترس از موفقیت:** پژوهش‌ها نشان می‌دهند که ترس از موفقیت نه تنها در مورد همه‌ی زنان صدق نمی‌کند بلکه در برخی از مردان نیز ترس از موفقیت وجود دارد.

اتکینسون (۱۹۵۸)، یافته‌های دهه‌ی ۱۹۵۰ نمایانگر آن است که انگیزه‌ی پیشرفت در زنان کم و به مراتب پایین‌تر از مردان است. یافته‌های استوراد و چستر<sup>۱</sup> (۱۹۸۲) نشان داد که مردان و زنان از نظر انگیزه‌ی پیشرفت با یکدیگر تشابه دارند و ترس از موفقیت در هر دو جنس به یک میزان مشاهده می‌شود. پالودی<sup>۲</sup> (۱۹۸۴)، در ۶۴ پژوهشی که بررسی نمود، ترس از موفقیت را در مردان با میانگین ۴۵٪ و در زنان با میانگین ۴۹٪ گزارش داده است.

هیسریچ و براش (۲۰۰۰)، به نقل از گلرد، (۱۳۸۴) نیز با توجه به تفاوت‌های زنان و مردان، عوامل تأثیرگذار در عملکرد زنان کارآفرین، اعم از عوامل فردی، سازمانی، محیط صنعتی و هم‌چنین، تأمین منابع، استراتژی و خط مشی‌ها را بررسی نموده و بمنظور اندازه‌گیری عملکرد زنان کارآفرین از ۳ شاخص استفاده کردند: عملکرد اقتصادی، عملکرد شخصی اقتصادی و عملکرد اجتماعی.

<sup>۱</sup>- Steward & Chester

<sup>۲</sup>-Paludi

نیدر<sup>۱</sup> (۱۹۸۷، به نقل از محمدی، ۱۳۸۷) تفاوت‌هایی میان زنان کارآفرین و عموم مردم را بررسی کرد، نتیجه‌ی این مطالعه نشان می‌دهد که این زنان نیاز بیش‌تری به ثبات در عقیده (برای مثال، تعهد نسبت به یک کار تا به انجام رساندن آن) تسلط فعالیت مثرثمر و استقلال شخصی دارند.

صابر (۱۳۸۱) بر این باور است که فشار روانی حاصل از ناهماهنگی میان نقش‌ها، پیامدهایی مانند اضطراب و خستگی شغلی، کاهش سلامتی، تضعیف کیفیت زندگی زناشویی و نارضایتی از نقش والدینی را در پی دارد. این شرایط بخش قابل توجهی از زمان، انرژی و تعهد زنان را به خود اختصاص می‌دهد و از تمرکز آن‌ها در فعالیتهای حرفه‌ای می‌کاهد. این در حالی است که نقش نان‌آوری و سرپرستی مردان با انتظارات شغلی آنان هماهنگ است و از این جهت با محدودیت کم‌تری مواجه‌اند و با سهولت بیش‌تر می‌توانند به بسط فعالیتهای شغلی خود بپردازند. پژوهشی که در مورد ۲۰ زن کارآفرین ایرانی انجام شده، نشان می‌دهد که این افراد در مسیر فعالیتهای کارآفرینانه‌ی خود، با مشکل نگهداری فرزند، مخالفت همسر با اعضای خانواده و برخورد نامناسب مسئولان محلی و مشتریان مواجه بوده‌اند. به این ترتیب، این احتمال افزایش می‌یابد که زنان به ایفای کمینه‌ای از انتظارات شغلی بسنده کنند و به تدریج از افق‌های فکری دورنگرانه، درگیر شدن با مشکلات جدید، تلاش برای تغییر شرایط موجود و بهره‌ور ساختن آن که بخشی از ضرورت‌های کارآفرینی است، فاصله بگیرند.

کاجی (۱۳۶۹) در پایان نامه‌ی کارشناسی ارشد خود با عنوان مقایسه‌ی ترس از موفقیت بین دانشجویان و دانش‌آموزان از دانشگاه شیراز نشان داده که در مورد ترس از موفقیت بین دختران و پسران دانش‌آموز و دانشجو تفاوتی معنادار مشاهده نمی‌شود و در بسیاری از دختران، انگیزه‌ی پیشرفت قوی‌تر دیده می‌شود.

شهرآرای (۱۳۷۵)، در مقاله‌ی خود با عنوان انگیزه‌ی پیشرفت در زنان و بررسی پژوهش‌ها در نیم قرن اخیر از دانشگاه تربیت معلم، در مطالعات خود نشان داده که ترس در زنان دانشگاهی رو به کاهش است. این احتمال نیز وجود دارد که زنان ترس از موفقیت را فقط در مشاغل و رشته‌هایی بروز دهند که مستلزم رقابت با مردان است. امروزه بیش‌تر یافته‌های میان فرهنگی حاکی از آن است که در انگیزه‌ی اجتناب از موفقیت بین زنان و مردان تفاوت‌ها به مراتب کم‌تر از گذشته است.

گلرد (۱۳۸۴) در مقاله‌ی خود با عنوان «عوامل مؤثر در توسعه‌ی کارآفرینی زنان ایرانی»، پس از مطالعات نظری، مدلی اولیه طراحی کرد و بر اساس آن توسعه‌ی کارآفرینی با شاخص‌های رشد، ایجاد و نوآوری تبیین و عوامل مؤثر در ۴ بخش فردی یا شبکه‌ای، سازمانی و محیطی در نظر

<sup>۱</sup> - Neider

گرفته شده است. سپس با استفاده از پرسشنامه و مصاحبه، نظرات خبرگان کارآفرینی مورد تجزیه و تحلیل آزمون‌های آماری قرار گرفت. پس از تعدیل مدل اولیه، بر اساس نظر خبرگان، مدل یاد شده در جامعه‌ی آماری مورد آزمون (۱۳۹ زن کارآفرین ایرانی) با استفاده از مصاحبه و پرسشنامه مورد بررسی و ارزیابی قرار گرفت و مهم‌ترین ویژگی‌های زنان کارآفرین که در این بررسی بر اساس آزمون دو جمله‌ای و تحلیل واریانس فریدمن تأیید شده است، به ترتیب اولویت عبارتند از: توفیق طلبی ۹۵٪، خلاقیت ۶۰٪ و ریسک‌پذیری ۲۰٪. بنابراین، در این بررسی مهم‌ترین ویژگی توفیق طلبی است. نکته‌ی قابل توجه آن است که زنان ایرانی ویژگی انعطاف‌پذیری را نیز در حد بالایی دارا هستند. این ویژگی‌ها جهت انجام فعالیت‌های کارآفرینی و تعادل بخشیدن بین کار بیرون و خانه برای آنان ضروری است. در مقابل ویژگی ریسک‌پذیری در آنان مانند زنان کارآفرین سایر کشورها، کم است.

متقی و دیگران (۱۳۸۳) در مقاله‌ی خود با عنوان علل ترس از موفقیت در زنان شاغل، برای بررسی نظر کارکنان زن و نهادهای دولتی درباره‌ی علل ترس از موفقیت در آن‌ها کوشیده است. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که ماهیت سنت‌گرایانه، روند تربیت و رشد اخلاقی در جامعه که برخاسته از شیوه‌ی جامعه‌پذیری بر پایه‌ی جنسیت و توأم با آموختن معیارهای ضد و نقیض به آنان است، عوامل اصلی بروز ترس از موفقیت می‌باشد.

مسعود نیا (۱۳۸۱) در مقاله‌ی خود با عنوان ارزیابی رویکرد شخصیتی - خصیصه‌ای برای سنجش کارآفرینی (مطالعه‌ی موردی)، پژوهش خود را به روش علی-مقایسه‌ای انجام داده است. گروه‌های مورد مقایسه کارآفرینان و غیرکارآفرینان (کارگران) بودند. حجم نمونه‌ی انتخاب شده ۱۲۰ نفر و ابزار اندازه‌گیری، پرسشنامه بوده است. در این پژوهش، مجموعه‌ای از متغیرهای روان‌شناختی (۱۲ متغیر) که فرض می‌شد عوامل ممیزه‌ی کارآفرینان از غیرکارآفرینان باشند، به آزمون گذاشته شده‌اند. این متغیرها عبارت بودند از: خودکار بودن، احساس نسبت به دیگران، رهبری، مسئولیت‌پذیری، پشتکار، انرژی، ریسک‌پذیری، استقلال، منبع کنترل، عزت نفس و انگیزه‌ی پیشرفت. نتایج بدست آمده با استفاده از آزمون من-ویتنی برای مقایسه‌ی دو گروه مستقل نشان داده است که از بین متغیرهای یاد شده، فقط در سه متغیر، یعنی انرژی فیزیکی، منبع کنترل و انگیزه‌ی موفقیت بین دو گروه تفاوت وجود داشته است، یعنی کارآفرینان در مقایسه با غیرکارآفرینان، از سطح سلامت و انرژی بالاتری برخوردارند. در مورد متغیر منبع کنترل مشخص گردید که کارآفرینان بیش‌تر از کنترل درونی برخوردارند؛ به بیان دیگر، کارآفرینان علت موفقیت و شکست خود را به دلایل درونی و خود نسبت می‌دهند. در مقابل غیرکارآفرینان آن‌ها را به دلایل بیرونی و به دیگران یا نیروهای خارج از خود نسبت می‌دهند و در نهایت در خصوص متغیر

انگیزه‌ی موفقیت، نشان داده است که کارآفرینان در مقایسه با غیرکارآفرینان از انگیزه‌ی موفقیت بالاتری برخوردارند. در مورد سایر متغیرها هیچ گونه تفاوتی بین دو گروه ملاحظه نشده است.

مهینیان (۱۳۸۳) در پایان نامه‌ی کارشناسی ارشد خود با عنوان «بررسی موانع اجرایی کارآفرینی سازمانی در مجتمع صنعتی رفسنجان و ارایه یک الگوی مناسب» در این پژوهش موانع سازمانی کارآفرینی بر اساس چهار عامل ۱- برخورد نامناسب سازمان در برابر اشتباهات کاری کارکنان ۲- سبک مدیریت و وظیفه مدار ۳- سیاست‌های تشویق یکسان برای همه و ۴- ترفیع افراد سازشکار مورد بررسی قرار گرفته و توان بالقوه‌ی کارآفرینی افراد بر اساس پنج مؤلفه‌ی ۱- نیاز به توفیق ۲- استقلال ۳- خلاقیت ۴- ریسک پذیری ۵- عزم و اراده سنجیده شد. روش آماری مورد استفاده در این پژوهش همبستگی می‌باشد، داده‌های بدست آمده با استفاده از ضریب همبستگی اسپیرمن و تاوکندال مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج این پژوهش نشان داد که با افزایش توان بالقوه‌ی کارآفرینی کارکنان، سیاست‌های تشویقی برای همه افزایش می‌یابد، با افزایش توان بالقوه‌ی کارآفرینی کارکنان، سبک مدیریت و وظیفه مدار افزایش می‌یابد و با افزایش توان بالقوه‌ی کارآفرینی، ترفیع افراد سازشکار افزایش می‌یابد. بر اساس این پژوهش، پیشنهاد می‌گردد که مدیران کوشش کنند موانع کارآفرینی را از سر راه کارآفرینان بردارند تا سازمان‌های پویا و کارآفرین داشته باشیم.

جواهری و قضاتی (۱۳۸۳)، در مقاله‌ی خود با عنوان موانع کارآفرینی زنان: بررسی تأثیر نابرابری جنسیتی بر کارآفرینی زنان در ایران، به این نتیجه رسیدند که نابرابری‌های جنسیتی موجود در جامعه‌ی ایران، که بیش‌تر جنبه‌ی اجتماعی و فرهنگی دارد، از قابلیت کارآفرینی زنان می‌کاهد و همچنین، عوامل محدود کننده کارآفرینی زنان را خانواده، نظام تعلیم و تربیت، باورهای کلیشه‌ای، ناهماهنگی انتظارات و نقش و مناسبات حاکم بر سازمان کار می‌دانستند.

### مبانی نظری پژوهش

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

در زمینه‌ی شخصیتی نقاط مشابهی بین زنان و مردان کارآفرین وجود دارد. هر دو پر انرژی، هدفمند و مستقل هستند و یا می‌خواهند باشند. هر چند مردان اغلب دارای اعتماد به نفس بیش‌تر و ملایمت و انعطاف کم‌تری نسبت به زنان همتای خود هستند که این می‌تواند باعث اتخاذ سیاست‌های مختلف مدیریتی شود. بررسی در مورد ۷۶ زن کارآفرین در سان فرانسیسکو نشان می‌دهد که زنان کارآفرین از لحاظ رفتار و طرز فکر با مردان کارآفرین فرق داشتند و بیش‌تر مایل به استفاده‌ی بهینه از فرصت‌ها بوده و در روش‌های نوآوری خود دارای قابلیت سازگاری بیش‌تری هستند (شاه حسینی، ۱۳۸۳).

مطالعات در ساختار نظریه‌ی اسنادی راتر و واینر<sup>۱</sup> (۱۹۹۰) نشان داد که اسنادهای زنان بر حسب آن که موفقیت خود را به توانایی، تلاش، شانس (بخت) یا آسانی کار نسبت می‌دهند بر فعالیت‌های بعد و بویژه اعتماد به نفس آنان، آثاری به صورت بلند مدت و کوتاه مدت بر جا می‌گذارد. اگر موفقیت خود را به توانایی که متغیری درونی و با ثبات است، نسبت دهند، در مورد فعالیت‌های آینده نیز احساس اعتماد به نفس می‌کنند و به استمرار موفقیت در خود اطمینان پیدا می‌کنند، اما هنگامی که موفقیت خود را ناشی از تلاش با بخت می‌دانند، از آن‌جا که هیچ یک از این دو عامل پایدار نیستند، در مورد عملکرد آینده‌ی خود به دیدی مثبت و توأم با اعتماد به نفس نمی‌رسند. این وضعیت غالباً باعث کاهش اعتماد به نفس و کاهش اطمینان آنان نسبت به موفقیت در فعالیت‌های مشابه دیگری می‌گردد.

زنان و مردان کارآفرین هر دو به دلیل احساس نیاز به کسب و کار یا استقلال فردی وارد عرصه‌ی کارآفرینی شده‌اند. در بسیاری از موارد، هر دو تحت تأثیر ناکامی یا عدم رضایت از شغل قبلی خود و یا نیاز به تغییر محیط پیرامونی خود قرار گرفتند، اما از جهات دیگر تفاوت‌هایی بین آن‌ها دیده می‌شود که این تفاوت‌ها را می‌توان در انگیزه‌های اولیه، نوع سرمایه‌گذاری، ویژگی‌های شخصیتی، سوابق بیکاری و نوع مشاغلی که بدان روی آورده‌اند، مشاهده نمود (شاه حسینی، ۱۳۸۳).

یکی از موارد عمده‌ی اختلاف بین پژوهشگران کارآفرینی، شناسایی منشأ رفتار کارآفرینانه بوده است. آلن جاکوب<sup>۲</sup> ویتز استاد روان شناسی، بر این باور بود که کارآفرینان با این صفت زاده می‌شوند و پرورش نمی‌یابند. وی از راه مصاحبه با بیش از ۵۰۰ کارآفرین در ۳ سال متناوب دریافت که کارآفرینان عموماً در ویژگی‌های شخصیتی خاصی مانند استقلال، گرایش به تنهایی، بی‌قراری و اعتماد به نفس سهیم هستند (به نقل از پرداخت چی و دیگران، ۱۳۸۵).

1- Rotter & Weiner

2- Jacobowitz



اقتصاددانان شرایط اقتصادی را موجب کارآفرینی می‌دانند. در تئوری‌های اقتصادی نقش کارآفرینی مورد توجه قرار گرفته است. در مقابل روان‌شناسان با هدف ارایه‌ی نظریه‌هایی، ویژگی‌های شخصیتی را لازمه‌ی تحقق کارآفرینی می‌دانند (گلرد، ۱۳۸۴). بنابراین، پژوهش در پی پاسخ مناسب به این پرسش است که آیا بین ویژگی‌های شخصیتی زنان با تمایل آن‌ها به کارآفرینی در سازمان‌ها و ادارات دولتی شهر شیراز رابطه‌ای وجود دارد یا نه؟

بر اساس پرسش یاد شده هفت فرضیه به شرح زیر مطرح گردیده است:

- فرضیه‌ی نخست: بین اعتماد به نفس زنان با تمایل آن‌ها به کارآفرینی رابطه وجود دارد.
- فرضیه‌ی دوم: بین موفقیت طلبی زنان با تمایل آن‌ها به کارآفرینی رابطه وجود دارد.
- فرضیه‌ی سوم: بین شیوه رهبری زنان با تمایل آن‌ها به کارآفرینی رابطه وجود دارد.
- فرضیه‌ی چهارم: بین مردم‌گرایی زنان با تمایل آن‌ها به کارآفرینی رابطه وجود دارد.
- فرضیه‌ی پنجم: بین آینده‌گرایی زنان با تمایل آن‌ها به کارآفرینی رابطه وجود دارد.
- فرضیه‌ی ششم: بین ریسک‌پذیری زنان با تمایل آن‌ها به کارآفرینی رابطه وجود دارد.
- فرضیه‌ی هفتم: بین ترس از موفقیت زنان با تمایل آن‌ها به کارآفرینی رابطه وجود دارد.

## روش

روش توصیفی و از نوع همبستگی بوده است.

## آزمودنی‌ها

جامعه‌ی آماری این پژوهش شامل ۳۵۹ نفر از زنان سازمان‌ها و ادارات دولتی شهر شیراز در سال ۱۳۸۶-۸۷ بوده است که با استفاده از روش نمونه‌گیری طبقه‌بندی شده بر اساس جدول مورگان، تعداد ۱۵۳ نفر انتخاب شده‌اند.

## ابزار

بمنظور گردآوری داده‌های مورد نیاز، از دو پرسشنامه استفاده گردید. پرسشنامه‌ی (الف) که برای سنجش ویژگی‌های شخصیتی (زنان) مورد استفاده قرار گرفته است و شامل ۳۵ پرسش می‌باشد که ویژگی‌های شخصیتی (زنان) بر اساس ابعاد (اعتماد به نفس، موفقیت طلبی، شیوه‌ی

رهبری، مردم‌گرایی، آینده‌گرایی، ریسک‌پذیری و ترس از موفقیت) می‌باشد را می‌سنجد که به صورت طیف ۷ گزینه‌ای لیکرت طرح ریزی گردید.

پرسشنامه‌ی (ب)، برای سنجش میزان کارآفرینی مورد استفاده قرار گرفته است و شامل ۵۴ پرسش است که به صورت مقیاس ۷ درجه‌ای لیکرت طرح ریزی گردید. بمنظور پایایی ابزار سنجش، از روش آزمون مجدد استفاده گردید. پرسشنامه‌ها در دو نوبت، به فاصله‌ی ده روز بین یک نمونه‌ی ده نفره توزیع و گردآوری شد. آنگاه همبستگی نمره‌ی مرتبه‌ی اول و دوم هر فرد با استفاده از ضریب همبستگی اسپیرمن محاسبه شد و ضریب پایایی برای پرسشنامه شخصیت ۰/۸۸۳ و برای پرسشنامه کارآفرینی ۰/۸۳۹ محاسبه گردید.

بمنظور تعیین و حصول اطمینان از روایی پرسشنامه‌ها، از نظرات پنج نفر از اساتید و اعضای هیئت علمی استفاده شده که درباره‌ی مناسب بودن گویه‌های پرسشنامه، مبنی بر سنجش ویژگی‌های شخصیتی و کارآفرینی اظهار نظر نمایند. پس از محاسبات انجام شده، با استفاده از روش جدول توزیع فراوانی میزان روایی پرسشنامه ویژگی‌های شخصیتی ۰/۸۳ و میزان روایی پرسشنامه کارآفرینی ۰/۸۶ بدست آمد.

### شیوه‌ی تجزیه و تحلیل داده‌ها

جهت تجزیه و تحلیل داده‌های گردآوری شده، از انواع شاخص‌های آماری، از جمله فراوانی، انواع جداول و نمودارها استفاده گردیده است و همچنین از ضریب همبستگی پیرسون، جهت آزمون فرضیه‌ها استفاده شده است. تمامی تحلیل‌های آماری به وسیله‌ی نرم افزار رایانه‌ای SPSS انجام شده است.

### یافته‌ها

**فرضیه‌ی اصلی:** بین ویژگی‌های شخصیتی زنان و تمایل آن‌ها به کارآفرینی در سازمان‌ها و ادارات دولتی شهر شیراز رابطه وجود دارد.

جدول ۱- ضریب همبستگی بین ویژگی‌های شخصیتی و کارآفرینی

کارآفرینی		پیرسون			متغیر
نوع رابطه	وجود رابطه	ضریب همبستگی			آزمون
		تعداد	معنی داری		
مستقیم	دارد	۱۵۳	۰/۰۰۰	۰/۳۵۹	ویژگی‌های شخصیتی

با توجه به تجزیه و تحلیل داده‌ها، مشخص شد که ضریب همبستگی پیرسون بین دو متغیر ویژگی‌های شخصیتی زنان و تمایل آن‌ها به کارآفرینی برابر  $0/359$  و با  $P$ -مقدار (معنی داری) برابر  $0/000$  می‌باشد که کوچک‌تر از سطح معنی‌داری  $\alpha = 0/05$  است در نتیجه بین ویژگی‌های شخصیتی زنان و تمایل آن‌ها به کارآفرینی در ادارات دولتی شهر شیراز رابطه‌ای معنی دار وجود دارد.

این مطلب با توجه به نحوه‌ی پراکندگی نقاط و هم‌چنین خط برازش شده مورد تأیید است. در ضمن مثبت بودن ضریب همبستگی و شیب خط برازش شده نشان از رابطه‌ی مستقیم بین این دو متغیر است. هم‌چنین، ضریب تعیین بین دو متغیر برابر  $0/129$  ( $R^2 = 0/129$ ) است و یا به عبارتی  $12/9$  درصد تغییرات بین دو متغیر مشترک است ( $12/9$  تغییرات تمایل آن‌ها به کارآفرینی به وسیله‌ی ویژگی‌های شخصیتی آن‌ها توجیه می‌شود).

### فرضیه‌های فرعی

فرضیه‌ی نخست: بین اعتماد به نفس زنان با تمایل آن‌ها به کارآفرینی رابطه وجود دارد.

جدول ۲- ضریب همبستگی بین اعتماد به نفس و کارآفرینی

کارآفرینی		پیرسون			متغیر
نوع رابطه	وجود رابطه	آزمون			اعتماد بنفس
		تعداد	معنی داری	ضریب همبستگی	
مستقیم	دارد	۱۵۳	$0/003$	$0/241$	

با توجه به ضریب همبستگی پیرسون بین دو متغیر بالا برابر با  $0/241$  و با  $P$ -مقدار (معنی داری) برابر  $0/003$  می‌باشد که کوچک‌تر از سطح معنی‌داری  $\alpha = 0/05$  است در نتیجه بین اعتماد به نفس زنان و تمایل آن‌ها به کارآفرینی رابطه معنی داری وجود دارد.

فرضیه‌ی دوم: بین موفقیت طلبی زنان با تمایل آن‌ها به کارآفرینی رابطه وجود دارد.

جدول ۳- ضریب همبستگی بین موفقیت طلبی و کارآفرینی

کارآفرینی		پیرسون			متغیر
نوع رابطه	وجود رابطه	آزمون			موفقیت طلبی
		تعداد	معنی داری	ضریب همبستگی	
مستقیم	دارد	۱۵۳	$0/039$	$0/167$	

با توجه به ضریب همبستگی پیرسون بین دو متغیر بالا برابر با  $0/167$  و با  $P$ -مقدار (معنی داری) برابر  $0/039$  می‌باشد که کوچک‌تر از سطح معنی‌داری  $\alpha=0/05$  است. پس می‌توان نتیجه گرفت که بین موفقیت طلبی زنان با تمایل آن‌ها به کارآفرینی رابطه‌ی معنادار مثبت و قوی وجود دارد، یعنی با افزایش موفقیت طلبی در زنان، تمایل آن‌ها به کارآفرینی آن‌ها هم افزایش می‌یابد. **فرضیه‌ی سوم:** بین شیوه‌ی رهبری زنان با تمایل آن‌ها به کارآفرینی رابطه وجود دارد.

جدول ۴- ضریب همبستگی بین شیوه رهبری و کارآفرینی

کارآفرینی					متغیر
نوع رابطه	وجود رابطه	پیرسون			آزمون
		تعداد	معنی داری	ضریب همبستگی	
-	ندارد	۱۵۳	$0/792$	$-0/022$	شیوه رهبری

با توجه به ضریب همبستگی پیرسون بین دو متغیر بالا برابر با  $-0/022$  و  $0/021$  و  $P$ -مقدار (معنی داری)  $0/792$  می‌باشد که بزرگ‌تر از سطح معنی‌داری  $\alpha=0/05$  می‌باشد در نتیجه بین شیوه‌ی رهبری و تمایل آن‌ها به کارآفرینی در ادارات دولتی شهر شیراز رابطه معنی‌داری وجود ندارد.

**فرضیه‌ی چهارم:** بین مردم‌گرایی زنان با تمایل آن‌ها به کارآفرینی رابطه وجود دارد.

جدول ۵- ضریب همبستگی بین مردم‌گرایی و کارآفرینی

تمایل آنها به کارآفرینی					متغیر
نوع رابطه	وجود رابطه	پیرسون			آزمون
		تعداد	معنی داری	ضریب همبستگی	
مستقیم	دارد	۱۵۳	$0/000$	$0/279$	مردم‌گرایی

با توجه به ضریب همبستگی پیرسون بین دو متغیر بالا برابر با  $0/279$  و  $P$ -مقدار (معنی داری)  $0/000$  برابر  $0/000$  می‌باشد که کوچک‌تر از سطح معنی‌داری  $\alpha=0/05$  است، پس می‌توان نتیجه گرفت بین مردم‌گرایی با تمایل آن‌ها به کارآفرینی رابطه معنادار مثبت و قوی وجود دارد، یعنی با افزایش مردم‌گرایی زنان، تمایل آن‌ها به کارآفرینی هم افزایش می‌یابد.

فرضیه‌ی پنجم: بین آینده‌نگری زنان با تمایل آن‌ها به کارآفرینی رابطه وجود دارد.

جدول ۶- ضریب همبستگی بین آینده‌گرایی و کارآفرینی

کارآفرینی					متغیر
نوع رابطه	وجود رابطه	پیرسون			آزمون
		تعداد	معنی داری	ضریب همبستگی	
-	ندارد	۱۵۳	۰/۱۸۴	۰/۱۰۸	آینده‌گرایی

با توجه به ضریب همبستگی پیرسون بین دو متغیر بالا برابر با  $0/108$  و  $P$ - مقدار (معنی داری) برابر  $0/184$  می‌باشد که بزرگ‌تر از سطح معنی داری  $\alpha = 0/05$  است پس می‌توان نتیجه گرفت بین آینده‌نگری با تمایل آن‌ها به کارآفرینی رابطه وجود ندارد، ولی به گونه‌ی نسبی رابطه‌ی مثبت و ضعیفی وجود دارد.

فرضیه‌ی ششم: بین ریسک‌پذیری زنان با تمایل آن‌ها به کارآفرینی رابطه وجود دارد.

جدول ۷- ضریب همبستگی بین ریسک‌پذیری و کارآفرینی

کارآفرینی					متغیر
نوع رابطه	وجود رابطه	پیرسون			آزمون
		تعداد	معنی داری	ضریب همبستگی	
مستقیم	دارد	۱۵۳	۰/۰۰۰	۰/۳۶۸	ریسک‌پذیری

با توجه به ضریب همبستگی پیرسون بین دو متغیر بالا برابر با  $0/368$  و  $P$ - مقدار (معنی داری)  $0/000$  می‌باشد که کوچک‌تر از سطح معنی داری  $\alpha = 0/05$  است پس می‌توان نتیجه گرفت بین ریسک‌پذیری زنان با تمایل آن‌ها به کارآفرینی رابطه‌ی معنادار مثبت و قوی وجود دارد، یعنی با افزایش ریسک در زنان تمایل آن‌ها به کارآفرینی در آن‌ها افزایش خواهد یافت.

فرضیه‌ی هفتم: بین ترس از موفقیت با تمایل آن‌ها به کارآفرینی رابطه وجود دارد.

جدول ۸- ضریب همبستگی بین ترس از موفقیت و کارآفرینی

کارآفرینی					متغیر
نوع رابطه	وجود رابطه	پیرسون			آزمون
		تعداد	معنی داری	ضریب همبستگی	
-	ندارد	۱۵۳	۰/۰۵۴	۰/۱۵۶	ترس از موفقیت

با توجه به ضریب همبستگی پیرسون بین دو متغیر بالا برابر با  $0/156$  و  $P$ - مقدار (معنی داری) برابر  $0/054$  می‌باشد که بزرگ‌تر از سطح معنی داری  $\alpha = 0/05$  است، پس می‌توان نتیجه گرفت بین ترس از موفقیت زنان با تمایل آن‌ها به کارآفرینی رابطه وجود ندارد.

### بحث و نتیجه‌گیری

امروزه با توجه به نقش زنان و تأثیر عمده‌ی زنان در امر فعالیت‌های اقتصادی و امر تولید بیش از پیش اهمیت یافته است. از این رو می‌توان ادعا کرد که تمامی اندیشمندان و متفکران برنامه‌ریزی و توسعه‌ی اقتصادی در این ارتباط که زنان نیز به مانند مردان به نیروهای توانا تبدیل شوند، اتفاق نظر دارند و مدعی هستند که انگیزه‌های کارآفرینی در زنان افزایش یابد، هر چند که ممکن است برخی از عوامل باعث شوند که کارآفرینی در آن‌ها کاهش یابد (افتخار، ۱۳۸۴).

پس می‌توان به ویژگی‌های شخصیتی زنان به عنوان یکی از عوامل محدود کننده در کارآفرینی اشاره کرد که تأثیر عمده‌ای بر کارآفرینی خواهد گذاشت. یافته‌های پژوهش حاکی از این است که روی هم رفته، بین ویژگی‌های شخصیتی زنان با تمایل آن‌ها به کارآفرینی در سازمان‌ها و ادارات دولتی شهر شیراز رابطه وجود دارد. اگر چه پژوهش‌هایی به گونه‌ی جداگانه در زمینه‌های شخصیت، ویژگی‌های شخصیتی و کارآفرینی انجام گرفته است، ولی در خصوص بررسی رابطه‌ی بین دو متغیر به صورت جامع مطالعه‌ی صورت نگرفته است. در بررسی جزئی‌تر:

محاسبات آماری نشان می‌دهند که رابطه‌ی معنادار مثبت بین اعتماد به نفس زنان و تمایل آن‌ها به کارآفرینی وجود دارد، یعنی با افزایش اعتماد به نفس زنان، میزان کارآفرینی افزایش می‌یابد. این نتیجه با نتایج پژوهش‌های عالی پور (۱۳۸۰) و نمکی و همکاران (۱۹۸۸) هم‌خوانی دارد. کوالسکی (به نقل از شبانی، ۱۳۷۹) در پژوهش خود نتیجه گرفت که زنان متأهل شاغل بدون توجه به این‌که چگونه مسئله‌ی نظم دهی و نظم خانوادگی خود را حل کنند، از عزت نفس بالایی برخوردارند. می‌سی‌نا<sup>۱</sup> (۲۰۰۵) بر این باور است که افراد دارای اعتماد به نفس بالا نوعاً خود را مهم، معنی دار و ارزشمند می‌دانند و به طور میانگین اثر بخش‌تر از کارکنانی هستند که اعتماد به نفس کم‌تری دارند. آن‌ها بهتر کار می‌کنند و کم‌تر به رها کردن خود فکر می‌کنند که این خود، زمینه ساز کارآفرینی را در سازمان‌ها فراهم می‌سازد (گلرد، ۱۳۸۴). اگر فرهنگ جامعه با زنان به شیوه‌ای نابرابرانه رفتار نماید، یعنی در مقایسه با مردان آنان را با ویژگی‌های ضعیف یا منفی توصیف کند، یا اگر امکان دستیابی به فرصت‌ها و منابع ارزشمند اجتماعی را به خاطر زن بودن

<sup>۱</sup> - Messina

برای آنان محدود سازد، در این صورت به تدریج این مؤلفه‌ها جزئی از خودپنداره‌ی هویت زنان می‌شود. ادراک منفی یا ضعیف از خود، عزت نفس پایین، ارزیابی ضعیف از توانمندی‌های خود، احتمال شکل‌گیری ساختار روانی و شخصیتی مساعد کارآفرینی را کاهش می‌دهد زیرا بر اساس ویژگی‌هایی که برای کارآفرینان برشمرده شد، در صورتی می‌توان یک فرد را کارآفرین نامید که در اندیشه تغییر و بهبود شرایط کارش باشد، فکری نو در سر داشته باشد، در برابر عدم قطعیت پایدار باشد و از قدرت رهبری و بسیج منابع در جهت هدف برخوردار باشد. در شرایط و فضای نابرابری جنسیتی این ویژگی‌ها به سختی در زنان شکل می‌گیرد. بنابراین، یکی از دلایل وجود نسبت اندک زنان کارآفرین شاغل ایرانی را باید در تأثیر نابرابری جنسیتی بر ساختار روانی و شخصیتی زنان جستجو نمود زیرا همین امر از کارآفرینی آنان می‌کاهد. بنابراین، اگر زنان بتوانند اعتماد به نفس را در خود تقویت نمایند، می‌توانند بسیاری از مشکلاتی که خودشان و جامعه با آن‌ها دست با گریبانند را از سر راه بردارند.

این پژوهش نشان می‌دهد که ارتباط معنادار مثبت بین موفقیت طلبی زنان و تمایل به کارآفرینی وجود دارد، یعنی با افزایش میزان توفیق طلبی در زنان، میزان کارآفرینی نیز افزایش خواهد یافت. مک کله لند از پژوهش‌های خود چنین نتیجه‌گیری نمود که توفیق طلبی در افرادی که فعالیت‌های اقتصادی خود را آغاز می‌کنند، بالاتر است و سپس نتیجه گرفت که توفیق طلبی در افرادی وجود دارد که در فعالیت‌های کارآفرینانه موفق باشند. در واقع این نیاز، افراد را تحریک می‌کند تا کارآفرین شوند. توفیق طلبی انگیزه‌ی اصلی توسعه‌ی اقتصادی در کشورها بوده و در تصمیم‌گیری برای کارآفرین شدن تأثیر بسزایی دارد (به نقل از احمدپورداری، ۱۳۷۸). چنانچه موفقیت را جنبه‌های گوناگون سبقت گرفتن انسان از افراد هم سطح خود بدانیم، در سلسله مراتب شغلی، افراد با پیشرفت و ارتقای شغلی، از افراد هم سطح خود سبقت می‌گیرند و به سطح بالاتری از سلسله مراتب سازمانی دست می‌یابند. اثربخشی بودن کار به مفهوم موفقیت است (متقی، ۱۳۸۲). یکی از بارزترین ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان برخورداری از انگیزه‌ی پیشرفت بالا یا نیاز به پیشرفت است که تمام پژوهش‌ها از جمله پژوهش‌های اسبورن<sup>۱</sup>، ۱۹۹۵؛ مک کله لند<sup>۲</sup>، ۱۹۶۱؛ سکستون و همکاران<sup>۳</sup>، ۱۹۸۵؛ اتکینسون و همکاران<sup>۴</sup>، ۱۹۶۶ و رابینسون<sup>۵</sup>، ۱۹۸۶ آن را تأیید می‌کنند. هم‌چنین، مک کله لند ۱۹۸۵ انگیزه‌ی پیشرفت را به عنوان نیروی بهتر انجام دادن

<sup>۱</sup>- Osborn

<sup>۲</sup>- McClelland

<sup>۳</sup>- Sexton & eta

<sup>۴</sup>- Atkinson & eta

<sup>۵</sup>- Robinson

کارها، مطابق با معیارهای سطح بالا تعریف کرده است. یافته‌های پژوهش فرنچ ولسر (۱۹۶۴) نشان داد که انگیزه‌ی پیشرفت در زنان به اندازه‌ی مردان قوی نیست. (هورنر، ۱۹۶۸، به نقل از فلمینگ). هورنر (۱۹۶۸، به نقل از فلمینگ) در پژوهشی که برای درک علل تفاوت زنان و مردان در انگیزه‌ی پیشرفت انجام داد، مطرح نمود که پیشرفت در زنان ممکن است با حالتی از اضطراب درباره‌ی موفقیت همراه باشد (به نقل از عبدی و دیگران، ۱۳۷۹). سپس نتیجه‌ی این فرضیه با پژوهش گلرد (۱۳۸۴) که در یافته‌ی خود به این نتیجه رسید که مهم‌ترین ویژگی‌های زنان کارآفرین به ترتیب اولویت عبارتند از: توفیق طلبی ۹۵٪، خلاقیت ۷۹٪، انعطاف پذیری ۶۰٪ و ریسک پذیری ۲۰٪، هم‌خوانی دارد. بنابراین، اگر فرض کنیم رشد اقتصادی ملتی بستگی به ایفای موفقیت نقش افراد کارآفرین دارد نتیجه می‌گیریم که پیروزی اقتصادی جامعه در گرو افراد کارآفرین است و آن نیز تابع میزان علاقه به پیشرفت در جامعه و تعداد افرادی است که موفقیت‌های مربوط به پیشرفت را خوشایند و دلپذیر می‌یابند. لذا، انگیزه‌ی توفیق طلبی به پیشرفت را افزایش بده تا عملکرد اقتصادی جامعه افزایش یابد (صمدآقایی، ۱۳۸۷). پس هرچه زنان انگیزه‌ی موفقیت طلبی را در خود تشدید نمایند، در میزان کارآفرینی آنان تأثیر مثبت خواهد گذاشت.

این پژوهش نشان می‌دهد که بین شیوه‌ی رهبری زنان و تمایل آن‌ها به کارآفرینی رابطه وجود ندارد. از آن‌جا که رهبری و مدیریت جزء خصوصیات فرد کارآفرین است، عدم ارتقای زنان به مواضع مدیریتی و رهبری موجب می‌شود که ساختار روانی و نظام شخصیتی آن‌ها در زمینه‌ی فعالیت‌های کارآفرینانه شکوفا نشود (کریمی، ۱۳۷۷). حتی در موارد محدودی که امکان تصدیق زنان در امر مدیریت و رهبری بوجود می‌آید، گاه مشاهده می‌شود که آنان بر اساس تصور ضعیفی که از توانایی‌های خود دارند، از به عهده گرفتن مسئولیت‌های خطیر امتناع می‌ورزند. به این ترتیب هویت آن‌ها، یعنی این‌که آن‌ها در مقام زن چه ادراکی از خود داشته باشند، خود را چگونه ارزیابی کنند و خود را قادر و خواهان انجام دادن چه اعمال و رفتاری بدانند، شکل می‌گیرد. انگیزه‌ها، علایق و نیروهای درونی و در نهایت ساختار روانی و شخصیتی زنان به این ترتیب ساخته و پرداخته می‌شود. بسیاری از قابلیت‌ها و توانمندی‌هایی که لازمه‌ی امر کارآفرینی است، مانند عزم راسخ برای تغییر و نوآوری، قدرت رهبری و تحمل خطر تحت تأثیر نابرابری جنسیتی، کم‌تر در زنان قوام پیدا می‌کند. همین امر از احتمال کارآفرین شدن زنان می‌کاهد (نوروزی، ۱۳۸۰).

نتیجه این فرضیه با پژوهش‌های نمکی و دیگران (۱۹۸۸) که نشان دادند با وجود باور قبلی که بیانگر اختلاف روش رهبری مردان و زنان بود، یعنی مردان بیش‌تر رهبر وظیفه‌گرا و زنان بیش‌تر رهبر فردگرا شناخته می‌شدند، امروزه نتیجه‌ی پژوهش‌ها که زیاد با هم سازگار نیستند، نشان می‌دهند که رهبری مردان و زنان کمی با هم تفاوت دارند، ولی نه در همه‌ی موارد بلکه فقط در



سبک رهبری، هم‌خوانی دارد. هم‌چنین، با پژوهش‌های فرانکی، ۱۹۸۰ به نقل از محمدی، ۱۳۸۷ که بررسی‌هایی را در مورد ۱۹۳ کتابدار دانشگاهی انجام داد و به این نتیجه رسید که آن‌ها تمایل کم‌تری برای رهبری، جسارت در انجام امور، کنش اجتماعی، تغییرات و اعتماد به نفس دارند و نسبت به پرخاشگری تمایلی ندارند، هم‌خوانی دارد. شهرآرای (۱۳۷۵)، مطالعات حاکی از آن است که مردان در تسلط یابی و رقابت جویی به مراتب برتر از زنان می‌باشند در حالی که زنان در گرایش به کار بر مردان به صورت معنی دار برتری داشتند. بنابراین، اگر زنان قدرت رهبری، نفوذگذاشتن بر دیگران، پافشاری و پشتکار در تعقیب افراد را در خود نشان دهند، کارآفرینی آنان تقویت می‌شود.

نتایج بدست‌آمده از پژوهش نشان داد که ارتباط معنادار مثبت بین مردم‌گرایی زنان با کارآفرینی وجود دارد، یعنی هر چه زنان به مردم‌گرایی تمایل داشته باشند، کارآفرینی در آن‌ها افزایش خواهد یافت. نتیجه‌ی این پژوهش با پژوهش‌های نمکی و دیگران (۱۹۸۸) که نشان دادند خانم‌ها بر عکس آقایان به مردم به چشم وسیله‌ای برای رسیدن به هدف نگاه نمی‌کنند و نیز برعکس مردان نمی‌توانند نقش خودشان را به عنوان یک شخصیت و یک کارمند به روشنی تقسیم و مجزا کنند؛ بنابراین، نسبت به بازخورهای منفی آن گونه که آقایان به راحتی واکنش نشان می‌دهند خانم‌ها از خود عکس‌العمل بروز نمی‌دهند، نزدیک است. نتایج این پژوهش با پژوهشی که بین ویژگی‌های شخصیتی زنان شاغل و خانه‌دار و ارتباط آن با رضامندی زناشویی که حافظ شهرباف و حسینیان (۱۳۸۵) مورد بررسی قرار دادند، بر اساس تعدادی از ویژگی‌های شخصیتی زنان شاغل مانند استقلال، سلطه‌گری، خویشتن‌داری، حضور اجتماعی و مردم‌پذیری با رضایت-مندی زناشویی دارای همبستگی نسبتاً بالایی بودند هم‌خوانی دارد. بنابراین، اگر زنان ویژگی مردم‌گرایی و اجتماعی بودن را در خود تقویت نمایند، بر تمایل آنان به کارآفرینی تأثیرمی‌گذارد.

این پژوهش نشان می‌دهد که بین آینده‌نگری با کارآفرینی رابطه وجود ندارد، ولی به گونه‌ی نسبی رابطه‌ی مثبت و ضعیفی وجود دارد و هم‌چنین با پژوهش‌های نمکی و دیگران (۱۹۸۸) مبنی بر این که مردان بیش از زنان آینده‌گرا هستند و کارآفرینی را تحت تأثیر قرار می‌دهد، مشابه است. پس بنابراین، اگر زنان ویژگی آینده‌نگری را در خود تقویت و اساس کارشان قرار دهند، بسیاری از مشکلات از جمله کارآفرینی را حل خواهند کرد.

از این پژوهش چنین استنباط می‌شود که رابطه‌ی معنادار مثبت بین ریسک‌پذیری زنان و تمایل به کارآفرینی وجود دارد، یعنی با افزایش میزان ریسک‌پذیری در زنان، تمایل به کارآفرینی نیز افزایش خواهد یافت. از آنجایی که ریسک، مبنای بحث کارآفرینی بشمار می‌آید و هم‌چنین، کارآفرین بودن نیاز به ریسک‌پذیری بالایی دارد، بویژه در شرایط محیطی امروز که بسیار رقابتی،

پسچیده، پویا و نامطمئن است. همان‌گونه که در بخش ویژگی‌های کارآفرینان و تعریف‌های کارآفرینی مشاهده می‌شود، ریسک‌پذیری یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های کارآفرینان و جزء لاینفک تعریف و پروسه‌ی کارآفرینی است و پژوهش‌های مستند، بیانگر آنند که کارکنان باید تمایل به پذیرش ریسک، شکست و اشتباه را داشته باشند (صمدآقایی، ۱۳۷۸). نتایج این پژوهش با پژوهشی که گلرد ۱۳۸۴ در مورد ویژگی‌های زنان کارآفرین انجام داد و نتیجه گرفت که ویژگی ریسک‌پذیری در زنان ۲۰ درصد است و این ویژگی‌ها در زنان سایر کشورها پایین است، مطابقت دارد. گلرد بر این باور است که این نتایج، پژوهش‌های ارتوبی (۱۹۹۹) و آدرین و دیگران (۱۹۹۹) را تأیید می‌کند. همچنین، نتیجه‌ی این فرضیه با پژوهش‌های مسعودنیا (۱۳۸۱) و فیضی نیگجه (۱۳۸۷) تقریباً نزدیک است.

هم‌چنین، این پژوهش نشان می‌دهد که بین ترس از موفقیت زنان و تمایل به کارآفرینی رابطه وجود ندارد. ترس از موفقیت به منزله‌ی مانعی بر سر راه رشد و ترقی فردی، باعث می‌شود که کارکنان برای نشان دادن شایستگی‌های خود انگیزه‌ی کم‌تری داشته باشند. افرادی که ترس از موفقیت از جمله ویژگی‌های شخصیتی آنان بشمار می‌رود، در مواجهه با موفقیت‌های موفقیت‌آمیز شغلی، مکانیزم مقاومت در مقابل موفقیت را از خود بروز می‌دهند. کم‌رنگ شدن شایستگی‌ها فرد را به حد بی‌کفایتی که آخرین سکوی ارتقای شغلی است، نزدیک می‌کند (متقی، ۱۳۸۲).

متقی و دیگران (۱۳۸۳) در مقاله‌ی خود با عنوان بررسی رابطه‌ی ترس از موفقیت با رسیدن به حد بی‌کفایتی در کارکنان سازمان‌های دولتی نشان دادند که با افزایش میزان ترس از موفقیت، کارکنان به حد بی‌کفایتی خود نزدیک‌تر می‌شوند. ترس از موفقیت به عنوان یک متغیر می‌تواند بر فعالیت‌های سازمانی کارکنان زن اثر بگذارد، شناخت وضعیت این متغیر و عوامل مرتبط با آن می‌تواند، هم به مدیران و هم کارکنان در موضع‌گیری‌های مناسب و برنامه‌ریزی برای روبرویی با این پدیده کمک کند. با استناد به مقاله‌ی عبدی و دیگران (۱۳۷۹) با عنوان بررسی رابطه‌ی بین جنس و نقش‌های جنسیتی با ترس از موفقیت در دانشجویان، از آنجایی که نتیجه‌ی پژوهش هورنر نشان‌دهنده‌ی ترس از موفقیت بالای زنان بود، برخی از پژوهشگران به بررسی تفاوت‌های جنسی در ترس از موفقیت پرداختند و نتایج متناقضی بدست آمد. در حالی که برخی از پژوهش‌ها (هورینو، ۱۹۹۱؛ زاگرمین و آلیسون، ۱۹۷۶؛ بوگل و مورتی، ۱۹۹۰؛ فراید بوچالتر، ۱۹۹۷؛ خولار، ۲۰۰۰) همسو با نظر هورنر، ترس از موفقیت بالاتری را در زنان در مقایسه با مردان گزارش نمودند. برخی از پژوهش‌ها (لوین و کرومراین، ۱۹۷۳؛ مورگان و ماسنر، ۱۹۷۳؛ روبمن، ۱۹۷۶) ترس از موفقیت را در مردان گزارش نمودند. از سوی دیگر، پژوهشگرانی دیگر (هافمن، ۱۹۷۴؛ یامائوچی، ۱۹۸۶؛ لو، آلن، پاپوچیس و ریتزler، ۱۹۹۸؛ کریشنان، ۱۹۹۸) هیچ تفاوتی را در ترس از موفقیت

بین زنان و مردان گزارش نکردند (به نقل از عبدی و دیگران، ۱۳۸۴). همچنین، پالودی در ۶۴ پژوهشی که بررسی نمود، ترس از موفقیت را در مردان با میانگین ۴۵٪ و در زنان با میانگین ۴۹٪ گزارش نمود، مشابه است.

### **Reference**

- 1- Abdi, B. (2000). A Study of Relationship between Sexual Roles, Job Identity and Fear from Success in Male and Female Students of Fourth Year in Engineering Major of Iran's State Universities. Master of Science Dissertation. TarbiatModarres University. [Persian]
- 2- Abdi, B. *et al.* (2005). A Study of Relationship between Gender and Sexual Roles and Fear from Success in Students. Journal of Psychology, No 34, pp 199-204. [Persian]
- 3- Ahmad-Pourdariyani, M. (1999). Entrepreneurship: Definitions, Theories and Patterns. Pardis Company No. 57. Tehran. [Persian]
- 4- Atkinson, J. ed. (1958). Motives in Fantasy, Action and society. Princeton, N, J: Van Nostrand.
- 5- Chalbi, M. (1996). Order Sociology: Explanation and Analysis of Social Order. Tehran. Ney Publications. [Persian]
- 6- Digman, J., M. (2002). Personality stature, emergence of the five factor model. Annu. Rev. psychol
- 7- Donald, L. Sexton, R. Smilor, W. 1985. The art and science of entrepreneurship.
- 8- Eftekhar, R. (2005). Stimulants of Entrepreneurship in Economical Activities and Women Occupation. Political and Social Journal, year 10th, No. One, pp 20-21. [Persian]
- 9- Feizi-Nigje, S. (1999). Investigation of Economic-Social Factors Affecting Parents' Risking in Giving Birth Again after the Birth of First Disable Child. Master of Science Dissertation. Shiraz University. [Persian]
- 10- Galord, P. (2005). Influential Factors on Developing Women's Entrepreneurship. Journal of Women Researches. Vol 2, No 1, pp 101-123. [Persian]
- 11- Hafez-Sherbaf, R. and Hoseiniyan, S. (2006). A Comparison between Personal Characteristics of Married Occupied and Housekeeper Women in Mashhad City and Their Relationship with Marriage Satisfaction. Consultation Researches, No 5-6, pp 73-89. [Persian]
- 12- Javaheri, F. and Ghazati, S. (2004). Barriers of Women Entrepreneurship: The Study of Influence of Sexual Injustice on Women Entrepreneurship in Iran. Journal of Iran Sociology. Vol 5. No 2. pp 161-178. [Persian]

- 13- John, W. Atkinson. (1966). Norman to feather, A theory of achievement motivation, John Wiley & sons, Inc.
- 14- Kaji, M. (1990). Comparison between Fear of Success among Students. . Master of Science Dissertation. Shiraz University. Department of Psychology. [Persian]
- 15- Karimi, Y. (1998). Social Psychology; Theories, Concepts and Applications. Arasbaran Publications. Tehran. [Persians]
- 16- Khosravi, M. (2002). Analogy between Personality and IT Job. Journal of IT, No 3-4, pp 1-5. [Persian]
- 17- Lober, D. (1998). Pollution Pervention as corporate entrepreneurship, Journal of organizational change management , Vol.11 , No.1.
- 18- Mahdavi, M. and Azari, Z. (2006). Study of Entrepreneurship Rate of Managers in Management and Planning Organization and Related Suborganizations. Journal of Management and Development. No 65-66, pp 13-27. [Persian]
- 19- Mahiniyan, M. (2004). Study of Executive Barriers in Organizational Entrepreneurship in Rafsanjan's Industrial Complex and Offering a Suitable Model. Master of Science Dissertation. Islamic Azad University. Rafsanjan Unit. [Persian]
- 20- Masoudniya, E. (2002). Survey of Personal Approach; a Property for Measurement of Entrepreneurship. Journal of Management and Development. No 15, pp 86-91. [Persian]
- 21- McClelland, C. David. (1961). The achieving society, D. Van nostrane 32-Messina, M. 2005. Tools for personal growth. Handling fear of success. <http://www.diratrible.com>.
- 22- Mohammadi, H.R. (2008). Investigation of Relationship between Personal Characteristics of Women and Their Tendency for Entrepreneurship in State Organizations and Offices of Shiraz City. Master of Science Dissertation. Islamic Azad University. Rafsanjan Unit. [Persian]
- 23- Mottaghi, M.H. (2003). Fear of Success in Reaching Inadequacy among Staff. Message of Management. No 7-8, pp 75-92. [Persian]
- 24- Mottaghi, M.H., *et al.* (2004). Reasons for Fear of Success in Occupied Women. Journal of Women Studies. Year 2, No 5. [Persian]
- 25- Namaki, M. Erritsen, G. & Beyer, C. 1988: Encouraging entrepreneurs in developing countries, Long rang planning vol 21, n4.
- 26- Norouzi, K. Women Rights; Offering Another Question. Journal of Women. No 67. [Persian]
- 27- Osborne, L. Richard. (1995). the essence of entrepreneurial success management decision, vol 33 n7, pp 4-9.

- 28- Paludi, M. A. (1984). Psychometric properties and underlying Assumptions of four objective measures of fear of success, sex roles.10.PP.765-81.
- 29- Pardakhtchi, M.H., Shafi-Zade, H. (2006). An Introduction to Organizational Entrepreneurship.Arasbaran Publications. Tehran. [Persian]
- 30- Robinson, S. (1986). How parents can kill or create the entrepreneurial spirit, vol 59 n4, pp 20-23.
- 31- Saber, F. (2002). Methods of Developing Entrepreneurship for Women in Iran: Methods about Enabling Women for Economic, Social and Political Justice in Iran. Women Studies and Intellectuals Publications.Tehran. [Persian]
- 32- Samad-Aghayi, J. (1999). Entrepreneurial Organizations.Center of Education of State Management. [Persian]
- 33- Shabani, H. (2000). Relationship between the Economical-Social Base of Spouses and Their Satisfaction from Marriage.Master of Science Dissertation.
- 34- Shah-Hoseini, A. (2004). Entrepreneurship.Ayij Publications. Tehran. [Persian]
- 35- Shahr-Aray, M. (1996). Stimulant for Women Progress and the Study of Researches in Recent Fifty Years.Journal of Social and Human Science.Shiraz University.Vol 11, No 1-2, pp 123-136. [Persian]
- 36- Steward, A. J. and Chester, N. L. (1982). Sex Differencess in Human socialmotives : Achievement , Affiliation and Power. In A.J. Stewart, ed. Motivation and society, san Francisco: Jossey – Bass, pp. 172-218.
- 37- Weiner, B. & R. (1990). History of Motivational Research in Education, Journal of Educational psychology 8z, no. 4, pp.616-22.

