

## بررسی تأثیر جنسیت بر ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه‌ی دانش‌جویان: بررسی دانشگاه سمنان

دکتر داوود فیض\*

استادیار دانشکده‌ی مدیریت، دانشگاه سمنان

### چکیده

یکی از مهم‌ترین مسائل کارآفرینی، رابطه‌ی میان جنسیت و کارآفرینی است. با این وجود که زنان، نیمی از جمعیت فعال کشور را تشکیل می‌دهند و می‌توانند سهمی مهم از کارآفرینان را به خود اختصاص دهند، نتایج پژوهش‌ها خلاف این را نشان می‌دهد. پژوهش پیش رو، تلاشی است برای پاسخ دادن به این پرسش که آیا متغیر جنسیت بر ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه و به دنبال آن، کارآفرین شدن افراد تأثیر دارد، یا عواملی دیگر مانند عوامل محیطی باعث فزونی گرفتن شمار کارآفرینان مرد نسبت به کارآفرینان زن شده‌است؟

در این پژوهش، با استفاده از پرسش‌نامه‌ی استانداردشده در کشور و به منظور گردآوری داده‌های مربوط به ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه، داده‌های مربوط به ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه‌ی ۴۰۰ نفر از دانش‌جویان دختر و پسر دانشگاه سمنان مورد بررسی و ارزیابی قرار گرفته‌است. این ویژگی‌ها، ریسک‌پذیری متعادل، کانون کنترل درونی، توفیق‌طلبی، سلاست فکری، عمل‌گرایی، تحمل ابهام، رویاپردازی، و چالش‌طلبی را در بر می‌گیرد.

تجزیه و تحلیل داده‌ها، با استفاده از آمار توصیفی، نشان داد، در مجموع، میان بیش‌تر ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه‌ی دانش‌جویان دختر و پسر دانشگاه سمنان تفاوتی وجود ندارد، ولی داده‌های اختصاصی مربوط به هر ویژگی، نشان‌گر تفاوتی اندک در دو ویژگی توفیق‌طلبی و تحمل ابهام، میان دانش‌جویان دختر و پسر این دانشگاه بود؛ هم‌چنین، آزمون آماری تی من-وینتی نشان داد میان ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه‌ی دانش‌جویان دختر و پسر دانشگاه سمنان تفاوتی معنادار دیده‌نی‌شود و تنها در دو ویژگی عمل‌گرایی و رویاپردازی، تفاوت میان دختران و پسران معنادار شده‌است.

### واژگان کلیدی

کارآفرینی؛ جنسیت؛ ویژگی‌های شخصیتی؛ کارآفرینی زنان؛

جمله‌ی معروف *سول‌هامر*<sup>۱</sup> (۱۹۸۲) درباره‌ی این که کارآفرینی، موتور حرکت‌دهنده‌ی توسعه‌ی اقتصادی جوامع است، نشان می‌دهد کشورها برای دستیابی سریع‌تر به توسعه‌ی اقتصادی، باید شمار کارآفرینان را در جامعه افزایش دهند. سال‌های بسیار، اندیش‌مندان، با این پیش‌فرض که کارآفرینان کنونی دارای ویژگی‌هایی خاص اند و با کشف این ویژگی‌ها می‌توان آن‌ها را در افراد غیرکارآفرین نیز ایجاد و تقویت کرد، در پی یافتن راهی برای زیاد کردن کارآفرینان جامعه بودند و نتایج پژوهش‌های آن‌ها، منجر به کشف ویژگی‌های شخصیتی مشترک کارآفرینان در نقاط مختلف دنیا و در نهایت، شکل‌گیری ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان شد. در مطالعه‌های انجام‌شده، ریسک‌پذیری، استقلال‌طلبی، کانون کنترل درونی، و توفیق‌طلبی، از جمله‌ی این ویژگی‌ها شناخته‌شد، که پس از طراحی دوره‌های آموزشی و مشاوره‌یی خاص، تلاش‌های بسیاری صورت گرفت تا این ویژگی‌ها، با هدف افزایش شمار کارآفرینان، در افراد غیرکارآفرین نیز ایجاد و تقویت شود. به دلیل این که برگزاری چنین دوره‌هایی نیازمند داشتن درکی درست از ویژگی‌های شخصیتی شرکت‌کنندگان در دوره بود، برای سنجش ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه‌ی افراد، از پرسش‌نامه‌ی استاندارد ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه، که به وسیله‌ی تنی چند از استادان، طراحی و به جامعه‌ی علمی ارائه شده‌است، استفاده شد.

در این پژوهش، پژوهش‌گر تلاش می‌کند با استفاده از پرسش‌نامه‌ی یادشده و تجزیه و تحلیل تفاوت ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه در دانش‌جویان دختر و پسر دانشگاه سمنان، به این سؤال پاسخ دهد که آیا کم‌تر بودن شمار کارآفرینان زن، نسبت به مردان، ناشی از ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه است، یا علت را باید در عواملی دیگر جست‌وجو کرد.

### مفهوم کارآفرینی

معنای واژه‌ی کارآفرینی<sup>۲</sup>، که به‌تازگی وارد زبان فارسی شده‌است، با به اشتباه انداختن افراد ناآشنا به مفهوم اصلی آن، بیش‌تر، مفهوم اشتغال‌زایی و پیوند مستقیم و ذاتی با کار (آن هم از نوع فیزیکی) را به یاد می‌آورد. عده‌یی، کارآفرین را کسی می‌دانند که تنها بتواند کارگاه، کارخانه، و یا شرکتی را پایه‌گذاری، راه‌اندازی، و مدیریت کند و عهده‌دار ریسک آن شود؛ عده‌یی دیگر، فقط صاحبان کسب‌وکارهای کوچک و نوآور را کارآفرین می‌دانند؛ عده‌یی

<sup>۱</sup> Scholhammer, Hans  
<sup>۲</sup> Entrepreneurship



شالوده‌ی کار را در عصر صنعت، «استخدام»، و در عصر فراصنعتی، «کارآفرینی»، معرفی می‌کنند؛ و عده‌ی نیز کارآفرینی را هم‌معنا با شغل آزاد، و کارآفرین را به عنوان کارفرما و سرمایه‌دار می‌شناسند؛ در حالی که کارآفرینی به معنای حقیقی و علمی خود، تعاریفی مختلف و گوناگون دارد و از نظر صاحب‌نظران و دانش‌مندان، تفاوتی آشکار بین کارآفرین، سرمایه‌گذار، مدیر، مخترع، عالم، و هنرمند وجود دارد. کارآفرین کسی است که توان بهره‌برداری مناسب از علم، تخصص، و هنر دیگران را دارد و شناسایی، به دست آوردن، و تبدیل راه حل‌ها به فرآورده‌های موفق بازرگانی، از توانایی‌های مهم وی است؛ پس می‌توان گفت ارائه‌ی تعریفی روشن و مشخص از هر پدیده، نخستین گام برای شناخت و درک آن است. کارآفرینی یکی از مفاهیم مطرح حوزه‌ی علوم انسانی است، که چون مانند علوم تجربی، قطعی و واحد نیست، ارائه‌ی یک تعریف مشخص برای واژه‌های آن، که مورد تأیید همگان باشد، کاری بسیار دشوار و حتا غیرممکن است؛ بنا بر این، بی‌راه نیست اگر بگوییم که برای کارآفرینی، به تعداد صاحب‌نظران این حوزه، تعریف وجود دارد (احمدپور داریانی ۱۳۷۸).

وجود تفاوت در تعریف کارآفرینی، از یک سو نشان‌دهنده‌ی گستردگی و اهمیت آن است، که می‌تواند از دیدگاه‌های مختلف مورد بررسی قرار گیرد، و از سوی دیگر، بیان‌گر پویایی موضوع است، که می‌تواند زمینه‌ی ارائه‌ی مدل‌ها و نظریه‌های متفاوت را فراهم آورد (زهرآ ۱۹۹۶). از نظر اقتصاددانان، کارآفرین کسی است که ارزش افزوده ایجاد کند؛ یعنی با زمان و انرژی لازم، سرمایه‌ها را به گونه‌یی به کار گیرد که ارزش آن‌ها و یا فرآورده‌های به‌دست‌آمده، نسبت به وضعیت اولیه‌اش، افزایش یابد. هیس‌ریچ<sup>۲</sup> (۱۹۸۵)، برگرفته از سعیدی‌کیا (۱۳۸۲)، فرآیند کارآفرینی را پدید آوردن چیزی نو می‌داند که همراه با صرف وقت، تلاش بسیار، و پذیرش خطرهای مالی، روحی، و اجتماعی برای به دست آوردن منابع مالی، خشنودی شخصی، و استقلال صورت گیرد. این فرآیند، نتیجه‌ی فعالیت‌هایی منظم است که خلاقیت و نوآوری را به نیازمندی‌ها و فرصت‌های بازار پیوند می‌دهد؛ به عبارت دیگر، کارآفرینی، تنها به وجود آوردن فرآورده یا خدمتی تازه نیست، بلکه خلق فرآورده‌ی تازه است که متناسب با نیازهای بازار و تقاضای موجود باشد و بتوان آن را به جامعه ارائه کرد (سعیدی‌کیا ۱۳۸۲). فرد کارآفرین کسی است که توانایی تشخیص و ارزیابی فرصت‌های کسب‌وکار را دارد و می‌تواند با گردآوری منابع موردنیاز و بهره‌برداری از آن‌ها، عملیاتی مناسب را برای رسیدن به موفقیت پی‌ریزی کند (مردیت، نلسون، و نک<sup>۳</sup> ۱۳۷۱). مک‌کله‌لند<sup>۴</sup>

<sup>1</sup> Zahra, Shaker A.

<sup>2</sup> Hisrich, Robert D.

<sup>3</sup> Meredith, Geoffrey G., Robert E. Nelson, and Philip A. Neck

<sup>4</sup> McClelland, David

(۱۹۷۱، برگرفته از صمدآقایی ۱۳۸۰)، با تعریفی گسترده‌تر از کارآفرینی، آن را فراتر از شغل، و به صورت یک شیوه‌ی زندگی بیان می‌کند؛ به گونه‌یی که نوآوری، عشق به کار و تلاش پی‌درپی، پویایی، خطرپذیری، آینده‌نگری، ارزش‌آفرینی، آرمان‌گرایی، فرصت‌گرایی، نیاز به پیشرفت، و مثبت‌اندیشی، زیربنا و پایه‌ی آن را تشکیل می‌دهد. در این زندگی، به دست آوردن درآمد، انگیزه‌ی اصلی و اولیه‌ی فعالیت‌های اقتصادی نیست، بلکه معیاری برای سنجش میزان موفقیت فرد به شمار می‌آید. در زندگی کارآفرینانه، هدف اصلی کار و فعالیت، برآورده کردن حس کنج‌کاوی، دستیابی به آرمان‌ها، آزادسازی انرژی‌های ذهنی و تبدیل آن‌ها به ایده‌های عملی، و در آخر، خلق ارزش است. در این زندگی، همه چیز در سایه‌ی آرمان شخصی قرار می‌گیرد (صمدآقایی ۱۳۸۰).

در حال حاضر، صاحب‌نظران از کارآفرینی تعریف‌های زیر را ارائه می‌کنند:

– فرآیندی که بتواند پدیده یا ارزشی تازه را با استفاده از نوآوری، زمان، منابع، ریسک، و به‌کارگیری همراهان به وجود آورد (کاتر<sup>۱</sup> ۱۳۸۱).

– فراگرد شکار فرصت‌ها به وسیله‌ی افراد (به گونه‌ی انفرادی یا در سازمان‌ها)، بدون در نظر گرفتن منابع موجود (هارلی<sup>۲</sup> ۱۹۹۹، برگرفته از فیض ۱۳۸۷؛ نولتی<sup>۳</sup> ۱۹۹۵).

– از نظر وبر<sup>۴</sup>، کارآفرینی فرآیندی اجتماعی است که کارآفرین در آن، با اشتیاق و پشت‌کار، خویشتن خویش را پیدا می‌کند و از بند عادات و سنت‌ها رها می‌شود (عابدی اردکانی ۱۳۸۳).

– فرهنگ واژگان آکس‌فورد<sup>۵</sup>، کارآفرین را فردی می‌داند که با استفاده از ابتکار و ریسک‌پذیری، تلاش می‌کند تا سود به دست آورد (برنز<sup>۶</sup> ۲۰۰۱).

– کارآفرینی به معنای به‌کارگیری مفاهیم و فنون مدیریتی، ابزارها و فرآیندهای طراحی، استانداردسازی محصول، و پایه‌ریزی کار بر اساس آموزش و سپس تحلیل آن است (دراکر<sup>۷</sup> ۱۹۸۵، برگرفته از سلجوقی و آق‌اولی ۱۳۸۶).

– روشی برای انجام دادن کسب‌وکار به شیوه‌ی نوآورانه، با تمرکز بر مشتری و پذیرفتن خطرهای حساب‌شده (کارت‌رایت<sup>۸</sup> ۱۳۸۳).

<sup>1</sup> Kotter, John P.

<sup>2</sup> Hurley, Amy E.

<sup>3</sup> Nulty, Peter

<sup>4</sup> Weber, Max (1864–1920)

<sup>5</sup> The Oxford English Dictionary

<sup>6</sup> Burns, Paul

<sup>7</sup> Drucker, Peter

<sup>8</sup> Cartwright, Roger



- کارآفرینی فرآیندی است که طی آن، فرآورده یا خدمتی جدید، همراه با نوآوری و خلاقیت به بازار ارائه شده و این کسب‌وکار، به گونه‌ی پی‌درپی، در حال رشد و پیشرفت است (احمدپور داریانی ۱۳۸۳).

- کارآفرینی یک فعالیت آزاد تجاری است که در محیط بدون کاغذبازی و مقررات دست‌وپاگیر، می‌تواند به بهترین شکل پدیدار شود؛ بنا بر این، یک مدل تجویز شده، ممکن است با فعالیت‌های کارآفرینی در تضاد باشد (براون<sup>۱</sup> ۲۰۰۳، برگرفته از میراسماعیلی و رشمه ۱۳۸۷). به نظر می‌رسد تعریف هیس‌ریچ (۱۹۸۵، برگرفته از سعیدی‌کیا ۱۳۸۲)، تعریفی است که بیش‌تر نکته‌های گفته‌شده در تعاریف دیگر را در بردارد و بیش‌تر در کشور مورد استفاده و توجه قرار گرفته‌است. از نگاه هیس‌ریچ، کارآفرینی عبارت است از فرآیند نوآوری و بهره‌گیری از فرصت‌ها، با تلاش و پشت‌کار بسیار و همراه با پذیرش ریسک‌های مالی، روانی، و اجتماعی، که با انگیزه‌ی توفیق‌طلبی، خشنودی شخصی، استقلال، و به دست آوردن سود مالی صورت می‌پذیرد.

### آموزش کارآفرینی

پژوهش‌ها نشان می‌دهد که کارآفرینی، امری آموزش‌پذیر، تقویت‌پذیر، و پرورش‌پذیر است و اولین کشورهایی که در زمینه‌ی آموزش کارآفرینی فعالیت‌هایی را انجام دادند، کشورهای آلمان، انگلیس، امریکا، و ژاپن بودند (فیض ۱۳۸۶). دوره‌های آموزش کارآفرینی در کشورهای توسعه‌یافته، نه‌تنها جای خود را در بستر دروس دانشگاهی و در رشته‌های مختلف باز کرده، بلکه در دوره‌های مختلف تحصیلی، از ابتدایی تا دبیرستان، نیز مورد توجه قرار گرفته‌اند. گرچه امروز گوناگونی این دوره‌ها، شرکت‌های موجود را نیز زیر پوشش قرار می‌دهد و دوره‌های بسیاری برای رشد، ماندگاری، و کارآفرین کردن سازمان‌های بزرگ طراحی شده‌است، هدف اولیه‌ی توسعه‌ی کارآفرینی، همان تربیت کردن افراد متکی به خود و آگاه به فرصت‌ها و به طور کلی افرادی است که گرایش بیش‌تری به راه‌اندازی کسب‌وکارهای مستقل دارند (کاتن<sup>۲</sup> ۱۹۹۱). تجربه‌ی موفقیت‌آمیز بیش‌تر کشورهای پیش‌رفته و نیز برخی از کشورهای درحال توسعه برای گذشتن از نابه‌سامانی‌های اقتصادی به وسیله‌ی توسعه‌ی کارآفرینی در آن کشورها، موجب شده‌است که دیگر کشورها نیز برای کارآفرینی، کارآفرینان، آموزش کارآفرینی، و شکل‌گیری کسب‌وکارهای نوآورانه، اهمیتی ویژه قائل شوند. با توجه به

<sup>1</sup> Brown, P. J.

<sup>2</sup> Cotton, Judi

دلایلی که در زمینه‌ی اهمیت کارآفرینی وجود دارد، لازم است برنامه‌ریزان و کارگزاران دولتی، با پشتیبانی همه‌جانبه از فرآیند کارآفرینی و برنامه‌ریزی فراگیر، زمینه‌ی رشد و گسترش فرهنگ کارآفرینی را فراهم کنند. امروز شواهد موجود نشان می‌دهد که کارآفرینی می‌تواند در نتیجه‌ی برنامه‌های آموزشی، پرورش یابد (سالازار، تیونگ-آکینو، و دیاز<sup>۱</sup>، ۱۳۸۳). نظریه‌پردازان علم مدیریت، که بعد فنی کارآفرینی را بررسی می‌کنند، بر این باور اند که کارآفرینان می‌توانند در کلاس درس آموزش ببینند و بالنده شوند (عابدی ۱۳۸۱)؛ بنا بر این، امروز کارآفرینی به یکی از مهم‌ترین و گسترده‌ترین فعالیت‌های دانشگاه‌ها تبدیل شده‌است (احمدپور داریانی ۱۳۷۸). بدون شک، دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی، یکی از مهم‌ترین منابع توسعه‌ی کارآفرینی در کشور به شمار می‌آیند و نقش کلیدی آن‌ها در توسعه‌ی کارآفرینی موجب شده‌است تا کشورهای مختلف، به وسیله‌ی نظام آموزش عالی خود، به امر توسعه‌ی کارآفرینی بپردازند و در این راه، برنامه‌های بلندمدت، میان‌مدت، و کوتاه‌مدت را آماده و اجرا کنند (فیض و صفایی ۱۳۸۶).

### ضرورت توسعه‌ی کارآفرینی زنان

امروز میزان حضور زنان در بازار کار و مشارکت آنان در فعالیت‌های اقتصادی-اجتماعی، به یکی از شناسه‌های مهم توسعه‌ی انسانی تبدیل شده‌است؛ زیرا فعالیت اقتصادی زنان، پیوندی مستقیم با فقر و رفاه اجتماعی دارد. با افزایش فرصت‌های شغلی برای زنان، سطح فرهنگ و آموزش جامعه بالا می‌رود، زنان درآمد مستقل به دست می‌آورند، و وضعیت تغذیه و بهداشت خانواده بهبود می‌یابد. موفقیت زنان کارآفرین در جوامع، نه تنها سبب پیدایش سود اقتصادی می‌شود، بلکه منافع اجتماعی و فرهنگی را هم پدید می‌آورد (اخوان صراف و آراسته ۱۳۸۶)؛ بنا بر این، در برنامه‌های توسعه تلاش می‌شود تا افزون بر این که مشارکت زنان در بازار کار افزایش یابد، شرایط لازم برای توسعه و کارآفرینی زنان نیز فراهم شود تا زنان با پدید آوردن کسب‌وکار و فرصت‌های شغلی برای خود و دیگران، بتوانند مشکل کنونی جامعه را پایان بخشند (کولینگ و تیلور<sup>۲</sup> ۲۰۰۱). به دلیل آن که زنان، بخشی قابل توجه از نیروی کار جامعه را فراهم می‌کنند، کارکرد کارآفرینانه‌ی آنان برای رشد تولید یا فروش، افزایش سرمایه، رفاه کارمندان، قدرت رقابت، و صادرات، به توسعه‌ی اقتصادی جامعه کمک

<sup>1</sup> Salazar, Melito S., Jr., Sonia Tiong-Aquino, and Paz H. Diaz

<sup>2</sup> Cowling, Marc, and Mark Taylor



می‌کند؛ پس جامعه‌یی که خواهان توسعه‌ی همه‌جانبه است، باید امکان رشد و شکوفایی استعدادها را برای همه‌ی اعضای خود، از جمله زنان شاغل، فراهم سازد (رابینسون<sup>۱</sup>، ۲۰۰۱). به منظور استفاده‌ی بهینه از توانایی‌های زنان و دستیابی به توسعه‌ی اقتصادی، پژوهش‌گران به دنبال ارائه‌ی مدل‌هایی می‌گردند که نقش کارآفرینی زنان را در توسعه‌ی همه‌جانبه، به‌ویژه اقتصادی، تقویت کند. کشورهای پیش‌رفته‌ی صنعتی، با دریافت نقش زنان کارآفرین در توسعه‌ی اقتصادی، برای گسترش و رشد چنین فرهنگی در میان زنان تلاش می‌کنند و در این راستا، سیاست‌های حمایتی بی‌شماری را در تقویت ویژگی‌های کارآفرینانه و ماندگاری روحیه‌ی کارآفرینی در میان زنان در پیش گرفته‌اند (اخوان صراف و آراسته، ۱۳۸۶).

### روی‌کردهای مطالعه‌ی کارآفرینی

در تبیین مفهوم کارآفرینی، ویژگی‌ها، کارکردها، و فعالیت‌هایی گوناگون به فرد کارآفرین نسبت داده می‌شود؛ بنا بر این، ارائه‌ی چهارچوب و طبقه‌بندی تعاریف می‌تواند تا اندازه‌یی از ابهام‌های موجود بکاهد. کارآفرینی مفهومی است که از میان تئوری‌های اقتصادی بیرون آمده است و از قرن نوزدهم تا دهه‌ی ۱۹۶۰، تنها اندیش‌مندان اقتصادی به آن می‌پرداختند؛ هرچند که بعد از آن، با گرایش تحلیل‌های اقتصادی به استفاده از شیوه‌های آماری و ریاضی، این مفهوم عملاً از تئوری‌های اقتصادی کنار گذاشته شد. با خارج شدن کارآفرینی از نظریه‌های اقتصادی و پررنگ شدن نقش کارآفرینان در توسعه‌ی اقتصادی، روان‌شناسان با هدف ارائه‌ی نظریه‌هایی شکل‌گرفته بر پایه‌ی ویژگی‌های شخصیتی و هم‌چنین با تفاوت‌قائل‌شدن میان کارآفرینان با مدیران و غیرکارآفرینان، به بررسی ویژگی‌های روان‌شناختی کارآفرینی پرداختند. نظریه‌ی کارآفرینی، امروز به جای این که فقط پدیده‌ی کارآفرینی را مستندسازی کند، دارای توانایی‌های تشریح و توصیف رفتار کارآفرین‌ها، پیش‌بینی شرایطی که منجر به کارآفرینی می‌شود، و ارائه‌ی رهنمودهایی ارزشی برای اقدام درست در یک شرایط معین است (کردنائیچ و هم‌کاران، ۱۳۸۶).

در این جا از میان روی‌کردهای ویژگی‌های شخصیتی، یعنی روی‌کرد ویژگی‌های رفتاری و روی‌کرد عوامل محیطی، به روی‌کرد اول، که پیوندی مستقیم با موضوع پژوهش دارد، می‌پردازیم.

<sup>1</sup> Robinson, Sherry

### روی‌کرد ویژگی‌های شخصیتی

همان‌گونه که گفته شد، روی‌کرد ویژگی‌های شخصیتی، با در نظر گرفتن ویژگی‌های خاص، برای شناسایی افراد مستعد کارآفرین شدن و بیش‌تر کردن شمار کارآفرینان در جامعه، بسیار مورد استقبال قرار گرفت. در میان ویژگی‌های موردنظر، موارد زیر در بیش‌تر پژوهش‌ها مورد تأیید قرار گرفته است:

**۱- کانون کنترل درونی** - کنترل درونی بدین معنا است که فرد، رویدادی خاص را ناشی از رفتار یا ویژگی‌های نسبتاً پایدار خود می‌داند (اتکینسون، هیلگارد، و اتکینسون<sup>۱</sup> ۱۳۶۹)؛ به عبارت دیگر، کانون کنترل درونی به این معنا است که موفقیت و شکست‌های شخصی، دست‌آورد تلاش هدایت‌شده‌ی او است (لیبرت و اسپیگلر<sup>۲</sup> ۱۳۷۵).

**۲- نوآوری** - صاحب‌نظران روان‌شناسی و مدیریت، به شیوه‌های گوناگون، در مورد اندیشیدن خلاق سخن گفته‌اند. توجیه روان‌کاوان از اندیشیدن آفریننده، متکی بر جنبه‌های ناهشیار اندیشیدن است. فروید<sup>۳</sup> (۱۹۵۹)، برگرفته از کردناچ و هم‌کاران (۱۳۸۶)، اندیشیدن خلاق را نوعی رویای روز یا خیال‌بافی می‌داند که در آن، ذهن، فرآیندهای پس‌آیند را کنار می‌گذارد و به فرآیندهای ابتدایی (اصلی) روی می‌آورد؛ همان تفکر دوره‌ی کودکی، که در آن عروسک بی‌جان، دارای شخصیت و گرایش‌های یک آدم واقعی است و تکه‌یی چوب، به‌راحتی، یک اسب انگاشته می‌شود.

**۳- تحمل ابهام** - توانایی تحمل ابهام عبارت است از پذیرفتن نبود قطعیت، به عنوان بخشی از زندگی، توانایی ادامه‌ی زندگی با دانش ناقص درباره‌ی محیط، و گرایش به آغاز فعالیتی مستقل، بدون آن که فرد بداند آیا موفق خواهد شد یا خیر. به نظر می‌رسد که کارآفرینان، بسیار بیش از مدیران شرکت‌ها، توانایی تحمل ابهام را داشته باشند؛ آن‌ها بدون این که احساس تهدید یا ناراحتی کنند، می‌توانند به گونه‌ی اثربخش، با شرایط و داده‌های مبهم، ناقص، غیرقطعی، سازمان‌نیافته و غیرشفاف روبه‌رو شوند و در کنار از میان بردن ابهام‌ها، آن‌ها را به سود خود دگرگون کنند؛ پس در واقع، ابهام، سبب انگیزش آن‌ها می‌شود (احمدپور داریانی ۱۳۷۸).

**۴- ریسک‌پذیری** - خطرپذیری به حالتی گفته می‌شود که فرد برای انجام کار یا پذیرش مسئولیتی که احتمال شکست در آن وجود دارد، اعلام آمادگی کند. خطر کردن

<sup>1</sup> Atkinson, Rita L., Ernest R. Hilgard, and Richard C. Atkinson

<sup>2</sup> Liebert, Robert M., and Michael D. Spiegler

<sup>3</sup> Freud, Sigmund





ممکن است به آگاهی فرد از موضوع بستگی نداشته باشد و حتا فرد نسبت به نتایج و پی‌آمدهای احتمالی آن نیز ناآگاه باشد.

۵- **توفیق‌طلبی** - انگیزه‌ی موفقیت، به عنوان گرایش فرد برای دستیابی به هدف، بر پایه‌ی مجموعه‌ی از استانداردها شکل می‌گیرد. توفیق‌طلبی، بیان‌گر گرایش همه‌جانبه به ارزیابی کارکرد خود، با توجه به بالاترین ارزش‌ها، و نیز تلاش برای موفقیت در کارکرد و برخورداری از لذتی است که با موفقیت در کارکرد همراه است (ماسن و هم‌کاران<sup>۱</sup>، ۱۳۷۰).

### پیشینه‌ی پژوهش

به منظور ریشه‌یابی رشد پایین کارآفرینی زنان کشور، نسبت به مردان، پژوهش‌هایی مشابه در دانشگاه‌های گوناگون انجام شده است تا تفاوت ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه‌ی دانشجویان دختر و پسر، بررسی و تجزیه و تحلیل شود. نتایج این پژوهش‌ها نشان می‌دهد تفاوت رشد کارآفرینی زنان و مردان، ارتباطی با ویژگی‌های شخصیتی زنان ندارد و از نظر خصوصیات شخصیتی کارآفرینانه، زنان و مردان در یک سطح اند. نتایج پژوهش صالحی عمران و رستمی (۱۳۸۶)، که در دانشگاه مازندران انجام شده، نشان‌گر آن است که دانشجویان زن و دانشجویان مرد دانشگاه مازندران، از نظر برخورداری از روحیه‌ی کارآفرینی، تقریباً در یک سطح اند. نتایج پژوهش مصلح شیرازی (۱۳۸۴) نیز نشان می‌دهد میان دانشجویان دختر و پسر دانشگاه شیراز، از نظر ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه، تفاوتی معنادار دیده نمی‌شود.

### روش پژوهش

هدف اصلی این پژوهش، به دست آوردن برآوردی از تأثیر جنسیت بر ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه‌ی دانشجویان دانشگاه سمنان و درک کاربرد این برآورد در طراحی دوره‌های آموزشی کارآفرینی رسمی و غیررسمی مناسب برای آن‌ها است. این پژوهش، با توجه به هدف، که تلاش برای پاسخ دادن به یکی نیازهای دانشگاه در دنیای واقعی است، پژوهشی کاربردی به شمار می‌آید و با توجه به شیوه‌ی گردآوری داده‌ها، که پرسش‌نامه است و عملاً پژوهش‌گر را درگیر می‌کند، در شمار پژوهش‌های میدانی گنجانده می‌شود.

<sup>1</sup> Mussen, Paul Henry, Jerome Kagan, Aletha Carol Huston, and John Janeway Conger

### جامعه‌ی آماری و روش نمونه‌گیری

جامعه‌ی آماری این پژوهش را همه‌ی دانشجویان دختر و پسر مشغول به تحصیل در پایه‌ی کارشناسی، در ۶ دانشکده‌ی دانشگاه سمنان (علوم انسانی، علوم پایه، فنی و مهندسی، هنر، روان‌شناسی، و دامپزشکی) تشکیل می‌دهد. اگر هر یک از دانشکده‌های دانشگاه سمنان را به عنوان یک طبقه از کل جامعه‌ی دانشگاه سمنان در نظر بگیریم، با توجه به هم‌گونی درونی هر طبقه از جامعه‌ی آماری مورد مطالعه (هم‌گونی دانشجویان درون هر یک از دانشکده‌های مختلف دانشگاه سمنان) و هم‌چنین ناهم‌گونی میان طبقه‌های مختلف جامعه، روش نمونه‌گیری طبقه‌ی برای نمونه‌گیری از جامعه‌ی آماری مناسب‌تر است. طبقه‌بندی جامعه‌ی آماری برای نمونه‌گیری، در جدول ۱ آمده‌است.

جدول ۱- طبقه‌بندی جامعه‌ی آماری پژوهش

دانشکده	تعداد جمعیت	درصد جمعیت
فنی و مهندسی	۲۵۹۸	۳۸٫۸
علوم انسانی	۱۹۱۲	۲۸٫۵
علوم پایه	۱۳۴۷	۲۰٫۰
هنر	۲۸۹	۴٫۳
دامپزشکی	۲۸۶	۴٫۳
روان‌شناسی	۲۷۴	۴٫۱
جمع کل	۶۷۰۶	۱۰۰٫۰

### تعیین حجم نمونه‌ی آماری

برای تعیین حجم نمونه، از جدول کریسی و مورگان استفاده کرده‌ایم. کریسی و مورگان<sup>۱</sup> (۱۹۷۰، برگرفته از بیانی ۱۳۷۸) نسبت جامعه‌ی آماری به نمونه‌ی آماری را چنان که در جدول ۲ آمده‌است گمانه می‌زنند. در این جدول،  $p$  تعداد اعضای جامعه‌ی آماری و  $n$  تعداد نمونه از آن جامعه است.

جدول ۲- بخشی از جدول کریسی و مورگان

$n$	$p$	$n$	$p$	$n$	$p$	$n$	$p$	$n$	$p$
۳۵۷	۵۰۰۰	۲۹۱	۱۲۰۰	۱۹۶	۴۰۰	۱۲۳	۱۸۰	۴۸	۵۵
۳۶۱	۶۰۰۰	۲۹۷	۱۳۰۰	۲۰۱	۴۲۰	۱۲۷	۱۹۰	۵۲	۶۰
۳۶۴	۷۰۰۰	۳۰۲	۱۴۰۰	۲۰۵	۴۴۰	۱۳۲	۲۰۰	۵۶	۶۵
۳۶۷	۸۰۰۰	۳۰۶	۱۵۰۰	۲۱۰	۴۶۰	۱۳۶	۲۱۰	۵۹	۷۰
۳۶۸	۹۰۰۰	۳۱۰	۱۶۰۰	۲۱۴	۴۸۰	۱۲۰	۲۲۰	۶۳	۷۵
۳۷۰	۱۰۰۰۰	۳۱۲	۱۷۰۰	۲۱۷	۵۰۰	۱۴۲	۲۳۰	۶۶	۸۰

<sup>۱</sup> Krejcie, Robert V., and Daryle W. Morgan



اگر تعداد اعضای جامعه‌ی آماری این پژوهش (۶۷۰۶ نفر) را ۷۰۰۰ نفر فرض کنیم، بر پایه‌ی جدول مورگان، باید دست‌کم ۳۶۴ نمونه، مورد مطالعه قرار می‌گرفت. گروه پژوهش، پس از انتخاب بیش از ۵۰۰ نفر از میان شش دانشکده‌ی دانشگاه، به صورت تصادفی، به تفکیک و نسبت جمعیت هر دانشکده، و به تفکیک و نسبت جنسیت، از میان پرسش‌نامه‌های پخش‌شده، ۴۰۰ پرسش‌نامه‌ی قابل‌بررسی را به همان نسبت انتخاب کرد. حجم نمونه از طبقات مختلف جامعه‌ی آماری به شرح جدول ۳ است.

جدول ۳- حجم نمونه از طبقات مختلف جامعه‌ی آماری

دانشکده	تعداد جمعیت			درصد جمعیت			تعداد نمونه		
	مرد	زن	کل	مرد	زن	کل	مرد	زن	کل
	فنی و مهندسی	۱۷۶۲	۸۳۶	۲۵۹۸	۶۷٫۸	۳۲٫۲	۳۸٫۸	۱۰۵	۵۰
علوم انسانی	۵۴۷	۱۳۶۵	۱۹۱۲	۲۸٫۶	۷۱٫۴	۲۸٫۵	۳۳	۸۱	۱۱۴
علوم پایه	۴۶۵	۸۸۲	۱۳۴۷	۳۴٫۵	۶۵٫۵	۲۰٫۰	۲۸	۵۲	۸۰
هنر	۷۲	۲۱۷	۲۸۹	۲۵٫۰	۷۵٫۰	۴٫۳	۴	۱۴	۱۸
دامپزشکی	۲۱۳	۷۳	۲۸۶	۷۴٫۵	۲۵٫۵	۴٫۳	۱۳	۴	۱۷
روان‌شناسی	۶۳	۲۱۱	۲۷۴	۲۳٫۰	۷۷٫۰	۴٫۱	۴	۱۲	۱۶
جمع کل	۳۱۲۲	۳۵۸۴	۶۷۰۶	۴۶٫۶	۵۳٫۴	۱۰۰٫۰	۱۸۷	۲۱۳	۴۰۰

نمونه‌های آماری پژوهش، که تعداد آن‌ها به شرح جدول بالا است، به صورت تصادفی، از دانشکده‌های مربوط انتخاب شدند و پرسش‌نامه‌ی استاندارد پژوهش به آن‌ها داده شد. همان گونه که در جدول بالا مشخص است، در نمونه‌گیری این پژوهش، نسبت جمعیت دانشجویان هر دانشکده و همچنین نسبت جنسیت آن‌ها، در نسبت تعداد نمونه‌ها در نظر گرفته شده است تا در تجزیه و تحلیل داده‌های آماری، بهترین و نزدیک‌ترین نتیجه به واقعیت به دست آید.

### روش گردآوری داده‌ها

برای گردآوری داده‌های این پژوهش، از دو روش مطالعات کتابخانه‌یی و پرسش‌نامه‌ی استاندارد استفاده شده است. روش کتابخانه‌یی، برای تدوین مبانی نظری پژوهش، و روش پرسش‌نامه‌ی استاندارد شده، برای سنجش ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه‌ی افراد نمونه به کار گرفته شده است. این پرسش‌نامه، با نام «ابزار سنجش ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان ایرانی»، به وسیله‌ی کردنائیج و هم‌کاران (۱۳۸۶)، در مرکز کارآفرینی دانشگاه تربیت مدرس طراحی و منتشر شده و دارای ۹۵ سؤال چهارگزینه‌یی، با گزینه‌های «کاملاً موافق ام»،

«نسبتاً موافق ام»، «نسبتاً مخالف ام» و «کاملاً مخالف ام» است. روش تحلیل و امتیازبندی پرسش‌نامه‌ها، زیر نظر تیم طراح، به شرح زیر است:

- پاسخ هر سؤال، بر پایه‌ی جدولی مشخص، بین ۱ تا ۴ امتیاز خواهد داشت.
- نمره‌ی ریسک‌پذیری متعادل هر فرد، برابر با جمع امتیازهای مربوط به سؤال‌های ۱ تا ۱۸؛ نمره‌ی کانون کنترل هر فرد، برابر با جمع امتیازهای مربوط به سؤال‌های ۱۹ تا ۳۵؛ نمره‌ی نیاز به موفقیت هر فرد، برابر با جمع امتیازهای مربوط به سؤال‌های ۳۶ تا ۵۰؛ نمره‌ی سلاست فکری هر فرد، برابر با جمع امتیازهای مربوط به سؤال‌های ۵۱ تا ۶۳؛ نمره‌ی عمل‌گرایی هر فرد، برابر با جمع امتیازهای مربوط به سؤال‌های ۶۴ تا ۷۱؛ نمره‌ی تحمل ابهام هر فرد، برابر با جمع امتیازهای مربوط به سؤال‌های ۷۲ تا ۸۲؛ نمره‌ی رویاپردازی هر فرد، برابر با جمع امتیازهای مربوط به سؤال‌های ۸۳ تا ۸۹؛ نمره‌ی چالش‌طلبی هر فرد، برابر با جمع امتیازهای مربوط به سؤال‌های ۹۰ تا ۹۵؛ و نمره‌ی کارآفرینی هر فرد، برابر با جمع امتیازهای مربوط به همه‌ی سؤال‌ها است.

### شیوه‌ی تفسیر نتایج

با نگاه به جدول ۴، می‌توان جای‌گاه هر فرد را از نظر میزان کارآفرینی و ویژگی‌های زیرمجموعه‌ی آن به دست آورد. جدول ۴، وضعیت فرد را در خصوص هر یک از ویژگی‌ها، در قالب چهار مقوله‌ی بسیار ضعیف تا بسیار قوی نشان می‌دهد. بر پایه‌ی این جدول، همه‌ی ویژگی‌های هشت‌گانه و نیز مقیاس کلی کارآفرینی، در یک پیوستار، از بسیار ضعیف تا بسیار قوی، طبقه‌بندی شده‌اند.

جدول ۴- هنجارهای چهارمقوله‌یی ویژگی‌ها

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



نتایج به دست آمده از تجزیه و تحلیل پرسش‌نامه‌ها، داده‌های پژوهش را به دست می‌دهند. افزون بر استفاده از روش پیش‌بینی‌شده در مدل، برای تحلیل توصیفی داده‌ها، از آزمون Uی من-ویتنی<sup>۱</sup> نیز برای استنباط آماری از داده‌ها استفاده شده است.

## تجزیه و تحلیل داده‌ها

### داده‌های آماری پژوهش

با توجه به پرسش‌نامه‌های بررسی‌شده بر پایه‌ی دستور کار تحلیل پرسش‌نامه‌ها، داده‌های آماری پژوهش به شرح جدول ۵ است.

جدول ۵- داده‌های آماری پژوهش

دانشکده	میانگین معیار									
	ریسک‌پذیری	کانون کنترل	توقیف طلبی	سلاست فکری	عمل‌گرایی	تحمل ابهام	رویاپردازی	جانش طلبی	کارآفرینی	
علوم انسانی	مرد	۵۰/۶۲	۵۸/۶۲	۴۹/۴۳	۳۶/۸۱	۲۹/۳۴	۲۶/۰۶	۲۲/۷۱	۱۹/۰۳	۲۹۲/۶۵
	زن	۴۹/۸۰	۵۷/۷۱	۴۷/۳۵	۳۶/۴۱	۲۸/۴۸	۲۵/۱۷	۲۱/۸۴	۱۸/۰۹	۲۸۴/۸۹
فنی و مهندسی	مرد	۵۰/۴۰	۵۶/۴	۴۸/۱۱	۳۶/۸	۲۸/۱۴	۲۷/۱۶	۲۲/۱۶	۱۸/۴	۲۸۷/۵۸
	زن	۴۹/۱۰	۵۵/۲۶	۴۶/۸۸	۳۴/۷۲	۲۹/۳۶	۲۵/۵۴	۲۰/۷۶	۱۷/۸	۲۷۹/۴۲
علوم پایه	مرد	۴۶/۵۰	۵۷/۲۱	۴۷/۸۲	۳۶/۶۴	۲۸/۱۷	۲۵/۲۸	۲۱/۸۹	۱۸/۱۴	۲۸۱/۶۷
	زن	۴۸/۷۶	۵۷/۱۳	۴۸/۰۰	۳۶/۳۴	۲۹/۶۵	۲۵/۹۲	۲۱/۲۳	۱۸/۲۸	۲۸۵/۳۴
هنر	مرد	۵۳/۵۰	۵۴/۷۵	۵۱/۵۰	۳۷/۷۵	۲۷/۲۵	۲۲/۵۰	۲۳/۰۰	۲۱/۰۰	۲۹۱/۲۵
	زن	۵۳/۸۵	۶۰/۵۷	۵۱/۲۸	۳۷/۷۱	۲۹/۹۲	۲۹/۳۵	۲۱/۹۲	۱۸/۷۸	۳۰۳/۴۲
روان‌شناسی	مرد	۵۱/۲۵	۵۲/۰۰	۴۷/۷۵	۳۲/۵	۲۸/۲۵	۲۲/۷۵	۲۰/۷۵	۱۷/۷۵	۲۷۳/۰۰
	زن	۵۲/۰۸	۵۹/۱۶	۴۶/۹۱	۳۵/۹۱	۲۹/۱۶	۲۶/۶۶	۲۱/۵	۱۸/۵۸	۲۹۰/۰۰
دام‌پزشکی	مرد	۴۹/۳۸	۵۶/۱۵	۵۰/۰۰	۳۷/۱۵	۲۶/۹۲	۲۱/۹۲	۲۱/۲۶	۱۹/۰۷	۲۸۲/۳۸
	زن	۴۶/۷۵	۵۴/۰۰	۴۱/۷۵	۳۶/۲۵	۲۷/۷۵	۲۶/۲۵	۱۷/۲۵	۱۵/۵	۲۶۵/۵
کل	مرد	۴۹/۸۶	۵۶/۵۴	۴۸/۴۹	۳۶/۷۳	۲۸/۲۵	۲۶/۱۲	۲۲/۱۷	۱۸/۵۵	۲۸۶/۷۵
	زن	۴۹/۷۲	۵۷/۲۰	۴۷/۵۲	۳۶/۰۵	۲۹/۰۹	۲۵/۸۱	۲۱/۳۴	۱۸/۰۹	۲۸۴/۸۵

<sup>1</sup> The Mann-Whitney U Test

با توجه به داده‌های آماری گنجانده در جدول ۵، و همچنین دستور کار تفسیر داده‌ها در جدول ۴، تفسیر داده‌های آماری پژوهش به شرح جدول ۶ خواهد بود.

جدول ۶- تفسیر داده‌های آماری پژوهش

دانشکده	میانگین معیار								
	ریسک‌پذیری	کانون کنترل	توفیق‌طلبی	سلامت فکری	عمل‌گرایی	تحمل ابهام	رویاپردازی	چالش‌طلبی	کارآفرینی
علوم انسانی	مرد	ض	ق	ق	ض	ق	ق	ق	ق
	زن	ض	ق	ض	ض	ق	ق	ض	ق
فنی و مهندسی	مرد	ض	ق	ق	ض	ق	ق	ض	ق
	زن	ض	ق	ض	ض	ق	ض	ض	ض
علوم پایه	مرد	ض	ق	ض	ض	ق	ق	ض	ض
	زن	ض	ق	ض	ض	ق	ق	ض	ق
هنر	مرد	ق	ض	ق	ض	ض	بق	بق	ق
	زن	ق	بق	ق	ض	ق	ق	ض	بق
روانشناسی	مرد	ق	ض	ض	ض	ق	ض	ض	ض
	زن	ق	ق	ض	ض	بق	ق	ض	ق
دامپزشکی	مرد	ض	ق	ق	ض	ض	ق	ق	ض
	زن	ض	ض	بض	ض	بق	بض	بض	ض
کل	مرد	ض	ق	ق	ض	بق	ق	ض	ق
	زن	ض	ق	ض	ض	ق	ق	ض	ق

بض: بسیار ضعیف    ض: ضعیف    ق: قوی    بق: بسیار قوی

### بررسی فرضیه‌ها به وسیله آمار توصیفی

آمار توصیفی پژوهش نشان می‌دهد که ویژگی‌های شخصیتی ریسک‌پذیری، سلامت فکری، و چالش‌طلبی، در هر دو جنسیت، ضعیف، و ویژگی‌های شخصیتی کانون کنترل درونی، عمل‌گرایی، و رویاپردازی، در هر دو جنسیت، قوی است. در ویژگی‌های شخصیتی توفیق‌طلبی و تحمل ابهام، مردان، قوی‌تر از زنان ارزیابی شده‌اند، اما این برتری به اندازه‌ی نیست که در ویژگی شخصیتی کارآفرینی دختران و پسران تفاوتی آشکار پدید آورد؛ همچنین، به‌رغم این که در نمره‌ی نهایی کارآفرینی دختران و پسران، در دانشکده‌های مختلف، تفاوت‌هایی دیده‌می‌شود، نمره‌ی کل کارآفرینی دختران و پسران در همه‌ی



دانشکده‌ها، به صورت مجموعی، نشان‌گر قوی بودن هر دو گروه است؛ پس نمی‌توان وجود تفاوت در ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه‌ی دختران و پسران را مورد تأیید قرار داد.

### بررسی فرضیه‌ها با استفاده از آمار استنباطی

در این بخش تلاش شده‌است تا با استفاده از فنون آمار استنباطی، نسبت به نتیجه‌گیری از داده‌های گردآوری شده و تعمیم آن‌ها اقدام شود. در پژوهش حاضر، به دلیل آن که نرمال بودن توزیع و هم‌چنین انحراف معیار جامعه نامعلوم است، از آزمون *L*ی من-ویتنی، برای بررسی معنادار بودن اختلاف بین میانگین‌ها، استفاده کردیم و سطح خطای مجاز را ۵ درصد قرار دادیم.

**فرضیه‌ی اصلی پژوهش:** ویژگی شخصیتی کارآفرینی در دختران و پسران دانش‌جو متفاوت است.

در این پژوهش، هشت ویژگی شخصیتی کارآفرینانه، شامل ریسک‌پذیری، کانون کنترل درونی، توفیق‌طلبی، سلاست فکری، عمل‌گرایی، تحمل ابهام، رویاپردازی، و چالش‌طلبی، به وسیله‌ی پرسش‌نامه سنجیده شده‌اند و میانگین این هشت ویژگی، ویژگی کارآفرینی فرد را نشان می‌دهد؛ بنا بر این، هشت فرضیه‌ی فرعی (متفاوت بودن هشت ویژگی شخصیتی در دختران و پسران دانش‌جو) تعریف، و از طریق آزمون معناداری *L*ی من-ویتنی، مورد بررسی قرار گرفت. جدول ۷ نتایج آزمون فرضیه‌های پژوهش را نمایش می‌دهد.

جدول ۷- آزمون فرضیه‌های پژوهش

فرضیه	ویژگی شخصیتی	سطح معناداری	نتیجه‌ی آزمون
فرضیه‌ی فرعی اول	ریسک‌پذیری متعادل	۰/۸۱۵	تفاوت معناداری وجود ندارد.
فرضیه‌ی فرعی دوم	کانون کنترل درونی	۰/۴۱۷	تفاوت معناداری وجود ندارد.
فرضیه‌ی فرعی سوم	توفیق‌طلبی	۰/۰۶۵	تفاوت معناداری وجود ندارد.
فرضیه‌ی فرعی چهارم	سلاست فکری	۰/۱۹۹	تفاوت معناداری وجود ندارد.
فرضیه‌ی فرعی پنجم	عمل‌گرایی	۰/۰۰۳	تفاوت معناداری وجود دارد.
فرضیه‌ی فرعی ششم	تحمل ابهام	۰/۹۶۲	تفاوت معناداری وجود ندارد.
فرضیه‌ی فرعی هفتم	رویاپردازی	۰/۰۱۲	تفاوت معناداری وجود دارد.
فرضیه‌ی فرعی هشتم	چالش‌طلبی	۰/۰۵۶	تفاوت معناداری وجود ندارد.
فرضیه‌ی اصلی	کارآفرینی	۰/۳۰۶	تفاوت معناداری وجود ندارد.

همان گونه که در جدول بالا دیده می‌شود، سطح معناداری آزمون فرضیه‌های فرعی اول، دوم، سوم، چهارم، ششم، و هشتم، از سطح خطای مجاز بیشتر است و در این شش

فرضیه‌ی فرعی، فرض نبودن تفاوت معنادار تأیید می‌شود؛ یعنی با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت که دختران و پسران دانش‌جو در دانشگاه سمنان، از نظر ویژگی‌های شخصیتی ریسک‌پذیری متعادل، کانون کنترل درونی، توفیق‌طلبی، سلاست فکری، تحمل ابهام، و چالش‌طلبی، تفاوتی معنادار ندارند. اما با توجه به این که سطح معناداری فرضیه‌های پنجم و هفتم، از سطح خطای مجاز کم‌تر است، فرض نبودن تفاوت معنادار در این دو فرضیه رد می‌شود؛ یعنی با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت که دختران دانش‌جو و پسران دانش‌جو در دانشگاه سمنان، از نظر ویژگی‌های شخصیتی عمل‌گرایی و رویاپردازی، تفاوتی معنادار دارند. نتیجه‌ی آزمون فرضیه‌ی اصلی پژوهش نیز بیان‌گر عدم معناداری تفاوت دختران دانش‌جو و پسران دانش‌جو در دانشگاه سمنان، از نظر ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی است؛ یعنی به دلیل آن که سطح معناداری آزمون (۰/۳۰۶)، از میزان خطای مجاز بیش‌تر است، فرض نبودن تفاوت معنادار تأیید می‌شود؛ به عبارت دیگر، با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت که دختران دانش‌جو و پسران دانش‌جو در دانشگاه سمنان، از نظر ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی، تفاوتی معنادار ندارند.

### بحث و نتیجه‌گیری

همان‌گونه که اشاره شد، یکی از رویکردهای مهم در توسعه‌ی کارآفرینی در جوامع گوناگون، روی‌کرد ویژگی‌های شخصیتی است، که با فرض این که برای پرورش و افزایش کارآفرینان در جامعه، باید شماری از ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه را در افراد تقویت کرد، شکل گرفته و شامل ریسک‌پذیری متعادل، کانون کنترل درونی، توفیق‌طلبی، سلاست فکری، عمل‌گرایی، تحمل ابهام، رویاپردازی، و چالش‌طلبی است. در این روی‌کرد، باور بر این است که برای گسترش کارآفرینی، یا باید افرادی را در جامعه جست‌وجو کرد که این ویژگی‌ها، به خودی خود، در آن‌ها هست و یا با آموزش و مشاوره، این ویژگی‌ها را در افراد فاقد این ویژگی‌ها پرورش داد.

در پژوهش حاضر برای اندازه‌گیری ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه‌ی دانش‌جویان دختر و پسر دانشگاه سمنان، از ابزار بومی و استاندارد «سنجش ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان» استفاده شده‌است، که بر پایه‌ی نتایج به‌دست‌آمده، توجه به نکات زیر دارای اهمیت است:

۱ هرچند شمار کارآفرینان زن در کشور ما، همانند دیگر کشورهای دنیا، کم‌تر از شمار کارآفرینان مرد است، پژوهش حاضر نشان داد که پایین بودن رشد





- کارآفرینی دانشجویان دختر دانشگاه سمنان، ربطی به ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه‌ی زنان ندارد و علت را باید در عواملی دیگر جست‌وجو کرد.
- ۲ نبود تفاوت معنادار بین ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه‌ی دانشجویان دختر و پسر دانشگاه سمنان، ما را به این موضوع رهنمون می‌سازد که برای شکوفا شدن توانایی‌های کارآفرینانه‌ی زنان، باید بسترهای لازم فراهم شود، تا آنان نیز بتوانند استعدادها و توان‌مندی‌های خود را در گستره‌ی کارآفرینی نشان دهند.
- ۳ هرچند در برخی صفات و ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه‌ی دانشجویان دختر و پسر تفاوت‌هایی دیده‌می‌شود، این تفاوت‌ها، به‌جز در یک یا دو مورد، اندک بوده، از نظر آماری معنادار نیست.
- ۴ در صورتی که برخی از ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه در افراد، ضعیف باشد، می‌توان به وسیله‌ی آموزش و مشاوره، این ضعف‌ها را از میان برد و افراد را آماده‌ی ورود به دنیای کارآفرینی کرد.
- ۵ یکی از نکته‌های قابل‌توجه در این پژوهش، اشتیاق و علاقه‌مندی دانشجویان به آگاهی از ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه‌ی خود بود. انجام آزمون‌های مشابه، با ابزارهای استانداردشده‌ی به‌کارگرفته‌شده در این پژوهش و دیگر ابزارهای استاندارد، دادن بازخورد به دانشجویان، به منظور اصلاح ویژگی‌های شخصیتی ناخواسته، و نیز تقویت ویژگی‌های کارآفرینانه‌ی ضعیف، می‌تواند در سرنوشت شغلی دانشجویان بسیار مؤثر باشد.

## منابع

- اتکین‌سون، ریتا ال.، ارنست روییکوت هیلگارد، و ریچارد سی. اتکین‌سون. ۱۳۶۹. *زمینه‌ی روان‌شناسی*، ج ۱. برگردان محمدتقی برهانی، بهروز بیرشک، و رضا زمانی. تهران: رشد.
- احمدپور داریابی، محمود. ۱۳۷۸. *کارآفرینی: نظریات، تعاریف، الگوها*. تهران: پردیس.
- . ۱۳۸۳. *کارآفرینی یک دقیقه‌یی: در هزار نکته‌ی کارآفرینانه*. تهران: محراب قلم.

- اخوان صراف، احمدرضا، و مجید آراسته. ۱۳۸۶. «کارآفرینی زنان و فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات» صص ۲۷۹-۲۹۱ در *مجموعه مقالات هم‌ایش ملی آموزش عالی و کارآفرینی*. سمنان: انتشارات دانشگاه سمنان.
- بیانی، احمد. ۱۳۷۸. *روش‌های تحقیق و سنجش در علوم تربیتی و روان‌شناسی*. تهران: نشر رهیافت.
- سالازار، ملیتو، سونیا تیونگ-آکینو، و باز دیزا. ۱۳۸۳. *مقدمه‌یی بر کارآفرینی*. برگردان سیامک نطق. تهران: سازمان ملی بهره‌وری ایران.
- سعیدی‌کیا، مهدی. ۱۳۸۲. *آشنایی با کارآفرینی*. تهران: نشر سپاس.
- سلجوقی، خسرو، و فرید آق‌اولی. ۱۳۸۶. «ساز و کار مدیریت توسعه‌ی کارآفرینی در کشور: طرح ایجاد سازمان کارآفرینی» طرح پژوهشی، معاونت برنامه‌ریزی منابع انسانی و توسعه‌ی کارآفرینی، وزارت کار و امور اجتماعی.
- صالحی عمران، ابراهیم، و فرخنده رستمی. ۱۳۸۶. «آموزش عالی و پرورش روحیه‌ی کارآفرینی در دانش‌جویان: مورد بررسی دانشگاه مازندران» صص ۲۱-۳۲ در *مجموعه مقالات هم‌ایش ملی آموزش عالی و کارآفرینی*. سمنان: دانشگاه سمنان.
- صمدآقایی، جلیل. ۱۳۸۰. *تکنیک‌های خلاقیت فردی و گروهی*. تهران: انتشارات مدیریت دولتی.
- عابدی، رحیم. ۱۳۸۱. «مروری بر مکاتب فکری کارآفرینی» *مجله‌ی علوم انسانی و اجتماعی دانشگاه سیستان و بلوچستان*، ویژه‌نامه‌ی اقتصاد و مدیریت: ۱۵۵-۱۷۲.
- عابدی اردکانی، مصطفی. ۱۳۸۳. «فرهنگ کارآفرینی» روزنامه‌ی *حمایت* ۶۶۷، ۳ مهر، ص ۳.
- فیض، داوود. ۱۳۸۶. «روش‌های تدریس کارآفرینی در نظام آموزش عالی کشور» صص ۱۵۱-۱۶۳ در *مجموعه مقالات هم‌ایش ملی آموزش عالی و کارآفرینی*. سمنان: انتشارات دانشگاه سمنان.
- \_\_\_\_\_ . ۱۳۸۷. «سنجش ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه‌ی دانش‌جویان دانشگاه سمنان» طرح پژوهشی، دانشگاه سمنان.
- فیض، داوود، و میلاد صفایی. ۱۳۸۶. «طراحی الگوی مفهومی استفاده از ظرفیت‌های خوابگاه‌های دانش‌جویی در توسعه‌ی کارآفرینی دانشگاهی» صص ۱۶۵-۱۸۰ در *مجموعه مقالات هم‌ایش ملی آموزش عالی و کارآفرینی*. سمنان: انتشارات دانشگاه سمنان.
- کاتر، جان. ۱۳۸۱. *رهبری کارآفرین: ماتسوشیتا، درخشان‌ترین کارآفرین سده‌ی بیستم*. برگردان محمدعلی طوسی. تهران: مرکز آموزش مدیریت دولتی.
- کارترایت، راجر. ۱۳۸۳. *سازمان‌های کارآفرین*. برگردان علی پاریسیان. تهران: تهران: ترمه.
- کردنائیج، اسدالله، محمدرضا زالی، حیدرعلی هومن، و شهاب‌الدین شمس. ۱۳۸۶. *ابزار سنجش ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان ایرانی*. تهران: دفتر نشر آثار علمی، دانشگاه تربیت مدرس.
- لیبرت، رابرت، و میشل اسپیگلر. ۱۳۷۵. *شخصیت از دیدگاه رفتاری*. برگردان حسن صبوری مقدم. مشهد: انتشارات آستان قدس رضوی.



- ماسن، پاول هنری، جروم کیگان، آلتا کارول هوستون، و جان جین‌وی کانجر. ۱۳۷۰. *رشد و شخصیت کودک*. برگردان مهشید یاسایی. تهران: نشر مرکز.
- مردیت، جفری، رابرت نلسون، و فیلیپ نک. ۱۳۷۱. *کارآفرینی*. برگردان محمدصادق بنی‌ئیان. تهران: مؤسسه‌ی کار و تامین اجتماعی.
- مصلح شیرازی، علی‌تقی. ۱۳۸۴. «مقایسه‌ی ویژگی‌های کارآفرینی دانشجویان دختر و پسر دانشگاه شیراز». در *مجموعه‌مقالات هم‌ایش توسعه‌ی کارآفرینی و تجلیل از زنان کارآفرین*. شیراز: دانشگاه شیراز.
- میراسماعیلی، الهام، و جواد رشمه. ۱۳۸۷. «مقایسه‌ی قابلیت‌های فارغ‌التحصیلان شاخه‌های فنی و حرفه‌یی و شاخه‌های نظری در دبیرستان‌ها و هنرستان‌های منطقه‌ی ۱۱ شهر تهران». *رشد آموزش فنی و حرفه‌یی* ۴(۱):۴۶-۵۰.
- Burns, Paul. 2001. *Entrepreneurship and Small Business*. New York, NY, USA: Palgrave Macmillan.
- Cotton, Judi. 1991. "Enterprise Education Experience: A Manual for School-based In-service Training." *Education and Training* 33(4):6-12.
- Cowling, Marc, and Mark Taylor. 2001. "Entrepreneurial Women and Men: Two Different Species?" *Small Business Economics* 16(3):167-175.
- Nulty, Peter. 1995. "A Chef's Secret Ingredient for Building a Business: Perfection." *Fortune Magazine*, 7 August. Retrieved 27 September 2008 ([http://money.cnn.com/magazines/fortune/fortune\\_archive/1995/08/07/205135/index.htm](http://money.cnn.com/magazines/fortune/fortune_archive/1995/08/07/205135/index.htm)).
- Robinson, Sherry. 2001. "An Examination of Entrepreneurial Motives and Their Influence on the Way Rural Women Small Business Owners Manage Their Employees." *Journal of Developmental Entrepreneurship* 6(2):151-167.
- Scholhammer, Hans. 1982. "Internal Corporate Entrepreneurship." Pp. 209-229 in *Encyclopedia of Entrepreneurship*, edited by Calvin A. Kent, Donald L. Sexton, and Karl H. Vesper. Englewood Cliffs, NJ, USA: Prentice-Hall.
- Zahra, Shaker A. 1996. "Governance, Ownership, and Corporate Entrepreneurship: The Moderating Impact of Industry Technological Opportunities." *Academy of Management Journal* 39(6):1713-1735.

نویسنده

دکتر داوود فیض،

استادیار دانشکده‌ی مدیریت، دانشگاه سمنان

feiz1353@gmail.com

دانش‌آموخته‌ی دکترای مدیریت سیاست‌گذاری عمومی، دانشگاه تربیت مدرس، ۱۳۸۱. مدیر گروه مدیریت و مدیر تحصیلات تکمیلی، دانشکده‌ی اقتصاد و مدیریت، دانشگاه سمنان. پژوهش‌های وی در زمینه‌ی مدیریت بازرگانی، مدیریت استراتژیک، و کارآفرینی است و تا کنون بیش از ۱۰ طرح پژوهشی در سطح کشور انجام داده‌است. وی نگارنده‌ی کتاب *مربیان و مدرسان کارآفرینی و نقش بسته‌بندی در بازاریابی* است و تا کنون ۱۵ مقاله به هم‌آییش‌های ملی ارائه کرده و شش مقاله نیز در نشریات علمی-پژوهشی و علمی-ترویجی نگاشته‌است.