



رابطه شخصیت با توسعه کار آفرینی

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

سید مجتبی حسینی فرد^۱
عادل آهنگر پور^۲

۱. دانشجوی کارشناسی مدیریت دولتی؛ دانشگاه تهران، پردیس قم.
۲. کارشناس ارشد مدیریت دولتی گرایش تشکیلات و روش‌ها.





چکیده

کارآفرینان از عوامل ضروری تغییر در یک اقتصاد مبتنی بر بازارند، آن‌ها امکان استفاده مؤثر و فزاینده از منابع را فراهم می‌آورند و داد و ستد بین بخش‌های مختلف با امکانات و اولویت‌های متفاوت را تسهیل می‌سازند. هم‌چنین رفتار کارآفرینانه، عامل شتاب دهنده تولید، انتشار و کاربرد ایده‌های نوآورانه است و در جوامع دست‌خوش تغییرات سریع اقتصادی نیز، کارآفرینی تأثیرات زیان‌بار اجتماعی را از طریق ایجاد فرصت‌های شغلی تعدیل می‌بخشد. در مقاله حاضر به رابطه‌ی بین شخصیت با توسعه‌ی کارآفرینی پرداخته شده است، بدین منظور مقاله در دو بخش ساختاربندی شده است. در بخش نخست مباحث مربوط به کارآفرینی (شامل مفاهیم، تعاریف و ویژگی‌های شخصیتی کارآفرین از دیدگاه برخی صاحب‌نظران) مطرح می‌گردد و در بخش دوم مباحث مربوط به شخصیت مطرح شده است و در پایان نتیجه‌گیری ارائه می‌شود.

واژگان کلیدی

کارآفرینی، کارآفرین، ویژگی‌های کارآفرینان، شخصیت.





مقدمه

در حالی وارد قرن بیست و یکم شده‌ایم که اقتصاد کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه با نیرویی حیات آفرین از نو زنده شده است. کارآفرینی همان نیرویی است که اول بار هم، خود موتور محرک اقتصاد این کشورها بوده و امروز نیز با چهره‌ای نو، در میان رکود جهانی اقتصاد، جان تازه‌ای در آن‌ها می‌دمد. این در شرایطی است که اقتصاد کشور ما گرفتار نارسایی‌ها، کمبودها و سوء مدیریت‌هایی است که نیم نگاهی به وضعیت جهانی اقتصاد، ما را به سوی این باور می‌کشد که رشد کارآفرینی و فرهنگ کارآفرینانه به شرطی که با فرهنگ، امکانات و توانایی‌ها و سلیقه ایرانی آمیخته شود، تنها راه بهبود امروز اقتصاد کشور است.

گرچه کاربرد واژه کارآفرینی سابقه‌ای چند صد ساله دارد، ولی تحقیقات آکادمیک این رشته از اوایل دهه ۷۰ میلادی در امریکا شروع شده است (ورتمن، ۱۹۸۶: ۲۸۵).^۱

در جهان کنونی سیستم اقتصادی سرعت زیادی به خود گرفته است و شرکت‌هایی که نتوانند پایه‌پای آن حرکت کنند سرنوشتی جز نابودی نخواهند داشت. افراد خلاق، نوآور و مبتکر به‌عنوان کارآفرینان منشأ تحولات بزرگی در زمینه‌های صنعتی، تولیدی و خدماتی شده‌اند و از آن‌ها نیز به‌عنوان قهرمانان ملی یاد می‌شود. چرخ‌های توسعه اقتصادی همواره با توسعه کارآفرینی به حرکت درمی‌آید. یک کار آفرین موفق به‌خاطر کمک‌هایی که به جامعه می‌کند از جمله ایجاد مشاغل و تولید کالاها و خدمات، و از اعتباری که به‌دست می‌آورد، لذت می‌برد. به‌غیر از اجر مادی، پاداش‌های معنوی به‌دست آوردن چیزی از هیچ، برای آن‌ها بسیار مهم است. برای اکثر آن‌ها ارزش پاداش‌های معنوی بسیار بالاتر از ارزش‌های مادی است (سالاز ملیتو و همکاران، ۱۳۸۰: ۳۳).

کارآفرینی امروزه به‌عنوان موضوعی بین رشته‌ای است و عموماً از ترکیب منظرگاه اقتصاد، مدیریت، جامعه‌شناسی و روان‌شناسی مورد بررسی قرار می‌گیرد (پورقانی فراهانی، بی تا: ۳۴).

مفهوم واژه کارآفرینی

واژه کارآفرینی از کلمه‌ی فرانسوی *Entreprendre* به‌معنای «متعهد شدن»^۲ نشأت گرفته است. بنابر تعریف واژه‌نامه دانشگاهی ویبستر: «کارآفرین کسی است که متعهد می‌شود مخاطره‌های یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی، اداره و تقبل کند». واژه کارآفرینی دیر زمانی پیش از آن‌که مفهوم کلی کارآفرینی به زبان امروزی پدید آید، در زبان فرانسه ابداع شد. در اوایل سده‌ی شانزدهم میلادی کسانی را که در امر هدایت مأموریت‌های نظامی بودند، کارآفرین می‌خواندند. از آن پس درباره‌ی دیگر انواع مخاطرات^۳ نیز همین واژه با محدودیت‌هایی مورد استفاده قرار می‌گرفت. از حدود سال ۱۷۰۰

- 1 . Wortman, 1986.
- 2 . Undertake.
- 3 . Risks.





میلادی به بعد، فرانسویان درباره‌ی پیمانکاران دولت که دست‌اندرکار ساخت جاده، پل، بندر و تأسیسات بودند، به کرات لفظ کارآفرین را به کار برده‌اند (احمدپور داریانی، ۱۳۸۳: ۴).

کارآفرینی^۱ مفهوم جدیدی نیست، بلکه ریشه آن به قرن ۱۸ باز می‌گردد یعنی زمانی که ریچارد کانتیلون عوامل اقتصادی را به سه دسته تقسیم کرد: مالکان زمین، عوامل اقتصادی مزد بگیر و آن دسته از عوامل اقتصادی که با قبول خطر در بازار بورس فعالیت می‌کنند (مقیمی، ۱۳۸۲: ۵۰).

سیر تاریخی کارآفرینی

واژه کارآفرینی در طی دوره‌های مختلف، معانی گوناگونی داشته است که اشاره به این معانی می‌تواند در شناخت بهتر از کارآفرینی مؤثر باشد؛ دوران اولیه، قرون وسطی، قرن هفدهم، قرن هجدهم، قرن نوزدهم و بیستم در هر دوره کارآفرینی معانی متفاوتی داشته است. در جدول زیر فرآیند توسعه‌ی مفهومی کارآفرینی در دوره‌های مختلف ارائه شده است:

ریشه لغوی واژه: ریشه کارآفرین از زبان فرانسه و به معنای واسطه و میانجی است.	
قرون وسطی	فردی که متصدی پروژه‌های تولیدی در مقیاسی بسیار گسترده بوده است.
قرن هفدهم	فردی که با قیمتی ثابت با دولت قرارداد می‌بست و ریسک‌های ناشی از کسب سود یا ضررهای مالی آنرا می‌پذیرفت.
۱۷۲۵	ریچارد کانتیلون
۱۸۰۳	ژان باتیست سی
۱۸۷۶	فرانسیس واکر
۱۹۳۴	جوزف شومپتر
۱۹۶۱	دیوید مک کلند
۱۹۶۴	پیتر دراگر
۱۹۷۵	آلبرت شاپیرو
۱۹۸۰	کارل وسپر
۱۹۸۳	گیفورد پینکات
۱۹۸۵	رابرت هیسریچ

مراحل تکامل نظریه‌ی کارآفرینی و واژه کارآفرین (پرداختچی، شفیع زاده، ۱۳۸۵: ۱۳)



تعاریف کارآفرینی

کارآفرینی فرایندی است که منجر به ایجاد رضایت‌مندی و یا تقاضای جدید می‌گردد. کارآفرینی عبارتست از «فرایند ایجاد ارزش از راه ارزش تشکیل مجموعه‌ی منحصر به فردی از منابع به منظور بهره‌گیری از فرصت‌ها» (احمدپور داریانی، ۱۳۸۱: ن).

کارآفرینی فرایندی است که در محیط‌ها و مجموعه‌های مختلف اتفاق می‌افتد و طی آن تغییرات در سیستم اقتصادی از طریق نوآوری‌های افراد که به فرصت‌های اقتصادی واکنش نشان می‌دهند، رخ می‌دهد که این باعث ایجاد ارزش فردی و اجتماعی خواهد شد.

استیونسون و همکارانش معتقدند کارآفرینی عبارت است از «فرایندی که فرصت‌ها به وسیله افراد (یا برای خودشان یا برای سازمانی که در آن کار می‌کنند) بدون توجه به منابعی که در کنترل آنهاست، تعقیب می‌شود» (مقیم، ۱۳۸۳: ۷۱).

تراپ مان و مورنینک استار (۱۹۸۹): «کارآفرینی یعنی ترکیب متفکر با مجری؛ کارآفرین فردی است که فرصت‌های یک محصول، خدمات، روش و سیاست جدید یا تفکر جدید برای یک مشکل قدیم را می‌یابد و می‌خواهد تأثیر یک اندیشه و محصول یا خدمات خود را بر نظام مشاهده کند» (شاه‌حسینی، ۱۳۸۶: ۲).

تحلیلی بر تعاریف ارائه شده در خصوص کارآفرینی

به‌طور کلی با مروری بر سیر تعاریف کارآفرین و کارآفرینی موارد زیر قابل تأمل بوده و پرداختن به آن‌ها ضروری می‌باشد.

۱. مفهوم کارآفرینی به تدریج دگرگون گردیده و تکامل یافته است.
 ۲. تعریف واحد و مشابهی که به‌طور کامل مورد قبول یا رد باشد وجود ندارد.
 ۳. مفهوم کارآفرینی ریشه در تفکر و زیربنای فکری افراد مختلف در مکاتب مختلف دارد.
- تلاش برای مفهوم‌سازی کارآفرین از مکاتب اقتصادی آغاز گردید و توسط روان‌شناسان و سپس جامعه‌شناسان و محققین مدیریت ادامه یافت (حسینی فرد، آهنگرپور، ۱۳۸۷، ۲۶).

تعاریفی از کارآفرین

هنوز تعریف رسمی و مشخصی برای کارآفرینی وجود ندارد. وقتی واژه Entrepreneur برای نخستین بار در مورد کارآفرین از سوی کانتیلون^۱ مورد استفاده قرار گرفت، اعتقاد بر این بود که کارآفرین‌ها خود صاحب و مالک کار





خود هستند، اما امروزه معتقدند که کارآفرین‌ها می‌توانند به استخدام شرکت‌ها یا سازمان‌ها درآیند؛ از این‌رو، تعاریف جدیدی از افراد کارآفرین ارائه شده است (جریبی، ۱۳۸۶: ۵۶).

کارآفرین کسی است که فرصتی را کشف و برای پی‌گیری و تحقق آن، سازمان مناسبی را ایجاد می‌کند (صمد آقایی، ۱۳۷۸: ۱۹).

هرزبرگ^۱ (۱۹۸۹) کارآفرینان را افرادی بدیع^۲ توصیف کرده است. او معتقد است که کارآفرینان افرادی مسئولیت‌پذیر هستند، به شغل خود مباحثات می‌کنند و از آن لذت می‌برند. آن‌ها از هوش خود استفاده می‌کنند تا راه‌حل‌هایی جدیدی برای مشکلات غیرمعمول پیدا کنند. از طرف دیگر، هرزبرگ از ویژگی «تحمّل ابهام» به‌عنوان یکی از ویژگی‌های مهم کارآفرینان نام برده و معتقد بود که کارآفرینان در محیط‌های پرابهام بیشتر پیشرفت می‌کنند (پرداختچی، ۱۳۸۰: ۲۸).

در واقع، کارآفرین واقعی؛ به‌دنبال استقلال است، فرصت‌ها را می‌شناسد و غنیمت می‌شمرد، مبتکر است، مخاطره‌پذیر است، درک مستقیم دارد، آینده‌نگر و خلاق است، توانایی هماهنگی و تفاهم دارد، شجاع در تصمیم‌گیری است، محیط را می‌شناسد، اشتغال‌زاست، خود را کشف می‌کند و کمک می‌کند که همکاران نیز خود را کشف کنند، رسالت کارآفرین عملکرد اخلاقی در تعهدات اجتماعی است، و بالاخره به کیفیت پویا برای ایفای نیازهای متغیر ورود به بازار معتقد است (نشریه صنعت نساجی، ۱۳۷۹: ۴۹).

تامپسون براساس ترکیب یافته‌های تحقیقات کلیدی، نه نکته اساسی را درباره‌ی کارآفرینان و کارآفرینی بیان می‌کند.

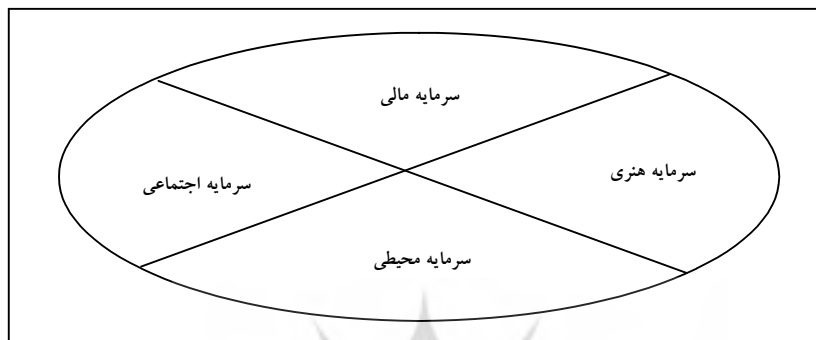
۱. کارآفرینان افرادی هستند که خود را از دیگران متمایز می‌سازند؛
۲. کارآفرینی موضع‌یابی و بهره‌برداری از فرصت‌هاست؛
۳. کارآفرینان منابع مورد نیاز را برای بهره‌برداری از فرصت‌ها می‌یابند؛
۴. کارآفرینان ارزش افزوده ایجاد می‌کنند؛
۵. کارآفرینان شبکه‌سازان (اجتماعی و مالی) خوبی هستند؛
۶. کارآفرینان سرمایه (مالی، اجتماعی، هنری) خلق می‌کنند؛
۷. کارآفرینان مدیریت ریسک‌پذیر دارند؛
۸. کارآفرینان در مواجهه با ناملایمات دارای قاطعیت و اراده هستند؛
۹. کارآفرینی شامل خلاقیت و نوآوری می‌شود (مقیم، ۱۳۸۲: ۳).

انواع سرمایه‌هایی که کارآفرینان ایجاد می‌کنند

کارآفرینان چهار نوع سرمایه ایجاد می‌کنند. شکل (۱) این چهار نوع سرمایه را معرفی می‌کند.

1 . Herzberg.
2 . Unconventional.

سرمایه مالی ایجاد ثروت را نشان می‌دهد، که نتیجه یک کسب و کار انتفاعی است. سرمایه اجتماعی منابع جامعه را نشان می‌دهد که نوعاً نتیجه کارآفرینی اجتماعی است. در حالی که سرمایه هنری چیزهای ناملموس‌تری را نشان می‌دهد که زندگی انسان‌ها را پرنشاط می‌کند و احساس خوشایندی ایجاد می‌کند. سرمایه محیطی نیز با پایداری منابع طبیعی سر و کار دارد.



شکل ۱. انواع سرمایه‌هایی که کارآفرینان ایجاد می‌کنند.

بعضی کسب و کارها، سرمایه مالی و اجتماعی ایجاد و از محیط نیز محافظت می‌کنند. و برخی نیز تمامی این سرمایه‌ها را به صورت توأمان ایجاد می‌کنند. البته بعضی کسب و کارهای انتفاعی به علت تمرکز قوی مالی برای کسب قدرت و ثروت، سرمایه اجتماعی، میهنی و محیطی را ویران می‌سازند. علاوه بر آن، فقدان منابع مالی یا سرمایه مالی می‌تواند کارآفرینی اجتماعی را محدود سازد و مانع توانایی کارآفرینان اجتماعی برای خلق سرمایه اجتماعی شود (مقیمی، ۱۳۸۲: ۳).

ویژگی‌های کارآفرینان

برای بررسی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان، برخی از مهم‌ترین این ویژگی‌ها (البته هر ویژگی با توجه به رویکرد مربوط به خود آورده شده است) انتخاب شده است که به تفصیل بررسی می‌شود.

۱. رویکرد ویژگی‌ها

• حالت‌های ذهنی مثبت

یکی از متفکران می‌گوید: «حالت‌های ذهنی، آدمی را خوب و بد، شاد و مغموم، غنی و فقیر می‌کند». نکته‌ای که باید به خاطر داشته باشید، این است که حالت‌های ذهنی، قدرت فوق‌العاده‌ای دارند و شما می‌توانید این قدرت را در کنترل خود درآورید (احمدپور و مقیمی، ۱۳۸۵: ۵۶ - ۵۴).

• نیاز به موفقیت

مردم هر جامعه را از نظر روان‌شناسی می‌توان به دو گروه عمده تقسیم کرد:



گروه اول: گروهی که فرصت‌ها آنان را به چالش می‌خوانند و برآند تا کارهای دشوار را انجام دهند تا به هدفی خاص دست یابند. این گروه در اقلیت‌اند.

گروه دوم: گروهی که بی‌توجه از کنار فرصت‌ها و مسایل می‌گذرند. اینان در اکثریتند. دیوید مک کلند^۱ از جمله صاحب‌نظرانی است که سهم زیادی در تبیین موفقیت در افراد داشته است. به نظر وی، افراد در تعامل با محیط خود، نیازهایی را آموخته‌اند که عبارتند از:

۱. نیاز به موفقیت^۲: تمایل به برتری یا موفقیت و تلاش برای پیشرفت برای نیل به مجموعه‌ای از استانداردها.

۲. نیاز به قدرت^۳: تمایل به کنترل دیگران برای تأثیرگذاری بر آنان.

۳. نیاز به تعلق یا وابستگی^۴: تمایل به دوستی، همکاری و روابط متقابل شخصی با دیگران.

در تئوری مک کلند، توجه عمده بر نیاز به موفقیت است. تمرکز نیاز به موفقیت بر برتری‌جویی، رقابت، اهداف چالشی و پافشاری برای انجام کار و فایز آمدن بر مشکلات است. شخصی که نیاز به موفقیت در او در حدی بالاست، شخصی است که در جست‌وجوی عملکرد بالاتر است، از مسایل و اهداف چالشی لذت می‌برد و پشتکار و روحیه‌ی رقابتی در فعالیت‌های کاری دارد (احمدپور و مقیمی، ۱۳۸۵: ۵۷ - ۵۶).

• مخاطره‌پذیری

مخاطره کردن، خواه از جنبه مالی، روانی، یا اجتماعی باشد بخشی از فرایند کارآفرینی است. البته برخلاف نظر مردم عادی، کارآفرین خطر قمارگونه نمی‌کند، بلکه با ارزیابی دقیق و حساب شده از میزان مخاطره تصمیم می‌گیرد و پس از آن برای دستیابی و نتیجه مطلوب از هیچ‌کاری فروگذار نمی‌کند. محاسبات و پیش‌بینی کارآفرینان، اغلب از بروز ریسک‌های غیرضروری جلوگیری می‌کند. مک کلند در سال ۱۹۶۱ دریافت که اشخاصی که حس نیاز به توفیق در آن‌ها بالاست، اهل مخاطرات معتدل هستند. ماینر^۵ در سال ۱۹۹۰ نشان داد که کارآفرینان موفق کمتر از مدیران از مخاطره پرهیز می‌کنند (دهقان پور فرانشاه، ۱۳۸۱: ۶).

• خلاقیت و نوآوری

بدون شک نوآوری مهم‌ترین ویژگی کارآفرین است. خلاقیت، توانایی گسترش ایده‌های جدید و کشف راه‌های جدید با نگاه به مسایل و مشکلات و فرصت‌هاست. خلاقیت بیشتر قرار دادن چیزهای قدیمی در کنار یک‌دیگر برای راه‌های جدید و حذف زواید نظر و خلق چیزی ساده‌تر و بهتر است. نوآوری توانایی به‌کار بردن راه‌حل‌های خلاق برای مسایل، مشکلات و فرصت‌هاست. به تعبیری دیگر نوآوری، عملی ساختن محصول یا خدمت از ایده‌ای خلاق است. کارآفرینی نتیجه فرایند سازمان یافته و منظمی است که خلاقیت و نوآوری را به نیازمندی‌ها و فرصت‌ها در بازار، پیوند

- 1 . David Malleland.
- 2 . Achievement Need.
- 3 . Power Need.
- 4 . Affiliation Need.
- 5 . Miner.



می‌دهد، یا به عبارتی دیگر با به‌کارگیری استراتژی متمرکز برای یک ایده جدید سعی می‌کند که یک محصول یا یک سری خدمات را خلق کند که هدفی جز رضایت مشتریان ندارد و در نهایت سوددهی می‌رسد (شاه حسینی، ۱۳۸۶: ۱۸).

• مرکز کنترل

عقیده‌ی فرد نسبت به این‌که وی تحت کنترل وقایع داخلی یا خارجی می‌باشد را مرکز کنترل می‌نامند. بیشتر کارآفرینان دارای مرکز کنترلی درونی توصیف نموده‌اند. افراد با مرکز کنترل بیرونی معتقدند که وقایع خارجی که خارج از کنترل آن‌ها می‌باشد، سرنوشت آن‌ها را تعیین می‌کند. به عبارتی دیگر کارآفرینان موفق، به خود ایمان دارند و موفقیت یا شکست را به سرنوشت، اقبال و یا نیروهای مشابه نسبت نمی‌دهند. به عقیده آن‌ها شکست‌ها و پیشرفت‌ها تحت کنترل و نفوذ آن‌ها بوده و خود را در نتایج عملکردهایشان مؤثر می‌دانند.^۱

روتتر^۲ تعریف دقیق‌تری را در خصوص مرکز کنترل بیان نموده است: «هرگاه شخصی بازخوردی را مشاهده نماید که به‌طور کامل از عملکرد وی نباشد، پیامد آن‌را به بخت یا اقبال نسبت داده و آن را تحت کنترل دیگران دانسته و یا اصولاً به علت پیچیدگی فراوان نیروهای محیطی آن را غیرقابل پیش‌بینی تصور می‌نماید. هرگاه فردی رویدادی را به این صورت تحلیل نماید به کنترل بیرونی اعتقاد دارد و چنان‌چه شخصی آن رخداد را پیامد رفتار و یا ویژگی‌های دایمی خود بداند به کنترل درونی اعتقاد دارد (احمدپور داریانی، ۱۳۷۸: ۸۴ - ۸۲).

• تحمل شکست

برای کارآفرین شکست تجربه است اما نه تجربه‌ای تلخ و مانعی برای حرکت کردن و کشتن انگیزه‌ها. برای کارآفرین شکست تجربه‌ای جدید است، تکرار آزمایش و اشتباه راه را به سوی موفقیت‌های بزرگ نزدیک‌تر می‌کند. فرد کارآفرین شکست را تحمل می‌کند و ناامید و دلسرد و افسرده نمی‌شود. اغلب کارآفرینان اعتقاد دارند که از شکست‌های خود بیشتر از موفقیت‌های خود درس آموخته‌اند (بورقانی فراهانی، بی تا، ۳۵).

• نیاز به استقلال

نیاز به استقلال از ویژگی‌هایی است که به‌عنوان یک نیروی بسیار قوی مورد تأکید است و در حقیقت یکی از انگیزه‌های اصلی برای دنبال کردن آینده کارآفرینی است. کارآفرین ترجیح می‌دهد که خودش تصمیم بگیرد و در جریان این تصمیم تمام کوشش، دانش، مهارت و سرمایه خود را به‌کار می‌گیرد. اگر شکست بخورد فقط خود را مقصر می‌داند و اگر موفق شود فقط صلاحیت کارآفرینی خود را تأیید کرده است. در واقع نیاز به استقلال را می‌توان به‌صورت عباراتی نظیر «کنترل داشتن در سرنوشت خویش» و یا «کارها را برای خود انجام دادن» تعریف کرد. در تحقیقی که در سال ۱۹۹۱ در مورد صاحبان شرکت کوچک انجام شد، اهمیت نیاز به استقلال به‌عنوان یک عامل انگیزشی آشکار گردید. ۳۳ درصد از کسانی که در این تحقیق مورد بررسی قرار گرفتند، از کار در آن شرکت دست کشیده بودند و دلیل اصلی ترک شغل از سوی آن‌ها، علاقه‌مندی به فعالیت به‌طور مستقل بود (هادی‌زاده، رحیمی، ۱۳۸۴: ۲۵).



1 . J.Hornaday & J.Aboud, 1971.
2 . J.B.Rotter.



• خوش بینی

کارآفرین اغلب با مشکلاتی روبرو می‌شود که ممکن است برای ادامه کار خود دچار تزلزل گردد ولی در طول این دوره آنان با اعتمادی که به خود دارند سعی در حل این مشکل می‌نمایند. این حس باعث می‌شود که دیگران نیز نسبت به خلاقیت و نوآوری خوش بین شوند و حس اطمینان در گروه پدید آید (بورقانی فراهانی، بی تا، ۳۵).

• توانای ساخت تیم‌های کاری

میل به استقلال، رغبت کارآفرین را نسبت به ایجاد ساختار کار گروهی مسدود نمی‌کند. بسیاری از کارآفرینان توانایی بالایی دارند. آنان می‌توانند انگیزه تیم را به شدت قوی نموده تا به خوبی رشد نماید و افراد تیم بتوانند افکار خود را توسعه دهند. روح یگانگی، ارزش‌ها، باورهای مشترک و امیدی که کارآفرین در تیم ایجاد می‌کند، باعث می‌شود، توانایی آن‌را پیدا کند که بتواند به تنهایی وارد چالش‌های کاری شود (دهقان‌پور فراهان، ۱۳۸۱: ۷).

• تحمل ابهام

قدرت تحمل ابهام عبارتست از «پذیرفتن عدم قطعیت به عنوان بخشی از زندگی، توانایی ادامه حیات با دانش ناقص درباره محیط و تمایل به آغاز فعالیتی جدید بدون آن‌که شخص بداند که آیا موفق خواهد شد یا خیر؟ کارآفرینان بدون این‌که احساس تهدید یا ناراحتی نمایند قادرند به‌طور اثربخش با شرایط و اطلاعات مبهم، ناقص، غیرقطعی، سازمان‌نیافته و غیرشفاف تا حد متوسطی روبرو شوند و ضمن رفع ابهامات با مهارت و کوشش شخصی، آن‌ها را به نفع خود تغییر دهند. در واقع ابهام، سبب ایجاد انگیزه در آن‌ها می‌شود (هادی‌زاده، رحیمی، ۱۳۸۴: ۲۶-۲۵).

• آینده‌نگری

کارآفرینان می‌دانند به کجا می‌خواهند بروند. آن‌ها تصور و دیدگاهی از آینده سازمان خود دارند. البته بسیاری از اوقات این تصور از ابتدا وجود ندارد و در طی زمان شکل می‌گیرد که شرکت چه است و چه می‌تواند باشد. گرچه شاید کارآفرین مجبور به برنامه‌ریزی‌های کوتاه‌مدت و مقطعی باشد، داشتن چنین دیدگاهی می‌تواند این برنامه‌های کوتاه‌مدت را در یک جهت برای رسیدن به هدف هماهنگ نماید (دهقان‌پور فراهان، ۱۳۸۱: ۶).

۲. رویکرد رفتاری

برخلاف رویکرد روان‌شناسی که بر ویژگی‌های شخصیتی کارآفرین تأکید دارد، رویکرد رفتاری بر فعالیت‌های کارآفرین تأکید دارد. در این دیدگاه، ویژگی‌های شخصیتی کارآفرین، تابع رفتار اوست. هم‌چنین عوامل محیطی و ویژگی‌های رفتاری فرد، هم‌چون تجارب و سوابق شخصی و فردی (ویژگی‌های جمعیت شناختی) نیز توجه می‌شود (احمدپور داریانی، مقیمی، ۱۳۸۵: ۷۱).

۱. ویژگی‌های مرتبط با سابقه و پیشینه

برخی زمینه‌های مهمی که بررسی می‌شوند، عبارتند از: سن، شرایط زندگی در دوران زندگی، سال ازدواج، تعداد مشاغل قبلی، عضویت در سازمان‌های حرفه‌ای و تجاری، در حاشیه قرار گرفتن (در جامعه) به دلایل جسمانی و





اجتماعی، سال‌های آموزش رسمی، حمایت‌های جانبی از سوی خانواده یا مدیران قبلی و اعتقاد به اخلاقیات و وجدان کاری (همان).

• موقعیت دوران کودکی

محیط دوران کودکی تأثیرات شگرفی بر شخصیت کودک می‌گذارد. به‌عنوان مثال در تحقیقاتی که راجع به جدایی یا فوت والدین این افراد انجام شده است؛ نشان داده است که ۳۷ درصد از کارآفرینان در سنین زیر ۱۶ سالگی یکی از والدین خود را از دست داده‌اند. هم‌چنین پدران ۵۸ درصد از آنان در دوران ۱۶ سالگی (حداقل برای یک دوره ۴ ساله) دور از خانه بوده‌اند.

در تحقیقات دیگر که راجع به خوداشتغالی یا کارآفرینی پدران انجام شده است؛ نشان می‌دهد که زنان کارآفرین نیز هم‌چون مردان کارآفرین، پدران خوداشتغال یا کارآفرین داشته‌اند. داشتن پدر خوداشتغال الهام‌بخشی قوی برای کارآفرینی است. استقلال و انعطاف‌پذیری در امور خوداشتغالی، پس از سنین کودکی در ذهن کارآفرین تثبیت می‌شود (شاه‌حسینی، ۱۳۸۶: ۲۰ - ۱۹).

• تحصیلات

برخی از پژوهشگران دریافته‌اند که قبل از ورود به جامعه اطلاعاتی، تحصیلات و آموزش اهمیت کمتری برای کارآفرینان داشت، اما در عصر اطلاعات به‌دلیل رشد بالای فن‌آوری و رقابت شدید، آموزش اهمیت خاصی پیدا کرده است (احمدپور، مقیمی، ۱۳۸۵: ۷۲).

هم‌چنین «کالینز»، «مور» و «آنوالا» (۱۹۶۴) به این نتیجه رسیدند که اکثر کارآفرینان از تحصیلات پایینی برخوردار بوده و بیشتر آن‌ها فاقد تحصیلات دانشگاهی هستند (شاه‌حسینی، ۱۳۸۶: ۲۰).

اما امروزه واقعیتی جدید جایگزین این افسانه قدیمی شده و به کارآفرینی به‌عنوان رشته‌ای علمی توجه شده است. رشته‌ی علمی کارآفرینی، همانند تمامی رشته‌های دیگر، دارای مدل‌ها، فرایندها و مواردی است که باید دانش مربوط به آن کسب شود (احمدپور، مقیمی، ۱۳۸۵: ۷۲).

• پایگاه اجتماعی پایین

قرار نگرفتن فرد در پایگاه اجتماعی مورد انتظار نیز سبب می‌شود تا فرد نسبت به اقدام کارآفرینانه انگیزش نشان دهند. بنابراین، گاهی اوقات در حاشیه قرار گرفتن و پایین بودن جایگاه و منزلت فرد در جامعه، فرد را وامی‌دارد تا با تلاش و کوشش بیشتر، به جبران عقب ماندگی خود بپردازد و ظرفیت‌های درونی خود تقویت کرده و شکوفا سازد (احمدپور، مقیمی، ۱۳۸۵: ۷۳).

• سن

در خصوص سن نیز تحقیقاتی در مورد گذشته کارآفرینان صورت گرفته است که در تحقیقات مختلف میانگین سن کارآفرینان بالای ۲۰ سال بوده است. نتایج تحقیقات «فرای» نشان می‌دهد که ۸۸ درصد کارآفرینان بین ۲۰ تا ۵۰ سالگی



فعالیت خود را آغاز نموده بودن که ۶۵ درصد آن‌ها در بین سنین ۲۰ تا ۴۰ سالگی قرار داشتند (شاه-حسینی، ۱۳۸۶: ۲۱-۲۰).

• ارزش‌های فردی

مطالعات زیادی انجام شده که نشان می‌دهد ارزش‌های فردی کارآفرینان اهمیت زیادی دارد، با این حال این مطالعات در بیان تمایز کارآفرینان با مدیران، کارآفرینان ناموفق و حتی عموم مردم ناموفق بودند. برای مثال، کارآفرینان تمایل دارند که رهبران کارآمدی باشند، ولی این خصوصیت آن‌ها را از مدیران موفق متمایز نمی‌کند. مقیاس‌های ارزشی فردی در مدیریت در کنار مقیاس‌های پشتیبانی، تهور، خیرخواهی، قابلیت انطباق، خلاقیت، صداقت و منبع‌یابی در تشخیص کارآفرینان مهم است، با این حال برای تشخیص افراد موفق نیز به کار می‌روند. مطالعات نشان داده که به‌طور کلی در خصوص ماهیت روند مدیریت و فعالیت‌های تجاری کارآفرین مجموعه‌ای از دیدگاه‌های متفاوت را داراست. ماهیت تهور، فرصت‌طلبی، بنیان‌گذار و شخصیت کارآفرین تا حد زیادی متفاوت است و بر پایه‌ی سازمان‌های بورکراسی و قابلیت‌های طرح‌ریزی عقلانیت و پیش‌بینی مدیرانش شکل می‌گیرد. شاید تمام این خصایص پایه در شکل‌گیری شخصیتی پیروز، دخیل‌اند و به کارآفرین امکان می‌دهند فعالیت کارآفرینانه تازه‌اش را خلق کند و پیش‌برد. در تحقیقی واژه «پیروزی» اصطلاحی بود که به شرکت‌های با اعتبار تجاری عالی اطلاق می‌شد. پنج ویژگی متداول که در بین گروه‌های مصرف‌کننده و رهبر وجود دارد عبارتند از کیفیت معتبر محصولات؛ کیفیت خدمات به مشتریان؛ انعطاف‌پذیری یا توانایی تطابق با تغییرات بازار؛ مدیریت شایسته؛ صداقت پیروز معرفی می‌شود، و شاید پیش‌نیاز کارآفرین شدن باشد.

دیگر جنبه ارزش‌های فردی که برای کارآفرینان خیلی مهم می‌باشد این است که کارآفرین و هم‌چنین صاحبان سهام به اصول اخلاقی باشند (شاه-حسینی، ۱۳۸۶: ۲۱).

۲.۲. ویژگی‌های تجربی

این ویژگی‌ها می‌توانند تأثیر بسزایی در تصمیم فرد برای کارآفرین شدن داشته باشند.

• الگوی نقش

اگر کسی خواهان موفقیت است تنها باید کسانی را که موفقیت کسب کرده‌اند الگو قرار دهد. در فرهنگ اسلامی، «امام» به معنای الگو و اسوه است و مردم باید الگوهای رفتاری و نوع اعمال امام را الگوگیری کنند تا در مسیر کمال قرار گیرند. مهم‌ترین شأن پیامبر اسلام (ص) و امامان معصوم (ع) برای بشریت، الگو بودن است. خداوند سبحان در قرآن کریم بیان می‌فرماید که رسول اکرم (ص) برای مردم، مقتدای پسندیده است.

از آن‌جا که کودکان، نوجوانان و جوانان، همواره به دنبال الگوی نقش در انجام فعالیت‌های اجتماعی و اقتصادی خودند، انتخاب الگوی نقش مناسب، از اهمیت زیادی برخوردار است. برای کارآفرین شدن باید افرادی به‌عنوان الگوی نقش انتخاب شوند که ضمن عمل به الگوهای فکری و عملی پیامبران و ائمه (ع)، در فعالیت‌های کسب و کار خود نیز توفیق زیاد داشته‌اند (احمدپور و مقیمی، ۱۳۸۵: ۷۵ - ۷۴).



• تجربه‌ی کاری و نارضایتی از شغل قبلی

مطالعات نشان می‌دهد کارآفرینانی که کار خود را آغاز می‌کنند، دارای تجربه قبلی‌اند و نارضایتی، علت اصلی دور شدن فرد از شغل خود است. نارضایتی از شغل قبلی، حاکی از چند موضوع است: اول این‌که بیشتر کارآفرینان فعالیت خود را با کار کردن برای شخص دیگری آغاز می‌کنند و دوم این‌که تنها در صورتی از این وضعیت خارج می‌شوند که نیازهایشان ارضاء نشود. البته عدم شناخت کارفرما از روحیه‌ی کارآفرینانه فرد، اسباب نارضایتی وی را فراهم می‌آورد. این مسأله نه تنها کارفرما را از داشتن یک نیروی فعال و کارآزموده محروم می‌کند، بلکه اغلب، رقابت جدیدی را نیز برای خود او ایجاد می‌کند، زیرا بیشتر کارآفرینان، فعالیت‌های کارآفرینانه را در زمینه‌های که از قبل با آنها آشنا بوده‌اند، آغاز می‌کنند (احمدپور، مقیمی، ۱۳۸۵: ۷۶ - ۷۵).

سایر ویژگی‌های کارآفرینان

- تمایل به رهبری دیگران؛
- احساس مسئولیت؛
- احساس مثبت به دیگران؛
- تأثیرگذاری بر سرنوشت خویش؛
- لذت معنوی (این‌که تولید کالا و خدمات جدید بتواند نیاز دیگران را ارضاء کند، برای آنها لذت‌بخش و غرورآفرین است)؛
- جذابیت پول و مزایای اقتصادی (در حد معقولانه و در الویت هم نیست)؛
- انجام کارهای چالشی (قلی‌پور سلیمانی، بی‌تا، ۳ - ۲).

وظایف کارآفرینان

- در خصوص وظایف گوناگون ما باید میان موارد زیر تفاوت قایل شویم:
۱. کارآفرینان معمولی^۱: آنچه را که همیشه انجام می‌دهند تکرار می‌کنند و با تولید محصول مشابه به کمک فن‌آوری مشابه کار خود را تکرار می‌کنند. همان‌طور که پیتر دراگر می‌گوید: «آنها همه چیز را درست انجام می‌دهند»
 ۲. آربیتراژورها^۲: تفاوت در ارزش محصولات مختلف، عوامل تولید و دارایی‌ها و اموال موجود را کشف کرده و از آنها بهره می‌برند.

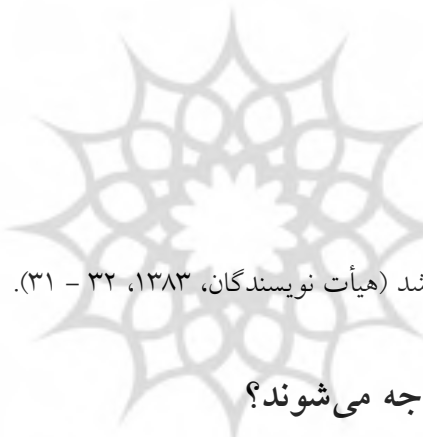




۳. نوآوران^۱: شروع کنندگان جدید هستند. آن‌ها عقاید جدید را عملی می‌سازند (همان تفسیر شومپیتر: کاربرد دانش جدید در سیستم اقتصادی).

۴. کارآفرینان تکاملی^۲: واجد توانایی‌ها هستند چه برای خودشان و چه از طریق کمک به دیگران برای افزایش توانمندی‌هایشان. اگر یک کارآفرین چنین توانایی‌های را در دانشگاه مثلاً در یک دانشگاه کارآفرین بیاموزد، آن‌گاه نوآوران و کارآفرینان تکاملی به لحاظ ساختاری با یکدیگر ترکیب می‌شوند، یعنی آن‌ها به‌طور مشترک و در کنار هم تکامل می‌یابند (فرهنگی، ۱۳۸۶، ۵۷۳ - ۵۷۲).

کارآفرین دقیقاً چه کاری انجام می‌دهد؟ به‌طور کلی، هشت وظیفه برای کارآفرین وجود دارد. کارآفرین



۱. از موقعیت‌های محیط آگاه می‌شود؛

۲. برای استفاده از این موقعیت‌ها خود را در خطر می‌اندازد؛

۳. برای کار سرمایه‌گذاری می‌کند؛

۴. نوآوری‌ها را معرفی می‌کند؛

۵. کار و تولید را نظم می‌بخشد؛

۶. تصمیم می‌گیرد؛

۷. برای آینده برنامه‌ریزی می‌کند؛

۸. محصولات خود را با سود می‌فروشد (هیأت نویسندگان، ۱۳۸۳، ۳۲ - ۳۱).

کارآفرینان با چه ریسک‌هایی مواجه می‌شوند؟

برد^۳ (۱۹۸۹) ریسک‌های مختلفی را که کارآفرینان مواجه می‌شوند به ۴ دسته طبقه‌بندی کرد:

۱. ریسک‌های مالی

بارزترین ریسکی که کارآفرینان با آن مواجه می‌شوند، ریسک‌های مالی است که کسب و کار را به شدت تحت تأثیر قرار می‌دهند.

۲. ریسک‌های خانوادگی و اجتماعی

کارآفرینان به دلیل کسب و کارهای جدید و طاقت‌فرسایی که ایجاد و مدیریت می‌کنند ممکن است با ریسک‌هایی مواجه شوند که روابط خانوادگی و اجتماعی آن‌ها را به مخاطره اندازند.

- 1 . Innovators.
- 2 . Evolutionary Entrepreneurs.
- 3 . Bird.



۳. ریسک‌های شغلی

این ریسک ممکن است به دلایل مختلفی ایجاد شوند؛ مثلاً رها کردن شغل برای شروع کسب و کار جدید و یا احتمال شکست کار که ممکن است به شهرت حرفه‌ای کارآفرین لطمه بزند.

۴. ریسک‌های روانی

این نوع ریسک بسیار پیچیده است و با عوامل شخصیتی هم‌چون توانایی فایق آمدن بر شرایط ابهام‌آمیز، نتایج نامعلوم، انتخاب و اختیارات نامشخص، دانش و اطلاعات محدود و ... در ارتباط است. خوش بینی و اعتماد به نفس می‌تواند کمک کند تا این نوع ریسک به حداقل برسد. اما این مسئله به توانایی کارآفرین در مواجهه‌ی موفقیت‌آمیز با سه نوع دیگر ریسک بستگی دارد.

تحقیقات نشان داده است که کارآفرینان دوست دارند تا بر حوزه‌هایی کنترل داشته باشند که بیشترین ریسک در آن‌ها وجود دارد. آن‌ها هم‌چنین دوست دارند تا برنامه‌های پشتیبانی برای مواجهه با مشکلات احتمالی تدوین کنند (پرداختچی، ۱۳۸۵، ۸۰ - ۷۹).

کارآفرینان چه کاری برای ما انجام می‌دهند

۱. در درجه‌ی اول، کارآفرینان با استفاده از نوآوری تلاش می‌کنند تا کیفیت زندگی را بهبود بخشند؛
۲. کارآفرینان مشاغل جدیدی ایجاد می‌کنند؛
۳. کارآفرینان موقعیت افراد، سازمان‌ها و کشورها را در رقابت اقتصاد جهانی بهبود می‌بخشند؛
۴. سرانجام، کارآفرینان باعث رشد اقتصادی و ایجاد ثروت‌های جدید برای سرمایه‌گذاری مجدد در کشورها می‌شوند.

شکل (۱) نیز فعالیت‌های کارآفرینان را از دیدگاهی دیگر نشان می‌دهد:

کارآفرینان

کالاهای جدید تولید می‌کنند

کیفیت را بهبود می‌بخشند

روش‌های جدید ایجاد می‌کنند

بازارهای جدید ایجاد می‌کنند

منابع تدارکاتی جدیدی پیدا می‌کنند

سازمان را تغییر می‌دهند

صنعت را تغییر می‌دهند

شکل ۱. کارآفرینان چه کاری انجام می‌دهند؟ (پرداختچی، ۱۳۸۶، ۱۹ - ۱۸).





بلیک من و همکارانش ویژگی‌های کارآفرینان را از دیدگاه صاحب‌نظران مختلف مورد بررسی قرار دادند که در جدول زیر آمده است.

سال	نام صاحب‌نظر	ویژگی‌های کارآفرینان
۱۸۴۸	میل ^۱	پذیرش ریسک‌های حساب شده.
۱۹۳۴	شومپتر	خلاقیت و نوآوری.
۱۹۶۱	مک کلند	نیاز به موفقیت و ریسک‌های حساب شده.
۱۹۶۴	پیکل ^۲	تعهد، اراده و پشتکار.
۱۹۷۱	کیبی ^۳	ریسک‌های حساب شده.
۱۹۷۱	آبود و هورنادی ^۴	نیاز به موفقیت، خلاقیت و نوآوری، تمایل به استقلال.
۱۹۷۴	برلند ^۵	پایداری در حل مشکلات، جست‌وجوی بازخورد، مرکز کنترل درونی.
۱۹۸۰	هال ^۶	نیاز به موفقیت.
۱۹۸۰	سکستون ^۷	تحمل شکست، انرژی بالا، ریسک‌پذیری.
۱۹۸۲	بروکهاوس ^۸	ریسک‌پذیری، پایداری در حل مشکلات، جست‌وجوی بازخورد، مرکز کنترل درونی.
۱۹۸۴	دیز و رابینسون ^۹	تمایل به برنامه‌ریزی.
۱۹۸۵	تیمویز	پذیرش ریسک‌های حساب شده، دورنما سازی، مرکز کنترل درونی.
۱۹۸۶	بوید ^{۱۰}	نیاز به موفقیت.
۱۹۸۷	ویلیامز ^{۱۱}	تمایل به برنامه‌ریزی، تحمل ابهام، جست‌وجوی بازخورد، مرکز کنترل درونی، ریسک‌پذیری.
۱۹۹۵	کرتکو ^{۱۲}	دورنما سازی، قابل اعتماد بودن، اعتماد به نفس، تحمل ابهام، تیم‌سازی.
	تاکر ^{۱۳}	رقابت‌جو، ارتباطات قوی، امیدوار، فکر خلاق، تفکر اقتصادی، پافشاری در حل مشکل.

شکل ۲. ویژگی‌های کارآفرینان از دیدگاه صاحب‌نظران مختلف (پرداختچی، ۱۳۸۵، ۳۱).

- 1 . Mill.
- 2 . Pickle.
- 3 . Kiby.
- 4 . Aboud & Hornaday.
- 5 . Borland.
- 6 . Hull.
- 7 . Sexton.
- 8 . Brockhaus.
- 9 . Dess & Robinson.
- 10 . Boyde.
- 11 . Williams.
- 12 . Kuratko.
- 13 . D.Taucker.



در تحقیق دیگری که توسط کارلند و دیگران (۱۹۸۴) انجام شد، آنها به جمع‌آوری کلیه ویژگی‌های مورد بررسی از بدو امر تا سال ۱۹۸۴ پرداختند که در جدول زیر به برخی از آنان (به دلیل اینکه بعضی از آنان در جدول قبلی آمده است)، می‌پردازیم.

سال	نام صاحب نظر	ویژگی‌های کارآفرینان
۱۹۱۷	وبر ^۱	منبع اختیارات رسمی.
۱۹۵۴	ساتون ^۲	تمایل به مسئولیت‌پذیری.
۱۹۵۹	هارتمن ^۳	منبع اختیارات رسمی.
۱۹۶۳	دیویدز ^۴	آرزومند، استقلال طلب، مسئولیت‌پذیری، اعتماد به نفس.
۱۹۶۵	لتزینگر ^۵	مخاطره‌پذیری، استقلال، سرشناسی، نوع دوستی، رهبری.
۱۹۶۵	شراگ ^۶	واقع‌گرایی، انگیزش به قدرت، سرشناسی، نوع دوستی، عملکرد ضعیف در شرایط بحران.
۱۹۷۱	پالمر ^۷	سنجش مخاطره.
۱۹۷۳	وینتر ^۸	نیاز به قدرت.
۱۹۷۴	لایلز ^۹	نیاز به توفیق.
۱۹۷۷	گاسه ^{۱۰}	گرایش به ارزش‌های شخصی.
۱۹۸۱	ولش و وایت ^{۱۱}	نیاز به کنترل، مسئولیت‌پذیری، اعتماد به نفس / انگیزه تهاجم، خواهان مخاطرات متعادل.
۱۹۸۲	دانکل برگ و کوپر ^{۱۲}	رشدگرا، استقلال طلب، مهارت طلب.
۱۹۸۲	ولش و پانگ ^{۱۳}	مرکز کنترل درونی، آزادی برای نوآوری، عزت نفس.

شکل ۳. تحقیقات انجام شده در خصوص ویژگی‌های کارآفرینان (احمدپور، ۱۳۸۱: ۸۱ - ۸۰).

1. Weber.
2. Sutton.
3. Hartman.
4. Davids.
5. Litzinger.
6. Schrage.
7. Palmer.
8. Winter.
9. Liles.
10. Gasse.
11. Welsh & White.
12. Dunkelberg & Cooper.
13. Welsch & Young.



نقش کارآفرین در موقعیت‌های اقتصادی

فقط کارآفرین می‌تواند نسبت به یکی از موقعیت‌های محیط عکس‌العمل نشان دهد، فکر کند و به راه‌حل درستی دست یابد. دیگران ممکن است موقعیت را ببینند، بشنوند، یاد بگیرند و تا اندازه‌ای تجربه کنند اما این کارآفرین است که از آن می‌تواند به نحو مطلوب استفاده کند. کارآفرین با زیرکی محیط اطراف خود را تحت نظارت دارد و به دنبال ایده‌ها و موقعیت‌ها برای سوددهی است. از انواع مواد اولیه موجود در محیط که با قیمت ارزان و به فراوانی در اختیار است، استفاده می‌کند و نه تنها سودهای مالی را نصیب خود می‌کند، بلکه از نظر درآمد نیز برای دیگران بسیار سودمند است. او با صرفه‌جویی و کم کردن هزینه‌ها و نیز در نظر گرفتن نیازهای عموم و ارزیابی آن‌ها به سودهای اقتصادی دست می‌یابد و همین امر کارآفرین را به ادامه‌ی راه تشویق می‌کند (هزار جریبی، ۱۳۸۶: ۶۲ - ۶۱).

تأثیرات اجتماعی و اقتصادی کارآفرینی

نیاز به کالا یا خدمات یک موقعیت اقتصادی است. به‌طور کلی توانایی اشخاص برای ارایه نوع کالا و خدمت که دیگران به آن نیاز دارند در زمان، مکان، افراد و قیمت مناسب را کارآفرینی می‌گویند. زمانی که کارآفرینی به‌عنوان شغل از سوی بسیاری از اعضای یک جامعه پذیرفته می‌شود، آن جامعه بسیار بسیار سریع توسعه می‌یابد. کارآفرینی منفعت‌ها و تأثیرات مثبت‌تر در جامعه دارد، زیرا موجب اشتغال می‌شود و کیفیت زندگی را بهبود می‌بخشد. کارآفرینی موجب توزیع مناسب درآمد می‌شود و اضطراب‌های اجتماعی را کاهش می‌دهد و موجبات بهره‌برداری از منافع و فعال شدن آن‌ها برای بهره‌برداری عظیم ملی فراهم می‌آورد. کارآفرینی سود اجتماعی را از طریق دولت عاید جامعه می‌کند و نشانه‌ی توسعه‌ی اجتماعی - اقتصادی جامعه است. هر چه جامعه بیشتر در فعالیت‌های کارآفرینی شرکت کند سریع‌تر به توسعه‌ی اقتصادی و اجتماعی دست می‌یابد (هزار جریبی، ۱۳۸۶: ۷۷).

توسعه کارآفرینی و رشد اقتصادی

اهمیت و نقش کارآفرینان در توسعه اقتصادی کشورها از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است. کارآفرین عوامل مختلف تولید را گرد هم می‌آورد و با تلاش و کوشش‌های خلاقانه، فعالیت‌های خود را به سمت موفقیت سوق می‌دهد. امروزه در کشورهای مختلف توجه خاصی به کارآفرینی و کارآفرینان می‌شود و تقویت این امر ایجاد بستر مناسب برای توسعه‌ی آن از ابزارهای پیشرفت اقتصادی کشورهای در حال توسعه به‌شمار می‌رود.

کارآفرینان بالقوه در هر کشوری وجود دارند و باید تلاش کرد که توانایی‌های آن‌ها بیشتر شود و مهم‌تر از همه این که ساختارهای اقتصادی اجازه دهند که کارآفرین ابراز وجود کند و توانایش را بالفعل درآورد. همان‌طور که می‌دانیم میزان توسعه اقتصادی هر کشوری ملاک فقر و ثروت آن است و رشد ثروت یا فقر یک کشور بستگی به کارآفرینی مردم آن کشور دارد. بنابراین مردم کارآفرین شم اقتصادی دارند و از موقعیت اقتصادی خود بهترین استفاده را می‌برند. آن‌ها





کسانی هستند که کالاها و خدمات جدیدی را ایجاد و ارائه می‌کنند و عامل اصلی رشد اقتصاد هستند (هزار جریبی، ۱۳۸۶: ۷۸).

در این بخش از مقاله به بررسی انواع شخصیت و این‌که چه نوع شخصیت‌هایی کارآفرین هستند، می‌پردازیم. و در پایان نیز (پیوست) سه نوع تست در مورد شخصت‌شناسی و رابطه شخصیت و کارآفرینی آورده شده است.

شخصیت چیست؟

در زبان محاوره‌ای کلمه شخصیت با مفاهیم گوناگون به کار می‌رود. آلپورت^۱ حدود پنجاه معنی برای این کلمه در زبان‌های اروپایی پیدا کرده است (مقدمی‌پور، ۱۳۸۲، ۹۸).

مفهوم اصلی و اولیه شخصیت، «تصویری صوری و اجتماعی است که براساس نقشی که فرد در جامعه بازی می‌کند، ترسیم می‌شود»؛ یعنی، شخصیت اجتماعی که فرد به اجتماع خود ارائه می‌دهد یا جامعه براساس آن، او را ارزیابی می‌کند.^۲ میلر و دالارد^۳ عنصر بادوام شخصیت را عبارت از عادت می‌داند و در تعریف عادت نیز اجمالاً چنین می‌گویند: «عادت پیوندی است که میان یک انگیزه و یک پاسخ، برقرار می‌گردد». بنابراین، شخصیت هر فرد بستگی به تاریخ زندگی او، یعنی به تاریخ عادت‌هایی که در طول زندگی کسب کرده است، خواهد داشت (ساعتچی، ۱۳۸۳، ۵۸). به‌طور کلی شخصیت یعنی «طرز بودن و ساخت پایدار رفتار آدمی که کل یگانه‌ای فراتر از مجموع صفات آدمی بوده و موجب تمایز هر فرد از دیگران می‌گردد» (مقدمی‌پور، ۱۳۸۲، ۹۸).

تفاوت‌های فردی و شخصیت

در بسیاری از موارد، دلیل شکست افراد در انجام دادن اثربخش وظایف شغلی خود در سازمان، کمبود هوش یا فقدان مهارت‌های فنی آنان نیست، بلکه هم‌سو نبودن ویژگی‌های شخصیت آنان و شغلی است که به‌عهده دارد. به همین دلیل، لازم است به این زمینه خاص از روان‌شناسی کار توجه داشته باشیم و نتیجه مطالعات مرتبط با شخصیت در کار را بشناسیم.

نتیجه مروری بر تحقیقات گوناگون در زمینه ویژگی‌های شخصیتی و موفقیت شغلی نشان داده است که ویژگی‌های شخصیتی با عملکرد شغلی همبستگی دارد و در شرایطی این همبستگی قوی است که یک عامل شخصیتی، با شرح شغل فرد، مرتبط باشد.^۴ برای مثال، صفت برون‌گرایی^۵ می‌تواند یکی از پیش‌بینی‌های معتبر برای موفقیت در فروشنده‌گی باشد (ساعتچی، ۱۳۸۲، ۵۹).

1 . G.W.Allport.

۲. (ر.ک. شاملو، ۱۳۶۲: ۱).

3 . N.E.Miller& J.Dallard, 1941, p635.

۴. (ر.ک. تت و دیگران، ۱۹۹۱).

5 . Extroversion.



سنخ شخصیتی و انتخاب شغل

تفاوت فردی در شخصیت می‌تواند بر انتخاب شغل نیز اثر بگذارد، براساس نظریه هالند^۱ مردم تمایل دارند شغلی را انتخاب کنند که با شخصیت آنان، هم‌خوانی داشته باشد^۲. علاوه بر آن، اگر فرد قادر باشد شغل و حرفه‌ای را انتخاب کند که با شخصیت وی هم‌سویی داشته باشد، احتمال این که در کار خود خوشحال باشد و به کارش نیز برای مدتی طولانی ادامه دهد، بیشتر است (پرهام، ۱۹۸۸). برای مثال، اگر سنخ شخصیتی فرد هنری^۳ باشد و حرفه عکاسی را نیز در پیش گیرد، خوشحال‌تر خواهد بود تا شغل حسابداری را انتخاب کند.

بدین منظور ضروری دانستیم که پرسشنامه هالند (ابعاد شش‌گانه شخصیتی و کار) را در پیوست این مقاله بیاوریم. علاقه‌مندان با پرکردن پرسشنامه می‌توانند که نوع شخصیت خود را شناخته و مشاغلی را که با توجه به نوع شخصیتشان در جدول زیر آمده، نیز شناسایی کرده و حتی‌المقدور در همین مشاغل فعالیت کنند؛ زیرا که برخی مشاغل با برخی از شخصیت‌ها هم‌خوانی بیشتری داشته و افراد در این مشاغل احتمال موفقیت بیشتری دارند تا در مشاغل دیگر.

سنخ شخصیتی	توصیف	مشاغل نمونه
واقع‌گرا ^۴	علاقه‌مند به کارهایی می‌باشد که لازمه‌ی آن، قدرت بدنی است؛ از کارهایی که لازمه‌ی برخورد با اشخاص یا برقراری ارتباط کلامی است، اجتناب می‌کند، آن دسته از مشکلات کاری را ترجیح می‌دهد که عینی هستند و نه انتزاعی. کم‌رو، عمل‌گرا، مقاوم.	مهندسی، قالی‌بافی، معماری، جنگل‌بانی، تعمیرکاری ماشین، نقاشی، کشاورزی، کارهای اجرایی.
جست‌وجوگر ^۵	کارهایی را ترجیح می‌دهد که لازمه‌ی آن فرایندهای عقلانی مثل فکر کردن، فهمیدن و درک کردن است؛ از فعالیت‌های شغلی که لازمه‌ی آن تسلط‌جویی بر افراد و ترغیب کردن آنان یا برقراری تماس‌های نزدیک با دیگران است، اجتناب می‌کند؛ بیشتر درون‌گراست تا برون‌گرا. کنجکاو، مستقل، جست‌وجوگر.	پزشکی، پیراپزشکی، خانه‌داری، مردم‌شناسی، دامپزشکی، زیست‌شناسی، رادیوگرافی، کارهای پژوهشی.
اجتماعی ^۶	در برقراری روابط بین فردی مهارت دارد و آن دسته از موقعیت‌های شغلی را انتخاب می‌کند که لازمه‌ی آن، برقراری	وزارت، معلمی، روان‌شناسی، مشاوره،

1 . John Holland.

۲. (ر.ک. هالند، ۱۹۷۳).

3 . Artistic.
4 . Realistic.
5 . Investigative.
6 . social.



کمک دندان پزشکی، پرستاری، مددکاری اجتماعی.	همبستگی های اجتماعی است، فعالیت هایی را در دست دارد که در جهت کمک به دیگران است (مثل معلمی، خدمات درمانی)، دوست دارد از فشار روانی زیاد و فعالیت هایی که لازمه ی آن تأمل، به کارگیری مفاهیم انتزاعی و تفکر عمیق و حل مشکلات از این نوع است، اجتناب کند. گرم، دوستانه، دارای روحیه ی همکاری.	
هنرپیشگی، نوازندگی، عکاسی، روزنامه نگاری، امور مرتبط با زیبایی و پاکیزگی (پوست و ...).	ساخت و ساز را دوست ندارد، بیشتر درون گراست تا برون گرا. درجات زیادی از حالات زنانگی را نشان می دهد. احساسات خود را بروز می دهد و ممکن تکانه ای عمل کند. آرمان گرا، احساساتی، پر عاطفه.	هنری
وکالت، فروشندگی، سیاستمداری، مدیریت، مدیریت اجرایی، کار در زمینه روابط عمومی، آژانس معاملات ملکی.	علاقه مند به کسب قدرت و منزلت است و آن دسته از فعالیت های شغلی را دوست دارد که لازمه ی آن سلطه جویی و اصطلاحاً دست کاری دیگران و از مهارت های کلامی خوبی برخوردار است. سوداگر، دارای اعتماد به نفس، جاه طلب، سلطه جو، پر انرژی.	متهور ^۱
منشی گری، حسابداری، متخصص پردازش اطلاعات، مشاوره مالی، مدیر شرکت، مسؤول دریافت و پرداخت بانک.	ساخت و نظم دادن را ترجیح می دهد و آن دسته از فعالیت های شغلی را دوست دارد که مبتنی بر قواعد و مقررات است، خودکنترلی در او زیاد است، و با منبع قدرت و منزلت، همانندسازی می کند. کارهای قانونمند، دارای نظم و بدون ابهام. سازش کار، عمل گرا، رک و راست.	سنتی ^۲

شکل ۴. سنخ شخصیتی هالند (۱۹۷۳) و نمونه هایی از مشاغل انتخابی^۳ (ساعتچی، ۱۳۸۲، ۶۶ - ۶۵).

ارزیابی نظریه هالند

نظریه هالند یک نظریه ساختاری، تعاملی یا تیپ شناختی، تعاملی است. تیپ شناختی است زیرا کوشش دارد دریای اطلاعات درباره ی مردم و شغل ها را سازمان دهد و تعاملی است زیرا فرض می کند بسیاری از رفتارهای اجتماعی و حرفه ای نتیجه ی عمل متقابل مردم و محیط بر یکدیگر است (مهذیزادگان، بی تا: ۴۶).

- 1 . Enterprising.
- 2 . Conventional.

۳. (ر.ک. دوبرین، ۱۹۹۴: ۶۳ - ۶۲).



تیپ‌های شخصیت A و B

الگوی رفتاری تیپ A و B در دهه‌ی ۵۰ توسط دو پزشک متخصص (فریدمن^۱ و روزمن^۲) شناسایی شد.

تیپ شخصیت A^۳

افراد متعلق به تیپ شخصیتی A، خیلی مبارزه‌جو، رقابت پیشه، بی‌حوصله و پرخاشگرند. این افراد حس می‌کنند که هول داده می‌شوند و یک چشمشان همیشه به ساعت است. آن‌ها همیشه سر قرار زودتر از موقع حاضر می‌شوند؛ آن‌ها خیلی سریع غذا می‌خورند، راه می‌روند، حرف می‌زنند و اگر دیگران کند کار کنند، حوصله‌شان سر می‌رود. این افراد در تقسیم قدرت دشواری دارند، در نتیجه، کمتر آمادگی مشورت کردن درباره‌ی مسؤولیت‌های کاری دارند و بدین وسیله بر سنگینی کار خود می‌افزایند. همین افراد هستند که جنبه‌های منفی زندگی را نیز پررنگ‌تر می‌بینند و به‌دنبال انتقادهای منفی هستند تا خود را اصلاح کنند (گنجی، ۱۳۸۱: ۱۸۳ - ۱۸۲).

• علایم تنش فردی مانند به‌هم فشردن فک، کشیدگی عضلات و پرش‌های عصبی.
• تعهد فردی به داشتن به جای بودن.
• عدم آگاهی از محیط عمومی‌تر و گسترده‌تر.
• غافل شدن از عناصری که جزء وظایف فوری نیستند.
• نیاز شدید به متخصص بودن در یک موضوع، در غیر این صورت درگیر نشدن در کار.
• اجبار به رقابت با سایر افراد برخوردار از شخصیت نوع A، به‌جای فهم آن‌ها و همکاری با آنان.
• سخن گفتن به‌گونه‌ای مشخص و با تأکیدهای کلامی حاد، سرعت بخشیدن به آخرین واژه‌های هر جمله و بی‌صبری در زمانی که سخن گفتنش قطع می‌شود.
• احساس مزمن عجله داشتن.
• افکار و اقدامات چند مرحله‌ای که به انجام چند کار هم‌زمان گرایش دارد.
• ناشکیبایی در برابر آهنگ طبیعی رویدادها، گرایش به تمام کردن جملات دیگران.
• انجام سریع هر کار.
• احساس تقصیر در هنگام استراحت.
• گرایش به ارزیابی همه فعالیت‌ها بر حسب نتایج قابل اندازه‌گیری.
• اعتقاد به این‌که صفات شخصیتی نوع A صفاتی هستند که به موفقیت منتهی می‌شوند.

1 . Fridman.
2 . Rosenman.
3 . Type a Personality.



• تکان دادن زانو یا به هم زدن نوک انگشتان به طور مداوم.
• تصمیم به پیروزی در هر نقش، حتی در هنگام برخورد با کسانی که از تجربه و مهارت کمتری برخوردارند.

شکل ۵. ویژگی‌های شخصیت نوع A^۱ (فاتحی، ۱۳۸۷: ۵۰).

تیپ شخصیت B^۲

افراد متعلق به تیپ شخصیتی B، مسایل را خیلی ساده می‌گیرند و بیشتر به کیفیت زندگی اهمیت می‌دهند. آن‌ها کمتر جاه‌طلب و کمتر بی‌حوصله و بیشتر منظم و محتاط هستند (گنجی، ۱۳۸۱: ۱۸۳).

• جزییات را با شکیبایی مدیریت می‌کند.
• کمتر رقابتی می‌باشد.
• موضوعات را با دقت مورد بررسی قرار می‌دهد.
• توجه کمتری به محدودیت‌های زمانی دارد.
• نگرش آسوده‌خاطری به زندگی دارد.
• از استراحت کردن احساس گناه نمی‌کند.
• با سرعت ثابت کار می‌کند.
• به آسانی خشمگین نمی‌شود.

شکل ۶. ویژگی‌های شخصیت نوع B (فاتحی، ۱۳۸۷: ۵۱).

عملکرد افراد تیپ‌های شخصیتی A و B در مشاغل مختلف

افراد نوع A و B در مشاغل بسیار متفاوت از هم عمل می‌کنند. این تفاوت‌ها در ۳ طبقه قرار می‌گیرند:

تیپ شخصیت A و سلامت شخصی:

- افراد تیپ A سطح بالای استرس را تجربه می‌کنند. این رفتار می‌تواند تا اندازه‌ای زیان بار باشد.

تیپ شخصیت A و عملکرد وظیفه:

- افراد نوع A نسبت به افراد نوع B با ضریب هوشی برابر، نمرات بالاتری می‌گیرند و بیشتر پاداش دریافت می‌کنند (گنجی، ۱۳۸۱: ۱۳).
- افراد تیپ A در بعضی از کارها از تیپ B سریع‌ترند، حتی اگر هیچ ضرب‌الاجلی در کار نباشد.

۱. (ر.ک. وتن و کمرون، ۱۳۸۰: ۹۹).



- افراد نوع A نسبت به افراد نوع B به دنبال تلاش بیشتری هستند.
- در مجموع افراد نوع A نسبت به افراد نوع B خودپنداری پایین‌تری دارند و هم‌چنین برون‌گرایی بیشتری از خود نشان می‌دهند (پیمانی‌زاد، بی‌تا: ۱۲۷).

تیپ شخصیت A و ارتباطات با دیگران:

- به دلایل داشتن صفاتی که در زیر اشاره خواهد شد این افراد بیشتر همکاران خود را می‌رنجانند: منفی‌بافی در کار، تمایل به ناشکیبایی با دیگران، عدم‌خوب بازی کردن در تیم، بی‌صبری و قضاوت ضعیف به‌هنگام کار (پیمانی‌زاد، بی‌تا: ۱۲۷).
- نکته: این نکته حایز اهمیت است که اگر افراد تیپ A از سوی سازمان‌ها یاری شوند تا انرژی خود را تا جایی که امکان‌پذیر است به‌صورت آفریننده برای دست‌یابی به هدف‌های سازمان مهار کنند. در صورت امکان باید کنترل بیشتری بر زندگی کاری به این افراد داده شود، و این امر به طور حتم مفید است (فاتحی، ۱۳۸۷: ۱۶).

ابزار (شاخص) مایرز-بریگز^۱

این ابزار برای ارزیابی شخصیت است که در حال حاضر استفاده از آن بسیار متداول شده است. سالانه بین ۳ تا ۵ میلیون نفر در جهان توسط این ابزار خودسنجی، مورد سنجش قرار می‌گیرند که گاه به‌صورت کامپیوتری نیز مورد استفاده قرار می‌گیرد.

این ابزار برای تفکیک افراد نیست، بلکه تنها ابزاری است که اجازه می‌دهد ترجیحات افراد در مورد مفاهیم زندگی فهمیده شود. این ترجیحات در نهایت به تفاوت در یادگیری، اشکال ارتباط، مدیریت تضاد و روابط منجر می‌شود. این ابزار روان‌شناختی، یک ابزار خودسنجی است؛ تست شخصیتی که شامل ۱۰۰ سؤال است، و از افراد سؤال می‌کند که معمولاً در شرایط خاص چه احساسی دارند و چگونه عمل می‌کنند. با پاسخ‌هایی که افراد به پرسش‌ها می‌دهند، آن‌ها به دسته‌های برون‌گرا یا درون‌گرا، حسی یا شهودی^۲، تفکری یا احساسی^۳، قضاوتی یا درک‌کننده^۴، تقسیم می‌شوند (صدری‌نیا، ۱۳۸۷: ۳۱).

این طبقه‌بندی‌ها به این شکل تعریف می‌شود:

1. Meyers – Briggs Type Indiatot (MBTI).
2. Extroversion (E) VS Introversion (I).
3. Sensing (S) VS Intuition (I).
4. Thinking (T) VS Feeling (F).
5. Judging (J) VS Perceiving (P).



• برون‌گرا در برابر درون‌گرا

درون‌گراها ^۱	برون‌گراها
<ul style="list-style-type: none"> • افرادی ساکت و خجالتی و مردم‌گریزند؛ • به احساسات و افکار خویش بیشتر توجه دارد؛ • نگران آینده و مال‌اندیش هستند؛ • معمولاً محافظه‌کار هستند؛ • اصول و معیارها را مهم‌تر از خود اعمال می‌دانند؛ • در نوشتن بهتر از گفتن هستند؛ • مشتاق کتاب‌ها و مجلات هستند؛ • به بررسی علت‌ها و قانون‌ها، علاقه‌مندند؛ • بیشتر وقت خود را صرف طرح نقشه می‌کنند و دیرتر وارد عمل می‌شوند؛ • به ارزش‌های ذهنی توجه دارند. 	<ul style="list-style-type: none"> • افرادی اجتماعی و جسورند؛ • به افراد و اشیاء بیشتر توجه می‌کنند؛ • در زمان حال زندگی می‌کنند؛ • طرفدار اصلاحات اساسی هستند؛ • به خود اعمال و نتیجه آن‌ها توجه دارند؛ • راحت و روان سخن می‌گویند؛ • به فعالیت‌های حرکتی علاقه‌مندند؛ • به جهان محسوس توجه دارند؛ • خون‌گرم، زودآشنا و اهل معاشرت هستند؛ • به ارزش‌های عینی توجه دارند.

شکل ۷. ویژگی‌های افراد درون‌گرا و برون‌گرا (کریمی، ۱۳۸۰: ۸۵).

• احساسی (حس‌گرا) در برابر شهودگرا

افراد را از لحاظ آن‌که چگونه اطلاعات کسب می‌کنند به دو گروه حس‌گر و الهام‌گر می‌توان تقسیم کرد:

احساسی:

تمرکز بر دنیای فیزیکی، با حواس پنج‌گانه خود زندگی می‌کنند، شواهد عینی و محسوس را می‌بینند؛ بانکداران، پلیس‌ها، ورزشکاران، جراحان و خلبانان در این گروه می‌باشند؛ علاقه‌مند به درک جزئیات.

شهودگرا (الهام‌گرا):

تمرکز بر جهان معنوی و ذهنی، از حس ششم، ندای درون و حدس و گمان استفاده می‌کنند. تئوریسین و متفکر، اصیل و پیچیده، علاقه‌مند به چیزهای جدید و غیرمتعارف، شکاک؛ هنرمندان، دانشمندان، شاعران و فیلسوفان جزو این گروه می‌باشند، جای درختان، جنگل را می‌بینند.

۱. این خصوصیات هیچ ارتباطی با کم‌رویی درون‌گرایان ندارد و ممکن است آن‌ها خیلی هم با اعتماد به نفس باشند. ۶۵ درصد نوابغ را درون‌گرایان تشکیل می‌دهند.



• منطقی در برابر احساساتی

اکنون می‌توان افراد را از لحاظ شیوهی تصمیم‌گیریشان به دو گروه اندیشه‌ورز و احساساتی تقسیم‌بندی کرد:
اندیشه‌ورزان (منطقی‌ها):

به واقعیت ارزش می‌نهند، در تصمیم‌گیری از منطق استفاده می‌کنند، علاقه‌مند به اهداف و ایده‌ها، متوجه استدلال غلط دیگران می‌شوند. عینی، منتقد، جو رسمی و مبتنی بر منطق را ترجیح می‌دهند، بی‌احساس، ارزیابی دیگران بر مبنای قوه درکشان می‌باشد؛ مهندسان، دانشمندان و مدیران در این گروه می‌باشند.

احساساتی‌ها:

ارزش دادن به هارمونی (چیزهای متصل به هم)، در تصمیم‌گیری از احساسات خود استفاده می‌کنند، هنگامی که دیگران احتیاج به کمک و پشتیبانی دارند متوجه آن می‌گردند، نازک نارنجی، ارزیابی دیگران بر مبنای اخلاقیات، علاقه‌مند به دیگران و احساساتشان؛ پرستاران، معلمان، هنرمندان، کشیش‌ها جزو این گروه‌اند.

• قضاوتی در برابر ادراکی

حال می‌توان افراد را از لحاظ آن‌که زندگی خود را چگونه می‌گذرانند و نحوه‌ی نگرششان به زندگی به دو گروه انتخاب‌گران و سبکباران تقسیم‌بندی نمود.

انتخاب‌گران (قضاوتی‌ها):

مصمم، سریع تصمیم می‌گیرند، زندگی را استوار و قابل کنترل می‌کنند، پروژه‌ها را به‌سادگی به اتمام می‌رسانند. تمایل دارند کارها را هر چه زودتر به پایان برسانند، وظیفه‌شناس و مسئولیت‌پذیر هستند، خیلی کوتاه‌فکر نیز هستند.

سبکباران (ادراکی‌ها):

پیش از تصمیم‌گیری ابتدا به شرایط خو گرفته و اطلاعات گردآوری می‌کنند، زندگی را انعطاف‌پذیر و بدون تنش سپری می‌کنند. دمدمی مزاح هستند، پشت گوش انداز، بیش از حد روشن فکر هستند، بی‌مسئولیت و وظیفه‌شناس، غیرقابل پیش‌بینی، بیزار از قوانین و خواهان آزادی هستند (صدری نیا، ۱۳۸۷: ۳۳ - ۳۱).

با توجه به توضیحاتی که راجع به انواع شخصیت ابزار بریگز-مایرز داده شد، جدول زیر طبقه‌بندی ابعاد شخصیتی را نشان می‌دهد.

۱. چگونه با دنیای اطراف خود تعامل می‌کنیم؟	دون‌گرا (I)	برون‌گرا (E)
۲. به چه اطلاعاتی بیشتر توجه می‌کنیم؟	شعوری / الهامی (N)	اطلاعاتی / حسی (S)
۳. چگونه تصمیم می‌گیریم؟	احساسی (F)	فکری (T)
۴. چه قدر ترجیح می‌دهیم در دنیای سازمان یافته‌ای زندگی کنیم؟	ادراکی (P)	قضاوتی (J)

شکل ۸. طبقه‌بندی ابعاد شخصیت^۱

۱. حروف منعکس کننده هشت نوع شخصیت به ترتیب حروف اول واژه‌های زیر می‌باشد.



بر مبنای هشت بعد منعکس شده در جدول بالا شانزده نوع شخصیت در نظر گرفته شده که هر یک از آنها ترکیبی خاص از هشت بعد شخصیتی است.

ISTJ	ISFJ	INFJ	INTJ
ISTP	ISFP	INFP	INTP
ESTP	ESFP	ENFP	ENTP
ESTP	ESFP	ENFJ	ENTJ

شکل ۹. علامت اختصاری هر یک از شخصیت‌ها (صدری نیا، ۱۳۸۷: ۳۱)





نتیجه گیری

کارآفرینی به عنوان موتور متحرک توسعه، نقش کلیدی در فرآیند توسعه جوامع ایفا می‌کند و برنامه‌ریزان و سیاست‌مداران تلاش می‌کنند تا با بهره‌گیری از توازن فکری و خلاقیت انسان‌ها در عصری که انقلاب کارآفرینانه نام‌گذاری شده، به تقویت زیرساختارهای اقتصادی و اجتماعی خود بپردازند. در این مقاله به بررسی تعاریف و ویژگی‌های کارآفرینی و این‌که کارآفرینان چه نوع شخصیتی دارند و کدام نوع شخصیت تمایل بیشتری نسبت به کارآفرینی دارد، پرداخته شد. هرچند با توجه تحقیقات بسیاری که در زمینه ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان انجام شده است و با توجه به تحقیق حاضر نمی‌توان صفات منحصر به فردی را به کارآفرینان نسبت داد اما می‌توان به این نتیجه رسید که افراد برون‌گرا، شهودگرا، منطقی و ادراکی (ENTP) و همچنین افرادی که نوع شخصیت آن‌ها بین A و B (نمره متوسط ۱۳ است، که در پیوست آمده است) قرار دارد، نسبت به سایرین کارآفرین‌ترند.



منابع و مآخذ

۱. احمدپور داریانی، محمود، ۱۳۷۸، «کارآفرینی (تعاریف، نظریات، الگوها)»، انتشارات: شرکت پردیس ۵۷.
۲. احمدپور داریانی، محمود / مقیمی، سید محمد، ۱۳۸۵، «مبانی کارآفرینی»، انتشارات فراندیش.
۳. بی‌نا، اردیبهشت ۱۳۷۹، «ویژگی‌های کارآفرین و کارآفرینان ایرانی»، نشریه صنعت نساجی، شماره ۲۲۰.
۴. بورقانی فراهانی، سهیلا، «نگاهی به کارآفرینی و ویژگی‌های کارآفرینان»، نشریه اصلاح و تربیت، شماره ۱۰۶.
۵. پرداختچی، محمدحسن / شفیع‌زاده، حمید، ۱۳۸۵، «درآمدی بر کارآفرینی سازمانی»، انتشارات: ارسباران.
۶. پیمانی‌زاد، حسین، بی‌تا، «تعیین تیپ شخصیتی مدیران تربیت بدنی دانشگاه‌های کشور و ارتباط آن با موفقیت»، نشریه حرکت، شماره ۱۴.
۷. حسینی فرد، سید مجتبی / آهنگرپور، عادل، ۱۳۸۷، «کارآفرینی اجتماعی»، فصلنامه کارآفرینی در عرصه تئوری و عمل مرکز کارآفرینی پردیس قم دانشگاه تهران، شماره اول.
۸. دهقان‌پور فراشاه، علی، زمستان ۱۳۸۱، «کارآفرینی و کارآفرینان»، فصلنامه صنایع، شماره ۳۳.
۹. ساعتچی، محمود، ۱۳۸۳، «روانشناسی کار (کاربرد روان‌شناسی در کار، سازمان، مدیریت)»، انتشارات: مؤسسه نشر ویرایش.
۱۰. شاه حسینی، علی، زمستان ۱۳۸۶، «کارآفرینی»، انتشارات آبیژ، چاپ اول.
۱۱. صدری‌نیا، محمدرضا، ۱۳۸۷، «ساختن یک تیم موفق؛ تلفیق تفاوت‌ها»، مجله تدبیر، شماره ۱۹۰.
۱۲. صمدآقایی، جلیل، ۱۳۷۸، «سازمان‌های کارآفرین»، انتشارات: مرکز آموزش مدیریت دولتی.
۱۳. فاتحی، نرگس‌السادات، ۱۳۸۷، پایان‌نامه کارشناسی ارشد «بررسی رابطه بین تیپ شخصیت A & B و سبک مدیریت (در سازمان‌های منتخب)»، دفاع شده در شهریور ۱۳۸۷، پردیس قم دانشگاه تهران.
۱۴. قلی‌پور سلیمانی، علی، بی‌تا، «بررسی ویژگی‌های شخصیت کارآفرینان»، نشریه مدیریت، شماره ۱۳۰ - ۱۲۹.
۱۵. کریمی، یوسف، ۱۳۸۰، «روانشناسی شخصیت»، انتشارات: مؤسسه نشر ویرایش.
۱۶. گنجی، حمزه، ۱۳۸۱، «ارزشیابی شخصیت»، انتشارات: ساوالان.
۱۷. مقدمی‌پور، مرتضی، ۱۳۸۲، «روانشناسی کار»، انتشارات: مؤسسه کتاب مهربان نشر.
۱۸. مقیمی، سید محمد، بهار ۱۳۸۲، «کارآفرینی و عوامل اجتماعی»، نشریه رهیافت، شماره ۲۹.
۱۹. مقیمی، سید محمد، ۱۳۸۳، «کارآفرینی در نهادهای جامعه مدنی»، انتشارات: دانشگاه تهران.
۲۰. مهدیزادگان، ایران، بی‌تا، «تیپ‌های شخصیتی و انتخاب شغل»، نشریه فولاد شماره ۴۳ - ۴۱.
۲۱. هادی‌زاده مقدم، اکرم / رحیمی فیل‌آبادی، فرج‌الله، ۱۳۸۴، «کارآفرینی سازمانی»، انتشارات: جانان.



۲۲. هزار جریبی، جعفر، ۱۳۸۶، «کارآفرینی»، انتشارات: پژوهشکده امور اقتصادی.

۲۳. هیأت نویسندگان (سالاز ملیتو و همکاران)، ۱۳۸۳، «مقدمه‌ای بر کارآفرینی»، مترجم: سیامک نطق، انتشارات:

کوهسار

24. Wortman, M.S. A Unified framework, Research Typologies. And Research For The Interface Between Entrepreneurship And Small Business, The Art And Sciece Of Entrepreneurship.





پیوست شماره ۱. پرسشنامه‌ی شخصیتی A و B

به سؤالاتی که با ویژگی شخصیتی شما منطبق است، جواب (بلی)، و سؤالی که با ویژگی شخصیتی شما منطبق نیست، جواب (خیر) بدهید و تا می‌توانید سریع پاسخ دهید و هیچ سؤالی را بدون پاسخ نگذارید.

۱. آیا در مکالمات روزمره خود روی برخی از کلمات تأکید می‌کنید؟
۲. آیا به‌طور سریع غذا می‌خورید و به‌طور سریع حرف می‌زنید؟
۳. آیا به نظر شما باید به کودکان یاد داد تا بهترین باشند؟
۴. آیا وقتی کسی کند کار می‌کند، بی‌حوصلگی نشان می‌دهید؟
۵. آیا وقتی دیگران حرف می‌زنند آن‌ها را وادار می‌کنید که زود باشند؟
۶. آیا وقتی احساس می‌کنید که باید در رستوران منتظر خالی شدن میز باشید، خیلی عصبانی می‌شوید؟
۷. آیا وقتی کسی برای شما حرف می‌زند، هم‌چنان ادامه‌ی افکار شخصی خود را دنبال می‌کنید؟
۸. آیا سعی می‌کنید در حال اصلاح کردن یا آرایش کردن، صبحانه نیز بخورید؟
۹. آیا اتفاق می‌افتد که در تعطیلات تابستان کار کنید؟
۱۰. آیا بحث‌های مربوط به موضوع‌های مورد علاقه خود را هدایت می‌کنید؟
۱۱. آیا اگر وقت‌گذرانی کنید خود را گناه‌کار می‌دانید؟
۱۲. آیا آن‌قدر مشغول کار هستید که متوجه اطراف یا تغییر دکوراسیون خانه نمی‌شوید؟
۱۳. آیا با مادیات بیشتر از مسایل اجتماعی درگیر هستید؟
۱۴. آیا سعی می‌کنید فعالیت خود را در کمترین زمان برنامه‌ریزی کنید؟
۱۵. آیا همیشه به‌موقع سر قرار حاضر می‌شوید؟
۱۶. آیا اتفاق افتاده است برای بیان نظر خود، مشت‌گرفته کنید یا مشت‌بزنید؟
۱۷. آیا موفقیت‌های خود را به توانایی سریع کار کردن خود نسبت می‌دهید؟
۱۸. آیا احساس می‌کنید کارها باید همین حالا و سریع انجام گیرد؟
۱۹. آیا برای انجام دادن کارهای خود همیشه سعی می‌کنید ابزاری به‌کار ببرید که بیشترین بازده را داشته باشند؟
۲۰. آیا به‌هنگام بازی، بیشتر سعی می‌کنید ببرید نه این‌که سرگرم شوید؟
۲۱. آیا اغلب حرف دیگران را قطع می‌کنید؟
۲۲. آیا وقتی دیگران تأخیر می‌کنند، عصبانی می‌شوید؟
۲۳. آیا پس از غذا خوردن، بلافاصله از سر میز یا سفره بلند می‌شوید؟
۲۴. آیا احساس می‌کنید عجله دارید؟
۲۵. آیا از عملکرد فعلی خود ناراضی هستید؟





درجه بندی

نکته: نحوه‌ی امتیازدهی این‌گونه است که اعدادی که در زیر آمده، براساس پاسخ دادن به سؤالات با گزینه بله است.

نمره متوسط: ۱۳.

بیشتر از متوسط: تمایل به تیپ A؛

کمتر از متوسط: تمایل به تیپ B؛

کمتر از ۵: تمایل شدید به تیپ B؛

بیشتر از ۲۰: تمایل شدید به تیپ A (گنجی، ۱۳۸۱: ۱۸۲-۱۸۱).



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی





پیوست شماره ۲. پرسشنامه هالند (ابعاد شش گانه شخصیتی و کار)

به هر یک از جمله‌ها که اعتقاد دارید (یعنی پاسخ مثبت می‌دهید)، در پاسخنامه دور شماره آن خط بکشید، و در پایان تعداد پاسخ‌های هر ستون را جمع‌بندی کنید. هر ستون نمایانگر یک بعد از شش بعد شخصیت شماست. جمع هر ستون که بیشتر شود، آن بعد، بعد غالب شخصیت شماست.

۱. بدنی قوی و سالم برایم بسیار مهم است.
۲. احتیاج دارم مسایل را به‌خوبی و به‌طور عمیق بفهمم.
۳. هر نوع موسیقی، رنگ، زیبایی در روحیاتم اثر می‌گذارد.
۴. بدون مردم زندگی را بیهوده می‌بینم.
۵. از اعتماد به‌نفس بالایی برخوردارم و می‌توانم به خواسته‌هایم برسیم.
۶. من باید دستورالعمل‌های مشخصی داشته باشم تا کارهایم را دقیق انجام دهم.
۷. معمولاً وسایلم را خودم می‌سازم و حمل و تعمیر می‌کنم.
۸. ساعت‌ها درباره موضوعی فکر می‌کنم.
۹. علاقه‌مند به محیط اطرافم هستم. رنگ و طرح اشیاء برای من ارزشمند است.
۱۰. مهمان‌دوست هستم.
۱۱. اهل رقابت با دیگران هستم.
۱۲. قبل از انجام هر کاری ابتدا محیط اطرافم را مرتب می‌کنم.
۱۳. دوست دارم با دست‌هایم چیزهای جدید بسازم.
۱۴. تحقیق در مورد طرح‌های جدید من را ارضاء می‌کند.
۱۵. مایلم راه‌های جدید را با دیگران در میان می‌گذارم.
۱۶. مسایل شخصی خود را با دیگران در میان می‌گذارم.
۱۷. از این‌که عضو گروه مهمی باشم احساس رضایت می‌کنم.
۱۸. در تمام کارهایم خیلی دقت به خرج می‌دهم.
۱۹. برایم مهم نیست که دست‌هایم در حین کار «کثیف» شوند.
۲۰. دوست دارم تمام عمر خود را صرف دانش‌اندوزی کنم.
۲۱. دوست دارم لباس‌هایم را از مدل‌های غیرمعمول انتخاب کنم و رنگ‌ها و سبک‌های نو را انتخاب کنم.
۲۲. اغلب می‌توانم حدس بزنم چه موقع یک فرد احتیاج به صحبت با دیگران دارد.
۲۳. دوست دارم کارهای مردم را راه بیاندازم.
۲۴. با روشی منظم کارهایم را انجام می‌دهم.
۲۵. مایلم وسایل مقرون به‌صرفه بخرم، روی آن کار کنم و چیز تازه‌ای بسازم.



۲۶. گاهی اوقات ساعت‌ها جدول حل می‌کنم، یا مطالعه می‌کنم یا در مورد زندگی فکر می‌کنم.
۲۷. خیال‌پرداز خوبی هستم.
۲۸. وقتی از دیگران مواظبت می‌کنم احساس خوبی دارم.
۲۹. دلم می‌خواهد دیگران به حس کمک و هم‌یاری من اطمینان داشته باشند.
۳۰. هر وقت کاری را با دقت و کامل انجام می‌دهم احساس رضایت می‌کنم.
۳۱. به کارهای دستی و عملی علاقه دارم.
۳۲. در مورد هر سوژه‌ای که کنجکاوی‌ام را تحریک کند مطالعه می‌کنم.
۳۳. دوست دارم مبتکر ایده‌های نو باشم.
۳۴. هرگاه با کسی مشکلی پیدا می‌کنم، ترجیح می‌دهم درباره‌اش صحبت کنم و آن را برطرف سازم.
۳۵. معتقدم که برای رسیدن به موفقیت باید اهداف بلند داشته باشم.
۳۶. ترجیح می‌دهم در سمتی باشم که مسئولیت نپذیرم.
۳۷. مایل نیستم وقت زیادی را به بحث با دیگران اختصاص دهم.
۳۸. قبل از حل مسأله‌ای آن را به‌طور کامل تجزیه و تحلیل می‌کنم.
۳۹. دوست دارم محیط اطرافم را گاه‌گاه تغییر داده و آن را خاص و متفاوت سازم.
۴۰. موقع احساس غم و ناراحتی با دوستم صحبت می‌کنم.
۴۱. ترجیح می‌دهم طرحی را که پیشنهاد می‌کنم جزییاتش را دیگران انجام دهند.
۴۲. معمولاً از موقعیتی که دارم راضی هستم.
۴۳. انجام کار در فضای بیرون و باز روحیه‌ام را تقویت می‌کند.
۴۴. دایم می‌پرسم «چرا»؟
۴۵. دوست دارم که کارم احساسات و حالات درونی‌ام را نیز بیان کند.
۴۶. مایلم راه‌هایی را برای کمک به مردم بیابم تا از هم‌دیگر مراقبت کنند.
۴۷. می‌خواهم در تصمیم‌های مهم سهیم باشم.
۴۸. از این‌که دیگران در رأس امورند خوشحال‌تر هستم.
۴۹. دوست دارم محیط اطرافم ساده و فقط دارای لوازم ضروری باشد.
۵۰. تا جواب مسأله‌ای را پیدا نکنم دست برنمی‌دارم.
۵۱. زیبایی طبیعت تأثیر عمیقی در وجود من می‌گذارد.
۵۲. ارتباطات نزدیک برایم مهم است.
۵۳. ارتقاء مقام و پیشرفت برایم بسیار اهمیت دارد.
۵۴. به نظر من کسی که هر روز کارهایش را دقیق انجام دهد فرد بالیافتی است.
۵۵. معتقدم برای جلوگیری از هرج و مرج نیازمند سیستم قانونی محکمی هستیم.



۵۶. کتاب دیدگاه‌هایم را گسترش می‌دهد.
۵۷. مشتاق تماشای نمایش‌های هنری، تئاتر و فیلم‌های خوب هستم.
۵۸. وقتی شخصی را برای مدتی نبینم، از حالش جويا می‌شوم.
۵۹. تأثیرگذاری بر دیگران برایم هیجان‌انگیز است.
۶۰. وقتی می‌گویم کاری را انجام می‌دهم، تا آخرین جزئیات آن را پی‌گیری می‌کنم.
۶۱. معتقدم کار جسمانی سخت ولی متناسب هیچ‌وقت به کسی آسیب نمی‌زند.
۶۲. مایلم در مورد موضوعات مورد علاقه‌ام تا آن‌جا که می‌توانم یاد بگیرم.
۶۳. از تقلید در کارهایم دوری می‌کنم و دوست دارم که کارهایم متفاوت باشد.
۶۴. دوست دارم دیگران از من کمک بخواهند.
۶۵. در کارهایم اهل ریسک هستم.
۶۶. در انجام هر کار جدید احتیاج به راهنمایی دقیق و قوانین روشن دارم.
۶۷. اولین چیزی که در یک ماشین توجهم را جلب می‌کند، کیفیت موتور آن است.
۶۸. جذب افرادی می‌شوم که مرا از لحاظ فکری به فعالیت وا می‌دارند.
۶۹. وقتی کار خلافی انجام می‌دهم، چیزهای دیگر را رها می‌کنم.
۷۰. از این‌که افراد بسیاری در جامعه نیازمند کمک هستند احساس نگرانی می‌کنم.
۷۱. مایلم عقایدم را به دیگران ابراز کنم.
۷۲. هر وقت سیستمی که به آن عادت کرده‌ام عوض شود بسیار ناراحت می‌شوم.
۷۳. حتی اگر فرصت کمی داشته باشم به‌خوبی از عهده کارهایم برمی‌آیم.
۷۴. خواندن مطالبی در مورد اکتشافات جدید برایم جالب است.
۷۵. دوست دارم کارها (اتفاقات) یا رویدادهای منحصر به فردی ایجاد کنم.
۷۶. بعضی مواقع کارهای روزمره‌ام را رها می‌کنم و به مردم تنها و بی‌کس و کار کمک می‌کنم.
۷۷. در موقع خرید چانه می‌زنم.
۷۸. تا زمانی که از تأیید شدن کاری از اطمینان حاصل نکنم به آن کار دست نمی‌زنم.
۷۹. برای سلامتی جسم به ورزش بسیار اهمیت می‌دهم.
۸۰. همیشه در مورد چگونگی کارکرد طبیعت کنجکاوام.
۸۱. دوست دارم کارهای تازه و غیر معمول انجام دهم.
۸۲. از نظر من اصولاً مردم خوب هستند.
۸۳. اگر در اولین امتحان موفق نشوم با تلاش بیشتر خود را برای امتحان بعدی آماده می‌کنم.
۸۴. دوست دارم بدانم دیگران از من چه انتظاری دارند.
۸۵. علاقه دارم قطعات وسیله‌ای را از هم جدا کنم و ببینم آیا می‌توانم دوباره آن‌ها را درست کنم یا نه؟



۸۶. هر وقت با بحرانی مواجه می‌شوم به‌خود می‌گویم: «ناراحت نباش، ما می‌توانیم فکر کنیم و با روشی منطقی بحران را برطرف سازیم».
۸۷. تصور زندگی بدون زیبایی برایم دشوار است.
۸۸. معمولاً مردم مشکلات خود را با من در میان می‌گذارند.
۸۹. می‌توانم به‌راحتی با دیگران ارتباط برقرار کنم و از این طریق یک شبکه ارتباطی ایجاد کنم.
۹۰. برای خوشحال شدن احتیاج به چیزهای زیادی ندارم.





قراردادی	متهور	اجتماعی	هنری	جست و جوگر	واقع گرا
۶	۵	۴	۳	۲	۱
۱۲	۱۱	۱۰	۹	۸	۷
۱۸	۱۷	۱۶	۱۵	۱۴	۱۳
۲۴	۲۳	۲۲	۲۱	۲۰	۱۹
۳۰	۲۹	۲۸	۲۷	۲۶	۲۵
۳۶	۳۵	۳۴	۳۳	۳۲	۳۱
۴۲	۴۱	۴۰	۳۹	۳۸	۳۷
۴۷	۴۷	۴۶	۴۵	۴۴	۴۳
۵۴	۵۳	۵۲	۵۱	۵۰	۴۹
۶۰	۵۹	۵۸	۵۷	۵۶	۵۵
۶۶	۶۵	۶۴	۶۳	۶۲	۶۱
۷۲	۷۱	۷۰	۶۹	۶۸	۶۷
۷۸	۷۷	۷۶	۷۵	۷۴	۷۳
۸۴	۸۳	۸۲	۸۱	۸۰	۷۹
۹۰	۸۹	۸۸	۸۷	۸۶	۸۵

در زیر علامت‌های خود را جمع‌بندی کنید:

قراردادی	متهور	اجتماعی	هنری	جست و جوگر	واقع گرا
.....

از جمع‌بندی بالا به ترتیب بیشترین امتیاز، اولویت خود را بنویسید. اولین الویت شما، نوع شخصیت غالب شماست:

اولویت اول-----؛ اولویت دوم-----؛ اولویت سوم-----

(اینترنت)





پیوست شماره ۳. تست کارآفرینی

پاسخی را که بیشتر با وضعیت شما تطبیق می‌کند، نشانه‌گذاری کنید و با توجه به پاسخنامه امتیازها را جمع کنید و امتیاز بیشتر به معنی کارآفرینی بیشتر است (صمدآقایی، ۱۳۷۸: ۲۸۹ - ۲۸۱).

۱. وضعیت کاری والدین شما چگونه بوده است؟

- الف. هر دو کار می‌کرده‌اند، بیشتر موارد برای خودشان کار کرده‌اند.
 ب. هر دو کار می‌کرده‌اند، فقط بخشی از کارهایشان برای خودشان بوده است.
 پ. یکی از والدینم بیشتر برای خودش کار کرده است.
 ت. یکی از والدینم بخشی از کارهایش برای خودش بوده است.
 ث. هیچ یک از والدینم هرگز برای خود کار نکرده‌اند.

۲. آیا تاکنون از شغلی اخراج شده‌اید؟

- الف. بله، بیش از یک بار؛ ب. بله، یک بار؛ پ. نه.

۳. روند شغلی شما چه‌طور بوده است؟

- الف. عمدتاً در تشکیلات اقتصادی کوچک (کمتر از ۱۰۰ نفر) بوده است.
 ب. عمدتاً در تشکیلات اقتصادی متوسط (۱۰۰ تا ۵۰۰ نفر) بوده است.
 پ. عمدتاً در تشکیلات اقتصادی بزرگ (بیش از ۵۰۰ نفر) بوده است.

۴. آیا قبل از بیست سالگی مرکز اقتصادی را تأسیس کرده‌اید؟

- الف. بسیار؛ ب. کم؛ پ. هیچ.

۵. اکنون چند سال دارید؟

- الف. ۳۰-۲۱؛ ب. ۴۰-۳۱؛ پ. ۵۰-۴۱؛

۶. موقعیت شما بین خواهران و برادران چگونه است؟

- الف. بزرگترین؛ ب. کوچک؛ پ. میانی؛

۷. وضعیت تأهل شما چگونه است؟

- الف. متأهل؛ ب. جدا شده؛ پ. مجرد.

۸. بالاترین سطح تحصیلات رسمی شما چیست؟

- الف. زیر دیپلم؛ ب. دیپلم؛ پ. لیسانس؛ ت. فوق لیسانس؛ د. دکترا.

۹. انگیزه‌ی اصلی شما در راه‌اندازی تشکیلات اقتصادی چیست؟

- الف. کسب پول؛ ب. دوست ندارم برای دیگری کار کنم؛
 پ. کسب شهرت؛ ت. برای فروشنده‌اندن انرژی.





۱۰. رابطه‌ی شما با پدر یا مادرتان که بیشتر درآمد خانواده را تأمین می‌کند، چه‌طور است؟
الف. تصنعی (رسمی)؛ ب. راحت؛ پ. رقابتی؛ ت. رابطه‌ای وجود ندارد.
۱۱. بین سخت کار کردن و تند کار کردن کدام یک را انتخاب می‌کنید؟
الف. سخت کار کردن؛ ب. هوشمندانه کار کردن؛ پ. هر دو حالت.
۱۲. برای مشورت در مورد یک موضوع مدیریتی حساس به چه کسانی مراجعه می‌کنید؟
الف. تیم‌های مدیریتی داخلی؛ ب. متخصصان مدیریتی خارجی؛
پ. متخصصان امور مالی خارجی؛ ت. هیچ کس جز خودم.
۱۳. در مسابقات شرط‌بندی روی کدام یک از موارد زیر شرط‌بندی می‌کنید؟
الف. ۱۰ به ۱؛ ب. ۳ به ۱؛ پ. ۲ به ۱.
۱۴. کدام یک از عوامل زیر برای راه‌اندازی تشکیلات اقتصادی لازم و کافی است؟
الف. پول؛ ب. مشتری؛ پ. ایده یا محصول؛ ت. انگیزه و سخت کار کردن.
۱۵. اگر کشتی‌گیر بودید و فرصت می‌یافتید با قهرمان ملی کشور یک مسابقه دهید؟
الف. این فرصت را از دست می‌دادید، زیرا او به راحتی شما را شکست می‌دهد؛
ب. مبارزه را قبول می‌کردید، اما پول بر سر بردن آن نمی‌گذاشتید؛
پ. حقوق یک هفته‌ی خود را بر سر بردن شرط‌بندی می‌کردید؛
ت. بر احتمالات دل می‌بستید، شرط‌بندی کلانی می‌کردید و تلاش می‌کردید تا حادثه‌ای بیافرینید.
۱۶. شما خیلی سریع «دل‌بسته‌ی»:
الف. ایده‌های جدید برای تولید می‌شوید؛ ب. کارکنان جدید می‌شوید؛
پ. ایده‌های جدید برای ساخت می‌شوید؛ ت. طرح‌های مالی جدید می‌شوید؛
ث. همه‌ی موارد بالا می‌شوید.
۱۷. شخصیت دلخواه شما صاحب کدام یک از ویژگی‌های زیر است؟
الف. باهوش و پرانرژی؛ ب. باهوش و تنبل؛ پ. خنگ اما پرانرژی.
۱۸. دلیل بهتر اجرا شدن کارهای شما چیست؟
الف. همیشه سر وقت حاضر می‌شوید؛ ب. به‌طور خیلی دقیق سازماندهی می‌کنید؛
پ. همه چیز را به‌خوبی ثبت می‌کنید؛
۱۹. از بحث کردن در مورد کدام موضوع بیزار هستید؟
الف. مشکلات مربوط به کارکنان؛ ب. مشخص کردن صورت‌حساب مخارج؛
پ. شیوه‌های مدیریتی جدید؛ ت. آینده‌ی تشکیلات اقتصادی.





۲۰. فرض کنید در انتخاب موارد زیر آزاد هستید، کدامیک را ترجیح می‌دهید؟
الف. انداختن تاس با شانس بردن ۱ به ۳؛ ب. کارکردن روی مشکلی که احتمال حل شدن ۱ به ۳ است.
۲۱. چنانچه قرار باشد بین حرفه‌های رقابتی زیر یکی را انتخاب کنید، کدامیک را انتخاب خواهید کرد؟
الف. گلف حرفه‌ای؛ ب. فروش؛ پ. مشاوره پرسنلی؛ ت. تدریس.
۲۲. چنانچه مجبور شوید یک نفر شریک انتخاب کنید، دوست خود را برمی‌گزینید یا فرد غریبه‌ای که در زمینه‌ی کاری شما تخصص دارد؟
الف. دوست نزدیک؛ ب. فرد غریبه‌ی متخصص.
۲۳. شما چه موقع از بودن با مردم خوشحال خواهید بود؟
الف. زمانی که می‌توانید کار هدف‌مند انجام دهید؛ ب. زمانی که می‌توانید کار متفاوت و جدیدی انجام دهید؛
پ. همهی اوقات، حتی زمانی که کار برنامه‌ریزی شده‌ای ندارید
۲۴. در موقعیت‌های بازرگانی که نیاز به عمل وجود داشته باشد، کدامیک از افراد زیر مفیدتر خواهند بود؟
الف. موافق؛ ب. موافق با یک‌سری شروط؛ پ. ناموافق.
۲۵. در یک بازی رقابتی، دل مشغولی شما:
الف. بهتر بازی کردن است؛ ب. برد و باخت است؛
پ. هر دو مورد بالاست؛ ت. هیچ‌یک.

درجه‌بندی

۵. الف: ۱۰، ب: ۷، پ: ۵، ت: ۵، ث: ۰
۶. الف: ۱۰، ب: ۵، پ: ۰
۷. الف: ۱۰، ب: ۵، پ: ۰
۸. الف: ۱۰، ب: ۷، پ: ۰
۹. الف: ۸، ب: ۱۰، پ: ۵، ت: ۲
۱۰. الف: ۱۵، ب: ۲، پ: ۰، ت: ۰، ث: ۰
۱۱. الف: ۰، ب: ۲، پ: ۲
۱۲. الف: ۲، ب: ۳، پ: ۱۰، ت: ۸، ث: ۴
۱۳. الف: ۰، ب: ۱۵، پ: ۰، ت: ۰
۱۴. الف: ۱۰، ب: ۵، پ: ۱۰، ت: ۵
۱۵. الف: ۰، ب: ۵، پ: ۱۰، ت: ۰
۱۶. الف: ۰، ب: ۱۰، پ: ۰، ت: ۵
۱۷. الف: ۰، ب: ۲، پ: ۱۰، ت: ۳
۱۴. الف: ۰، ب: ۱۰، پ: ۰، ت: ۰
۱۵. الف: ۰، ب: ۱۰، پ: ۰، ت: ۰
۱۶. الف: ۰، ب: ۱۰، پ: ۰، ت: ۰
۱۷. الف: ۰، ب: ۱۰، پ: ۰، ت: ۰
۱۸. الف: ۰، ب: ۱۰، پ: ۰، ت: ۰
۱۹. الف: ۸، ب: ۱۰، پ: ۰، ت: ۰
۲۰. الف: ۰، ب: ۱۵
۲۱. الف: ۳، ب: ۱۰، پ: ۰
۲۲. الف: ۰، ب: ۱۰
۲۳. الف: ۳، ب: ۳، پ: ۱۰
۲۴. الف: ۱۰، ب: ۲، پ: ۰
۲۵. الف: ۸، ب: ۱۰، پ: ۱۵، ت: ۰

