

تأثیر رغبت‌های شغلی شخصیتی بر گرایش کارآفرینانه جویندگان کار ساکن شهر تهران
**The effect of vocational-personality interest on entrepreneurial
orientation among job seekers applicants residing in Tehran city**

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۱/۳/۲، تاریخ دریافت نسخه نهایی: ۱۳۹۱/۱۰/۱، تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۲/۵/۲۸

**R. Bakhtiari., (M.A.), S. Hosseinian.,
(Ph.D) & S.M. Yazdi., (Ph.D)**

رعنا بختیاری^۱، سیمین حسینیان^۲ و سیده منور
یزدی^۳

Abstract: The present research aims the effect of vocational-personality interest on entrepreneurial orientation. The different vocational-personality types in this research include: realistic, investigative, artistic, social, enterprising and conventional. And entrepreneurial orientation includes elements such as risk taking, innovation, pro activeness, competition and independence. To carry out the research 81 job applicants from Tehran who had applied in Sandoghe Mehre Emam Reza in the first half of the year 1390 were selected to answer the vocational-personality interest and entrepreneurial tendency questionnaire. The research method in this study is quantitative descriptive (not experimental) which is a kind of correlation studies. The aim of the research is predicting the change independent variables (entrepreneurial intention) considering the changes in dependent variable (vocational-personality interest). And regression analysis was applied in this regard. The results proved that having social personality influences the entrepreneurial orientation.

Key words: Vocational- Personality interest, Entrepreneurial orientation.

چکیده: هدف پژوهش حاضر بررسی تأثیر رغبت‌های شغلی - شخصیتی بر گرایش کارآفرینانه است. تیپ‌های شغلی - شخصیتی در این تحقیق عبارتند از: تیپ واقع‌گرا، جستجوگر، هنری، اجتماعی، متهور و قراردادی و گرایش کارآفرینانه شامل مؤلفه‌های خطرپذیری، نوآوری، پیشگامی، رقابت‌جویی و استقلال می‌باشد. در این پژوهش، روش پژوهش پس‌رویدادی از نوع طرح‌های همبستگی است و جامعه آماری موردنظر در این پژوهش جویندگان کار ساکن شهر تهران می‌باشند که در نیمه اول سال ۱۳۹۰ به صندوق مهر امام رضا (ع) مراجعه کرده‌اند که از طریق فرمول کوکران حجم نمونه ۸۱ نفر به‌دست آمد. نمونه‌ها به‌روش تصادفی ساده انتخاب شدند و به پرسشنامه رغبت‌های شغلی - شخصیتی و گرایش کارآفرینانه پاسخ دادند. در ادامه به منظور تحلیل داده‌ها از شاخص‌های آماری آزمون T، تحلیل واریانس و رگرسیون استفاده شد. نتایج نشان داد که داشتن تیپ اجتماعی بر گرایش کارآفرینانه اثر دارد.

کلید واژه‌ها: رغبت‌های شغلی، شخصیتی، گرایش کارآفرینانه

مقدمه

امروزه هم‌زمان با صنعتی شدن جوامع و پیشرفت روزافزون تکنولوژی و تخصصی شدن مشاغل، هم‌چنین پیدایش علم روان‌شناسی و آزمون‌های استاندارد، سعی بر آن است تا تفاوت‌های فردی در زمینه‌های مختلف با توجه به گرایش‌ها، علایق و مهارت‌های لازم در هر شغل سنجیده شود. هم‌چنین چالش‌های اشتغال یا موضوع کار و بی‌کاری نه تنها یکی از مهم‌ترین مسائل اجتماعی روز جهان و کشور ما به شمار می‌آید، بلکه با توجه به میزان رشد جمعیت در دو دهه گذشته، می‌توان آن را مهم‌ترین چالش اجتماعی چنددهه اخیر به حساب آورد (تاج‌آبادی و همکاران، ۱۳۸۷، صفحه، ۳۴).

در همین رابطه تغییر و تحول‌های دنیای پرشتاب کنونی، چالش‌های پی در پی نظام‌های اقتصادی-اجتماعی، کاهش ذخایر زیرزمینی، افزایش فقر و بی‌کاری، موجب پیدایش و برجستگی مفهوم کارآفرینی شده است. کارآفرین کسی است که برای شروع یا ادامه عملیات تولید، نسبت به مخاطره‌ها متعهد شده و عموماً این کار را به‌صورت مستقل انجام می‌دهد (لاک زینگر و باگی^۱، ۲۰۰۱).

کارآفرینی را می‌توان یک فرایند پویا نامید؛ که شامل آرمان، تحول، دگرگونی و خلاقیت می‌شود. این فرآیند به کاربرد و استفاده نیرو و انگیزه افراد در جهت خلق و اجرای ایده‌های نو و هم‌چنین راه‌حل‌های کاربردی احتیاج دارد. اجزای اصلی این فرآیند شامل موارد زیر است:

- میل به خطرپذیری حساب شده براساس زمان
- ارزش خالص یا فرصت شغلی
- توانایی تشکیل یک تیم در ارتباط با انجام یک کار پرخطر
- داشتن مهارت خلاق در نظم بخشیدن به منابع موردنیاز
- داشتن مهارت اساسی در پی ریزی و طراحی یک طرح منسجم و پایدار شغلی
- داشتن چشم‌اندازی برای یافتن فرصت‌هایی که دیگران نمی‌توانند در یک موقعیت به هم ریخته و پرآشوب دریابند (کوراتکو و هاجتز^۲، ۲۰۰۴).

از این جنبه، کارآفرینی چیزی فراتر از اشتغال‌زایی محض است. هرچند می‌توان آن را از اجزای مهم پیکره اقتصادی به حساب آورد. ویژگی‌ها و مشخصه‌های جستجوی فرصت‌ها یعنی پذیرفتن خطرها بدون پشتوانه امنیتی و نیز تحمل سختی کنار زدن یک ایده قدیمی برای رسیدن به واقعیت، همه و همه درکنار هم با یک دیدگاه و دورنمایی ویژه ترکیب شده و کارآفرینان را به شدت تحت‌تأثیر قرار می‌دهد. شاید بتوان این دیدگاه را «دید کارآفرینانه» نام برد

1. Luck singer & bagby
2. kuratko & hodgetts

تأثیر رغبت‌های شغلی شخصیتی بر گرایش کارآفرینانه جویندگان کار ساکن شهر تهران

که به آرامی از سوی افراد در حال پذیرش است. از این منظر داخل یا خارج هر مؤسسه انتفاعی یا غیرانتفاعی یا فعالیت‌های تجاری و غیر آن با هدف پیشبرد ایده‌های خلاق می‌تواند نشان داده شود. پس می‌توان نتیجه گرفت که مفهوم کارآفرینی یک مفهوم منسجم بوده که به‌گونه‌ای کاملاً نوآورانه در زمینه اشتغال فردی نقش ایفا می‌کند. به جرأت می‌توان گفت که این دیدگاه چگونگی هدایت و پیشبرد فعالیت‌های اقتصادی را در تمامی سطوح و در همه کشورها دچار تحول شگرفی کرده است. این دگرگونی در یک مفهوم اقتصادی آغاز شده و کارآفرینی هم در این مسیر نقش قالب ایفا می‌کند. نسل جوان امروز در ابتدای قرن بیست و یکم از زمان انقلاب صنعتی تا کنون در مقام نسل کارآفرینانه قرار دارد. آمار هم این ادعا را ثابت می‌کند. در حال حاضر ۵/۶ میلیون جوان آمریکایی زیر ۳۴ سال فعالیت اقتصادی و کسب و کار خود را به‌طور جدی دنبال کرده و فعالیت خود را آغاز کرده‌اند. در این میان، یک سوم، کارآفرینان جدیدی هستند که سن آنان کم‌تر از ۳۰ سال است. چیزی حدود ۶۰ درصد و حتی بیشتر هم بین ۱۸ تا ۲۹ ساله بوده و می‌خواهند کارفرمای خود باشند. دیگر این که حدود ۸۰ درصد، کارآفرینان آینده آمریکا ۱۸ تا ۳۴ ساله هستند.

این آمار روزافزون تنها به کارآفرینان اختصاص ندارد، بلکه در مورد کسب و کارهای جدید مخاطره‌آمیز در چند سال گذشته رشد قابل توجهی داشته است.

تعداد دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی که دوره‌های مربوط به کارآفرینی را ارائه می‌دهند از چند دوره انگشت شمار دهه ۱۹۷۰ به تعداد ۱۶۰۰ دوره در سال ۲۰۰۵ افزایش یافته است (کتز^۱، ۲۰۰۳). اما رشد قابل توجه دوره‌های مربوط به رشته کارآفرینی، مشکل‌ساز نیز شده است، این که هنوز این رشته مشروعیت همگانی پیدا نکرده و قانون‌مند و مدون نشده است.

بر این اساس سازمان‌ها نیز درصدد گزینش افراد خود براساس نظریه‌های علمی- شغلی هستند، تا نیروی انسانی متخصص را در جای مناسب خود قرار داده و ضمن ایجاد رضایت شغلی در فرد، بهترین کارآمدی را نیز از او انتظار داشته باشند.

بکار و تولوز بر این باورند که دانش کارآفرینی را می‌توان در قالب سه دسته کلی گروه‌بندی کرد.

گرایش کارآفرینانه، ایجاد کسب و کارهای مخاطره‌پذیر جدید و مدیریت کسب و کارهای مخاطره‌آمیز (ابراهیم و سوفانی، ۲۰۰۲). (به نقل از احمد پور داریانی، ۱۳۸۶، صفحه، ۱۷۵).

جامعه‌شناسان و دیگر نظریه‌پردازان علوم مدیریت در بررسی‌های کارآفرینی با استفاده از رویکرد رفتاری، مهم‌ترین عامل‌های موثر در کارآفرینی را مطرح کردند. بر پایه نظریه ویلیام بای

گریو (۱۹۹۴) عوامل شخصی، روانی و محیطی در کارآفرینی مهم هستند. تصمیم‌گیری یا فقدان تصمیم‌گیری برای ورود به کسب و کار و تعقیب ایده‌های کارآفرینی به‌عواملی چون زمینه شغلی، شرایط کودکی، خانواده، دوستان، الگوی نقش، وضعیت اقتصادی و تجربه‌های قبلی بستگی دارد (احمد پورداریانی، ۱۳۷۸).

طبق نظر جان هالند^۱ (۱۹۹۲) افراد با توجه به شخصیت ویژه خود و عوامل متعدد دیگری که ریشه در سابقه و زمینه زندگی آن‌ها دارند، جذب شغل خاصی می‌شوند. به گفته هالند انتخاب شغل، ابراز شخصیت و یا گسترش آن به جهان کار است (زونکر^۲، ۲۰۰۶). به‌نقل از حسینیان و یزدی (۱۳۷۷).

هالند در بررسی‌های ۵۰ ساله خود نشان داد که شخصیت فرد می‌تواند نقش مهمی در انتخاب شغل و به‌طور کلی در زندگی حرفه‌ای او داشته باشد. براساس نظریه هالند، افراد جامعه را می‌توان از نظر شخصیت در یکی از شش تیپ واقع‌گرا، جستجوگر، هنری، اجتماعی متهور و قراردادی طبقه‌بندی کرد و هر تیپ ویژگی‌های خاصی خود را دارد و محصول تعامل خاصی بین عوامل ژنتیکی و محیطی است. همین‌طور، در این نظریه شش مدل محیطی نیز اعم از محیط واقع‌گرایانه، محیط جستجوگرایانه و ... وجود دارد که هر محیط تحت تسلط یک تیپ شخصیتی قرار دارد.

از آنجایی که افراد در محیطی رشد می‌کنند که بتوانند در آن مهارت‌ها، توانایی‌ها و گرایش‌های خود را به‌کار گیرند و ارزش‌های خود را نشان دهند، اگر بتوانیم الگوی شخصیتی یک فرد و الگوی محیطی او را بدانیم، می‌توانیم برخی از نتایج این‌گونه جورشدن‌ها را پیش‌بینی کنیم.

طبق نظر هالند تیپ واقع‌گرا به فعالیت‌هایی علاقه دارد که پیامد آن سروکار داشتن منظم با اشیاء، ابزار، ماشین‌آلات و ... است و از فعالیت‌های آموزشی یا درمانی اجتناب می‌کند. تیپ جستجوگر با فعالیت‌هایی سروکار دارد که پیامد آن بررسی خلاق مشاهده‌ای، نمادی و منظم پدیده‌های فیزیکی، زیست‌شناختی و فرهنگی به‌منظور فهم و کنترل این پدیده‌ها است و از فعالیت‌های ترغیبی، اجتماعی و تکراری اجتناب می‌کند.

تیپ هنری با فعالیت‌هایی سروکار دارد که پیامد آن فعالیت‌های پیچیده، آزاد و غیرمنظم است مثل سروکار داشتن با مواد فیزیکی، کلامی یا انسانی برای خلق اشکال یا محصولات هنری و نوعی بیزاری از فعالیت‌های سازمان‌یافته و مرتب دارد.

1. John Holland

تأثیر رغبت‌های شغلی شخصیتی بر گرایش کارآفرینانه جویندگان کار ساکن شهر تهران

تیپ اجتماعی نیز به دنبال فعالیت‌هایی است که منجر به اداره کردن دیگران به منظور آگاهاندن، تعلیم، رشد، درمان یا راهنمایی آنان می‌شود و از فعالیت‌هایی که به صورت سازمان یافته، مرتب و صریح باشد و به مواد و ابزار مربوط شود پرهیز می‌کند.

تیپ متهور، نیز فعالیت‌هایی را ترجیح می‌دهد که پیامد آن، اداره کردن دیگران برای تحصیل اهداف سازمان یا به دست آوردن درآمد اقتصادی است و از انجام فعالیت‌های سازمان یافته، مشاهده‌ای و نمادی بیزاری می‌جوید.

تیپ قراردادی، رفتارهایی را ترجیح می‌دهند که پیامد آن فعالیت‌های ساده، مرتب و سروکار داشتن منظم با داده‌ها است، مانند نگهداری پرونده‌ها، بایگانی مطالب، تکثیر مطالب، اطلاعات نوشتاری و عددی که طبق نقشه تعیین شده و به کار انداختن ماشین‌های اداری و پردازش داده‌ها است و از انجام فعالیت‌های مبهم، آزاد یا جستجوگرانه بیزار است (هالند، ۱۹۹۷) به نقل از حسینیان و یزدی (۱۳۷۷).

گرایش کارآفرینانه^۱

گرایش به معنی میل و خواهش، میل و رغبت آمده است (دهخدا، ۱۲۷۷).
گرایش در تعریفی دیگر به معنای میل، تمایل، خواهش، اراده و ... است (معین، ۱۳۷۱).
نگرش یا گرایش بیانگر چرایی رفتار آدمی است که تحت تأثیر تجربه و انتظارات فرد است (رضائیان، ۱۳۸۷).

گرایش‌ها، پاسخ‌های ارادی، شناختی و احساسی افراد نسبت به اشیاء، سایر افراد، خودشان و یا مسائل اجتماعی هستند (نلسون و کوپک^۲، ۱۹۹۷).

در تعریفی دیگر آمده است که: علاقه (گرایش) حالتی است که با تمرکز و دقت در یک چیز یا ترجیح یک چیز بر چیزهای دیگر یا احساس لذت حاصل از دقت مخصوص به بعضی چیزها یا شرکت در بعضی فعالیت‌ها مشخص می‌شود و به طور کلی، علاقه‌ایست که شامل عکس‌العمل ادراکی یا احساسی باشد (فردانش، ۱۳۸۳).

مطالعات اولیه کارآفرینانه در سطح سازمان از سوی میلر و فریزن^۳ (۱۹۸۲) و میلر (۱۹۸۳) به توسعه سازه گرایش کارآفرینانه منجر شد. میلر عنوان کرد «یک شرکت کارآفرینانه، شرکتی است که در نوآوری محصول و بازار درگیر می‌شود، برخی اقدامات مخاطره‌آمیز را به عهده می‌گیرد و

1. Entrepreneurial Orientation
2. Nelsson & Quick
3. Miller & Friesen
4. Zunker

اولین شرکتی است که با نوآوری‌های پیشگام مطرح شده، رقبا را تحت فشار قرار می‌دهد» (میلر، ۱۹۸۳، صفحه، ۷۷۱). کوین و اسلوین (۱۹۹۱) از اصطلاح «حالت کارآفرینانه^۱» و نامن و اسلوین^۲ (۱۹۹۳) از «سبک کارآفرینانه^۳» برای توصیف رفتارهای خطرپذیری، نوآوری و پیشگامی استفاده کردند. صرف‌نظر از اصطلاحاتی که برای توصیف گرایش کارآفرینانه استفاده شده است، این سازه از نظر مفهومی چندبعدی است و نشان‌دهنده تمایل سازمان برای حفظ مزیت رقابت تهاجمی از طریق خطرپذیری و نوآوری در مقابل سایر رقبای تجاری است و صرف-نظر از اندازه و نوع سازمان، قابلیت کاربرد در هر سازمان را دارد (کوین و اسلوین^۴، ۱۹۹۱) و (لامپکین و دس^۵، ۱۹۹۶).

در سال‌های اخیر، مفهوم‌سازی‌های مختلفی برای گرایش کارآفرینانه ارائه شده است. برای مثال: (موریس و سکستون^۶، ۱۹۹۶؛ (سرونبیری^۷، ۲۰۰۶) و (موریس، کراتکو و کوین^۸، ۲۰۰۸). همچنین در مدل ۵ بعدی لامپکین و دس، گرایش کارآفرینانه جنبه‌های تصمیم‌گیری، رویه‌ها و طرز عمل یک شرکت را برای مشخص کردن جهت‌گیری راهبردی و چگونگی اداره شرکت با هم ترکیب می‌کند. بر این اساس، گرایش کارآفرینانه به فرایندها، شیوه‌ها و فعالیت‌های تصمیم‌گیری کلیدی سازمان اشاره دارد که به ورودی جدید منجر می‌شود. ورودی جدید با وارد شدن به بازارهای جدید با محصولات یا خدمات فعلی یا جدید تحقق می‌یابد. ابعاد پنج‌گانه گرایش کارآفرینانه: خطرپذیری (Risk Taking)، نوآوری (innovation)، پیشگامی (proactiveness)، رقابت (competition) و استقلال (independence) می‌باشد که با تأثیر گرفتن از عوامل محیطی و سازمانی، بر عملکرد سازمانی تأثیر می‌گذارند. نوآوری، گرایش شرکت برای به‌کارگیری و حمایت از ایده‌های جدید، تازگی، آزمایش‌گری و فرایند خلاقانه نشانه-ای است که شاید به تولیدات، خدمات یا فرایندهای فناورانه جدید بیانجامد. ریسک‌پذیری به میزان تمایل سازمان برای دادن تعهدات بزرگ و پرخطر در شرایطی که احتمال منطقی شکست پرهزینه نیز وجود داشته باشد، اطلاق می‌شود. پیشگامی با عمل پیش از مشکلات، نیازها و شانس‌های آینده نمایان می‌شود. رقابت تهاجمی نشان‌دهنده تمایل یک شرکت برای چالش‌های مستقیم و شدید با رقابت‌کننده‌ها برای به‌دست آوردن ورودی یا موقعیت بهتر است و در آخر،

1. Entre Preneurial Posture
2. Naman & Slevin
3. Entrepreneurial style
4. Covin & Slevin
5. Lumpkin & Dess
6. Morris & Sexton
7. Thornberry
8. Morris, Koratko & Covin

تأثیر رغبت‌های شغلی شخصیتی بر گرایش کارآفرینانه جویندگان کار ساکن شهر تهران

استقلال بر فعالیت‌های مستقل فرد یا تیم در جهت ارائه یک ایده و به تحقق رساندن آن تأکید دارد (لامپکین و دس، ۱۹۹۶).

تاکنون پژوهش‌های متعددی در رابطه با رغبت‌های شغلی شخصیتی، انجام شده که در ذیل به نمونه‌هایی از آن‌ها اشاره می‌شود.

یافته‌های حسینیان، طباطبایی و خدابخشی (۱۳۷۷) مویید آن بود که آموزش‌های آماده‌سازی شغلی و کارآفرینی اثر معناداری بر قصد و گرایش کارآفرینانه جوانان متقاضی استفاده از تحصیلات اشتغال‌زایی شهر تهران دارد و تفاوت معناداری بین دختران و پسران از لحاظ قصد و گرایش کارآفرینی وجود دارد. همین‌طور سطح تحصیلات عامل اثرگذاری بر ایجاد و افزایش قصد کارآفرینانه متقاضیان بوده است.

در همین رابطه یافته‌های تحقیق حسینیان و یزدی (۱۳۷۷) نیز نشان می‌دهد که از بین شش تیپ شخصیتی، تیپ اجتماعی بیشترین تعداد را دارد و نیز بین تیپ شخصیتی و محیط شغلی هم‌خوانی وجود دارد و افرادی که به شغل خود علاقمندند، هم‌خوانی بیشتری بین تیپ شخصیتی و محیط شغلی آنان وجود دارد.

هم‌چنین در تحقیقی دیگر که توسط نادری، حسینیان و یزدی (۱۳۸۹) انجام شد، نتایج حاکی از این بود که پسران بیشتر تیپ جستجوگر و سپس متهور داشتند و دختران بیشتر دارای تیپ اجتماعی و جستجوگر بودند.

در تحقیقی دیگر که توسط حسینیان و طباطبایی (۱۳۸۷) انجام شد، نتایج مویید این بود که آموزش‌های آماده‌سازی شغلی و مهارت‌های کسب و کار بر توانمندسازی زنان جویای کار تأثیر مثبت دارد. بنابراین اگر بتوان برای تیپ‌های اجتماعی نیز زمینه آموزش‌های آماده‌سازی شغلی را فراهم نمود به احتمال زیاد در افزایش گرایش کارآفرینانه این افراد تأثیر خواهد داشت.

هم‌چنین تحقیقات متعددی نیز به ارتباط گرایش کارآفرینانه و عملکرد سازمانی پرداخته‌اند، اگرچه شواهد نشان می‌دهند که کارآفرین بودن سازمان به عملکرد بهتر منجر می‌شود (فاکس، ۲۰۰۵، هاگس و مورگان، ۲۰۰۷، رانیان و همکاران، ۲۰۰۸ و اسلاتونیسکی، ۲۰۱۰).

نتایج برخی مطالعات تجربی حاکی از آن است که بین گرایش کارآفرینانه و عملکرد سازمانی ارتباط ضعیف و حتی منفی وجود دارد (ماتسانو، منتزو اوزسامر^۱، ۲۰۰۲؛ مورگان و استرانگ^۲، ۲۰۰۳).

-
1. Matsuno, Mentzer & Ozsamer
 2. Morgan & Strong

پژوهش دیگر موید آن است که ویژگی‌های محیطی ارتباط تنگاتنگی با گرایش کارآفرینانه سازمان‌ها و شرکت‌ها دارند. برای مثال، محیط‌های پویا، گرایش کارآفرینانه را در شرکت‌های کوچک افزایش می‌دهد (مایلس، کوین وهیلی^۱، ۲۰۰۲).

یافته‌های (هوغ و وایت^۲، ۲۰۰۳) نیز بیان‌کننده آن است که محیط‌های پویا بیشتر بر جنبه‌های خطرپذیری و نوآوری تأثیر دارند. به‌طور مشابه، عدم یکنواختی و تنوع محیطی، به‌واسطه ایجاد پیچیدگی و عدم اطمینان با افزایش نیاز شرکت به تحلیل و بررسی اطلاعات همراه شده و نوآوری و گرایش کارآفرینانه را افزایش می‌دهد (زهره، ۱۹۹۱).

شواهد پژوهشی دیگر بیان‌گر ارتباط گرایش کارآفرینانه و مشتری‌مداری است (لیو، لائو و شی^۳، ۲۰۰۲) و (ادونسی^۴، ۲۰۰۳) و همچنین ارتباط مشتری‌مداری در ایجاد عملکرد کسب و کار (صدیقی و صحاف^۵، ۲۰۰۹)، (اسیخا^۶، ۲۰۱۰) و (زانگ^۷، ۲۰۱۰) سبب شکل‌گیری فرضیه تأثیر مشتری‌مداری بر ارتباط گرایش کارآفرینانه می‌شود.

بروندین و همکارانش نیز طی تحقیقی به بررسی تأثیر هوش هیجانی مدیران بر گرایش کارآفرینانه کارکنان پرداختند، این تحقیق چگونگی جلوه‌های هیجانی مدیران روی تمایل و گرایش کارکنان به عمل کارآفرینانه در کار را نشان داد (بروندین و همکاران^۸، ۲۰۰۷).

بنابراین با توجه به اهمیت ویژگی‌های شغلی - شخصیتی و گرایش‌های کارآفرینی در زمینه‌های مختلف شغلی و حرفه‌ای، پژوهش حاضر درصدد است تا به این سؤال پاسخ دهد که: کدامیک از تیپ‌های شغلی - شخصیتی بر گرایش کارآفرینانه جویندگان کار ساکن شهر تهران اثرگذارتر است؟

روش پژوهش

روش پژوهش کاربردی بوده و از نظر روش گردآوری داده پژوهشی کمی است و در گروه تحقیقات توصیفی - غیرآزمایشی قرار دارد که در آن به بررسی وضعیت موجود و ارتباط بین متغیرهای تحقیق پرداخته می‌شود و از نوع طرح‌های همبستگی است.

1. Miles, Covin & Heeley
2. Hough & Whit
3. Lio, Luo & Shi
4. Adonisi
5. Siddigi & Sahaf
6. Asikhia
7. Zhang
8. Brundin & Etal

تأثیر رغبت‌های شغلی شخصیتی بر گرایش کارآفرینانه جویندگان کار ساکن شهر تهران

از آن‌جا که در پژوهش حاضر هدف، پیش‌بینی تغییرات متغیر وابسته (ملاک) با توجه به تغییرات متغیر مستقل (پیش‌بین) است از روش تحلیل دگرسیون استفاده شده که براساس آن تأثیر ویژگی‌های شغلی - شخصیتی (متغیر مستقل) بر گرایش کارآفرینانه (متغیر وابسته) بررسی می‌شود.

جامعه آماری، پژوهش حاضر ۱۰۲ نفر از جویندگان کار ساکن شهر تهران با تحصیلات دیپلم و بالاتر هستند که در نیمه اول سال ۱۳۹۰ به صندوق مهر امام‌رضا (ع) مراجعه کرده‌اند که با استفاده از فرمول کوکران حجم نمونه ۸۱ نفر به‌دست آمد.

روش نمونه‌گیری نیز روش تصادفی ساده می‌باشد. از تعداد کل نمونه ۵۶/۸ درصد مجرد و ۴۳/۲ درصد متأهل بودند. و نیز ۶۳ درصد را مردها و ۳۷ درصد را نیز زنان تشکیل می‌دادند. هم‌چنین ۴۱ درصد از این افراد دارای مدرک تحصیلی دیپلم، ۵۰ درصد فوق دیپلم و لیسانس و ۹ درصد فوق لیسانس و بالاتر بودند. و میانگین سنی این افراد ۳۴ سال بوده است.

ابزار پژوهش

به‌منظور گردآوری داده‌ها در این پژوهش از دو پرسشنامه شغلی - شخصیتی هالند و پرسشنامه گرایش کارآفرینانه استفاده شده است.

در مورد پایایی و روایی آزمون شغلی - شخصیتی هالند باید گفت، حسینیان و یزدی (۱۳۷۷) در تحقیقی با عنوان هدایت شغلی از طریق هم‌خوانی شخصیت با محیط شغلی و هنجارهای آزمون SDS پایایی آزمون را از طریق آلفای کرونباخ کاهشی، کودرریچاردسون و روش دو نیمه کردن زوج و فرد مورد بررسی قرار دادند و مقادیر ۶۳٪ و ۸۱٪ را به‌دست آوردند. در همین تحقیق روایی آزمون برای هم‌خوانی کد تیپ شخصیت با اولین کد محیط شغلی (روایی هم‌زمان) و با رشته تحصیلی (روایی پیش‌بین) بررسی شد که مقدار ۹۰٪ گزارش گردید.

در مورد پرسشنامه گرایش کارآفرینانه نیز در پژوهشی که طباطبایی در سال ۱۳۸۴، انجام داده به‌منظور تعیین ضریب پایایی با استفاده از روش دو نیمه کردن و آلفای کرونباخ مقدار ۷۴٪ به‌دست آمد و روایی این آزمون نیز از نوع محتوایی می‌باشد.

یافته‌های پژوهش

به‌منظور بررسی رابطه بین تیپ‌های شغلی - شخصیتی با گرایش کارآفرینانه و تحلیل استنباط داده‌ها، شاخص‌های توصیفی متغیرهای پژوهش به‌شرح ذیل ارائه می‌گردد.

آیا تیپ‌های شخصیتی با گرایش کارآفرینانه ارتباط دارند؟

در ابتدا ماتریس همبستگی متغیرها آورده شده است.

جدول ۱. ماتریس همبستگی متغیرهای پژوهش

نام متغیرها	واقع گرا	جستجوگر	هنری	اجتماعی	متهور	قراردادی
گرایش کارآفرینانه	۰/۱۶۲	۰/۱۲۱	۰/۰۶۲	۰/۲۱۳*	۰/۱۶۱	۰/۰۰۶

همان‌طور که در جدول فوق قابل مشاهده است، گرایش کارآفرینانه با تیپ شخصیت اجتماعی (۰/۲۱۶) در سطح ۰/۰۵ رابطه معناداری دارد. و همبستگی آن با سایر تیپ‌های شخصیت غیرمعنادار است. آیا تیپ شخصیت اجتماعی قادر به پیش بینی گرایش کارآفرینانه می باشد؟ نتایج تحلیل رگرسیون در جدول زیر آورده شده است.

جدول ۲. خلاصه تحلیل رگرسیون گرایش کارآفرینانه

متغیر پیش بین وارد شده	R	R^2	R^2 تعدیل شده	خطای براورد
تیپ اجتماعی	۰/۲۱۳	۰/۰۴۵	۰/۰۳۳	۱۰/۱۹۵

هم‌چنین نتایج جدول ۲ نشان می‌دهد که مقدار R^2 نسبت تغییر متغیر ملاک است که می‌توان آن را براساس مجموع ضرایب متغیرهای پیش‌بین، تبیین و پیش‌بینی کرد و یا به آن نسبت داد (فرگوسن، ۱۹۸۹)، بنابراین با توجه به مقادیر R^2 مندرج در جدول فوق تیپ شخصیت اجتماعی ۴ درصد از گرایش کارآفرینانه را تبیین می‌کند، که مقدار معناداری است. در ادامه برای بررسی معناداری رگرسیون یعنی آزمون این که آیا متغیر پیش‌بین تیپ شخصیت اجتماعی می‌تواند در پیش‌بینی متغیر ملاک گرایش کارآفرینانه مؤثر باشند یا خیر، از آزمون تحلیل واریانس یک‌راهه (ANOVA) استفاده می‌شود. نتایج این آزمون در جدول زیر ارائه شده است.

جدول ۳. نتایج تحلیل واریانس یک‌راهه مربوط به عوامل پیش بین

مدل	مجموع مجذورات	df	میانگین مجذورات	F	سطح معناداری
رگرسیون	۳۸۹/۱۱۲	۱	۳۸۹/۱۱۲	۳/۷۴۳	۰/۰۵
خطا ۱	۸۲۱۱/۱۳۴	۷۹	۱۰۳/۹۳۸		
کل	۸۶۰۰/۲۴۶	۸۰	-		

تأثیر رغبت‌های شغلی شخصیتی بر گرایش کارآفرینانه جویندگان کار ساکن شهر تهران

همان‌گونه که در جدول فوق ملاحظه می‌شود F به‌دست آمده در مدل مربوطه یعنی وقتی که تیپ شخصیت اجتماعی متغیر پیش بین بوده است (۳/۷۴) در سطح ۰/۰۵ معنادار است.

جدول ۴. ضرایب رگرسیون گرایش کارآفرینانه

سطح معناداری	T	Beta	خطا	β	مدل
۰/۱۴۸	۱/۴۵۷		۲/۹۲۸	۴/۲۶۸	مقدار ثابت
۰/۰۵	۱/۹۳۴	۰/۲۱۲	۰/۱۱۸	۰/۲۲۹	اجتماعی

همان‌طور که در جدول فوق مشاهده می‌شود، رابطه گرایش کارآفرینانه با تیپ شخصیت اجتماعی معنادار است. به‌عبارتی تیپ اجتماعی می‌تواند گرایش کارآفرینانه افراد را پیش‌بینی کند. و می‌توان با توجه به ضرایب حاصل شده در جدول، معادله رگرسیون زیر را برای متغیر ملاک (گرایش کارآفرینانه) به‌صورت زیر نوشت:

$$\hat{y} = a + b_1x_1 + b_2x_2$$

$$\text{(تیپ اجتماعی)} = ۴/۲۶ + ۰/۲۲ \times \text{گرایش کارآفرینانه}$$

بحث و نتیجه‌گیری

چنان‌که قبلاً نیز بیان شد، هدف از پژوهش حاضر، بررسی تأثیر رغبت‌های شغلی - شخصیتی بر گرایش کارآفرینانه می‌باشد. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که داشتن تیپ اجتماعی بر گرایش کارآفرینانه افراد تأثیر دارد.

در بررسی معناداری رگرسیون، نتایج تحلیل واریانس یک‌راهه نشان داد، زمانی که تیپ شخصیت اجتماعی، متغیر پیش‌بین بوده، F به‌دست آمده (۳/۷۴) در سطح ۰/۵ معنادار است. نتایج به‌دست آمده، هم‌سو با تحقیقات هالند (۱۹۷۳)، زونکر (۲۰۰۶)، برد (۱۹۷۰)، آستین و نیکلز (۱۹۶۴) و لادمن و گریفت (۱۹۷۸) است.

در ادامه نیز ماتریس متغیرهای پژوهش نشان داد که تیپ‌های (قراردادی، جستجوگر، متهور و واقع‌گرا) رابطه معناداری با گرایش کارآفرینانه ندارند. به‌همین علت تیپ‌های فوق در تحلیل رگرسیون قرار نگرفتند.

هالند (۱۹۷۳)، در تحقیقات خود نشان داد تیپ‌های اجتماعی و متهور دارای آرزوهای متعالی و طالب پیشرفتند که این ویژگی‌ها با مؤلفه‌های گرایش کارآفرینی از جمله پیشگامی مرتبط هستند.

هم‌چنین حسینیان و یزدی (۱۳۷۹) نیز طی تحقیقی نشان دادند که دختران بیشتر دارای تیپ اجتماعی و جستجوگرند. حال آن‌که در تیپ‌های اجتماعی افراد علاقمند به اداره کردن دیگران می‌باشند که این ویژگی نیز از مولفه‌های گرایش کارآفرینانه یعنی استقلال‌طلبی محسوب می‌شود. لذا می‌توان این‌گونه تبیین نمود که دختران بیش از پسران، گرایش کارآفرینی داشته باشند.

در این رابطه پژوهش مایلس، کوین و هیلی (۲۰۰۲) نیز نشان می‌دهد که ویژگی‌های محیطی ارتباط تنگاتنگی با گرایش کارآفرینانه دارند، از سوی دیگر هالند نیز معتقد است هر تیپ شخصیتی محصول میان عوامل ژنتیک و محیط است، لذا چنان‌چه بخواهیم گرایش‌های کارآفرینانه در افراد را افزایش دهیم نیازمند آن هستیم تا محیط اجتماعی را پرورش داده و توجه بیشتری به این‌گونه محیط‌ها داشته باشیم.

در همین رابطه نتایج تحقیق هاردوین و همکاران (۲۰۰۰) نیز مؤید این مطلب است که محتوای برنامه آموزشی دانشگاه و به‌کارگیری روش توسعه آموزشی کارآفرینی در دانشگاه با گرایش کارآفرینی رابطه مثبت دارد. بر این اساس نیز شاید بتوان چنین استدلال کرد که محیط دانشگاهی هم از جمله محیط‌های اجتماعی است که در آن توجه به محتوای برنامه‌ها و روش‌های مناسب آموزشی به‌خصوصی در زمینه کارآفرینی، می‌تواند گرایش کارآفرینانه افراد را افزایش دهد و از این طریق به توسعه مقوله کارآفرینی و اشتغال‌زایی کمک قابل توجهی نماید.

هم‌چنین طبق شواهد پژوهش لیو، لائو و شی (۲۰۰۲) و ادوینیس (۲۰۰۳) نیز گرایش کارآفرینانه بر مشتری‌مداری سازمان‌ها تأثیر دارد، بنابراین از آن‌جا که یافته‌های پژوهش حسینیان و یزدی (۱۳۷۹) نشان‌گر این بود که زنان بیش از مردان دارای تیپ اجتماعی هستند و براساس پژوهش حاضر، داشتن تیپ اجتماعی بر گرایش کارآفرینانه اثر دارد. لذا سازمان‌ها در راستای توجه به موضوع مشتری‌مداری می‌توانند از حضور پررنگ‌تر زنان به‌عنوان نیروی انسانی مناسب استفاده نمایند.

پیشنهاد‌های اجرایی

- مسئولین و دست‌اندرکاران نظام آموزش عالی با تعریف سرفصل‌های مناسب و غنی‌سازی محتوای آموزشی درس کارآفرینی، دانشجویان را به سمت اشتغال‌زایی و ایجاد کسب و کار جدید سوق دهند.
- براساس یافته این مطالعه زنان دارای تیپ اجتماعی هستند و داشتن این تیپ شخصیتی بر گرایش کارآفرینانه آنان اثر دارد، لذا پیشنهاد می‌شود، زمینه‌های توسعه کارآفرینی اجتماعی توسط مسئولین برای این گروه از اقشار جامعه فراهم شود.

تأثیر رغبت‌های شغلی شخصیتی بر گرایش کارآفرینانه جویندگان کار ساکن شهر تهران

- سازمان‌ها در گزینش کارکنان بخش‌های مختلف به ویژگی‌های شغلی - شخصیتی آنان توجه نمایند.

پیشنهاد‌های پژوهشی

- مطالعات آتی بر روی جامعه آماری متفاوت انجام گردد.
- از روش تحقیق کیفی و آمیخته، علاوه بر روش تحقیق کمی به منظور دستیابی به نتایج دقیق‌تر استفاده شود.
- در مطالعات آتی می‌توان با افزایش حجم نمونه، اطلاعات دقیق‌تری بدست آورد.

منابع

- احمد پورداریانی، م. (۱۳۸۶)، کارآفرینی؛ تعاریف، نظریات و الگوها، تهران: انتشارات شرکت پردیس.
- احمد پورداریانی، م. (۱۳۸۷)، کارآفرینی (تعاریف، نظریات و الگوها)، تهران: انتشارات شرکت پردیس.
- حسینیان، س و طباطبایی، ش (۱۳۸۷). تأثیر آموزش‌های آماده‌سازی شغلی و مهارت‌های کسب و کار بر توانمندسازی زنان جویای کار استان تهران، جهاد دانشگاهی دانشگاه الزهراء.
- حسینیان، س و یزدی، س. م. (۱۳۷۷). هدایت شغلی از طریق هم‌خوانی شخصیت با محیط شغلی و هنجارهای آزمون SDS. فصلنامه علمی پژوهشی علوم انسانی دانشگاه الزهراء، شماره ۲۴ و ۲۵.
- رضوی، س. م و زالی، م و رشیدی، س و دیداری، ج (۱۳۹۰). نقش گرایش کارآفرینانه در عملکرد سازمانی. پژوهشنامه مدیریت اجرایی، شماره ۵.
- طباطبایی، ش و حسینیان، س. (۱۳۸۴). توانمندسازی زنان سرپرست خانواده از طریق مشاوره گروهی و آگاه‌سازی و کارآفرینی. فصلنامه خانواده پژوهشی، شماره ۴.
- میرکزاده، ع و علی‌آبادی، (۱۳۹۰). تحلیل زمینه‌های مؤثر بر گرایش کارآفرینانه دانشجویان پسر دانشکده کشاورزی دانشگاه رازی، فصلنامه پژوهش مدیریت آموزشی کشاورزی، شماره ۱۶.

- Adonisi, M. (2003) The relationship between corporate Entrepreneurship, market orientation, organizational flexibility and job satisfaction, *Doctoral Dissertation, University of Pretoria*.
- Asikhia, O. "Customer orientation and firm performance among Nigerian small and medium scale businesses" *International Journal of Marketing Studies*, 2(1), 197 – 214.
- Brundin, E. & et al. (2007), "Managers' emotional displays and employees' willingness to act Entrepreneurially", *Journul of Business Venturing*, doi: 10.1016:
- Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1991) "A conceptual model of Entrepreneurship as firm behavior ", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16,7 – 24.

- Haveydean, R. (2000). Training Entrepreneurship at Universities: AS wedish Case. *International Entrepreneurship Conference Proceedings*.
- Hough, J. R., & White, M. A. (2003) "Environmental dynamism and strategic decision making rationality: An examination at the decision level", *Strategic Management Journal*, **24**, 481 – 489.
- Kuratko, D. F. & Goldsby, M. G. (2004). Corporate entrepreneurs or rogue middle manager: A framework for ethical corporate entrepreneurship. *Journal of Business Ethics*, **55(1)**, 13 – 30
- Lumpkin, G.T., & Dess, G.G. (1996) "Clarifying the Entrepreneurial orientation Construct and linking it to Performance", *Academy of Management Review*, **21**, 135 – 172.
- Miller, D., & Friesen, P.H. (1982) "Innovation in conservative and Entrepreneurial Firms: Two models of strategic momentum ", *Strategic Management Journal* **3**, 1 – 25.
- Miller, K.D. (1993) "Industry and country effects on executive' perceptions of environmental uncertainties", *Journal of International Business Studies*, **24**, 693 – 714.
- Milles, M.P., Covin, J. G., & Heeley, M. B. (2000. Spring) "The relationship between environmental dynamism and small firm structure, strategy, and performance", *Journal of Marketing Theory and Practice*, **63 – 74**.
- Morris, M. H., & Sexton, D. L., (1996), "The concept of Entrepreneurial intensity: Implications for company performance", *Journal of Business Research*, **36.5 – 13**.
- Morris, M. H., Kuratko, D. F., & Covin, J. G. (2008) Corporate Entrepreneurship and Innovation, 2nd Ed. West Eagan, MN: Thomson South – Western.
- Naman, J. L., & Slevin, D. P. (1993) " Entrepreneurship and the concept of fit: A model and empirical tests" , *Strategic Management Journal*, **14**, 137 – 153.
- Thornberry , N. (2006) *Leal like an entrepreneur*, Black lick, OH: McGraw – Hill. **17** – Zahra, S. (2006). *Championing Corporate Venturing In Michael Hitt & Duane Ireland Entrepreneurship*, Victoria: Blackwell Publishing, pp. **28 – 30**.
- Zahra, S. A. (1991) "Predictors and financial outcomes of corporate Entrepreneurship: An explorative study", *Journal of Business Venturing*, **6**, 259 – 285.
- Zhang, J. (2010) "Employee orientation and performance: an exploration of the mediating role of Customer orientation" *Journal of Business Ethics*, **91**, 111 – 121.