

## شناسایی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان جهادی (بررسی موردی یک تجربه بومی واقعی)

نویسندگان: رضا محمدرضاییکی<sup>۱</sup>، محمد نوروزی<sup>۲</sup>

تاریخ پذیرش نهایی: ۹۵/۵/۱۱

تاریخ دریافت: ۹۵/۳/۱۹

فصلنامه مطالعات راهبردی بسیج، سال نوزدهم، شماره ۷۱، تابستان ۱۳۹۵

### چکیده

این پژوهش اکتشافی با استفاده از روش تحلیل مضمون و با هدف تبیین ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانی که از سبک مدیریت جهادی پیروی می‌کنند، انجام شده است. در این راستا پژوهشگران ابتدا با بررسی منابع کتابخانه‌ای به تدوین ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان پرداختند. سپس با مراجعه به آراء صاحب‌نظران از طریق توزیع پرسشنامه و مصاحبه‌های تأییدی، ویژگی‌های کارآفرین جهادی تبیین شد. همچنین، پژوهشگران، برای تدقیق این ویژگی‌ها، به بررسی موردی یک کارآفرین جهادی پرداختند. در انتخاب این نمونه، پژوهشگران، ویژگی بومی بودن نمونه و ارزش محوری دینی نمونه‌ی مورد بررسی را مدنظر داشتند. نتایج این پژوهش که در قالب الگوی مفهومی ارائه شده که ویژگی‌های «دانش مالی و اقتصادی، اعتقاد به کار عملی، دانش مدیریتی، ارزش‌های ملی، توفیق طلبی و نوآوری و خلاقیت» را برای کارآفرین جهادی معرفی و در این بین ویژگی «ارزش محوری دینی» به عنوان مفهوم محوری شناسایی شد.

### واژگان کلیدی:

کارآفرینی، کارآفرین جهادی، ویژگی‌های شخصیتی، مدیریت جهادی

۱. کارشناسی ارشد معارف اسلامی و مدیریت دانشگاه امام صادق علیه السلام. 72beiky91@gmail.com

۲. دانشجوی دکتری مدیریت دانشگاه امام صادق علیه السلام. Md.norozii@gmail.com

## ۱- مقدمه و بیان مسئله

نام‌گذاری سال‌ها، توسط مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی) بیانگر جهت‌گیری‌های کلی نظام طی آن سال است. همان‌گونه که مشخص است طی سال‌های ۱۳۸۹-۱۳۹۵ جنبه اقتصادی و عملیاتی نام‌گذاری در عنوان و شعار سال افزایش یافته است. ضمن اینکه مطرح‌شدن مفاهیم نظیر «مدیریت جهادی» و «اقتصاد مقاومتی» و... نشان از نوع نگاه خاص ایشان در امر توسعه کشور و عوامل مؤثر بر آن دارد.

مطالعات نشان می‌دهد که یکی از پایه‌های توسعه اقتصادی یک کشور در گرو ایجاد فرصت‌های شغلی مناسب و بهبود فضای کسب‌وکار است و عموم جوامع توسعه‌یافته از نظر میزان اشتغال، وضعیت بهتری نسبت به سایر کشورها دارند و جامعه‌ی رشد یافته‌ای که درصد بیکاری بالایی دارد با بحران اجتماعی و سیاسی روبه‌رو می‌شود، پس باید به دنبال راه‌حل‌های مناسب برای رفع مشکل بیکاری به‌منظور دستیابی به رشد اقتصادی پایدار بود. تجربه بسیاری از کشورها نشان می‌دهد که کارآفرینی یکی از اثرگذارترین راه‌حل‌ها برای کاهش سطح بیکاری است (عقیلی، ۱۳۹۱، ص ۱۴۶). اصطلاح کارآفرین در معنا و مفهوم فعلی را اولین بار ژوزف شومپیتر<sup>۱</sup> (۱۹۳۴) به کار برد. این اقتصاددان اتریشی که او را پدر علم کارآفرینی می‌دانند، بر این باور بود که رشد و توسعه اقتصادی در یک نظام زمانی میسر خواهد بود که افرادی در بین سایر آحاد جامعه با خطرپذیری اقدام به نوآوری کرده و با این کار روش‌ها و راه‌حل‌های جدید جایگزین راه‌کارهای ناکارآمد و کهن قبل شود (احمد پور، ۱۳۸۵). هندرسن<sup>۲</sup> (۲۰۰۲) بیان می‌کند کارآفرینان به‌طور متناهی روی سطح فعالیت‌های اقتصادی از طریق ایجاد مشاغل جدید اثر دارند. (به نقل از کلمن<sup>۳</sup> (۲۰۰۷)) به‌طوری‌که بسیاری از کارآفرینان، کار خود را در قالب ایجاد شرکت‌های کوچک و متوسط شروع می‌کنند. این شرکت‌ها سهم به‌سزایی در توسعه صنایع پیشرفته و ایجاد اشتغال دارند و نسبت به شرکت‌های بزرگ از انعطاف‌پذیری بالایی برخوردار بوده و در بسیاری از کشورهای جهان به‌عنوان مهم‌ترین برنامه اجرایی برای دستیابی به توزیع عادلانه درآمد و ثروت، ایجاد اشتغال، افزایش بهره‌وری و رشد اقتصادی محسوب می‌شوند و با فراهم کردن بستر مناسب برای کارآفرینی و نوآوری علل جذب و هدایت سرمایه‌ها در مسیر توسعه اقتصادی کشور به حساب می‌آیند (امین بیدختی، ۱۳۸۸، ص ۱۵۱). کارآفرین کسی است که دارای قدرت درک بالا است و توان پیدا کردن خلأها و فرصت‌ها را دارد و

1. Joseph Schumpeter

2. Henderson

3. Coleman



می‌تواند در جامعه از طریق پرورش ایده و تبدیل فکر خود به یک محصول جدید اقدام به ارزش‌آفرینی از هیچ، می‌نماید.

در سیر مفهوم کارآفرینی، ویژگی‌ها، کارکردها و فعالیت‌های متنوعی به فرد کارآفرین نسبت داده می‌شوند. با خارج شدن کارآفرینی در توسعه اقتصادی، روان‌شناسان باهدف ارائه نظریه‌های مبتنی بر ویژگی‌های شخصیتی و همچنین با تفاوت قائل شدن بین کارآفرینان با مدیران و غیر کارآفرینان، به بررسی ویژگی‌های روان‌شناختی کارآفرینی اقدام کردند (احمد پور، ۱۳۸۰). پژوهشگران کوشیده‌اند نگرش‌ها، مهارت‌ها و شخصیت‌های افراد کارآفرین را مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار دهند، نتیجه پژوهش‌ها نشان داده است که عوامل اجتماعی و روانی به اضافه صلاحیت‌ها و شایستگی‌های ممتاز، از ویژگی‌های کارآفرینان است. کارآفرینان همانند اکثر مردم، انسان‌های پیچیده‌ای هستند و هیچ تئوری منحصر به فردی نمی‌تواند تمام رفتارهای آن‌ها را توجیه کند. شاید نخستین و مطمئن‌ترین تئوری درباره ریشه‌های روانی کارآفرینی در دهه ۱۹۶۰ به وسیله مک کلند<sup>۱</sup> ارائه شده باشند.

حال که مفهوم کارآفرینی و ضرورت توجه به آن در امر پیشرفت اقتصادی روشن شد، با توجه به اهمیت نوع نگاه جهادی جهت تحقق اهداف عالی کشور، تبیین مفهوم کارآفرین جهادی ضروری است. «جهادی» یک برچسب یا عنوان نیست که به صورت دائمی به فرد کارآفرینی تعلق پیدا کند، بلکه وجود جوهره جهادی بودن در رفتار و شخصیت فرد کارآفرین از ضرورت‌های جدایی‌ناپذیر آن است. چنین فرد کارآفرینی دارای ویژگی‌های خاصی خواهد بود که دربرگیرنده طیف وسیعی از صفت‌های فردی شامل جنبه‌هایی از شخصیت، روحیه‌ها، انگیزه‌ها و ارزش‌هاست (ازگلی و قنبری، ۱۳۸۲، ص ۳۵۴).

با توجه به ضرورت ارائه الگوهای بومی که آموزه‌های اسلامی و ایرانی را در راستای نیل به اهداف نظام جمهوری اسلامی ایران را در خود بگنجاند، بررسی ویژگی‌های رفتاری شخصیتی کارآفرینان جهادی (به صورت بررسی موردی نمونه‌های واقعی و نه صرفاً کتابخانه‌ای)، می‌تواند گامی در راستای طراحی و اجرای الگوهای بومی باشد. این مقاله، کوشیده است با رویکردی علمی و با استفاده از روش‌شناسی کیفی به احصاء ویژگی‌های کارآفرینان جهادی بر اساس یک نمونه واقعی بپردازد. ویژگی‌هایی که پس از انجام مصاحبه‌های اکتشافی با متخصصان این حوزه و افرادی که به بازدید علمی از محل فعالیت این کارآفرین پرداخته بودند، احصاء شده است. در این مقاله، پس از بررسی ادبیات موضوع، ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان شناسایی شد و پس از آن،



با ویژگی‌های مستخرج شده از طریق مصاحبه‌ها و تطبیق با رفتارها و ویژگی‌های شخصیتی مشاهده‌شده از کارآفرین موردنظر، به تجزیه و تحلیل‌های درون‌گروهی در قالب گروه کانونی به‌منظور دقیق‌تر شدن مدل استخراجی اقدام گردید.

## ۲- ادبیات موضوع و پیشینه نظری

از آنجاکه آشنایی با مفاهیم اولیه و یکسان‌سازی تعاریف در پیشبرد مباحث، نقشی پررنگ دارد، این بخش از مقاله به بحث ادبیات موضوع و مرور پیشینه نظری پرداخته است. لذا، این بخش در چند سرفصل مهم طبقه‌بندی شده است.

### ۲-۱- مفهوم کارآفرینی

اقتصاددانان نخستین کسانی بودند که در نظریه‌های اقتصادی خود به تشریح کارآفرین و کارآفرینی پرداختند. واژه کارآفرینی از کلمه فرانسوی «Entreprendre» به معنای «متعهد شدن» نشئت گرفته است. کارآفرینی به‌عنوان یک پدیده نوین در اقتصاد نقش مؤثری را در توسعه و پیشرفت اقتصادی کشورها یافته است (زری‌باف، ۱۳۸۵، ص ۷۲). کرایزنر<sup>۱</sup> بر این عقیده است؛ کارآفرینی بر بهره‌برداری از فرصت‌های کشف نشده، تأکید دارد. پیتز دراکر بیان نمود که کارآفرینی بهره‌برداری از فرصت‌ها برای ایجاد تغییر است. کارآفرینی همواره به دنبال تغییر، پاسخ دادن به آن و بهره‌برداری از آن به‌عنوان یک فرصت است (احمد پور، ۱۳۸۵، ص ۸۷). مک کلند فرآیند کارآفرینی را فراتر از شغل و حرفه بلکه یک شیوه زندگی تعبیر می‌نماید به طوری که خلاقیت و نوآوری، عشق به کار و تلاش مستمر، پویایی، مخاطره‌پذیری، آینده‌نگری، ارزش‌آفرینی، آرمان‌گرایی، فرصت‌گرایی، نیاز به پیشرفت و مثبت‌اندیشی زیربنا و اساس زندگی کارآفرینانه است. با توجه به نقشی که کارآفرینی در توسعه کشورها دارد و پذیرفته شدن کارآفرینی به‌عنوان یک رویکرد توسعه در اغلب کشورها، آینده کارآفرینی، روشن است. دولت‌های گوناگون نیز علاقه‌مندی فزاینده‌ای به ارتقا رشد کارآفرینی نشان می‌دهند. افراد علاقه‌مند به تشکیل فعالیت‌های جدید اقتصادی تشویق می‌شوند و از حمایت‌های اجتماعی نیز همچنان از کارآفرینی پشتیبانی خواهد کرد. این پشتیبانی در فراهم آوردن انگیزه و نیز حمایت‌های عمومی حیاتی است، رسانه‌ها نقش عمده‌ای در توسعه این تأثیر اجتماعی دارند. رسانه‌ها از طریق گزارش کردن روح عمومی کارآفرینی و برجسته کردن موارد موفق خاص در عمل نقش قوی و سازنده‌ای بازی می‌کنند (اکبری، ۱۳۸۵، صص ۳۰-۳۱).

کارآفرینی طی ۳۰ سال گذشته به یک رفتار اجتماعی مطلوب تبدیل شده،



به طوری که امروز هدف بسیاری از کشورها، برنامه‌ریزی برای توسعه آن به عنوان یک تغییر اجتماعی است. ترویج کارآفرینی حداقل به دو دلیل، مسئله اصلی سیاست‌گذاران است: «تأثیر اقتصادی» و «ایده کارآفرینان به عنوان عاملان تغییر، رشد و نوآوری» (زالی و همکاران، ۱۳۸۶، ص ۸۲). البته بخش اعظمی از تحقیقات انجام شده درباره‌ی کارآفرینی به مقوله ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان اختصاص یافته است. گارانتز طی مطالعه‌ای گسترده ۳۲ پژوهش را در زمینه‌ی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان، بررسی کرد. رویکرد صفات یا ویژگی‌های شخصیتی، گرچه با مفروضات نادرستی شکل گرفت ولی کماکان در رویکردهای بعدی، مانند رویکرد رفتاری به شکل دیگری خود را نمایان ساخت. به هر حال آنچه صفات مشخصه کارآفرینان به درستی تشخیص داد این بود که ویژگی‌های شخصیتی هستند که کارآفرینان را از غیر کارآفرینان متمایز می‌سازند؛ اما باید توجه داشت که این ویژگی‌های شخصیتی نیز مانند سایر رفتارهای کارآفرینانه، از قبیل نحوه ایجاد و راه‌اندازی کسب و کار، قابل آموزش و یادگیری است. از این رو، به قول پیتر دراگر، کارآفرینی رفتار است و مبتنی بر تئوری و نه بر الهام و اشراق (زالی و همکاران، ۱۳۸۶، ص ۸۲).

جدول شماره ۱ به مرور برخی از پژوهش‌های حوزه کارآفرینی در کشور پرداخته است، همان گونه که مشخص است عموم پژوهش‌های انجام گرفته در این حوزه به بررسی عوامل و موانع کارآفرینی پرداخته‌اند و کمتر پژوهشی پیرامون توصیف ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان بر اساس نمونه‌های واقعی انجام شده است.

جدول ۱- مروری بر برخی از پژوهش‌های حوزه کارآفرینی در کشور

ردیف	پژوهشگران	عنوان پژوهش	توضیحی از هدف/نتیجه پژوهش
۱	اسدی و پور اسدالله (۱۳۹۴)	بررسی تطبیقی ویژگی‌های کارآفرینان در مکتب اسلام و منابع علمی	خصوصیات کارآفرینان در نظام اسلامی با مبانی علمی وجوه افتراقی دارد در مبانی علمی تنها به ویژگی‌هایی که باعث ایجاد کسب و کار می‌شود توجه می‌شود ولی در نظام اسلامی علاوه بر آن انسان کارآفرین دارای علم و معرفت است محرک او رضای الهی و دستورات اوست در برابر نعمت الهی شاکر و در برابر بلاها صابر است کریم و باسخاوت است پرکار و مسئولیت‌پذیر است در نزد او خود و نفع خود معنایی ندارد.
۲	پاک‌باز و شهرکی پور (۱۳۹۴)	بررسی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی کارکنان آموزش و پرورش شهرستان سروان	نتایج تحقیق نشان‌دهنده وجود رابطه مثبت معنادار آماری بین ویژگی‌های کارآفرینی و جنسیت کارکنان، سابقه خدمت کارکنان و محل کار کارکنان آموزش و پرورش سروان است.



ردیف	بزهشگران	عنوان پژوهش	توضیحی از هدف/نتیجه پژوهش
۳	خنده‌رو و رضازاده صابری (۱۳۹۴)	بررسی عوامل شخصیتی مؤثر در تمایل به کارآفرینی دانشجویان (مورد مطالعه دانشجویان دانشگاه پیام نور تربت حیدریه)	با توجه به نتایج به دست آمده از این تحقیق می‌توان در افراد جامعه توانایی‌ها و قابلیت‌های افراد کارآفرین (استقلال طلبی، انگیزه، ریسک‌پذیری، استقلال طلبی و خلاقیت) را آموزش داد تا در آینده افراد بتوانند کارآفرینان موفقی در جامعه شوند.
۴	قربانی و کولوبندی (۱۳۹۴)	بررسی تأثیر ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان بر انگیزش کارآفرینی	ضریب همبستگی پیرسون بین ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان و انگیزش کارآفرینی برابر ۰/۷۳۷ است. رگرسیون نشان داد ۵۱٪ از تغییرات متغیر انگیزش برای کارآفرین شدن را ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان تبیین می‌کند. به عبارتی بر اساس این یافته می‌توان نتیجه گرفت ویژگی‌های کارآفرینان بر انگیزش کارآفرین شدن در افراد جامعه اثر دارد
۵	قربانی و کولوبندی (۱۳۹۴)	بررسی تأثیر آموزش کارآفرینی بر ایجاد و پرورش ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان	آموزش کارآفرینی بر ویژگی‌های کارآفرینان برای کارآفرین شدن افراد جامعه اثر دارد و بدان معنی است که کارآفرینی قابل آموزش است.
۶	ویسه و جمشیدیان (۱۳۹۴)	بررسی رابطه بین ابعاد ویژگی‌های شخصیتی بر روحیه کارآفرینی دانشجویان	شخصیت و فرهنگ کارآفرینانه مشروط بر آن‌که هوشمندانه، هنرمندانه و با فرهنگ، امکانات، توانایی‌ها و سلیقه ایرانی آمیخته شود، مناسب‌ترین راه بهبود وضعیت امروز اقتصاد کشور و پیشگیری از وخامت آن است.
۷	جبارزاده و ریاضی (۱۳۹۴)	بررسی تأثیر ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه بر رشد شرکت‌های کوچک و متوسط	نتایج حاصل از پژوهش حاکی از آن است که ابعاد مختلف ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه از جمله ویژگی‌های شخصیتی هست که مدیران با این صفت شخصیتی می‌توانند علاوه بر اینکه در جهت دستیابی به اهداف سازمانی مؤثر باشند در جهت رشد SME ها نیز تأثیر مثبت داشته باشند.
۸	یونسی فر و مشرف جوادی (۱۳۹۳)	تأثیر ویژگی شخصیتی کارآفرینان بر بهره‌وری نیروی انسانی در بیمارستان شهید صدوقی یزد	بین ویژگی شخصیتی کارآفرینان و بهره‌وری نیروی انسانی رابطه مستقیم وجود دارد.
۹	عرفانیان خانزاده و کلالی و رحیم زاده نسخی (۱۳۹۳)	تأملی بر رابطه ویژگی‌های شخصیتی و کارآفرینی درون سازمانی	توجه به ویژگی‌های شخصیتی کارکنان در سازمان‌ها و نیز فراهم نمودن شرایط محیطی مناسب تمایل به کارآفرینی در میان کارکنان را افزایش می‌دهد. توسعه خلاقیت و تمایل به همگام بودن با تغییرات در میان کارکنان منجر به توسعه‌ی نوآوری و کارآفرینی در-



ردیف	پژوهشگران	عنوان پژوهش	توضیحی از هدف/نتیجه پژوهش
			-سازمان‌های دولتی نیز خواهد شد. کارکنان خلاق در سازمان چیزی جز مزیت رقابتی در سازمان نبوده و نیز ایجاد ارزش افزوده در سازمان‌ها را خواهد نمود.
۱۰	خرمی (۱۳۹۳)	بررسی تأثیر و اهمیت ویژگی‌های کارآفرینان بر ایجاد و توسعه اشتغال	لازم است دانشگاه‌ها و مؤسسه‌های آموزشی نسبت به پرورش قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان به‌عنوان سرمایه بنیادی همت گمارند و موجب توسعه کارآفرینی و به‌تبع آن زمینه‌های ایجاد اشتغال اثربخش و رشد و توسعه اقتصادی شوند.

## ۲-۲- ویژگی‌های کارآفرینان

در سیر تبیین مفهوم کارآفرینی، ویژگی‌ها، کارکردها و فعالیت‌های متنوعی به افراد کارآفرین نسبت داده شده است. مطالعات انجام شده در این زمینه به شکل‌گیری رویکرد ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان منجر شد (مرادی و همکاران، ۱۳۹۱، ۶۸). در ادامه برخی از این ویژگی‌های توصیف شده است:

**الف- مرکز کنترل درونی:** افراد با مرکز کنترل بیرونی معتقدند که وقایع خارجی غیرقابل کنترل، سرنوشت آن‌ها را تعیین می‌کنند درحالی‌که کارآفرینان به خود ایمان دارند و موفقیت یا شکست را به سرنوشت، شانس یا نیروی‌های مشابه نسبت نمی‌دهند و خود را عامل اصلی شکست‌ها و پیشرفت‌های خود می‌دانند (خرمی، ۱۳۹۳، ص ۳).

**ب- ریسک‌پذیری:** واژه ریسک در حدود سال ۱۶۶۱ میلادی از لغت فرانسوی Risco و واژه ایتالیایی Risco به معنای در معرض خطر قرار گرفتن (Running in to Danger) گرفته شده است. نگارش انگلیسی این کلمه به صورت Risk از سال ۱۷۲۸ میلادی به کاربرده شده است. هسته مرکزی رفتار کارآفرین، ریسک‌پذیری اوست و تمایل به ریسک یک عامل محکم برای تفاوت‌های فردی است که با تصمیم‌گیری کارآفرین و ایجاد کسب‌وکار جدید مرتبط شده است (یونسی فر و همکاران، ۱۳۹۳، ص ۵۶).

**پ- توفیق طلبی:** این نیاز نخستین بار توسط دیوید مک کلند در سال ۱۹۶۳ مورد شناسایی قرار گرفت. نیاز به توفیق به معنای تمایل به انجام کار در استانداردهای عالی جهت موفقیت در موقعیت‌های رقابتی است. افراد با نیاز به توفیق بالا مایل هستند تا همواره در چالش باشند و در راه رسیدن به اهداف قابل دسترس نسبت به عملکرد خود بازخورد مکرر و منظم زمانی دریافت کنند (احمد پور، ۱۳۸۰، صص ۸۱ و ۸۲).



این افراد برای رسیدن به پیشرفت و ارضای نیاز خود ترجیح می‌دهند که مسئولیت حل مشکلات، تعیین اهداف و دستیابی به آن‌ها را از طریق تلاش شخصی خود به عهده گیرند. در این راستا مخاطرات معقول و معتدل را می‌پذیرند و نسبت به نتایج عملکرد و تصمیمات خود حساس هستند و از مشاهده تأثیر اندیشه، محصول و یا خدمات خود بر اجتماع لذت می‌برند. یک میل درونی قوی برای رقابت، اعتلا در برابر استانداردهای خودساخته و دنبال کردن اهداف دشوار آن‌ها را به جلو می‌راند (سعیدی کیا، ۱۳۸۶، صص ۳۲ و ۳۳).

ت- **تحمل ابهام:** هر مدیری تا حدی با چنین وضعی روبه‌رو می‌شود زیرا که بسیاری از تصمیمات را باید بر اساس اطلاعات ناقص یا مبهم بگیرد. ولی کارآفرینان با وضعی مبهم‌تر و نامشخص‌تر روبه‌رو هستند، زیرا آن‌ها دست‌به‌کارهایی می‌زنند که برای نخستین بار انجام می‌شود و از سوی دیگر آن‌ها زندگی خود را درگرو موفقیت آن اقدام می‌گذارند (اسدی و حبیب پور، ۱۳۹۴، ۲).

ث- **خلاقیت:** خلاقیت یا آفرینندگی فرایند ذهنی کشف ایده‌ها و مفاهیم، یا آمیزش ایده‌ها و مفاهیم موجود است که توسط بینش فرایند خودآگاه و ناخودآگاه تحریک می‌شود. در واقع خلاقیت یعنی به‌کارگیری توانایی‌های ذهنی برای ایجاد یا تبلور یک فکر یا مفهوم جدید که برخی نیز آن را به ترکیب ایده‌های یا ایجاد پیوستگی بین ایده‌ها تعبیر نموده‌اند. در تعریفی دیگر خلاقیت، بازی با تخیل و امکانات است که در حین تعامل با عقاید، افراد و محیط، منجر به ارتباطات و نتایج جدید و معنادار می‌شود (ساجدی نژاد و محمدی، ۱۳۹۲، ص ۴).

## ۲-۳- مدیریت جهادی

مدیریت جهادی واژه‌ای نو در ادبیات کشور است که بعد از پیروزی انقلاب اسلامی با شکل‌گیری جهاد سازندگی به وجود آمد، مدیریت جهادی که حاصل پیاده‌سازی مبانی اسلامی در علم مدیریت است، در جهاد سازندگی توانست مولد فرهنگ سازمانی منحصربه‌فردی شود که آن را از دیگر سازمان‌های کشور متمایز ساخته بود (قائد علی؛ ۱۳۹۳، صص ۶۳ و ۶۴). اساس مدیریت در نظام جهادی بر پایه رهبری و هدایت انسان‌ها به سوی وظایف خودشان و به‌سوی سازندگی پایه‌گذاری شد (آرمند، ۱۳۸۶، ص ۲۶). مدیریت جهادی هنر توانستن و ارائه ایده جدیدی بود که با ظهور پدیده انقلاب اسلامی در ایران شکل گرفت. درک صحیح از ماهیت مدیریت جهادی می‌تواند منجر به شکل‌گیری فرهنگ جهادی با ابعادی مانند استفاده از ظرفیت‌ها، مقابله با موانع و محدودیت‌ها و نیز ارائه نمونه‌ها و اسوه‌ها گردد (لطیفی، ۱۳۹۳، صص ۹۹ و





۹۱). فرهنگ جهادی به‌عنوان فرهنگ‌سازمانی است که در آن کار عبادت محسوب می‌شود. عناصر شاکله‌ی این فرهنگ عبارت‌اند از: ایمان، معنویت، آرمان‌گرایی، داشتن اهداف بلند و مقدس؛ زیر پا گذاشتن فرهنگ مادی و مادی‌گرایی و در نتیجه خدمت به مردم، جوشش و تحرک ذاتی را می‌طلبد. در این تفکر، فرد جهادی کسی است که در برخورد با مسائل، ضمن در نظر گرفتن رضای خدا سعی می‌کند کار را به بهترین نحو ممکن انجام دهد. عمده ارزش‌های جهادی که به عبارتی به‌عنوان ارزش‌های دینی نیز شناخته می‌شوند، عبارت‌اند از: اخلاص، ایثار، تعاون و تلاش، تعهد، سادگی، پرهیز از اسراف، مشورت و مشارکت. برخی از این ویژگی‌ها برخاسته از شرایط خاص انقلابی و روحیات انقلاب است؛ از جمله سخت‌کوشی، حضور در مناطق محروم، خطرپذیری، خط‌شکنی (قائد علی و مشرف جوادی، ۱۳۹۳، ص ۶۳ و ۶۴). بنا بر مواردی که اشاره شد مدیریت جهادی سبکی از مدیریت است که استوار بر ارزش‌های اسلامی است (قائد علی، عاشوری، ۱۳۹۳، ص ۱۵). در واقع نوعی مبارزه و تلاش مقدس برای حذف استثمار و استبداد است که به دنبال ایجاد فضای نوع‌دوستانه و ارزش محور بر مبنای اصول اسلامی برای اعضای سازمان و حذف محرومیت‌های سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و صنعتی جامعه است. در این سبک از مدیریت، هدف ایجاد بستری مناسب برای رشد کارکنان و در نتیجه رسیدن به قرب الهی است. به علت اینکه فرد، هدف از انجام کار را کسب رضایت پروردگار می‌داند تا به رضایت درونی نرسد و از کیفیت بالای کار اطمینان نیابد، از تلاش منصرف نمی‌شود. باید توجه داشت در این نوع از مدیریت به‌واسطه فضای اخلاقی مدیران رابطه رئیس و مرئوس دیده نمی‌شود و مدیران به‌عنوان یک الگوی اخلاقی و مراد شناخته می‌شوند (قائد علی و همکاران، ۱۳۹۳، ص ۱۰۳). باید افزود، مدیریت جهادی، تنها به یک سبک مدیریتی محدود نبوده و در عرصه‌های مختلفی از دانش مدیریت، از جمله ساختارهای سازمانی تأثیرگذار بوده است (لطیفی و عزیزی، ۱۳۹۴).

رهبر معظم انقلاب، مدیریت جهادی را نوعی روحیه و فرهنگ مبارزه‌جویی و کنشگری آگاهانه، معنا و تفسیر می‌کنند (سلطانی، ۱۳۹۳، ص ۴). مقام معظم رهبری در این زمینه می‌فرمایند: «معیار جهاد، شمشیر و میدان جنگ نیست؛ معیار جهاد همان چیزی است که امروز در زبان فارسی ما در کلمه مبارزه وجود دارد. فلانی آدم مبارزی است، فلانی آدم مبارزی نیست. نویسنده مبارز، نویسنده غیر مبارزه عالم مبارزه عالم غیر مبارز، دانشجوی مبارز و طلبه مبارز، دانشجوی غیر مبارز و طلبه غیر مبارز، جامعه مبارز و جامعه غیر مبارز.» (مقام معظم رهبری، ۱۳۷۳)<sup>۱</sup> همچنین بنا به تعبیر

۱. بیانات در (آغاز درس خارج فقه) در تاریخ (۱۳۷۳/۰۶/۲۰) قابل دسترسی در وبسایت (<http://farsi.khamenei.ir>)



مقام معظم رهبری «اگر مدیریت جهادی یا همان کار و تلاش با نیت الهی و مبتنی بر علم و درایت حاکم باشد، مشکلات کشور در شرایط کنونی فشارهای خباثت آمیز قدرت‌های جهانی، قابل حل است و کشور حرکت روبه‌جلو را ادامه خواهد داد.» (مقام معظم رهبری، ۱۳۹۲).<sup>۱</sup>

## ۲-۴- توصیف اجمالی نمونه واقعی

کشاورز کارآفرین قمی در سال ۱۳۷۴ تصمیم به کشت محصول زیتون می‌گیرد. هر چند کسی فکر نمی‌کرد با توجه به آب‌وهوای گرم و خشک شهر قم، کشت محصول زیتون امکان‌پذیر باشد، اما با توجه به روحیه ریسک‌پذیری، اعتمادبه‌نفس و تهاجمی خود این ابهام را تحمل کرد. او در گرمای هوا تلاشی بی‌بدیل از خود نشان داد و پس از چند سال از مهم‌ترین تولیدکنندگان زیتون شده است. در میان این سال‌ها، در سال ۱۳۸۶ سرمای سختی تمامی درختان او را خشک می‌کند؛ اما این واقعه سبب ناامیدی او نشد، بلکه زمینه تلاش و جدیت بیشتر او را فراهم کرد. اکنون تمامی درختان زیتون این مزرعه به بار نشست است. با اینکه در ابتدا این مزرعه دارای ۲۴ نوع زیتون بود، ولی در حال حاضر ۱۱۰ نوع زیتون در این مزرعه کشت می‌شود. مزرعه‌ای که از فناوری‌های مدرن و به‌روز استفاده می‌کند و دارای آزمایشگاه بسیار مجهزی در زمینه انواع زیتون است. مزرعه‌ای که تاکنون حداقل ۳۴ محقق برجسته جهان به خود دیده است. امروز یکی از بزرگ‌ترین افتخارات حوزه کشاورزی است.

آنچه سبب تمایز کارآفرین موردنظر با دیگر کارآفرینان شده است، نگاه ارزش محوری دینی او بود. نگاهی که می‌توان در ادبیات روزمره او نیز مشاهده کرد که از آموزه‌هایی نظیر توکل به خدا، تفکر توحیدی، شکرگزاری و سایر مفاهیم دینی نشأت می‌گیرد.

عوامل دیگری که در موفقیت او نقش بسزایی داشته عبارت‌اند از: روحیه علمی، دانش مالی اقتصادی و دانش مدیریتی نوآوری و خلاقیت او است. روحیه عملی او را می‌توان در شروع فعالیت‌هایش پی گرفت. شروع کار او با کوله‌باری از مطالعات علمی و تحقیقات آزمایشگاهی همراه بوده است. او فقط به مطالعات علمی اکتفا نمی‌کرد بلکه او برای کسب تجربه به بازدیدهای علمی خارج شهر خود و حتی خارج از کشور اقدام می‌نموده است. دانش مالی اقتصادی او شامل مدیریت هزینه و استفاده حداکثری از مواد و تجهیزات و توسعه طولی مجموعه بود. توسعه طولی آن را می‌توان با مشاهده تمام مراحل از تولید کود طبیعی، کشت نهال، ... تا برداشت و فرآوری و نگهداری و گرفتن

۱. بیانات در دیدار با (شهردار و اعضای شورای اسلامی شهر تهران) در تاریخ (۱۳۹۵/۱۰/۲۳) قابل دسترسی در وبسایت (<http://farsi.khamenei.ir>)



محصول اصلی مانند روغن در داخل مزرعه، دریافت. با تخصص گرایی، هدفمندی، نظم و مدیریت کارکنان، در کار خود دانش مدیریتی را به نمایش گذاشته است. همچنین با نوآوری‌های جدید در فعالیت‌های خود و جستجوی نوآوری‌های جدید در عرصه‌ی کار خود سبب تمایز خود با دیگران شد.

### ۳- روش‌شناسی مقاله

به منظور استخراج ویژگی‌های شخصیتی کارآفرین جهادی، پس از انجام مصاحبه‌های اکتشافی با متخصصان این حوزه و افرادی که به بازدید علمی از محل فعالیت این کارآفرین پرداخته بودند و همچنین مطالعه و بررسی مصاحبه با خود کارآفرین به طبقه‌بندی ویژگی‌ها اقدام شد. پس از آن با بررسی ادبیات موضوع از حوزه ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان، سایر ویژگی‌ها نیز تکمیل شد. لازم به ذکر است نتایج حاصل از مصاحبه‌ها و بررسی‌های حضوری از محل فعالیت فرد کارآفرین نشان می‌دهد تمام ویژگی‌هایی که از افراد کارآفرین در ادبیات موضوع ذکر شده است در این فرد مشاهده می‌شود. نکته جالب توجه، ویژگی‌هایی است که در این مقاله از آن به عنوان رویکرد جهادی یاد شده است و این فرد را به عنوان یک کارآفرین جهادی متمایز می‌سازد. به صورت خلاصه می‌توان روش گردآوری داده را مطالعات کتابخانه‌ای، مصاحبه‌های اکتشافی و در نهایت پرسشنامه تأییدی دانست که در ادامه مقاله ویژگی‌های جمعیت شناختی پاسخگویان و مصاحبه‌شوندگان ارائه شده است.

پس از گردآوری داده‌ها، تجزیه و تحلیل‌های درون‌گروهی به صورت گروه کانونی جهت طبقه‌بندی مؤلفه‌ها و شاخص‌های موردنظر انجام گرفت و جهت تأیید آن‌ها در اختیار خبرگان این حوزه قرار داده شد که نتایج آن در قالب جداول شماره ۳ و ۴ ارائه شده است. جهت اخذ نظرات با استفاده از پرسشنامه، سؤالاتی محوری طراحی شد و به صورت حضوری توسط پژوهشگران جهت جلوگیری از برداشت‌های ناقص از مفاهیم آن در اختیار پاسخگویان قرار گرفت و نظرات نهایی اخذ شد.

اعتبارسنجی الگوی ارائه شده نیز بر اساس نظرات نهایی خبرگان انجام شد که در ادامه ذیل سرفصل موردنظر به این موضوع اشاره شده است.

می‌توان روش گروه کانونی را نوعی مصاحبه دانست که به منظور عمیق‌تر شدن تعاملات بین اعضای گروه و بحث‌های مفصل‌تر طراحی شده است، به گونه‌ای که این تعاملات موجب تبادل بیشتر ایده‌ها نسبت به روش مصاحبه مستقیم می‌شود. از جمله اهداف مطالعات گروه کانونی می‌توان به جمع‌آوری اطلاعات پشتیبان، تشخیص مشکلات، ترغیب در ایجاد ایده‌های جدید، ساخت فرضیه‌ها، ارزیابی برنامه‌ها و



تفسیر نتایج مطالعات کیفی دیگر پرداخت. گروه کانونی درصدد کاوش دسته‌ای از جریان‌های معین است و موضوعات خاصی را بررسی می‌کند که در آن‌ها استفاده از تعامل گروهی برای رسیدن به داده‌ها، مورد نیاز است. نمونه‌گیری این روش به صورت هدفمند، کیفی و معیار محور است. کم‌وزیاد شدن افراد در گروه مزایا و معایبی برای گروه خواهد داشت. کم بودن افراد برای موضوعات اختصاصی‌تر مناسب است و اعضا مشارکت بیشتری خواهند داشت.

با توجه به گستردگی ویژگی‌های شخصیتی احصاء شده از کارآفرین مورد مطالعه که از تجزیه و تحلیل داده‌های گردآوری شده حاصل از مصاحبه با خود کارآفرین و متخصصانی که تجربه ملاقات حضوری با او را داشتند، استفاده از روش گروه کانونی جهت جمع‌بندی نهایی این ویژگی‌ها و تطبیق با ویژگی‌های موجود در ادبیات متعارف کارآفرینی راهگشا بود، ضمن اینکه بر قوت هر چه بیشتر تحلیل‌ها می‌افزود. لازم به ذکر است پس از طی مرحله گروه کانونی، نتایج حاصله، مجدداً در اختیار متخصصان قرار گرفت و به تأیید نهایی رسید.

#### ۴- یافته‌ها (ویژگی‌های شخصیتی کارآفرین جهادی)

در ادامه ضمن بیان نتایج مصاحبه مورد نظر به بیان نتایج برخی از پژوهش‌های انجام گرفته درباره‌ی ویژگی‌های یک کارآفرین نیز اشاره شده است. ویژگی‌های ارائه شده<sup>۱</sup> در جدول شماره ۲ که به ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان می‌پردازد بر اساس ادبیات موضوع و پژوهش‌های پیشین شناسایی و طبقه‌بندی شده است.

جدول شماره ۲- ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان در ادبیات موضوع؛ (ماخذ: نویسندگان)

منابع	ویژگی‌ها
مک کلند (۱۹۶۱)، هور نادی و بانکر (۱۹۷۰)، هور نادی و آپود (۱۹۷۱)، دوراند (۱۹۷۵)، مسکون و مونتاناری (۱۹۸۱)، کرلند (۱۹۸۴)، احمد (۱۹۸۵)، کوین و اسلوین (۱۹۸۹)، رابینسون (۱۹۹۱)، هود (۱۹۹۳)، نامان و اسلرین (۱۹۹۳)، هیسریچ و پترز (۱۹۹۵)، نایت (۱۹۹۷)، هنسمارک (۲۰۰۳)، هوارد (۲۰۰۴)، رشید (۲۰۰۴)، روچ و فریز (۲۰۰۵)، کالن (۲۰۰۷)، ژامپیتسکی (۲۰۰۸)، استانیوسکی <sup>۲</sup> (۲۰۱۶).	۱. نیاز به موفقیت

۱. جمع‌بندی از پژوهش‌های زیر: (Iyer, 2016) (Bikse, 2016) (W. Staniewski, Janowski, & Awruk, 2016) (Pines, 2010) (قربانی و کولوبندی، ۱۳۹۴؛ پاک‌باز و شهرکی پور، ۱۳۹۴؛ خنده‌ور و رضازاده صابری، ۱۳۹۴؛ ویسه و جمشیدیان، ۱۳۹۴؛ قربانی و همکاران، ۱۳۹۴؛ عرفانیان و همکاران، ۱۳۹۳؛ عبدالوهابی و همکاران، ۱۳۹۱؛ قوچانی و همت، ۱۳۸۸؛ مبارکی و همکاران، ۱۳۹۱؛ عباسی و همکاران، ۱۳۹۱؛ محمدی و عسگری، ۱۳۹۰؛ محمدی و علائی، ۱۳۹۰؛ محمدی و عسگری، ۱۳۹۰؛ قوچانی و همت، ۱۳۸۸).



ویژگی‌ها	منابع
۱. نیاز به موفقیت	دویر <sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۱۰)، بیکس <sup>۲</sup> (۲۰۱۵)، عرفانیان و همکاران (۱۳۹۳)، پاکباز و همکاران (۱۳۹۴)، قربانی (۱۳۹۴).
۲. ریسک‌پذیری	مک کلند (۱۹۶۱)، تیموز (۱۹۷۸)، ویلکن (۱۹۷۹)، بروکهایس (۱۹۸۱)، کرلند (۱۹۸۴)، احمد (۱۹۸۵)، بگلی و بوید (۱۹۸۷)، کوین و اسلوین (۱۹۸۹)، هود (۱۹۹۳)، نامان و اسلوین (۱۹۹۳)، نایت (۱۹۹۷)، لیتونن (۲۰۰۰)، نیکلسون و همکاران (۲۰۰۲)، هوارد (۲۰۰۴)، روچ و فریز (۲۰۰۵)، کولینز (۲۰۰۷)، کالن (۲۰۰۷)، ژامپیتسکی (۲۰۰۸)، دویر و همکاران (۲۰۱۰)، کندرا هاستوتی <sup>۳</sup> و همکاران (۲۰۱۵)، بیکس (۲۰۱۵)، پاکباز و همکاران (۱۳۹۴)، خنده‌ور (۱۳۹۴)، قربانی (۱۳۹۴).
۳. نوآوری و خلاقیت	هورنادی و بانکر (۱۹۷۰)، هورنادی و آبود (۱۹۷۱)، تیموز (۱۹۷۸)، ویلکن (۱۹۷۹)، ولش و پانگ (۱۹۸۲)، هود (۱۹۹۳)، لیتونن (۲۰۰۰)، پوستیگو و تامبورینی (۲۰۰۲)، هوارد (۲۰۰۴)، کالن (۲۰۰۷)، ژامپیتسکی (۲۰۰۸)، استانیوسکی (۲۰۱۶)، دویر و همکاران (۲۰۱۰)، بیکس (۲۰۱۵)، لایر <sup>۴</sup> (۲۰۱۶)، عرفانیان و همکاران (۱۳۹۳)، پاکباز و همکاران (۱۳۹۴)، ویسه (۱۳۹۴)، خنده‌ور (۱۳۹۴).
۴. اعتمادبه‌نفس	هورنادی و بانکر (۱۹۷۰)، تیموز (۱۹۷۸)، هوارد (۲۰۰۴)، رشید (۲۰۰۴)، استانیوسکی (۲۰۱۶)، کندرا هاستوتی و همکاران (۲۰۱۵)، بیکس (۲۰۱۵)، عرفانیان و همکاران (۱۳۹۳)، ولش و پانگ (۱۹۸۲).
۵. خودمختاری	هورنادی و آبود (۱۹۷۱)، مسکون و مونتاناری (۱۹۸۱)، کندرا هاستوتی و همکاران (۲۰۱۵).
۶. استقلال‌طلبی	کالینز و موری (۱۹۶۴)، هورنادی و آبود (۱۹۷۱)، کرلند (۱۹۸۴)، هنسمارک (۲۰۰۳)، هوارد (۲۰۰۴)، کالن (۲۰۰۷)، ژامپیتسکی (۲۰۰۸)، دویر و همکاران (۲۰۱۰)، کندرا هاستوتی و همکاران (۲۰۱۵)، بیکس (۲۰۱۵)، عرفانیان و همکاران (۱۳۹۳)، ویسه (۱۳۹۴)، خنده‌ور (۱۳۹۴)، قربانی (۱۳۹۴).
۷. مرکز کنترل درونی	دوراند (۱۹۷۵)، شاپرو (۱۹۷۵)، تیموز (۱۹۷۸)، مسکون و مونتاناری (۱۹۸۱)، ولش و پانگ (۱۹۸۲)، کرلند (۱۹۸۴)، احمد (۱۹۸۵)، بروکهایس و هارویتز (۱۹۸۶)، کوین و اسلوین (۱۹۸۹)، رابینسون (۱۹۹۱)، نامان و اسلیرین (۱۹۹۳)، هیسریچ و پترز (۱۹۹۵)، نایت (۱۹۹۷)، هوارد (۲۰۰۴)، رشید (۲۰۰۴)، دویر و همکاران (۲۰۱۰)، عرفانیان و همکاران (۱۳۹۳)، پاکباز و همکاران (۱۳۹۴)، ویسه (۱۳۹۴)، قربانی (۱۳۹۴)، هورنادی و آبود (۱۹۷۱).
۸. تحمل ابهام	کوین و اسلوین (۱۹۸۹)، نامان و اسلیرین (۱۹۹۳)، نایت (۱۹۹۷)، انتربالگو و همکاران (۲۰۰۰)، کالن (۲۰۰۷)، ژامپیتسکی (۲۰۰۸)، عرفانیان و همکاران (۱۳۹۳)، پاکباز و همکاران (۱۳۹۴)، قربانی (۱۳۹۴).
۹. مهارت‌های مدیریتی	تیموز (۱۹۷۸)، مسکون و مونتاناری (۱۹۸۱)، لیتونن (۲۰۰۰).

1. Dvir
2. Bikse
3. Candra Hastuti
4. Iyer



پس از ارائه ویژگی‌های شخصیتی عموم کارآفرینان که حاصل بررسی ادبیات نظری و پیشینه پژوهش بود در گام اصلی این مقاله به شناسایی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرین جهادی بر اساس مدل بومی واقعی از طریق مصاحبه، مشاهده و مطالعه مستندات منتشرشده از حالات و رفتار کارآفرین موردنظر پرداخته شد البته اطلاعات جهت شناختی مصاحبه‌شوندگان در جدول شماره (۴) ارائه شده است. در جدول شماره (۳) نیز، ضمن ارائه ویژگی کلی، زیر عناوین هر یک از ویژگی‌ها به بیان مصادیق رفتاری و گفتاری کارآفرین موردنظر که بیانگر آن ویژگی موردنظر بوده است، می‌پردازد.

جدول شماره ۳- شناسایی و طبقه‌بندی کارآفرین جهادی بر اساس نمونه واقعی

ویژگی کلی	زیر عنوان	مصادیق
اعتقاد به کار علمی	۱	داشتن روحیه علمی شروع کار با مطالعه علمی دارای تحصیلات تکمیلی مطالعات در سه سطح علمی، میدانی، اعتقادی
	۲	تحقیق و مطالعه‌ی علمی قبل از انجام هر فعالیت
	۳	بازدیدهای علمی سفر به شهرها و کشورهای مختلف جهت کسب تجربه و دانش مربوط
دانش مالی و اقتصادی	۴	مدیریت دانش استفاده از تجربه و دانش دیگران
	۱	مدیریت هزینه استفاده حداکثری از لوازم و تجهیزات صرفه‌جویی در مصرف مواد استفاده از مواد دورریختنی به‌منظور کاهش هزینه‌ها
	۲	توسعه طولی انجام صفر تا صدی فعالیت، از مرحله ایده تا مرحله فروش
دانش مدیریتی	۳	استفاده از فناوری مدرن و به‌روز فراهم آوردن تجهیزات و ماشین‌آلات به‌روز
	۱	مستندسازی مستند کردن تجربه‌های کسب‌شده فراهم کردن یک نمونه نهال زیتون از انواع مختلف آن
	۲	تخصص‌گرایی شناسایی روش مخصوص انجام هر کار
	۳	هدفمندی مشخص بودن هدف انجام هر فعالیت
	۴	نمادسازی ایجاد نمادی از ثمره‌ی قبلی فعالیت شکست‌خورده‌ی خود
	۵	مدیریت کارکنان برقرار بودن رابطه پدر فرزندی در بین آنها تأمین اسکان کارکنان



ویژگی کلی	زیر عنوان	مصادیق
دانش مدیریتی	۶	نظم وقت‌شناسی، حداقل در زمان ملاقات با دیگران رعایت ترتیب فعالیت‌ها قرار دادن ابزار و تجهیزات در مکان مخصوص به خود
	۷	انتقال تجربه نشر تجربه و علم خود به دیگران
توفیق طلبی	۱	ریسک‌پذیری انجام کارهایی برای اولین بار پذیرفتن احتمال شکست.
	۲	تحمل ابهام فقدان تجربه‌ی قبلی. ابهام در جهت نتیجه دهی.
	۳	پشتکار و جدیت شروع مجدد، با توجه به شکست در فعالیت قبلی استناد کارآفرین به آیات و روایات: إِنَّ الَّذِينَ قَالُوا رَبُّنَا اللَّهُ ثُمَّ اسْتَفَامُوا فَلَا خَوْفَ عَلَيْهِمْ وَلَا هُمْ يَحْزَنُونَ (سوره احقاف، آیه ۱۳) لِقوله [رسول الله] صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ: رَحِمَ اللهُ امْرَأَ عَمَلٍ عَمَلًا صَالِحًا فَاتَّقِنَه. (مسائل علی بن جعفر و مستدرکات، علی بن جعفر (ع) ص ۹۳)
	۴	روحیه خودباوری و خوداتکایی مشاهده فعل «می‌توانم» در فعالیت‌های فرد. عدم وابستگی به دیگران و دولت
	۵	امیدواری باور به اینکه، ناامیدی نتیجه‌ی القای شیطانی عدم معنا پیدا کردن ناامیدی با توکل بر خدا
	۶	ایمان و اعتقاد به کار عدم ایجاد خستگی در فرد با وجود اعتقاد به کار عدم تفاوت روزهای کاری با روزهای تعطیل استناد به روایات: مَنْ وَجَدَ مَاءً وَ تَرَابًا ثُمَّ افْتَقَرَ فَابْعَدَهُ اللهُ (وسائل الشیعه، حرعاملی، ج ۱، ص ۲۴).
ارزش‌های ملی	۱	توجه به تصمیم‌های کشور مطالعه‌ی سیاست‌های کلان کشور و هم‌راستا کردن فعالیت‌های خود
	۲	توجه به منافع ملی ترجیح منافع کشور بر منافع خود توجه به مزیت نسبی کشور تولیدات بر محور منابع داخلی
نوآوری و خلاقیت	۱	ایده جدید در کار ایجاد روش فعالیتی بدیع ایجاد بارکد استاندارد برای محصولات تولیدی ایجاد راه‌های تأمین امنیت محصول
	۲	جستجو نوآوری‌های جدید رصد مراکز علمی و پژوهشی شهرها و کشورهای مختلف



ویژگی کلی	زیر عنوان	مصادیق
ارزش محوری دینی	۱	مطالعات اعتقادی
	۲	توجه به آیات قرآن و روایات معصومین. سعی و تلاش خود را انجام می‌داد و نتیجه را به خدا واگذار می‌نمود. توکل به خدا استناد به آیات و روایات: وَأَفُوضُ أَمْرِي إِلَى اللَّهِ (غافر، ۴۴) یا جابر عظم الکسیر (جوشن کبیر)
	۳	تفکر توحیدی استناد کارآفرین به آیات و روایات: لَوْ نَشَاءُ لَجَعَلْنَاهُ حُطَامًا فَظَلِمْتُمْ تَفَكُّهُونَ إِنَّا لَمُعْرَمُونَ بَلْ نَحْنُ مَحْرُومُونَ (واقعه، ۶۵-۶۷) أَفَحَسِبْتُمْ أَنَّمَا خَلَقْنَاكُمْ عَبَثًا وَأَنَّكُمْ إِلَيْنَا لَا تُرْجَعُونَ (المؤمنون، ۱۱۵) وَمَا خَلَقْنَا السَّمَاءَ وَالْأَرْضَ وَمَا بَيْنَهُمَا بَاطِلًا (ص، ۲۷) مَا خَلَقْنَا السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضَ وَمَا بَيْنَهُمَا إِلَّا بِالْحَقِّ (الأحقاف، ۳).
	۴	شکرگزاری استناد کارآفرین به آیات و روایات: قَالُوا الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي هَدَانَا لِهَذَا وَمَا كُنَّا لِنَهْتَدِيَ لَوْلَا أَنْ هَدَانَا اللَّهُ (الاعراف، ۴۳) پیامبر (صلی‌الله‌علیه‌وآله): حاسبوا انفسکم قبلان تحاسبوا (وسائل الشیعه، شیخ حر عاملی، ج ۱۶، ص ۹۹)
	۵	راضی بودن به تقدیر الهی استناد کارآفرین به آیات و روایات: الهی رضا برضائک وَعَسَى أَنْ تَكْرَهُوا شَيْئًا وَهُوَ خَيْرٌ لَكُمْ وَعَسَى أَنْ تُحِبُّوا شَيْئًا (بقره، ۲۱۶)
	۶	تواضع عدم مغرور شدن کارآفرین با وجود موفقیت‌های بسیار
	۷	سخاوت‌مندی قراردادن مقداری از ثمره‌ی کاری خود در خدمت عموم افراد به‌طور رایگان
	۸	احترام به طبیعت هدایت فعالیت خود در جهت عدم آسیب به طبیعت
	۹	ساده زیستی عدم علاقه به تشریفات ظاهری ظاهری ساده در اتاق کاری خود

پس از طبقه‌بندی انجام‌گرفته در قالب جدول شماره (۳)، به‌منظور اعتبارسنجی و اخذ تأیید از شیوه طبقه‌بندی و مصادیق احصایی، این جدول در اختیار ۱۰ نفر از صاحب‌نظران و متخصصانی که با کارآفرین موردنظر آشنایی داشته و از محل فعالیت وی بازدید حضوری به عمل آورده‌اند، قرار گرفت که اطلاعات جمعیت شناختی و پاسخ ارائه‌شده آنان به سؤالات مطرح‌شده در این زمینه، در قالب جدول شماره (۴) آورده شده است.

#### ۴-۱- اعتبار سنجی یافته‌ها

سؤال اول: ویژگی‌های شناسایی شده را به چه میزان با ویژگی‌های شخصیتی کارآفرین موردنظر منطبق می‌یابید؟ پاسخ این سؤال در چند گزینه (خیلی زیاد، زیاد، متوسط و





کم) ارائه شده است و در ادامه از پاسخ‌دهنده پرسیده شده است که؛ آیا ویژگی دیگری از کارآفرین موردنظر در ذهن دارید که در این جدول به آن اشاره نشده باشد یا نیاز به تأکید بیشتری دارد؟

**سؤال دوم:** یا ویژگی‌های شناسایی شده می‌تواند توصیفگر خوبی از شخصیت کارآفرین موردنظر باشند؟ پاسخ این سؤال در چند گزینه (بلی تا حدودی، خیر) ارائه شده است و در ادامه از پاسخ‌دهنده پرسیده شده است که؛ اگر پاسختان، بلی نیست تا حد امکان علت انتخابتان را توضیح دهید حتی اگر به صورت کلیدواژه بیان فرمایید کافی است.

**سؤال سوم:** چه میزان شخصیت کارآفرین موردنظر را با تعاریف ذهنی خود از یک شخصیت (جهادی) منطبق می‌دانید؟ پاسخ این سؤال در چند گزینه (خیلی زیاد، زیاد، متوسط، کم و خیلی کم) ارائه شده است و در ادامه از پاسخ‌دهنده پرسیده شده است که؛ اگر پاسختان، متوسط یا کم است تا حد امکان علت انتخابتان را توضیح دهید حتی اگر به صورت کلیدواژه بیان فرمایید کافی است؛ یعنی بیان فرمایید چه ویژگی از مفهوم جهادی در ذهن دارید که در ایشان وجود ندارد یا کم‌رنگ است.

**سؤال چهارم:** در این سؤال از پاسخ‌دهنده پرسیده شده است که؛ کدام ویژگی‌های شخصیتی کارآفرین موردنظر را پررنگ‌تر از سایر موارد میدانید؟ (لطفاً به ترتیب به سه مورد اشاره فرمایید).

پاسخهای مصاحبه شوندگان به سئوالات

ردیف	ویژگی پاسخ‌دهنده	پاسخ به سؤال یک	پاسخ به سؤال دو	پاسخ به سؤال سه	پاسخ سؤال چهار
۱	دکترای رشته مدیریت	زیاد	تا حدودی	زیاد	پشتکار، علمی بودن، بلندنظر بودن و تلاش برای احیای آموزه‌های دینی و سردست گرفتن تفکر شیعی حتی در کشاورزی
۲	دانشجوی دکتری خط‌مشی‌گذاری عمومی	خیلی زیاد	بلی	خیلی زیاد	توفیق طلبی، پشتکار و جدیت، توکل به خدا، امیدواری
۳	کارشناسی ارشد مدیریت صنعتی	زیاد	تا حدودی		نگاه دانش‌بنیان، پشتکار و پرکاری، اعتقاد به غیب و توکل بر خدا
۴	کارشناسی ارشد مدیریت دولتی	زیاد	تا حدودی	زیاد	داشتن روحیه علمی و اصولی کار کردن توکل بر خدا و راضی بودن و تقدیر الهی ایمان و اعتقاد به کار و پشتکار و جدیت



شماره	ویژگی پاسخ‌دهنده	پاسخ به سؤال یک	پاسخ به سؤال دو	پاسخ به سؤال سه	پاسخ سؤال چهار
۵	کارشناسی ارشد مدیریت دولتی	خیلی زیاد	تا حدودی	زیاد	خلاق و ایده پرداز، معتقد به کار علمی و عملی دقیق، ارزش محور دینی
۶	کارشناسی مدیریت صنعتی	زیاد	بلی	زیاد	دانش مدیریتی، اعتقاد به کار، توفیق طلبی
۷	کارشناسی مدیریت دولتی	زیاد	بلی	زیاد	عمل بر اساس اعتقاد، شکست‌ناپذیر، تلاش فراوان (خستگی‌ناپذیر)
۸	کارشناسی مدیریت مالی	خیلی زیاد	بلی	خیلی زیاد	توکل بر خدا، راضی بودن به تقدیر، سخاوتمندی
۹	کارشناسی مدیریت مالی	زیاد	بلی	خیلی زیاد	توکل بر خدا، پشتکار، روحیه‌ی خودباوری و خوداتکایی
۱۰	کارشناسی مدیریت بازرگانی	زیاد	بلی	زیاد	توکل بر خدا، ریسک‌پذیری، خودباوری

بررسی نتایج و نظر کلی متخصصان و پاسخ‌گویان به پرسش‌های طراحی شده بر اساس مصاحبه‌ها و مشاهدات صورت گرفته از ویژگی‌های شخصیتی کارآفرین جهادی موردنظر نشان از انطباق کلی حالات این فرد با ویژگی‌های یک کارآفرین جهادی است. لذا به‌طور کلی می‌توان بر اساس نتایج حاصله به شکل شماره (۱) دست یافت.



شکل شماره ۱- الگوی نهایی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان جهادی براساس یک نمونه واقعی لازم به ذکر است جهت اعتبارسنجی نتایج پژوهش، همان‌گونه که پیش‌ازین در بخش روش گردآوری و تجزیه و تحلیل داده‌ها اشاره شد، از ابزار پرسشنامه استفاده شد. این پرسشنامه حاوی شاخص‌های طبقه‌بندی شده حاصل از مصاحبه‌های اکتشافی و تجزیه و تحلیل‌های گروه کانونی پژوهشگران بود. نتایج پرسشنامه‌های جمع‌آوری شده،



نشان از تأیید خبرگان بر مدل ارائه‌شده، دارد.

## ۵- جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

ارائه مدل‌های بومی از مفاهیم اساسی مطرح در مسائل اقتصادی مدیریتی یکی از ضروریات کشور است. جهت‌گیری‌های کلان نظام در امر توسعه نیازمند تمرکز عمیق جهت طراحی مدل‌هایی مبتنی بر آموزه‌های دینی و بومی است. مقاله حاضر به شناسایی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان جهادی بر اساس مطالعه موردی و بررسی تجارب واقعی یکی از کارآفرینان مطرح در کشور پرداخته است. پس از مرور ادبیات و احصاء ویژگی‌های شخصیتی مطرح‌شده در پژوهش‌های داخلی و خارجی پیرامون کارآفرینان، شناسایی و طبقه‌بندی ویژگی‌های مذکور با ملاحظات یک کارآفرین جهادی از طریق مصاحبه، مشاهده و بررسی مستندات ارائه‌شده توسط متخصصان و صاحب‌نظران که ضمن آشنایی با کارآفرین مذکور و بازدید عملی از محل فعالیت وی پرداخته است انجام پذیرفت.

نتایج این پژوهش حاکی از آن است که مفهوم محوری ویژگی‌های شخصیتی کارآفرین جهادی، جهت‌گیری در ارزش‌های دینی است ضمن اینکه سایر ویژگی‌های شخصیتی وی را می‌توان به صورت زیر بازشماری کرد: اعتقاد به کار علمی، دانش مالی و اقتصادی، دانش مدیریتی، توفیق طلبی، ارزش‌های ملی، نوآوری و خلاقیت و ارزش محوری دینی.

همان‌گونه که پیش‌ازاین اشاره شد، تاکنون پژوهش منسجمی پیرامون موضوع و مفهوم کارآفرین جهادی انجام نگرفته بود و تدقیق و تبیین چنین مفهومی نیازمند بهره‌گیری از آموزه‌های اسلامی در کنار مفهوم کارآفرینی بود که دشواری‌های خاص خود را دارد. تفاوت اساسی نتایج حاصل از این پژوهش در مقایسه با سایر پژوهش‌هایی که به شناسایی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان پرداخته بودند، در ویژگی ممتاز «ارزش محوری دینی» کارآفرینان جهادی است؛ به عبارت دیگر، این ارزش محوری دینی است که با مقوله «جهاد» گره خورده است و به آن تمایز می‌بخشد. در واقع به صورت خلاصه می‌توان وجه تمایز اصلی شخصیت کارآفرین جهادی با سایر ویژگی‌های ارائه‌شده در ادبیات متعارف کارآفرینی را در ارزش محوری دینی موجود در کارآفرینان جهادی دانست به عبارت دیگر، در مقوله جهاد، ارزش‌های دینی نهفته است و نمی‌توان رویکردی جهادی را فارغ از ارزش‌های دینی متصور شد، لذا کارآفرین جهادی، بدون ارزش محوری دینی و آن دسته از ویژگی‌های شخصیتی مربوط به ارزش‌های اسلامی فاقد معنا و مفهوم اصیل خواهد بود. بررسی نتایج پژوهش‌های صورت گرفته در زمینه ی ویژگی‌های



شخصیتی کارآفرینان در ادبیات متعارف حوزه کارآفرینی، نشان از آن دارد که هرچند در برخی از پژوهش‌های مربوط به ویژگی‌های کارآفرینان به مفاهیمی نظیر اعتقاد به کار، فداکاری و ... اشاره شده است ولی به مقولات ارزشی دینی، اشاره خاصی نشده است که نتایج این پژوهش، نشانگر این ویژگی بوده و وجه ممیزه این پژوهش است. بزرگ‌ترین محدودیت پیشروی این مقاله، فقدان ادبیات منسجم پیرامون موضوع و مفهوم کارآفرینی جهادی بود، ضمن اینکه تمرکز این پژوهش بر مستندسازی و طبقه‌بندی علمی یک تجربه بومی واقعی در عرصه کشاورزی، دشواری‌های خاص خود را داشت، اعتبارسنجی مدل نهایی نیز نیازمند استفاده از نظرات و تاییدات خبرگانی داشت که هم با مفهوم کارآفرینی آشنا باشند و هم ویژگی‌های یک حرکت «جهادی» را بشناسند ضمن اینکه می‌بایست در مقام تطبیق با مدل بومی واقعی ارائه شده نیز با کارآفرین موردنظر آشنایی و مصاحبت می‌داشتند که بر دشواری‌های کار می‌افزود ولی همان‌گونه که در بخش پیشین مقاله اشاره شده است، نتایج پژوهش و مدل ارائه شده به تأیید این افراد رسید.

از موضوعات نظری که به بیان ویژگی‌ها می‌پردازند در مقام ارائه پیشنهادها، نمی‌توان انتظاری همچون پژوهش‌های کاربردی داشت لذا عموم پیشنهادهاى چنین پژوهش‌هایی از سنخ پیشنهادهای نظری و موضوعات جدید علمی است که می‌توانند دستمایه پژوهش‌های کاربردی قرار گیرند. یکی از مهم‌ترین نقاط تمرکز این پژوهش، ویژگی‌های شخصیتی کارآفرین جهادی بود که پژوهش‌های آتی می‌تواند به توسعه این مفهوم در سایر ویژگی‌ها پردازد و البته اگر نظام جامع سازمان‌دهی، اداره، کنترل و ... در نظام‌واره کارآفرینی جهادی طراحی شود، نتایج بهتر و مؤثرتری حاصل خواهد شد که تبیین اجزای این نظام‌واره و روابط بین اجزاء، پژوهش‌های گسترده و متعددی را می‌طلبد.



## ۶- منابع و مآخذ

### ۶-۱- منابع فارسی

#### مقاله‌ها

۱. اسدی، اسماعیل؛ پور اسدالله، حبیب (۱۳۹۴)؛ «بررسی تطبیقی ویژگی‌های کارآفرینان در مکتب اسلام و منابع علمی»، مجموعه مقالات برگزیده سومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، اقتصاد و حسابداری.
۲. امین بیدختی، علی‌اکبر (۱۳۸۸)؛ «نقش بنگاه‌های کوچک و متوسط (SME's) صنعتی در خلق فرصت‌های کارآفرینی»، کاوش‌های مدیریت بازرگانی، سال اول، شماره ۲، ۱۶۵-۱۴۸.
۳. زالی، محمدرضا؛ مدهوشی، مهرداد؛ کردنائیچ، اسدالله (۱۳۸۶)؛ «ارزیابی مشخصه‌های کارآفرینی دانشجویان (مطالعه موردی: دانشگاه مازندران)»، مدرس علوم انسانی، شماره ۵۵، ۱۱۴-۸۱.
۴. زری‌باف، مهدی؛ شفیع‌خانی، محمد (۱۳۸۵)؛ «آموزش منابع انسانی کارآفرین و توسعه سازمان‌های کوچک و متوسط (SME)»، پژوهشگر، سال سوم، شماره ۷، ۷۹-۷۲.
۵. سلطانی، محمدرضا (۱۳۹۳)؛ «مدیریت جهادی، چالش‌ها و الزامات»، مدیریت اسلامی، شماره ۸، ۴۰-۹.
۶. عباسی، ابراهیم؛ کلاسی‌نگینی، منیره؛ بالو، مجتبی (۱۳۹۱)؛ «ارزیابی ویژگی‌های کارآفرینی دانشجویان دختر مراکز عملی-کاربردی استان گلستان»، مطالعات اجتماعی روان‌شناختی زنان، سال ۱۰، شماره ۳، ۱۸۰-۱۶۳.
۷. عقیلی، فریبا؛ طیبی، سید کمیل؛ زمانی، زهرا؛ ابراهیمی، نسرین (۱۳۹۱)؛ «اثر کارآفرینی و توسعه‌ی بنگاه‌های کوچک و متوسط بر اشتغال: تجربه‌ی چند کشور منتخب در حال توسعه»، توسعه‌ی کارآفرینی، شماره ۱۶، ۱۶۴-۱۴۵.
۸. قائد علی، حمیدرضا؛ عاشوری، مهدی (۱۳۹۳)؛ «مدیریت جهادی شیوه‌ای تحقق‌یافته از مدیریت اسلامی (مطالعه‌ی موردی جهاد سازندگی در دهه‌ی نخستین انقلاب اسلامی ایران)»، مهندسی فرهنگی، سال هشتم، شماره ۸۲، ۸۳-۶۷.
۹. قائد علی، حمیدرضا؛ مشرف‌جوادی، محمدحسین (۱۳۹۳)؛ «بررسی ویژگی‌های جهادگران در قالب مؤلفه‌های هوش معنوی (مطالعه‌ی موردی جهاد سازندگی در دهه‌ی نخستین انقلاب اسلامی ایران)»، مطالعات راهبردی بسیج، سال هفدهم، شماره ۷۶۴، ۱۱۸-۹۷.
۱۰. قائد علی، حمیدرضا؛ مشرف‌جوادی، محمدحسین (۱۳۹۳)؛ «فرهنگ سازمانی حاصل



- از مدیریت جهادی (مطالعه‌ی موردی جهاد سازندگی در دفاع مقدس)»، مهندسی فرهنگی، سال هشتم، شماره ۷۹، ۷۸-۶۲.
۱۱. قوچانی، فرخ؛ همت، موژان (۱۳۸۸)؛ «ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان و سطح هویشیاری عاطفی آنان»، مدیریت کسب‌وکار، شماره ۲، ۹۹-۸۶.
  ۱۲. لطیفی، میثم؛ عزیزی، مهدی (۱۳۹۴)؛ «بررسی دلالت‌های مدیریتی سیره‌امیرالمؤمنین حضرت علی علیه‌السلام در عرصه سازمان‌دهی: مطالعه موردی شرطه الخمیس»، فصلنامه مطالعات راهبردی بسیج، سال هجدهم، شماره ۶۶، بهار ۱۳۹۴ (۶-۲۹)
  ۱۳. لطیفی، میثم؛ سعدآبادی، حسن (۱۳۹۳)؛ «پژوهشی پدیدارشناسانه برای فهم جوهره مدیریت جهادی»، راهبرد فرهنگ، شماره ۲۸، ۱۲۲-۹۱.
  ۱۴. مبارکی، محمدحسن؛ وزیری، مزده؛ گیاهی، زهرا (۱۳۹۱)؛ «تأثیر جوسازمانی بر ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه کارکنان در محیط‌های دانشگاهی (مطالعه موردی: دانشگاه الزهراء)»، اندیشه‌های نوین تربیتی، شماره ۳۰، ۱۳۸-۱۱۵.
  ۱۵. محمدی، محمود؛ عسگری، غلامرضا (۱۳۹۰)؛ «تأثیر شخصیت کارآفرینانه بر موفقیت کارآفرینانه در کسب‌وکارهای کوچک و متوسط»، توسعه کارآفرینی، شماره ۱۳، ۱۴۸-۱۲۹.
  ۱۶. مرادی، حوریه؛ بیژنی، مسعود؛ کرمی، غلامحسین؛ حقیقی، نگین فلاح (۱۳۹۱)؛ «ارزیابی مقایسه‌ای ویژگی‌های روان‌شناختی مؤثر بر نگرش‌های کارآفرینانه در دانشجویان مهندسی کشاورزی (مورد مطالعه: دانشگاه کشاورزی و منابع طبیعی رامین خوزستان)»، فصلنامه آموزش مهندسی ایران، سال چهاردهم، شماره ۵۳، ۸۱-۶۵.
- ### کتاب‌ها
۱. احمد پور داریانی، محمود (۱۳۸۰)؛ کارآفرینی (تعاریف، نظریات، الگوها)، تهران، شرکت پردیس ۵۷.
  ۲. احمد پور داریانی، محمود؛ مقیمی، سید محمد (۱۳۸۵)؛ مبانی کارآفرینی، تهران، فر اندیش.
  ۳. اکبری، کرامت‌الله (۱۳۹۰)؛ توسعه کارآفرینی، ویرایش اول، تهران، انتشارات جهاد دانشگاهی.
  ۴. یوکل، گری (۱۳۸۲)؛ مدیریت و رهبری در سازمان‌ها، ترجمه محمد ازگلی و قاسم قنبری، تهران، انتشارات دانشگاه امام حسین (ع).
  ۵. آرمند، پیمان؛ ذبیحی طاری، رضا (۱۳۸۶)؛ «بررسی سبک مدیریت جهادی و سایر سبک‌های مدیریتی»، مجموعه مقالات برگزیده دومین همایش ملی فرهنگ و مدیریت جهادی.



۶. پاک‌باز، قادر بخش؛ شهرکی پور، حسن (۱۳۹۴)؛ «بررسی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی کارکنان آموزش و پرورش شهرستان سروان»، مجموعه مقالات اولین همایش ملی علمی پژوهشی روانشناسی، علوم تربیتی و آسیب‌شناسی جامعه.
۷. خرمی، آسیه (۱۳۹۳)؛ «بررسی تأثیر و اهمیت ویژگی‌های کارآفرینان بر ایجاد و توسعه اشتغال»، مقالات برگزیده دومین همایش ملی کارآفرینی و رقابت‌پذیری.
۸. خنده‌رو، مهدی؛ رضازاده صابری، مجتبی (۱۳۹۴)؛ «بررسی عوامل شخصیتی مؤثر در تمایل به کارآفرینی دانشجویان (مورد مطالعه دانشجویان دانشگاه پیام نور تربت حیدریه)»، مجموعه مقالات برگزیده کنفرانس بین‌المللی مدیریت، فرهنگ و توسعه اقتصادی.
۹. ساجدی نژاد؛ محمدی، علیرضا (۱۳۹۲)؛ «بررسی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان و مقایسه آن با دانشجویان کشور»، مجموعه مقالات برگزیده دهمین کنفرانس بین‌المللی مهندسی صنایع.
۱۰. سعیدی کیا، مهدی (۱۳۸۶)؛ اصول و مبانی کارآفرینی، تهران، کیا.
۱۱. عبدالوهابی، مرضیه؛ رومیانی، یونس؛ ظریف، سکینه (۱۳۹۱)؛ «ارزیابی ویژگی‌های کارآفرینانه‌ی دانشجویان: بررسی موردی دانشگاه شهید چمران اهواز»، مجموعه مقالات برگزیده دومین کنفرانس ملی دانشجویی کارآفرینی.
۱۲. عرفانیان خان‌زاده، حمید؛ کلالی، آسیه؛ رحیم زاده نسخی، نرگس (۱۳۹۳)؛ «تأملی بر رابطه ویژگی‌های شخصیتی و کارآفرینی درون‌سازمانی»، مجموعه مقالات برگزیده سومین کنفرانس ملی حسابداری و مدیریت.
۱۳. قربانی، پرویز؛ عبدالله، کولوبندی؛ محمود، محمدی؛ علیرضا، سلوک دار (۱۳۹۴)؛ «تأثیر آموزش کارآفرینی بر انگیزش انگیزه‌های کنش‌ی برای کارآفرین شدن»، مجموعه مقالات برگزیده، همایش سراسر مباحث کلیدی در علوم مدیریت و حسابداری، گروه آموزش و پژوهش شرکت مهندسی عمران بنای تدبیر، مرکز آموزش علمی و کاربردی هلال احمر استان گلستان.
۱۴. قربانی، پرویز؛ کولوبندی، عبدالله (۱۳۹۴)؛ «بررسی تأثیر کارآفرینی بر ایجاد و پرورش ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان»، مجموعه مقالات برگزیده اولین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، اقتصاد، حسابداری و علوم تربیتی، شرکت علمی پژوهشی و مشاوره‌ای آینده‌ساز.
۱۵. قربانی، پرویز؛ کولوبندی، عبدالله (۱۳۹۴)؛ «بررسی تأثیر ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان بر انگیزش کارآفرینی»، مجموعه مقالات برگزیده اولین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، اقتصاد، حسابداری و علوم تربیتی، شرکت علمی پژوهشی و مشاوره‌ای آینده‌ساز.



۱۶. محمدی، امین؛ علائی، حبیبه (۱۳۹۰)؛ «ارزیابی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه مدیران زن مدارس»، مجموعه مقالات برگزیده اولین کنفرانس دانشجویی کارآفرینی کشور.

۱۷. ویسه، سید مهدی؛ جمشیدیان، طیه (۱۳۹۴)؛ «بررسی رابطه بین ابعاد ویژگی‌های شخصیتی بر روحیه کارآفرینی دانشجویان»، مجموعه مقالات برگزیده دومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت در قرن ۲۱.

۱۸. یونسی فر، سید محمد؛ مشرف جوادی، محمدحسین (۱۳۹۳)؛ «تأثیر ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان بر بهره‌وری نیروی انسانی در بیمارستان شهید صدوقی یزد»، مدیریت بهداشت و درمان، دوره پنجم، شماره ۴، ۶۲-۵۵.

### ۶-۲- منابع لاتین

1. Bikse, V. Rivza, B. & Riemere, I. (2015) **The Social Entrepreneur as a Promoter of Social Advancement**, 3rd World Conference on Psychology and Sociology, 469-478.
2. Dvir, D. Sadeh, A. & Malach-Pines, A. (2010). **The fit between entrepreneurs' personalities and the profile of the ventures they manage and business success: An exploratory study**. Journal of High Technology Management Research, 43-51.
3. Hastuti, P. C. Troena, E. A. Thoyib, A. & Setiawan, M. (2015). **The Minang Entrepreneur Characteristic**. 2nd Global Conference on Business and Social Science, Bali, Indonesia, 819-826
4. Iyer, C. (2016). **Impact of entrepreneur on the sectoral system of innovation: Case study of the Indian crude oil refining industry**. Technological Forecasting & Social Change, 102-111.
5. W. Staniewski, M. Janowski, K. & Awruk, K. (2016) **Entrepreneurial personality dispositions and selected indicators of company functioning**. Journal of Business Research, 1939-1943.

