



# The Effect of Personality Traits on Entrepreneurial Spirit with the Mediating Role of Organizational Creative Climate (Case study: Managers of Hadid Ravan Knowledge Based Company)

Zahra Taheri<sup>1</sup> | Mahnaz Mohammadi<sup>2</sup>

1. Department of Sociology, Faculty of Social Sciences, Imam Khomeini International University, Qazvin, Iran.

(Corresponding Author). E-mail: z.taheri@soc.ikiu.ac.ir

2. Department of Business Administration, Faculty of Management, University of Isfahan, Isfahan, Iran.

E-mail: mohamadi.m103@gmail.com

## Article Info

## ABSTRACT

**Article type:**  
Research Article

**Article history:**  
**Received:** 21 May 2025  
**Received in revised form:** 09 July 2025  
**Accepted:** 16 Sep 2025  
**Available online:** 16 Sep 2025

**Keywords:**  
Creative Organizational Climate;  
Entrepreneurial Spirit;  
Personality Traits.

Today, entrepreneurship is considered the driving force of organizational and economic development. Organizations can help continuously improve business and economic development by selecting individuals with entrepreneurial characteristics and creating a creative climate. The present study examined the effect of personality traits on entrepreneurial spirit through the mediator variable of organizational creative climate. This research was conducted using a survey method on 50 managers and standard questionnaires of the Big Five personality traits Costa & McCrae, the organizational creative climate Dul & Ceylan, and the entrepreneurial spirit of KordNaiej et al were used to measure the variables. SPSS<sub>26</sub> and SmartPLS<sub>4</sub> software were used to analyze the research data. The results showed that managers with higher entrepreneurial spirit generally have higher levels of experientialism, conscientiousness, and extraversion, while they have lower levels of agreeableness and neuroticism. The findings also indicate that although gender does not affect entrepreneurial spirit, this spirit is different at management levels (senior, middle, and operational) and senior managers have more entrepreneurial tendencies than middle and operational levels. Structural equation modeling analysis also confirms the effect of personality traits on entrepreneurial spirit through the mediating variable of organizational creative climate. These findings emphasize the importance of combining personality traits with a supportive organizational environment to foster entrepreneurship and show that organizations can activate the entrepreneurial potential of employees - regardless of gender - by creating a creative climate.

Education and Management of Entrepreneurship, 2025, Vol. 4, No. 3, pp 105-132

**Cite this article:** Taheri, Z., & Mohammadi, M. (2025). The Effect of Personality Traits on Entrepreneurial Spirit with the Mediating Role of Organizational Creative Climate (Case study: Managers of Hadid Ravan Knowledge Based Company). *Education and Management of Entrepreneurship*, 4(3), 105-132. doi: 10.22126/eme.2025.12186.1177 (in Persian).



© The Author(s).

DOI: <https://doi.org/10.22126/eme.2025.12186.1177>

Publisher: Razi University

## Extended Abstract

### Introduction

Entrepreneurship is the process of identifying, evaluating, and exploiting opportunities to create or develop a new business. Research shows that several factors, such as internal factors, external environment, and personality traits, play a role in developing and facilitating entrepreneurship. On the other hand, the personality traits of managers also have a direct impact on organizational decision-making and behavior and can affect the internal climate of the organization. On the other hand, organizational climate is an important factor in improving organizational performance. Work environments that support creativity and innovation increase employee enthusiasm and job satisfaction and increase the likelihood of entrepreneurship. This research was conducted in one of the knowledge-based companies, Hadid Rawan, a motorcycle wheel manufacturer. The issue of the effect of personality traits on entrepreneurial spirit through the mediation of the creative organizational climate in knowledge-based companies is important because these companies are fundamentally based on innovation and creativity and their success depends on the ability of employees and managers to create new ideas and turn them into commercialized products or services. By examining the role of personality traits on entrepreneurial spirit and also analyzing the mechanism of influence of the organizational creative climate as a mediating variable, the company can gain a better understanding of how to strengthen internal entrepreneurship. On the other hand, the results of this research can help design human resource recruitment and development systems, create work environments that support creativity, and strengthen an entrepreneurial organizational culture, all of which lead to increasing the company's competitive advantage in dynamic and knowledge-based markets. Furthermore, given the research gap in this area, especially in domestic knowledge-based companies, this study is both scientifically novel and provides practical solutions for improving organizational performance. Therefore, choosing this topic as a company issue not only helps solve current challenges, but is also in line with the company's long-term strategic goals in the field of innovation and entrepreneurship.

### Research Method

This research is applied in terms of its purpose and descriptive-survey in terms of its nature and research method. The data collection tool was a questionnaire with reliability and validity. The research questionnaire was designed from three variables using the standard questionnaires of McCrae & Costa's five personality traits, Dul & Ceylan's organizational creative climate, and KordNaiej et al entrepreneurial spirit. The statistical population of the research included all managers and supervisors of Hadid-ravan Knowledge-Based Company, which numbered 50 people. The validity of the questionnaire was obtained using construct and face validity (according to experts and the managers present in the group) and reliability was obtained according to Cronbach's alpha coefficient. In order to analyze the data in two parts: descriptive statistics (mean, mode, etc.) and inferential statistics (correlation coefficient test, mean difference test), SPSS<sub>26</sub> software was used and SmartPLS<sub>4</sub> software was used for structural equation modeling.

### Results and Discussion

The average score of personality trait dimensions among managers, from highest to lowest, was experientialism, conscientiousness, extraversion, agreeableness, and neuroticism. For the variable of organizational creative climate, from highest to lowest, it was group support, supervisor support, and organizational support and also for the entrepreneurial spirit variable, from highest to lowest, the following were: achievement seeking, innovation, internal control, independence seeking, risk taking, and tolerance for ambiguity. In examining the hypotheses of the effect of organizational creative climate on entrepreneurial spirit (correlation coefficient equal to 0.79 and significance level equal to 0.000), there was a positive and significant relationship. In examining the mean difference in entrepreneurial spirit by gender, according to the results of the Mann-Whitney U test, the z value was equal to -0.705 and the significance level was equal to 0.48, and also the mean score of entrepreneurial spirit for women was equal to 28.50 and men was equal to 24.93, no significant difference was observed. In examining the average difference in entrepreneurial spirit according to management levels, according to the results of the Kruskal-Wallis H test, the significance level was

less than 0.05 and the average scores obtained, the entrepreneurial spirit was higher in managers in higher ranks. In the Kruskal-Wallis H test for each of the five personality factors in the dimensions of extraversion, experientialism, and conscientiousness, managers who had a higher entrepreneurial spirit obtained higher scores, and those who had a lower entrepreneurial spirit had higher scores for the other two dimensions, namely agreeableness and neuroticism). Also, the mediating role of the organizational creative climate variable had a significant effect on the relationship between personality traits and entrepreneurial spirit.

### **Conclusion and Recommendations**

This research shows that the combination of managers' personality traits with a organizational creative climate plays a decisive role in fostering entrepreneurial spirit. For knowledge-based companies, whose main focus is innovation and advanced technologies, these findings are doubly important. By strengthening characteristics such as experientialism, extroversion, and conscientiousness, managers of these companies can not only create dynamism in the organizational culture, but also pave the way for the emergence of creative ideas and their transformation into innovative products and services. Since knowledge-based companies are constantly facing technological and competitive challenges, the presence of managers with an entrepreneurial spirit and the ability to create a creative environment can become a key factor in their survival and growth. According to the results of this study, knowledge-based companies can take an effective step towards strengthening innovation by implementing targeted training programs to develop entrepreneurial personality traits in their managers and employees. Creating incentive systems for idea generation, forming interdisciplinary teams, and designing a flexible workspace are other practical solutions to strengthen the creative climate of the organization. In addition, these companies can turn complex technological challenges into business opportunities by leveraging managers who are at high organizational levels and have a strong entrepreneurial spirit. Ultimately, integrating the findings of this research into management strategies can help knowledge-based companies gain a prominent position in the country's innovation ecosystem and capture a greater share of advanced markets.



پرویشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی



## تأثیر ویژگی‌های شخصیتی بر روحیه کارآفرینی با نقش میانجی جو خلاق سازمانی (مورد مطالعه: مدیران شرکت دانش‌بنیان حدید روان)

زهرا طاهری<sup>۱</sup> | مهناز محمدی<sup>۲</sup>

۱. گروه جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه بین‌المللی امام خمینی، قزوین، ایران.

(نویسنده مسئول). رایانامه: [z.taheri@soc.ikiu.ac.ir](mailto:z.taheri@soc.ikiu.ac.ir)

۲. گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران.

رایانامه: [mohamadi.m103@gmail.com](mailto:mohamadi.m103@gmail.com)

### اطلاعات مقاله | چکیده

#### نوع مقاله:

مقاله علمی - پژوهشی

#### تاریخچه مقاله:

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۲/۳۱

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۴/۰۴/۱۸

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۶/۲۵

دسترسی آنلاین: ۱۴۰۴/۰۶/۲۵

#### کلیدواژه‌ها:

جو خلاق سازمانی،

روحیه کارآفرینی،

ویژگی‌های شخصیتی.

امروزه کارآفرینی، موتور محرکه توسعه سازمانی و اقتصادی محسوب می‌شود. سازمان‌ها با گزینش افراد دارای ویژگی‌های کارآفرینانه و ایجاد فضای خلاق می‌توانند به بهبود مستمر کسب‌وکار و توسعه اقتصادی کمک نمایند. پژوهش حاضر به بررسی تأثیر ویژگی‌های شخصیتی بر روحیه کارآفرینی از طریق متغیر میانجی جو خلاق سازمانی پرداخته است. این پژوهش با روش پیمایشی روی ۵۰ مدیر انجام و از پرسش‌نامه‌های استاندارد ویژگی‌های شخصیتی پنج‌گانه کاستا و مک‌کری، جو خلاق سازمانی دال و سیلان، روحیه کارآفرینی کردنائیچ و همکاران برای سنجش متغیرها استفاده شده است. برای تحلیل داده‌های پژوهش نرم‌افزارهای SPSS<sup>26</sup> و SmartPLS<sup>4</sup> مورد استفاده قرار گرفته است. نتایج نشان داد مدیرانی که روحیه کارآفرینی بالاتری دارند، عموماً از ویژگی‌های تجربه‌پذیری، وظیفه‌شناسی و برون‌گرایی بیشتری برخوردار هستند، در حالی که توافق‌پذیری و روان‌رنجوری کمتری دارند. همچنین یافته‌ها حاکی از آن است که اگرچه جنسیت تأثیری بر روحیه کارآفرینی نداشته است، اما در سطوح مختلف مدیریتی (عالی، میانی و عملیاتی) این روحیه متفاوت بوده و مدیران ارشد نسبت به مدیران میانی و عملیاتی، تمایلات بیشتری به کارآفرینی دارند. تحلیل مدل معادله ساختاری پژوهش، نیز تأثیر ویژگی‌های شخصیتی بر روحیه کارآفرینی از طریق متغیر میانجی جو خلاق سازمانی را تأیید نمود. این یافته‌ها تأکید بر اهمیت ترکیب ویژگی‌های شخصیتی با محیط سازمانی حمایتی برای پرورش کارآفرینی دارد و نشان می‌دهد که سازمان‌ها می‌توانند با ایجاد جو خلاقانه، پتانسیل کارآفرینی کارکنان را - صرف‌نظر از جنسیت - فعال نمایند.

آموزش و مدیریت کارآفرینی، دوره ۴، شماره ۳، سال ۱۴۰۴، صفحات ۱۳۲-۱۰۵  
استناد: طاهری، زهرا؛ محمدی، مهناز (۱۴۰۴). تأثیر ویژگی‌های شخصیتی بر روحیه کارآفرینی با نقش میانجی جو خلاق سازمانی (مورد مطالعه: مدیران شرکت دانش‌بنیان حدید روان). *آموزش و مدیریت کارآفرینی*، ۴(۳)، ۱۰۵-۱۳۲. doi: 10.22126/eme.2025.12186.1177



© نویسندگان

DOI: <https://doi.org/10.22126/eme.2025.12186.1177>

ناشر: دانشگاه رازی

## مقدمه

امروزه کارآفرینی نقش مهمی در توسعه اقتصادی کشورها ایفا می‌کند. در پس نوآوری محصولاتی که وارد بازار می‌شوند، سازمان‌های کارآفرین نقش داشته که از ریسک‌پذیری بسیار زیادی برخوردارند. سازمان‌هایی که به‌طور کارآفرینانه اقدام می‌کنند، بهتر می‌توانند فعالیت‌های خود را در محیط‌های رقابتی پویا تنظیم کنند و در نتیجه، اثرات مثبتی روی عملکرد سازمان دارند (نوروزی و همکاران، ۱۴۰۳). بسیاری از دولت‌ها و نهادهای آموزشی در سراسر جهان به سرمایه‌گذاری در آموزش کارآفرینی به‌عنوان یکی از راه‌های اساسی مقابله با بیکاری و افزایش رشد اقتصادی توجه دارند (عربیون و همکاران، ۱۴۰۳).

کارآفرینی به فرایند شناسایی، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌ها برای ایجاد یا توسعه یک کسب‌وکار جدید اطلاق می‌شود. این فرایند شامل نوآوری، ریسک‌پذیری و مدیریت منابع است تا ارزش‌های اقتصادی و اجتماعی جدیدی خلق شود (اسمیت<sup>۱</sup>، ۲۰۲۴). پژوهش‌ها نشان می‌دهند که عوامل متعددی مانند عوامل درون‌سازمانی، محیط بیرونی و ویژگی‌های شخصیتی در توسعه و تسهیل کارآفرینی نقش دارند (لوبر<sup>۲</sup>، ۱۹۹۸). در دنیای امروز، سازمان‌ها نقش کلیدی در اقتصاد ایفا می‌کنند و مدیران به‌عنوان متولیان این سازمان‌ها، مسئول برنامه‌ریزی، سازمان‌دهی منابع و شناسایی فرصت‌ها هستند. آن‌ها با ایجاد محیطی مناسب برای نوآوری، زمینه را برای کارآفرینی فراهم می‌کنند (تیلور<sup>۳</sup>، ۲۰۲۴).

کارآفرین فردی است که توانایی نوآوری، توسعه و شناسایی فرصت‌ها و تبدیل آن‌ها به ایده‌های قابل اجرا و قابل فروش را دارد و از طریق زمان، تلاش، پول و مهارت‌ها، به خلق ارزش افزوده می‌پردازد (پژوهان و دژاگه، ۱۴۰۴). ویژگی‌های شخصیتی مدیران تأثیر مستقیمی بر تصمیم‌گیری‌ها و رفتارهای سازمانی دارد و می‌تواند جوّ درونی سازمان را تحت تأثیر قرار دهد (خطیری و همکاران، ۱۳۹۸). از طرفی دیگر، جوّ سازمانی عامل مهمی در بهبود عملکرد سازمان است. محیط‌های کاری که از خلاقیت و نوآوری حمایت می‌کنند، اشتیاق و رضایت شغلی کارکنان را افزایش داده و احتمال بروز کارآفرینی را بیشتر می‌کنند (سلسبیل و منصور<sup>۴</sup>، ۲۰۲۴). در چنین محیط‌هایی، مدیران با ویژگی‌های شخصیتی مناسب می‌توانند نگرش کارکنان را نسبت به سازمان تغییر دهند و جوّ خلاقانه‌ای ایجاد کنند (توماس و سگال<sup>۵</sup>، ۲۰۰۶). انگیزه‌های کارآفرینان متعدد و متنوع است. آن‌ها به همان اندازه که میل به کسب درآمد دارند، میل به خودمختاری، پرستیژ و احساس موفقیت نیز دارند (محمدیان و همکاران، ۱۴۰۴).

امروزه، در شرایط رقابتی شدید، کارآفرینی می‌تواند عامل اساسی در توسعه و پایداری سازمان‌ها باشد. شرکت‌های دانش‌بنیان نمونه‌ای موفق از این رویکرد هستند که با تمرکز بر خلاقیت و نوآوری، تغییرات چشمگیری در صنایع مختلف ایجاد کرده‌اند. این پژوهش در یکی از شرکت‌های دانش‌بنیان با عنوان حدید روان، تولیدکننده چرخ موتورسیکلت انجام شده است. موضوع تأثیر ویژگی‌های شخصیتی بر روحیه کارآفرینی با میانجی‌گری جوّ خلاق سازمانی در شرکت‌های دانش‌بنیان از آن جهت اهمیت دارد که این شرکت‌ها اساساً بر پایه نوآوری و خلاقیت بنا شده‌اند و موفقیت آن‌ها در گرو توانایی کارکنان و مدیران در خلق ایده‌های جدید و تبدیل آن‌ها به محصولات یا خدمات تجاری‌سازی شده است.

با بررسی نقش ویژگی‌های شخصیتی بر روحیه کارآفرینی و همچنین تحلیل مکانیسم تأثیرگذاری جوّ خلاق

1. Smith
2. Lober
3. Taylor
4. Salsabila & Mansur
5. Thomas & Segal

سازمانی به‌عنوان متغیر میانجی، شرکت می‌تواند درک بهتری از چگونگی تقویت کارآفرینی داخلی پیدا کند. این موضوع به‌ویژه برای شرکت‌های دانش‌بنیان حیاتی است، زیرا با چالش‌هایی مانند نیاز مداوم به نوآوری، جذب و حفظ نیروهای خلاق و تبدیل ایده‌های فردی به پروژه‌های جمعی روبه‌رو هستند. از سوی دیگر، نتایج این پژوهش می‌تواند به طراحی سیستم‌های جذب و توسعه منابع انسانی، ایجاد محیط‌های کاری حمایتی از خلاقیت و تقویت فرهنگ سازمانی کارآفرینانه کمک کند که همگی منجر به افزایش مزیت رقابتی شرکت در بازارهای پویا و دانش‌محور می‌شوند.

افزون بر این، با توجه به خلأ پژوهشی موجود در این حوزه، به‌ویژه در شرکت‌های دانش‌بنیان داخلی، این مطالعه هم از نظر علمی تازگی دارد و هم از نظر عملی راهکارهای اجرایی برای بهبود عملکرد سازمانی ارائه می‌دهد؛ بنابراین، انتخاب این موضوع به‌عنوان مسأله شرکت نه تنها به حل چالش‌های فعلی کمک می‌کند؛ بلکه با اهداف استراتژیک بلندمدت شرکت در زمینه نوآوری و کارآفرینی نیز هم‌سو است.

## مبانی نظری و پیشینه پژوهش

### روحیه کارآفرینی

کارآفرینی فرایندی پویا از ایجاد، چشم‌انداز و تغییر است. این امر مستلزم تولید و اجرای ایده‌ها و راه‌حل‌های جدید است (صبا و همکاران، ۱۴۰۳؛ پناهی و همکاران، ۱۴۰۲). کارآفرینی مفهومی است که برای فعالیت‌های ارزش‌آفرین به‌کار برده می‌شود؛ به‌گونه‌ای که نقش مهمی در توسعه فناوری و نوآوری، اشتغال‌زایی و توسعه اقتصادی دارد (شیری و همکاران، ۱۴۰۱). در محیط پویا و پیچیده کنونی، توسعه کارآفرینی، یک شرط ضروری برای حفظ بقا و رقابتی ماندن در همه بخش‌های اقتصادی جامعه به‌شمار می‌آید و کارآفرینان با استفاده صحیح از امکانات اقتصادی و خلق فرصت‌های تجاری جدید موجب بهبود عملکرد فعالیت‌های تولیدی و خدماتی شده و نقشی مهم در توسعه اقتصاد و افزایش نرخ اشتغال ایجاد می‌کنند (ده‌یادگاری و همکاران، ۱۴۰۳). کارآفرینی، مطالعه این موضوع است که چگونه برخی از افراد فرصت‌ها را کشف و از آن‌ها بهره‌برداری می‌کنند و چگونه روش‌های متفاوت کنش برای بهره‌برداری از فرصت‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرد (ثنائی‌پور و حسینی‌نیا، ۱۴۰۴). مک‌کله‌لند<sup>۱</sup> (۱۹۶۵) ویژگی‌های مختلفی برای کارآفرینان ذکر نموده که مهم‌ترین آن‌ها را توفیق‌طلبی، مرکز کنترل درونی، ریسک‌پذیری، نیاز به استقلال و خلاقیت می‌داند. در زیر به تعاریف هریک از این ویژگی‌ها پرداخته شده است.

۱- توفیق‌طلبی<sup>۲</sup>: افراد با این ویژگی ترجیح می‌دهند تا به‌طور شخصی مسئولیت حل مشکلات، تعیین اهداف و دستیابی به آن‌ها را از طریق تلاش شخصی بر عهده گیرند. آن‌ها برای آینده به برنامه‌ریزی نیاز دارند که مستلزم مسئولیت شخصی برای نتایج کار است. این افراد، کارهایی را ترجیح می‌دهند که شامل مهارت و تلاش است و به‌روشنی بازخورد عملکردشان را می‌پذیرند (تاری، ۱۴۰۰).

۲- کنترل درونی (کنترل‌پذیری): اشاره دارد به اینکه افراد اعتقاد دارند که رفتارها یا تلاش‌هایشان تحت کنترل خودشان است. این افراد نتایج اقدامات خود را قبول داشته و شکست را به سرنوشت، اقبال و یا نیروهای مشابه نسبت نمی‌دهند.

۳- خطر یا ریسک‌پذیری<sup>۳</sup>: اشاره می‌کند به پذیرش کارهایی که امکان شکست در آن‌ها وجود دارد (صیاد و

1. McClelland  
2. Achievement  
3. Risky

همکاران، ۱۳۹۶).

- ۴- استقلال طلبی<sup>۱</sup>: نیاز به استقلال را می‌توان با عباراتی نظیر کنترل داشتن در سرنوشت خویش، کاری را برای خود انجام دادن و رئیس خود بودن تعریف نمود.
- ۵- تحمل ابهام: قدرت تحمل ابهام عبارت است از پذیرفتن عدم قطعیت به‌عنوان بخشی از زندگی، توانایی ادامه حیات با دانش ناقص درباره محیط و تمایل به آغاز فعالیتی مستقل بدون آنکه شخص بداند آیا موفق خواهد شد یا خیر. به نظر می‌رسد کارآفرینان بدون اینکه احساس تهدید یا ناراحتی کنند، قادرند به‌طور اثربخش با شرایط و اطلاعات مبهم، ناقص، غیر قطعی، سازمان‌نیافته و غیر شفاف روبه‌رو شوند و ضمن رفع ابهامات، آن‌ها را به نفع خود تغییر دهند (جلائی‌فر و پوراحمد، ۱۳۹۴).
- ۶- خلاقیت<sup>۲</sup>: توانایی خلق ایده‌های جدید است که این ایده‌ها ممکن است به محصولات یا خدمات جدید نیز منجر شود (تاری، ۱۴۰۰).

### ویژگی‌های شخصیتی

شخصیت، الگوی متمایز و اختصاصی تفکر، هیجان و رفتار هر آدمی است که شیوه و سبک تعامل او را با محیط‌های فیزیکی و اجتماعی می‌سازد. ویژگی شخصیتی به مجموعه‌ای از خصوصیات و الگوهای رفتاری اطلاق می‌شود که فرد را از دیگران متمایز می‌کند و بر نحوه تفکر، احساس و رفتار او تأثیر می‌گذارد. این ویژگی‌ها معمولاً پایدار بوده و در طول زمان تغییر نمی‌کنند و می‌توانند بر تعاملات اجتماعی و عملکرد فرد در محیط‌های مختلف تأثیرگذار باشند (جانسون<sup>۳</sup>، ۲۰۲۴: ۷۸) مدل پنج عاملی شخصیت که توسط مک‌کری و کاستا<sup>۴</sup> (۱۹۹۲) طرح شد یکی از رایج‌ترین مدل‌هاست. به اعتقاد تعدادی از روان‌شناسان، مدل پنج عاملی بسیاری از ابعاد شخصیتی را در برمی‌گیرد که مطالعات متعددی، اعتبار مدل مذکور را مورد تأیید قرار داده‌اند. بر اساس مطالعات صورت گرفته می‌توان این پنج ویژگی را این‌چنین تعریف کرد:

- ۱- روان‌رنجوری<sup>۵</sup>: به معنای گرایش شخص به تجربه احساسات منفی مانند عصبانیت، غم، دست‌پاچی، ترس، احساس گناه و تنفر است. عواطف فرد دارای ویژگی روان‌رنجوری مانع از سازگاری وی با محیط و اطرافیان می‌شود. کلمات توصیفی برای این بعد صفاتی همچون عصبی، پرتنش، بسیار حساس، دمدمی، عاطفی و آتشین مزاج است (خطیری و همکاران، ۱۳۹۸).
- ۲- برون‌گرایی<sup>۶</sup>: این شاخص دربرگیرنده ویژگی‌هایی از قبیل اجتماعی و قاطع بودن، فعال و دوست‌دار دیگران بودن، است. افراد برون‌گرا دارای ویژگی‌های جمع‌گرایی، قاطعیت، فعالیت، هیجان‌خواهی و هیجان‌های مثبت هستند. برون‌گرایان در کار، روحیات و حالات مثبت داشته، نسبت به شغلشان احساس رضایت بیشتر و عموماً درباره سازمان و محیط پیرامونی خود احساس بهتری دارند (حق‌شناس، ۱۳۸۵).
- ۳- تجربه‌پذیری<sup>۷</sup>: اشتیاق بالا به کسب تجربیات جدید و متنوع، کنج‌کاو بودن، پذیرش ایده‌های نو از ویژگی‌های افراد منعطف است. این افراد نسبت به سایرین تمایل بالاتری به تجربه هیجان‌های عمیق داشته و از یکنواختی اجتناب می‌کنند (نیک‌جو و همکاران، ۱۴۰۰).

1. Independency
2. Creativity
3. Johnson
4. Costa & McCrae
5. Neuroticism
6. Extroversion
7. Openness to Experiences

۴- توافق‌پذیری<sup>۱</sup> (سازگاری): این بعد دلالت بر احترام به دیگران دارد. افراد سازگار دارای روحیه همکاری، صمیمی و قابل اعتماد می‌باشند (نادری و همکاران، ۱۴۰۳).

۵- وظیفه‌شناسی<sup>۲</sup> (وجدانی بودن): این شاخص شامل احساس وظیفه، نیاز به پیشرفت و سازمان‌دهی است. افراد با وجدان دارای ویژگی‌هایی از قبیل شایستگی، نظم، وظیفه‌شناسی، تلاش برای موفقیت و نظم درونی هستند. وظیفه‌شناسی در بسیاری از موقعیت‌های سازمانی، مفید و مهم تلقی شده و شاخص مناسبی برای پیش‌بینی عملکرد در بسیاری از مشاغل است، زیرا تمایل این افراد برای دستیابی به موفقیت بیش از دیگران است (خوش‌مرام و همکاران، ۱۴۰۳).

### جو خلاق سازمانی

جو خلاق از خصوصیت‌های مهم سازمان‌های خلاق و نوآور است (اکوال و ریهمار<sup>۳</sup>، ۱۹۹۹). پژوهشگران معتقدند که ادراک کارکنان سازمان از شرایط محیط کار، اساس ایجاد جو سازمانی خلاق است (روزنبرگ<sup>۴</sup>، ۲۰۰۷). جو خلاق سازمانی به محیطی اشاره دارد که در آن نوآوری و خلاقیت تشویق می‌شود. این نوع جو می‌تواند به افزایش انگیزه کارکنان و بهبود عملکرد کلی سازمان منجر شود (اندرسون<sup>۵</sup>، ۲۰۲۴:۵۵). سازمان‌هایی که به خلاقیت و نوآوری اهمیت می‌دهند، معمولاً توانایی بیشتری در جذب بهترین نیروی انسانی دارند و این امر در درازمدت به موفقیت آن‌ها کمک می‌کند (میلر<sup>۶</sup>، ۲۰۲۴). سازمان‌ها جهت انطباق با دنیای متغیر و متحول امروزی برای نهادینه کردن جو خلاقیت و نوآوری در سازمان، باید قادر باشند راهبردهایی را برای هدایت و کنترل این تغییرات به مدد سرمایه‌های سازمانی ایجاد کنند (حسینی و ماله میرچگینی، ۱۴۰۳)؛ بنابراین به نظر می‌رسد جو خلاق برای سازمان‌هایی که در یک محیط بسیار رقابتی فعالیت می‌کنند، حیاتی است (اقبال<sup>۷</sup>، ۲۰۱۹). مدیران می‌توانند جو خلاق را با حمایت‌های سازمانی، حمایت مدیریت و حمایت گروه کاری ایجاد کنند که این کار منجر به نوآوری، کارآفرینی و سازگاری سازمانی می‌گردد که در بخش زیر به تعاریف این ابعاد پرداخته شده است (دال و همکاران<sup>۸</sup>، ۲۰۰۷).

حمایت سازمانی: شامل پاداش دادن سازمان برای ایده‌های جدید، اختصاص دادن منابع کافی برای تولید ایده‌های جدید، تشویق ایده‌ها و فراهم کردن تکنولوژی‌های مربوط به خلاقیت است.

حمایت مدیریتی: پشتیبانی مدیریتی یک طبقه‌بندی وسیع است و شامل همه فعالیت‌های انجام شده توسط مدیران است که بر خلاقیت سازمانی تأثیر می‌گذارد که شامل تشویق کردن به استفاده از مهارت‌های گوناگون، تسهیل کردن خلاقیت، تنظیم کردن اهداف خلاقیت و مشورت کردن است.

حمایت گروه کاری: اشاره به تمایل همکاران به همکاری و کمک به یکدیگر دارد نه ایجاد جو محرمانه. خلاقیت می‌تواند در یک محیط رقابتی سالم و با انگیزه دادن به یکدیگر رخ دهد. همچنین به پشتیبانی از اعضای تیم، باز بودن ارتباطات بین اعضای گروه، کار کردن در گروه، فضای دوستانه و حل کردن اختلاف‌نظرها در تیم کاری اشاره دارد.

1. Agreeableness
2. Conscientiousness
3. Ekvall & Ryhammar
4. Rosenberg
5. Anderson
6. Miller
7. Iqbal
8. Dul et al.

### پیشینه داخلی و خارجی پژوهش

خوش‌مرام و همکاران (۱۴۰۳) تحقیقی با عنوان «ویژگی‌های شخصیتی و قصد کارآفرینی اجتماعی» بر روی صاحبان کسب‌وکارهای مواد غذایی در استان ایلام انجام داده‌اند. نتایج نشان داد که از بین پنج ویژگی شخصیتی، تنها تجربه‌گرایی و وظیفه‌شناسی تأثیر مثبت و معناداری بر قصد کارآفرینی اجتماعی دارند. پژوهش از نظر ماهیت از نوع پژوهش‌های کمی، بر اساس هدف در دسته پژوهش‌های کاربردی و در گردآوری و تحلیل داده‌ها جز پژوهش‌های توصیفی-همبستگی است.

سروری و همکاران (۱۴۰۲) در پژوهشی با عنوان «تأثیر رهبری کارآفرینانه بر رفتار نوآورانه کارکنان» نشان دادند که رهبری کارآفرینانه تأثیر مثبت و معناداری بر رفتار نوآورانه کارکنان دارد. همچنین نقش میانجی متغیرهای جو نوآوری و جو اخلاقی در این رابطه تأیید شد. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و به لحاظ شیوه جمع‌آوری اطلاعات جزء پژوهش‌های توصیفی-همبستگی بوده است.

مطالعه صرامی و همکاران (۱۴۰۰) با عنوان «بررسی تأثیر تغییر ویژگی‌های شخصیتی مدیران عالی سازمان بر جو سازمانی» نشان داد که مؤلفه‌های شخصیت بر مؤلفه‌های جو سازمان تأثیر معناداری دارد. روش مورد استفاده در این پژوهش علی-مقایسه‌ای با استفاده از رویکرد کمی بوده است.

تقی‌پور و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان «بررسی رابطه ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه با تمایل به کارآفرینی در مدیران مدرسه ابتدایی» نشان دادند که بین ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه با تمایل به کارآفرینی در مدیران رابطه وجود دارد. روش این تحقیق، توصیفی از نوع همبستگی و جامعه آماری آن کلیه مدیران مدرسه ابتدایی شهر اصفهان در سال ۹۸-۱۳۹۷ به تعداد ۱۸۰ نفر بوده است.

احمدی و همکاران (۱۳۸۹) در پژوهشی با عنوان «بررسی رابطه بین عوامل شخصیتی و کارآفرینی» نشان دادند که وجدان کاری، برون‌گرایی و تجربه‌پذیری رابطه مثبت و روان‌رنجوری و سازگاری رابطه منفی با کارآفرینی سازمانی دارند. روش تحقیق مذکور، از نوع توصیفی، از شاخه همبستگی و مبتنی بر مدل‌سازی معادلات ساختاری بوده است. نمونه آماری تحقیق شامل کارمندان شاغل در یکی از شرکت‌های داده‌ورزی سداد است که با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی انتخاب شده‌اند.

پژوهش محمدی و همکاران (۱۳۹۰) با عنوان «رابطه ویژگی‌های شخصیتی با تمایل به کارآفرینی» نشان داد که بین ویژگی‌های شخصیتی زنان با تمایل آن‌ها به کارآفرینی رابطه معناداری وجود دارد. روش پژوهش توصیفی و از نوع همبستگی و جامعه آماری پژوهش شامل تعدادی از زنان شاغل در سازمان‌ها و ادارات دولتی شهر شیراز به تعداد ۳۵۹ نفر بوده است.

مطالعه موحدی و همکاران (۱۳۸۹) با عنوان «بررسی روحیه کارآفرینی دانشجویان کشاورزی» نشان داد که بین جنسیت، سن، مقطع تحصیلی و گرایش تحصیلی دانشجویان با میزان روحیه کارآفرینی رابطه معناداری وجود ندارد. این تحقیق از نوع تحقیقات کاربردی بوده که با استفاده از روش پیمایشی انجام گرفته است. نمونه آماری این تحقیق را تعداد ۱۶۰ نفر از دانشجویان دختر و پسر رشته‌های کشاورزی دانشگاه بوعلی سینا تشکیل داده‌اند.

مطالعه رئیسی و همکاران (۱۳۸۷) با عنوان «رابطه ویژگی‌های شخصیتی مدیران با کارآفرینی» در سازمان‌های بهداشتی و درمانی نشان داد که رابطه مثبت و معناداری بین ویژگی‌های شخصیتی مدیران با کارآفرینی سازمانی وجود دارد. این پژوهش از نوع مطالعات همبستگی بوده است. برای این مطالعه ۱۶۱ نفر از کارکنان سازمان‌های خدمات بهداشتی و درمانی دانشگاه علوم پزشکی تبریز به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای انتخاب شده‌اند.

تحقیق صمدی و شیرزادی اصفهانی (۱۳۸۶) با عنوان «رابطه جو سازمانی مدرسه با روحیه کارآفرینی» نشان

داد که بین جو سازمانی و روحیه کارآفرینی در دانش‌آموزان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. این تحقیق توصیفی از نوع همبستگی بوده است. نمونه‌های آماری مشتمل بر ۱۸۰ مدیر و دبیر زن شاغل در دبیرستان‌های دخترانه شهر اصفهان و ۱۵۰ دانش‌آموز دختر پایه‌های دوم و سوم متوسطه بوده که از طریق نمونه‌گیری چندمرحله‌ای انتخاب شده‌اند.

پژوهش یارایی (۱۳۸۳) با عنوان «بررسی برخی روحیات کارآفرینی در دانشجویان دانشگاه شیراز» نشان داد که مدیران از انگیزه پیشرفت بالاتری نسبت به دانشجویان برخوردار بودند، در حالی که دانشجویان ریسک‌پذیری بالاتری نشان دادند.

بریشا و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۲۵) مقاله‌ای با عنوان «جو سازمانی و قصد کارآفرینی: نقش واسطه‌ای رفتار کاری نوآورانه» با نمونه‌ای شامل ۲۰۱ مدیر شاغل در شرکت‌هایی که صنایع متفاوت در کوزوو داشتند، با استفاده از روش مدل‌سازی معادله ساختاری انجام دادند. یافته‌ها نشان می‌دهد که جو سازمانی بر قصد کارآفرینی مدیران تأثیر نمی‌گذارد. این رابطه به‌طور قابل توجهی توسط رفتار کاری نوآورانه میانجی‌گری که نشان‌دهنده میانجی‌گری کامل است، تبیین می‌شود.

نوپان و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۲۵) مقاله‌ای با عنوان «ویژگی‌های شخصیتی در توصیف قصد کارآفرینی: یک مطالعه ترکیبی متوالی» با نظرسنجی از ۱۷۱ معلم و ۱۲۵ مدیر مدرسه در مرحله اول با استفاده از یک مقیاس معتبر، شناسایی ویژگی‌هایی مانند نیاز به موفقیت، تحمل ابهام، اشتیاق، خلاقیت، منبع کنترل و ریسک‌پذیری را انجام دادند. نتایج نشان داد که این ویژگی‌ها در مجموع ۸۹٪ از قصد کارآفرینی را توضیح می‌دهند و بعد اشتیاق، قوی‌ترین پیش‌بینی‌کننده است. مرحله دوم شامل مطالعات موردی چهار فرد با نمرات بالای ویژگی شخصیتی بود که نشان داد مدیران مدرسه نسبت به معلمان مدرسه (غیر کارآفرینان) دارای ویژگی‌های قوی‌تری برای کارآفرینی، در استفاده از منابع و غلبه بر چالش‌ها هستند. در واقع ویژگی‌های شخصیتی قوی‌تر به‌طور قابل توجهی بر قصد کارآفرینی تأثیر می‌گذارند. نتیجه خلاف آن، در افرادی که ویژگی‌های ضعیف‌تر نسبت به کارآفرینی دارند، تمایل بیشتری به امنیت شغلی دارند.

لی و همکاران<sup>۳</sup> (۲۰۲۲) مقاله‌ای با عنوان «رابطه بین ویژگی‌های شخصیتی و قصد کارآفرینی در بین دانشجویان: نقش واسطه‌ای خلاقیت» به‌صورت پیمایش با ۶۷۴ نفر از دانشجویان دانشگاه چین انجام داده‌اند. نتایج آن‌ها نشان می‌دهد که روان‌رنجوری در ویژگی‌های شخصیتی تأثیر منفی قابل توجهی بر قصد کارآفرینی دارد، در حالی که وظیفه‌شناسی، گشودگی و برون‌گرایی تأثیر مثبت قابل توجهی دارند. دوم، روان‌رنجوری تأثیر منفی بر خلاقیت داشته، در حالی که وظیفه‌شناسی، گشودگی و برون‌گرایی تأثیر مثبت قابل توجهی داشته است. سوم، خلاقیت تأثیر مثبت بر قصد کارآفرینی داشته، همچنین نقش میانجی جزئی بین روان‌رنجوری، وظیفه‌شناسی، برون‌گرایی و قصد کارآفرینی و نقش میانجی کامل بین گشودگی و قصد کارآفرینی داشته است.

عواد و همکاران<sup>۴</sup> (۲۰۲۱) مقاله‌ای با عنوان «تأثیر پنج ویژگی شخصیتی بزرگ بر قصد کارآفرینی: نقش میانجی هوشیاری کارآفرینی» به روش پیمایشی کمی با یک نمونه در دسترس از ۳۲۳ دانشجویان دانشگاه اردن و استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری انجام داده‌اند. نتایج نشان داد که وظیفه‌شناسی، گشودگی و هوشیاری با نیت کارآفرینی مرتبط هستند. برون‌گرایی و گشودگی با هوشیاری کارآفرینی مرتبط بودند، در حالی که توافق‌پذیری و

1. Berisha et al.
2. Neupane et al.
3. Li et al.
4. Awwad et al.

روان‌رنجوری با هیچ‌یک از نتایج، ارتباطی نداشتند. در نهایت، نقش میانجی هوشیاری کارآفرینی در رابطه بین برون‌گرایی و گشودگی تأیید شد.

محمودزبیر و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۲۰) مقاله‌ای با عنوان «ویژگی‌های شخصیتی و رفتار کارآفرینی درون‌سازمانی: نقش تعدیل‌شده رفتار اشتراک‌گذاری دانش در گروه‌های متنوع کارکنان در کشورهای در حال توسعه» و با استفاده از پرسش‌نامه ساختاریافته، مدل‌سازی معادلات ساختاری حداقل مربعات جزئی برای آزمایش فرضیه‌ها و تحلیل چندگروهی بر روی نمونه‌ای از ۵۳۴ پاسخ‌دهنده انجام داده‌اند. یافته‌های آنان نشان می‌دهد که ویژگی‌های شخصیتی تأثیر مثبتی بر کارآفرینی درون‌سازمانی داشته است. تأثیر ویژگی‌های شخصیتی بر کارآفرینی درون‌سازمانی در کارمندان بخش‌های عملکردی، بارزتر بوده است. نقش تعدیل‌کنندگی، رفتار اشتراک‌گذاری دانش در رابطه بین ویژگی‌های شخصیتی و کارآفرینی درون‌سازمانی تأیید شده است.

ژائو و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۱۰) مقاله‌ای با عنوان «رابطه شخصیت با نیت و عملکرد کارآفرینی: یک بررسی فراتحلیلی» بر اساس رویکرد کمی، از ۳۰۶ دانشجوی سال آخر کارشناسی در یک دانشگاه دولتی زامبیا و با استفاده از تکنیک‌های همبستگی و رگرسیون سلسله‌مراتبی جهت تجزیه و تحلیل انجام دادند. با کنترل سن، جنسیت و رشته تحصیلی، نتایج نشان می‌دهد که چهار مورد از ابعاد پنج عامل بزرگ شخصیت با هر دو متغیر وابسته (متغیر نیت کارآفرینی و متغیر عملکرد کارآفرینی) مرتبط بودند، در حالی که بعد عامل سازگاری (از بین ۵ عامل شخصیت) با هیچ‌کدام مرتبط نبوده است. بعد تمایل به ریسک که به‌عنوان یک بعد جداگانه از شخصیت در نظر گرفته شده است با نیت کارآفرینی ارتباط مثبتی داشته اما با عملکرد کارآفرینی ارتباطی نداشت. این نتایج نشان می‌دهد که شخصیت در ظهور و موفقیت کارآفرینان نقش مؤثری خواهد داشت.

مطالعه بیروز و ورما<sup>۳</sup> (۲۰۲۱) با عنوان «موتور اهداف کارآفرینی» نشان داد که تمامی ابعاد ویژگی‌های شخصیتی به‌جز توافق‌پذیری، همراه با آموزش کارآفرینی تأثیر قابل توجهی بر نیات کارآفرینی دانشجویان داشته است.

پژوهش علیپور و همکاران<sup>۴</sup> (۲۰۲۰) با عنوان «آیا آموزش کارآفرینی و پنج ویژگی شخصیتی، قصد کارآفرینی را پیش‌بینی می‌کند؟» نشان داد که آموزش کارآفرینی و پنج ویژگی شخصیتی بر قصد کارآفرینی تأثیر معناداری دارند.

مطالعه آبسچانکا و همکاران<sup>۵</sup> (۲۰۱۸) با عنوان «ویژگی‌های شخصیتی و کارآفرینی در چین» نشان داد که ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی بر گرایش به کارآفرینی تأثیر معناداری دارند. ترکیب ویژگی‌های شخصیتی (مانند گشودگی و برون‌گرایی) با جوّ سازمانی نوآورانه، منجر به افزایش گرایش به کارآفرینی می‌شود. در مناطق با جوّ سازمانی بسته، حتی افراد با ویژگی‌های کارآفرینانه نیز تمایل کمتری به نوآوری نشان می‌دهند.

مطالعه گروجان و همکاران<sup>۶</sup> (۲۰۰۴) با عنوان «رهبران، ارزش‌ها و جوّ سازمانی» نشان داد که بین ویژگی‌های شخصیتی مدیران و جوّ سازمانی رابطه معناداری وجود دارد.

1. Mahmood Zbair et al.

2. Zhao et al.

3. Biswas & Verma

4. Alipour Bazkiaei et al.

5. Obschonka et al.

6. Grojean et al.

### رابطه ویژگی‌های شخصیتی، روحیه کارآفرینی و جو خلاق سازمانی

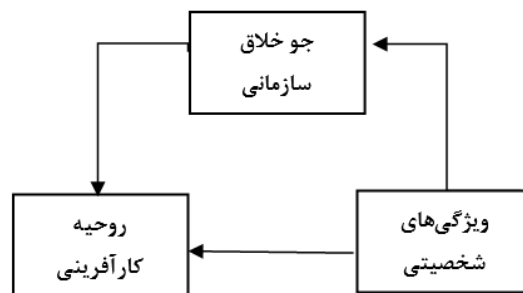
کارآفرینی از دیرباز به‌عنوان ستون فقرات توسعه اجتماعی در نظر گرفته شده و اثرات قابل توجهی بر رشد اقتصادی، توسعه اجتماعی، نوآوری و رقابت در کسب‌وکارها را داشته است (ده‌یادگاری و همکاران، ۱۴۰۴). از آنجایی که یک سازمان به دنبال موفقیت در یک محیط مبهم و رقابتی است رفتارهای کارآفرینانه برای حمایت از ابتکار، سازگاری و نوآوری بسیار مهم است. به‌طور کلی وقتی فضای خلاق بر سازمان حکم‌فرما شود کارکنان آن سازمان معمولاً سعی می‌کنند از این هنجارهای تعبیه‌شده پیروی کنند و با مشاهده رفتار کارآفرینانه همکاران خود، کارآفرینانه عمل خواهند کرد.

بررسی پیشینه تحقیق نشان داد که پژوهش‌های انجام شده پیرامون رابطه‌ی سه متغیر ویژگی‌های شخصیتی، روحیه کارآفرینی و جو خلاق سازمانی اندک است. با این حال، برخی تحقیقات نشان می‌دهد که ویژگی‌های شخصیتی مدیران تأثیر مستقیمی بر شکل‌گیری جو خلاق سازمانی دارند. مدیرانی که تفکر توسعه‌ای دارند، محیطی را ایجاد می‌کنند که در آن ایده‌های جدید تشویق می‌شوند و شکست به‌عنوان بخشی از فرایند یادگیری پذیرفته می‌شود (دیک، ۲۰۲۳).

مطالعات اسمیت (۲۰۲۴) تأکید می‌کند که مدیران با ویژگی‌های شخصیتی برون‌گرایی و تجربه‌پذیری، تمایل بیشتری به ایجاد فضای مشارکتی و نوآورانه در سازمان دارند. از طرفی، سازمان‌هایی که از سیستم‌های پاداش مبتنی بر نوآوری و فرهنگ یادگیری مستمر حمایت می‌کنند، احتمال موفقیت کارآفرینانه بیشتری دارند (پرماروپان و همکاران، ۲۰۲۳). با افزایش رقابت و تغییرات سریع کسب‌وکارها، کارآفرینی برای هر سازمانی ضروری است. یک عامل مهم و تعیین‌کننده در افزایش نوآوری سازمان و کسب مزیت رقابتی، رفتار کارآفرینانه کارکنان است. در این میان رفتار رهبران سازمان و جو محیط کاری اهمیت حیاتی در پرورش رفتارهای نوآورانه کارکنان دارند (سروری و همکاران، ۱۴۰۲).

پژوهش سلسبیلیا و منصور (۲۰۲۴) نشان داد که در محیط‌های کاری با سطح بالای اعتماد و آزادی عمل، کارکنان تمایل بیشتری به ارائه ایده‌های جدید و پذیرش ریسک‌های حساب‌شده دارند که این امر مستقیماً به توسعه کارآفرینی سازمانی منجر می‌شود. همچنین، نتایج برخی از مطالعات، نشان‌دهنده این است که ویژگی‌های شخصیتی افراد می‌تواند پیش‌بینی‌کننده‌های مهمی برای گرایش به کارآفرینی و رفتارهای خلاقانه باشند (ژائو و همکاران، ۲۰۱۰). از طرفی، مدیران با ویژگی‌های شخصیتی مثبت و تحول‌گرا، نه‌تنها مستقیماً بر کارآفرینی تأثیر می‌گذارند، بلکه از طریق ایجاد جو سازمانی حمایتی، بستری مناسب برای رشد ایده‌های نوآورانه فراهم می‌کنند. از طرفی دیگر، افراد با ویژگی‌های شخصیتی برون‌گرا و خلاق، در محیط‌های دارای جو سازمانی حمایتی، تمایل بیشتری به رفتارهای کارآفرینانه دارند و جو خلاق سازمانی به‌عنوان بستری برای تبدیل ویژگی‌های شخصیتی به روحیه کارآفرینانه عمل می‌کند (قاسمی و همکاران، ۱۳۹۸).

مطالعه توماس و سگال (۲۰۲۴) نشان داد که مدیران با تقویت اعتماد و همکاری در تیم‌ها، زمینه را برای کارآفرینی درون‌سازمانی فراهم می‌کنند؛ بنابراین، برای توسعه کارآفرینی در سازمان‌ها، باید هم به انتخاب مدیران با ویژگی‌های شخصیتی مناسب و هم به طراحی جو سازمانی خلاق توجه شود. با توجه به چارچوب نظری و تجربی پژوهش‌های پیشین، الگوی مفهومی پیشنهادی این پژوهش، در شکل ۱ ترسیم و فرضیه‌های پژوهش به شرح زیر تدوین شده‌اند:



نمودار ۱. مدل پیشنهادی پژوهش (نگارندگان)

۱. جو خلاق سازمانی بر روحیه کارآفرینی تأثیر مثبت و معنادار دارد.
۲. میانگین روحیه کارآفرینی برحسب جنسیت متفاوت است.
۳. میانگین روحیه کارآفرینی بر اساس سطوح مدیریتی (عالی، میانی و عملیاتی) متفاوت است.
۴. میانگین روحیه کارآفرینی برحسب ویژگی‌های شخصیتی (برون‌گرایی، تجربه‌پذیری، وظیفه‌شناسی، توافق‌پذیری، روان‌رنجوری) متفاوت است.
۵. ویژگی‌های شخصیتی بر روحیه کارآفرینی از طریق متغیر میانجی جو خلاق سازمانی تأثیر مثبت و معنادار دارد.

### روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت و روش پژوهش، توصیفی-پیمایشی است. ابزار گردآوری داده‌ها، پرسش‌نامه با قابلیت اعتماد و اعتبار بوده است. پرسش‌نامه پژوهش از سه متغیر با استفاده از پرسش‌نامه‌های استاندارد ویژگی‌های شخصیتی پنج‌گانه کاستا و مک‌کری (۱۹۹۲)، جو خلاق سازمانی دال و سیلان (۲۰۰۷)، روحیه کارآفرینی کردنائیچ و همکاران (۱۳۸۶) طراحی شده است. جامعه آماری پژوهش شامل تمامی مدیران و سرپرستان شرکت دانش‌بنیان حدید روان که به تعداد ۵۰ نفر بودند، انتخاب شده است. روایی پرسش‌نامه با استفاده از روایی سازه و صوری (با نظر متخصصین و خود مدیران حاضر در مجموعه) و پایایی با توجه به ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی که در جدول ۱ با جزئیات بیان شده است، انجام شده است (از آنجایی که پرسش‌نامه‌های انتخاب شده استاندارد بوده و مورد استفاده اغلب پژوهش‌ها قرار گرفته‌اند، اما بازهم برای قابل فهم‌تر کردن سؤالات، جملات را تغییر داده و سعی در شیوایی و روان‌تر شدن کلمات شده است). به‌منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها در دو بخش آمار توصیفی (میانگین، مد و ...) و آمار استنباطی (آزمون ضریب همبستگی، آزمون تفاوت میانگین) از نرم‌افزار SPSS<sup>26</sup> و مدل‌سازی معادلات ساختاری از نرم‌افزار SmartPLS<sup>4</sup> بهره گرفته شد.

جدول ۱. ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی (CR) مقیاس‌ها در پرسش‌نامه (همراه با ریز سؤالات)<sup>۱</sup>

متغیرها	ابعاد	گویه‌های مورد استفاده برای هر بعد	تعداد سؤالات	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی
ویژگی‌های شخصیتی	برون‌گرایی	علاقه‌مندی به حضور اجتماعی، صریح بودن، زیاد حرف زدن، هیجان‌خواهی، لذت بردن از همراهی با دیگران، در جستجوی جلب توجه، پرنرزی بودن.	۷	۰/۷۱	۰/۷۳
	توافق‌پذیری	محبت و علاقه زیاد به افراد دیگر، توجه به دیگران، نگران حال افراد دیگر و همدلی با دیگران، لذت بردن از کمک کردن به دیگران، به‌سادگی کوتاه آمدن در بحث‌ها و گفتگوها.	۵		

۱. به‌منظور کمک به پژوهشگران برای طرح سؤالات این متغیرها در کارهای پژوهشی‌شان، تعهد مؤلفین ایجاد می‌کرد که ریزسؤالات آورده شود.

ادامه جدول ۱. ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی (CR) مقیاس‌ها در پرسش‌نامه (همراه با ریز سؤالات)<sup>۱</sup>

متغیرها	ابعاد	گویه‌های مورد استفاده برای هر بعد	تعداد سؤالات	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی
ویژگی‌های شخصیتی	تجربه‌پذیری	خلاق بودن، دنبال ایده‌های جدید، تلاش برای مقابله و دست و پنجه نرم کردن با چالش‌ها، فکر کردن مشتاقانه در مورد مفاهیم انتزاعی، فرار از تکرار.	۵	۰/۷۳	
	وظیفه‌شناسی	وقت صرف کردن برای آماده شدن در هر چیزی، سریع انجام دادن و تمام کردن وظایف مهم، توجه به جزئیات، لذت بردن از داشتن یک برنامه زمان‌بندی شده.	۴		
	روان‌رنجوری	تجربه کردن استرس و احساس اضطراب زیاد، نگران بودن در مورد چیزهای مختلف، غمگین شدن به راحتی، تغییرات و نوسانات خلقی زیادی.	۴		
	جمع کل سؤالات			۲۵	
جو خلاق سازمانی	پشتیبانی سازمانی	پاداش دادن سازمان برای ایده‌های جدید، اختصاص دادن منابع لازم سازمان برای تسهیل تولید ایده‌های جدید، فراهم کردن تکنولوژی‌های مربوط به خلاقیت، تشویق کردن تولید ایده‌های جدید.	۴	۰/۹۱	۰/۹۸
	حمایت مدیریت	تشویق کردن به استفاده از مهارت‌های گوناگون، تسهیل کردن خلاقیت، تنظیم کردن اهداف خلاقیت، مشورت کردن.	۴		
	حمایت گروه کاری	پشتیبانی از اعضای تیم، باز بودن ارتباطات بین اعضای گروه، کار کردن در گروه، فضای دوستانه، حل کردن اختلاف‌نظرها در تیم کاری به‌طور سازنده.	۵		
جمع کل سؤالات			۱۳		
روحیه کارآفرینی	خلاقیت	علاقه‌مندی به انجام کارهای جدید، لذت بردن از ساختن چیزهای جدید، علاقه‌مندی به ساختن چیزهای جدید، علاقه‌مندی به شغلی که نیاز به تفکر بالا داشته باشد، ابتکار داشتن در ساخت چیزهای مختلف، مهارت در تولید افکار و اشیائی که عجیب و غریب هستند.	۶	۰/۹۲	۰/۹۸
	تحمل ابهام	علاقه‌مندی به مسائل پیچیده و مبهم، علاقه‌مندی به درگیری با وضعیت‌های ناآشنا، علاقه‌مندی به شروع فعالیت‌هایی که موفقیت‌آمیز بودن آن مبهم است، پذیرفتن زندگی در شرایط نامشخص و مبهم، زندگی در محیطی که آگاهی و دانش ناقصی درباره آن هست.	۵		
	استقلال طلبی	علاقه‌مندی به رئیس شدن در یک گروه، انجام دادن کارها به طریقی که صلاح بدانم، انجام دادن کارها بدون نیاز به کمک دیگران، خودرأی بودن در انجام کارها.	۴		
	ریسک‌پذیری	علاقه‌مندی به کارهای جدید، حتی با وجود خطرات، ریسک کردن برای بهبود وضعیت فعلی، علاقه‌مندی به ریسک‌های حساب‌شده، لذت بردن از پذیرش خطرهایی که افراد معمولی از پذیرفتن آن ترس دارند.	۵		
	کنترل درونی	اعتقاد به اینکه موفقیت حاصل زحمت کشیدن است، نه شانس، اعتقاد به اینکه به اینک بیشتر بدبختی‌ها نتیجه تنبلی، نادانی و... است، اعتقاد به اینکه به تعیین سرنوشت افراد به‌وسیله خودشان است، تعیین کردن مسیر زندگی خود.	۴		
توفیق طلبی	انجام دادن کارها را به بهترین شکل برای رسیدن به موفقیت، اهمیت دادن برای موفقیت در کارها، پشتکار داشتن، لذت بردن از تعیین هدف و رسیدن به آن، احساس نیاز زیاد به پیشرفت.	۵			
جمع کل سؤالات			۲۹		

۱. به‌منظور کمک به پژوهشگران برای طرح سؤالات این متغیرها در کارهای پژوهشی‌شان، تعهد مؤلفین ایجاب می‌کند که ریزسؤالات آورده شود.

در این پژوهش برای سنجش روایی پرسش‌نامه، از روایی واگرا<sup>۱</sup> استفاده گردید؛ همان‌طور که در جدول ۲ ملاحظه می‌شود، مقدار متوسط واریانس استخراج‌شده (AVE) برای متغیرهای مکنون بالاتر از ۰/۵ بوده و همچنین همبستگی معیار فورنل-لارکر که AVE هر سازه باید از مربع همبستگی آن سازه با سازه‌های دیگر بیشتر باشد، نشان از روایی بالای پرسش‌نامه دارد.

جدول ۲. ارزیابی روایی مدل اندازه‌گیری بر اساس متوسط واریانس استخراج‌شده (AVE)<sup>۲</sup> و همبستگی فورنل-لارکر<sup>۳</sup>

ارزیابی روایی	متغیر	جوّ خلاق سازمانی	ویژگی‌های شخصیتی	روحیه کارآفرینی
روایی همگرا	AVE	۰/۹۶	۰/۸۵	۰/۹۳
روایی واگرا	جوّ خلاق سازمانی	۰/۹۸	-	-
	ویژگی‌های شخصیتی	۰/۹۲	۰/۹۲	-
	روحیه کارآفرینی	۰/۹۳	۰/۹۷	۰/۹۶

## یافته‌ها

توزیع فراوانی پاسخگویان از کل نمونه برحسب جنسیت، ۸۴ درصد مرد و ۱۶ درصد زن؛ و برحسب سن، میانگین سنی ۳۸ سال بوده که کمترین سن ۲۴ سال و بالاترین سن ۴۹ سال؛ از لحاظ میزان تحصیلات ۱۶ درصد دیپلم، ۲۶ درصد فوق‌دیپلم، ۴۰ درصد لیسانس و ۱۸ درصد فوق‌لیسانس و بالاتر؛ از نظر رده‌های مدیریتی به‌ترتیب رده عالی، میانی و عملیاتی ۲۴، ۲۲ و ۵۴ درصد بوده‌اند. همچنین، نتایج جدول ۳ در خصوص توزیع فراوانی نمره میانگین پاسخگویان نشان می‌دهد که نمره میانگین ابعاد ویژگی‌های شخصیتی در بین مدیران از بیشترین به کمترین به‌ترتیب، تجربه‌پذیری، وظیفه‌شناسی، برون‌گرایی، توافق‌پذیری و روان‌رنجوری با نمره‌های ۳/۵۱، ۳/۴۴ و ۱/۹۸ است.

برای متغیر جوّ خلاق سازمانی از بیشترین به کمترین به‌ترتیب، حمایت گروهی با نمره ۳/۶۶، حمایت سرپرست با نمره ۳/۶۲ و پشتیبانی سازمانی با نمره ۳/۶۱ بوده است و همچنین برای متغیر روحیه کارآفرینی از بیشترین به کمترین به‌ترتیب، توفیق‌طلبی، نوآوری، کنترل درونی، استقلال‌طلبی، ریسک‌پذیری و تحمل ابهام ۳/۷۲، ۳/۸۵، ۳/۶۳، ۳/۵۹، ۳/۴۵ است. همچنین نمره میانگین کل متغیر جوّ خلاق سازمانی با ۳/۶۳ و متغیر روحیه کارآفرینی با ۳/۷۲ بیانگر نمره بالاتر از متوسط این دو متغیر در جامعه آماری این پژوهش است.

جدول ۳. توزیع فراوانی نمره میانگین پاسخگویان برحسب متغیرهای پژوهش و ابعاد آن

شاخص	ویژگی‌های شخصیتی											روحیه کارآفرینی				
	برون‌گرایی	تجربه‌پذیری	وظیفه‌شناسی	توافق‌پذیری	روان‌رنجوری	پشتیبانی	حمایت سرپرست	حمایت گروهی	نمره کل	نوآوری	تحمل ابهام	استقلال‌طلبی	ریسک‌پذیری	کنترل درونی	توفیق‌طلبی	نمره کل
میانگین	۳/۵۱	۳/۶۲	۳/۵۲	۲/۴۴	۱/۹۸	۳/۶۱	۳/۶۲	۳/۶۶	۳/۶۳	۳/۷۲	۳/۴۵	۳/۶۳	۳/۵۹	۳/۸۵	۴/۰۸	۳/۷۲
میانه	۴/۰۰	۴/۲۵	۴/۰۰	۲/۰۰	۲/۰۰	۴/۰۰	۴/۰۰	۴/۰۰	۴/۰۸	۴/۰۰	۴/۰۰	۴/۰۰	۴/۰۰	۴/۵۰	۴/۰۵	۴/۰۵
مد	۵/۰۰	۵/۰۰	۵/۰۰	۲/۰۰	۱/۰۰	۴/۲۵	۴/۰۰	۴/۰۰	۲/۰۰	۴/۰۰	۴/۰۰	۴/۲۵	۵/۰۰	۵/۰۰	۲/۹۱	۵/۰۰
کمینه	۱/۰۰	۱/۰۰	۱/۰۰	۱/۰۰	۱/۰۰	۱/۰۰	۱/۰۰	۱/۰۰	۱/۰۰	۲/۰۰	۲/۰۰	۲/۲۵	۲/۰۰	۲/۰۰	۲/۱۰	۲/۱۰
بیشینه	۵/۰۰	۵/۰۰	۵/۰۰	۵/۰۰	۵/۰۰	۵/۰۰	۵/۰۰	۵/۰۰	۵/۰۰	۵/۰۰	۴/۶۰	۴/۵۰	۴/۷۵	۵/۰۰	۴/۶۴	۴/۶۴

1. Discriminant Validity
2. Average variance extracted
3. Fornell-Larcker Criterion

در پژوهش حاضر، به‌منظور بررسی نرمال بودن داده‌ها از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف استفاده شد. نتیجه این آزمون همان‌طور که در جدول ۴ ملاحظه می‌شود، با توجه به اینکه سطح معناداری متغیرها کمتر از ۰/۰۵ بوده است، حاکی از توزیع داده‌های غیر نرمال است. به همین دلیل در ادامه، از آزمون‌های ناپارامتریک و نرم‌افزار smartpls جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده گردید.

جدول ۴. آزمون کولموگروف-اسمیرنوف

نتیجه	سطح معناداری	میزان کولموگروف-اسمیرنوف	متغیر
غیر نرمال	۰/۰۰۰	۰/۲۶۴	جو خلاق
غیر نرمال	۰/۰۰۰	۰/۲۰۵	روحیه کارآفرینی
غیر نرمال	۰/۰۰۰	۰/۲۴۳	ویژگی‌های شخصیتی

فرضیه ۱: جو خلاق سازمانی بر روحیه کارآفرینی تأثیر مثبت و معنادار دارد.

برای سنجش دو متغیر جو خلاق سازمانی و روحیه کارآفرینی از آزمون همبستگی اسپیرمن استفاده گردید. بر اساس نتایج جدول ۵ می‌توان عنوان کرد که جو خلاق سازمانی بر روحیه کارآفرینی (ضریب همبستگی برابر با ۰/۷۹۳ و سطح معناداری برابر با ۰/۰۰۰)، اثر مثبت و معنادار دارد، در نتیجه فرضیه مورد نظر تأیید می‌گردد. به‌منظور روشن‌تر شدن رابطه همبستگی بین هر کدام از ابعاد جو خلاق و روحیه کارآفرینی به بررسی جداگانه آن‌ها پرداخته شد که حاکی از تأیید اثر مثبت و معنادار همه این ابعاد با یکدیگر است (به‌دلیل طولانی شدن متن به ارائه نتایج در جدول بسنده می‌شود).

جدول ۵. آزمون همبستگی اسپیرمن بین جو خلاق سازمانی و روحیه کارآفرینی

ابعاد	ضرایب	روحیه کارآفرینی	نوآوری	تحمل ابهام	ریسک‌پذیری	استقلال‌طلبی	کنترل درونی	موفقیت‌طلبی
جو سازمانی	ضریب همبستگی اسپیرمن	۰/۷۹۳ (**)	۰/۶۱۰ (**)	۰/۶۷۹ (**)	۰/۶۳۰ (**)	۰/۶۶۴ (**)	۰/۵۷۲ (**)	۰/۶۲۰ (**)
	سطح معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
پشتیبانی سازمانی	ضریب همبستگی اسپیرمن	۰/۷۶۲ (**)	۰/۷۱۰ (**)	۰/۶۶۴ (**)	۰/۶۱۰ (**)	۰/۶۴۲ (**)	۰/۷۱۶ (**)	۰/۶۶۸ (**)
	سطح معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
حمایت سرپرست	ضریب همبستگی اسپیرمن	۰/۶۲۸ (**)	۰/۶۲۹ (**)	۰/۶۹۲ (**)	۰/۶۲۱ (**)	۰/۷۵۱ (**)	۰/۷۶۷ (**)	۰/۷۴۱ (**)
	سطح معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
حمایت گروه‌کاری	ضریب همبستگی اسپیرمن	۰/۷۱۱ (**)	۰/۷۳۰ (**)	۰/۶۰۵ (**)	۰/۶۵۶ (**)	۰/۶۶۳ (**)	۰/۶۷۳ (**)	۰/۷۲۷ (**)
	سطح معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

فرضیه ۲: میانگین روحیه کارآفرینی برحسب جنسیت متفاوت است.

همان‌گونه که در جدول ۶ مشاهده می‌شود به‌منظور تفاوت میانگین روحیه کارآفرینی برحسب جنسیت از آزمون یو-من‌ویتنی<sup>۱</sup> استفاده گردید. با توجه به نتایج به‌دست آمده، مقدار Z برابر با ۰/۷۰۵-، سطح معناداری برابر با ۰/۴۸ و همچنین نمره رتبه میانگین روحیه کارآفرینی زنان برابر ۲۸/۵۰ و مردان برابر ۲۴/۹۳ بوده است که نشان می‌دهد تفاوت میانگین معنادار چندانی در بین دو گروه مردان و زنان وجود نداشته است؛ و این بدین معنا است که داشتن روحیه کارآفرینی ارتباطی به جنسیت ندارد.

جدول ۶. نتایج آمار توصیفی و آزمون یو-من-ویتنی میانگین روحیه کارآفرینی برحسب جنسیت

جنسیت	تعداد	رتبه میانگین	جمع رتبه‌ها	آزمون	مقدار آزمون	مقدار Z	سطح معناداری
زن	۸	۲۸/۵۰	۲۲۸/۰۰	یو-من-ویتنی	۱۴۴/۰۰۰	-۰/۷۰۵	۰/۴۸۱
مرد	۴۲	۲۴/۹۳	۱۰۴۷/۰۰				

فرضیه ۳: میانگین روحیه کارآفرینی برحسب سطوح مدیریتی متفاوت است.

به منظور تفاوت میانگین روحیه کارآفرینی برحسب سطوح مدیریتی از آزمون کروسکال والیس<sup>۱</sup> استفاده گردید که نتایج در جدول ۷ نشان داده شده است. از تحلیل پیش گفته برای تعیین اینکه آیا بین میانگین‌های چند سطح از متغیر مستقل، تفاوت معناداری وجود دارد یا خیر استفاده می‌شود. با توجه به اطلاعات مندرج در جدول زیر که بر اساس سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ و همچنین نمرات میانگین به دست آمده برای روحیه کارآفرینی مدیران که به ترتیب برای مدیران عالی، میانی و عملیاتی برابر با ۳۷/۵۰، ۳۰/۶۴ و ۱۶/۵۰ است، می‌توان نتیجه گرفت که روحیه کارآفرینی در مدیرانی که در رده‌های بالاتر قرار دارند، بیشتر است.

جدول ۷. نتایج آمار توصیفی و آزمون کروسکال-والیس میانگین روحیه کارآفرینی برحسب سطوح مدیریتی

سطوح مدیریتی	عملیاتی	میانی	عالی
تعداد	۲۴	۱۴	۱۲
میانگین	۱۶/۵۰	۳۰/۶۴	۳۷/۵۰
مقدار کای اسکوئر		۲۳/۴۴۶	
سطح معناداری		۰/۰۰۰	

جدول ۸. نتایج پس‌آزمون دانت<sup>۲</sup> روحیه کارآفرینی برحسب سطوح مدیریتی

فاصله اطمینان ۹۵٪	کرانه پایین	کرانه بالا	سطح معناداری	خطای استاندارد	تفاوت میانگین (I-J)	سطوح مدیریت (J)	سطوح مدیریت (I)
-۰/۵۰۴	-۱/۶۳۸	۰/۰۰۰	۰/۲۲۶	-۱/۰۷۱*	میانی	عملیاتی	
-۱/۰۳۶	-۱/۹۶۳	۰/۰۰۰	۰/۱۸۰	-۱/۵۰۰*	عالی	عملیاتی	
-۰/۰۵۵	-۱/۸۰۱	۰/۰۲۳	۰/۱۳۷	-۰/۴۲۸*	عالی	میانی	

همچنین در بررسی نتیجه پس‌آزمون دانت که به‌عنوان آزمون تعقیبی، آزمون ناپارامتریک کروسکال-والیس استفاده می‌شود، متوجه تفاوت میانگین دوه‌دو (زوجی) در بین سطوح مدیریتی هستیم (جدول ۸). تفاوت میانگین سطح مدیریت عملیاتی با سطح مدیریت میانی (-۱/۰۷۱) و سطح معناداری (۰/۰۰۰)؛ تفاوت میانگین سطح مدیریت عملیاتی با سطح مدیریت عالی (-۱/۵۰۰) و سطح معناداری (۰/۰۰۰)؛ و تفاوت میانگین سطح مدیریت میانی با سطح مدیریت عالی (-۰/۴۲۸) و سطح معناداری (۰/۰۲۳) بوده است؛ بنابراین نتیجه می‌گیریم بین سه سطح مدیریت تفاوت معنادار وجود دارد.

فرضیه ۴: میانگین روحیه کارآفرینی برحسب پنج عامل ویژگی‌های شخصیتی (برون‌گرایی، تجربه‌پذیری، وظیفه‌شناسی، توافق‌پذیری، روان‌رنجوری) متفاوت است.<sup>۳</sup>

برای فرضیه تفاوت میانگین روحیه کارآفرینی برحسب ویژگی‌های شخصیتی برای هر کدام از پنج عامل شخصیتی، به‌طور جداگانه برای مدیران از آزمون کروسکال-والیس استفاده شده که در جداول ۹ و ۱۰ نشان داده شده است.

۱- عامل اول: برای بعد برون‌گرایی با توجه به (سطح معناداری برابر با ۰/۰۰۳) افزون بر اینکه نشان می‌دهد این بعد

1. Kruskal-Wallis H test

2. Dunnett

۳. نکته قابل تأمل در پژوهش حاضر، بررسی جداگانه هر کدام از ابعاد شخصیتی با روحیه کارآفرینی بوده است. متأسفانه اشتباهی که بیشتر پژوهش‌ها انجام داده‌اند این است که کل ویژگی‌های شخصیتی را با آزمون‌هایی که رابطه را می‌سنجند، مورد آزمون قرار داده‌اند، در صورتی که هر یک از این ابعاد باید جداگانه و بر اساس نمره میانگین هر بعد به‌ازای متغیری که سنجش با آن قرار می‌گیرد، تحلیل و بررسی شوند؛ که با توجه به گردآوری پیشینه پژوهش، از بین پژوهش‌های داخلی تنها می‌توان به مقاله خوش‌مرام و همکاران (۱۴۰۲) اشاره داشت که این ویژگی‌ها را به‌طور جداگانه تحلیل کرده‌اند.

شخصیتی در بین مدیران متفاوت است (بر اساس امتیاز میانگین روحیه کارآفرینی بالا برابر با ۱۸/۸۸، متوسط برابر با ۱۲/۸۳ و کم برابر با ۷/۱۴ بوده؛ که حاکی از آن است افرادی که دارای روحیه کارآفرینی بالاتری هستند، به لحاظ شخصیتی، ویژگی برون‌گرتری دارند).

۲- عامل دوم: بعد تجربه‌پذیری با توجه به (سطح معناداری برابر با ۰/۰۰۰) نشان از این دارد که این بعد شخصیتی در بین مدیران متفاوت است (بر اساس نمره میانگین روحیه کارآفرینی بالا برابر با ۳۳/۴۴، متوسط برابر با ۱۰/۱۲ و کم برابر با ۲/۱۷، افرادی که روحیه کارآفرینی بالایی دارند به لحاظ شخصیتی، تجربه‌پذیری بالاتری نسبت به مسائل جدید دارند).

۳- عامل سوم: در بعد وظیفه‌شناسی با توجه به (سطح معناداری برابر با ۰/۰۰۰) نشان داد که این بعد نیز، در بین مدیران متفاوت است (بر اساس نمره میانگین روحیه کارآفرینی بالا برابر با ۳۴/۵۰۴، متوسط برابر با ۱۰/۹۷، کم برابر با ۲/۱۷؛ حاکی از آن است که افرادی که روحیه کارآفرینی بالایی دارند، به لحاظ شخصیتی وظیفه‌شناسی بالاتری دارند).

۴- عامل چهارم: در مورد بعد توافق‌پذیری با توجه به (سطح معناداری برابر با ۰/۰۰۰) نشان داد که این بعد نیز، در بین مدیران متفاوت است (بر اساس نمره میانگین روحیه کارآفرینی (کم برابر با ۳۵/۰۷، متوسط برابر با ۳۱/۵۴، بالا برابر با ۱۵/۲۰)، افرادی که روحیه کارآفرینی بالاتری دارند به لحاظ شخصیتی، توافق‌پذیری کمتری دارند).

۵- عامل پنجم: نهایتاً برای بعد روان‌رنجوری با توجه به (سطح معناداری برابر با ۰/۰۰۰) نشان داد که این بعد نیز، در بین مدیران متفاوت بوده است (بر اساس نمره میانگین روحیه کارآفرینی (کم برابر با ۳۲/۱۴؛ متوسط برابر با ۲۸/۰۳؛ بالا برابر با ۸/۳۲)، افرادی که روحیه کارآفرینی پایین‌تری دارند، به لحاظ شخصیتی روان‌رنجورتر هستند).

جدول ۹. نتایج آمار توصیفی و آزمون کروسکال والیس میانگین روحیه کارآفرینی برحسب ویژگی‌های شخصیتی<sup>۱</sup>

ابعاد روحیه کارآفرینی	برون‌گرایی		تجربه‌پذیری		وظیفه‌شناسی		توافق‌پذیری		روان‌رنجوری	
	کم	زیاد	کم	متوسط	زیاد	متوسط	کم	زیاد	کم	متوسط
تعداد	۱۱	۴	۲	۱۳	۳۴	۳	۱۵	۲۲	۷	۲۳
میانگین	۷/۱۴	۱۲/۸۳	۱۸/۸۸	۲/۱۷	۳۳/۴۴	۱۰/۱۲	۲/۱۷	۱۰/۹۷	۳۴/۵۰	۳۵/۰۷
مقدار کای اسکوتر	۱۱/۳۵۰			۳۳/۳۱۸			۳۴/۸۶۰		۱۶/۹۸۹	۲۰/۳۹۲
سطح معناداری	۰/۰۰۰			۰/۰۰۰			۰/۰۰۰		۰/۰۰۰	۰/۰۰۰

جدول ۱۰. نتایج پس‌آزمون دانت روحیه کارآفرینی برحسب ویژگی‌های شخصیتی

فاصله اطمینان ۹۵٪ کرانه پایین کرانه بالا	سطح معناداری	خطای استاندارد	تفاوت میانگین (I-J)	برون‌گرایی (J)	تجربه‌پذیری (I)
-۱/۳۳	-۲/۱۸	۰/۰۰۰	۰/۱۸۳	زیاد	کم
-۱/۴۲	-۲/۰۸	۰/۰۰۰	۰/۱۴۴	زیاد	متوسط
فاصله اطمینان ۹۵٪ کرانه پایین کرانه بالا	سطح معناداری	خطای استاندارد	تفاوت میانگین (I-J)	تجربه‌پذیری (J)	تجربه‌پذیری (I)
-۱/۰۳	-۲/۳۷	۰/۰۰۰	۰/۲۹۲	زیاد	کم
-۱/۳۴	-۲/۰۷	۰/۰۰۰	۰/۱۵۸	زیاد	متوسط
فاصله اطمینان ۹۵٪ کرانه پایین کرانه بالا	سطح معناداری	خطای استاندارد	تفاوت میانگین (I-J)	وظیفه‌شناسی (J)	وظیفه‌شناسی (I)
-۲/۲۶	-۱/۳۶	۰/۰۰۰	۰/۱۹۴	زیاد	کم
-۲/۰۴	-۱/۵۸	۰/۰۰۰	۰/۱۰۰	زیاد	متوسط

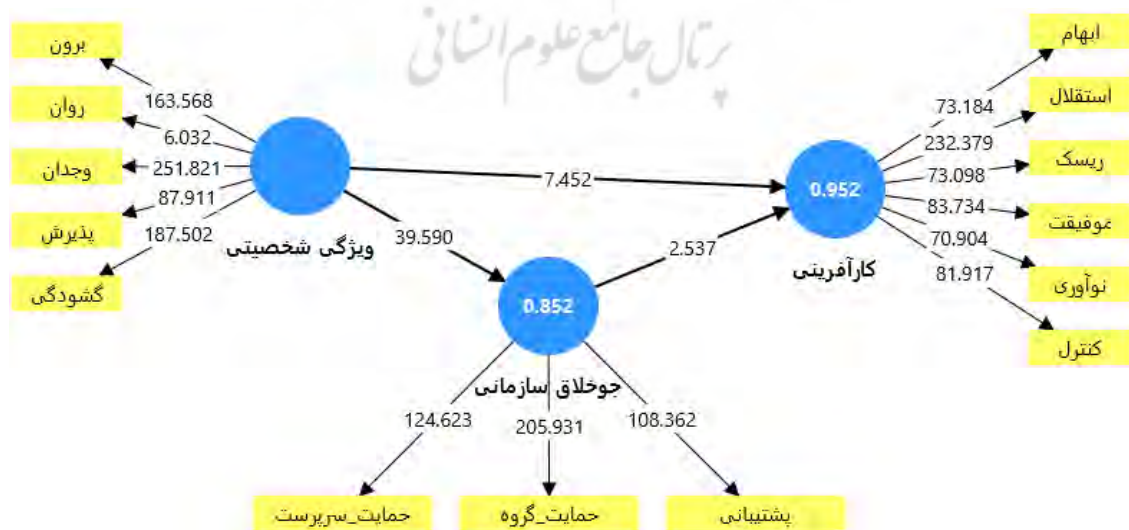
۱. از آنجا که نمره روحیه کارآفرینی فاصله‌ای و جدول خروجی آزمون آن، بسیار طولانی بوده است؛ بنابراین با گروه‌بندی دامنه تغییرات از ۵-۱ و میانگین مکتسبه پاسخگویان، به سه طیف کم، متوسط و زیاد تقسیم شده است.

ادامه جدول ۱۰. نتایج پس‌آزمون دانت روحیه کارآفرینی برحسب ویژگی‌های شخصیتی

فاصله اطمینان ۹۵٪ کرانه پایین کرانه بالا	سطح معناداری	خطای استاندارد	تفاوت میانگین (I-J)	برون‌گرایی (J)	برون‌گرایی (I)
فاصله اطمینان ۹۵٪ کرانه پایین کرانه بالا	سطح معناداری	خطای استاندارد	تفاوت میانگین (I-J)	توافق‌پذیری (J)	توافق‌پذیری (I)
۱/۶۰ -۰/۱۴	۰/۱۱۶	۰/۳۸۲	۰/۷۲۸	زیاد	کم
۰/۱۶ ۱/۳۸	۰/۰۱۰	۰/۲۶۶	۰/۷۷۸*	زیاد	متوسط
فاصله اطمینان ۹۵٪ کرانه پایین کرانه بالا	سطح معناداری	خطای استاندارد	تفاوت میانگین (I-J)	روان‌رنجوری (J)	روان‌رنجوری (I)
۱/۹۰۷ ۰/۵۴۷	۰/۰۰۰	۰/۳۰۰	۱/۲۲۷*	زیاد	کم
۱/۷۳۳ ۰/۳۰۹	۰/۰۰۴	۰/۳۱۵	۱/۰۲۱*	زیاد	متوسط

همچنین در بررسی نتیجه پس‌آزمون دانت متوجه تفاوت میانگین دویه‌دو (زوجی) در بین سطوح روحیه کارآفرینی (کم، متوسط و زیاد) در هر کدام از ابعاد ویژگی‌های شخصیتی (برون‌گرایی، تجربه‌پذیری، وظیفه‌شناسی، توافق‌پذیری، روان‌رنجوری) هستیم (جدول ۱۰). (به دلیل طولانی شدن متن، به نتایج جدول بسنده می‌شود). فرضیه پنجم: ویژگی‌های شخصیتی بر روحیه کارآفرینی از طریق متغیر میانجی جوّ خلاق سازمانی تأثیر مثبت و معنادار دارد.

به‌منظور بررسی فرضیه مذکور و همچنین بررسی مدل ساختاری پژوهش از نرم‌افزار PLS استفاده شد. برای برازش بخش مدل ساختاری دو روش مشخص کردن ضرایب معناداری  $t$  و روش  $R^2$  مورد استفاده قرار گرفت. ابتدایی‌ترین معیار برای سنجش رابطه بین سازه‌ها در مدل معادله ساختاری، ضرایب معناداری  $t$  است. در صورتی که مقدار این اعداد از ۱/۹۶ بیشتر شود، نشان از صحت رابطه بین سازه‌ها و در نتیجه تأیید فرضیات پژوهش است. شکل ۲ ضرایب معناداری در رابطه میان سازه‌های پژوهش را نشان می‌دهند. همان‌طور که در شکل زیر ملاحظه می‌شود، بالاتر شدن ضرایب از ۱/۹۶، نشان از تأیید فرضیات و همچنین برازش مدل ساختاری دارد. همان‌طور که در شکل زیر و جدول ۱۱ ملاحظه می‌شود، بالاتر شدن ضرایب از ۱/۹۶، نشان از تأیید فرضیات و همچنین برازش مدل ساختاری دارد.



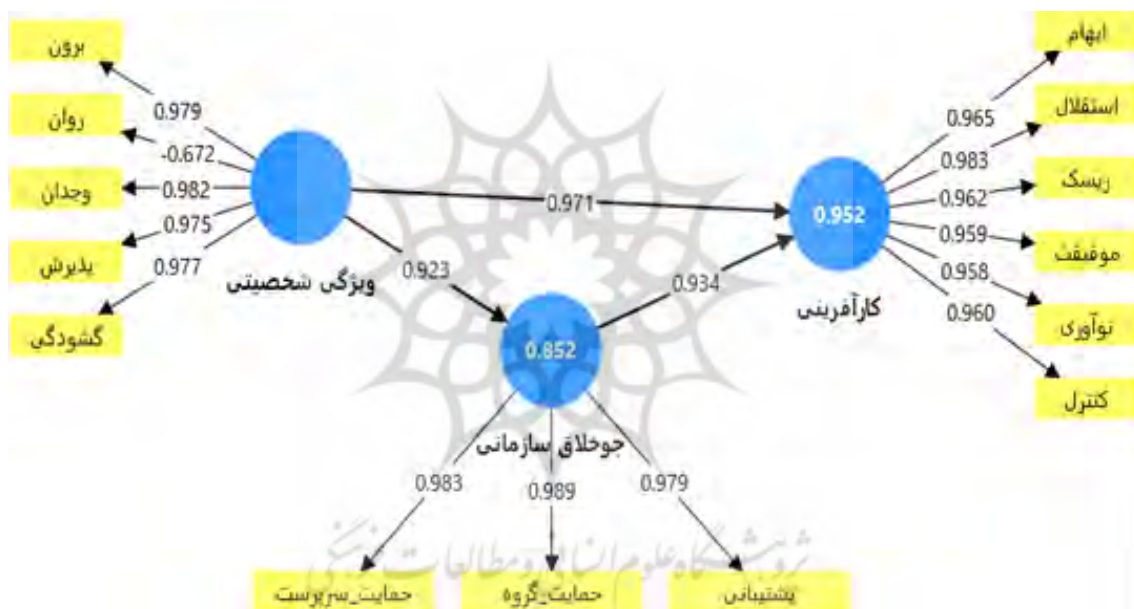
شکل ۳. مدل تحقیق در حالت معناداری ضرایب (t-value)

یکی دیگر از مهم‌ترین معیارها برای بررسی برازش مدل ساختاری پژوهش، معیار  $R^2$  است. این معیار نشان از

تأثیری دارد که یک متغیر مستقل (برون‌زا) بر یک متغیر وابسته (درون‌زا) می‌گذارد. هرچه مقدار این معیار بیشتر باشد، نشان از برازش بهتر مدل است. مقدار  $R^2$  برای متغیرهای درون‌زای ویژگی‌های شخصیتی و جوخلاق سازمانی به روحیه کارآفرینی، در جدول ۱۱ ارائه شده است. مقادیر ضرایب تعیین نشان از برازش مناسب مدل ساختاری پژوهش دارد. معیار نیکویی پژوهش (GOF) نیز برای ارزیابی مدل کلی به کار می‌رود، این مقدار برای مدل این پژوهش برابر با  $0/89$  بوده که حاکی از برازش مناسب مدل است. در ادامه با توجه به خروجی مدل مفهومی پژوهش در جدول ۱۱ به بیان و بررسی فرضیه پژوهش پرداخته می‌شود.

جدول ۱۱. خلاصه نتایج آزمون فرضیه‌ها

رابطه	ضریب مسیر	نتیجه	مقدار تی	ضریب معناداری	روابط متغیرهای پژوهش
مستقیم	۰/۹۲	تأیید	۳۹/۵۰	۰/۰۰۰	ویژگی شخصیتی-جوخلاق سازمانی
مستقیم	۰/۹۷	تأیید	۷/۴۵	۰/۰۰۰	ویژگی شخصیتی-کارآفرینی
غیرمستقیم	۰/۹۳	تأیید	۲/۵۳	۰/۰۰۰	ویژگی-شخصیتی-جوخلاق سازمانی-روحیه کارآفرینی



شکل ۴. مدل معادله ساختاری در حالت استاندارد

با توجه به نتایج جدول ۱۱ در مورد ضریب مسیر ( $R^2$ ) و آماره  $t$  می‌توان گفت، ویژگی‌های شخصیتی با ضریب مسیر  $0/92$  بر جوخلاق سازمانی تأثیر مثبت و معنادار دارد، همچنین ویژگی‌های شخصیتی نیز بر روحیه کارآفرینی با توجه به ضریب مسیر  $0/97$  تأثیر مثبت و معنادار دارد و در نهایت ویژگی‌های شخصیتی که از طریق متغیر میانجی جوخلاق سازمانی بر روحیه کارآفرینی با ضریب مسیر  $0/93$  تأثیر مثبت و معنادار داشته است. شکل ۴ مدل نهایی پژوهش را در حالت ضرایب استاندارد نشان می‌دهد.

### نتیجه‌گیری

هدف از پژوهش حاضر، بررسی تأثیر ابعاد ویژگی‌های شخصیتی مدیران بر ایجاد روحیه کارآفرینی از طریق متغیر میانجی جوخلاق سازمانی در شرکت دانش‌بنیان حدید روان بوده است.

نتایج فرضیه اول نشان داد که جوخلاق سازمانی بر روحیه کارآفرینی اثر مثبت و معناداری دارد، به عبارتی هرچه جو سازمان، خلاقانه‌تر باشد به‌طبع، روحیه کارآفرینی در سازمان افزایش می‌یابد و انگیزه برای خلاقیت و نوآوری بیشتر می‌شود؛ بنابراین لازم است مدیران محیط مناسبی را برای کارآفرینی فراهم نمایند. کارهایی که

می‌توانند در همین راستا انجام دهند از جمله: شنیدن ایده‌های جدید از هر کس در سازمان، ایجاد واحدی مخصوص خلاقیت و کارآفرینی، برقراری سیستم پیشنهادها، تقویت سیستم پاداش، تسهیل ارتباطات، فراهم کردن زمینه مشارکت. نتایج این فرضیه با یافته‌های سروری و همکاران (۱۴۰۲)، قاسمی و همکاران (۱۳۹۸) و صمدی و شیرزادی (۱۳۸۶) همخوانی دارد.

نتیجه فرضیه دوم نشان داد که بین جنسیت با روحیه کارآفرینی تفاوت معناداری وجود ندارد، بدین معنی که داشتن روحیه کارآفرینی، ارتباطی به جنسیت ندارد؛ که نتایج با یافته‌های موحدی و همکاران (۱۳۸۹) و یارایی (۱۳۸۳) مطابقت دارد. پس می‌توان نتیجه گرفت زنان نیز همانند مردان به نیروهای کارآفرین تبدیل شده و انگیزه‌های کارآفرینی در آن‌ها افزایش یافته است و نقش آن‌ها در توسعه فعالیت‌های اقتصادی بیش از پیش اهمیت پیدا کرده است.

فرضیه سوم حاکی از این بود که میانگین روحیه کارآفرینی برحسب سطوح مدیریتی متفاوت است بدین معنا که روحیه کارآفرینی در بین مدیران عالی و رده‌بالا، نسبت به سایر رده‌های مدیریتی علی‌الخصوص مدیران عملیاتی بیشتر است. به عبارتی در سازمان‌های دارای نوآوری بالا، مدیران عالی از کارآفرینی حمایت می‌کنند. آن‌ها فرایند نوآوری را درک می‌کنند، انتقادات و اختلاف عقیده را تحمل می‌کنند و تمام قدم‌های ممکن را برای حفظ جریان کارآفرینی و رفع موانع موفقیت برمی‌دارند؛ بنابراین حمایت مدیران رده‌بالا از خلاقیت، موجب پرورش روحیه کارآفرینی و ایجاد محیط کارآفرینانه در سازمان‌ها می‌گردد که می‌توانند با ارائه چشم‌اندازی مناسب از آینده، هوشیارانه با چالش‌های سازمانی مواجه شده و سهم عمده‌ای از بازارهای کسب‌وکار را کسب نمایند که با پژوهش یارایی (۱۳۸۳) و نثویان و همکاران (۲۰۲۵) همخوانی دارد.

فرضیه چهارم نشان داد که میانگین روحیه کارآفرینی برحسب ویژگی‌های شخصیتی متفاوت است یعنی افرادی که تجربه‌پذیری، وظیفه‌شناسی و برون‌گرایی بالاتری داشته باشند، روحیه کارآفرینی بالاتری دارند و افراد با توافق‌پذیری کمتر و روان‌رنجورتر، روحیه کارآفرینی پایین‌تری دارند که با یافته‌های احمدی و همکاران (۱۳۸۹) مطابقت دارد. پس هر چه افراد این سه بعد از ویژگی شخصیتی خود از جمله تجربه‌پذیری، وظیفه‌شناسی و برون‌گرایی را در خود تقویت کنند در میزان کارآفرینی تأثیر بیشتری خواهد داشت؛ که با یافته‌های تقی‌پور و همکاران (۱۳۹۷)، صرامی و همکاران (۱۴۰۰)، احمدی و همکاران (۱۳۸۹)، محمدی و همکاران (۱۳۹۰)، رئیسی و همکاران (۱۳۸۷)، خوش‌مرام و همکاران (۱۴۰۳)، سروری و همکاران (۱۴۰۲)، بی‌زوا و ورما (۲۰۲۱)، علی‌پور و همکاران (۱۳۹۹)، لی و همکاران (۲۰۲۲)، عواد و همکاران (۲۰۲۱)، محمودزبیر و همکاران (۲۰۲۰) و ژائو و همکارانش (۲۰۱۰) همخوانی داشته و مؤید این مطلب است که ویژگی‌های شخصیتی بر کارآفرینی اثر دارند. در همین راستا نقش مدیر در مجموعه‌هایی که کارآفرینی از ضروریات است، بسیار مهم است، زیرا مدیریت، می‌تواند با ایجاد روحیه کارآفرینی و جوّ خلاق، توانایی و استعداد کارآفرینی را در افراد ایجاد، ترویج و تشویق کنند و یا با رفتارها و عملکردهایشان، مانع این امر شوند؛ بنابراین، نقش مدیر در ایجاد روحیه کارآفرینی از سایر عوامل مؤثر بر آن از جمله جوّ سازمانی بیشتر است.

در بررسی فرضیه پنجم، ویژگی‌های شخصیتی بر روحیه کارآفرینی به‌طور غیر مستقیم از طریق متغیر میانجی جوّ خلاق سازمانی تأثیر دارد. با توجه به تأیید مدل و همخوانی با نتایج پژوهش سروری و همکاران (۱۴۰۲)، بریسا و همکاران (۲۰۲۵) و لی و همکاران (۲۰۲۲) می‌توان بیان کرد که سازمان‌ها می‌توانند برای کارکنان در ایجاد و حفظ روحیه خلاق و کارآفرین نقش میانجی و اثرگذار ایفا کنند، به‌ویژه وقتی صحبت از شرکت‌هایی می‌شود که عموماً نوپا بوده و در حوزه بازاریابی و به‌ویژه نوآوری می‌خواهند در صحنه ماندگار باشند. به همین دلیل و با توجه

به نتایج این پژوهش نیاز است تا سازمان‌ها زمینه و شرایط خلاقانه را برای آن دست افرادی که زمینه و استعداد خلاقیت را دارا هستند و مشتاقانه و بدون ترس از خطر، به دنبال تغییر و تحولات می‌باشند، از هدر رفت این استعدادها جلوگیری کرده و با تبدیل این نیروهای بالقوه به عرصه عمل، نیز به شکوفایی و ماندگاری خود ادامه دهند.

### جمع‌بندی و پیشنهادها

این پژوهش نشان می‌دهد که ترکیب ویژگی‌های شخصیتی مدیران با جو خلاق سازمانی، نقش تعیین‌کننده‌ای در پرورش روحیه کارآفرینی دارد. برای شرکت‌های دانش‌بنیان که محور اصلی فعالیت‌های آن‌ها نوآوری و فناوری‌های پیشرفته است، این یافته‌ها از اهمیت دوچندانی برخوردار است. مدیران این شرکت‌ها با تقویت ویژگی‌هایی مانند تجربه‌پذیری، برون‌گرایی و وظیفه‌شناسی می‌توانند نه تنها در فرهنگ سازمانی پویایی ایجاد کنند، بلکه زمینه را برای ظهور ایده‌های خلاقانه و تبدیل آن‌ها به محصولات و خدمات نوآورانه فراهم نمایند. از آنجا که شرکت‌های دانش‌بنیان به‌طور مداوم با چالش‌های فناورانه و رقابتی روبه‌رو هستند، وجود مدیرانی با روحیه کارآفرینی و توانایی ایجاد محیطی خلاق می‌تواند به عاملی کلیدی در بقا و رشد آن‌ها تبدیل شود.

با توجه به نتایج این پژوهش، شرکت‌های دانش‌بنیان می‌توانند با اجرای برنامه‌های آموزشی هدفمند برای توسعه ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه در مدیران و کارکنان خود، گام مؤثری در جهت تقویت نوآوری بردارند. ایجاد سیستم‌های تشویقی برای ایده‌پردازی، تشکیل تیم‌های میان‌رشته‌ای و طراحی فضای کاری انعطاف‌پذیر از دیگر راهکارهای عملی برای تقویت جو خلاق سازمانی است. افزون بر این، این شرکت‌ها می‌توانند با بهره‌گیری از مدیرانی که در سطوح عالی سازمانی هستند و روحیه کارآفرینی بالایی دارند، چالش‌های پیچیده فناورانه را به فرصت‌های تجاری تبدیل کنند. در نهایت، ادغام یافته‌های این پژوهش در استراتژی‌های مدیریتی می‌تواند به شرکت‌های دانش‌بنیان کمک کند تا در اکوسیستم نوآوری کشور جایگاه ممتازی کسب نمایند و سهم بیشتری از بازارهای پیشرفته را به خود اختصاص دهند.

### اصالت مقاله

این مطالعه بینش‌های ارزشمندی را برای دانشگاهیان و متخصصان در زمینه کارآفرینی در ایران و به‌ویژه شرکت‌های دانش‌بنیان که کمتر مورد بررسی قرار گرفته است، فراهم می‌کند. همچنین از معدود مطالعاتی است که نقش میانجی جو سازمانی را در رابطه بین ویژگی‌های شخصیتی و روحیه کارآفرینی بررسی کرده است.

### سپاس‌گزاری

این پژوهش در قالب طرح پژوهشی با حمایت مادی و معنوی شرکت دانش‌بنیان حدید روان انجام شده است.

### منابع

- احمدی، پرویز؛ باباشاهی، جبار؛ خدشناس، لیلیا (۱۳۸۹). بررسی رابطه بین عوامل شخصیتی و کارآفرینی: پژوهشی درباره کارکنان شرکت داده‌پردازی سداد. *تحقیقات مدیریت منابع سازمانی*، ۱(۳)، ۲۲-۱.
- پژوهان، ایوب؛ دژاگه، زهره (۱۴۰۴). طراحی و تبیین مدل داده‌بنیاد توانمندسازی مهارت‌های کارآفرینانه مددجویان، آموزش و مدیریت کارآفرینی، ۴(۱)، ۲۸-۱. doi: 10.22126/eme.2025.12022.1166
- پناهی، حسن؛ مطیعی، هادی؛ پناهی، علی (۱۴۰۲). بررسی تأثیر سیاست‌های حمایتی بر قصد کارآفرینی دانشجویان، آموزش و مدیریت کارآفرینی، ۲(۱)، ۴۱-۵۸. doi: 10.22126/eme.2023.2541

- تاری، حمیدرضا (۱۴۰۰). بررسی رابطه بین رهبری هوشمند و اخلاق حرفه‌ای با روحیه کارآفرینی کارکنان دانشگاه بوعلی سینا در سال تحصیلی ۹۹-۱۳۹۹. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه همدان.
- تقی‌پور، خاطره؛ اعتباریان خوراسگانی، اکبر؛ تقی‌پور، فائزه (۱۳۹۸). رابطه ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه با تمایل به کارآفرینی در مدیران مدرسه ابتدایی. فصلنامه علمی پژوهشی مدیریت مدرسه، ۴(۸)، ۳۷۶-۳۹۳. doi: 10.34785/J010.1398.591
- ثنائی‌پور، هادی؛ حسینی‌نیا، سیدرضا (۱۴۰۴). شناسایی موانع و ارائه راهکارهای توسعه کارآفرینی ورزشی در استان سمنان: مطالعه‌ای کیفی. مجله پژوهش‌های کارآفرینی، ۴(۱)، ۷۷-۹۲. doi: 10.22034/jer.2024.2028140.1111
- جلائی‌فر، معصومه؛ پوراحمد، علی‌اکبر (۱۳۹۴). بررسی رابطه بین ویژگی‌های شخصیتی کتابداران شاغل در کتابخانه‌های دانشگاهی بیرجند و دیدگاه آن‌ها در مورد فضای کارآفرینی در کتابخانه. پژوهش‌نامه کتابداری و اطلاع‌رسانی، ۵(۲)، ۱۶۲-۱۴۴. doi: 10.22067/riis.v5i2.39916
- حسینی، روح‌اله؛ ماله میرچگینی، شهریار (۱۴۰۳). تحلیل راهبردهای توانمندسازی کارکنان صنایع تبدیلی کشاورزی با تأکید بر بهبود روحیه کارآفرینی (مورد مطالعه: شرکت تولیدی دنون لبنی پارس). آموزش و مدیریت کارآفرینی، ۳(۱)، ۱۶-۱۰. doi: 10.22126/EME.2024.10317.1092
- حق‌شناس، حسن (۱۳۸۵). طرح پنج عاملی ویژگی‌های شخصیت. شیراز: انتشارات دانشگاه علوم پزشکی شیراز.
- خطیری، محمد؛ تقی‌پوریان، یوسف؛ غلامی جمکرانی، رضا؛ جهانگیرنیا، حسین (۱۳۹۸). ویژگی‌های شخصیتی، هوش مالی مدیران و عملکرد شرکت. فصلنامه علمی دانش حسابداری مالی، ۶(۳)، ۱۶۵-۱۴۱. doi: 10.30479/JFAK.2019.9988.2387
- خوش‌مرام، مژگان؛ شیری، نعمت‌اله؛ ویسه، صید مهدی (۱۴۰۳). ویژگی‌های شخصیتی و قصد کارآفرینی اجتماعی (مورد مطالعه: صاحبان مشاغل غذایی در استان ایلام). نشریه مطالعات کارآفرینی و توسعه پایدار کشاورزی، ۱۱(۱)، ۵۶-۳۲. doi: 10.22069/JEAD.2023.21455.1732
- ده‌یادگاری، سعید؛ پورسعید، محمدمهدی؛ نثاری، آرمان؛ اشرف‌زاده، افسانه (۱۴۰۳). عوامل مؤثر بر گرایش کارآفرینانه مبتنی بر رسانه‌های اجتماعی در میان دختران دانشجو. آموزش و مدیریت کارآفرینی، ۳(۴)، ۴۲-۱۹. doi: 10.22126/eme.2025.11819.1147
- ده‌یادگاری، سعید؛ طاهری‌نیا، سحر؛ کاظمی، مهدی؛ پورجواری، زهرا (۱۴۰۴). تأثیر گرایش به کارآفرینی و مشارکت جامعه بر توسعه گردشگری پایدار از طریق رویدادهای ورزشی در شهر کرمان. آموزش و مدیریت کارآفرینی، ۴(۱)، ۴۸-۲۹. doi: 10.22126/eme.2025.11959.1160
- رئیس، پوران؛ نصیری‌پور، امیر اشکان؛ رستمی، لیلا؛ خالصی، نادر (۱۳۸۷). رابطه ویژگی‌های شخصیتی مدیران با کارآفرینی در سازمان‌های بهداشتی و درمانی وابسته به دانشگاه علوم پزشکی تبریز. فصلنامه علمی - پژوهشی مدیریت سلامت، ۱۱(۳۳)، ۶۲-۵۷.
- سروری، رحیم؛ صادقی، حسین؛ یدالهی فارسی، جهانگیر (۱۴۰۲). تأثیر رهبری کارآفرینانه بر رفتار نوآورانه کارکنان: نقش نوآوری و جو اخلاقی. مجله پژوهش‌های کارآفرینی، ۲(۴)، ۱۴-۱. doi: 10.22034/jer.2024.2016857.1066
- شیری، نعمت‌اله؛ میرک‌زاده، علی‌اصغر؛ زرافشانی، کیومرث (۱۴۰۱). تحلیل جنسیتی عوامل تعیین‌کننده رفتار کارآفرینی در بین دانشجویان ایرانی. مجله پژوهش‌های کارآفرینی، ۱(۱)، ۸۷-۱۰۱. doi: 10.22034/jer.2022.697520
- صبا، علی‌اصغر؛ نادری، نادر؛ رضایی، بیژن؛ محمدی‌فر، یوسف (۱۴۰۲). ارائه مدلی پارادایمیک برای توسعه آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌های نسل سوم؛ کاربست نظریه بنیانی. آموزش و مدیریت کارآفرینی، ۲(۱)، ۷۴-۵۹. doi: 10.22126/eme.2023.9222.1031
- صرامی، محسن؛ خائف‌الهی، احمدعلی؛ آزاد فلاح، پرویز؛ رجب‌زاده، علی (۱۴۰۰). تأثیر تغییر ویژگی‌های شخصیتی مدیران

- عالی سازمان بر جو سازمانی. پژوهش‌های مدیریت منابع سازمانی، ۱۱(۲)، ۹۱-۱۱۳.
- صمدی، پروین؛ شیرزادی اصفهانی، هما (۱۳۸۶). بررسی رابطه جو سازمانی مدرسه با روحیه کارآفرینی در دانش آموزان. فصلنامه نوآوری‌های آموزشی، ۵ (۱۶)، ۱۸۷-۱۶۴.
- صیاد، سیروان؛ وهابی، احمد؛ وهابی، بشری؛ صیادی، مهناز؛ روشنی، دایم؛ امانی، منا (۱۳۹۶). بررسی روحیه کارآفرینی دانشجویان دانشگاه‌های علوم پزشکی کردستان و کرمانشاه در سال ۱۳۹۴. مجله توسعه آموزش در علوم پزشکی، ۱۰(۲۵)، ۶۷-۵۹.
- عربیون، ابوالقاسم؛ نیک‌رفتار، طیبه؛ بنی عامریان، محمد؛ ملائی، محمدحمید (۱۴۰۳). بررسی تأثیر آموزش کارآفرینی بر بهبود رفتار کارآفرینانه دانشجویان. آموزش و مدیریت کارآفرینی، ۳(۴)، ۶۲-۴۳. doi: 10.22126/eme.2025.11751.1143
- قاسمی، مزگان؛ فرج پهلوی، عبدالحسین؛ عصاره، فریده؛ ارشدی، نسرین (۱۳۹۸). رابطه بین حمایت سازمانی و جو خلاق با توسعه کارآفرینی از طریق میانجی‌گری توانمندسازی و خلاقیت در کارکنان کتابخانه، روش‌ها و مدل‌های روان‌شناختی، ۱۰(۳۵)، ۱۱۷-۱۰۱. doi: 20.1001.1.22285516.1398.10.35.6.1
- کردنائیچ، اسدالله؛ زالی، محمدرضا؛ هومن، حیدرعلی؛ شمس، شهاب‌الدین (۱۳۸۶). ابزار سنجش ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان ایرانی. دانشگاه تربیت مدرس.
- محمدی، حمیدرضا؛ احمدی، عباداله؛ امین شایان جهرمی، شاپور (۱۳۹۰). بررسی رابطه ویژگی‌های شخصیتی با تمایل به کارآفرینی. فصلنامه علمی - پژوهشی جامعه‌شناسی زنان، ۲(۱)، ۹۹-۱۱۹.
- محمدیان، بهزاد؛ جلیلود، محمدرضا؛ شهبازی، میثم؛ موسوی، نعمت‌اله (۱۴۰۴). شناسایی عوامل کلیدی مؤثر بر شکست کارآفرینان سریالی هیبریدی در صنعت نشر، مجله پژوهش‌های کارآفرینی، ۴(۱)، ۲۰-۱. doi: 10.22034/jer.2025.2030111.1142
- موحدی، رضا؛ یعقوبی فرانی، احمد؛ خداوردیان، مجیدرضا؛ زارعی، شیما (۱۳۸۹). بررسی روحیه کارآفرینی دانشجویان کشاورزی و راهکارهای بهبود آموزش کارآفرینی. مجله تحقیقات ترویج و آموزش کشاورزی، ۳(۳)، ۸۱-۶۵.
- نادری، نادر؛ رضایی، بیژن؛ کریمان، فرانک؛ خسروی، احسان (۱۴۰۳). واکاوی پدیده عدم استقبال مددجویان کمیته امداد استان کرمانشاه از طرح‌های کارآفرینی و اشتغال‌زایی؛ کاربرست نظریه بنیانی. آموزش و مدیریت کارآفرینی، ۳(۴)، ۱۱۴-۹۱. doi: 10.22126/eme.2025.11821.1148
- نوروزی، حسین؛ خامه‌چی، حامد؛ آزمایش‌فرد، فرزانه (۱۴۰۳). فراتحلیل عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی در ایران. مجله پژوهش‌های کارآفرینی، ۳(۴)، ۱۱۶-۹۳. doi: 10.22034/jer.2024.2035329.1155
- نیک‌جو، مهدی؛ قنبری، مهرداد؛ جمشیدی نوید، بابک؛ مسعودی، جواد (۱۴۰۰). طراحی الگوی نقش ویژگی‌های شخصیتی و سبک رهبری مدیران در ضعف کنترل‌های داخلی. فصلنامه علمی دانش حسابداری مالی، ۸(۳)، ۱۲۴-۸۱. doi: 10.30479/jfak.2021.15885.2889
- یارایی، علی (۱۳۸۳). بررسی برخی از نگرش‌های کارآفرینانه در بین دانشجویان دانشگاه شیراز. پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت صنعتی، دانشگاه شیراز.

## References

- Ahmadi, P., Babashahi, J., & Khodashanas, L. S. (2011). Considering the Relationship between Personality Factors and Entrepreneurship: A Research about the Personnel of Sadad Informatics Corporations. *Organizational Resource Management Research, (ORMR)*, 1 (3), 1-22 (in Persian).
- Alipour Bazkiaei, H. A., Heng, L. H., Khan, N. U., Saufi, R. B. A., & Kasim, R. S. R. (2020). Do entrepreneurial education and big-five personality traits predict entrepreneurial intention among universities students? *Cogent Business & Management*, 7(1), 1-18. doi: 10.1080/23311975.2020.1801217 (in Persian).

- Anderson, L. (2024). *Creative organizational climates*. Boston: Innovation Press.
- Arabyoon, A., Nikraftar, T., Baniameryan, M., & Mollaei, M. H. (2025). Investigating the Impact of Entrepreneurship Education on Enhancing Students' Entrepreneurial Behavior. *Education and Management of Entrepreneurship*, 3(4), 43-62. doi: 10.22126/eme.2025.11751.1143 (in Persian).
- Awwad, M. S., & Al-Aseer, R. M. N. (2021). Big Five Personality Traits Impact on Entrepreneurial Intention: The Mediating Role of Entrepreneurial Alertness. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 15, 87-100. doi: 10.1108/APJIE-09-2020-0136.
- Berisha, G., Rexhepi Mahmutaj, L., Kallmuenzer, A., Valeri, M., & Azevedo, A. (2025). Organizational climate for entrepreneurial intentions: the mediating role of innovative work behavior. *European Business Review*, 3 (1), 1-23. doi: 10.1108/EBR-11-2024-0354.
- Costa, P. T., & McCrae, R. R. (1992). Revised NEO Personality Inventory (NEO-PI-R) and NEO Five-Factor Inventory (NEO-FFI) Manual. *Psychological Assessment Resources*, 3 (5), 38-72.
- Dehyadegari, S., Poursaeed, M. M., Nesari, A., & Ashrafzadeh Afshar, A. (2025). Factors Affecting Social Media-Based Entrepreneurial Intentions Among Female University Students. *Education and Management of Entrepreneurship*, 3(4), 19-42. doi: 10.22126/eme.2025.11819.1147 (in Persian).
- Dehyadegari, S., Taherinia, S., Kazemi, M., & Pourjoupari, Z. (2025). The Impact of Entrepreneurial Orientation and Community Participation on Sustainable Tourism Development through Sporting Events in Kerman City. *Education and Management of Entrepreneurship*, 4(1), 29-48. doi: 10.22126/eme.2025.11959.1160 (in Persian).
- Dul, J., & Ceylan, H. (2007). A practical instrument to measure the creativity potential of the work environment 10th European conference on Creativity and Innovation. *Copenhagen, Denmark*.
- Dweck, C. (2023). *Mindset: The new psychology of success (Updated Edition)*. Random House.
- Ekvall, G., & Ryhammar, L. (1999). The creative climate: Its determinants & effects at a Swedish university. *Creativity Research Journal*, 12 (4), 303-310. doi: 10.1207/s15326934crj1204\_8.
- Ghasemi, M., Faraj Pahlo, A. H., Hosareh, F., & Arshadi, N. (2019). The relationship between organizational support and creative atmosphere with the development of entrepreneurship through the mediation of empowerment and creativity in library staff. *Psychological Methods and Models*, 10 (35), 101-117. doi: 20.1001.1.22285516.1398.10.35.6.1 (in Persian).
- Grojean, M. W., Resick, C. J., Dickson, M. W., & Smith, D. B. (2004). Leaders, values, and organizational climate: Examining leadership strategies for establishing an organizational climate regarding ethics. *Journal of Business Ethics*, 55 (3), 223-241. doi: 10.1007/s10551-004-1275-5.
- Haqshenas, H. (2008). Five-factor model of personality traits. *Shiraz: Shiraz University of Medical Sciences Publications* (in Persian).
- Hosseini, R., & Maleh Mirchgini, Sh. (2014). Analysis of strategies for empowering employees in agricultural processing industries with emphasis on improving entrepreneurial spirit (case study: Danone Dairy Pars Production Company). *Entrepreneurship Education and Management*, 3 (1), 1-16. doi: 10.22126/EME.2024.10317.1092 (in Persian).
- Iqbal, A. (2019). The strategic human resource management approaches and organisational performance: The mediating role of creative climate. *Journal of Advances in Management Research*, 16 (2), 181-193. doi: 10.1108/JAMR-11-2017-0104.
- Jalaifar, M., & Pour Ahmad, A. (2015). Investigating the relationship between the personality traits of librarians working in the university libraries of Birjand and their views on the entrepreneurial atmosphere in the library. *Library and information research*, 5 (2), 144-162. doi: 10.22067/riis.v5i2.39916 (in Persian).
- Johnson, A. (2024). *Understanding personality traits*. Los Angeles: Psychology Press.
- Khatiri, M., Taghipourian, Y., Gholami Jamkarani, R., & Jahangirnia, H. (2019). Personality characteristics, financial intelligence of managers and company performance. *Financial Accounting Science Quarterly*, 6 (3), 141-165. doi: 10.30479/JFAK.2019.9988.2387 (in Persian).
- Khoshmaram, M., Shiri, N., & Veisesh, S. (2024). Personality Traits and Social Entrepreneurship

- Intention (The Case of Food Business Owners in Ilam Province). *Journal of Studies in Entrepreneurship and Sustainable Agricultural Development*, 11(1), 32-56. doi: 10.22069/JEAD.2023.21455.1732 (in Persian).
- KordNaiej, A., Zali, M., Homan, H., & Shams, sh. (2007). Instrument for measuring the personality traits of Iranian entrepreneurs. *Tarbiat Modares University*, <https://20begir.com/product> (in Persian).
- Li, L. N., Huang, J. H., & Gao, S. Y. (2022). The Relationship Between Personality Traits and Entrepreneurial Intention Among College Students: The Mediating Role of Creativity. *Front. Psychol*, Feb, (3)13, 1-10. doi:10.3389/fpsyg.2022.822206.
- Lober, D. J. (1998). Pollution prevention as corporate entrepreneurship. *Journal of Organizational Change Management*, 11 (1), 26-37.
- McClelland, D. C. (1965). Achievement and Entrepreneurship: A Longitudinal Study. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1 (4), 389-392. doi: 10.1037/h0021956.
- Miller, T. (2024). Talent retention through innovation. *San Francisco: HR Insights*.
- Mohammadi, H., Ahmadi, A., & Amin Shayan Jahormi, Sh. (2011). Investigating the relationship between personality traits and the desire to be an entrepreneur. *Scientific-Research Quarterly Journal of Sociology of Women*, 2 (1), 99-119. (in Persian).
- Mohammadian, B., Jalilvand, M. R., Shahbazi, M., & Mousavi, M. (2025). Unveiling the Key Effective Factors of the Failure of Hybrid Serial Entrepreneurs in Publishing Industry. *Journal of Entrepreneurship Research*, 4 (1), 1-20. doi: 10.22034/jer.2025.2030111.1142 (in Persian).
- Movahedi, R., Yaqoubi Farani, A., Khodavardian, M., & Zareii, Sh. (2010). Investigation of entrepreneurial spirit of agricultural students and ways to improve entrepreneurship education. *Agricultural Promotion and Education Research Journal*, 3 (3), 65-81. (in Persian).
- Muhammad Zubair, A., Shazia, K., Aiza, Sh., & Kaleem, M, A. (2020). Personality traits and intrapreneurial behaviour: Moderated role of knowledge sharing behaviour in diverse group of employees in developing country. January 2020. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 4 (1), 20-45. doi: 10.1108/APJIE-09-2019-0068.
- Naderi, N., Rezaee, B., Karamian, F., & Khosravi, E. (2025). Exploring the Phenomenon of Non-Participation of Beneficiaries of the Imam Khomeini Relief Foundation in Kermanshah Province in Entrepreneurship and Employment Generation Projects: Application of Grounded Theory. *Education and Management of Entrepreneurship*, 3(4), 91-114. doi: 10.22126/eme.2025.11821.1148 (in Persian).
- Neupane, S. M., Bhattarai, P. C., & Lowery, C. L. (2025). Personality traits in describing entrepreneurial intentions: a sequential mixed methods study. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 14(1), 1-36. doi: 10.1186/s13731-024-00459-4.
- Nikjo, M., Qanbari, M., Jamshidi Navid, B., & Masoudi, J. (2021). Designing a model of the role of personality traits and leadership style of managers in the weakness of internal controls. *Financial Accounting Science Quarterly*, 8 (3), 81- 124. doi: 10.30479/jfak.2021.15885.2889 (in Persian).
- Norouzi, H., Khamechi, H., & Azmayesh Fard, F. (2025). A Meta-Analysis of the Factors Affecting Organizational Entrepreneurship in Iran. *Journal of Entrepreneurship Research*, 3(4), 93-116. doi: 10.22034/jer.2024.2035329.1155 (in Persian).
- Obschonka, M., Zhou, M., Zhou, Y., Zhang, J., & Silbereisen, R. K. (2018). Confucian traits, entrepreneurial personality, and entrepreneurship in China: a regional analysis. *Small Business Economics*, UK 1-19. doi: 10.1007/s11187-018-0103-8.
- Panahi, H., Motie, H., & Panahi, A. (2023). Investigating the Impact of Supportive Policies on Entrepreneurial Intention of Students. *Education and Management of Entrepreneurship*, 2(1), 41-58. doi: 10.22126/eme.2023.2541 (in Persian).
- Pazhouhan, A., & Dejahah, Z. (2025). Formulating and Explaining a Grounded Theory Model Designed to Empowering Clients' Entrepreneurial Skills. *Education and Management of Entrepreneurship*, 4(1), 1- 27. doi: 10.22126/eme.2025.12022.1166 (in Persian).
- Permarupan, P., Al-Mamun, A., & Hayat, N. (2023). Innovative climate and corporate entrepreneurship:

- The mediating role of psychological empowerment. *Sustainability*, 15(1), 112-130.
- Raisi, P., Nasiripour, A., Rostami, L., & Khalesi, N. (2008). The relationship between personality traits of managers and entrepreneurship in health and treatment organizations affiliated to Tabriz University of Medical Sciences. *scientific-research quarterly of health management*, 11 (33), 57-62. (in Persian).
- Rosenberg, D. (2007). Assessing Measurement Equivalence of the KEYS Climate for Creativity Scale Across, *A thesis submitted to the Graduate Faculty of North Carolina State University In partial fulfillment of the Requirements for the Degree of Master of Science PSYCHOLOGY, North Carolina*.
- Saba, A., Naderi, N., Rezaee, B., & Mohammadifar, Y. (2023). Presenting a Paradigmatic Model for the Development of Entrepreneurship Education in the Third Generation Universities: Application of the Grounded Theory. *Education and Management of Entrepreneurship*, 2(1), 59-74. doi: 10.22126/eme.2023.9222.1031 (in Persian).
- Salsabila, R., & Mansur, D. (2024). Organizational trust and entrepreneurial behavior: Evidence from tech startups. *International Journal of Innovation Management*, 28 (3), 234-250.
- Samadi, P., & Shirzadi Esfahani, H. (2007). Investigating the relationship between school organizational climate and entrepreneurial spirit in students. *Educational innovations quarterly*, 5 (16), 164-187. (in Persian).
- Sanaeepour, H., & Hosieninia, S. R. (2025). Identifying Obstacles and Providing Solutions for the Development of Sports Entrepreneurship in Semnan Province: A Qualitative Study. *Journal of Entrepreneurship Research*, 4(1), 77-92. doi: 10.22034/jer.2024.2028140.1111 (in Persian).
- Sarami, M., Khaef Elahi, A. A., Azad Fallah, P., & Rajabzadeh, A. (2021). The effect of the personality changes of top managers of the organization on the organizational climate. *Organizational Resource Management Research*, 11 (2), 91-113. (in Persian).
- Sarvari, R., Sadeghi, H., & Yadalhi Farsi, J. (2023). The effect of entrepreneurial leadership on employees' innovative behavior: the role of innovation and ethical climate. *Journal of Entrepreneurship Research*, 2 (4), 1-14. doi: 10.22034/jer.2024.2016857.1066 (in Persian).
- Sayyad, S., Wahhabi, A., Wahhabi, B., Sayyadi, M., Roshani, D., & Amani, M. (2017). Investigating the entrepreneurial spirit of students of Kurdistan and Kermanshah Universities of Medical Sciences in 2014. *Journal of Education Development in Medical Sciences*, 10 (25), 59-67. (in Persian).
- Shiri, N., Mirakzadeh, A. A., & Zarafshani, Z. (2022). Determinants of Entrepreneurial Behavior among Iranian Students: A Gender Analysis. *Journal of Entrepreneurship Research*, 1 (1), 87-101. doi: 10.22034/jer.2022.697520 (in Persian).
- Smith, J. (2024). *Entrepreneurship in the modern world*. New York: Business Press.
- Smith, J. (2024). The role of managerial personality traits in fostering organizational innovation. *Journal of Business and Entrepreneurship*, 15 (2), 45-60.
- Taghipour, Kh., Etebarian Khorasgani, A., & Taghipour, F. (2018). The relationship between entrepreneurial personality traits and the desire to be an entrepreneur in elementary school principals. *Scientific-Research Quarterly of School Management*, 8 (4), 376-393. doi: 10.34785/J010.1398.591 (in Persian).
- Tari, H. (2021). *Investigation of the relationship between intelligent leadership and professional ethics with the entrepreneurial spirit of Bu Ali Sina University employees in the academic year 2019-2019*, Master's Thesis (in Persian).
- Taylor, R. (2024). *The role of managers in entrepreneurship*. Chicago: Business Innovations Press.
- Thomas, K., & Segal, M. (2024). Servant leadership and intrapreneurship: The mediating role of creative climate, *Leadership & Organization Development Journal*, 45 (4), 511-528.
- Yarayi, A. (2004). *Investigating some entrepreneurial attitudes among students of Shiraz University*. Master's Thesis of Industrial Management, Shiraz University (in Persian).
- Zhao, H., Seibert, S. E., & Lumpkin, G. T. (2010). The Relationship of Personality to Entrepreneurial Intentions and Performance: A Meta-Analytic Review. *Journal of Management*, 36, 381-404. doi: 10.1177/0149206309335187.