

جهت‌گیری‌های روان‌شناختی و عملکردی افراد کارآفرین

Psychological Characteristics and Performance in Entrepreneurs

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۸/۰۷/۲۰، تاریخ دریافت نسخه نهایی: ۱۳۹۹/۰۴/۰۸، تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۰/۰۳/۱۸

نوع مقاله: علمی - پژوهشی

I.Yousefzadeh., (PhD student),
M.R.Abedi., (PhD)., & P.Nilforooshan.,
(PhD)

Abstract

Entrepreneurship development in any country is one sign of economic prosperity. We should consider the interaction between entrepreneurship and context to reach sustainable entrepreneurship. In Iran, we have conducted several studies about analyzing the context and entrepreneurial outcomes of the economic system; however, comprehensive research needs to be undertaken about an entrepreneur's characteristics, which is a critical factor in sustainable entrepreneurship. The present study explores entrepreneurial individuals' unique characteristics (including psychological, value, and performance characteristics). For this purpose, we collected the published academic papers on entrepreneurship using a narrative review method. After reviewing the criteria for entering the present study, 62 published academic papers were included. We categorized the findings into personality, performance factors, and values. A narrative review of the literature showed that there is a consensus among researchers about many of the personal characteristics of entrepreneurs. Entrepreneurs have acquired some meta-competencies that provide them with actions that lead to career creativity.

Keywords: Entrepreneur, Psychological Characteristics, Performance factors, Values, Narrative Reviews

ایمان یوسف‌زاده^۱، محمدرضا عابدی^۲ و پریسا نیلفروشان^۳

چکیده

زمینه: امروزه توسعه کارآفرینی در هر کشوری یکی از نشانه‌های شکوفایی اقتصادی می‌باشد. برای رسیدن به کارآفرینی موفق و توسعه پایدار باید تعامل زمینه با موضوع را مدنظر داشت. در ایران، پژوهش‌های بسیاری از لحاظ بررسی شرایط زمینه‌ای و نتایج کارآفرینی در سیستم اقتصادی انجام شده است. با اینحال بررسی جامعی در مورد ویژگی‌های فردی یک کارآفرین که عنصر اصلی در ایجاد و تداوم کارآفرینی پایدار می‌باشد صورت نگرفته است. هدف: هدف از انجام پژوهش حاضر بررسی جهت‌گیری‌ها و ویژگی‌های فردی (شامل ویژگی‌های روان‌شناختی، عملکردی و ارزشی) افراد کارآفرین است. روش: برای این منظور، با استفاده از روش مرور روایتی، مقالات مرتبط به موضوع، جمع‌آوری شدند و پس از لحاظ کردن معیارهای مورد نیاز برای ورود به تحقیق، ۶۲ مقاله فهرست شدند و نتایج آنها مورد بررسی قرار گرفت. سپس یافته‌های پژوهش در قالب ویژگی‌های شخصیتی، عملکردی و ارزشی مورد دسته‌بندی قرار گرفتند. یافته‌ها: مرور پژوهش‌ها نشان داد که در مورد بسیاری از ویژگی‌های شخصیتی و عملکردی کارآفرینان، در بین پژوهشگران توافق نظر وجود دارد. نتیجه‌گیری: افراد کارآفرین توانسته‌اند مجموعه‌ای کامل از فراصلاحیت‌های شناخته شده انسانی را بدست آورند که به آنها این توانایی را می‌دهد که با تکیه بر توانمندی‌های درونی خویش و استفاده بهینه از سرمایه‌های مادی و معنوی پیرامون خود دست به اقداماتی بزنند که علاوه بر کسب منافع مادی، به ایجاد مسیرهای نوین و راه‌گشا در حیطه تولید و آفرینش شغلی بیانجامد.

واژه کلیدها: کارآفرینی، ویژگی‌های شخصیتی، ویژگی‌های عملکردی، ارزش‌ها، مرور روایتی

۱. دانشجوی دکتری مشاوره، گروه مشاوره، دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، اصفهان.

۲. استاد، گروه مشاوره، دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران.

* نویسنده مسئول: m.r.abedi@edu.ui.ac.ir

۳. دانشیار، گروه مشاوره، دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران.

کارآفرینی^۱ ضامن پیشرفت اقتصاد بازار آزاد و یک راه حل اساسی برای کاهش فقر در کشورهای درحال توسعه است (فرس، گیلنیک و منسنم^۲، ۲۰۱۶). تعریف واژه کارآفرینی سالهاست که در ادبیات تخصصی رشته‌های مدیریت، اقتصاد، روانشناسی شغلی و صنعتی محل مناقشه بوده است. همین مناقشات و نیاز رو به رشد شناخت مفهوم کارآفرینی، پیشینه پژوهشی غنی‌ای را برای این مفهوم ایجاد کرده است. پژوهش‌های کارآفرینی، بیشتر در زمینه علوم اقتصادی و مدیریت انجام یافته‌اند اما این علوم تنها می‌توانند نحوه عملکرد و تاثیرات عینی کارآفرینی بر شرایط بازار و فضای کسب و کار را نشان دهند در حالیکه مطالعه پیش‌آیندها، نگرش‌ها و انگیزه‌هایی که منجر به بروز ویژگی‌های کارآفرینانه و موفقیت فرد کارآفرین می‌شوند در حیطه بررسی علمی مانند روانشناسی است، زیرا در حیطه‌های روان‌شناسی و به ویژه روان‌شناسی شغلی، تمرکز اصلی بر روی «فرد» و تعاملات پویای او با محیط شغلی خویش است (مرتان، ریپول، کاروالهو و برنال^۳، ۲۰۱۴).

با یک دیدگاه گسترده‌تر، عواملی که باعث به وجود آمدن کارآفرینی موفق می‌شوند را باید در تعامل بین دو سطح کلان (اکولوژی، فرهنگ، وضعیت اقتصادی و شرایط خاص) و خرد (فرد کارآفرین) نگریست (فیشر و نیجکمپ^۴، ۲۰۱۳). بررسی‌های کارآفرینی به این نگاه تعاملی نیاز دارند زیرا با آنکه کارآفرینی تابعی است از عملکرد فرد کارآفرین، اما خود فرد در یک بستر فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی قرار دارد و نه در خلاء. با این حال عمده توجه پژوهشگران در ایران بر سطح کلان بوده است (عربیون، عبدالله زاده و شریف‌زاده، ۱۳۹۴). این پژوهش با اذعان به اهمیت سطوح کلان مانند شرایط اقتصادی، سیاسی، اکولوژی، و موارد دیگر از این دست، به مطالعه کارآفرینی در مقیاس سطح خرد می‌پردازد. سوال اصلی، در این سطح، این است که یک فرد کارآفرین چه ویژگی‌هایی دارد؟

عدم توافق‌ها درمورد تعریف کارآفرینی، که از سه دهه پیش با مقاله گارتنر^۵ (۱۹۸۸) شروع شد، مبنی بر اینکه تعریف کارکردگرایانه^۶ از کارآفرینی (گارتنر، ۱۹۸۸) بهتر از تعریف فردنگر (مک‌کنزی، آباه و اسمودرز^۷، ۲۰۰۷) و متمرکز بر شخصیت (راچ و فرس^۸، ۲۰۰۷) است، سبب به

1. Entrepreneurship
2. Frese, Gielnik & Mensmann
3. Mortan, Ripoll, Carvalho & Bernal
4. Fischer & Nijkamp
5. Gartner
6. Functional Definition
7. Mckenzie, Ugbah & Smothers
8. Rauch & Frese

جهت‌گیری‌های روان‌شناختی و عملکردی افراد کارآفرین

وجود آمدن یک دیدگاه چند بعدی به پدیده کارآفرینی شده است. در نتیجه مفهوم‌سازی و مدل‌سازی‌های متنوعی به وجود آمده است که عوامل، سطوح و ابعاد مختلف را در مطالعه پدیده کارآفرینی در نظر می‌گیرند. با اینحال امروزه یک توافق کلی بر سر این دیدگاه وجود دارد که عوامل و ویژگی‌های شخصیتی مهمترین عامل در بروز و موفقیت یک شخصیت کارآفرین محسوب می‌شوند (چن، آی، چرنی‌شنکو، هو و سم، ۲۰۱۵؛ اسپیریتو-آلموس و ساستره-کاستیلو، ۲۰۱۵).

در مجموع دیدگاه‌های مختلف به کارآفرینی را می‌توان در چهار دسته طبقه‌بندی کرد: رویکرد برنامه‌ریزی راهبردی^۳، رویکرد فرصت‌گرایانه^۴، رویکرد صفات^۵ و رویکرد عمل‌مدار^۶. رویکرد راهبردی بر برنامه‌ریزی و مدیریت موفق تاکید دارد. رویکرد فرصت‌گرایانه بر وجود فردی که آمادگی و ریسک‌پذیری لازم برای استفاده از فرصت‌ها را دارد، تاکید می‌کند. در مقابل، تمرکز رویکرد صفات و عمل‌مدار بر فرد کارآفرین است. دیدگاه صفات، معتقد است کارآفرین ویژگی‌های متفاوتی دارد. از آنجا که در کارآفرینان موفق صفات بارزی مانند پیشرفت‌گرایی، خلاقیت، اراده، و دانش فنی را می‌توان یافت، بنابراین شناسایی صفات این افراد به گسترش کارآفرینی کمک می‌کند (کوراتکو^۷، ۲۰۱۶). رویکرد عمل‌مدار، معتقد است ویژگی‌های شخصیت، مولفه‌های انگیزشی و نگرشی و حتی تحصیلات، فرهنگ و محیط، بر کارآفرینی تاثیر مستقیمی ندارند بلکه تفاوت در نحوه عمل فرد است که بر نتیجه کار تاثیر می‌گذارد. پس نحوه عمل کارآفرین‌ها باید شناسایی شود و خصایص خاص آنها در عملکرد به سایرین آموزش داده شود. زیرا کارآفرینی موفق فراتر از این موضوع است که کارآفرین کیست و چگونه می‌اندیشد بلکه، نحوه عمل او مانند هدف‌گذاری فعال، راهبردهای اجتماعی فعال برای شبکه‌سازی، جستجوی فعالانه برای بازخورد و یادگیری، چیزی است که کارآفرینی موفق را شکل می‌دهد (فرس، ۲۰۰۹؛ راج و فرس، ۲۰۱۲). در پژوهش حاضر با در نظر داشتن این چهار دیدگاه، ابتدا ویژگی‌های شخصیتی افراد کارآفرین و بعد مولفه‌های عملکردی کارآفرین را مورد بررسی قرار می‌گیرد.

چنانچه گفته شد تا کنون یک تعریف واحد از کارآفرینی که مورد توافق همگان باشد، وجود ندارد، و پژوهش‌ها همچنان در حال ارائه تعاریف و مدل‌سازی‌های جدید هستند. در اینجا تعریف

-
1. Chan, Uy, Chernyshenko, Ho & Sam
 2. Espiritu-Olmos & Sastre-Castillo
 3. Strategic Planning Theory
 4. Venture Opportunity
 5. Trait Theory
 6. Action-Theory
 7. Kuratko

کوراتکو (۲۰۱۶) از کارآفرینی، که دیدگاههای مختلف را تا حدودی با یکدیگر ادغام کرده است به عنوان مدخل ورود به بحث کارآفرینی در نظر گرفته می‌شود:

«کارآفرینی فرایندی پویا متشکل از خیالپردازی، ایجاد تغییر و خلق کردن است. این فرایند مستلزم به کار بستن انرژی و اشتیاق برای ایجاد و تکمیل ایده‌هایی است که محصول آن‌ها ارزش افزوده و راه‌حل‌هایی خلاقانه است. عنصر مهم در این فرایند، ریسک کردن در مورد زمان، مسائل مالی یا شغل؛ توانایی ایجاد یک تیم عملیاتی؛ مهارت‌های خلاقانه برای تدارک منابع مورد نیاز؛ و درنهایت، قدرت شهودی برای تشخیص فرصتهایی است که دیگران آنها را تنها آشفستگی، و تعارض می‌بینند» (ص ۱۴).

چنانچه گفته شد کارآفرینی برای اقتصاد دنیای نوین از اهمیت به‌سزایی برخوردار است و جزئی مهم از برنامه‌های استراتژیک طولانی مدت کشورها محسوب می‌شود. از آنجا که این، «فرد کارآفرین» است که کارآفرینی را به وجود می‌آورد و آن را به پروژه‌های موفق که سبب اشتغال و رونق اقتصادی می‌شود، تبدیل می‌کنند، بنابراین شناخت این فرد، هم از لحاظ برنامه‌ریزی‌های دخیل در اقتصاد یک کشور از لحاظ اصلاح سیاست‌های بالادستی، تخصیص منابع، یا هدفمند کردن آموزش‌ها، و هم از لحاظ روان‌شناسی و مشاوره شغلی و سازمانی، اهمیت دارد.

بر اساس شاخص‌های موسسه جهانی کارآفرین^۱ (۲۰۱۸) کشور ایران از لحاظ نقش کارآفرینی در اقتصاد، با کسب نمره ۲۶/۸ از ۱۰۰، رتبه ۷۲ را در بین ۱۳۲ کشور به دست آورده است اما از لحاظ میزان رشد توسعه کارآفرینی، جز ۵ کشور اول است. و این به آن معناست که با آنکه میزان و نقش کارآفرینی در ایران پایین است اما گرایش روز افزونی به سوی آن وجود دارد. این گرایش بیشتر در قالب راه‌اندازی استارت‌آپ‌ها، قابل مشاهده است. این علاقه اولاً می‌تواند نشان از ناتوانی اقتصاد کشور در ایجاد شغل باشد (بر اساس آمارها، ایران در میان ۱۴۰ کشور، رتبه ۱۳۸ در توانایی برای ایجاد اشتغال را دارد، و پایداری مشاغل نیز، کمتر از ۵ درصد است (خبرگزاری ایلنا، ۱۳۹۷) و از سوی دیگر، نشانه آن است که بسیاری از جوانان علاقه دارند که کارفرمای خویش باشند و کسب‌وکار خویش را راه‌اندازی کنند. با اینحال میزان پایداری اغلب کارآفرینی‌ها کم است و نیاز است که در بستر سازی مناسب، شناخت، موانع، قانون گذاری صحیح و اقدامات علمی، کوشش بیشتری صورت گیرد.

بخشی از این کوشش‌های علمی، باید بر شناخت فرد کارآفرین متمرکز باشد. با توجه به آنکه تاکنون مقاله‌ای مروری درمورد ویژگی‌های کارآفرینان در ایران یافت نشد و سایر پژوهش‌های این حیطه نیز از جامعیت کافی برخوردار نیستند، و در ضمن با توجه به اینکه پژوهش‌های این حیطه

1. Global Entrepreneurship Index

جهت‌گیری‌های روان‌شناختی و عملکردی افراد کارآفرین

مشکل بزرگ دیگری دارند مبنی بر اینکه، اغلب آنها بر روی جمعیت‌هایی مانند دانشجویان و یا کارمندان انجام شده‌اند (برندستر^۱، ۲۰۱۱؛ داسیلوا، دمو و نیوا^۲، ۲۰۱۷) و نه افراد کارآفرین، بنابراین به منظور پر کردن ضعف پژوهش‌ها در این زمینه، این پژوهش جمع‌بندی‌ای از پژوهش‌هایی که به دنبال یافتن ویژگی‌های فرد کارآفرین (سطح خرد) می‌باشند، ارائه می‌دهد. هدف این مطالعه این است که با در کنار هم قرار دادن نتایج پژوهش‌ها در حیطه‌های مشخص، متقن‌ترین یافته‌ها در مورد ویژگی‌های روان‌شناختی یک کارآفرین مانند ویژگی‌های شخصیتی، صفات، نحوه عمل، و نگرش‌ها و ارزش‌ها را به طور خلاصه بیان کند و در واقع یک جمع‌بندی از آنچه تا کنون پژوهش‌ها به آن دست یافته‌اند را ارائه دهد.

روش

این پژوهش یک مطالعه مروری به روش مرور روایتی^۳ است. مرور روایتی یا مرور ادبیات، یک بررسی جامع، انتقادی و عینی در حیطه دانش موجود، پیرامون موضوع مورد بررسی است (بیکر، ۲۰۱۶). پژوهشگر به دنبال یافتن پاسخی روشن برای سوالی مشخص است. تفاوت آن با مرور سیستماتیک این است که از در مرور سیستماتیک از اعمال هر گونه نظر شخصی خودداری می‌شود و تنها داده‌ها از نظر میزان اثر، حجم نمونه و طرح تحقیق جمع‌بندی می‌شوند. بنابراین طبیعی است که از این نوع مطالعه، زمانی استفاده می‌شود که پژوهش‌های همگن و مکرری برای یافتن یک سوال مشخص وجود داشته باشد. در مواقعی که پژوهش‌های همگن فراوان، برای پاسخ به سوال مدنظر وجود ندارد و فرد باید فراتر از جمع‌آوری داده‌ها و شواهد قوه تحلیل خود را نیز به کار ببندد، به جای مرور سیستماتیک از مرور روایتی استفاده می‌شود (ملبوس‌باف و عزیز، ۱۳۸۹). مرور روایتی معمولاً محدوده گسترده‌تری از یک موضوع را مورد بررسی قرار می‌دهد. در این پژوهش، مروری بر ادبیات پژوهش در زمینه ویژگی‌های افراد کارآفرین قرار گرفت.

سوال اصلی این مطالعه از این قرار است: بر اساس پژوهش‌های انجام شده، یک کارآفرین واجد چه ویژگی‌های فردی‌ای است؟ روش انتخاب مقالات به این صورت بود که ابتدا واژه کارآفرینی^۴

-
1. Brandstätter
 2. Da Silva Veiga, Demo, Neiva
 3. Narrative Review
 4. Entrepreneurship

همراه با کلید واژه‌های شخصیت^۱، ویژگی‌ها^۲، صفات^۳، ارزش^۴، نگرش^۵، هویت^۶، انگیزش^۷، عملکرد^۸، روان شناسی^۹، رشد^{۱۰}، جهت‌گیری کارآفرینانه^{۱۱} در پایگاه داده آکادمیک ماکروسافت^{۱۲} و گوگل اسکالر^{۱۳} جستجو شدند، برای جستجوی مقالات فارسی نیز از سایت ایرانداک^{۱۴} استفاده شد. محدوده زمانی در نظر گرفته شده از سال ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۹ (حدود ۲۰ سال اخیر) می‌باشد. در نهایت، پس از یک مرور اولیه بر عنوان و چکیده مقالات، از میان حدود ۱۱۵ مقاله گردآوری شده، در مجموع حدود ۶۲ مقاله انتخاب شدند. در میان مقالات انتخاب شده هفت مقاله از نوع فراتحلیل نیز وجود داشت. پس از بررسی یافته‌های هر یک از این منابع و یادداشت‌برداری از یافته‌های مقالات، مشخص شد که عمده تحقیقات در مورد ویژگی‌های روان‌شناختی کارآفرینان، بر روی صفات شخصیتی انجام شده است و پژوهش‌های کمتری به ویژگی‌های عملکردی، ارزش‌ها و انگیزش پرداخته‌اند و منابع کافی در مورد فرایندهای روانی مرتبط با نگرش‌ها و طرز نگاه خاص کارآفرینان وجود ندارد. بنابراین یافته‌های پژوهش در سه حیطه الف- ویژگی‌های شخصیتی، ب- نحوه عمل، و ج- ارزش‌ها دسته‌بندی شدند که این نوع دسته‌بندی تنها با هدف سهولت ارائه گزارش انجام شده است. در ادامه ویژگی‌هایی که تا کنون بیشتر از همه، مورد تحقیق و بررسی قرار گرفته‌اند خلاصه شده‌اند.

یافته‌ها

با یک مرور کلی مشخص شد که بیشتر مطالعات در این حیطه، در مورد خصایص صفتی یک کارآفرین، و بر مبنای نظریه پنج صفت اصلی (مک‌کری و کاستا^{۱۵}، ۱۹۹۷) و توسط پرسشنامه

-
1. Personality
 2. Attributes
 3. Traits
 4. Values
 5. Attitudes
 6. Identity
 7. Motivation
 8. Performance
 9. Psychology
 10. Development
 11. Entrepreneurial Orientation
 12. Academic Microsoft
 13. Google Scholar
 14. Irandoc
 15. Mccarae & Costa

پنج عاملی شخصیت نفو^۱ انجام شده اند (برندااستاتر^۲، ۲۰۱۱؛ استوارت و راج^۳، ۲۰۱۵؛ انگر، راج، فراس، روزنیش^۴، ۲۰۱۱؛ ژاو و سیبرت^۵، ۲۰۰۶؛ ژاو، سیبرت و لامپکین^۶، ۲۰۱۰). در وهله بعدی پژوهش‌ها بیشتر، بر روی ویژگی‌هایی که کارآفرینان عموماً با آنها شناخته می‌شوند مانند ریسک‌پذیری و انگیزه پیشرفت و مواردی مانند این که در پرسشنامه جهت‌گیری کارآفرینانه آمده است، انجام شده‌اند.

انگیزه پیشرفت^۷

انگیزه پیشرفتِ بالا در کارآفرینان، در ادبیات پژوهشی به خوبی مستند شده است. نتیجه فراتحلیل‌ها، انگیزه پیشرفت بالا در کارآفرین‌ها (آگر، راج، فرس و رزنوش^۸، ۲۰۱۱) و کسانی که قصد کارآفرینی دارند (کر، کر و زو^۹، ۲۰۱۸) را نشان می‌دهد. مک‌کلند (۱۹۶۵) اعتقاد داشت برجسته‌ترین ویژگی کارآفرین، نیاز او به پیشرفت است. پژوهش‌ها نیز نشان می‌دهند پیشرفت‌گراها آنچه دیگران ریسک بالا می‌دانند را ریسک متوسط ادراک می‌کنند (چنگ^{۱۰}، ۲۰۱۶؛ کوراتکو، ۲۰۱۱). به طور کلی، مدیران کارآفرین نسبت به مدیران غیرکارآفرین، نیاز به پیشرفت بیشتری دارند (بگلی و بوید^{۱۱}، ۱۹۸۷) و محیطی را ایجاد می‌کنند یا در محیطی وارد می‌شوند که موفقیت و شکست در آن، به نتیجه تلاش خودشان وابسته باشد و به همین دلیل علاقه‌ای به عضویت در یک سازمان بزرگ که تلاش شخصی فرد اثر کمی در پیشرفت یا عدم پیشرفت کار دارد، ندارند (استوارت و رث^{۱۲}، ۲۰۰۷). در مجموع می‌توان گفت درمورد انگیزه پیشرفت بالای کارآفرینان توافق نظر وجود دارد و می‌توان آن را مهمترین عامل روانی در کارآفرینان دانست، تا حدی که پژوهش‌ها نشان داده‌اند که، تنها، انگیزه پیشرفت (به عنوان یک عامل روانی)، همراه با یک عامل بیولوژیکی (تستوسترون پیش از تولد) می‌تواند کارآفرینی را

-
1. NEO
 2. Brandstätter
 3. Stewart & Roth
 4. Unger, Rauch, Frese, & Rosenbusch
 5. Zhao & Seibert
 6. Zhao, Seibert, & Lumpkin
 7. Achievement Motivation
 8. Unger, Rauch, Frese & Rosenbusch
 9. Kerr, Kerr & Xu
 10. Cheng
 11. Begley & Boyd
 12. Stewart & Roth

پیش‌بینی کند (آنگر، راج، ویس و فرس^۱، ۲۰۱۵).

تحمل ابهام^۲ و ریسک‌پذیری حساب‌شده^۳

راه‌اندازی یک کسب و کار کارآفرینانه مملو از استرس و ابهام است. اما کارآفرینان موفق می‌توانند از سیالیته و هیجان موجود در ابهام لذت ببرند. کارآفرینان تحمل ابهام بالایی دارند و امنیت در شغل و در بازنشستگی آنها را نگران نمی‌کند (کراتکو، ۲۰۱۱). فراتحلیل راج و فرس (۲۰۰۷) نشان می‌دهد که تحمل ابهام یک ویژگی مهم برای راه‌اندازی یک استارت‌آپ و برای موفقیت در آن است. تحمل ابهام و ریسک‌پذیری دو روی یک سکه‌اند. البته کارآفرینان موفق اهل قمار نیستند، آنها به شیوه‌ای محتاطانه و سنجیده سرمایه‌گذاری می‌کنند و معمولاً از ریسک‌های غیر لازم اجتناب می‌کنند (کراتکو، ۲۰۱۱). پذیرش ریسک زمانی که با وظیفه‌شناسی همراه شود، می‌تواند کارآفرینی پایدار را پیش‌بینی کند (زاکر، بیمن، گیلنیک و فرس^۴، ۲۰۱۲) پژوهش ژاو، سیبرت و لامپکین^۵ (۲۰۱۰) نیز نشان داد که فقط قصد کارآفرینی و نه عملکرد کارآفرینی با ریسک بالا مرتبط است. به این معنی که میزان ریسک‌پذیری، هنگامی که فرد وارد کارآفرینی می‌شود تعدیل می‌گردد. با اینحال پژوهش استوارت و راث^۶ (۲۰۰۱) به خوبی نشان داد که کارآفرینان بیشتر از مدیران ریسک‌پذیر هستند و در بین کارآفرینان هم کسانی که انگیزه رشد بالاتری دارند ریسک‌پذیرترند. در مجموع می‌توان گفت مدیران کارآفرین نسبت به مدیران غیرکارآفرین در ریسک‌پذیری، تحمل ابهام (و انگیزه پیشرفت) بالاترند، اما تحمل ابهام و پذیرش ریسک باید کنترل شده باشد، زیرا این دو ویژگی تا نقطه مشخصی بازگشت سرمایه را به دنبال دارد اما از آن نقطه به بعد، با بازگشت سرمایه رابطه منفی دارد (بگلی و بوید، ۱۹۸۷) پس کارآفرینان به شرط داشتن ریسک متوسط که با انگیزه پیشرفت بالا همراه باشد، به احتمال بیشتری موفق خواهند شد (مک‌کلند، ۱۹۶۵).

خلاقیت و نوآوری

به طور کلاسیک، کارآفرینی مترادف با نوآوری دانسته می‌شد. نوآوری در فرایند تولید یا محصول یا خدمت نهایی. دو فراتحلیل (راج و فرس، ۲۰۰۷ و آگر و همکاران، ۲۰۱۱) نشان می‌دهند

1. Unger, Rauch, Weis & Frese
2. Tolerance For Ambiguity
3. Calculated Risk-Taking
4. Zacher, Biemann, Gielnik & Frese
5. Zhao, Seibert & Lumpkin
6. Stewart & Roth

جهت‌گیری‌های روان‌شناختی و عملکردی افراد کارآفرین

نوآوری هم در راه اندازی یک استارت‌آپ و هم در موفقیت در آن، یک ویژگی لازم است. مشخص شده است که نوآوری هم یک ویژگی تفاوت فردی و هم یک خصیصه فرهنگی است بطوریکه افراد در برخی فرهنگ‌ها خلاق‌تر هستند (پیسسترو، هانگ، اکسی، جینگ و والش^۱، ۲۰۰۱). با اینحال بطور کلی، بین نوآوری با مقیاس تجربه‌گرایی (که ویژگی تایید شده کارآفرینان است) در مقیاس پنج عاملی شخصیت نئو، رابطه قوی‌ای وجود دارد (هیت^۲، ۲۰۱۸؛ هیو نگا، شاموگانانان^۳، ۲۰۱۰). آنهایی که علاقه شدیدی برای نوآوری دارند، تحمل ریسک بیشتری نیز دارند (بلاک، سندنر و اسپیکل^۴، ۲۰۱۵) یک مطالعه بر روی ۱۰۰ هزار نفر نشان داد که نوآوری اولین ارزش کاری افراد کارآفرین است. کارآفرینانی که نگرشهایی با جهت‌گیری رشد و ارزشهای درونی دارند نسبت به آنهایی که جهت‌گیری بقا دارند نوآوری و رفتار پیش‌تاز^۵ بیشتری نشان می‌دهند (سونینن، پامالانن، شوگرن، سیرجا، و دارست^۶، ۲۰۱۳).

برون‌گرایی^۷ (E) و شخصیت پیش‌تاز^۸

سلما و عزیز^۹ (۲۰۱۷) با مقایسه ۱۰۹ کارآفرین و ۱۱۷ مدیر، به این نتیجه رسید که E (برون‌گرایی)، O (گشودگی) و A (توافق‌پذیری) بالاتر، با کارآفرین بودن در ارتباط است اما تنها E و O می‌توانند کارآفرین شدن را پیش‌بینی کنند. و در مطالعه‌ای دیگر مشخص شد که برون‌گرایی به طور خاص، می‌تواند موفقیت کلی کارآفرین را پیش‌بینی کند (لونتز، احمداغلو، اختر، چامرو-پرموزیک^{۱۰}، ۲۰۱۴). در مقابل این یافته‌های گویا، پژوهش‌های اندکی نیز وجود دارند که رابطه معنادار اما ضعیفی بین برون‌گرایی و قصد و عملکرد کارآفرینی یافته‌اند (ژاو و همکاران، ۲۰۱۰) و همچنین پژوهش‌هایی که نشان داده‌اند که کارآفرین‌ها تنها اندکی بیشتر از مدیران (ژاو و سیپرت، ۲۰۰۶) یا حتی کمتر از مدیران برون‌گرا هستند (انریک و لانگفورد^{۱۱}، ۲۰۰۰). ممکن است افرادی که کمتر برون‌گرا هستند برای خارج شدن از شرایط کار کردن در یک سازمان بزرگ

1. Pistrui, Huang, Oksoy, Jing & Welsch
2. Hoyte
3. Hwee Nga & Shamuganathan
4. Block, Sandner & Spiegel
5. Proactive Behaviour
6. Soininen, Puumalainen, Sjögrén, Syrjä & Durst
7. Extraversion
8. Proactive
9. Salma & Aziz
10. Leutner, Ahmetoglu, Akhtar & Chamorro-Premuzic
11. Envic & Langford

به کارآفرینی روی آوردند اما راج و فرس (۲۰۰۷) به طور متقاعد کننده‌ای نشان می‌دهند که وزن برونگرایی در کارآفرینان، بیشتر در خرده مقیاس‌های خودابرازگری و فعال بودن قرار گرفته، یعنی همان خرده مقیاس‌هایی که با شخصیت پیشتاز مرتبطند. بنابراین شاید بتوان به طور خاص، پیشتاز بودن را شاخصی مهمتر از برون‌گرایی در نظر گرفت. چن و همکاران (۲۰۱۵) در یک مطالعه طولی ۳۷ ساله نیز نشان می‌دهند پیشتاز بودن هم با انگیزه‌های رهبری و هم با کارآفرین بودن رابطه دارد. از طرف دیگر شخصیت پیشتاز با گشودگی و وظیفه شناسی که هر دو در کارآفرینان بالا هستند، رابطه دارد (راج و فرس، ۲۰۰۷). شخصیت پیشتاز، با نیت کارآفرینی رابطه دارد (زارعی، نوری، و مولوی، ۱۳۸۹) و هر چه شیوه‌های عمل فرد بیشتر از نوع خود-آغازگر، و پیشتاز باشند به احتمال بیشتری به موفقیت‌های بیشتر منجر می‌شوند (فرس و گیلنیک، ۲۰۱۴). شیوه عمل از نوع فعالانه و پیشتاز، برای مثال شبکه سازی فعالتر یا یادگیری فعالتر باعث موفقیت بیشتر می‌شود و می‌توان رفتارهای پیشتاز را مهمترین رفتار لازم برای کارآفرینی دانست (منسمن و فرس، ۲۰۱۹).

وظیفه شناسی^۱ (A)

فرا تحلیل ژاو (۲۰۱۰) نشان داد بین وظیفه‌شناسی با قصد کارآفرینی و عملکرد موفق در کارآفرینی رابطه وجود دارد. و همانطور که گفته شد وظیفه شناسی به همراه پذیرش ریسک می‌تواند احتمال کارآفرینی پایدار را پیش‌بینی کند (زاگر و همکاران، ۲۰۱۲). مطالعه ژاو و سیرت (۲۰۰۶) نیز بین وظیفه شناسی کارآفرینان و مدیران تفاوت بدست آوردند اما تحلیل بیشتر نشان داد که اگر وظیفه شناسی به دو بعد قابل اطمینان بودن و انگیزه پیشرفت تقسیم شود، کارآفرینان تنها در انگیزه پیشرفت با مدیران تفاوت دارند.

یک بعد وظیفه شناسی، ویژگی مسئولیت پذیر بودن است که ارتباط نزدیکی با منبع کنترل درونی دارد. کارآفرینان موفق باور دارند که موفقیت یا شکست سرمایه گذارشان، تحت کنترل و تاثیر خودشان است و اینکه آنها این قدرت را دارند که بر نتیجه تاثیر گذار باشند. این منبع کنترل درونی، همراه با انگیزه پیشرفت بالا (در بعد وظیفه شناسی)، باعث اشتیاق برای به عهده گرفتن مسئولیت شخصی و اطمینان به خود می‌شود (کوراٹکو، ۲۰۱۱).

تجربه‌گرایی^۲

قوی‌ترین یافته‌ها در مورد ویژگی‌های کارآفرینان درباره O (گشودگی) بالاتر است (کر و همکاران،

1. Conscientiousness
2. Openness To The Experience

۲۰۱۸). مطالعه ۲۳ پژوهش از سال ۱۹۷۰ تا ۲۰۰۲ نشان داد که نمره کارآفرین‌ها در عامل O به طور محسوسی از مدیران بالاتر است (ژاو و سیبرت، ۲۰۰۶). نتایج مطالعه انویک و لانگفورد^۱ (۲۰۰۰) هرچند، در بعد E(برون‌گرایی) و C(وظیفه‌شناسی) با فراتحلیل ژاو همسو نبود اما O بالاتر در کارآفرینان را گزارش داد. در مصاحبه با ۶۲ نفر در شرکتی بزرگ و ۵۰۱ نفر در دانشگاه، A پایین‌تر و O بالاتر بدست آمد (آنتونیک، براتکوویچ، سینگ، دنوبل، ۲۰۱۴). O بالاتر با قصد کارآفرینی، عملکرد کارآفرینی (ژاو و همکاران، ۲۰۱۰)، شروع کارآفرینی و موفقیت در آن (راچ و فرس، ۲۰۰۷) رابطه دارد. پژوهش‌های بسیاری نیز رابطه O با نوآوری و خلاقیت (پیس‌ترو و همکاران، ۲۰۰۱؛ هیت، ۲۰۱۸؛ لوتنر و همکاران، ۲۰۱۴)، و بازگشت سرمایه (هیو نگا، شاموگاناثان^۲، ۲۰۱۰) را نشان داده‌اند. کوراتکو (۲۰۱۱) هم اعتقاد دارد یکی از ویژگی‌های مهم کارآفرینان این است که هرگز دست از نوآوری برنمی‌دارند. کر و همکاران (۲۰۱۸) نتیجه‌گیری می‌کنند که اغلب پژوهش‌ها O بالاتر را نشان می‌دهند. شاید چون آنهایی که برای محیط‌های جدید تلاش می‌کنند همان‌هایی هستند که راه‌های خلاقانه و مدل‌های کسب‌وکار ارائه می‌دهند و همچنین تجربه‌گرایی‌ای که در کارآفرینی وجود دارد این عملکرد را تقویت می‌کند.

توافق‌پذیری^۳ (A)

دو فرا تحلیل که در مجموع ۱۶۶ پژوهش را بررسی کرده‌اند، متوجه شدند که میزان A در کارآفرینان نسبتاً پایین است (ژاو و سیبرت، ۲۰۰۶؛ کر و همکاران، ۲۰۱۸). A کمتر کارآفرینان در پژوهش‌های دیگر نیز مشهود است (آنتونیک و همکاران، ۲۰۱۵؛ انویک و لانگفورد، ۲۰۰۰). دو دلیل برای سطح توافق‌پذیری پایین کارآفرینان می‌توان نام برد؛ اول اینکه احتمالاً کارآفرینان لزومی در جلب خوشنودی و رضایتمندی دیگران ندارند و دیگر اینکه نیاز آنها به حفظ استقلال خود به توافق‌پذیری پایین نیاز دارد. رابطه استقلال بالا با توافق‌پذیری پایین در پژوهش بریک و مونت^۴ (۱۹۹۳) نشان داده شده است.

اما مطالعه ژاو و همکاران (۲۰۱۰) رابطه معناداری بین توافق‌پذیری با قصد و عملکرد کارآفرینی نیافت و یافته دیگر مربوط به کشور مصر است که با آنکه توافق‌پذیری بالا یکی از عوامل پیش‌بینی‌کننده کارآفرینی نیست اما رابطه مثبت بین توافق‌پذیری و کارآفرین بودن وجود دارد، که می‌تواند به دلیل جمع‌گرا بودن فرهنگ مصر باشد (سلما و عزیز، ۲۰۱۷).

-
1. Envic & Langford
 2. Hwee Nga & Shamuganathan
 3. Agreeableness
 4. Barrick & Mount

روان رنجوری^۱ (N)

اغلب مطالعات رابطه منفی ای بین روان رنجوری و کارآفرینی نشان دادند (ژاو و سیبرت، ۲۰۰۶؛ انویک و لانگفورد، ۲۰۰۰؛ کر و همکاران، ۲۰۱۸) به طور کلی، میزان N هم در کارآفرینان و هم در مدیران پایین است (سلما و عزیز، ۲۰۱۷) زیرا در واقع کارآفرینان و مدیران برای دست زدن به اقدامات موفقیت آمیز به ثبات هیجانی نیاز دارند و پژوهش‌ها رابطه بین ثبات هیجانی با خودکارآمدی، تحمل استرس و منبع کنترل که از ویژگی‌های بارز کارآفرینان هستند را نشان داده‌اند (راچ و فرس، ۲۰۰۷). بین N با قصد کارآفرینی در دانشجویان رابطه‌ای یافت نشد (اسپیریتو-آلموس و ساستره-کاستیلو، ۲۰۱۵)

ب- نحوه عمل

نحوه عمل افراد کارآفرین، دومین دسته از ویژگی‌های مورد بررسی بود. به طور کلی نحوه عمل افراد را می‌توان در نوع عملکرد فعالانه و اشتیاق خاصی که از آن به اشتیاق کارآفرینانه تعبیر می‌شود، خلاصه کرد.

عملکرد فعال

عملکرد فعال، محور کارآفرینی است. ویژگی اصلی کارآفرین این است که فعالانه محیط را تغییر می‌دهد. در واقع ویژگی‌های شخصیتی (صفات) کارآفرین که مهمترین عامل در کارآفرینی است به واسطه نگرش‌ها، مهارت‌ها، و نحوه عمل او بر نتیجه کارآفرینی تاثیر می‌گذارند (کریمی، ۱۳۹۶؛ فرس و گیلنیک، ۲۰۱۴؛ فرس و همکاران، ۲۰۱۶؛ فرس، ۲۰۰۹). به عبارت دیگر، ویژگی‌های شخصیتی، به این دلیل مهمترین عامل در کارآفرینی هستند که سبب ایجاد ذهنیت، نگرش‌ها و نحوه عمل فعالانه می‌شود و این ویژگی‌ها نیز به نوبه خود راهبردهای خاص یک کارآفرین را نشان می‌دهند (جهان‌شاهی، برم، باتاچارجی^۲، ۲۰۱۷). یک مطالعه جامع با هزاران شرکت‌کننده نشان داده که ویژگی‌های شخصیتی، به واسطه خود-پنداره، و ویژگی‌های انطباق فعالانه (شامل صفات شخصیتی خاص، نگرش‌ها، الگوی باورها، تلاش‌های شخصی، عادت‌ها، مهارت‌ها، نقش‌ها و روابط) موثر واقع می‌شوند (آبسونکا و استوزر^۳، ۲۰۱۷). مطالعه کر و همکاران (۲۰۱۸)، با ارائه مدل فرایندی کارآفرینی، نشان می‌دهد صفات و سرمایه‌های انسانی بواسطه عملکرد فعال به موفقیت در کارآفرینی می‌انجامد (در هر دو مطالعه محیط، فرهنگ و اکولوژی اجتماعی نقش،

1. Neuroticism
2. Jahanshahi, Brem & Bhattacharjee
3. Obschonka & Stuetzer

جهت‌گیری‌های روان‌شناختی و عملکردی افراد کارآفرین

زمینه‌ای دارند). در ادامه خلاصه ویژگی‌های یک کارآفرین در مورد نحوه عمل آورده شده است. در اغلب این پژوهش‌ها به فعالانه و پیش‌تاز بودن نحوه عمل کارآفرین در هر یک از موارد زیر اشاره شده است.

منظور از عملکرد فعال، هدف‌گذاری فعال و تخیل (داشتن دورنما)، جهت‌گیری کارآفرینانه، راهبردهای تکلیف‌مدار فعالانه، برنامه‌ریزی عمل فعالانه، فرصت‌یابی و خلاقیت، راهبردهای فعال اجتماعی برای شبکه‌سازی، جستجوی فعالانه بازخورد، رویکرد فعال به اشتباهات، رویکرد فعال به یادگیری است. به نظر راش و فرس (۲۰۰۷) خصایص هم‌به‌طور مستقیم و هم‌از طریق انگیزش، باعث به‌وجود آمدن نحوه عمل خاصی می‌شوند که موجب موفقیت کارآفرین می‌شود. آن نحوه عمل خاص دربردارنده ویژگی‌های خود-آغازگری شخصی، هدف‌گذاری و تخیل، جستجوی فرصت‌ها، جستجوی اطلاعات، برنامه‌ریزی، شبکه‌سازی اجتماعی، جستجوی جایگاه، جستجوی منابع، فعالیت‌تعمدی، جهت‌گیری کارآفرین می‌شود. به عبارت دیگر نوعی طرز عمل فعالانه و پیش‌تازانه مشخصه کارآفرینان است. در مجموع درمورد نحوه عمل کارآفرین، بر روی برخی ویژگی‌ها توافق بیشتری وجود دارد که عبارتند از منبع کنترل درونی، جستجوی فعالانه اطلاعات، جستجوی بازخورد، راهبردهای فعال برای شبکه‌سازی، تخیل آینده و داشتن دورنما، هدف‌گذاری، برنامه‌ریزی، فرصت‌محوری، عمل‌گرایی، چالش‌طلبی.

اشتیاق کارآفرینانه^۱

علاوه بر فعال بودن، ویژگی مشتاق بودن و همچنین اراده و انرژی قوی داشتن نیز مورد بررسی بسیاری از پژوهش‌ها قرار گرفته است. اشتیاق کارآفرینانه عنصر بنیادین ذهنیت کارآفرینانه است، این اشتیاقی است که کارآفرین را به بالاترین حد عملکرد خود می‌رساند (کراتکو، ۲۰۱۱). علیرغم این فرض پذیرفته شده که اشتیاق باعث تلاش می‌شود، اما پژوهش‌ها نشان داده‌اند در عین حال که اشتیاق به عنوان یک نیروی انگیزشی بر روی نحوه عملکرد تاثیر می‌گذارد (فرس و گیلنیک، ۲۰۱۴) تلاش، با میانجی‌گری پیشرفت در کار، نیز اشتیاق کارآفرینانه را افزایش می‌دهد (اسپیتزمولر، گیلنیک، اشمیت، کلمن^۲، ۲۰۱۴). پس اشتیاق رفتارهایی پیش‌تاز مانند هدف‌گذاری، برنامه‌ریزی، شبکه‌سازی و غیره را موجب می‌شود، و پیشرفت به‌وجود آمده در نتیجه این تلاش‌ها، موجب اشتیاق می‌شود.

اشتیاق کارآفرینی بر شکل‌گیری هویت نیز تاثیرگذار است. اشتیاق یک سازه انگیزشی پویا است که با خود-پنداره فرد کارآفرین از نقش هویتی‌اش مرتبط است پس می‌تواند بین

1. Entrepreneurial Passion

2. Spitzmuller, Gielnik, Schmitt, Frese & Klemann

کارآفرین‌های حوزه‌های مختلف، متفاوت باشد برای مثال اشتیاق کارآفرینان اجتماعی بیشتر معطوف به انسان دوستی، هیجان‌خواهی و اشتیاق برای مورد شناخت قرار گرفتن است و جنبه هویتی فعالیت‌هایشان بسیار مهم است، یعنی هویت کارآفرینی در خودپنداره‌شان بسیار برجسته است اما اشتیاق کارآفرینان در حیطه فناوری‌های پیشرفته، معطوف به دنبال کردن یک فعالیت ماندگار و به جای گذاشتن تاثیر است و هویت برای خواپنداره‌شان محوریت دارد اما زیاد برجسته نیست (ییتشاکسکی و کراپ،^۱ ۲۰۱۶). با اینحال، مطالعاتی که بر روی هویت کارآفرین متمرکز باشند، به ویژه آن که هویت را بطور یک فرایند در نظر بگیرند بسیار اندک است (لیچ و هریسون، ۲۰۱۶).

ج- ارزش‌ها

پژوهشگران بسیاری نشان داده‌اند که ارزش‌های یک کارآفرین با دیگران متفاوت است. اصولاً جهت‌گیری ارزشی یک کارآفرین، استراتژی‌های او را تعیین می‌کند (جهانشاهی و همکاران، ۲۰۱۷) برای مثال تفاوت کارآفرین‌های اجتماعی^۲ با تجاری در این است که در گروه اول، ارزش‌های اجتماعی بر ارزش‌های دیگر، غلبه دارد (باک، هارتوگ، هوگندورن^۳، ۲۰۱۶). ادراک خاصی که از محیط داریم، ارزش‌های خاصی را در ما شکل می‌دهد که سبب می‌شود به دنبال اهداف خاصی برویم. به عبارت دیگر، پیشینه فرد ارزش را شکل می‌دهد و ارزش هم ادراک کنونی او از زندگی را. پس ارزش، اهداف، و ادراک زمینه رابطه از درون به هم پیوستگی دارند و کارآفرین که بیشتر با ارزش ارتقای خود برانگیخته می‌شود، با متناسب کردن مهارت‌ها، نگرش‌ها، اهداف و ادراک‌های خود در نهایت به خود-ارتقایی دست می‌یابد (اندرسون^۴، ۲۰۰۴). پژوهش‌ها دریافته‌اند بیشترین ارزشی که با قصد کارآفرینی ارتباط دارد، خود-ارتقایی (پیشرفت و قدرت) است (اسپیریتو-آلموس و ساستره-کاستیلو، ۲۰۰۵). نتایج یک مطالعه طولی درمورد ارزش‌های کارآفرینان نشان می‌دهد آزادی برای موفقیت، رشد پتانسیل‌های خود، تمایل به تحقق خود، فردگرایی، دستاوردهای مالی، نگرش مثبت به ریسک و پذیرش ناایمنی مالی بیش از همه با کارآفرینی مرتبط بودند. (آلمیدا و تکستیرا^۵، ۲۰۱۷). این مطالعه از طریق بررسی ارزش‌های بیش از صد هزار نفر، به این نتیجه رسید که کارآفرینان بیش از غیر کارآفرینان بر ارزش‌های زیر تاکید دارند: نوآوری، پیشرفت، مسئولیت‌پذیری شغلی، تحقق تواناییها، حرفی برای گفتن داشتن و یاد

1. Yitshaki & Kropp
2. Social Entrepreneurship
3. Bacq, Hartog & Hoogendoorn
4. Anderson
5. Almeida & Textira

جهت‌گیری‌های روان‌شناختی و عملکردی افراد کارآفرین

گرفتن مهارت‌های جدید. همچنین اگر ارزش‌های درونی کارآفرین‌ها به جای بقاء معطوف به رشد باشد، با موفقیت در کارآفرینی ارتباط مثبتی دارد (سوینین^۱ و همکاران، ۲۰۱۳). ارزش تجربه‌گرایی و خود-ارتقای (گرجسکی، استفان، لاگونا، و موریانو، ۲۰۱۸). بررسی بیش از دو هزار فارغ التحصیل، نشان داد فردگرایی بیشتر، قصد کارآفرینی را بهتر پیش‌بینی می‌کند و اگر فردگرایی را به دو عامل خود-ارتقای و تجربه‌گرایی تقسیم کنیم، خود-ارتقای رابطه بیشتری با کارآفرینی دارد (لیان، موریانو و جین، ۲۰۱۶).

بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش به دنبال یافتن پاسخی برای این سوال بود که حاصل جمع‌بندی یافته‌های پژوهشی درمورد ویژگی‌های فرد کارآفرین چیست. بررسی‌ها نشان داد که پژوهش‌های بسیاری که بر روی ویژگی‌های کارآفرینان انجام شده است ابعاد شخصیتی را محور توجه خود قرار داده‌اند و ویژگی‌های سطح بالاتر مانند نحوه عمل و ارزش‌های آنها کمتر مورد عنایت پژوهشگران قرار گرفته‌اند. ویژگی‌هایی که درمورد آنها توافق نظر بیشتری وجود دارند، به ما می‌گویند که کارآفرین‌ها افرادی هستند که:

از نظر خصایص شخصیتی، انگیزه پیشرفت بالایی دارند، ابهام را بهتر تحمل می‌کنند، اهل ریسک حساب شده هستند، به تجربیات گشوده‌تر و احتمالاً برون‌گراتر (خود ابرازگر و فعال‌تر) هستند، دارای شخصیت پیش‌تاز هستند (خودآغازگر هستند، اهل شبکه‌سازی و یادگیری فعال هستند)، احتمالاً وظیفه‌شناس‌تر هستند (بعد انگیزه پیشرفت وظیفه‌شناسی به قابل اطمینان بودن غلبه دارد)، مسئولیت‌پذیرند و منبع کنترل درونی دارند، (لزوماً توافق‌پذیری بالاتری ندارند، به ویژه در فرهنگ‌های فردگرا)، ثبات هیجانی بالایی دارند. از لحاظ نحوه انجام کارها، می‌توان گفت نحوه عملکردشان بیش از هر چیز، فعالانه است. یعنی، فعالانه هدف‌گذاری می‌کنند و دورنما دارند، راهبردهای مشخص دارند، فعالانه برنامه‌ریزی می‌کنند و به دنبال فرصت‌ها هستند، ضمن آنکه به‌خوبی شبکه‌سازی می‌کنند، به دنبال بازخورد از دیگران هستند، به خصوص در قبال اشتباهات منفعلانه عمل نمی‌کنند بلکه می‌کوشند فعالانه از آن بیاموزند. اراده و انرژی بالایی دارند، خلاق هستند، و توانایی حل مساله دارند. اشتیاقی درونی دارند که ناشی از خود‌پنداره کارآفرینانه است و عمل‌گرا هستند. از نظر ارزشی، بیشترین چیزی که برایشان اهمیت دارد، خودارتقای (پیشرفت کردن و کسب قدرت) است. در عین حال برای یک کارآفرین، مهم است

1. Soininen

2. Gorgievski, Stephan, Laguna, & Moriano

که از مسیرهای خلاقانه، نوآورانه و فردگرایانه به آنها دست یابد. داشتن آزادی عمل و محقق کردن پتانسیل‌های خود، فردگرایی، رسیدن به جایگاه و دستاورد، مسئولیت‌پذیری شغلی و یادگیری مهارت‌های جدید نیز اهمیت زیادی برایشان دارد.

پیشنهادها و کاربردها

این مطالعه در مورد شناخت ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان که اهمیت به سزایی در رشد و توسعه کارآفرینی و پیشبرد اقتصاد در یک جامعه دارند، بینش‌های مفیدی را فراهم می‌کند. فرد کارآفرین اساس یک پروژه کارآفرینی است. نهادهایی که برای کارآفرینان مزایایی را فراهم می‌کنند، باید تصویری از ویژگی‌های روان‌شناختی افراد کارآفرین داشته باشند. متأسفانه اشتیاق موجود به کارآفرینی در ایران، با پیشرفت پژوهش‌های نظری و کاربردی در کارآفرینی همگام نبوده است. تاکنون در ایران، مطالعه جامعی که یک پروفایل شخصیتی مورد تایید از دید پژوهش علمی فراهم آورد، وجود نداشت و این بررسی می‌تواند سرآغاز مطالعات عمیق‌تر روان‌شناسی یا بین رشته‌ای در ادبیات کارآفرینی باشد. پیشنهاد می‌شود با توجه به اهمیت و نقش فرهنگ در کارآفرینی در شکل دادن به ویژگی‌های شخصیتی و همچنین تعامل پویای زمینه با فرد عامل، پژوهش‌هایی در مورد ویژگی‌های کارآفرینان ایرانی، و ارتباط آن با ابعاد فرهنگی و زمینه‌ای انجام شود.

منابع

- زارعی، ف.، نوری، ا.، و مولوی، ح. (۱۳۸۹). بررسی رابطه شخصیت پویا با نیت کارآفرینی و موفقیت در کارکنان حوزه ستادی و مراکز تحقیقاتی دانشگاه علوم پزشکی اصفهان. مدیریت اطلاعات سلامت، ۷(۲)، ۲۰۶-۲۱۵.
- عربیون، ا.، عبدالله‌زاده، غ.، و شریف‌زاده، م. (۱۳۹۴). تحلیل محتوای پژوهش‌های کارآفرینی در ایران. پژوهش‌های مدیریت منابع انسانی دانشگاه جامع امام حسین، ۷(۲)، ۷۹-۱۰۳.
- کریمی، س. (۱۳۹۶). نقش نیمرخ شخصیت کارآفرینانه و عوامل انگیزشی در توسعه قصد کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی در دانشگاه‌های غرب کشور. پژوهش‌های علوم شناختی و رفتاری، ۷(۱)، ۱۷-۳۳.
- ملبوس‌باف، ر.، و عزیزی، ف. (۱۳۸۹). مرور سیستماتیک چیست و چگونه نگاشته می‌شود. پژوهش در پزشکی، ۳۴(۳)، ۲۰۳-۲۰۷.

- Ács, Z., Szerb, L., & Autio, E. (2015). *Global Entrepreneurship and Development Index 2013. Global Entrepreneurship and Development Index 2013.* <https://doi.org/10.4337/9781782540427>
- Almeida, A. I. S., & Teixeira, A. C. (2017). On the Work Values of Entrepreneurs and Non-Entrepreneurs: A European Longitudinal Study. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 22(02), 1750010. <https://doi.org/10.1142/s1084946717500108>
- Anderson, A. R. (2004). the Protean Entrepreneur: the Entrepreneurial Process As Fitting Self and Circumstance. *Journal of Enterprising Culture*, 08(03), 201–234. <https://doi.org/10.1142/s0218495800000127>
- Antoncic, B., Bratkovic, T., Singb, G., & Denoble, A. F. (2014). The Big Five Personality – Entrepreneurship Relationship: Evidence from Slovenia. *Journal Of Small Business Management*, 53(3), 819–841. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12089>
- Bacq, S., Hartog, C., & Hoogendoorn, B. (2016). Beyond the Moral Portrayal of Social Entrepreneurs: An Empirical Approach to Who They Are and What Drives Them. *Journal of Business Ethics*, 133(4), 703–718. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2446-7>
- Baker, J. D. (2016). The Purpose, Process, and Methods of Writing a Literature Review. *AORN Journal*, 103(3), 265–269. <https://doi.org/10.1016/j.aorn.2016.01.016>
- Barrick, M. R., & Mount, M. K. (1993). Autonomy as a Moderator of the Relationships between the Big Five Personality Dimensions and Job Performance. *Journal of Applied Psychology*, 78(1), 111–118.
- Begley, T. M., & Boyd, D. P. (1987). Psychological Characteristics Associated with Entrepreneurial Performance. *Journal of Business Venturing*, 2(1), 79–93.
- Block, J., Sandner, P., & Spiegel, F. (2015). How do risk attitudes differ within the group of entrepreneurs? The role of motivation and procedural utility. *Journal of Small Business Management*, 53(1), 183–206. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12060>
- Brandstätter, H. (2011). Personality aspects of entrepreneurship: A look at five meta-analyses. *Personality and Individual Differences*, 51(3), 222–230. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2010.07.007>
- Chan, K. Y., Uy, M. A., Chernyshenko, O. S., Ho, M. H. R., & Sam, Y. L. (2015). Personality and entrepreneurial, professional and leadership motivations. *Personality and Individual Differences*, 77, 161–166. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2014.12.063>
- Cheng, M. (2016). *Cognitive Differences Between Entrepreneurs And Non-Entrepreneurs: A Study Of Entrepreneurship Perception And Risk Attitudes.* McMaster University. <https://doi.org/https://doi.org/10.3929/ethz-b-000238666>
- da Silva Veiga, H. M., Demo, G., & Neiva, E. R. (2017). The psychology of entrepreneurship. *Organizational Psychology and Evidence-Based Management: What Science Says about Practice*, (March 2014), 135–155. https://doi.org/10.1007/978-3-319-64304-5_8
- David C. McClelland. (1965). N Achievement and entrepreneurship: A longitudinal study. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1(4), 389–392.
- Envick, B. R., & Langford, M. (2000). The five-factor model of personality: Assessing entrepreneurs and managers. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 6(1), 6–17.

- Espíritu-Olmos, R., & Sastre-Castillo, M. A. (2015). Personality traits versus work values: Comparing psychological theories on entrepreneurial intention. *Journal of Business Research*, 68(7), 1595–1598. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.02.001>
- Fischer, M., & Nijkamp, P. (2013). Entrepreneurship and Regional Development. In *Handbook of Regional Growth and Development Theories* (pp. 1–23). <https://doi.org/10.4337/9781848445987.00017>
- Frese, M. (2009). Towards a Psychology of Entrepreneurship: An Action Theory Perspective. *Foundations and Trends® in Entrepreneurship*, 5(6), 437–496. <https://doi.org/10.1561/03000000028>
- Frese, M., & Gielnik, M. M. (2014). The psychology of entrepreneurship. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 1(1), 413–438. https://doi.org/10.1007/978-3-319-64304-5_8
- Frese, M., Gielnik, M. M., & Mensmann, M. (2016). Psychological Training for Entrepreneurs to Take Action: Contributing to Poverty Reduction in Developing Countries. *Current Directions in Psychological Science*, 25(3), 196–202. <https://doi.org/10.1177/0963721416636957>
- Gartner, W. B. (1988). “Who is an Entrepreneur?” Is the Wrong Question. *American Journal of Small Business*, 12(4), 11–32. <https://doi.org/10.4337/9781783476947.00009>
- Gorgievski, M. J., Stephan, U., Laguna, M., & Moriano, J. A. (2018). Predicting Entrepreneurial Career Intentions: Values and the Theory of Planned Behavior. *Journal of Career Assessment*, 26(3), 457–475. <https://doi.org/10.1177/1069072717714541>
- Hoyte, C. (2019). Artisan entrepreneurship: a question of personality structure? *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 25(4), 615–632. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-02-2018-0099>
- Hwee Nga, J. K., & Shamuganathan, G. (2010). The influence of personality traits and demographic factors on social entrepreneurship start up intentions. *Journal of Business Ethics*, 95(2), 259–282. <https://doi.org/10.1007/s10551-009-0358-8>
- Jahanshahi, A. A., Brem, A., & Bhattacharjee, A. (2017). Who takes more sustainability-oriented entrepreneurial actions? The role of entrepreneurs’ values, beliefs and orientations. *Sustainability (Switzerland)*, 9(10). <https://doi.org/10.3390/su9101636>
- Kerr, S. P., Kerr, W. R., & Xu, T. (2018). Personality Traits of Entrepreneurs: A Review of Recent Literature. *Foundations and Trends® in Entrepreneurship*, 14(3), 279–356. <https://doi.org/10.1561/03000000080>
- Kuratko, D. F. (2011). Entrepreneurship theory, process, and practice in the 21st century. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 13(1), 8. <https://doi.org/10.1504/ijesb.2011.040412>
- Leitch, C. M., & Harrison, R. T. (2016). Identity, identity formation and identity work in entrepreneurship: conceptual developments and empirical applications.

- Entrepreneurship and Regional Development*, 28(3–4), 177–190.
<https://doi.org/10.1080/08985626.2016.1155740>
- Leutner, F., Ahmetoglu, G., Akhtar, R., & Chamorro-Premuzic, T. (2014). The relationship between the entrepreneurial personality and the Big Five personality traits. *Personality and Individual Differences*, 63, 58–63.
<https://doi.org/10.1016/j.paid.2014.01.042>
- Liñán, F., Moriano, J. A., & Jaén, I. (2016). Individualism and entrepreneurship: Does the pattern depend on the social context? *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 34(6), 760–776.
<https://doi.org/10.1177/0266242615584646>
- McCarae, Robert R. Costa, P. T. (1997). Incidencia y consecuencias de la traqueobronquitis asociada a ventilación mecánica en unidades de cuidados intensivos. *American Psychologist*, 52(5), 509–516.
- McKenzie, B., Ugbah, S. D., & Smothers, N. (2007). “Who Is An Entrepreneur?” Is It Still The Wrong Question? *Academy of Entrepreneurship Journal*, 13(1), 23–44.
- Mensmann, M., & Frese, M. (2019). Who stays proactive after entrepreneurship training? Need for cognition, personal initiative maintenance, and well-being. *Journal of Organizational Behavior*, 40(1), 20–37.
<https://doi.org/10.1002/job.2333>
- Mortan, R. A., Ripoll, P., Carvalho, C., & Bernal, M. C. (2014). Effects of emotional intelligence on entrepreneurial intention and self-efficacy. *Revista de Psicología Del Trabajo y de Las Organizaciones*, 30(3), 97–104.
<https://doi.org/10.1016/j.rpto.2014.11.004>
- Obschonka, M., & Stuetzer, M. (2017). Integrating psychological approaches to entrepreneurship: the Entrepreneurial Personality System (EPS). *Small Business Economics*, 49(1), 203–231. <https://doi.org/10.1007/s11187-016-9821-y>
- Pistrui, D., Huang, W., Oksoy, D., Zhao, J., & Welsch, H. (2001). Entrepreneurship in China: Characteristics, Attributes, and Family Forces Shaping the Emerging Private Sector. *Family Business Review*, 14(2), 141–152. <https://doi.org/10.1111/j.1741-6248.2001.00141.x>
- Rauch, A., & Frese, M. (2007). Let’s put the person back into entrepreneurship research: A meta-analysis on the relationship between business owners’ personality traits, business creation, and success. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 16(4), 353–385.
<https://doi.org/10.1080/13594320701595438>
- Rauch, A., & Frese, M. (2012). Entrepreneurship as a Key Element in Advancing the Psychology of Competitive Advantage. *Industrial and Organizational Psychology*, 5(1), 108–111. <https://doi.org/10.1111/j.1754-9434.2011.01414.x>
- Salma, H., & Aziz, H. (2017). The big five personality dimensions as a predictor of entrepreneurial status in Egypt Salma Nader Abbass Hussein * and. *International Journal Entrepreneurship and Small Business*, 32(4), 423–443.
- Soininen, J. S., Puimalainen, K., Sjögrén, H., Syrjä, P., & Durst, S. (2013). Entrepreneurial orientation in small firms - values-attitudes-behavior approach.

- International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 19(6), 611–632. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-10-2012-0106>
- Spitzmuller, M., Gielnik, M. M., Schmitt, A., Frese, M., & Klemann, D. K. (2014). "I Put in Effort, Therefore I Am Passionate": Investigating the Path from Effort to Passion in Entrepreneurship. *Academy of Management Journal*, 58(4), 1012–1031. <https://doi.org/10.5465/amj.2011.0727>
- Stewart, W. H., & Roth, P. L. (2001). Risk propensity differences between entrepreneurs and managers: A meta-analytic review. *Journal of Applied Psychology*, 86(1), 145–153. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.86.1.145>
- Stewart, W. H., & Roth, P. L. (2015). 2007-A meta-analysis of achievement motivation differences between entrepreneurs and managers - Stewart Jr. e Roth.pdf. *Journal of Small Business Management*, 45(4), 401–421.
- Unger, J. M., Rauch, A., Frese, M., & Rosenbusch, N. (2011). Human capital and entrepreneurial success: A meta-analytical review. *Journal of Business Venturing*, 26(3), 341–358. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2009.09.004>
- Unger, J. M., Rauch, A., Weis, S. E., & Frese, M. (2015). Biology (prenatal testosterone), psychology (achievement need) and entrepreneurial impact. *Journal of Business Venturing Insights*, 4, 1–5. <https://doi.org/10.1016/j.jbv.2015.05.001>
- Yitshaki, R., & Kropp, F. (2016). Entrepreneurial passions and identities in different contexts: a comparison between high-tech and social entrepreneurs. *Entrepreneurship and Regional Development*, 28(3–4), 206–233. <https://doi.org/10.1080/08985626.2016.1155743>
- Zacher, H., Biemann, T., Gielnik, M. M., & Frese, M. (2012). Patterns of entrepreneurial career development: An optimal matching analysis approach. *International Journal of Developmental Sciences*, 6(3–4), 177–187. <https://doi.org/10.3233/DEV-2012-12111>
- Zhao, H., & Seibert, S. E. (2006). The big five personality dimensions and entrepreneurial status: A meta-analytical review. *Journal of Applied Psychology*, 91(2), 259–271. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.91.2.259>
- 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(2), 381–404. <https://doi.org/10.1177/0149206309335187>