

بررسی رابطه بین ویژگی‌های شخصیتی دانشجویان با اشتیاق آنان به کارآفرینی و راه اندازی کسب و کارهای کوچک: مطالعه موردی

منصور ترکیان تبار*^۱، فرزاد آسایش^۲، توران باقری^۳

چکیده	اطلاعات مقاله
<p>این پژوهش با هدف بررسی رابطه بین ویژگی‌های شخصیتی دانشجویان با اشتیاق آنان به کارآفرینی و راه اندازی کسب و کارهای کوچک از دیدگاه دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد دورود به روش توصیفی-همبستگی به انجام رسیده است. جامعه آماری پژوهش شامل ۴۲۵ نفر از دانشجویان پسر مقطع کارشناسی این واحد دانشگاهی است که حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران ۲۰۲ نفر تعیین گردید. برای گردآوری داده‌های مورد نیاز پژوهش از پرسشنامه استاندارد سنجش صفات پنج‌گانه شخصیتی (NEO) و برای سنجش اشتیاق به کارآفرینی و راه اندازی کسب و کارهای کوچک از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شده است. پس از گردآوری پرسشنامه‌ها، داده‌های گردآوری شده طبقه بندی و با استفاده از نرم افزار آماری SPSS24 تجزیه و تحلیل شدند. با توجه به توزیع نرمال داده‌ها؛ برای آزمون فرضیه‌های پژوهش از آزمون پیرسون استفاده شد. نتایج حاصل از این پژوهش نشان داد که بین ویژگی‌های شخصیتی دانشجویان پسر دانشگاه آزاد اسلامی واحد دورود با اشتیاق آنان به کارآفرینی و راه اندازی کسب و کارهای کوچک رابطه وجود دارد. نتایج این پژوهش همچنین نشان داد که بین برون گرایی، اشتیاق به تجربیات جدید، توافق‌پذیری و وظیفه‌شناسی دانشجویان با اشتیاق آنان به کارآفرینی و راه اندازی کسب و کارهای کوچک رابطه مثبت وجود دارد اما این رابطه در خصوص متغیر روان رنجوری منفی بوده است.</p>	<p>نوع مقاله: مقاله پژوهشی</p> <p>شاپا الکترونیکی: ۲۷۸۳-۴۵۶۵</p> <p>شاپا چاپی: ۲۰۰۸-۹۷۷۵</p> <p>واژه‌های کلیدی: ویژگی‌های شخصیتی، کارآفرینی، کسب و کارهای کوچک، دانشگاه آزاد اسلامی</p>

۱- استادیار، گروه مدیریت، واحد شهرقدس، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول) torkiantabar@yahoo.com

۲- استادیار، گروه مدیریت بازرگانی، واحد شهرقدس، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران farzad.asayesh@gmail.com

۳- دکتری علم اطلاعات و دانش‌شناسی، سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان کرمانشاه، استاد مدعو دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران Shokofeh1265@yahoo.com

مقدمه

کارآفرینی به عنوان یک منبع ضروری توسعه شغل و بهبود درآمد مالی یک کشور تلقی می‌شود. نرخ توسعه برای کارآفرینی از کشوری به کشور دیگر و بعلاوه هر چند وقت یکبار در یک کشور در نوسان است. با این حال، واقعیت این است که تأثیر غیرقابل تغییر و مثبتی بر توسعه منابع مالی کشورها دارد (ژابین^۱، ۲۰۱۳). در حالی که سرعت رشد فارغ التحصیلان بیکار به تدریج در حال افزایش است، کارآفرینی یکی از عواملی است که می‌تواند باعث افزایش اشتغال شود و از فاکتورهای مناسب رشد اقتصادی در کشورهای در حال توسعه باشد (جاوارا و هوکیو^۲، ۲۰۱۸).

در شرایط شغلی رقابتی امروز، یافتن شغل می‌تواند چالش برانگیز باشد، به ویژه هنگامی که تمایل به استخدام در شرکت‌های بزرگ وجود داشته باشد. شرکت‌های بزرگ متقاضیان کمتری استخدام می‌کنند و اشتغال طولانی مدت کم و بیش به یک رؤیا تبدیل می‌شود و تحصیلات عالی دیگر به عنوان یک برگ برنده برای استخدام نیست. به همین دلیل است که اصطلاح کارآفرینی به یک واژه روزمره تبدیل شده است (کیت^۳ و همکاران، ۲۰۱۱). کارآفرینی فرایندی است که طی آن فرد کارآفرین با ارائه ایده و فکر جدید نسبت به ایجاد کسب و کار همراه با مخاطره و تحمل ریسک اقدام نموده و محصول و خدمتی جدید را ارائه می‌نماید. در حال حاضر سیر تحولات جهانی، کارآفرینان را در خط مقدم توسعه فناوری و توسعه اقتصادی قرار داده است. تجربه موفق اغلب کشورهای پیشرفته و نیز برخی از کشورهای در حال توسعه در عبور از بحران‌های اقتصادی به واسطه توسعه در آن کشورها، موجب شده تا سایر کشورها نیز به کارآفرینی، کارآفرینان و شکل‌گیری کسب و کارهای نوآورانه اهمیت بیشتری قائل شوند. کارآفرینی علاوه بر ایجاد ثروت و اشتغال‌زایی در این جوامع، توانسته به توسعه فناوری‌های نو، ترغیب و گسترش سرمایه‌گذاری و افزایش سطح رفاه عمومی کمک شایانی نماید (مهدوی مزده و همکاران، ۱۳۹۲).

دولت‌ها و جوامع محلی در سراسر جهان به این واقعیت دست یافته‌اند که کلید رفاه و رشد منطقه‌ای پرورش و توسعه کارآفرینی در میان مردم به ویژه جوانان است. کارآفرینی جوانان به یکی از موضوعات مهم مورد علاقه پژوهشگران و همچنین موضوع اصلی دولت‌ها تبدیل شده است. کارآفرینی جوانان نه تنها به کاهش بیکاری کمک می‌کند بلکه مهمتر آنکه جوانان را به سطحی از درک می‌رساند که باور کنند با راه اندازی یک شرکت، گزینه‌های دیگری برای تعیین سرنوشت خود دارند و نیازی به انتظار برای یافتن کار ندارند (شارما و مادان^۴، ۲۰۱۴). روحیه کارآفرینی زمانی وجود دارد که یک مهندس تکنیک جدیدی را توسعه می‌دهد یا یک فعال سیاسی در پاسخ به چالش‌ها یا فرصت‌هایی که می‌بیند و تجربه می‌کنند تغییر در قانون را القا می‌کند (تیلور^۵، ۲۰۰۸). علی‌رغم افزایش جهانی آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها، این بحث مطرح است که این نوع آموزش و در چه شرایطی به یادگیری کارآفرینی دانشجویان کمک می‌کند (هاهن و همکاران^۶، ۲۰۱۷). سیاستگذاران و برنامه ریزان اجتماعی همگی متفق القولند که دستیابی به جامعه‌ای توسعه یافته با ارزش‌های بالای انسانی و اجتماعی، مستلزم بسط و گسترش نهادهای علمی و تربیت نیروی محقق و آشنا به کار با روش‌های علم امروزی است (امین مظفری و یوسفی اقدم، ۱۳۸۸). بسیاری از محققان در تلاش بوده‌اند تا ویژگی‌های فردی یا سرمایه انسانی را با قصد کارآفرینی پیوند دهند. برخی نیز محیط بیرونی را به عنوان یکی از مهمترین عوامل تعیین کننده قصد ایجاد یک فعالیت تجاری جدید می‌دانند (خونگک و هو^۷، ۲۰۱۶).

به عنوان رفتاری مبتنی بر تصمیم‌گیری آگاهانه، برنامه ریزی شده، مخاطره آمیز و پیچیده، کارآفرینی تحت تأثیر عوامل متعددی است که خلاقیت شرط اساسی و قصد کارآفرینی عامل مهم رفتار و عملکرد کارآفرینی به شمار می‌روند. قصد کارآفرینی یک پیش شرط اساسی برای اقدام به کارآفرینی است. همه کارآفرینان بالقوه پس از شناسایی فرصت‌ها کار خود را شروع نمی‌کنند بلکه بر اساس نیت و قصد کارآفرینی پیش می‌روند. بنابراین هر چه قصد و نیت برای انجام یک کار یا رفتار بیشتر باشد، به احتمال زیاد اجرای آن نیز بیشتر خواهد بود (مارسچ^۱، ۲۰۱۶). کارآفرینی برای توسعه اقتصادی، اجتماعی و فناوری یک کشور ضروری است و کارآفرینان عامل رشد و توسعه یک کشور هستند زیرا کارآفرینان تغییراتی فراوانی را در محیط‌های اقتصادی، فناوری و سازمانی ایجاد می‌کنند (گادام^۲، ۲۰۰۸).

کارترینا و جانا^۱ (۲۰۰۸) معتقدند کارآفرینی بخشی جدایی ناپذیر از اقتصاد در کشورهای در حال توسعه و توسعه یافته است. کارآفرینان بخش مهمی از اجزای پویای بازار را تشکیل می‌دهند. آن‌ها می‌توانند به سرعت نسبت به تقاضای جامعه واکنش نشان دهند، نوآوری ایجاد کنند، در تحقیقات سرمایه‌گذاری کنند، در صادرات مشارکت کنند و مشاغل جدیدی را در مناطق و زمینه‌های مختلف ایجاد کنند. همه کشورها علاقمند به ایجاد محیط مساعدتری برای کارآفرینی هستند و برآند تا با کمک به کارآفرینان جوان از طریق رفع موانعی که مانع کارآفرینی می‌شوند راه را برای تبدیل ایده‌های خلاقانه به طرح‌های تجاری فراهم سازند. زیرا این کار مزایای فراوانی از جمله ایجاد مستقیم و غیر مستقیم شغل و توسعه سرمایه انسانی دارد. از نظر لوکانن^{۱۱} (۲۰۰۰) دانشگاه‌ها توجه ویژه‌ای به کارآفرینی دارند، زیرا این امر به آنها امکان می‌دهد موقعیت خود را به عنوان نهادهای فعال که به توسعه اقتصادی و اجتماعی مناطق خود کمک می‌کنند، تثبیت کنند. در این رابطه، آموزش کارآفرینی می‌تواند به عنوان یک واکنش استراتژیک تلقی شود که می‌تواند به رشد فعالیت‌های کارآفرینانه کمک کند. بر همین اساس دانشگاه‌ها می‌توانند نقش مهمی در افزایش شایستگی دانشجویان داشته باشند و آنها را به فعالیت‌های کارآفرینی آینده ترغیب کنند راسموسن و سورهمیم^{۱۲}، (۲۰۰۶). نتایج پژوهش زاهدی و همکاران (۱۳۹۹) با عنوان ارزیابی مشخصه‌های شخصیتی کارآفرینی دانشجویان (مورد مطالعه دانشگاه علم و صنعت ایران) نشان داد که ویژگی‌های توفیق‌طلبی و ریسک‌پذیری در بین دانشجویان دانشگاه علم و صنعت ایران، امتیاز بیشتر و خصیصه‌های عزم و اراده، خلاقیت و استقلال‌طلبی در رده‌های بعد قرار دارند. میانگین کارآفرینی دانشجویان غیر از دانشکده راه آهن که از سایر دانشکده‌ها وضعیت مطلوب‌تری دارد، در سایر دانشکده‌ها تفاوت معنی‌داری با هم ندارد. ابزارهای کارآفرینی هر دو نتیجه یکسانی در خصوص کارآفرینی دانشجویان دانشگاه علم و صنعت ایران داشت و میزان همپوشانی نتایج آنها تقریباً حدود ۹۰ درصد بود.

قنادی نژاد، بیگدلی (۱۳۹۶) در پژوهشی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی و راهکارهای توسعه آنها از نظر دانشجویان علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه شهید چمران اهواز را مورد مطالعه قرار دادند. نتایج پژوهش آنان نشان داد که در میان ویژگی‌های کارآفرینی دانشجویان، مرکز کنترل درونی با (۹۲/۲۲) بیشترین و تحمل ابهام با (۶۴/۱۹) کمترین میانگین تأثیر را داشته‌اند. نتایج

همچنین نشان داد مهمترین راهکارهای توسعه این ویژگی‌ها به ترتیب اولویت عبارتند از: راهکارهای جانبی، آموزشی، حمایتی و راهکارهای پژوهشی و فناورانه.

علم بیگی (۱۳۹۴) در پژوهشی گرایش به راه اندازی کسب و کار شخصی بر پایه شور و شوق کارآفرینانه دانشجویان پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران را مورد مطالعه قرار داد. نتیجه کلی تحقیق گویای آن است شور و شوق کارآفرینانه متغیری مهم در پیش‌بینی گرایش‌های کارآفرینی است. همچنین مشخص شد که تنها دانشجویانی که سطح بالاتری از شور و شوق کارآفرینانه را تجربه کرده‌اند دارای گرایش به راه اندازی کسب و کار هستند. نتیجه تحلیل حساسیت مدل لجیت نیز نشان داد که این تابع عملکرد قابل قبولی در جداسازی گرایش‌های کارآفرینانه دارد. گذراندن دوره‌های آموزش کارآفرینی نیز در افزایش گرایش به راه اندازی کسب و کار در بین دانشجویان مؤثر بود، ولی جنسیت در این زمینه نقشی نداشت. شمس و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهشی با عنوان تاب‌آوری ضرورت کارآفرینی: بررسی نقش واسطه‌ای تاب‌آوری در رابطه بین ویژگی‌های شخصیتهای و کارآفرینی به این نتیجه دست یافتند که متغیر تاب‌آوری از طریق دو بعد گشودگی در تجربه و توافق‌پذیری نقش واسطه‌ای در رابطه بین ویژگی‌های شخصیتهای و کارآفرینی دارد. همچنین عامل‌های شخصیتهای به عنوان یک عامل حفاظتی فردی از پیشایندهای تاب‌آوری و کارآفرینی و توفیق طلبی به عنوان پیامد مثبت تاب‌آوری از نکات برجسته پژوهش بود.

نتایج حاصل از پژوهش خسروی پور (۱۳۹۳) در رابطه با بررسی تأثیر ویژگی‌های شخصیتهای دانشجویان بر گرایش به کارآفرینی دانشجویان کارشناسی ارشد مورد مطالعه: دانشگاه آزاد اسلامی واحد شوشتر نشان داد که از بین ویژگی‌های شخصیتهای، ویژگی تحمل ابهام به عنوان مؤثرترین متغیر در گرایش به کارآفرینی دانشجویان تلقی می‌شود. ضمناً سایر ویژگی‌های مؤثر نیز شامل ریسک‌پذیری، توفیق‌طلبی، مرکز کنترل درونی، داشتن عزم و اراده، خلاقیت، استقلال طلبی و مسئولیت‌پذیری بود.

نعمتی (۱۳۹۲) در پژوهشی به بررسی ویژگی‌های شخصیتهای کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه‌های دولتی تهران پرداخته است. مهم‌ترین نتایج و یافته‌های این تحقیق حاکی از آن است که دانشجویان نمونه در ابعاد ریسک‌پذیری، سلاست فکر و چالش‌طلبی در وضعیت ضعیف قرار داشته، در ابعاد کانون کنترل، توفیق‌طلبی، عمل‌گرایی و رؤیابرداری در وضعیت قوی، در بعد تحمل ابهام در وضعیت بسیار قوی و در کل روحیه کارآفرینی دانشجویان نمونه دارای وضعیت قوی ارزیابی شده است. سایر نتایج نشان داد که میان دو گروه دانشجویان زن و مرد در خصوص میزان برخورداری از ریسک‌پذیری، رؤیابرداری و چالش‌طلبی و در کل بین روحیه کارآفرینی تفاوت معنادار وجود داشته، میان کل دانشجویان مقاطع تحصیلی مختلف تنها در خصوص برخورداری از ویژگی موفقیت‌طلبی تفاوت معنادار بوده و بین کل دانشجویان نمونه رشته‌های تحصیلی مختلف در خصوص برخورداری از ویژگی‌های سلاست فکر، تحمل ابهام، رؤیابرداری و چالش‌طلبی تفاوت معنادار مشاهده گردیده است. همچنین بین کل دانشجویان نمونه دانشگاه‌های مختلف تنها در خصوص برخورداری از ویژگی تحمل ابهام، تفاوت معنادار بوده است.

ربیعی و دلباز (۱۳۹۱) در پژوهش خود عوامل مؤثر بر شکل‌گیری کارآفرینی در دانشجویان دانشگاه گیلان را مورد مطالعه قرار دادند. نتایج پژوهش آنان نشان داد که شاخص‌های محتوای درسی و فضای دانشگاهی بر کارآفرینی در دانشجویان دانشگاه گیلان مؤثر هستند. اما شاخص فعالیت‌های آموزشی و پژوهشی بر کارآفرینی در دانشجویان این دانشگاه تأثیری ندارد.

محسنی و شفیع زاده (۱۳۹۱) در پژوهش خود به بررسی ویژگی‌های شخصیتهای کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه‌های دولتی شهر تهران پرداختند. نتایج و یافته‌های این تحقیق حاکی از آن است که دانشجویان نمونه در ابعاد ریسک‌پذیری، سلامت فکر و چالش‌طلبی در وضعیت ضعیف قرار داشته، در ابعاد کانون کنترل، توفیق‌طلبی، عمل‌گرایی و رؤیابرداری در وضعیت قوی، در بعد تحمل ابهام در وضعیت بسیار قوی و در کل روحیه کارآفرینی دانشجویان نمونه دارای وضعیت قوی ارزیابی شده است. سایر نتایج نشان می‌دهد که میان دو گروه دانشجویان زن و مرد در خصوص میزان برخورداری از ریسک‌پذیری، رؤیابرداری و چالش‌طلبی و در کل بین روحیه کارآفرینی تفاوت معنادار وجود دارد.

راوانکا و سامراکون^{۱۳} (۲۰۲۰) در پژوهشی به بررسی تأثیر ویژگی‌های شخصیتی بر عملکرد تجاری شرکت‌های کوچک و متوسط در منطقه گامپاها سریلانکا پرداختند. نتایج نشان داد که بین سه مسیر شخصیتی برون‌گرایی، وظیفه‌شناسی و روان‌رنجوری با عملکرد تجاری شرکت‌ها رابطه وجود دارد. از سوی دیگر بقیه ابعاد و ویژگی‌های شخصیتی نیز بر عملکرد تجاری شرکت‌ها تأثیر مثبت دارند.

شی و همکاران^{۱۴} (۲۰۲۰) نیز در پژوهشی نقش خلاقیت را در قصد کارآفرینی دانشجویان چین مورد مطالعه قرار دادند. نتایج پژوهش آنان حاکی از آن است که علاوه بر خلاقیت، خودکارآمدی و رفتار کنترل شده، هنجارهای ذهنی بر قصد کارآفرینی دانشجویان مؤثر است. وودا و فلورا^{۱۵} (۲۰۱۹) در پژوهش خود تأثیر ویژگی‌های شخصیتی و آموزش کارآفرینی را بر اهداف کارآفرینانه دانشجویان مورد مطالعه و بررسی قرار دادند. نتایج پژوهش آنان نشان داد که منبع کنترل، نیاز به موفقیت و آموزش کارآفرینی، عوامل تعیین‌کننده مهمی برای ایجاد سرمایه‌گذاری در بین جامعه آماری مورد مطالعه بوده است. نتایج این پژوهش همچنین نشان داد که مردان بیشتر از زنان تمایل به کارآفرینی دارند.

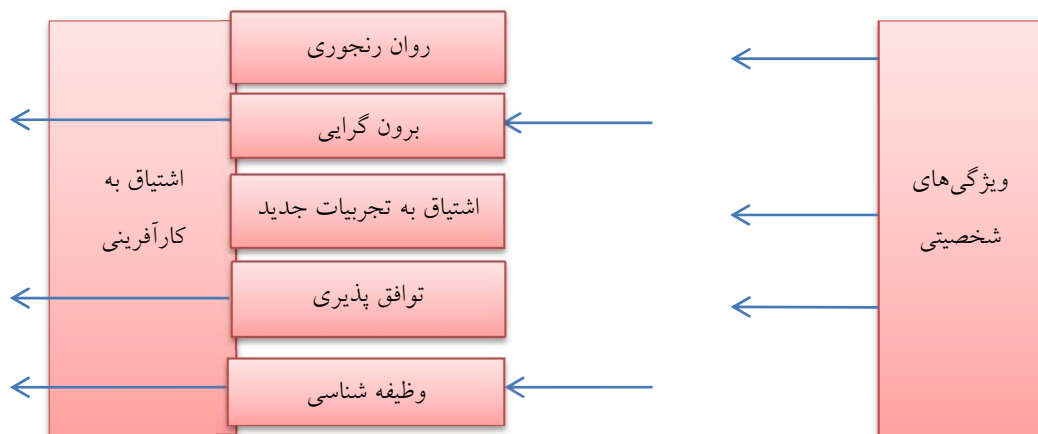
سرینو و باسینو^{۱۶} (۲۰۱۹) نیز در پژوهش خود قصد کارآفرینی دانشجویان ایتالیایی را با نقش میاجی جنسیت بررسی نمودند. نتایج حاصل از پژوهش آنان نشان داد که برخی ویژگی‌های شخصیتی در قصد کارآفرینی دانشجویان مؤثر است. نتیجه پژوهش آنان همچنین نشان داد که مردان نسبت به زنان اعتماد به نفس بیشتری برای کارآفرینی دارند.

اسرار و سلیم^{۱۷} (۲۰۱۸) نیز در پژوهشی قصد کارآفرینی در بین دانشجویان ایتالیایی را مورد مطالعه و بررسی قرار دادند. نتایج پژوهش آنان نشان داد که بین جنسیت، سابقه خانوادگی، آموزش کارآفرینی، برون‌گرایی، موافقت و تجربه موفق با قصد کارآفرینی رابطه وجود دارد اما بین سن، نمرات قبلی و مسائل روحی و روانی رابطه‌ای مشاهده نشد.

واه، موهده یوسف و سواندا^{۱۸} (۲۰۱۷) در پژوهشی به بررسی عوامل مؤثر بر اهداف کارآفرینی از دیدگاه دانشجویان دانشگاه‌های مالزی پرداختند. نتایج مطالعه آنان نشان داد که عواملی مانند نگرش رفتاری، مطلوبیت و خوداشتغالی، سابقه مشاغل خانوادگی و آموزش کارآفرینی بر تمایل آنان به این کار مؤثر است. در پژوهش مت و همکاران^{۱۹} (۲۰۱۵) عوامل مؤثر بر قصد کارآفرینی در بین دانشجویان مهندسی دانشگاه کوالامپور را مورد مطالعه قرار گرفت. نتایج پژوهش آنان نشان داد که منبع کنترل، نیاز به موفقیت و هنجارهای ذهنی بر قصد کارآفرینی دانشجویان مورد مطالعه مؤثر است.

فارنیکتون^{۲۰} (۲۰۱۲) در پژوهشی به این نتیجه دست یافت افرادی که دارای سطوح بالایی از ویژگی‌های شخصیتی برون‌گرایی، وظیفه‌شناسی و گشودگی به تجربه هستند، بیشتر دارای مشاغل کوچک موفق هستند. گشودگی به تجربه از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است زیرا قوی‌ترین تأثیر را نشان می‌دهد و تنها ویژگی است که بر عملکرد مالی و رشد کسب و کار تأثیر مثبت می‌گذارد.

اونز^{۲۱} (۲۰۰۳) در پژوهشی به بررسی تأثیر عوامل شخصیتی در راه اندازی کسب و کارهای کوچک پرداختند. یافته‌های این مطالعه نشان داد که بین ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان با موفقیت آنان رابطه وجود دارد. با توجه به آنچه گفته شد باید بر این نکته توجه شود که یکی از مهمترین نقش‌ها و رسالت‌های دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی تربیت و ارائه آموزش‌ها و مهارت‌هایی است که به دانشجویان توانایی دهد تا به سمت کارآفرینی گرایش و تمایل پیدا کنند. به عبارت دیگر در جهان کنونی دانشگاه در تحقق اهداف خود موفق به شمار می‌آید که بتواند راه را برای خوداشتغالی و کارآفرینی فارغ‌التحصیلانش را هموارسازد. کمک به دانشجویان برای خود باوری و تقویت سایر ویژگی‌های شخصیتی که نیازمند ورود به عرصه کارآفرینی است ضرورتی است که دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی باید به آن توجه خاص نمایند و برای آن برنامه‌ریزی داشته باشند. انجام پژوهش‌های مرتبط با کارآفرینی و راه اندازی کسب و کارهای کوچک که یکی از مهمترین راهکارهای عملی توسعه اقتصادی در جهان امروز به شمار می‌رود که می‌تواند کمک شایان توجهی به به بازشناسی نقاط قوت و ضعف این حوزه داشته باشد و به برنامه ریزان، سیاستگذاران و مدیران اقتصادی و همچنین دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی کمک کند تا در این زمینه دقیق‌تر و هدفمندانه‌تر عمل نمایند.



مدل مفهومی بر اساس ادبیات و چارچوب نظری پژوهش

روش پژوهش

این پژوهش با هدف بررسی رابطه بین ویژگی‌های شخصیتی دانشجویان با اشتیاق آنان به کارآفرینی و راه اندازی کسب و کارهای کوچک از دیدگاه دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد دورود به روش توصیفی - همبستگی به انجام رسیده است. جامعه آماری پژوهش شامل ۴۲۵ نفر از دانشجویان پسر مقطع کارشناسی این واحد دانشگاهی است که حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران ۲۰۲ نفر تعیین گردید. برای گردآوری داده‌های مورد نیاز پژوهش از پرسشنامه استاندارد سنجش صفات پنج‌گانه شخصیتی (NEO) و برای سنجش اشتیاق به کارآفرینی و راه اندازی کسب و کارهای کوچک از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شده است. پرسشنامه NEO یکی از جدیدترین پرسشنامه‌های مربوط به ارزیابی ساخت شخصیت بر اساس دیدگاه تحلیل عاملی است. این آزمون به لحاظ انعکاس ۵ عامل اصلی امروزه به عنوان یک مدل فراگیر بر اساس تحلیل عوامل محسوب می‌شود و گستردگی کاربرد آن در ارزیابی شخصیت افراد سالم و نیز در امور بالینی می‌تواند یکی از مناسب‌ترین ابزار ارزیابی شخصیت باشد. این آزمون به دلیل بررسی‌های گوناگون در گروه‌های سنی و در فرهنگ‌های مختلف روی آن صورت گرفته است می‌تواند یکی از

جامع‌ترین آزمون‌ها در زمینه ارزیابی شخصیت باشد این آزمون موضوع تحقیقات طی ۱۵ سال گذشته بر روی نمونه‌های بالینی و بزرگسالان سالم بوده است. از این پرسشنامه برای سنجش و اندازه‌گیری پنج صفت روان‌نژندی، برون‌گرایی، اشتیاق به تجربیات جدید، توافق‌پذیری و وظیفه‌شناسی مورد استفاده قرار می‌گیرد.

در هنجاریابی آزمون NEO که توسط گروسی فرشی (۱۳۸۰) روی نمونه‌ای با حجم ۲۰۰۰ نفر از بین دانشجویان دانشگاه‌های تبریز، شیراز و دانشگاه‌های علوم پزشکی این دو شهر صورت گرفت ضریب همبستگی ۵ بعد اصلی را بین ۰/۵۶ تا ۰/۸۷ گزارش کرده است. ضرایب آلفای کرونباخ در هر یک از عوامل اصلی روان‌آزردگی خوبی، برون‌گرایی، باز بودن، سازگاری و با وجدانی به ترتیب ۰/۸۶، ۰/۷۳، ۰/۵۶، ۰/۶۸ و ۰/۸۷ به دست آمد. (گروسی فرشی، ۱۳۸۰). پایایی پرسشنامه برای این پژوهش نیز ۸۱٪ برآورد گردید.

برای سنجش و اندازه‌گیری اشتیاق به کارآفرینی و راه‌اندازی کسب و کارهای کوچک نیز از پرسشنامه محقق ساخته حاوی ۲۰ گویه استفاده شد که برای تعیین پایایی آن، ابتدا پرسشنامه بین یک گروه ۲۰ نفره توزیع و پس از گردآوری و تجزیه و تحلیل داده‌ها، پایایی پرسشنامه بر اساس ضریب آلفای کرونباخ ۰/۷۹ محاسبه شد. با توجه به شرایط کرونایی حاکم بر کشور و عدم دسترسی حضوری به دانشجویان، پرسشنامه‌های مرتبط با پژوهش از طریق کانال‌های ارتباطی فضای مجازی از جمله واتساپ و تلگرام برای دانشجویان ارسال گردید که پس از گذشت یک ماه همه پرسشنامه‌های ارسالی به طور کامل دریافت شد. برای تعیین نرمال بودن توزیع داده‌ها نیز از آزمون کلموگروف-اسمیرنوف استفاده شد که نتیجه آزمون نشان از توزیع نرمال داده‌های گردآوری شده داشت که به همین دلیل نیز آزمون پیرسون برای آزمون فرضیه‌های پژوهش مورد استفاده قرار گرفت. پس از گردآوری پرسشنامه‌ها، داده‌های گردآوری شده طبقه‌بندی و با استفاده از نرم افزار آماری SPSS۲۴ تجزیه و تحلیل شدند.

فرضیه‌های پژوهش

فرضیه اصلی

- بین ویژگی‌های شخصیتی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد دورود با اشتیاق آنان به کارآفرینی و راه‌اندازی کسب و کارهای کوچک رابطه وجود دارد.

فرضیه‌های فرعی

۱- بین روان‌رنجوری دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد دورود با اشتیاق آنان به کارآفرینی و راه‌اندازی کسب و کارهای کوچک رابطه وجود دارد.

۲- بین برون‌گرایی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد دورود با اشتیاق آنان به کارآفرینی و راه‌اندازی کسب و کارهای کوچک رابطه وجود دارد.

۳- بین اشتیاق به تجربیات جدید دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد دورود با اشتیاق آنان به کارآفرینی و راه‌اندازی کسب و کارهای کوچک رابطه وجود دارد.

۴- بین توافق‌پذیری دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد دورود با اشتیاق آنان به کارآفرینی و راه‌اندازی کسب و کارهای کوچک رابطه وجود دارد.

۵- بین وظیفه شناسی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد دورود با اشتیاق آنان به کارآفرینی و راه اندازی کسب و کارهای کوچک رابطه وجود دارد.

یافته‌های پژوهش:

آزمون فرضیه اصلی پژوهش

- بین ویژگی‌های شخصیتی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد دورود با اشتیاق آنان به کارآفرینی و راه اندازی کسب و کارهای کوچک رابطه وجود دارد.

جدول ۱. آزمون همبستگی بین ویژگی‌های شخصیتی دانشجویان با اشتیاق آنان به کارآفرینی و راه اندازی کسب و کارهای

کوچک

		ویژگی‌های شخصیتی
۰/۵۷۱	ضریب همبستگی پیرسون	
۰/۳۹۴	ضریب تعیین R2	
۰/۰۰۰	سطح معنی داری	
۲۰۲	تعداد	

بر اساس آمار و ارقام جدول شماره (۱) میزان همبستگی محاسبه شده بین ویژگی‌های شخصیتی دانشجویان با اشتیاق آنان به کارآفرینی و راه اندازی کسب و کارهای کوچک برابر ۰/۵۷۱ است. از آنجا که سطح معناداری (۰/۰۰۰) و کمتر از (۰/۰۵) است. با احتمال ۹۵ درصد نتیجه می‌گیریم بین متغیرهای مورد بررسی رابطه معنی‌دار وجود دارد. بر این اساس ادعای محقق مبنی وجود رابطه همبستگی بین ویژگی‌های شخصیتی دانشجویان با اشتیاق آنان به کارآفرینی و راه اندازی کسب و کارهای کوچک تأیید می‌گردد. ضریب تعیین نشان می‌دهد که متغیر ویژگی‌های شخصیتی توانسته است (۰/۶۳۵) درصد از تغییرات اشتیاق به کارآفرینی و راه اندازی کسب و کارهای کوچک را پیش‌بینی کند.

آزمون فرضیه فرعی اول

- بین روان رنجوری دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد دورود با اشتیاق آنان به کارآفرینی و راه اندازی کسب و کارهای کوچک رابطه وجود دارد.

جدول ۲. آزمون همبستگی بین روان رنجوری دانشجویان با اشتیاق آنان به کارآفرینی و راه اندازی کسب و کارهای کوچک

		روان رنجوری
-۰/۲۱۴	ضریب همبستگی پیرسون	
۰/۱۷۱	ضریب تعیین R2	
۰/۰۰۰	سطح معنی داری	
۲۰۲	تعداد	

بر اساس آمار و ارقام جدول شماره (۲) میزان همبستگی محاسبه شده بین روان رنجوری دانشجویان با اشتیاق آنان به کارآفرینی و راه اندازی کسب و کارهای کوچک برابر -۰/۲۱۴ است. از آنجا که سطح معناداری (۰/۰۰۰) و کمتر از (۰/۰۵) است. با احتمال

۹۵ درصد نتیجه می‌گیریم بین متغیرهای مورد بررسی رابطه منفی وجود دارد. بر این اساس ادعای محقق مبنی وجود رابطه همبستگی بین ویژگی روان رنجوری دانشجویان با اشتیاق آنان به کارآفرینی و راه اندازی کسب و کارهای کوچک رد می‌شود.

آزمون فرضیه فرعی دوم

- بین برون گرایی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد دورود با اشتیاق آنان به کارآفرینی و راه اندازی کسب و کارهای کوچک رابطه وجود دارد.

جدول ۳. آزمون همبستگی بین برون گرایی دانشجویان با اشتیاق آنان به کارآفرینی و راه اندازی کسب و کارهای کوچک

۰/۶۰۷	ضریب همبستگی پیرسون	برون گرایی
۰/۴۲۲	ضریب تعیین R2	
۰/۰۰۰	سطح معنی داری	
۲۰۲	تعداد	

بر اساس آمار و ارقام جدول شماره (۳) میزان همبستگی محاسبه شده بین برون گرایی دانشجویان با اشتیاق آنان به کارآفرینی و راه اندازی کسب و کارهای کوچک برابر ۰/۶۰۷ است. از آنجا که که سطح معناداری (۰/۰۰۰) و کمتر از (۰/۰۵) است. با احتمال ۹۵ درصد نتیجه می‌گیریم بین متغیرهای مورد بررسی رابطه معنی دار وجود دارد. بر این اساس ادعای محقق مبنی وجود رابطه همبستگی بین برون گرایی دانشجویان با اشتیاق آنان به کارآفرینی و راه اندازی کسب و کارهای کوچک تأیید می‌گردد. ضریب تعیین نشان می‌دهد که متغیر برون گرایی توانسته است (۴۲۲٪) درصد از تغییرات اشتیاق به کارآفرینی و راه اندازی کسب و کارهای کوچک را پیش‌بینی کند.

آزمون فرضیه فرعی سوم

- بین اشتیاق به تجربیات جدید دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد دورود با اشتیاق آنان به کارآفرینی و راه اندازی کسب و کارهای کوچک رابطه وجود دارد.

جدول ۴. آزمون همبستگی اشتیاق دانشجویان به تجربیات جدید با اشتیاق آنان به کارآفرینی و راه اندازی کسب و کارهای

کوچک		
۰/۴۳۲	ضریب همبستگی پیرسون	اشتیاق به تجربیات جدید
۰/۳۲۵	ضریب تعیین R2	
۰/۰۰۰	p-value سطح معنی داری	
۲۰۲	تعداد	

بر اساس آمار و ارقام جدول شماره (۴) میزان همبستگی محاسبه شده بین اشتیاق دانشجویان به تجربیات جدید با اشتیاق آنان به کارآفرینی و راه اندازی کسب و کارهای کوچک برابر ۰/۴۳۲ است. از آنجا که سطح معناداری (۰/۰۰۰) و کمتر از (۰/۰۵) است. با احتمال ۹۵ درصد نتیجه می‌گیریم بین متغیرهای مورد بررسی رابطه معنی‌دار وجود دارد. بر این اساس ادعای محقق مبنی وجود رابطه همبستگی بین اشتیاق دانشجویان به تجربیات جدید با اشتیاق آنان به کارآفرینی و راه اندازی کسب و کارهای کوچک تأیید می‌گردد. ضریب تعیین نشان می‌دهد که متغیر اشتیاق به تجربیات جدید توانسته است (۰/۳۲۵) درصد از تغییرات اشتیاق به کارآفرینی و راه اندازی کسب و کارهای کوچک را پیش‌بینی کند.

آزمون فرضیه فرعی چهارم

- بین توافق پذیری دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد دورود با اشتیاق آنان به کارآفرینی و راه اندازی کسب و ارهای کوچک رابطه وجود دارد.

جدول ۵. آزمون همبستگی توافق‌پذیری با اشتیاق آنان به کارآفرینی و راه‌اندازی کسب و کارهای کوچک

۰/۴۰۳	ضریب همبستگی پیرسون	توافق پذیری
۰/۲۹۸	ضریب تعیین R2	
۰/۰۰۰	سطح معنی داری	
۲۰۲	تعداد	

بر اساس آمار و ارقام جدول شماره (۵) میزان همبستگی محاسبه شده بین توافق پذیری دانشجویان با اشتیاق آنان به کارآفرینی و راه اندازی کسب و کارهای کوچک برابر ۰/۴۰۳ است. از آنجا که سطح معناداری (۰/۰۰۰) و کمتر از (۰/۰۵) است. با احتمال ۹۵ درصد نتیجه می‌گیریم بین متغیرهای مورد بررسی رابطه معنی‌دار وجود دارد. بر این اساس ادعای محقق مبنی وجود رابطه همبستگی بین توافق پذیری دانشجویان با اشتیاق آنان به کارآفرینی و راه اندازی کسب و کارهای کوچک تأیید می‌گردد. ضریب تعیین نشان می‌دهد که متغیر توافق پذیری توانسته است (۰/۳۲۵) درصد از تغییرات اشتیاق به کارآفرینی و راه اندازی کسب و کارهای کوچک را پیش‌بینی کند.

آزمون فرضیه فرعی پنجم

- بین وظیفه شناسی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد دورود با اشتیاق آنان به کارآفرینی و راه اندازی کسب و کارهای کوچک رابطه وجود دارد.

جدول ۶. آزمون همبستگی بین وظیفه شناسی دانشجویان با اشتیاق آنان به کارآفرینی و راه اندازی کسب و کارهای کوچک

۰/۵۱۴	ضریب همبستگی پیرسون	وظیفه شناسی
۰/۳۸۱	ضریب تعیین R2	
۰/۰۰۰	سطح معنی داری	
۲۰۲	تعداد	

بر اساس آمار و ارقام جدول شماره (۶) میزان همبستگی محاسبه شده بین وظیفه‌شناسی دانشجویان با اشتیاق آنان به کارآفرینی و راه اندازی کسب و کارهای کوچک برابر ۰/۵۱۴ است. از آنجا که سطح معناداری (۰/۰۰۰) و کمتر از (۰/۰۵) است. با احتمال ۹۵ درصد نتیجه می‌گیریم بین متغیرهای مورد بررسی رابطه معنی‌دار وجود دارد. بر این اساس ادعای محقق مبنی وجود رابطه همبستگی بین وظیفه‌شناسی دانشجویان با اشتیاق آنان به کارآفرینی و راه اندازی کسب و کارهای کوچک تأیید می‌گردد. ضریب تعیین نشان می‌دهد که متغیر وظیفه‌شناسی توانسته است (۳۸۱٪) درصد از تغییرات اشتیاق به کارآفرینی و راه اندازی کسب و کارهای کوچک را پیش‌بینی کند.

بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش با هدف بررسی رابطه بین ویژگی‌های شخصیتی دانشجویان با اشتیاق آنان به کارآفرینی و راه اندازی کسب و کارهای کوچک از دیدگاه دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد دورود به روش توصیفی- همبستگی به انجام رسیده است. در این پژوهش یک فرضیه اصلی و پنج فرضیه فرعی در راستای هدف اصلی پژوهش مورد آزمون قرار گرفتند. آزمون فرضیه اصلی پژوهش مبنی بر وجود رابطه بین ویژگی‌های شخصیتی دانشجویان با اشتیاق آنان به کارآفرینی و راه اندازی کسب و کارهای کوچک نشان رابطه مثبت بین متغیرهای مورد مطالعه دارد. نتایج حاصل از آزمون این فرضیه با نتایج حاصل از پژوهش‌های زاهدی و همکاران (۱۳۹۹)، قنادی نژاد و بیگدلی (۱۳۹۶)، علم بیگی (۱۳۹۴)، نعمتی (۱۳۹۲)، خسروی پور (۱۳۹۴)، محسنی و شفیع زاده (۱۳۹۱)، روانکا و سامراکون (۲۰۲۰)، شی و همکاران (۲۰۲۰)، وودا و فلورا (۲۰۱۹) اسرار و سلیم (۲۰۱۸)، مت و همکاران (۲۰۱۵)، فارنیگتون (۲۰۱۲) و اونز (۲۰۰۳) که در آنها ویژگی‌های شخصیتی افراد را در گرایش و قصد کارآفرینی مؤثر دانسته‌اند همسو بوده است.

نتیجه آزمون اولین فرضیه فرعی پژوهش حاکی از رابطه منفی بین روان رنجوری دانشجویان با اشتیاق آنان به کارآفرینی و راه اندازی کسب و کارهای کوچک بوده است که با نتیجه حاصل از پژوهش راوانکا و سامراکون (۲۰۲۰) همخوان بوده است. نتیجه آزمون دومین فرضیه فرعی پژوهش مبنی بر رابطه بین برون‌گرایی دانشجویان با اشتیاق آنان به کارآفرینی و راه اندازی کسب و کارهای کوچک نشان از وجود رابطه مثبت بین متغیرهای مورد مطالعه دارد با نتایج حاصل از پژوهش فارنیگتون (۲۰۱۲) همخوان بوده است.

آزمون سومین فرضیه فرعی پژوهش نیز نشان از رابطه مثبت بین اشتیاق دانشجویان به تجربیات جدید با اشتیاق آنان به کارآفرینی و راه اندازی کسب و کارهای دارد. نتیجه آزمون این فرضیه با نتایج پژوهش‌های علم بیگی (۱۳۹۴) و واه، موهد یوسف و سواندا (۲۰۱۷) همراستا است. آزمون چهارمین فرضیه پژوهش نیز حاکی از رابطه مثبت بین توافق‌پذیری دانشجویان با اشتیاق آنان به کارآفرینی و راه اندازی کسب و کارهای کوچک دارد که این نتیجه با نتایج حاصل از پژوهش شمس و همکاران (۱۳۹۳) همخوان بوده است.

نتیجه آزمون پنجمین فرضیه فرعی پژوهش نیز مبین رابطه مثبت بین وظیفه‌شناسی دانشجویان با اشتیاق آنان به کارآفرینی و راه اندازی کسب و کارهای کوچک است که با نتایج حاصل از پژوهش‌های راوانکا و سامراکون (۲۰۲۰) و فارنیگتون (۲۰۱۷) همخوان بوده است.

یکی از مهمترین ضروریات عصر حاضر که مورد توجه تمام کشورهای جهان نیز می‌باشد رشد و توسعه اقتصادی است که برای تحقق و دستیابی به آن ابزارها و راهکارهای متعددی وجود دارد. یکی از این ابزارها و راهکارها که نقش آن در توسعه اقتصادی کشورها غیرقابل انکار است کارآفرینی است که این تجربه در کشورهای پیشرفته بیشتر از این مورد توجه بوده است و از نتایج مطلوب آن بهره‌مند گشته‌اند اما از عمر آن در کشورهای کمتر توسعه یافته و در حال توسعه مدت زمان زیادی نمی‌گذرد. کسب و کارهای کوچک به عنوان یک نیاز که هم در اشتغال‌زایی و هم در تولید و درآمدزایی نقش مهمی دارند. نمونه‌های عینی کارآفرینی هستند که در کشور ما علیرغم اینکه در سالیان اخیر مورد توجه و حمایت ویژه دولت قرار گرفته‌اند اما بنا به دلایل گوناگون نتوانسته‌اند آنگونه که شایسته و بایسته است نقش خود را در اقتصاد کشور ایفا کنند که مطالعات و پژوهش‌های خاص در این زمینه مورد نیاز است اما آنچه در اینجا لازم است بدان اشاره و تأکید شود این است که همه عوامل دخیل در توسعه کارآفرینی و راه اندازی کسب و کارهای کوچک، متوسط و بزرگ باید نقش خود را به درستی ایفاء کنند تا نتیجه مطلوب حاصل شود. یکی از ویژگی‌ها و عناوین دانشگاه‌ها در جهان امروز؛ دانشگاه کارآفرین است. این بدان معناست که دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی به عنوان یکی از مهمترین مراجع رسمی ارائه آموزش‌های نظری و عملی کارآفرینی به گونه‌ای عمل کنند که یا خود زمینه‌ساز کارآفرینی باشند و یا اینکه دانشجویان خود را به گونه‌ای آموزش دهند که پس از فراغت از تحصیل از شوق و انگیزه کافی برای کارآفرینی و راه اندازی کسب و کارهای گوناگون برخوردار باشند. این مهم به‌ویژه در کشور ما که نرخ بیکاری به ویژه در رابطه با فارغ التحصیلان دانشگاهی بالاست باید بیش از پیش مورد توجه دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی قرار گیرد. آنان باید با درک واقعیت‌های جهان امروز فارغ التحصیلانی کارآفرین با ویژگی‌های کارآفرینی تحویل جامعه دهند تا از این طریق نقش و رسالت اجتماعی خود را به درستی ایفاء کنند.

با توجه به یافته‌های پژوهش، پیشنهادات ارائه می‌شود:

- با توجه به اینکه ویژگی‌های شخصیتی دانشجویان در میزان تمایل و اشتیاق آنان به کارآفرینی مؤثر است لذا پیشنهاد در مراکز دانشگاهی آزمون‌هایی برای تعیین ویژگی‌های شخصیتی دانشجویان بر گزار شود.
- با توجه به اینکه ویژگی‌های شخصیتی افراد می‌تواند مبین میل و اشتیاق آنان به انواع کارآفرینی‌ها باشد لذا پیشنهاد می‌شود کارآفرینی‌های مرتبط به ویژگی‌های شخصیتی به آنان معرفی شود
- با توجه به اینکه معمولاً تعداد کمی از دانشجویان در دوره تحصیلی خود در دانشگاه؛ تجربه راه اندازی کسب و کار و کارآفرینی را دارند لذا پیشنهاد می‌شود با برگزاری دوره‌ها آموزشی به کسب تجربه در این زمینه تشویق و ترغیب شوند.
- با توجه به اینکه دانشگاه‌های عصر حاضر به نام دانشگاه‌های کارآفرین شناخته می‌شوند لذا ضرورت ایجاد می‌کند در برنامه‌های درسی دانشجویان به مقوله کارآفرینی توجه ویژه‌ای صورت پذیرد.

منابع و ماخذ:

- امین مظفری، ف، و یوسفی اقدم، ر (۱۳۸۸)، "عوامل مؤثر بر جامعه‌پذیری دانشجویان دکتری با نقش محقق؛ مطالعه موردی دانشجویان دکتری دانشگاه تبریز". فصلنامه سیاست علو و فنآوری، ۲ (۳)، ۱۷-۳۲.
- خسروی پور. (۱۳۹۳). "بررسی تأثیر ویژگی‌های شخصیتی دانشجویان بر گرایش به کارآفرینی دانشجویان کارشناسی ارشد مورد مطالعه: دانشگاه آزاد اسلامی واحد شوشتر". فصلنامه مهارت آموزی، ۳ (۹)، ۱۲۷-۱۰۹.
- زاهدی، م. ر.، مهدوی مزده، م.، محبی آشتیانی، س. (۱۳۹۹). "ارزیابی مشخصه‌های شخصیتی کارآفرینی دانشجویان (مورد مطالعه دانشگاه علم و صنعت ایران)". فصلنامه کارافن، ۱۷ (۳)، ۱۵۴-۱۳۹.

شمس، ف.، موغلی، ع.، بردبار، ف. (۱۳۹۳). "تاب آوری ضرورت کارآفرینی: بررسی نقش واسطه‌ای تاب آوری در رابطه بین ویژگی‌های شخصیتی و کارآفرینی". نخستین همایش ملی علوم تربیتی و روان‌شناسی، مرودشت.

علم بیگی، ا. (۱۳۹۴). "گرایش به راه اندازی کسب و کار شخصی بر پایه شور و شوق کارآفرینانه دانشجویان پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران"، فصلنامه پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، (۳۴)، ۷۸-۸۸.

ریعی، ع.، دل‌باز، ه. (۱۳۹۱). "بررسی عوامل مؤثر بر شکل‌گیری کارآفرینی در دانشجویان دانشگاه گیلان". ماهنامه اجتماعی، اقتصادی، علمی و فرهنگی کار و جامعه، (۱۴۹)، ۳۴-۴۵.

قنادی نژاد، ف.، بیگدلی، ز. (۱۳۹۶). "بررسی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی و راهکارهای توسعه آنها از نظر دانشجویان علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه شهید چمران اهواز". فصلنامه کتابداری و اطلاع‌رسانی، ۲۰ (۲)، ۱۶۰-۱۸۵.

محسنی، ه. س.، شفیق زاده، ح. (۱۳۹۱). "بررسی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه‌های دولتی شهر تهران". فصلنامه راهبرد فرهنگی اجتماعی، (۴)، ۱۶۵-۱۳۳.

مهدوی مزده، م.، بانک، م.، زاهدی، م. ر.، پورمسگری، م. (۱۳۹۲). "تعیین شاخص‌های تأثیرگذار در کارآفرین بودن دانشگاه‌ها دولتی ایران و رتبه بندی دانشگاه‌ها از این منظر"، فصلنامه سیاست علم و فناوری، ۶ (۱)، ۹۸-۸۱.

نعمتی، م. ع. (۱۳۹۲). "بررسی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه‌های دولتی تهران"، دوفصلنامه نوآوری و ارزش آفرینی، (۳)، ۴۷-۶.

Farrington, S.M. (2012). "Does personality matter for for small business success?", SAJEMS NS, 15(4), 382-400.

Gaddam, S. (2008). Identifying the relationship between behavioral motives and entrepreneurial intentions: An empirical study based on the perceptions of business management students. *The Icfaian Journal of Management Research*, (5), 35-55.

Hahn, H., Minola, T., Van Gils, A., Huybrechts, J. (2017). "Entrepreneurial education and learning at universities: exploring multilevel contingencies". *Entrepreneurship & Regional Development Journal*, 29(9), 945-974.

Israr, M., Saleem, M. (2018). "Entrepreneurial intentions among university students in Italy". *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 8(20), 1-14.

Jabeen, S. (2013). "Factors Affecting Entrepreneurial Intention Among Graduate Students of Universiti Teknologi Malaysia". *International Journal of Business and Social Science*, 182-184.

Jwara, N., Hoque, M. (2018). "Entrepreneurial intentions University Students: A case study of Durban university of technology". *Academy of Entrepreneurship Journal*, 24(3), 1-19.

Kateřina, K., Jana, S. (2018). Factors Affecting Entry into Entrepreneurship for University Students, *European Research Studies Journal* Volume XXII, Issue 4, 398-416.

Keat, O., Selvarajah, C., Meyer, D. (2011). "Inclination towards entrepreneurship among university students: An empirical study of Malaysian university students". *International Journal of Business and Social Science*, 2 (4), 206-220.

Maresch, D., Harms, R., Kailer, N., and Wimmer-Wurm, B. (2016). "The impact of entrepreneurship education on the entrepreneurial intention of students in science and engineering versus business studies university programs. *Technol. Forecast. Soc.* 104, 172-179.

Khuong, M., Huu An, N. (2016). "The Factors Affecting Entrepreneurial Intention of the Students of Vietnam National University— A Mediation Analysis of Perception toward Entrepreneurship". *Journal of Economics, Business and Management*, 4(2), 104-111.

Laukkanen, M. (2000). "Exploring alternative approaches in high-level entrepreneurship education: creating micromechanisms for endogenous regional growth". *Entrepreneurship and Regional Development*, 12(1), 25-47.

Mat, S.C., Maat, S.M., Mohd, N. (2015). "Identifying Factors that Affecting the Entrepreneurial Intention among Engineering Technology Students". 2nd Global Conference on Business and Social Science-2015, GCBSS-2015, 17-18 September 2015, Bali, Indonesia, 1016-1022.

- Owens, K.s. (2003). " An investigation of the personality correlates of small business success". " PhD diss, University of Tennessee, https://trace.tennessee.edu/utk_graddiss/225.
- Rasmussen, E. Sorheim, R. (2006). Action- based entrepreneurship education. *Technovation* 26(2), 185-194.
- Serino, L., & Buccino G. (2019). "Entrepreneurial Intentions among Italian Students: The Role of Gender". *International Journal of Academic Research Business and Social Sciences*, 9(3), 1309–1326.
- Sharma.L., Madan, P. (2014). "Effect of individual factors on youth entrepreneurship – a study of Uttarakhand state". *India Journal of Global Entrepreneurship Research*, (3), 1-18.
- Shi.Y., yuan.T., Bell.R., Wang.J. (2020). "Investigating the Relationship Between Creativity and Entrepreneurial Intention: The Moderating Role of Creativity in the Theory of Planned Behavior, *Front. Psychol.* 11:1209, 1-14.
- Taylor, D.W. (2008). "The Entrepreneur in Youth: An Untapped Resource for Economic Growth, Social Entrepreneurship, and Education", *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Vol. 14(5), 367-369.
- Ranawaka R.A.H.B., Samarakoon S.M.A.K. (2020). "The Impact Of Personality Traits On The Business Performance Of The Small And Medium Enterprise In The Gampaha District Of Sri Lanka", *International Journal of Advancements in Research & Technology*, 9(10), 17-27.
- Wah,L.F., Mohd Yosuf,B.n., Suanda, J. (2017). "Study of on factors affecting entrepreneurial intentions among students in higher education institutions in Northran Regions of Malaysia". *International Journal of Information Technology and Business Management*, 58(1), 79-98.
- Vodã A.I., Florea, N. (2019). "Impact of Personality Traits and Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intentions of Business and Engineering Students, *Sustainability*, 11(4), 2-34.

يادداشتها

- 1 Jabeen
- 2 Jwara& Hoque
- 3 Keat, Selvarajah & Meyer
- 4 Sharma&Madan
- 5 Taylor
- 6 Hahn & et al
- 7 Khuong and Huu
- 8 Maresch
- 9 Gaddam
- 10 Kateřina and Jana
- 11 Laukkanen
- 12 Rasmussen&Sorheim
- 13 Ranawaka&Samarakoon
- 14 Shi & et al
- 15 Vodã & u Florea
- 16 Serino & Buccino
- 17 Israr, Saleem
- 18 Wah, Mohd Yosuf, Suanda
- 19 Mat & et al
- 20 Farrington
- 21 Owens

Investigating the Relationship between Students' Personality Traits and Their Enthusiasm for Entrepreneurship and Starting a Small Business: Case Study

Mansour Torkiantabar, Farzad Asayesh, Tooran Bagheri

Article Info	ABSTRACT
<p>Article type: Research Article</p> <p>eISSN: 2008-9775 pISSN: 2783-4565</p> <p>Keywords: personality traits, entrepreneurship, small businesses, students</p>	<p>The aim of this study was to investigate the relationship between students' personality traits and their desire for entrepreneurship and starting small businesses from the perspective of students of Islamic Azad University, Dorud Branch in a descriptive-correlation method. The statistical population of the study includes 425 undergraduate male students of this university unit. The sample size was determined based on Cochran's formula of 202 people. The standard questionnaire for measuring five personality traits (NEO) was used to collect the required data for the research and a researcher-made questionnaire was used to measure the desire for entrepreneurship and starting a small business. After collecting the questionnaires, the collected data were classified and analyzed using SPSS24 statistical software. Due to the normal distribution of data; Pearson test was used to test the research hypotheses. The results of this study showed that there is a relationship between personality traits of male students of Islamic Azad University, Dorud Branch and their desire for entrepreneurship and starting small businesses. The results of this study also showed that there is a positive relationship between extraversion, desire for new experiences, agreement and conscientiousness of students with their desire for entrepreneurship and starting a small business, but this relationship was negative for the neuroticism variable.</p>

1-Assistant Professor, Department of Management, Shahr-e-Qods Branch, Islamic Azad university, Tehran, Iran (Corresponding Author) Torkiantabar@yahoo.com
 2-Assistant Professor, Department of Business Management, Shahr-e-Qods Branch, Islamic Azad university, Tehran, Iran
 3-Ph.D. Knowledge and Information Science, Management and Planning Organization of Kermanshah, Razi University Visiting Professor, Kermanshah, Iran