

بررسی ویژگی های روانی - اجتماعی مرتبط با رفتار کار آفرینی در زنان کارآفرین

The Study of Psycho-social Factors That Related Whit Entrepreneurial Behavior in Woman

Iman Dorreh

Ph.D. student in psychology, Islamic Azad University, Science and Research Branch, Tehran, Iran. imandorreh@gmail.com

Mahbube Moradi

MA in psychology (corresponding author).
farbodehdas@yahoo.com

ایمان ذره

دانشجوی دکتری روانشناسی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران.

محبوبه مرادی

کارشناس ارشد روانشناسی (نویسنده مسئول)

Abstract

Aim: This correlation-based study was conducted to examine the relationship between the Big Five Traits, Social Support, Sexual Stereotypes, and Work- family Conflict and Entrepreneurial behavior.

Method: Therefore, 60 entrepreneurs woman completed the Entrepreneurial Questioner, NEO-Personality Inventory Revised, Multidimensional Scale of Perceived Social Support(Zimet et al,1985), Sexual Stereotypes Scale (Belk & Snell,1989), and Work-Family Conflict Scale(Netemeyer et al, 1996). Data were analyzed by Pearson correlation and liner regression analysis. **Results:** Finding revealed that consciousness and support by friends can be considered as appropriate predictors of entrepreneurial behavior.

Keywords: Entrepreneurship, Personality Traits, Sexual Stereotypes, Social Support, Work-Family Conflict, Woman.

چکیده

هدف: هدف پژوهش حاضر، تعیین رابطه بین صفات شخصیت، حمایت اجتماعی، باورهای کلیشه ای جنسیتی و تعارض متقابل کار-خانواده با رفتار کار آفرینی در زنان کار آفرین بود. **روش:** روش پژوهش حاضر از نوع تحلیل همبستگی (تحلیل رگرسیون) بوده و نمونه پژوهش ۶۰ نفر از زنان کار آفرین شهر اراک بوده اند که به صورت هدفمند انتخاب شدند. ابزار گرد آوری داده ها، پرسشنامه کار آفرینی، فرم کوتاه تجدید نظر شده پنج صفت شخصیت (NEO-PI.R)، مقیاس چند بعدی ادراک حمایت اجتماعی زیمت و همکاران (۱۹۸۸)، پرسشنامه کلیشه های جنسیتی و مقیاس باورهای مربوط به زنان بلک و اسنل (۱۹۸۹)، و پرسشنامه تعارض کار-خانواده نت مایر (۱۹۹۶) بود. **نتایج:** داده های به دست آمده از طریق روش های آماری همبستگی گشتاوری پیرسون و تحلیل رگرسیون خطی مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج پژوهش نشان داد که رفتار کارآفرینی با صفت شخصیتی وظیفه شناسی، حمایت اجتماعی و حمایت از جانب دوستان دارای رابطه مثبت و معنادار بود. همچنین نتایج تجزیه و تحلیل رگرسیون نشان داد که ترکیب متغیر های پیش بین وظیفه شناسی ($\beta=0/123$) و حمایت از جانب دوستان ($\beta=0/114$)، می تواند پیش بین خوبی برای متغیر رفتار کار آفرینی باشد ($P=0/000$ و $F=57,4=9/921$). این متغیر ها ۲۵/۸ درصد در پیش بینی رفتار کارآفرینی سهم بودند ($R^2=25/8$).

واژه های کلیدی: کار آفرینی، شخصیت، باورهای کلیشه ای جنسیتی، حمایت اجتماعی، تعارض کار-خانواده، زنان.

مقدمه

دوران حاضر عصر کارآفرینی^۲ و خود اشتغالی است. تحولات و دگرگونی های نظام اقتصادی و اجتماعی که ناشی از پیشرفت های شگرف علمی و فن آوری است، سبب ایجاد دیدگاهها، ضرورت ها و نیازهای جدیدی شده است. شول هامر^۳ (۱۹۸۲)، به نقل از فیض (۱۳۸۸) اعتقاد دارد که کارآفرینی نیروی محرک اقتصاد جوامع بشری خواهد بود. برای مثال در خلال سال های دهه ۹۰ میلادی در امریکا بسیاری از شرکت های بزرگ با کوچک کردن ساختار خود در حدود ۶ میلیون شغل را حذف کردند، اما بیکاری در عمل کاهش یافت. دلیل آن ایجاد موسسات و شرکت های جدید توسط کارآفرینان بود که این رکود را جبران کرد. روانشناسان، دانشمندان علوم اقتصاد و مدیریت اعتقاد دارند که کارآفرینی نقش کلیدی و مهمی را در رونق و شکوفایی هر جامعه ای بازی می کند (شین^۴، ۲۰۰۳).

کارآفرینی یکی از مفاهیم مطرح در حوزه علوم انسانی است و مانند سایر مفاهیم آن ارائه تعریف دقیق و مشخص از آن دشوار است. یکی از مشهورترین و قدیمی ترین تعاریف از کارآفرینی توسط شامتر^۵ (۱۹۳۴)، به نقل از دریزلر^۶ (۲۰۰۸) ارائه شده است و آنرا به عنوان ایجاد یک کسب و کار جدید، مدیریت تجارت های کوچک یا جهت دهی مجدد به یک شغل از قبل موجود به منظور ایجاد شکل ها و ترکیبات جدید و تولید ثروت، دارایی و تجارت، تعریف کرده است.

رفتار کارآفرینی برای شخص کارآفرین دارای دو پیامد مهم است که باید به آنها توجه بسیاری داشت: پاداش ها^۷ (عواید) و هزینه ها^۸ (تحلیل ها). به این معنی که کارآفرینی دارای چه عواید و منافعی برای شخص کارآفرین است و چه هزینه ها و پیامدهایی برای او به دنبال دارد. ادراک این دو موضوع توسط شخص کارآفرین، سبب ایجاد فشارهای نقش^۹ در وی می شوند که خود را به دو صورت نشان می دهد: تعارض نقش^{۱۰} و سردرگمی نقش^{۱۱}. تعارض نقش زمانی رخ می دهد که فرد کارآفرین احساس کند که الزامات، درخواست ها و فشارهای نقش های گوناگون با هم در تضاد هستند. سردرگمی نقش نشان دهنده ادراک نابسندگی اطلاعات در مورد موفقیت، انتظارات شغلی و ملاک های ارزشیابی نقش های مختلف است (وینسنت^{۱۲} و اُرتکوویست^{۱۳}، ۲۰۰۹). نتایج پژوهشها حاکی از آن است که رفتارهای کارآفرینی در اغلب اوقات تعارض نقش را کاهش می دهد و خصوصیات شخصی، اجتماعی و شغلی کارآفرینی (مانند حمایت از جانب دیگران) باعث حد اکثر رساندن پاداش ها و کاهش چشمگیر در تحلیل شخص کارآفرین از طریق ایجاد احساس خودمختاری، مفید بودن، خلاقیت و ایجاد یک تجارت جدید می شوند (باوم^{۱۴} و لوک^{۱۵}، ۲۰۰۴).

حال این سوال پیش می آید که چرا عده ای از افراد کارآفرین می شوند؟ افرادی که به یک معنی از چیزی که در آغاز «هیچ چیزی نیست»، «چیزی» خلق می کنند، اندیشه ای برای چیزی جدید به اضافه نبوغ و سخت کوشی خود. یافته های پژوهشی حاکی از آن است که فرآیندهای شناختی، اجتماعی و شخصی نقش بسیار مهمی در کارآفرینی ایفا می کنند. افراد کارآفرین تمایل کلی برای

²-entrepreneurship.

²-Scholhammer.

⁴-Shane.

⁵-Schumpeter.

⁶-Dreisler.

⁷-rewards.

⁸-exhaustion.

⁹-role stressors.

¹⁰-role conflict.

¹¹-role ambiguity.

¹²-Wincent.

¹³-Örtqvist.

¹⁴-Baum.

¹⁵-Locke.

انتظار داشتن پیامدهای مطلوب یا سوگیری خوش بینانه بیشتری را از خود نشان می دهند (کوالهو^{۱۶}، ۲۰۱۰). کار آفرینان بیشتر به صورت شهودی^{۱۷} فکر می کنند تا تحلیلی^{۱۸} (آرمسترانگ^{۱۹} و هیرد^{۲۰}، ۲۰۰۹). همچنین رفتار کارآفرینی از ادراک عدم تعادل بین پتانسیل بالقوه یک شغل تا تحقق بخشیدن به آن سرچشمه می گیرد (ادموندسون^{۲۱}، ۱۹۹۹). کارآفرینان گرایش دارند تا در هر موقعیتی سطوح پایین تری از خطر را ادراک کنند و این به نوبه خود منجر به آن می شود که آنان بیشتر تمایل به بی محابا عمل کردن داشته باشند و مشاغل مطمئن را برای تجربه مشاغل جدید و نامطمئن، ترک کنند (باسنیتز^{۲۲} و همکاران، ۲۰۰۳، فایرلی^{۲۳} و هولران^{۲۴}، ۲۰۱۲). نیاز به پیشرفت بالا، تمایل به رشد و ترقی، کنار آمدن با پیچیدگی، و تحمل پذیری ابهام بالا، از دیگر ویژگی های آنان است (سکستون^{۲۵} و باومن-آپتون^{۲۶}، ۱۹۹۱، باسل^{۲۷}، ۱۹۹۸). ویژگی های شخصیتی هم در ایجاد رفتار کارآفرینی نقش مهمی بر عهده دارند. افراد پرونگر^{۲۸} در مقایسه با افراد درونگرا^{۲۹}، بیشتر احتمال دارد تا یک شغل جدید را ایجاد کنند (بارون^{۳۰} و مارکمن^{۳۱} افرادی که در صفت شخصیتی گشودگی به تجربه^{۳۲} بالا هستند، تمایل دارند که از فعالیت های جدید و نوآورانه لذت ببرند و از یک فعالیت به فعالیت دیگر بپردازند، لذا بیشتر از افرادی که در این صفت پایین هستند احتمال دارد که یک شغل جدید را ایجاد کنند (سیاوارلا^{۳۳} و همکاران، ۲۰۰۷). همچنین افراد کارآفرین انعطاف پذیر، پایدار به همراه توانایی تحمل ناکامی بالا و مقاومت زیاد نسبت به استانداردهای عملکردی رایج هستند، ویژگی هایی که مرتبط با صفت شخصیتی وظیفه شناسی^{۳۴} می باشد (هریس^{۳۵}، سالت استون^{۳۶} و فروبونی^{۳۷}، ۱۹۹۹). از سوی دیگر افراد کارآفرین از نظر هوش هیجانی نسبت به دیگران در سطح بالاتری قرار دارند (آهمت آغلو^{۳۸}، لاتنر^{۳۹} و چامورو-پرمازیک^{۴۰}، ۲۰۱۱).

از سویی دیگر تعداد زنانی که در خلال سال های اخیر کارآفرینی را انتخاب می کنند، دائماً در حال افزایش بوده است. مطابق با آمار مرکز پژوهش های شغلی زنان^{۴۱} (۲۰۰۳)، در امریکا بالغ بر ۶ میلیون زن کارآفرین وجود دارد که بالغ بر ۵۱ درصد از آنان حداقل برای یک نفر دیگر شغل ایجاد کرده است. پژوهش های روانشناسی شغلی در طول سه دهه گذشته عوامل موثر بر انتخاب

16-Coelho

17-intuitive.

18-analytic.

19-Armstrong.

20-Hird.

21-Edmondson.

22-Busenitz.

23-Fairlie.

24-Holleran.

25-Sexton.

26-Bowman-Upton.

27-Basle.

28-extrusive.

29-intrusive.

30-Baron

31-Markman.

32-openness to experience.

33-Ciavarella.

34-consciousness.

35-Harris.

36-Saltstone.

37-Froboni.

38-Ahmetoglu.

39-Leutner.

40-Chamorro-Premuzic.

41-Center of Women's Business Research.

های شغلی زنان را مورد بررسی قرار داده‌اند. نظریه‌های مهم در زمینه انتخاب شغل (مانند کاتفریدسون^{۴۲}، لنت^{۴۳}، براون^{۴۴} و هاکت^{۴۵}، ۱۹۹۴ به نقل از بتز^{۴۶}، ۲۰۰۵) متغیرهای مرتبط با جنسیت را که در رشد شغلی زنان نقش ایفا می‌کنند را مورد مطالعه قرار داده‌اند، از قبیل جامعه‌پذیری نقش‌های جنسیتی، موانع شغلی و محیطی و احساس خودکارآمدی در مورد مشاغل خاص به ویژه مشاغلی که به طور سنتی مردانه انگاشته شده و اکنون توسط زنان اشغال شده است. زنانی که در مشاغل سنتی مردانه، مشغول به کار هستند، تمایل دارند که صفات شخصیتی جنسی خود (مانند همدلی و مراقبت) را کمتر نشان دهند (استریت^{۴۷}، ۱۹۹۹). همچنین آنها به اعتقادات و باورهای سنتی در مورد کلیشه‌های جنسیتی در مورد زنان کمتر پایبند هستند (میلر^{۴۸} و بریان^{۴۹}، ۲۰۰۵). از خیلی جهات کارآفرینی را می‌توان یک حرفه غیر سنتی جنسیتی برای زنان در نظر گرفت؛ شغلی که انتظار می‌رود مردان وارد آن شوند (فاگن^{۵۰}، ۲۰۱۰). به نظر می‌رسد که زنان کارآفرین کلیشه‌های جنسیتی کمتری را نسبت به شغل و حرفه از خودشان نشان می‌دهند (بتز، ۲۰۰۵). زنان و مردان کارآفرین دلایل متفاوتی را برای شروع خوداشتغالی ذکر می‌کنند: زنان به این دلیل کارآفرین می‌شوند که احساس خود مختاری و انعطاف‌پذیری بیشتری را داشته باشند، بطوریکه بتوانند تعادل بهتری را بین شغل و خانواده خویش ایجاد کنند، اما مردان دلایل خود را کسب درآمد مالی و عوامل اقتصادی ذکر می‌کنند (دی‌مارتینو^{۵۱} و بارباتو^{۵۲}، ۲۰۰۳). زنان کارآفرین تمایل دارند که زمان بیشتری را با خانواده خود صرف کنند و به این وسیله احتمال وقوع تعارض کار-خانواده^{۵۳} را به وسیله کاهش زمان اختصاص داده شده به شغلشان، از بین ببرند (سالیوان^{۵۴} و لوئیس^{۵۵}، ۲۰۰۱). بروش^{۵۶} (۱۹۹۲) خاطر نشان کرده است زنان نه تنها به دلایل متفاوت با مردان خوداشتغالی را شروع می‌کنند، بلکه نگرش و رویکرد آنها نسبت به شغل و تجارت، اساساً متفاوت با مردان است. به این معنا که زنان کارآفرین به شغلشان از زاویه ارتباطی می‌نگرند و اهداف و موفقیت‌های خود را هم بر مبنای شاخص‌های مالی و هم جنبه‌های درونی، فردی و میان‌فردی تعریف می‌کنند (جوم^{۵۷}، دوناهو^{۵۸} و سیگل^{۵۹}، ۲۰۰۶). در واقع زنان کارآفرین به چندین روش موفقیت‌های خود را توصیف می‌کنند، مانند موفقیت مالی، کسب احترام، رضایت از داشتن یک شغل علی‌رغم درآمد پایین‌تر نسبت به مردان و تعادل بین شغل و خانواده (راسل^{۶۰} و بورگس^{۶۱}، ۱۹۹۸). هرچند که هر دو بعد مالی و شخصی برای زنان کارآفرین مهم است، اما آنها بیشتر ملاک‌های شخصی و درونی موفقیت مانند دستیابی و پیشبرد اهداف شخصی را ترجیح می‌دهند تا ملاک‌های بیرونی مانند عملکرد شغلی و منافع مالی (مور^{۶۲} و باتنر^{۶۳}، ۲۰۰۷).

42-Gottfredson.

43-Lent.

44-Brown.

45-Hackett.

46-Betz.

47-Sterrett.

48-Miller.

49-Bryan.

50-Fuegen.

51-DeMartino.

52-Barbato.

53-work-family conflict.

54-Sullivan.

55-Lewis.

56-Brush

57-Jome.

58-Donahue.

59-Siegel.

60-Russell.

61-Burgess.

62-Moore.

با توجه به آنچه که گذشت در این پژوهش ویژگی های روانی-اجتماعی مرتبط با رفتار کارآفرینی در زنان کارآفرین شهر اراک مورد بررسی قرار گرفته است و سعی گردیده تا به سوالات زیر پاسخ داده شود:

۱- آیا صفات شخصیتی، حمایت اجتماعی، تعارض متقابل کار- خانواده و باورهای کلیشه ای، می توانند کارآفرینی را تبیین کنند؟

روش

نوع پژوهش: این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر روش توصیفی از نوع همبستگی است.

جامعه آماری، نمونه و روش نمونه گیری: جامعه آماری پژوهش حاضر ۶۰ نفر از زنان کارآفرین شهر اراک می باشد که به صورت هدفمند انتخاب شدند. میانگین سنی نمونه برابر با ۳۸ سال بود. از این بین ۱۲ نفر خود را مجرد، ۴۴ نفر متأهل و ۴ نفر مطلقه گزارش کردند. ۲۰ نفر دارای تحصیلات دیپلم، ۲۰ نفر فوق دیپلم، ۱۸ نفر لیسانس و ۲ نفر فوق لیسانس بودند.

ابزار و روش گردآوری اطلاعات: در این پژوهش برای جمع آوری داده ها از ۵ پرسشنامه استفاده شده است.

پرسشنامه رفتار کارآفرینی: این پرسشنامه دارای ۵۰ سؤال است که به صورت بلی- خیر می باشد و به ارزیابی میزان کارآفرینی در افراد کارآفرین می پردازد. در این آزمون کلیه گزینه ها به صورت ۱- ۰ امتیاز می گیرند. در نمرات بالای ۲۵ ویژگی کارآفرینانه وجود دارد و در نمرات زیر ۲۵ ویژگی کارآفرینانه یافت نمی شود. عابدی و مصحف (۱۳۸۳)، به نقل از مرادی، (۱۳۹۰)، ضریب آلفای کرونباخ آنرا برابر ۰/۸۹ گزارش کرده اند. همچنین آلفای کرونباخ این پرسشنامه در پژوهش حاضر، ۰/۹۱ به دست آمد.

فهرست پنج صفت اصلی شخصیت: به منظور ارزیابی پنج صفت اصلی شخصیت (برونگرایی، روان- رنجورخویی، موافقت جویی، وظیفه شناسی و گشودگی به تجربه) از فرم کوتاه تجدید نظر شده فهرست پنج صفت شخصیت^{۶۴} (NEO-PI.R)، استفاده شد. سوالات این فهرست بر روی طیف لیکرتی پنج درجه ای از صفر تا ۴ نمره گذاری می شود و هر عامل با دارا بودن ۱۲ ماده، نمره ای بین صفر تا ۴۸ را به خود اختصاص می دهد. این آزمون در ایران توسط گروسی، مهریار و طباطبایی (۱۳۸۰) هنجاریابی شده و روایی و پایایی آن به ترتیب ۰/۶۶ و ۰/۸۷ به دست آمده است. ضریب آلفای کرونباخ کل مقیاس مذکور در پژوهش حاضر ۰/۷۹ به دست آمد.

مقیاس درک حمایت اجتماعی: مقیاس چند بعدی ادراک حمایت اجتماعی^{۶۵} (MMPSS) توسط زیمت^{۶۶} و همکاران (۱۹۸۸) به منظور سنجش حمایت اجتماعی ادراک شده از طرف خانواده، دوستان و افراد مهم دیگر در زندگی فرد، تهیه شده است. این پرسشنامه دارای ۱۲ سؤال است که در مقیاس لیکرتی پنج درجه ای از کاملاً مخالفم تا کاملاً موافقم، نمره گذاری می شود. پایایی این پرسشنامه برای سه بعد ادراک حمایت اجتماعی از طرف خانواده، دوستان و افراد مهم دیگر به ترتیب ۰/۸۶، ۰/۸۶ و ۰/۸۲ به دست آمده است (سلیمی، جوکار و نیک پور، ۱۳۸۸). مقدار آلفای کرونباخ کل پرسشنامه مذکور در پژوهش حاضر ۰/۸۳ به دست آمد.

پرسشنامه کلیشه های جنسیتی و مقیاس باورهای مربوط به زنان بلک^{۶۷} و اسنل^{۶۸} (۱۹۸۹): این پرسشنامه شامل ۷۵

سؤال با طیف لیکرت از بسیار موافقم تا بسیار مخالفم و شامل ۶ مقیاس زیر است: بعد جسمانی، بعد اجتماعی، بعد اقتصادی، بعد جنسی (گرایش جنسی، شوخ طبعی جنسی، رفتار اغواگرانه ای جنسی)، بعد روانی (تسلط داشتن، منفعل بودن، آسیب پذیر بودن، بینش

⁶³-Buttner.

⁶⁴ - NEO-Personality Inventory-Revised.

⁶⁵ - Multidimensional Scale of Perceived Social Support.

⁶⁶-Zimet.

⁶⁷-Belk.

⁶⁸-Snell.

هیجانی، آگاهی ظاهری)، بعد شناختی (رفتار غیر منطقی، روش منطقی، قدرت تصمیم‌گیری) (جمعاً ۱۵ خرده مقیاس). روایی این پرسش‌نامه از طریق همبستگی با نگرش‌های ناکارآمدی پاور^{۶۹} و همکاران (۱۹۹۴) ۰/۹۲ به دست آمد و پایانی آن از طریق آلفای کرونباخ بر روی ۱۵۰ نفر، برابر با ۰/۷۳ بود. ضریب آلفای کرونباخ کل این پرسشنامه در پژوهش حاضر ۰/۷۹ بود.

مقیاس تعارض کار و خانواده: در پژوهش حاضر برای سنجش تعارض متقابل کار و خانواده از پرسشنامه نت مایر (نت مایر^{۷۰})، بولز^{۷۱} و مک مورین^{۷۲} (۱۹۹۶) استفاده گردید. این پرسشنامه دارای ۱۰ سوال است که پنج سوال اول آن، تعارض کار-خانواده و سوال دوم، تعارض خانواده-کار را اندازه‌گیری می‌کند. روایی هر دو قسمت پرسشنامه مذکور، به وسیله سازندگان آن با ۱۶ سازه روان‌شناختی مانند خشنودی از زندگی، رضایت شغلی، تعارض و ابهام نقش مورد بررسی قرار گرفته است و نتایج حاکی از ارتباط منفی رضایت شغلی و خشنودی از زندگی و ارتباط مثبت تعارض و ابهام نقش با این پرسشنامه است (هسنی^{۷۳}، ۲۰۰۵). به نقل از ملکپها، باغبان و فاتحی زاده (۱۳۸۸). پایایی بخش اول این پرسشنامه در ایران با حجم نمونه ۱۰۰ نفر به روش آلفای کرونباخ ۰/۸۲ و پایایی بخش دوم آن ۰/۹۲ به دست آمده است (ملکپها و همکاران، ۱۳۸۸). مقدار آلفای کرونباخ پرسشنامه مذکور در این پژوهش ۰/۸۱ بود.

روش تجزیه و تحلیل داده‌ها: به منظور تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده و پاسخگویی به سوالات پژوهش از روش‌های آماری ضریب همبستگی و رگرسیون گام به گام^{۷۴} استفاده شد.

یافته‌ها:

نتایج حاصل از میانگین، انحراف معیار و مقدار کمینه و بیشینه هر یک از مقیاس‌های به کار رفته در این پژوهش در جدول ۱ ارائه گردیده است.

جدول ۱: شاخص‌های توصیفی متغیرهای پژوهشی در زنان کارآفرین

متغیر	تعداد	مقدار کمینه	مقدار بیشینه	میانگین	انحراف معیار
روان رنجورخویی	۶۰	۳	۳۰	۱۷.۴۶	۶.۰۷
بروتگرایی	۶۰	۱۹	۳۸	۳۰.۱۰	۴.۸۷
گشودگی به تجربه	۶۰	۲۳	۴۱	۳۳	۴.۱۰
خوشایندی	۶۰	۲۰	۳۵	۲۶.۷۰	۳.۸۹
وظیفه‌شناسی	۶۰	۲۳	۴۶	۳۷.۰۶	۴.۵۰
خانواده	۶۰	۴	۲۸	۲۱.۹۰	۶.۳۳
دوستان	۶۰	۴	۲۸	۱۹.۴۰	۶.۵۹
افراد خاص	۶۰	۴	۲۸	۱۹.۳۳	۷.۰۵
نمره کل حمایت اجتماعی	۶۰	۲۴	۸۴	۶۰.۶۳	۱۴.۷۸
تعارض کار - خانواده	۶۰	۵	۳۴	۱۴.۲۰	۷.۵۲
تعارض خانواده - کار	۶۰	۵	۳۵	۱۲.۹۶	۷.۹۲
باورهای کلیشه‌ای	۶۰	-۳۴	۷۱	۲۱.۱۳	۲۱.۳۲

در جدول ۲ ضرایب همبستگی پیرسون بین متغیرهای پژوهش ارائه شده است. قبل از انجام تحلیل‌های اکتشافی، ضریب همبستگی پیرسون بین ۵ مقیاس بررسی شد. همانگونه که مشاهده می‌شود بین تمام متغیرهای پژوهش، رابطه آماری معنا داری وجود داشت و

⁶⁹-Power .

⁷⁰-Netemeyer.

⁷¹- Boles.

⁷²- McMurrian.

⁷³-Henssy.

⁷⁴- stepwise.

از آنجائیکه تمام همبستگی ها مقادیری کمتر از ۰/۸۵ داشتند، بنابراین وجود رابطه خطی مشترک چندگانه^{۷۵} بین مقیاسها رد شد (تاباچنیک^{۷۶} و فیدل^{۷۷}، ۱۹۹۶).

جدول ۲: ماتریس همبستگی متغیرهای پژوهشی در زنان کارآفرین

متغیر	روان رنجورخوبی	پروتگرایی	خوشایندی	گشودگی	وظیفه شناسی	خانواده	دوستان	افراد خاص	حمایت اجتماعی	تعارض کار - خانواده	تعارض خانواده - کار	رفتار کارآفرینی	باورهای کلیشه ای
روان رنجورخوبی	۱												
پروتگرایی	۰.۷۰۵	۱											
خوشایندی	۰.۳۱۴	۰.۳۶۹	۱										
گشودگی	۰.۱۵۱	۰.۰۹۸	۰.۱۵۴	۱									
وظیفه شناسی	۰.۶۰۴	۰.۴۳۱	۰.۲۹۳	۰.۱۰۴	۱								
خانواده	۰.۲۹۹	۰.۱۷۸	۰.۱۷۶	۰.۰۹۵	۰.۱۷۶	۱							
دوستان	۰.۱۹	۰.۳۴۰	۰.۱۷۸	۰.۰۹۵	۰.۱۷۸	۰.۱۷۸	۱						
افراد خاص	۰.۲۳۱	۰.۰۷۶	۰.۱۸۰	۰.۰۹۵	۰.۱۷۸	۰.۱۷۸	۰.۱۷۸	۱					
حمایت اجتماعی	۰.۲۴۷	۰.۰۵۷	۰.۱۶۴	۰.۱۱۶	۰.۱۱۶	۰.۱۱۶	۰.۱۱۶	۰.۱۱۶	۱				
تعارض کار - خانواده	۰.۳۸۵	۰.۲۳۵	۰.۰۵۴	۰.۰۸۶	۰.۰۸۶	۰.۰۸۶	۰.۰۸۶	۰.۰۸۶	۰.۲۰۸	۱			
تعارض خانواده - کار	۰.۴۶۴	۰.۲۴۱	۰.۰۲۹	۰.۲۶۳	۰.۲۶۳	۰.۲۶۳	۰.۲۶۳	۰.۲۶۳	۰.۱۴۵	۰.۵۱۲	۱		
رفتار کارآفرینی	۰.۲۱۰	۰.۱۷۳	۰.۱۳۶	۰.۱۶۲	۰.۱۶۲	۰.۱۶۲	۰.۱۶۲	۰.۱۶۲	۰.۳۴۴	۰.۱۲۴	۰.۱۲۴	۱	
باورهای کلیشه ای	۰.۰۸۸	۰.۱۹۰	۰.۱۸۹	۰.۰۴۳	۰.۱۳۹	۰.۲۹۳	۰.۰۴۹	۰.۰۷۱	۰.۰۹۱	۰.۱۶۷	۰.۱۶۷	۰.۰۳۵	۱
	۰.۰۸۸	۰.۱۹۰	۰.۱۸۹	۰.۰۴۳	۰.۱۳۹	۰.۲۹۳	۰.۰۴۹	۰.۰۷۱	۰.۰۹۱	۰.۱۶۷	۰.۱۶۷	۰.۰۳۵	۰.۰۸۸
	۰.۰۵۰۲	۰.۱۴۵	۰.۱۴۹	۰.۷۴۳	۰.۳۹۱	۰.۰۲۳	۰.۷۱۱	۰.۰۹۲	۰.۱۶۶	۰.۲۰۲	۰.۱۶۶	۰.۷۸۸	۰.۰۵۰۲

⁷⁵-multicollinearity.

⁷⁶-Tabachnick

⁷⁷-Fidell.

همانگونه که ملاحظه می‌شود رفتار کارآفرینی با وظیفه‌شناسی دارای رابطه مثبت و معنا دار بود ($r=0/332$ و $p=0/009$). همچنین بین رفتار کارآفرینی و حمایت دوستان ($r=0/42$ و $p=0/001$) و حمایت اجتماعی کل ($r=0/352$ و $p=0/006$) هم رابطه مثبت و معنا دار وجود داشت.

به منظور پاسخگویی به سوال پژوهش (پیش‌بینی کننده‌های رفتار کارآفرینی)، تحلیل رگرسیون به شیوه گام به گام مورد استفاده قرار گرفت. در این پژوهش کارآفرینی به عنوان متغیر ملاک و پنج صفت شخصیت، حمایت اجتماعی، تعارض متقابل کار-خانواده و باورهای جنسیتی کلیشه‌ای به عنوان متغیرهای پیش‌بین وارد معادله رگرسیون شدند. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل رگرسیون گام به گام رفتار کارآفرینی (جدول‌های ۳ و ۴) نشان دادند که در رفتار کارآفرینی در زنان کارآفرین توسط حمایت دوستان ($\beta=0/114$) و صفت شخصیتی وظیفه‌شناسی ($\beta=0/123$) پیش‌بینی می‌شود ($F=9/921$ و $P=0/000$). این متغیرها در مجموع ۲۵/۸ درصد از تغییرات در نمرات رفتار کارآفرینی را پیش‌بینی می‌کنند.

جدول ۳: تحلیل واریانس رگرسیون وظیفه‌شناسی و حمایت از جانب دوستان در پیش‌بینی رفتار کارآفرینی

منبع تغییرات	مجموع مجذورات	درجه آزادی	متوسط مجذورات	F	معنی داری
رگرسیون	۵۷/۵۱۴	۲	۲۸/۷۵۷	۹/۹۲۱	۰/۰۰۰
خطا	۱۶۵/۲۲	۵۷	۲/۸۹۸		
کل	۲۲۲/۷۳۳	۵۹			

جدول ۴: ضرایب رگرسیون گام به گام رفتار کارآفرینی در حمایت دوستان و وظیفه‌شناسی

مدل	ضرایب استاندارد شده	T	سطح معنی داری
ثابت	β ۴۴/۲۳۲	۲۱/۶۶۸	۰/۰۰۰
وظیفه‌شناسی	۰/۱۲۳	۲/۴۷۲	۰/۰۱۶
حمایت از جانب دوستان	۰/۱۱۴	۳/۳۶۶	۰/۰۰۱

این یافته‌ها مبین آن است که در زنان کارآفرین، هرچه نمره فرد در وظیفه‌شناسی و حمایت دوستان بیشتر باشد، بیشتر احتمال دارد که در رفتار کارآفرینی نمره بالاتری را کسب کنند. به این معنا که به ازای یک واحد تغییر در متغیر وظیفه‌شناسی، رفتار کارآفرینی ۰/۱۲۳ واحد در کارآفرینان تغییر می‌کند. همچنین یک واحد تغییر در حمایت از جانب دوستان، سبب ۰/۱۱۴ تغییر در رفتار کارآفرینی می‌شود.

بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش به بررسی ویژگی‌های شخصیتی و اجتماعی مرتبط با رفتار کارآفرینی در زنان کارآفرین پرداخته شده است. نتایج نشان داد که بین رفتار کارآفرینی و صفت شخصیتی وظیفه‌شناسی، حمایت اجتماعی و حمایت از جانب دوستان رابطه مثبت و معنی داری وجود داشت. همچنین نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل رگرسیون آشکار ساخت که ترکیب خطی متغیرهای پیش‌بین وظیفه‌شناسی و حمایت از جانب دوستان، قادرند که بیش از ۲۵٪ از پراکندگی نمرات رفتار کارآفرینی را در زنان کارآفرین پیش‌بینی کنند.

همخوان با نتایج پژوهش حاضر، زاهو^{۷۸} (۲۰۰۶) یافت که افراد کارآفرین در بعد وظیفه‌شناسی نسبت به افراد عادی امتیاز بالایی را کسب می‌کنند. اشمیت-رادرموند^{۷۹} (۲۰۰۴) بیان می‌کند که افراد کارآفرین در طول زندگی خویش برونگرایی، گشودگی به تجربه و وظیفه‌شناسی بالایی را از خود نشان می‌دهند. همچنین بارون و مارکمن (۲۰۰۳) در پژوهشی نشان دادند که کارآفرینان به علت دارا بودن بعضی ویژگی‌های شخصیتی مانند خودکارآمدی و وظیفه‌شناسی، توانایی درک فرصت‌ها، پشتکار، سرمایه اجتماعی و

⁷⁸-Zhao

⁷⁹-Schmitt-Rodermund.

انسانی و مهارت‌های اجتماعی احتمال موفقیت بیشتر و عملکرد بهتر و بهره‌وری بیشتری خواهند داشت. برند استاتر^{۸۰} (۲۰۱۱) معتقد است که صفت وظیفه‌شناسی وابسته به قابلیت اطمینان، پشتکار، سازماندهی و استقامت در کار سخت است و انگیزه در عملکرد نهایی را نشان می‌دهد و افراد کارآفرین، هدفمند با اراده و مصمم هستند. همچنین افراد وظیفه‌شناس سطح آرزوی بالایی دارند و خیلی سخت کار می‌کنند تا به هدف خود برسند و توانایی بالایی در شروع وظایف خود و تکمیل آنها دارند که علی‌رغم آشفتگی‌ها و سختی‌ها در کار دستاز آن بر نمی‌دارند. این افراد قبل از انجام هر عملی تمایل به تفکر بالا دارند. تمامی خصوصیات نامبرده شده برای ایجاد کارآفرینی ضروری می‌باشد و در واقع کارآفرینان برای این که به هدفهایشان برسند احتیاج دارند که وظیفه‌شناس باشند (کریستوف^{۸۱}، زابل^{۸۲} و جونز^{۸۳}، ۲۰۰۸).

وظیفه‌شناسی رفتار تکلیف‌محور و هدف‌محور را شامل می‌شود و مشخص می‌کند که یک نفر تصمیم خود را برای انجام یک عمل ادامه می‌دهد و به سرانجام می‌رساند. در واقع وظیفه‌شناسی، ویژگی شخصیتی مرتبط با عملکرد شغلی مطلوب و سپر محافظت‌کننده در برابر فشارهای شغلی می‌باشد (دمروتی^{۸۴}، ۲۰۰۶). افرادی که در بعد وظیفه‌شناسی نمرات بالایی کسب می‌کنند دارای ویژگی‌هایی چون سختکوشی، نظم، دقت عمل قابل اعتماد بودن هستند و از قوانین و نرم‌ها پیروی می‌کنند. این افراد با وجدان، منطقی و آگاهند و به شایستگی خود در حد بالا اعتماد دارند. بخشی از موفقیت آنها نتیجه سازماندهی و نظم و ترتیب آنهاست که موجب کفایت شغلیشان می‌شود (توکر^{۸۵}، فیشر^{۸۶} و سابیح^{۸۷}، ۱۹۹۸). از طرفی تلاش و پشتکار قوی هم یکی از خصوصیات کارآفرینان است. کارآفرینان با توجه به اعتماد بالایی که به خود دارند، ناکامی‌ها را با بردباری تحمل می‌کنند، با سعی و تلاش خود ادامه می‌دهند و دست از سخت‌کوشی بر نمی‌دارند تا نتیجه دلخواه را به دست آورند (برند استاتر، ۲۰۱۱). خصوصیت وظیفه‌شناسی و ادامه کار بیش از دیگران و انجام کار بیش از حد نیاز از ویژگی‌های متداول در تمام کارآفرینان می‌باشد. به نظر می‌رسد که فردی که وظیفه‌شناس است، مورد تأیید دیگران قرار می‌گیرد، اعتماد به نفس بیشتری پیدا می‌کند، مسؤلیت پذیرش شده و در نهایت به جایی می‌رسد که احساس می‌کند می‌تواند گروهی از افراد را اداره کند و جزء کارآفرینان شوند (اشمیت - رادرموند، ۲۰۰۴).

از دیگر یافته‌های پژوهش، رابطه مثبت بین حمایت اجتماعی و کارآفرینی بود، بدین صورت که با افزایش ادراک حمایت اجتماعی، رفتار کارآفرینی هم افزایش می‌یافت. پژوهش‌ها بیانگر آن است افرادی که روابط نزدیکتری با دیگران برقرار می‌سازند، تأیید دیگران را به همراه دارند، حمایت و دل‌بستگی به دیگران را ادراک می‌کنند و در مواقع لزوم حمایت‌های مالی و روان‌شناختی بیشتری را دریافت کرده و پیامدهای مناسب‌تری را تجربه می‌کنند (پی‌چوان^{۸۸}، ماو-در^{۸۹} و توربان^{۹۰}، ۲۰۰۸). افراد کارآفرین یکی از مشوق‌های خود برای ایجاد یک شغل جدید را خانواده و دوستان خود ذکر می‌کنند و بیشترین حمایت روان‌شناختی را از آنان دریافت می‌کنند (هدبرگ^{۹۱} و پترسون^{۹۲}، ۲۰۱۱).

80-Brandstatter.

81-Christophe .

82-Zabel .

83-Jones.

84-Demerouti.

85 - Toker.

86 -Fischer.

87 -Subich.

88-Pei-Chuan.

89-Maw-Der.

90- Turban.

91-Hedberg.

92-Petterson.

در مجموع، نتایج پژوهش حاضر بیانگر آن بود که صفت‌های شخصیتی (وظیفه‌شناسی) و عوامل اجتماعی (ادراک حمایت اجتماعی) در بروز رفتار کارآفرینی، ایفای نقش می‌کنند. یافته‌های حاصل از این پژوهش به عنوان یک بررسی مقدماتی و توصیفی درباره کارآفرینی به عنوان یکی از عوامل اساسی در شکوفایی اقتصادی جامعه از یک جهت و از جهت دیگر از لحاظ ایجاد شغل برای افراد و ایجاد احساس ارزشمندی در خود شخص کارآفرین و دیگران، حائز اهمیت است. با این حال باید پژوهش‌های گسترده‌تر و در نمونه‌های متنوع‌تر انجام پذیرد تا نحوه ساز و کار این تاثیرات، نمایان‌تر گردد تا بتوان برای شناسایی و ایجاد تسهیلات برای افرادی که توانایی بالایی در کارآفرینی و ایجاد کسب و کار برای خود و دیگران دارند، تصمیمات و اقدامات مناسبی را انجام داد.

منابع

- سلیمی، عظیمه، جوکار، بهرام، و نیک پور، روشنگر. (۱۳۸۸). ارتباطات اینترنتی در زندگی: بررسی نقش ادراک حمایت اجتماعی و احساس تنهایی در استفاده از اینترنت. فصلنامه علمی-پژوهشی دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی دانشگاه الزهراء. سال هجدهم. صص ۷۹-۵۶.
- گروسی فرشی، میر تقی، مهربار، امیر هوشنگ، و قاضی طباطبایی، محمود. (۱۳۸۰). کاربرد آزمون جدید شخصیتی نئو و بررسی و تحلیل ویژگی‌ها و ساختار عاملی آن در بین دانشجویان دانشگاه‌های ایران. فصلنامه علمی-پژوهشی علوم انسانی دانشگاه الزهراء. سال یازدهم. شماره ۳۹. صص ۱۹۸-۱۷۳.
- فیض، داوود (۱۳۸۸). بررسی تاثیر جنسیت بر ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی دانشجویان: بررسی دانشگاه سمنان. مطالعات اجتماعی - روانشناختی زنان. سال هفتم. صص ۴۴-۲۵.
- مرادی، محبوبه (۱۳۹۰). بررسی مقایسه ویژگی‌های شخصیتی و میزان پذیرش کلیشه‌های جنسیتی در زنان کارآفرین و زنان عادی شهر اراک. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه آزاد اسلامی - واحد اراک.
- ملکیها، مرضیه، باغبان، ایران، و فاتحی زاده، مریم. (۱۳۸۸). بررسی اثربخشی مدیریت تعارض کار-خانواده بر کاهش تعارض کار-خانواده و خانواده - کار زنان شاغل. مطالعات اجتماعی روان‌شناختی زنان. سال هفتم. صص ۱۵۲-۱۳۳.
- Ahmetoglu, G., leutner, F., & Chamorro-Premuzic, s. (2011). EQ-nomic: Understanding the relationship between individual differences in trait emotional intelligence and entrepreneurship. *Personality and Individual Differences*, 51, 1028-1033.
- Armstrong, S, J., & Hird, A. (2009). Cognitive style and entrepreneurial drive of new and mature business owner- managers. *Journal of Business Psychology*, 24, 419-430.
- Baron, R, A., & Markman, G, D. (2003). Beyond social capital: The role of entrepreneurs social competence in their financial success. *Journal of Business Venturing*, 18, 41-60.
- Basle, E. (1998). Entrepreneurs come in all shapes and size. *Indianapolis Business Journal*, 19, 37-51.
- Baum, J, R., & Locke, E, A. (2004). The relationship of entrepreneurial traits, skills, and motivation to subsequent venture growth. *Journal of Applied Psychology*, 89, 587-598.
- Betz, N, E. (2005). Woman's career development. In S. D. Brown & R. W. Lent (Eds.). *Career development an consoling: Putting theory and research to work* (pp 253-277). Hoboken, NJ: Wiley.
- Brandstatter, H. (2011). Personality aspects of entrepreneurship: A look at five meta-analysis. *Personality and Individual differences*, 51, 222-230.
- Busenitz, L, W., West, G, P., Shepherd, D., Nelson, T., Chandler, G, N., & Zacharakin, A. (2003). Entrepreneurship research in emergence: past trends and future directions. *Journal of Management*, 29, 285-299.
- Center of Woman's Business Research. (2003). Completing the picture: Equally-owned firms in 2002. <http://www.ntwho.org/Research/5.6.2003/htm>.

- Christophe, A.N., Zabel, K.L., & Jones, J.R. (2008)** . Conscientiousness and work ethic ideology: A facet level analysis. *Journal of Individual Difference*, 29, 189-198.
- Ciavarella, M.A., Bucholtz, A.K., Riordan, C.M., Gatewood, R.D., & Stokes, G.S. (2007)**. The big five and venture success : Is there a linkage? *Journal of Business Venturing* , 22 , 465-484.
- Coelho, M, P. (2010)**. Unrealistic optimism: Still a neglected trait at work . *Journal of Business Psychology* , 25 , 397-408.
- DeMartino, R., & Babato, R. (2003)**. Differences between woman a man MBA entrepreneurs : Exploring family flexibility and wealth creation as career motivators. *Journal of Business Venturing* , 18 , 815 , 832.
- Demerouti, E.A. (2006)**. Job characteristics, flow and performance: The moderating role of conscientiousness. *Journal of Occupational Health Psychology*, 11, 266-280.
- Dreisler, p. (2008)**. Entrepreneurship : from opportunity to action: the entrepreneurial process. In P.C. Vander Sijde (Eds). *Teaching Entrepreneurship*. (pp5-13). Springer.
- Edmondson, V, C. (1999)**. The elite theory of entrepreneurship challenged : It's a new day and a new niche. *Journal of Career Development* , 26 , 37-49.
- Fairlie, R.W., & Holleran, W. (2012)**. Entrepreneurship training , risk aversion and other personality traits : evidence from a random experiment . *Journal of Economic Psychology* , 33 , 366-378.
- Fuegen, K. (2010)**. Crafting a career : The psychology of women at work : Challenges and solutions for our female workforce. *Sex Roles* , 62, 146-149.
- Harris, J.A., Saltstone, R., & Fraboni, M. (1999)**. An evaluation of the job stress questionnaire whit a sample of entrepreneurs. *Journal of Business and Psychology* , 13 , 447-455.
- Hedberg, C., & Pettersson, K. (2011)**. Disadvantage, ethnic niching or pursuit of a vision? Motives of immigrant women care entrepreneurs in the Ageing Swedish Society. *International Journal of Migration & Integration* , 17 , 122-139.
- Jome, L.M., Donahue, M.P., & Siegel, L.A. (2006)**. Working in the uncharted technology frontier: Characteristics of woman web entrepreneurs. *Journal of Business and Psychology* , 21 , 127-147.
- Miller, M.M., & Bryan, L. (2005)**. Beyond the frying pan : Addressing work issues with woman in therapy. *Contemporary Family Therapy* , 27, 51-63.
- Moore, D, P., & Buttner, E.H. (2007)**. *Woman entrepreneurs: Moving beyond the glass ceiling*. Springer.
- Pei-Chuan, W., Maw-Der, F., & Turban, D.B. (2008)**. The role of personality in relationship closeness , developer assistance , and career success. *Journal of Vocational Behavior*, 73, 440-448.
- Russell, J, E, A., & Burgess, J.R.D. (1998)**. Success and woman's career adjustment . *Journal of Career Assessment* , 6 , 365-387.
- Schmitt-Rodermund, E. (2004)**. Pathways to successful entrepreneurship : Parenting , personality , early entrepreneurial competence and interest. *Journal of Vocational Behaviors* , 65 , 498-518.
- Sexton, D, L., & Bowman-Upton, N, B. (1991)**. *Entrepreneurship : Creativity and growth*. Springer.
- Shane, S. (2003)**. *A general theory of entrepreneurship : The individual-opportunity nexus approach to entrepreneurship*. Springer.
- Sterrett, E, A. (1999)**. A comparison of woman's and men's career transitions. *Journal of Career Development* , 5 , 249-259.
- Sullivan, C., & Lewis, S. (2001)**. Homed-based telework , gender and the synchronization of work and family : Perspectives of teleworkers and their co-residents. *Gender , Work , and Organization* , 8 , 123-145.
- Tabachnick, B., & Fidell, L.S. (1996)**. *Using multivariate statistics*. New York. Happer Collins College.
- Toker, D.M., Fischer, A.R., & Subich, L.M. (1998)**. Personality and vocational behavior: A selective review of the literature , 1993-1997. *Journal of Vocational Behavior*, 53, 115-153.
- Wincent, T.J., & Örtqvist, D. (2009)**. A comprehensive model of Entrepreneur role stress antecedents and consequences. *Journal of Business Psychology* , 24 , 225 , 243.

Zhao, H.(2005).The big five personality and entrepreneurial status. *Journal of Applied Psychology* , 91 , 10-21.