

بررسی اعتبار پارادایم‌های شخصیتی در مطالعه و پیش‌بینی کارآفرینی

نویسنده: دکتر ابراهیم مسعودنیا

استادیار دانشگاه یزد

چکیده

هدف: هدف این مطالعه، تعیین اعتبار پارادایم شخصیتی در مطالعه و پیش‌بینی کارآفرینی بود. روش: این مطالعه به شیوه علی-مقایسه‌ای و بر روی ۱۲۰ نفر (۶۰ نفر کارآفرین و ۶۰ نفر غیر کارآفرین) که با روش نمونه‌گیری تصادفی انتخاب شده بودند، انجام شد. این دو گروه، سپس به پرسشنامه‌های استاندارد شده انگیزه موفقیت، منبع کنترل، عزت نفس، گرایش به خطرپذیری، نوآوری، استقلال، آغازگر بودن، احساس نسبت به دیگران، رهبری، مسئولیت، پشتکار و انرژی فیزیکی پاسخ دادند.

نتایج: نتایج نشان داد که دو گروه تنها در مورد سه متغیر از دوازده متغیر شخصیتی: کنترل شخصی، انگیزه موفقیت و انرژی با یکدیگر تفاوت معنادار داشتند. نتایج تحلیل رگرسیون لجستیک نیز نشان داد که تنها سه متغیر کنترل شخصی، انگیزه موفقیت و مسئولیت توانستند کارآفرینی را پیش‌بینی کنند.

بحث و نتیجه‌گیری: پارادایم‌های شخصیتی در مطالعه کارآفرینی، با مسائل و چالش‌های جدی مواجه هستند. یافته‌های این پژوهش، ادعای آن دسته از محققانی را که از "بحران پارادایم‌های شخصیتی" در مطالعه کارآفرینی سخن می‌رانند تأیید کرده است.

واژگان کلیدی: کارآفرینی، شخصیت

دوماهنامه علمی - پژوهشی

دانشگاه شاهد

سال چهاردهم - دوره جدید

شماره ۲۳

تیر ۱۳۸۶

مقدمه

این موضوع که آیا کارآفرینی می‌تواند به وسیله ویژگی‌های شخصیتی افراد کارآفرین پیش‌بینی شود، توجه بسیاری از محققان را در طول چند دهه اخیر به خود جلب کرده است [۱ و ۲ و ۳]. در سال ۱۹۳۴، شومپتر خاطرنشان ساخت که به احتمال زیاد،

کارآفرینی با شخصیت نوآورانه مرتبط است [۴]. از آن زمان به بعد، غالب محققان از ایده شومپتری ارتباط کارآفرینی با ویژگی‌های شخصیتی تبعیت کردند. با شروع دهه ۱۹۸۰ (دهه کارآفرینی)، موجی از مقالات و آثار در کشورهای توسعه یافته، در راستای تمرکز بر ویژگی‌ها و خصیصه‌های شخصیتی کارآفرینان، این پرسش را مطرح ساختند که «آیا شما از جوهره لازم

برای کارآفرین شدن برخوردار هستید؟» این آثار در واقع در پی آن بودند تا ویژگی‌های مهم کارآفرینان را توصیف کنند. برخی از صاحب‌نظران نیز آزمون‌های ارزیابی از خود (self-evaluative) را به منظور ارزیابی قابلیت‌های افراد در زمینه کارآفرین شدن طراحی کردند، برای مثال چک لیست مشارکت در کسب و کار (checklist for going into business) [۵]. مبنای این پژوهش‌ها و آزمون‌ها، باوری بود که در آغاز، مک-کلند در ۱۹۶۱ [۳] در کتابش با عنوان جامعه موفقیت جو (the achieving society) در ارتباط با انگیزه موفقیت یا نیاز به موفقیت (need for achievement) و به‌علاوه نیازهای دیگر، از جمله قدرت و وابستگی ارائه کرده بود. بر مبنای ایده مک-کلند، کارآفرینان در مقایسه با غیرکارآفرینان، احساس نیاز بیش‌تری به کسب موفقیت می‌کنند [۶]. این ایده مک-کلند، در واقع شالوده پارادایم‌هایی را در تحقیقات مرتبط با کارآفرینی پی‌ریزی کرد که به پارادایم‌های شخصیتی (personality paradigms) مشهور است. این پارادایم‌ها، مشتمل بر سنجش مستقیم خصیصه‌های شخصیتی یا تمایلات انگیزشی هستند که کارآفرینان دارند. علی‌رغم آن‌که از آن زمان به بعد، آثار ابتکاری مک-کلند و دیگران، توسط محققان دیگر [۷ و ۸] مورد انتقاد قرار گرفت، اما تلاش‌های آن‌ها، شالوده‌ای را برای اجرا و تدوین آزمون‌های دقیق‌تر راجع به خصیصه‌های روانشناختی کارآفرینان فراهم ساخت [۹]. به دنبال مک-کلند و همکارانش، محققان بیشماری تلاش‌های زیادی برای یافتن خصیصه‌های شخصیتی که کارآفرینان را از غیرکارآفرینان متمایز می‌سازد، انجام دادند [۱۰ و ۱۵]. پژوهش‌های این محققان، در واقع، همان تداوم پارادایم‌های معمول شخصیتی بود و موضوعاتی نظیر انگیزه موفقیت، مرکز کنترل، خطرپذیری، سبک حل مسئله، و نوآوری را در بر می‌گرفت. در این راستا، هر پژوهشگری، بر متغیر یا متغیرهای خاصی تمرکز کرده، آن‌را مبنای تمایز کارآفرین از غیرکارآفرین معرفی می‌کرد.

برای مثال، ولش در ۱۹۸۴ با مطالعه فعالیت‌های کارآفرینان نتیجه گرفت که آن‌ها دارای خصیصه‌هایی زیر هستند: سلامت فیزیکی مطلوب، نیاز اساسی به کنترل و رهبری همراه با آزادی برای عمل و انتخاب جریان‌های عمل، اعتماد به خود به‌ویژه در مواجهه با سختی‌ها، سائقه سخت‌کوشی، آگاهی جامع نسبت به محیط، جهت‌گیری واقع‌گرایانه، توانایی مفهومی فوق‌العاده، نیاز پایین به پایگاه، رویکرد عینی به روابط بین فردی، ثبات هیجانی و جذب چالش شدن و نه ریسک [۱۶].

پل کونولی در ۱۹۸۶ با جمع‌بندی آرای نظریه پردازانی که با تمرکز بر ویژگی‌های شخصیتی، کارآفرینی را مورد مطالعه قرار دادند، شانزده ویژگی شخصیتی برای کارآفرینان ارائه کرده است: آن‌ها به‌وسیله پول برانگیخته نمی‌شوند، نیازمند موفقیت بالا ولی قدرت پایین هستند، به‌گونه‌ای مغناطیسی دیگران را به سوی اندیشه‌هاشان جذب می‌کنند، در آغاز علاقه‌مند به کسب و کار نیستند، غالباً از درون برانگیخته می‌شوند، زمانی که سایرین از آنان به‌عنوان شورشی یا سخت‌گیر یاد می‌کنند مصمم‌تر می‌شوند، به سختی اقتدار را می‌پذیرند، نیاز بالایی به استقلال دارند، متفکران بسیار انعطاف‌پذیری هستند که به راحتی از یک سبک حل مسئله عقلانی (-rational problem-solving style) به یک سبک حل مسئله شهودی (intuitive problem-solving style) تغییر موضع می‌دهند، در عین واقع‌بینی زیاد، از حس اضطراب و فوریت نیز برخوردارند، بیش‌تر جذب چالش می‌شوند تا مخاطره و ریسک، بیش‌تر به نتایج نظر دارند تا سعی و تلاش، خود را نیازمند به بازخورد و شناخت مکرر می‌بینند، دانش سنتی و آنچه نهادها انجام می‌دهند را به چالش فرا می‌خوانند، از سلامت و هوشیاری بالا برخوردارند، و بالاخره، سبقت‌جویند و موفق به تغییر می‌شوند [۱۷].

کاستا و مک کرا در ۱۹۹۵ مهم‌ترین ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان را در الگوی ویژه‌ای با عنوان

اساسی کارآفرینان نیست. پول بیش تر در حکم ملاکی برای سنجش موفقیت آنها است)، توزیع (distribution) (آنها مالکیت کسب و کارشان را با کسانی که در موفقیتشان سهیمند، توزیع می کنند) [۶].

با توجه به ادبیات ارائه شده در بالا، در ارتباط با جایگاه متغیرها و ویژگی های شخصیتی در پیش بینی کارآفرینی، این پژوهش به بررسی این پرسش پرداخته است که آیا پارادایم های شخصیتی می توانند بر کارآفرین شدن افراد اثر گذاشته آنرا پیش بینی کنند؟ به بیان دیگر، آیا هیچ تفاوتی بین کارآفرینان و غیرکارآفرینان از نظر خصیصه های شخصیتی وجود ندارد؟

روش تحقیق

این تحقیق با روش علی-مقایسه ای (causal-comparative) بر روی ۱۲۰ نفر (۶۰ نفر کارآفرین و ۶۰ نفر غیر کارآفرین) در شهر یزد انجام گرفت. در مرحله اول، ۶۰ نفر از مجموع ۴۲۵ نفری که کسب و کاری را آغاز کرده بودند (اعم از تولیدی و تجاری) و همزمان چند نیروی کار را تحت خدمت داشتند و نیز صاحبان شرکت های تولیدی و تجاری متوسط و کوچک، بر اساس فهرستی که اداره کل کار و امور اجتماعی استان یزد در اختیار داشت، به طور تصادفی انتخاب شدند [محققانی همچون: رابینسون و دیگران در ۱۹۹۱ [۹] نیز برای مقایسه کارآفرینان و غیرکارآفرینان از نظر ویژگی های نگرشی، صاحبان شرکتهای کوچک و متوسط را با کارگران و کارکنان یقه سفید شاغل در آن شرکتهای، مقایسه کردند]. این گروه از افراد، براساس تعریف، کارآفرین نامیده شدند. در مرحله بعد، ۶۰ نفر از کارگران و کارکنان همان بنگاه های کوچک و متوسط که در این پژوهش، غیرکارآفرین نامیده می شوند، برای مقایسه انتخاب شدند [محققانی همچون رابینسون و دیگران در ۱۹۹۱ [۹] نیز برای مقایسه کارآفرینان و غیرکارآفرینان از نظر ویژگی های نگرشی، صاحبان شرکتهای کوچک و متوسط را با کارگزاران

«پنج عامل بزرگ» مطرح ساختند. این پنج ویژگی، عبارتند از: برون گرایی (extraversion)، وظیفه شناسی (conscientiousness)، سعه صدر (openness)، توافق (agreeableness) و روان رنجورخویی (neuroticism). از نظر آنان، کارآفرینان، با سطوح بالاتر برون گرایی، وظیفه شناسی و سعه صدر، و سطوح پایین توافق و روان رنجورخویی مشخص می شوند [۱۸].

تیمونز در ۱۹۹۰ با ترکیب نتایج مطالعات مکرر خود راجع به ویژگی های شخصیتی کارآفرین، دوازده ویژگی را برمی شمرد: تعهد و عزم راسخ، اشتیاق نسبت به مسئولیت، اشتغال ذهنی نسبت به فرصت، مدارا نسبت به خطر، ابهام و عدم قطعیت، اتکا به خود، خلاقیت و انعطاف پذیری، تمایل به بازخورد فوری، سطح بالای انرژی، انگیزش نسبت به ممتاز شدن، جهت گیری نسبت به آینده، تمایل به یادگیری از طریق نقائص و خطاها، و توانایی رهبری [۱۹].

سرانجام بیگراو در ۱۹۹۷ مهم ترین ویژگی های روانشناختی کارآفرینان را در آنچه که خود «D 10» (The 10 Ds) می نامد، خلاصه کرده است: رؤیا (dream) (آنها تصویری از آنچه در آینده برایشان خوشایند خواهد بود، در ذهن دارند)، قاطعیت (decisiveness) (آنان به هیچ وجه اهل مسامحه نیستند)، اهل عمل (doers) (زمانی که تصمیم به عمل گرفتند، آن را سریعاً به انجام می رسانند)، عزم راسخ (determination) (آنان کسب و کار خود را با تعهد کامل انجام داده به ندرت دست از کار می کشند)، شیفتگی (devotion) (آنان نسبت به آنچه انجام می دهند، عشق می ورزند)، احساس تعهد (dedication) (در قبال کسب و کارشان، احساس تعهد می کنند حتی اگر به هزینه روابطشان با دوستان و خانواده تمام شود)، ظرافت (detial) (آنان در رأس ظرافت های اساسی هستند)، سرنوشت (destiny) (بیش تر می خواهند متصدی سرنوشت خودشان باشند تا وابسته به کارفرما)، دلار (dollar) (دستیابی به ثروت، محرک

طیف پنج درجه‌ای لیکرت (خیلی زیاد، زیاد، نسبتاً زیاد، کم، خیلی کم) درجه‌بندی و با ۱۰ آیتم، اندازه‌گیری شد. مقدار آلفای این متغیر، ۰/۸۵ محاسبه گردید.

۴. عزت نفس (self-esteem): این مورد به اعتماد و اتکا به نفس و شایستگی ادراک شده فرد در زمینه موضوعات مربوط به کسب و کار اشاره دارد [۲۵]. برای سنجش عزت نفس، از مقیاس عزت نفس روزنبرگ [۲۶] استفاده گردید. آیت‌های این پرسشنامه، براساس طیف پنج درجه‌ای لیکرت (خیلی زیاد، زیاد، نسبتاً زیاد، کم، خیلی کم) و با ۱۰ آیت‌های اندازه‌گیری شد. مقدار آلفای این متغیر، ۰/۷۵ محاسبه گردید.

۵. نوآوری (innovation): در این پژوهش، فرد نوآور براساس تعریف شومپتری کسی است که کالاها یا خدمات جدید تولید می‌کند، روش‌های نوین برای تولید ارائه می‌دهد، بازارهای جدیدی راه‌اندازی می‌کند، منابع جدید مواد خام را می‌یابد و سازمان جدیدی در ارتباط با صنعت مورد نظر ایجاد می‌کند [۲۷]. برای اندازه‌گیری این متغیر، از مقیاس جهت‌گیری نگرشی کارآفرینانه (EAO) رایبسون و دیگران [۹] و با ۱۲ سؤال به سبک مقیاس پنج درجه‌ای طیف لیکرت (قویاً موافق، موافق، نه موافق نه مخالف، مخالف، قویاً مخالف) استفاده شد. مقدار آلفای محاسبه شده برابر با ۰/۷۳ بود.

۶. خطرپذیری (risk-taking): منظور از این عنوان احتمال ادراک شده دریافت پاداش‌های مربوط به موفقیت است، پیش از آن‌که فرد خودش را در معرض نتایج مربوط به شکست قرار دهد [۲۴ و ۲۸]. این متغیر، با استفاده از چک لیست مشارکت در کسب و کار [۵] و با ۳ آیت‌های پنج درجه‌ای (قویاً موافق، موافق، نه موافق نه مخالف، مخالف، قویاً مخالف) سنجیده شد. مقدار آلفای محاسبه شده برای این متغیر ۰/۸۲ محاسبه گردید.

۷. استقلال (autonomy): این متغیر عبارت است از کنترل داشتن بر سرنوشت خود، کاری را برای خود

و کارکنان یقه سفید شاغل در آن شرکت‌ها مقایسه کردند]. این دو گروه، سپس به پرسشنامه‌های استاندارد شده مربوط به متغیرهای انگیزه موفقیت، منبع کنترل، عزت نفس، گرایش به خطرپذیری، نوآوری، استقلال، آغازگر بودن، احساس نسبت به دیگران، رهبری، مسئولیت، پشتکار و انرژی فیزیکی پاسخ دادند. مقدار پایایی ابزار اندازه‌گیری با استفاده از آلفای کرونباخ ۰/۸۰ محاسبه گردید.

سنججه‌ها

۱. کارآفرین (entrepreneur): به فردی اطلاق می‌شود که فرصتی را درمی‌یابد و سازمانی را برای تعقیب آن پی‌ریزی می‌کند [۶]. در این پژوهش، کارآفرین به کسی اطلاق شد که کسب و کار و یا شرکت‌های کوچک و متوسط تولیدی و یا تجاری داشته، چند نیروی کار را تحت خدمت دارد. این صفت با یک سؤال دو گزینه‌ای مبنی بر صاحب کسب و کار بودن و یا کارگر و کارکن بودن، مورد پرسش قرار گرفت.

۲. کنترل شخصی (personal control): این عنوان به کنترل ادراک شده بر وقایع زندگی یک شخص اشاره دارد [۲۰]. مرکز کنترل در این پژوهش، با مقیاس مرکز کنترل روتر [۲۱] (۱۱ آیت‌م) سنجیده شد. آیت‌های پرسشنامه مرکز کنترل، بر اساس طیف پنج درجه‌ای لیکرت (قویاً موافق، موافق، نه موافق نه مخالف، مخالف، قویاً مخالف) درجه‌بندی شدند. مقدار آلفای این متغیر ۰/۷۷ محاسبه گردید.

۳. انگیزه موفقیت (Achievement motivation) انگیزه موفقیت می‌تواند به‌عنوان رفتاری تعریف گردد که در جهت رقابت برای رسیدن به سطح مطلوب انجام می‌پذیرد [۲۲]. پژوهش‌ها نشان داده که انگیزه موفقیت، در بین کارآفرینان، به‌ویژه پایه‌گذاران شرکت‌ها، در مقایسه با غیرکارآفرینان و حتی مدیران، بالاتر است [۲۳ و ۲۴]. متغیر انگیزه موفقیت، با استفاده از مقیاس جهت‌گیری نگرشی کارآفرینانه (EAO) (entrepreneurial attitude orientation) [۹] بر اساس

مخالف، قویاً مخالف) اندازه‌گیری شد. مقدار آلفای محاسبه شده برای این متغیر ۰/۷۰ محاسبه گردید.

۱۱. پشتکار (perseverance): این متغیر به میزان جدیت و سماجت فرد به‌منظور به پایان رساندن یک کار، بعد از شروع آن اشاره دارد. عقیده بر این است که کارآفرینان زمانی که ذهن خود را به کاری معطوف می‌کنند، به هیچ‌کس اجازه نمی‌دهند که آنان را منصرف سازد. در مقابل، غیرکارآفرینان، اگر کارهاشان به‌خوبی پیش نرود، نسبت به آن‌ها بی‌علاقه خواهند شد. این متغیر نیز با استفاده از چک لیست مشارکت در کسب و کار و با ۳ آیتم پنج درجه‌ای (قویاً موافق، موافق، نه موافق نه مخالف، مخالف، قویاً مخالف) سنجیده شد. مقدار آلفای محاسبه شده برای این متغیر ۰/۷۹ محاسبه گردید.

۱۲. مسئولیت (responsibility): در این متغیر به درجه پذیرش وظایف از سوی افراد توجه می‌شود. عقیده بر این است که کارآفرینان، بیش‌تر تمایل دارند مسئولیت کارها را خود برعهده گیرند. در مقابل، غیرکارآفرینان اجازه تصمیم‌گیری را به دیگران می‌دهند. متغیر مسئولیت نیز با استفاده از چک لیست مشارکت در کسب و کار و با ۳ آیتم پنج درجه‌ای (قویاً موافق، موافق، نه موافق نه مخالف، مخالف، قویاً مخالف) سنجیده شد. مقدار آلفای محاسبه شده برای این متغیر، ۰/۸۴۴ محاسبه گردید.

۱۳. انرژی فیزیکی (physical energy): این متغیر به درجه سلامت و قدرت فیزیکی مطلوب افراد اشاره دارد. فرض می‌شود که افراد کارآفرین در مقایسه با دیگران، از سلامت و انرژی بالاتر برخوردار بوده، کم‌تر احساس خستگی می‌کنند. این متغیر نیز با استفاده از چک لیست مشارکت در کسب و کار و با ۳ آیتم پنج درجه‌ای (قویاً موافق، موافق، نه موافق نه مخالف، مخالف، قویاً مخالف) سنجیده شد. مقدار آلفای محاسبه شده برای این متغیر ۰/۷۷ محاسبه گردید.

انجام دادن و آقای خود بودن. فرض بر این است که کارآفرینان در مقایسه با غیرکارآفرینان، بیش‌تر تمایل دارند تا کارها را براساس سلیقه خود انجام دهند، نه دستور دیگران [۲۹]. این متغیر نیز با استفاده از چک لیست مشارکت در کسب و کار و با ۳ آیتم پنج درجه‌ای (قویاً موافق، موافق، نه موافق نه مخالف، مخالف، قویاً مخالف) سنجیده شد و مقدار آلفای محاسبه شده برای این متغیر ۰/۷۸ محاسبه گردید.

۸. آغازگر بودن (self - starter): این متغیر به این نکته اشاره دارد که آیا شخص خودش آغازگر کار است یا براساس دستورات دیگران، کاری را شروع می‌کند. پژوهش‌ها نشان می‌دهد که کارآفرینان معمولاً کارهایی را انجام می‌دهند که مربوط به خودشان باشد [۳۰]. متغیر آغازگر بودن، با استفاده از چک لیست مشارکت در کسب و کار و با ۳ آیتم پنج درجه‌ای (قویاً موافق، موافق، نه موافق نه مخالف، مخالف، قویاً مخالف) سنجیده شد. مقدار آلفای محاسبه شده برای آن ۰/۷۰ محاسبه گردید.

۹. احساس نسبت به دیگران (sense to others): منظور از این متغیر، چگونگی نگرش فرد نسبت به سایرین است که امکان دارد طیفی از احساس مثبت و خوش مشرب بودن تا سختگیری در کار با دیگران و تمایلات منفی را دربرگیرد. این متغیر نیز با استفاده از چک لیست مشارکت در کسب و کار و با ۳ آیتم پنج درجه‌ای (قویاً موافق، موافق، نه موافق نه مخالف، مخالف، قویاً مخالف) سنجیده شد. مقدار آلفای محاسبه شده برای این متغیر ۰/۸۶ محاسبه گردید.

۱۰. رهبری (leadership): این متغیر به توانایی اداره دیگران و یا اداره کسب و کار اشاره دارد. فرض بر این است که کارآفرینان در مقایسه با غیرکارآفرینان، قابلیت بیش‌تری برای وادار کردن دیگران به کار دارند. در مقابل، غیرکارآفرینان، غالباً منتظر تصمیم دیگران می‌مانند. این متغیر با استفاده از چک لیست مشارکت در کسب و کار و با ۳ آیتم پنج درجه‌ای به سبک لیکرت (قویاً موافق، موافق، نه موافق نه مخالف،

روش‌های آماری

داده‌ها، با استفاده از نرم‌افزار SPSS مورد تحلیل قرار گرفتند. از آزمون تی (t) مستقل، به منظور سنجش تفاوت دو گروه کارآفرین و غیرکارآفرین با توجه به ۱۲ متغیر شخصیتی استفاده گردید. برای سنجش همبستگی‌های درونی بین متغیرهای شخصیتی، از همبستگی پیرسون استفاده. از تحلیل رگرسیون چندگانه لجستیک، برای تعیین سهم متغیرهای وارد شده در مدل در تبیین واریانس کارآفرینی و پیش‌بینی عضویت گروهی استفاده گردید.

یافته‌ها

۱. همبستگی بین متغیرهای شخصیتی

جدول ۱ ماتریس همبستگی چندگانه میان متغیرهای شخصیتی را نشان می‌دهد. نتایج نشان می‌دهد که متغیر مرکز کنترل، بالاترین همبستگی مثبت را به ترتیب با متغیر انرژی و پشتکار دارد. متغیر نوآوری، بالاترین

همبستگی مثبت را به ترتیب با عزت نفس، انگیزه موفقیت و آغازگر بودن دارد. این متغیر همچنین از همبستگی منفی نیرومندی با متغیر استقلال برخوردار است. متغیر عزت نفس، همبستگی مثبت قوی با انگیزه موفقیت دارد. انگیزه موفقیت، از همبستگی مثبت نیرومند با متغیر آغازگر بودن، و همبستگی منفی نسبتاً خوب با متغیر انرژی برخوردار است. آغازگر بودن، همبستگی مثبت نسبتاً قوی با متغیر پشتکار دارد. متغیر احساس نسبت به دیگران، همبستگی مثبت خوبی با متغیر پشتکار داشت. متغیر مسئولیت از همبستگی مثبت نیرومندی، به ترتیب با استقلال، خطرپذیری و انرژی برخوردار است. متغیر انرژی همبستگی مثبت نیرومند با متغیرهای انرژی و استقلال دارد. متغیر خطرپذیری، رابطه نیرومند مثبت با استقلال و خطرپذیری دارد. نکته جالب این‌که متغیر رهبری، هیچ‌گونه رابطه معناداری با سایر متغیرهای شخصیتی ندارد.

جدول ۱: ماتریس همبستگی متغیرهای شخصیتی

متغیر	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲
۱. کنترل شخصی	۱/۰۰۰											
۲. نوآوری	۱/۱۵۰	۱/۰۰۰										
۳. عزت نفس	۱/۰۳۸	۴۴۵***	۱/۰۰۰									
۴. انگیزه موفقیت	-۱/۰۹۵	۳۰۹***	۵۳۷***	۱/۰۰۰								
۵. آغازگر بودن	-۱/۰۳۸	۱۸۶*	۰۵۳	۲۶۷**	۱/۰۰۰							
۶. احساس نسبت به دیگران	۱/۱۶۸	-۱/۰۲۷	۱/۰۱	-۱/۲۵	-۱/۰۸۸	۱/۰۰۰						
۷. رهبری	-۱/۰۳۷	-۱/۰۲۲	-۱/۰۴۱	-۱/۰۴	۱/۰۰۵	۱/۰۵۹	۱/۰۰۰					
۸. مسئولیت	۱/۱۳۱	-۱/۰۲۰	-۱/۰۴۱	-۱/۰۸۲	۱/۰۲۲	۱/۰۶۴	۱/۱۷۸	۱/۰۰۰				
۹. پشتکار	***	-۱/۱۶۶	-۱/۰۰۶	۱/۰۸۱	۲۱۶*	۲۲۵*	۱/۰۷۸	۱/۱۰۹	۱/۰۰۰			
۱۰. انرژی	***	-۱/۰۲۵	-۱/۰۸۰	-۱/۱۹۷*	-۱/۰۰۱	۱/۰۱۵	۱/۱۰۲	۳۳۹***	۲۶۲**	۱/۰۰۰		
۱۱. خطرپذیری	۱/۰۲۴	-۱/۱۷۴	۱/۰۳۶	۱/۱۴۸	۱/۰۱۳	-۱/۱۰۴	۱/۱۴۷	۱/۱۴۸	۲۷۷**	۳۱۶***	۱/۰۰۰	
۱۲. استقلال	۱/۱۲۹	-۱/۲۴۵**	۱/۰۰۵	-۱/۰۱۵	۱/۰۲۱	-۱/۱۵۶	-۱/۰۵۱	۳۲۳***	۲۸۰**	۳۹۷**	۲۱۸*	۱/۰۰۰

$$* P \leq 0/05; ** P \leq 0/01; *** P \leq 0/001$$

مورد مقایسه قرار گرفت. جدول ۲ نشان می‌دهد که دو گروه، تنها در ارتباط با ۳ متغیر منبع کنترل با مقدار $(t_{(118)} = -11.01; P \leq 0.001)$ متغیر انرژی با مقدار $(t_{(118)} = -2.9; P \leq 0.05)$ و متغیر انگیزه

۲. مقایسه کارآفرینان و غیرکارآفرینان با توجه به متغیرهای شخصیتی

ویژگی‌های شخصیتی دو گروه (کارآفرینان و غیرکارآفرینان)، با استفاده از آزمون «تی» (t) مستقل

لذا می توان استدلال کرد که این متغیرها نمی توانند بر کارآفرین شدن تأثیری داشته باشند.

موفقیت با مقدار $(t_{(118)} = 2.44; P < 0.05)$ با یکدیگر تفاوت معنادار داشتند. به بیان دیگر، از میان ۱۲ متغیر شخصیتی، تنها ۳ متغیر (منبع کنترل، انرژی و انگیزه موفقیت) بر کارآفرینی تأثیر داشتند. دو گروه، از نظر سایر متغیرها تفاوت معناداری با یکدیگر نداشتند.

جدول ۲: مقایسه دو گروه کارآفرین و غیر کارآفرین با توجه به ۱۲ متغیر شخصیتی

متغیر	تی (t)	غیر کارآفرینان (M,SD)n=60	کارآفرینان (M,SD)n=60	سطح معنی داری
آغازگر بودن	۰/۸۷۳	۲/۲(۰/۸۶)	۱/۱(۰/۸۱)	۰/۳۸۲
احساس نسبت به دیگران	-۱/۷۲	۲/۷(۰/۶۳)	۲/۹(۰/۳۹)	۰/۰۸۸
رهبری	۰/۲۳۱	۲/۳(۰/۷۹)	۲/۳(۰/۷۸)	۰/۸۱۸
مسئولیت	-۱/۶۶	۲/۲(۰/۵۴)	۲/۳(۰/۵۵)	۰/۰۹۹
پشتکار	-۱/۱۲	۲/۲(۰/۵۷)	۲/۴(۰/۷۲)	۰/۲۶۵
انرژی	-۲/۹	۱/۹(۰/۴۸)	۲/۲(۰/۶۳)	** (۰/۰۰۴)
خطر پذیری	۰/۲۸۵	۱/۷(۰/۵۷)	۱/۷(۰/۶۹)	۰/۷۷۶
استقلال	-۰/۳۱۲	۲/۲(۰/۶۳)	۲/۳(۰/۵۳)	۰/۷۷۵
کنترل شخصی	-۱/۰۱	۲/۷۴(۰/۴۷)	۳/۶۷(۰/۴۴)	*** (۰/۰۰۰)
نوآوری	۰/۶۸	۳/۵(۰/۵۲)	۳/۶(۰/۳۶)	۰/۹۴۵
عزت نفس	۰/۸۳۵	۳/۵(۰/۶۸)	۳/۴(۰/۶۲)	۰/۴۰۵
انگیزه موفقیت	۲/۴۴	۳/۵(۰/۵۹)	۳/۸(۰/۴۶)	* (۰/۰۱۶)

* $P < 0.05$; ** $P < 0.01$; *** $P < 0.001$

با مقدار $(B=4/458; P < 0.001)$ ، انگیزه موفقیت با مقدار $(B = -1/822; P < 0.01)$ و متغیر مسئولیت با مقدار $(B = 1/561; P < 0.05)$ می توانند کارآفرین شدن یا نشدن آزمودنی ها را پیش بینی کنند. به بیان دیگر، این سه متغیر، تأثیر بسیار قوی بر احتمال کارآفرین شدن افراد دارند؛ اما اثر سایر متغیرها، قابل چشم پوشی است. در کل، مدل رگرسیون توانسته ۸۶/۷ درصد از آزمودنی ها را به درستی طبقه بندی کند. به بیان دیگر، این مدل نشان می دهد که ۸۶/۷ درصد از پیش بینی ها درست انجام شده اند. مدل رگرسیون نیز با توجه به مقدار $(C^2 = 8/001; P < 0.05)$ معنادار بوده است.

تحلیل چندمتغیره متغیرهای شخصیتی و کارآفرینی با استفاده از تحلیل رگرسیون لجستیک، قابلیت ۱۲ متغیر شخصیتی در پیش بینی کارآفرینی دو گروه (کارآفرینان و غیر کارآفرینان) مورد بررسی قرار گرفت (جدول ۳). در این جا کارآفرینی به عنوان متغیر وابسته و متغیرهای مرکز کنترل، نوآوری، عزت نفس، انگیزه موفقیت، احساس نسبت به دیگران، رهبری، مسئولیت، پشتکار، انرژی، خطرپذیری و استقلال به عنوان متغیرهای پیش بین وارد مدل شدند. نتایج جدول ۳ نشان می دهد که مجموع متغیرهای وارد شده در مدل، ۷۵/۱ درصد از واریانس متغیر وابسته (کارآفرین شدن) را تبیین کردند. از میان این متغیرها، ۳ متغیر مرکز کنترل

جدول ۳: مدل رگرسیون لجستیک برای پیش‌بینی کارآفرینی

متغیر	Wald	S.E	B	سطح معناداری
کنترل شخصی	۳۴/۶۸	۰/۷۵۷	۴/۴۵۸	***۰/۰۰۰
نوآوری	۲/۹۰۴	۱/۱۲	-۱/۹۲	۰/۰۸۸
عزت نفس	۰/۲۵۰	۰/۷۴	-۰/۳۷۰	۰/۶۱۷۴
انگیزه موفقیت	۷/۲۲۴	۰/۶۷۰	-۱/۸۲۲	**۰/۰۰۷
آغازگر بودن	۰/۲۲۹	۰/۴۷	۰/۵۲۸	۰/۲۶۸
احساس نسبت به دیگران	۰/۰۳۳	۰/۶۷	۰/۱۲۲	۰/۸۵۷
رهبری	۰/۴۷۹	۰/۴۲	۰/۲۹۲	۰/۴۸۹
مسئولیت	۴/۴۰۷	۰/۷۴۴	۱/۵۶۱	*۰/۰۳۶
پشتکار	۰/۴۴۹	۰/۷۸	-۱/۲۲	۰/۱۱۸
انرژی	۰/۰۲۰	۰/۷۳	-۰/۱۰۴	۰/۸۸۸
خطرپذیری	۱/۲۴۲	۰/۶۵	-۰/۷۳۱	۰/۲۶۵
استقلال	۱/۴۵۸	۰/۷۹	-۰/۹۶۰	۰/۲۲۷
-۲Log likelihood			۸۷/۲۶۵	
R^2 Nagelkerke			۰/۷۵۱	
χ^2			۸/۰۰۱, $P < ۰/۰۵$	
Total predicted			۸۶/۷	
N			۱۲۰	

* $P < ۰/۰۵$; ** $P < ۰/۰۱$; *** $P < ۰/۰۰۱$

بحث و نتیجه گیری

این مطالعه، تأثیر متغیرهای شخصیتی بر کارآفرینی و نیز ارزش و توانایی آن‌ها را در پیش‌بینی کارآفرینی مورد ارزیابی قرار داد. در این مطالعه، اهمیت و قابلیت ۱۲ ویژگی شخصیتی که در آثار محققان پیشین به‌عنوان وجه تمایز کارآفرینان از غیرکارآفرینان تلقی می‌شد، در اثرگذاری و پیش‌بینی کارآفرینی، مورد ارزیابی قرار گرفت. نتایج نشان داد:

۱. کارآفرینان و غیرکارآفرینان از نظر میزان کنترلی که احساس می‌کردند بر وقایع و رویدادهای زندگی‌شان دارند با یکدیگر متفاوت هستند. به بیان دیگر، کارآفرینان، احساس کنترل بیشتری بر رویدادهای زندگی‌شان در مقایسه با غیرکارآفرینان (میانگین ۳/۶۷ در مقابل ۲/۷۴) داشتند. این امر با

یافته‌های پژوهش‌های پیشین [۳۳ و ۳۶] هماهنگ است. این پژوهش‌ها دریافته بودند که احساس کنترل شخصی بالا، شالوده اساسی جهت‌گیری کارآفرینانه و نیز موفقیت کارآفرینان است. این یافته، همچنین نتایج پژوهش رایبسون و دیگران در ۱۹۹۱ را تأیید می‌کند. وی و همکارانش در مطالعه‌ای بر روی دو گروه کارآفرین و غیرکارآفرین با توجه به چهار مقیاس شخصیتی (کنترل شخصی، نوآوری، عزت نفس و انگیزه موفقیت) دریافته بودند که تفاوت معناداری بین دو گروه از نظر میزان کنترل احساس شده بر محیط وجود دارد [۹].

۲. دو گروه کارآفرینان و غیرکارآفرینان، از نظر سطح انگیزه موفقیتشان، با یکدیگر تفاوت معناداری داشتند. کارآفرینان در مقایسه با غیرکارآفرینان، از

شخصیتی، برخلاف نظر برخی از صاحب‌نظران [۳۹ و ۳۸ و ۳۹]، نمی‌تواند بهترین رویکرد در مطالعه کارآفرینی و یا فرایند کارآفرینی قلمداد شود. به نظر می‌رسد استفاده از رویکرد شخصیتی و رفتاری و تنظیم مجموعه‌ای از ویژگی‌ها و خصایص شخصیتی به منظور مطالعه کارآفرینی، با چالش‌ها و مسائل عدیده‌ای رو به رو است، به گونه‌ای که شاید بتوان در این باره، از بحران پارادایم‌های شخصیتی در مطالعه کارآفرینی سخن راند.

اولین مسأله پیش روی این رویکرد آن است که روش‌شناسی‌های تحقیق مبتنی بر رویکرد شخصیتی، به‌طور خاص برای سنجش و اندازه‌گیری کارآفرینی طراحی نشده‌اند. این روش‌ها، غالباً از روانشناسی اقتباس شده و به‌گونه نامناسب و ناقص در زمینه کارآفرینی به کار گرفته شده‌اند [۴۰ و ۴۱] و در غالب موارد، محققان کارآفرینی از این رویکردها به‌عنوان مفروضات نظری و فرائظری برای مطالعه کارآفرینی استفاده کرده‌اند.

در مجموع، ابزارهای معدودی وجود دارند که به‌طور خاص برای تحقیق در زمینه کارآفرینی شکل گرفته باشند و ابزارهای موجود نیز اغلب ناقصند و یا از نتایج معنادار برخوردار نیستند [۴۲ و ۴۳ و ۴۴].

دومین مسأله این رویکرد این است که ابزارهای متفاوتی که با هدف اندازه‌گیری مفهوم مشابه طراحی شده‌اند، از همبستگی بسیار ضعیفی برخوردارند؛ یعنی فاقد اعتبار همگرا (convergent validity) هستند. برای مثال، در مطالعه‌ای، یاماوچی و دوی در ۱۹۷۷ دریافتند که ۱۱ مقیاس استفاده شده برای سنجش انگیزه موفقیت، بر روی چهار عامل، بار (load) داشتند. آزمون اندریافت موضوع (Thematic Apprehension Test : TAT)، تنها بر روی یک عامل، بار داشت، در

انگیزه موفقیت نسبتاً بالاتری (میانگین ۳/۸ در مقابل ۳/۵) برخوردار بودند. این امر نشان می‌دهد که احتمالاً کارآفرینان تمایل بیش‌تری به طرح اهداف دشوار داشته، سعی می‌کنند به این اهداف دست یابند. نتایج این مطالعه در ارتباط با انگیزه موفقیت، یافته‌های محققانی را که معتقد بودند اکثر پایه‌گذاران شرکت‌ها، از انگیزه موفقیت بالایی برخوردارند [۲۳ و ۲۴] و نیز آن‌دسته از محققانی که دریافته بودند انگیزه موفقیت به گونه مثبتی با جهت‌گیری کارآفرینانه [۳۷] و نوآورانه [۲۴] در ارتباط است تأیید می‌کند.

۳. نتایج همچنین نشان داد که کارآفرینان و غیرکارآفرینان، از نظر سطح انرژی و سلامت فیزیکی با یکدیگر تفاوت چشمگیر دارند. کارآفرینان در مقایسه با غیرکارآفرینان، از انرژی بسیار بالاتری (میانگین ۲/۲ در مقابل ۱/۹) برخوردار بوده، کم‌تر احساس خستگی می‌کنند. این نتیجه، با یافته‌های ولش و دیگران در ۱۹۸۴ مطابقت دارد. آن‌ها نیز سلامت فیزیکی مطلوب و انرژی بالا را به‌عنوان یکی از ویژگی‌های متمایزکننده کارآفرینان از غیرکارآفرینان معرفی کرده بودند [۱۶].

یافته‌های این پژوهش، مؤید وجود تناقض بین یافته‌های پژوهش‌های مختلف درباره رابطه بین ویژگی‌های شخصیتی و کارآفرینی است. شاید یکی از دلایل عمده این تناقض‌ها، آن‌گونه که استوارت [۳۱]، مورفی و دیگران [۳۲] می‌گویند، این باشد که مطالعات مزبور، از معرفه‌های بسیار متفاوتی برای سنجش کارآفرینی استفاده کرده‌اند. مطالعه ما نشان داد که هیچ‌گونه تفاوت معنادار بین کارآفرینان و غیرکارآفرینان با توجه به سایر خصیصه‌های شخصیتی (عزت نفس، نوآوری، آغازگر بودن، احساس نسبت به دیگران، رهبری، مسئولیت، پشتکار، خطرپذیری و استقلال) وجود ندارد. این امر نشان می‌دهد که رویکرد

حالی که ۱۰ مقیاس دیگر، بر روی سه عامل باقیمانده بار داشتند [۴۵]. استفاده از ابزارهای متفاوت شخصیتی، بسیار مسأله برانگیز و پیچیده است، زیرا اولاً مقیاس‌هایی که نام‌های مشابه دارند دقیقاً به مفاهیم مشابه مرتبط نیستند. ثانیاً برخی از ابزارها تنها بعضی از جنبه‌های یک مفهوم خاص را اندازه‌گیری می‌کنند (برای نمونه، مقیاس مرکز کنترل روتر) و از این‌رو، مقیاسی بسیار ضعیف برای سنجش ابعاد کارآفرینی به‌شمار می‌آیند.

مسأله سوم این است که نظریه‌های شخصیت همواره برای طیف گسترده‌ای از موقعیت‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرند و تمایلات کلی را اندازه‌گیری می‌کنند [۴۶ و ۴۷]. مقیاس‌ها و سنجه‌های شخصیتی، زمانی که در حوزه‌های خاصی نظیر کارآفرینی به‌کار بسته می‌شوند، اغلب فاقد کارایی هستند. گسترش و تعمیم ابزارهای سنجش به موقعیت‌های بیشمار، از کارایی آن در یک زمینه خاص می‌کاهد [۴۸].

بالاخره، چهارمین مسأله تأکیدی است که اخیراً بر پژوهش‌های تعاملی (interactive research) در رفتار انسانی می‌شود و نیاز به مدل‌های نظری را یادآور می‌گردد که بر مبنای آن، فرد هم بر فعالیت‌ها در محیط تأثیر می‌گذارد و هم تحت تأثیر آن فعالیت‌ها قرار می‌گیرد. در مقابل، بر مبنای مدل‌های سنتی، شخصیت انسان در سال‌های اولیه زندگی شکل می‌گیرد و از آن به بعد ثابت باقی می‌ماند. این مدل‌های شخصیتی سنتی، به‌خاطر انعطاف ناپذیری سازه‌های علی/ زمانی، از سوی بسیاری از روانشناسان در دهه‌های گذشته مورد انتقاد قرار گرفته‌اند [۴۹ و ۵۰]. در مقابل، موضع رویکرد تعامل‌گرا در خصوص موارد بالا این است که کارآفرینی متضمن یک عامل فردی در محیط است.

با توجه به مسائل یاد شده، می‌توان استدلال کرد که مطالعه کارآفرینی بر اساس رویکرد شخصیتی، در واقع، تقلیل ویژگی‌های کارآفرینان تنها به یک عامل و یک جنبه از کلیت فرد کارآفرین است. در این خصوص، کاربرد رویکردهای دیگر، نظیر رویکرد دموگرافیک که برای رسیدن به نیم‌رخ از یک کارآفرین آرمانی، از اطلاعات جمعیت‌شناختی نظیر زمینه خانوادگی، تجارب زندگی، ترتیب تولد، مدل‌های نقش، وضعیت تأهل، سن، سطح تحصیلات والدین و خود فرد، جایگاه اجتماعی- اقتصادی، تجربه‌کاری پیشین و عادات کاری [۵۱ و ۵۲] استفاده می‌کند و نیز رویکرد تعاملی که بر ضرورت توجه به کنش متقابل بین کارآفرین و محیط (اعم از اجتماعی، مالی، فنی و غیره) تأکید دارد [۵۳ و ۵۴] مفید و غیرقابل اجتناب به‌نظر می‌رسد.

منابع

1. Bouchikhi, H.(1993) A constructivist framework for understanding entrepreneurship performance. *Organization Studies*, 14, 549-570.
2. Miner, J.B.(2000) Testing a psychological typology of entrepreneurship using business founders. *Journal of Applied Behavioural Science*, 36, 43-69.
3. McClelland, D.C.(1961) *The achieving society*. Princeton, N.J., Van-Nostrand.
4. Schumpeter, J.(1934) *The theory of economic development*. In: E.Okum(Ed.), *Studies of economic development*, p.64. Cambridge MA: Harvard University.
5. Small Business Administration. *Checklist for Going Into Business, Management Aid Number 2.016*, Washington, D.C.:Author, pp.4-5.
6. Bygrave, W.D.(1997) *The portable MBA in entrepreneurship*. John Wiley & Sons, Inc.
7. Kilby, P.(1971) *Hunting the heffalump*. In: P. Kilby(Ed.), *Entrepreneurship & economic development*. New York: The Free Press.
8. Klinger, E.(1966) Fantasy need achievement as a motivational construct. *Psychological Bulletin*, 66, 291-308.
9. Robinson, P.B., Stimpson, D.V., Huefner, J.C., & Hunt, H.K.(1991) An attitude approach to the prediction of entrepreneurship. *Baylor University*, pp.1-15.
10. Brockhaus, R.H.(1975) I-E locus of control scores as predictors of entrepreneurial intentions. *Proceedings of the Academy of Management*, 35, 433-435.

27. Lumpkin, G. T.(1998). Do new entrant firms have an entrepreneurial orientation? Paper presented at the annual meeting of the academy of management, San Diego, CA.
28. Ahmed, S.U.(1985). Need for achievement, risk-taking propensity, locus of control & entrepreneurship. *Personality & Individual Differences*, 6, pp.781-782.
29. Hornaday, J.A.(1982). Research about living entrepreneurs. In Kent, A., Sexton, D.L., & Vesper, K.H.(Eds.), *Encyclopedia of Entrepreneurship*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
30. Olm, K., & Eddy, G.G.(1985). *Entrepreneurship & venture management*. Merrill Publishing Company.
31. Stewart, W.H.(1996). *Psychological correlates of entrepreneurship*. New York: Garland.
32. Murphy, G.B., Traylor, J.W., & Hill, R.C.(1996). Measuring performance in entrepreneurship research. *Journal of Business Research*, 36, 15-23.
33. Bonnett, C., & Furnham, A.(1991). Who want to be an entrepreneur? A study of adolescents interested in a Young Enterprise scheme. *Journal of Economic Psychology*, 12, 465-478.
34. Boon, C., Brabander, B., & Witteloostuijn, A.(1996). CEO locus of control & small firms performance: An integrative framework & empirical test. *Journal of Management Studies*, 33, 667-699.
35. Nwachukwu, O.C.(1995). CEO locus of control, strategic planning, differentiation, & small business performance: A test of a path analytic model. *Journal of Applied Business Research*, 11: 9-14.
36. Hendrichx, L., Vlek, C., & Calje, H.(1992). Effects of frequency & scenario information of the evaluation of large-scale risks. *Organizational Behaviour & Human Decision process*, 52: 256-275.
37. Bateman, T.S., & Crant, M.J.(1993). The proactive component of organizational behaviour: A measure & correlates. *Journal of Organizational Behaviour*, 14(2): 103-118.
38. Lumpkin, G. T., & Dess, G.G.(1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct & linking it to performance. *Academy of Management Review*, 21(1): 135-172.
39. Schmitt-Rodermund, E., & Vondracek, F.W.(1999). Breadth of interests, exploration, & identity development in adolescence. *Journal of Vocational Behaviour*, 55, 298-317.
40. Hornaday, R.H.(1987). Small business managerial types & financial performance: Further evaluation of the Filley & Aldag instrument. Paper presented at the 1987 National Academy of Management Meeting, August, New Orleans, LA.
41. Hornaday, R.H., & Nunnally, B.H.(1987). Decisions styles of black small business owners: A replication. Paper presented at the 1987 National Academy of Management Meeting, August, New Orleans, LA.
42. Sexton, D.L.(1987). Advancing small business research: utilizing research from other areas.
11. Brockhaus, R.H., & Horwitz, P.S.(1986). The psychology of entrepreneur. In D.L.Sexton & R.W.Smilor(Eds.), *The art & science of entrepreneurship*, pp.25-48. Cambridge, MA: Ballinger.
12. Collins, O.F., & Moore, D.G.(1970). *The organization makers*. New York: Appleton-Century-Crofts.
13. Hornaday, J.A., & Aboud, J.(1971). "Characteristics of successful entrepreneurs". *Personal Psychology*, 24, 141-153.
14. Shapero, A.(1975). The displaced, uncomfortable entrepreneur. *Psychology Today*, November, 83-86.
15. Swayne, C.B., & Tucker, W.R.(1973). *The effective entrepreneur*. Morristown, NJ: General Learning Press.
16. Welsh, J.A.(1984). Entrepreneurial characteristics: The driving force. In: R.W. Smilor & R.L.Kuhn(Eds.), *Corporate creativity*, New York: Praeger.
17. Connolly, P.M.(1986). *Entrepreneurs in corporations*. Work in America Institute, Inc.
18. Costa, P. T., & McCrae, R.R.(1995). Longitudinal stability of adult personality. In: Hogan, R., Johnson, J.A., & Briggs, S.R.(Eds.), *Handbook of Personality Psychology*, New York: Academic Press.
19. Timmons, J.A.(1990). *New venture creation: entrepreneurship in the 1990's*. Homewood, Ill.: Irwin.
20. Rotter, J.B.(1966). Generalized expectancies or internal versus external control of reinforcement. *Psychological Monographs: General & Applied*, 80, p.609.
21. Rotter, J.B.(1973). Internal-external locus of control scale. In J.P. Robinson & R.P.Shaver(Eds.), *Measures of social psychological attitudes*. Ann Arbor: Institute for Social Research.
22. McClelland, D.C., & Koestner, R.(1992). The achievement motive. In Charles, P.Smith(Ed.), *Motivation & personality: Handbook of Thematic Content Analysis: 143-152*. New York, NY: Cambridge University Press.
23. Begley, T.M., & Boyd, D.P.(1987). Psychological characteristics associated with performance in entrepreneurial firms & smaller businesses. *Journal of Business venturing*, 2: pp.79-93.
24. Miner, J.B., Smith, N.R., & Bracker, J.S.(1989). Role of entrepreneurial task motivation in the growth of technologically innovative firms. *Journal of Applied Psychology*, 74(4): 554-560.
25. Crandall, R.(1973). Measurement of self-esteem & related constructs. In J.P.Robinson & P.R.Shaver(Eds.) *Measurement of Social Psychological Attitudes*. Ann Arbor: University of Michigan.
26. Rosenberg, M.J., & Hovland, C.I.(1960). Cognitive, affective & behavioural components of attitudes. In M.J.Rosenberg, C.I.Hovland, W.J.McGuire, R.P.Abelson, & I.W.Brehm(Eds.), *Attitude organization & change: An analysis of consistency among attitude components*. New Haven, CT: Yale University.

51. Brockhaus, R.H.(1982). The psychology of the entrepreneur. In C.A.Kent, D.L.Sexton & K.H.Vesper(Eds.), Encyclopedia of entrepreneurship, pp.39-71. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
52. Cohen, N.(1980). The five stages of the entrepreneur. Journal of Venture, July, 40-43.
53. Gasse, Y.(1985). A strategy for the promotion & identification of potential entrepreneurs at the secondary school level. In J.A.Hornaday, B.Shils, J.A. Timmons, & K.H.Wesper(Eds.), Frontiers of entrepreneurship research , pp.538-559. Wellesley, MA: Babson College.
54. Hisrich, R.D.(1986). The woman entrepreneur: characteristics, skills, problems & prescription for success. In D.L.Sexton & R.W.Smilor(Eds.), The art & Science of Entrepreneurship, pp.61-81. Cambridge, MA: Ballinger.
55. Sexton, D.L., & Auken, P.V.(1982). Characteristics of successful & unsuccessful entrepreneurs. Texas Business Review, September-October, 236-239.
56. Carsrud, A.L., & Johnson, R.W.(1989). Entrepreneurship: A social psychological perspective. Entrepreneurship & Regional Development: An International Journal,1 (1),21-31.
57. Carsrud, A.L., Olm, K.W., & Eddy, G.G.(1986). Entrepreneurship: research in quest of a paradigm. In D.L.Sexton & R.W.Smilor(Eds.), The art & Science of Entrepreneurship, pp.367-378. Cambridge, MA: Ballinger.
- Americans Journal of Small Business, 11(3), 25-30.
43. Wortman, M.S.(1986). A unified framework, research typologies & research prospectuses for the interface between entrepreneurship & small business. In D.L.Sexton & R.W.Smilor(Eds.), The art & science of entrepreneurship,pp.273-332. Cambridge, MA: Ballinger.
44. Hull, D.L., Bosley, J.J., & Udell, I.G.(1980). Renewing the hunt for the heffalump: Identifying pntial entrepreneurs by personality characteristics. Journal of Small Business Mngement, 18, 11-18.
45. Yamauchi, H., & Doi, K.(1977). Factorial study of achievement related motives. Psychological Reports, 41, 795-801.
46. Abelson, R.P.(1982). Three models of attitude-behaviour consistency. In M.P.Zanna, E.T.Higgins, & C.P.Herman(Eds.), Consistency in social behaviour: The Ontario Symposium, Vol.2, pp.131-146. Hillsdale, NJ:Erlbaum.
47. Epstein, S.(1984). A procedural note on the measurement of broad dispositions. Journal of Personality, 52, 318-325.
48. Ajzen, I., & Fishbein, M.(1977). Attitude-behaviour relations: A theoretical analysis & review of empirical research. Psychological Bulletin, 84, 888-918.
49. Faulconer, J.E., & Williams, R.N.(1985). Temporality in human action: An alternative to positivism & historicism. American Psychologist, 40,1179-1188.
50. Gergen, K.J.(1985). The social constructionist movement in modem psychology. American Psychologist, 40, 266-275.