

Occupational Psychology

Open
Access

ORIGINAL ARTICLE

Comparison of the Personality Characteristics of Economic Entrepreneurs with the Personality Characteristics of the Successful Marketers

Khadijeh Arab Sheibani^{1*}, Zahed Sattari²

1 Assistant Professor, Department of Psychology and Educational Sciences, Payame Noor University, Tehran, Iran.

2 MS.c. in Psychology, Payame Noor University, Tehran, Iran., Iran.

Correspondence

Khadijeh Arab Sheibani

Email: shakibasheibani@pnu.ac.ir

How to cite

Arab Sheibani, Kh. Sattari, Z. (2023). Compare the Characteristics of the Personality of the Entrepreneurship of Economic Entrepreneurs with the Characteristics of the Successful Market. Occupational Psychology, 2 (3), 15-22.

ABSTRACT

The purpose of this study was to compare the personality traits of economic entrepreneurs with the personality traits of successful marketers. This research conducted as a practical objective and in terms of comparative causal implementation method using available sampling. The statistical population consisted of 400 people, including all entrepreneurs and marketers of Chabahar city in 2023 with a sample size of 200 people determined using the Cochran formula at a significance level of (0.05). Data collected using the personality characteristics questionnaire of Kurdnaich et al. (2008). The results indicate that, in general, there is a significant difference in the scores of personality traits in economic entrepreneurs and successful marketers ($P < 0.05$) and there is a significant difference between the two groups in at least one of the components of personality traits. Between the two groups of successful marketers and economic entrepreneurs, successful marketers had a higher balanced risk-taking, locus of control, and challenge seeking, and economic entrepreneurs had a higher need for success, mental health, pragmatism, and tolerance of uncertainty.

KEYWORDS

Personality Traits, Economic Entrepreneurs, Successful Markets.

نشریه علمی

روان‌شناسی کار

«مقاله پژوهشی»

مقایسه ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان اقتصادی با ویژگی‌های شخصیتی بازاریان موفق

خدیدجه اعراب شیبانی^{1*}، زاهد ستاری²

چکیده

هدف از پژوهش حاضر مقایسه ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان اقتصادی با ویژگی‌های شخصیتی بازاریان موفق بود. این پژوهش از نوع هدف کاربردی و از نظر روش اجرا علی مقایسه‌ای با استفاده از نمونه‌گیری در دسترس صورت گرفت. جامعه آماری 400 نفر شامل کلیه کارآفرینان و بازاریان شهر چابهار در سال 1401 و با حجم نمونه 200 نفر با استفاده از فرمول کوکران با سطح معناداری (0/05) انجام شد. گردآوری داده‌ها با استفاده از پرسش‌نامه ویژگی‌های شخصیتی کورناتیچ و همکاران (1386) صورت گرفت. نتایج حاکی از آن است که به‌طور کلی از لحاظ نمرات ویژگی‌های شخصیت در کارآفرینان اقتصادی با بازاریان موفق تفاوت معنادار وجود دارد ($P < 0/05$) و بین دو گروه حداقل در یکی از مولفه‌های ویژگی‌های شخصیت تفاوت معنادار وجود دارد. بین دو گروه بازاریان موفق با کارآفرینان اقتصادی، بازاریان موفق ریسک‌پذیری متعادل، کانون کنترل و چالش‌طلبی بالاتری داشتند و کارآفرینان اقتصادی، نیاز به موفقیت، سلامت فکری، عمل‌گرایی و تحمل ابهام بالاتری داشتند.

واژه‌های کلیدی

ویژگی‌های شخصیتی، کارآفرینان اقتصادی، بازاریان موفق.

1 استادیار، گروه روان‌شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.
2 کارشناسی ارشد روان‌شناسی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

نویسنده مسئول:

خدیدجه اعراب شیبانی

رایانامه: shakibasheibani@pnu.ac.ir

استناد به این مقاله:

خدیدجه اعراب شیبانی، زاهد ستاری (1402). مقایسه ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان اقتصادی با ویژگی‌های شخصیتی بازاریان موفق. فصلنامه روان‌شناسی کار، 2 (3)، 15-22.

<https://etl.journals.pnu.ac.ir/>

مقدمه

امروزه مشاغل در سازمان‌ها به‌صورت گسترده و بسیار پیچیده طبقه‌بندی و تجزیه و کدبندی می‌شوند. مهم‌ترین بحث مربوط به مشاغل بررسی و تعیین ویژگی‌های روان‌شناختی برای احراز مشاغل است. این موضوع که برای احراز یک شغل، فرد باید چه ویژگی‌های هوشی، شخصیتی و عاطفی داشته باشد و شناسنامه یک شغل و ویژگی‌های روانی مورد نیاز آن چگونه است، محور اصلی تحلیل‌گران مشاغل است؛ تا افراد در جایگاه شغلی خویش موفق باشند. در میان عوامل پیش‌بینی‌کننده موفقیت شغلی بنا به اظهار کوپر و روبرتسون ویژگی‌های شخصیتی به دلیل توسعه و پایداری قابل قبول آنها بر سایر ویژگی‌ها برتری دارند (سپتور و پائول¹، 2001)، بر همین اساس اکثر آزمون‌های شخصیتی ویژگی‌های شناختی در کنار سایر ویژگی‌های روانی بررسی می‌شوند. نظریه‌های مختلف به همراه تحقیقات تجربی از این عقیده حمایت می‌کنند که برخی صفات و ویژگی‌های شخصیتی با عملکرد یا موفقیت شغلی رابطه معنادار دارند. تحقیقات نشان داده‌اند افرادی که به‌طور مستمر و وسیع به بررسی و تحلیل خود و محیط می‌پردازند، مشاغل را انتخاب می‌کنند که در آن احساس مولد بودن، رضایت‌مندی و موفقیت دارند (بلوستین و دیویس²، 2006؛ فلشمن، دبرا، بلوستین و دیوید³، 2010).

ویژگی‌های شخصیتی خصوصیات رفتاری انسان است که نقش مهمی در زندگی او دارد به طوری که مستقیم در قضاوت‌ها و تصمیم‌گیری‌های فرد ملاک عمل قرار بگیرد (ایمر و گرکز، 1397).

کارآفرینان کسانی هستند که منابع ارزشمند را از بخش‌های کم‌بازده به بخش‌هایی که بهره‌وری بیشتری دارند، جابه‌جا می‌کنند. کارآفرینان اقتصادی افرادی هستند که عامل تغییر در اقتصاد محسوب می‌شوند. به‌گونه‌ای که با تامین بازارهای دست‌نخورده یا ایجاد مسیرهای تازه در انجام فعالیت‌ها، اقتصاد را به حرکت درمی‌آورند (پلاکر، اکس یو و کر، 2017).

بازاریان مهم‌ترین اجزای یک واحد تجاری هستند. این «بازاریان موفق» هستند که می‌توانند با فروش بهتر و باانگیزه‌تر کالا و خدمات؛ باعث پیشرفت کسب و کار شوند. بازاریان نقش بسیار تاثیرگذاری در هر مجموعه و کسب و کاری دارند. چه بسیار کسب و کارهایی در جهان که می‌توانستند بسیار خوب رشد کنند؛ اما چون در آن‌ها برای «عرضه» فکری نشده بود؛ و بازاریابی و برنامه فروش درستی

برای آن‌ها چیده نشده بود؛ از بین رفتند و نابود شدند (حسینی مقدم، 1393). شخصیت یکی از پیش‌بینی‌کننده‌های موفقیت شغلی است. با شناسایی دقیق عناصر و ابعاد شخصیت و به کارگیری فرد براساس ابعاد و عناصر آن می‌توان مطمئن بود که فرد در آینده عملکرد مطلوبی از خود نشان خواهد داد (موجینسکی و پائول⁴، 2005). بسیاری از نظریه‌های انتخاب شغل بر این باورند مؤثرترین عنصر در انتخاب شغل و موفقیت در آن شخصیت است. ساپر⁵ معتقد است افراد بدین منظور شغلی را انتخاب می‌کنند تا شخصیت خود را بیان کنند (نونوت و کنان⁶، 2011). به باور او فعالیت‌های افراد در دنیای کار تظاهرات خودپنداره آنان است و ویژگی‌های شخصیتی در عملکرد شغلی نقش مؤثری دارند. باریک و مونت⁷ (2005) نشان دادند که احساس مسئولیت، پشتکار و تلاش برای تکمیل وظایف و دستیابی به اهداف شغلی و وابستگی به سازمان در موفقیت شغلی مؤثرند. تت و همکاران⁸ (2002) نیز دریافتند توانمندی در تصورپردازی، خلاق بودن و تفکر وسیع و همه‌جانبه داشتن در شغل و هوشمندی در موفقیت شغلی مؤثر است. به‌طور کلی افراد موفق در شغل و مدیریت توجه و آمادگی برای تجربه‌های جدید را در حد وسیعی دارند. براساس این دیدگاه هرگاه شرایط برای انتخاب شغل براساس مشخصات شخصیتی فراهم شود کارکنان به موفقیت شغلی دست می‌یابند در غیر آن صورت ممکن است عملکرد شغلی آنان رضایت‌بخش نباشد (کلارک، اوسوال و وار⁹، 2009).

چنانچه افراد براساس گرایش‌های شخصیتی خود شغلی را انتخاب کنند احتمال موفقیت آنان فزونی می‌یابد. شناخت شخصیت فرد در ابتدای انتخاب شغل سبب تسهیل جهت‌گیری به سمت شغلی است که با نیازهای روانی و شخصیتی او همخوانی دارد. پژوهش‌های انجام شده نشان می‌دهند ترک شغل در 6 ماه اول در بیشتر موارد ناشی از اشتباه در فرآیند استخدام است بدین معنا که ویژگی‌های شخصیتی افراد در زمان استخدام مورد توجه قرار نگرفته است (سپتور و پائول، 2001). این تحقیقات نشان داده‌اند افرادی که دارای مرکز کنترل درونی هستند، یعنی در انجام وظایف شغلی انگیزه‌های درونی موجب حرکت آنان می‌شود، در مقایسه با افراد دارای مرکز کنترل بیرونی از موفقیت شغلی بهتری برخوردارند (ساپر، 2008). میشل¹⁰ (2008) در تحقیق دیگری در بررسی و

4 Muchinsky & Paul

5 Super & Paul

6 Nnewton & Keenan

7 Barrick & Mount

8 Tett et al.

9 Clark, Oswald & Warr

10 Mitchell

1 Septor

2 Blustein & David

3 Fleshman, Debra, Blustein & David

شخصیتی کردنائیچ و همکاران (1386) است، که مشخصات آن در زیر آورده شده است: از میان آن‌ها، ابتدا 200 نمونه یعنی کل نمونه‌های موجود بررسی شد و 2 نمونه به عنوان نمونه باطله و پرت حذف شد و محاسبات در نهایت با 198 نمونه تجزیه و تحلیل شد.

پرسش‌نامه سنجش ویژگی‌های شخصیتی: این پرسش‌نامه توسط کردنائیچ و همکاران (1386) طراحی و اعتباریابی شده است و شامل 95 گویه بسته پاسخ بر اساس طیف چهار درجه‌ای لیکرت (کاملاً موافقم=4، نسبتاً موافقم=3، نسبتاً مخالفم=2، کاملاً مخالفم=1) است. در سوال‌های 82-72 سوالات به صورت معکوس نمره‌گذاری می‌شوند. این پرسش‌نامه، هشت بعد ریسک‌پذیری متعادل، کانون کنترل، نیاز به موفقیت، سلامت فکری، عمل‌گرایی، تحمل ابهام، رویاپردازی و چالش‌طلبی را می‌سنجد، این پرسش‌نامه توسط زاهدی (1391) اعتباریابی شده است. این پرسش‌نامه از دو قسمت سوالات جمعیت‌شناسی و سوالات اصلی تشکیل شده است. برای بررسی اعتبار ابزار بومی شناسایی کارآفرینان ایرانی، از شیوه آلفای کرونباخ استفاده شده است. اعتبار کلی پرسش‌نامه برابر 0/92 است. سوالاتی که به هریک از خرده‌مقیاس‌ها اختصاص داده شده است، عبارتند از: ریسک‌پذیری متعادل، سوالات 1-18، کانون کنترل، سوالات 35-19، نیاز به موفقیت، سوالات 36-50، سلاست فکری سوالات 51-63، عمل‌گرایی، سوالات 64-71، تحمل ابهام، سوالات 72-82، رویاپردازی، سوالات 83-89، چالش‌طلبی سوالات 90-95 و کارآفرینی هر فرد معادل جمع امتیازات مربوط به کلیه سوالات است.

برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از دو روش آمار توصیفی و استنباطی استفاده می‌شود. همچنین برای بررسی آزمون فرضیه‌های پژوهش، با فرض نرمال بودن داده‌ها، از روش آزمون t دو گروه مستقل در نرم‌افزار SPSS نسخه 26 استفاده می‌شود.

یافته‌ها

پژوهش حاضر شامل 200 نفر از کارآفرینان اقتصادی و بازاریابان موفق هستند که گروه رده سنی 30 تا 40 سال بیشترین فراوانی را داشتند و بیشتر افراد شرکت‌کننده در پژوهش مرد بودند. در جدول شماره 1 نرمال بودن داده‌ها به کمک آزمون کولموگوروف اسمیرنوف در دو گروه بازاریابان موفق و کارآفرینان اقتصادی ذکر شده است. ابتدا 200 نمونه یعنی کل نمونه‌های

پیش‌بینی موفقیت شغلی افسران نیروی هوایی بر اساس عملکرد تحصیلی آنان در طول آموزش افسری پرداخت. او دریافت افسرانی که عملکرد تحصیلی و ثبات شخصیتی بالاتری داشتند در مشاغل خود موفق‌تر بودند و هم از سلامت بیشتری برخوردارند اوتادی و صفری (1398) در پژوهشی به بررسی تاثیر سه ویژگی شخصیتی شامل گرایش به ریسک‌پذیری، کانون کنترل و شخصیت پیش فعال، بر شکل‌گیری قصد کارآفرینانه دانشجویان، با توجه به نقش میانجی‌گر مولفه‌های مدل رفتار برنامه‌ریزی شده (TPB)، پرداختند. این پژوهش، کمی و از نظر هدف، کاربردی از نوع توصیفی-همبستگی بود. جامعه آماری، تمام دانشجویان دانشگاه شاهد در سال تحصیلی 1398 بود. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات از مدل‌سازی معادلات ساختاری و حداقل مربعات جزئی، در نمونه‌ای به تعداد 443 نفر، استفاده شد. نتایج حاکی از اعتبار مدل رفتار برنامه‌ریزی شده، در پیش‌بینی قصد کارآفرینانه دانشجویان است. گرایش به ریسک‌پذیری و کانون کنترل به صورت مستقیم، اثر مثبت و معنادار بر قصد کارآفرینانه داشتند، ولی شخصیت پیش فعال، اثر مستقیم معناداری بر قصد نداشت. در بررسی اثر میانجی‌گری، مشاهده شد که هر سه مولفه مدل رفتار برنامه‌ریزی شده، به صورت جزئی، مکمل، رقابتی و یا کامل، رابطه بین ویژگی‌های شخصیتی و قصد را میانجی‌گری می‌کنند. همچنین دو گروه مطالعه‌شده، در برخی روابط تفاوت معناداری با هم دارند.

تقی پور و همکاران (1398) پژوهشی با هدف تعیین رابطه ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه با تمایل به کارآفرینی در مدیران مدرسه ابتدایی انجام دادند. پژوهش حاضر به دنبال پاسخگویی به این سؤال است که آیا ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان اقتصادی با ویژگی‌های شخصیتی بازاریابان موفق تفاوت دارد یا خیر؟

روش

این پژوهش از نوع هدف کاربردی و از نظر روش اجرا علی مقایسه‌ای است. جامعه آماری 400 نفر شامل کلیه کارآفرینان و بازاریابان شهر چابهار در سال 1401 و با حجم نمونه 200 نفر با استفاده از فرمول کوکران با سطح معناداری (0/05) انتخاب شدند و جهت انجام پژوهش، از واجدین ملاک ورود (نداشتن سابقه مصرف داروهای موثر بر روان، عدم سابقه ناراحتی و استرس شدید مانند مرگ یکی از نزدیکان، طلاق، تصادفات شدید و... در شش ماه گذشته) دعوت به همکاری شدند. ابزار گردآوری داده‌ها در این پژوهش پرسش‌نامه ویژگی‌های

جدول 3. نتایج آزمون باکس جهت بررسی پیش فرض همگنی ماتریس

واریانس - کوواریانس				
Sig	DF2	DF1	F	MBOX
0/33	131915/72	36	1/08	40/89

همان طور که در جدول شماره 3 مشاهده می‌شود نتیجه آزمون باکس نشان دهنده همگنی ماتریس واریانس - کوواریانس است ($F=1/08$; $p>0/05$) بنابراین در خروجی آزمون تحلیل واریانس چند متغیری آماره‌های شاخص لامبدای ویلکز گزارش می‌شود. نتایج تحلیل واریانس چند متغیری در جدول شماره 4 آمده است:

جدول 4. نتایج تحلیل واریانس چند متغیری نمرات ویژگی‌های شخصیتی

منبع	ارزش	F	Df	درجه آزادی	سطح	اندازه
لامبدای ویلکز				خطا	معناداری	اثر
/65	12/61	8/00	191/00	/000	/34	

در جدول شماره 4 نتایج تحلیل واریانس چند متغیری نمرات ویژگی‌های شخصیت نشان داده شد. نتایج نشان می‌دهد که به طور کلی از لحاظ نمرات ویژگی‌های شخصیت در کارآفرینان اقتصادی با بازاریان موفق تفاوت معنادار وجود دارد ($P<0/05$) و بین دو گروه حداقل در یکی از مولفه‌های ویژگی‌های شخصیت تفاوت معنادار وجود دارد. در ادامه نتایج تحلیل واریانس چند متغیری نمرات ویژگی‌های شخصیتی در جدول شماره 5 آمده است.

جدول 5. نتایج تحلیل واریانس چند متغیری نمرات ویژگی‌های شخصیتی

منبع	ارزش	F	Df	درجه آزادی	سطح	اندازه
لامبدای ویلکز				خطا	معناداری	اثر
/65	12/61	8/00	191/00	/000	/34	

در جدول شماره 5 نتایج تحلیل واریانس چند متغیری نمرات ویژگی‌های شخصیت نشان داده شد. نتایج نشان می‌دهد که به طور کلی از لحاظ نمرات ویژگی‌های شخصیت در کارآفرینان اقتصادی با بازاریان موفق تفاوت معنادار وجود دارد ($P<0/05$) و بین دو گروه حداقل در یکی از مولفه‌های ویژگی‌های شخصیت تفاوت معنادار وجود دارد.

در جدول 6 آزمون تی مستقل برای مقایسه ریسک‌پذیری متعادل، کانون کنترل، نیاز به موفقیت، سلامت فکری، عمل‌گرایی، تحمل ابهام، رویاپردازی و چالش‌طلبی کارآفرینان اقتصادی با بازاریان موفق آمده است.

نتایج حاصل از جدول 6 نشان می‌دهد که سطح معناداری کوچک‌تر از 0/05 است بنابراین نتیجه گرفته شد که بین دو گروه بازاریان موفق با کارآفرینان اقتصادی در مولفه‌های ویژگی‌های شخصیتی تفاوت معنادار وجود دارد و با توجه به میانگین‌ها بازاریان موفق در مولفه‌های ریسک‌پذیری متعادل و

موجود در اکسل قرار گرفت و 2 نمونه به عنوان نمونه باطله و پرت حذف شد و محاسبات در نهایت با 198 نمونه انجام شد.

جدول 1. بررسی توزیع نرمال بودن داده‌ها به کمک آزمون کولموگروف

اسمیرنوف در دو گروه				
گروه				
متغیر	بازاریان موفق		کارآفرینان اقتصادی	
	آماره آزمون	سطح معناداری	آماره آزمون	سطح معناداری
ریسک‌پذیری متعادل	/071	/200	/077	/154
کانون کنترل	/064	/200	/074	/196
نیاز به موفقیت	/087	/061	/073	/200
سلامت فکری	/089	/051	/083	/084
عمل‌گرایی	/086	/063	/083	/088
تحمل ابهام	/081	/101	/085	/071
رویاپردازی	/088	/052	/084	/082
چالش‌طلبی	/080	/113	/087	/061
نمره کل شخصیت	/047	/200	/045	/200

با توجه به اینکه سطح معناداری برای نمره کل شخصیت و مولفه‌های آن در دو گروه همگی بزرگ‌تر از 0/05 است پس فرض H_0 رد نمی‌شود و لذا توزیع بررسی شده نرمال است.

برای بررسی فرض تساوی واریانس‌ها از آزمون لوین استفاده می‌شود، که نتایج آن در جدول شماره 2 ذکر شده است.

جدول 2. آزمون لوین بیانگر مفروضه همگنی واریانس‌های متغیرهای

پژوهش				
متغیر	آماره آزمون		درجه آزادی	
	1	2	درجه آزادی	سطح معناداری
ریسک‌پذیری متعادل	.083	1	198	.774
کانون کنترل	3.540	1	198	.061
نیاز به موفقیت	3.531	1	198	.062
سلامت فکری	.405	1	198	.525
عمل‌گرایی	.005	1	198	.941
تحمل ابهام	4.086	1	198	.045
رویاپردازی	1.092	1	198	.297
چالش‌طلبی	3.112	1	198	.079

براساس جدول شماره 2 مقدار معناداری آزمون لوین در متغیرهای ریسک‌پذیری متعادل، کانون کنترل، نیاز به موفقیت، سلامت فکری، عمل‌گرایی، رویاپردازی و چالش‌طلبی بالاتر از 0/05 به دست آمده است که از سطح خطای آزمون 0/05 بزرگ‌تر است؛ بنابراین با فرض تساوی واریانس‌ها به تفسیر نتایج آزمون تی مستقل پرداخته می‌شود اما در مولفه تحمل ابهام مقدار معناداری کمتر از 0/05 به دست آمده است که از سطح خطای آزمون 0/05 کوچک‌تر است؛ بنابراین فرض تساوی واریانس‌ها تایید نمی‌شود و نتایج سطر دوم آزمون تی مستقل با فرض عدم تساوی واریانس‌ها ارائه می‌شود.

نتایج آزمون باکس جهت بررسی پیش فرض همگنی ماتریس واریانس - کوواریانس در جدول شماره 3 آمده است.

جدول 6. آزمون تی مستقل برای مقایسه ریسک‌پذیری متعادل کارآفرینان اقتصادی با بازاریابان موفق

متغیر	گروه	میانگین	تفاوت میانگین	آماره تی	درجه آزادی	سطح معناداری
ریسک‌پذیری متعادل	بازاریان موفق	50/84	2/76	3/50	198	0/001
	کارآفرینان اقتصادی	48/08				
کانون کنترل	بازاریان موفق	44/80	2/24	2/81	198	0/005
	کارآفرینان اقتصادی	42/56				
نیاز به موفقیت	بازاریان موفق	33/87	-4/17	-6/95	198	0/0001
	کارآفرینان اقتصادی	38/04				
سلامت فکری	بازاریان موفق	25/43	-2/22	-2/79	198	0/006
	کارآفرینان اقتصادی	27/65				
عمل‌گرایی	بازاریان موفق	16/66	-1/49	-2/26	198	0/02
	کارآفرینان اقتصادی	18/15				
تحمل ابهام	بازاریان موفق	26/14	-3/53	-3/61	185/93	0/0001
	کارآفرینان اقتصادی	29/67				
روباپردازی	بازاریان موفق	13/38	-1/31	-2/08	198	0/03
	کارآفرینان اقتصادی	14/69				
چالش‌طلبی	بازاریان موفق	16/40	1/46	2/56	198	0/01
	کارآفرینان اقتصادی	14/94				

تغییر دهند. آن‌ها ریسک‌های حساب‌شده را می‌پذیرند و سعی می‌کنند ریسک‌هایی که مجبور به قبول آن‌ها هستند را با دقت تعریف کنند تا خطرات ناشی از آن را تا حد ممکن به حداقل برسانند و همواره درباره ریسک‌هایشان فکر می‌کنند اما نه به شکل منفی؛ بلکه آن‌ها ریسک را به‌عنوان چالشی تلقی می‌کنند که باید آن‌ها را کنترل و مدیریت کرد (اوتادی و صفری، 1398).

همچنین یکی دیگر از نتایج حاصل از این پژوهش بالاتر بودن نمره کنترل درونی در بازاریابان موفق نسبت به کارآفرینان اقتصادی بود. در این زمینه می‌توان گفت که کسانی که مرکز کنترل درونی دارند بر این باورند که وضعیت فعلی آن‌ها، تابع عوامل قابل کنترل مانند تلاش، نگرش و آماده بودن است. در مقابل افرادی با مرکز کنترل بیرونی چنین فکر می‌کنند که وضعیت فعلی آن‌ها، تابع عواملی است که عموماً خارج از کنترل‌شان بوده است. بازاریابان موفق هم که کانون کنترل درونی دارند، در تکالیف خود، عملکرد بهتری دارند، کمتر تحت نفوذ دیگران قرار می‌گیرند، برای مهارت‌ها و پیشرفت‌های شخصی خود، ارزش والاتری قائل‌اند و نسبت به قرینه‌های محیطی که می‌توانند برای هدایت رفتار خود از آن‌ها استفاده کنند، هوشیارترند (فیاض و همکاران، 1395).

نتایج پژوهش حاضر نشان دهنده نیاز به موفقیت بیشتر در کارآفرینان اقتصادی نسبت به بازاریابان موفق بود. در این زمینه می‌توان گفت که نیاز به موفقیت بر مبنای انتظار انجام کارهای بهتر و سریع‌تر از دیگران یا انجام بهتر این کارها نسبت به گذشته است (شفیع زاده و شجاعی، 1387). در افراد معمولی موفقیت در چندین هدف برای‌شان مطرح است و به صورت عرضی این هدف‌ها را در کنار هم قرار می‌دهند. افراد عادی

کانون کنترل نمره بالاتری دارند و کارآفرینان اقتصادی در نیاز به موفقیت، سلامت فکری، عمل‌گرایی، تحمل ابهام، روباپردازی و چالش‌طلبی نمره بالاتری کسب کردند.

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف مقایسه ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان اقتصادی با ویژگی‌های شخصیتی بازاریابان موفق انجام شد. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد از لحاظ نمرات ویژگی‌های شخصیتی در کارآفرینان اقتصادی با بازاریابان موفق تفاوت معنادار وجود دارد و بازاریابان موفق در مؤلفه‌های ریسک‌پذیری متعادل و کانون کنترل نمره بالاتری دارند و کارآفرینان اقتصادی در نیاز به موفقیت، سلامت فکری، عمل‌گرایی، تحمل ابهام، روباپردازی و چالش‌طلبی نمره بالاتری کسب کردند. این یافته‌ها با نتایج پژوهش تقی پور و همکاران (1398)، اوتادی و صفری (1398)، سرابی و شریفی (1395)، محمدرضا بیکی و نوروزی (1395)، ولایی‌ملکی (1392)، محمدی، احمدی و شایان جهرمی (1390)، صفری (1390) و همچنین با نتایج پژوهش‌های اوبسچونکا (2018)، سیتاریدیس و کیتسیوس (2018)، می و همکاران (2017)، آنتونیو و همکاران (2017) و لرنر و هابر (2000) همسو است.

نتایج پژوهش حاضر نشان دهنده بالا بودن میزان ریسک‌پذیری بازاریابان موفق نسبت به کارآفرینان اقتصادی بود. در این زمینه می‌توان گفت که یک بازاریاب موفق لزوماً در پی فعالیتی نیست که مخاطره آن زیاد باشد، بلکه مایل است مقدار متوسطی از مخاطره و ریسک را برای شروع فعالیت خود بپذیرد و در اقدام به مخاطره بسیار حساب شده و با دقت عمل کرده و تمام تلاش خود را به کار می‌بندد تا احتمالات را به نفع خود

همچنین یافته‌های پژوهش نشان داد که کارآفرینان اقتصادی در رویاپردازی نمره بالاتری نسبت به بازاریان موفق دارند. در این زمینه می‌توان گفت که کارآفرینان از صرف وقت خود روی ایده‌های جدید لذت می‌برند، حتی اگر این ایده‌ها مزایایی به همراه نداشته باشند. آن‌ها درباره ایده‌های خود با دیگران صحبت می‌کنند و در خصوص کارهایی کسی نتوانسته انجام دهد، اغلب به تخیل روی می‌آورند. آنها در طی انجام هر کاری دارای ایده‌های جدیدی هستند و شاید به همین علت، اغلب مردم ایده‌های آن‌ها را غیرعادی و دست نیافتنی تصور می‌کنند. کارآفرینان، فرصت‌های بازار را به‌عنوان واقعیت‌های آینده درک کرده و آن را با اعمال خودشان به تصویر می‌کشند (میرزایی و میرآقایی، 1391).

یکی دیگر از یافته‌های پژوهش حاضر نشان داد که بازاریان موفق در چالش‌طلبی نسبت به کارآفرینان اقتصادی نمره بالاتری دارند. در تبیین این فرضیه می‌توان گفت که بازاریان موفق هنگام تعیین هدف ترجیح می‌دهند، هدف‌های سخت را انتخاب کنند. در برابر مشکلات اغلب راه حل‌های سازنده پیشنهاد کرده و به حل مسائل پیچیده و مبهم علاقه نشان می‌دهند. برای انجام یک کار پیچیده به طور معمول چندین روش را پیدا می‌کنند. چالش‌طلبی آن‌ها به واسطه کمبود منابع سازمانی نه تنها کمتر نمی‌شود، بلکه بیشتر نیز می‌گردد (سانز و ولاسکو، 2006).

از محدودیت‌های پژوهش حاضر این است که فقط به تبیین ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان اقتصادی پرداخته است و ویژگی‌های شخصیتی را در حوزه‌های دیگر کارآفرینی بررسی نکرده است، بنابراین امکان تعمیم نتایج به سایر حوزه‌های کارآفرینی وجود ندارد. بنابراین پیشنهاد می‌شود تا تحقیقی در این زمینه در گروه‌های فعال اقتصادی دیگر و در شهرهای دیگر انجام شود و نتایج حاصله، با یافته‌های پژوهش حاضر ارزیابی و مقایسه گردد و مطالعات بعدی بر روی کارآفرینان در دیگر حوزه‌های هنری و صنایع خلاق با روش پژوهشی پیمایشی صورت گیرد. همچنین پیشنهاد می‌شود با توجه به جمعیت جوان کشور ترویج فرهنگ کارآفرینی جهت افزایش عرضه افراد کارآفرین به جامعه کاری بیش از پیش ضرورت دارد. بدین منظور، آموزش، آگاهی و تشویق فرد چه از طریق خانواده معلمان و مدارس و دانشگاه‌ها امری ضروری است. می‌توان با توجه به ویژگی‌های شخصیتی افرادی که توانایی بالقوه‌ای برای کارآفرین شدن دارند شناسایی و در جهت فراهم نمودن بستر مناسب برای رشد آنها اقدامات لازم انجام گیرد.

اکثر اوقات یا توان و انگیزه خود را بین هدف‌های مورد نظر تقسیم می‌کنند، یا به صورت متناوب هر از چند گاهی به یکی از هدف‌ها توجه می‌کنند. در این مورد شخص همیشه در حالتی از اضطراب به سر می‌برد. زیرا زمانی که به یکی از هدف‌های مورد نظر توجه می‌کند از هدف‌های دیگر باز می‌ماند و خود را مقصر می‌داند. بنابراین همیشه نگران است. اما یک کارآفرین معمولاً هدف‌های خود را ترکیب کرده و در قالب یک هدف واحد آن را پیگیری می‌کند و یا هدف‌های خود را به صورت طولی در امتداد هم قرار می‌دهد و کاملاً توان و انگیزه خود را برای رسیدن به آن هدف‌های متمرکز شده سرمایه‌گذاری می‌کند (مقصودی، 1385).

همچنین نتایج پژوهش نشان‌دهنده بالاتر بودن نمره سلامت فکری کارآفرینان اقتصادی نسبت به بازاریان موفق است. در این زمینه می‌توان گفت که سلامت فکری بر توان گردآوری افکار و طرح‌های متنوع و متعدد در رابطه با یک مسئله دلالت دارد. ارزش این کار در آن است که با افزایش تعداد افکار موجود احتمال یافتن راه حل عملی افزایش می‌یابد. به همین علت، در فراگرد خلاقیت کمیت فکرها و طرح‌ها نیز حائز اهمیت است. در واقع، سلامت فکری مولفه اصلی خلاقیت است و بخش اصلی خلاقیت را تشکیل می‌دهد (میرزایی و میرآقایی، 1391).

همچنین نتایج پژوهش نشان داده است که کارآفرینان اقتصادی نمره بالاتری نسبت به بازاریان موفق در عمل‌گرایی کسب کردند. به عبارت دیگر، آن‌ها بیشتر خوداتکا و خودگردان هستند و وقتی که تصمیم به عمل می‌گیرند، بلافاصله و در اولین فرصت ممکن آن را اجرا می‌کنند (میرزایی و میرآقایی، 1391).

یکی دیگر از یافته‌های پژوهش این است که کارآفرینان اقتصادی در تحمل ابهام نمره بالاتری نسبت به بازاریان موفق کسب کردند. در این زمینه می‌توان گفت که کارآفرینان بدون اینکه احساس تهدید یا ناراحتی کنند، قادر هستند به طور اثربخش با شرایط و اطلاعات مبهم، ناقص، غیرقطعی، سازمان نیافته و غیرشفاف مواجه شوند و ضمن رفع ابهام، آن‌ها را به نفع خویش تغییر دهند. در حقیقت، ابهام موجب انگیزش کارآفرینان می‌شود. کارآفرینان در آغاز فعالیت، با عدم قطعیت‌ها و تغییرات مداوم رو به رو هستند که منجر به ابهام و استرس در آنان می‌شود، اما کارآفرینان موفق این موارد را به عنوان جزئی از فرایند کسب و کار پذیرفته‌اند (نعمتی، 1392).

فیاض، ایراندخت؛ کاظمی، سیما؛ ریسون، محمدرضا؛ محمدی، یحیی (1395). ارتباط باورهای انگیزشی یادگیری و ابعاد منبع کنترل با پیشرفت تحصیلی دانشجویان، پژوهش در آموزش علوم پزشکی. (28)، 69-76.

محمدرضاییکی، ر.، و نوروزی، م (1395). شناسایی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان جهادی: بررسی موردی یک تجربه بومی واقعی. مطالعات راهبردی بسیج، 19(71)، 80-57.

محمدی، ح. و احمدی، ع. و شایان جهرمی، ش (1390). بررسی رابطه ویژگی‌های شخصیتی با تمایل به کارآفرینی. زن و جامعه (جامعه‌شناسی زنان)، 12(1 مسلسل 5)، 119-99.

مقصودی، جعفر (1385). ویژگی‌های فردی سرمایه اصلی کارآفرینی فصلنامه رویش، شماره 14.

میرزایی، م. و میرآقایی، ع (1391). بررسی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی دانشجویان فنی و مهندسی دانشگاه اصفهان. فصلنامه آموزش مهندسی ایران، 14(11)، 133-147.

نعمتی، م (1392). بررسی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان دانشجویان دانشگاه‌های دولتی تهران. دو فصلنامه نوآوری و ارزش آفرینی، 1(4)، 47-64.

ولایی ملکی، ر (1392). بررسی تاثیر ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان در رشد شرکت‌های کوچک و متوسط ارومیه، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام نور تهران. هیستریج، ر. و مایکل پی، پ (1383). کارآفرینی. ترجمه: فیض بخش، سید علیرضا و تقی یاری، حمیدرضا. تهران: انتشارات علمی دانشگاه صنعتی شریف.

Antonio, T., Lanawati, S., Wiriana, T. A. & Christina, L. (2014). "Correlations Creativity, Intelligence, Personality, and Entrepreneurship Achievement". *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 115, 251-257.

Barrick, M. R., & Mount, M. K. (2005). The big five personality dimensions and job performance: A meta-analysis. *Personnel Psychology*, 44:1-26.

Blustein, David E. (2006). A context- rich perspective of career exploration across the life roles. *Career Development Quarterly*, 45:260-274.

Clark, A., Oswald, A. , & Warr P. (2009). Is job satisfaction is U-shped in age? *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 69,57-81.

Fleishman, Debra E. & Blustein, David L. (2010). The role if peer relatedness in late adolescent career development, *Journal of Vocational Behavior*, 54:279-295.

Lerners, M. and Haber, S. (2000). "Performance factors of small tourism ventures: The interface of tourism, entrepreneurship and the environment", *Journal of business venturing*, (16), pp. 77-100.

Mei, H., Ma, Z. , Jiao, S. , Chen, X. , Lv, X. , & Zhan, Z. (2017). "The Sustainable Personality in Entrepreneurship: The Relationship between Big Six Personality", *Entrepreneurial Self-Efficacy, and Entrepreneurial Intention in the Chinese Context*. *Sustainability*, 9(9), 1649

منابع

اوتادی، م. و صفری، س (1398). بررسی تاثیر ویژگی‌های شخصیتی و رفتاری در تبیین قصد کارآفرینانه دانشجویان (مورد مطالعه: دانشگاه شاهد). *توسعه کارآفرینی*، 12(4)، 520-500.

تقی پور، خ.، و اعتباریان خوراسگانی، ا. و تقی پور، ف (1398). رابطه ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه با تمایل به کارآفرینی در مدیران مدرسه ابتدایی. *مجله مدیریت مدرسه*، 7(4)، 154-177.

حسینی قمی، م (1393). تغییرات ساخت اجتماعی بازار تهران. *دوفصلنامه پژوهش‌های جامعه‌شناسی معاصر*. شماره 4.

زاهدی، محمدرضا، مهدوی مزده، محمد، و محبی آشتیانی، سیمین (1399). ارزیابی مشخصه‌های شخصیتی کارآفرینی دانشجویان (مورد مطالعه دانشگاه علم و صنعت ایران). *کارافن*، 17(3)، 139-154.

سالازار، ام. اس؛ آکینو، اس. تی و دیاز، پی. اچ (1380). *مقدمه‌ای بر کارآفرینی*، ترجمه ناطق، سیامک، تهران، نشر کوهسار.

سرای، ح.، و شریفی، ن (1395). تغییر اخلاق کسب و کار در بازار؛ مورد مطالعه: بازاریان شهر بابل (مقاله علمی وزارت علوم)، راهبرد فرهنگ، 9(35)، 149-174.

شفیع زاده، شجاعی، ج (1387). کارآفرینان و نیاز به موفقیت. *مجله تدبیر*، 6(19)، 34-37.

صفری، ف (1390). بررسی رابطه بین ویژگی‌های شخصیتی و سطح هوش عاطفی کارآفرینان مستقل شهرستان مراغه، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام نور.

Mitchell, T. R. (2008). An evaluation of the validity of correlation research conducted in organizations. *Academy of Management Review*, 10, 192-205.

Muchinsky, Paul, M. (2005). *Psychology applied to work*, Brook/Cole Publishing Company. U. S. A.

Nnewton, T. & Keenan, T. (2011). Further analyses of the dispositional argument in organizational behavior. *Journal Applied Psychology*, 76,781-787.

Obschonka, M., Zhou, M., Zhou, Y., Zhang, J., & Silbereisen, R. K. (2018). "Confucian traits, entrepreneurial personality, and entrepreneurship in China: a regional analysis". *Small Business Economics*, UK 1-19.

Sans, S. A. and Velasco, D. (2006). "Opportunity development as a learning process for entrepreneurs". *International Journal Entrepreneurial Behavior and Research*, 12(5), 251-271.

Sitaridis, I., & Kitsios, F. (2018). "Entrepreneurial intentions in the field of IT: The role of gender typed personality and entrepreneurship education". In *Global Engineering Education Conference (EDUCON)*, 2018 IEEE, 1854-1859.

Super, D. E. (2008). Vocational adjustment. *Journal of career development quarterly*, 36,351-358.

Tett, R. P., Jackson, D. N. ,& Rothstein, M. (2003). Personality measures as predictors of job performance: A meta- analytic review. *Personnel Psychology*, 44: 703-742.