



Meta-analysis of Studies on the Personality Characteristics of Entrepreneurs

Elham Asadi 

Department of psychology, University of Isfahan, Isfahan, Iran. eli.asadi@edu.ui.ac.ir

Hamid Reza Oreyzi * 

Department of psychology, University of Isfahan, Isfahan, Iran. (Corresponding Author). dr.oreyzi@edu.ui.ac.ir

ABSTRACT

Objective: Entrepreneurship, as the beating heart of economic activities, is affected by various factors. Personality characteristics of people are one of the most important factors that affect the performance of entrepreneurs, but its quality and quantity have not been the same in different researches. Using the meta-analysis approach, the present research aims to summarize the results of previous researches and statistically influence the role of personality traits by correcting unrealistic effects caused by sampling error and low reliability. Considering that there are different points of view for personality traits; This research, while integrating the studies, also examined the point which theoretical perspective has a greater impact on entrepreneurship.

Method: The current research is fundamental in terms of the nature of the goal; According to the collection of descriptive information and based on the nature of the research, it is a survey type. For this purpose, the meta-analysis method was used, and internal and external researches related to the subject were used from databases such as Academic Jihad, Noor Magazines, Science and Information Technology Research Institute and Scientific Information Database, Google Scholar, as well as the article index site presented in Valid conventions and conferences were used. The measurement tool of this research was the meta-analysis checklist, and then the statistical data was analyzed through the meta-analysis software (second edition).

Results: The findings showed that the data are inconsistent and the lack of publication bias in the findings indicates the significance of the overall effect size. According to Cohen's table, the average effect size is at the medium level, and therefore it can be said that there is a significant relationship between personality traits and entrepreneurship. To be more precise, the results of the present study showed personality traits such as extroversion, neuroticism, adaptability, conscientiousness, openness to experience, which were proposed based on Costa & McCrae's theory, or internal control, success seeking, creativity, risk taking, self-esteem and self-efficacy proposed by Rauch & Frese; It is related to the performance of entrepreneurs. In addition, comparing the two views of general traits and specific personality traits, the size of the effects related to the view of specific traits was larger. Also, among different personality traits, creativity and self-efficacy traits had a larger effect than other traits.

Conclusion: It can be concluded that although personality traits are an important factor in the performance of entrepreneurs, however, all these traits do not have the same effect on the entrepreneurial behavior of people, and some of them, which are called special traits in this research, play a prominent role. They have more in this regard. Since these features focus on providing clearer descriptions that occur in a specific time and place or role, they create a larger effect size. And therefore, the development of these

characteristics can lead to the improvement of the performance of entrepreneurs. On the other hand, creativity and self-efficacy had a stronger relationship with entrepreneurial behavior. It seems that creating a new business more than anything requires thinking different from common views and requires creativity and innovation. Also, it is necessary for a person to believe in her capabilities and to be confident in her effective role in changing the conditions so that doubts do not hinder her entrepreneurial behavior.

Keywords: Scientific knowledge, Scientific thinking, Scientific authority, Originality Exemplarity, Usefulness.

Cite this article: Asadi, E., & Oreyzi, HR. (2024). Meta-analysis of Studies on the Personality Characteristics of Entrepreneurs. *Journal of Entrepreneurship Development*, 16 (5),
Doi: <http://doi.org/10.22059/JED.2023.350450.654110>(In Persian)

Received: 2023-06-04;

Revised: 2023-10-15;

Accepted: 2023-12-31; **Published online:** 2024-03-04


© The Author(s).

Article type: Research



Publisher: University of Tehran Press.



فرا تحلیل مطالعات انجام شده پیرامون ویژگی های شخصیتی افراد کارآفرین با تاکید بر نقش خوداثر بخشی بر اساس مدل مایکل فرز

 الهام اسدی

eli.asadi@edu.ui.ac.ir گروه روانشناسی، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران.

 حمیدرضا عربی * 

نویسنده مسئول، گروه روانشناسی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران. dr.oreyzi@edu.ui.ac.ir

چکیده

هدف: کارآفرینی به عنوان قلب تپنده فعالیت های اقتصادی، از عوامل مختلفی تاثیر می پذیرد. ویژگی های شخصیتی افراد یکی از مهم ترین عواملی است که بر عملکرد افراد کارآفرین تاثیر می گذارد اما کیفیت و کمیت آن در تحقیقات مختلف، یکسان نبوده است. پژوهش حاضر با استفاده از رویکرد فراتحلیل، به عنوان یک روش مناسب با اصلاح اثرات غیر واقعی ناشی از خطای نمونه گیری و پایایی پایین، قصد دارد نتایج پژوهش های قبلی را جمع بندی کرده و به طور آماری اثرگذاری نقش ویژگی های شخصیتی را مشخص می نماید. با توجه به اینکه برای ویژگی های شخصیتی دیدگاه های مختلفی وجود دارد؛ این پژوهش ضمن یکپارچه سازی مطالعات انجام شده، به بررسی این نکته نیز پرداخته که کدام دیدگاه نظری تاثیر بیشتری بر کارآفرینی دارد.

روش: پژوهش حاضر از حیث ماهیت هدف، بنیادی؛ بر حسب گردآوری اطلاعات توصیفی و براساس ماهیت پژوهش از نوع پیمایشی است. برای این منظور، روش فراتحلیل به کار گرفته شد و پژوهش های داخلی و خارجی مرتبط با موضوع از پایگاه های اطلاعاتی داخلی همچون جهاد دانشگاهی، مجلات نور، پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات و پایگاه اطلاعات علمی و گوگل اسکولار استفاده گردید. ابزار اندازه گیری این پژوهش چک لیست فراتحلیل بود و سپس داده های آماری از طریق نرم افزار فراتحلیل (ویرایش دوم) مورد تحلیل قرار گرفت.

یافته ها: یافته های پژوهش نشان می دهد داده ها نامتجانس بوده و عدم سوگیری انتشار در یافته ها حاکی از معنادار بودن اندازه اثر کلی است. میانگین اندازه اثر کلی مطابق با جدول کوهن، در سطح متوسط قرار دارد و لذا می توان گفت بین ویژگی های شخصیتی با کارآفرینی رابطه معنادار وجود دارد. به بیان دقیق تر، نتایج پژوهش حاضر نشان داد ویژگی های شخصیتی اعم از برونگرایی، روانرنجوری، سازگاری، با وجدانی، گشودگی به تجربه، که براساس نظریه Costa & McCrae مطرح شده و یا کنترل درونی، توفیق طلبی، خلاقیت، ریسک پذیری، عزت نفس و خودکارآمدی که Rauch & Frese مطرح کردند؛ با عملکرد کارآفرینان در ارتباط است. علاوه بر این، در مقایسه دو دیدگاه صفات کلی و صفات خاص شخصیتی، اندازه اثرهای مربوط به دیدگاه صفات خاص بزرگ تر بود. همچنین، از بین ویژگی های مختلف شخصیتی، صفات خلاقیت و خوداثر بخشی اندازه اثر بزرگ تری نسبت به سایر ویژگی ها داشتند.

نتیجه: می توان نتیجه گرفت اگرچه ویژگی های شخصیتی عامل مهمی در عملکرد کارآفرینان است با این حال، تمامی این خصوصیات تاثیر یکسانی بر رفتار کارآفرینی افراد ندارد و برخی از آنها، که در این پژوهش صفات خاص نامیده شده اند، نقش پررنگ تری در این خصوص دارند. از آنجایی که این خصیصه ها بر ارائه توصیفات روشن تری متمرکز هستند که در زمان و مکان یا نقش خاصی رخ می دهد، اندازه اثر بزرگ تری ایجاد می نمایند. و لذا توسعه این خصیصه ها می تواند منجر به بهبود عملکرد کارآفرینان گردد. از دیگر سو، خلاقیت و خودکارآمدی به ترتیب رابطه قوی تری با رفتار کارآفرینانه داشتند. به نظر می رسد ایجاد یک کسب و کار جدید بیش از هر چیز مستلزم تفکری متفاوت از دیدگاه های رایج است و به خلاقیت و نوآوری نیاز دارد. همچنین، لازم است تا فرد به توانمندی های خود باور داشته باشد و به نقش موثر خود در تغییر شرایط اطمینان پیدا کند تا بدین ترتیب تردیدها مانع از رفتار کارآفرینانه ایشان نگردد.

کلیدواژه‌ها: فراتحلیل، ویژگی‌های شخصیتی، کارآفرینی، خوداثربخشی، مدل شخصیتی مایکل فرز.

استناد به این مقاله: اسدی، الهام، و عریضی، حمیدرضا (۱۴۰۲). فراتحلیل مطالعات انجام شده پیرامون ویژگی‌های شخصیتی افراد کارآفرین با تاکید بر نقش خوداثربخشی بر اساس مدل مایکل فرز. توسعه کارآفرینی، ۱۶(۵)،

تاریخ انتشار: ۱۴۰۲/۱۲/۱۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۱۰/۱۰

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۲/۷/۲۳

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۳/۱۴



ناشر: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران.

نوع مقاله: پژوهشی

© نویسندگان.

۱. مقدمه

در طول سه دهه گذشته کارآفرینی به موضوعی پرکاربرد و مهم در علوم اجتماعی و اقتصادی تبدیل شده است (Yadegar, 2020, Hagos & Singh, 2022) و تعداد پژوهش‌های مربوط به آن رو به افزایش است (Brandstätter, 2011). سازگاری سیستم‌های اقتصادی با تغییر شرایط، خلق محصولات و خدمات جدید، ایجاد مشاغل، و رشد اقتصادی، تاحد زیادی به آمادگی و تمایل افراد برای شروع کسب و کاری مستقل و مهارت آنان در اداره موفقش، بستگی دارد (Böheim, 2009). به همین دلیل (Kraft et al., 2022). کارآفرینی را به عنوان قلب تپنده فعالیت‌های توسعه اقتصادی در نظر گرفته و برای آن جایگاه ویژه‌ای قائل هستند.

کارآفرینی شامل کشف، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌ها است (Bacq et al, 2022) و حتی همانطور که Schumpeter (۱۹۳۵) تاکید کرده است نه تنها با تشخیص فرصت‌ها، بلکه با ایجاد آن‌ها نیز کارآفرینی شکل می‌گیرد. در واقع، کارآفرین یک بازیگر فعال در بازار است که با شناسایی و ایجاد فرصت‌ها، آن‌ها را توسعه می‌دهد و سپس تولیدات و یا خدمات را سازماندهی می‌کند (Kostakis & Tsagarakis, 2022). بنابراین کارآفرینی بیش از آنکه به عنوان یک واکنش یا عکس‌العمل در نظر گرفته شود به‌عنوان یک کنش فعالانه در اقتصاد تعریف می‌گردد که منجر به ایجاد افق نوینی در جامعه می‌شود (Zhao et al., 2010).

ده‌ها سال بعد از آنکه Schumpeter (۱۹۱۲-۱۹۸۸) از اهمیت کارآفرینی و نقش آن در توسعه اقتصاد پرده برداشت، علاقمندی برای جستجوی صفات شخصیتی مرتبط با آن افزایش پیدا کرد (Low & MacMillan, 1988). در اواخر دهه ۱۹۸۰، مطالعات مرور روایتی^۱ نشان داد بین شخصیت و کارآفرینی هیچ رابطه پایداری وجود ندارد و لذا پژوهش‌های بعدی مربوط با پارادایم صفات محدود گردید (Gartner, 1988). با این حال، محققان بعدی (Rauch & Frese, 2007; Shane et al., 2003) به نتایج متفاوتی دست یافتند که بر آن اساس به نظر رسید پژوهش‌های اولیه به دلیل فقدان نظریه‌های علمی به نتایجی غیرواقعی رسیدند. در چنین موقعیتی رویکرد فراتحلیل به عنوان یک روش مناسب می‌تواند اثرات غیرواقعی ناشی از خطای نمونه‌گیری و پایایی پایین را اصلاح کرده و نتایج صحیحی ارائه نماید (Dalton & Dalton, 2005).

بنابراین اولین سوال این پژوهش بررسی این مسئله است که آیا ویژگی‌های شخصیتی رابطه معناداری با کارآفرینی دارند؟

از سوی دیگر، مفهوم شخصیت در روانشناسی همواره با بحث‌ها و نظریه‌های مختلفی همراه بوده است. برخی از پژوهش‌ها شخصیت را در قالب صفات بزرگ شخصیت در نظر گرفته‌اند که به نظریه Costa & McCrae (۱۹۹۲) اشاره دارد. در این نظریه صفات بزرگی از جمله روان‌رنجوری، برون‌گرایی، گشودگی به تجربه، توافق‌گرایی و باوجدان بودن بررسی می‌گردد. درحالی که نظریه‌پردازانی از جمله Rauch & Frese (۲۰۰۰) صفات اختصاصی‌تری از جمله خودکارآمدی، کنترل درونی، توفیق‌طلبی، خلاقیت، ریسک‌پذیری و عزت نفس را با کارآفرینی مرتبط‌تر می‌دانند. آن‌ها معتقدند این صفات توصیفات روشن‌تری از شخصیت را مشخص می‌کند و بهتر می‌تواند در ارتباط با زمان، مکان و

یا نقش‌های مشخص بررسی گردد. بدین ترتیب دومین سوال مورد بررسی در پژوهش حاضر عبارت است از اینکه کدام دیدگاه (دیدگاه کلی یا دیدگاه صفات خاص) ارتباط قوی‌تری با کارآفرینی دارد؟ در ایران نیز پژوهش‌ها هر دو رویکرد را مورد استفاده قرار داده‌اند و به نتایج متفاوتی دست یافته‌اند. فراتحلیل‌هایی که تا به امروز در ایران انجام شده‌اند یا به گروه خاصی از افراد اختصاص داشته‌اند (Sharififar et al., 2017) و یا صرفاً متغیرهای روانشناختی را صرف نظر از نظریه‌های شخصیتی انجام گرفته‌اند (Heshmatifar et al., 2021). هدف مطالعه حاضر بررسی نقش شخصیت در فرایند کارآفرینی و یکپارچه‌سازی پژوهش‌های قبلی در این خصوص است که با بهره‌مندی از روش فراتحلیل انجام گرفت.

بدین ترتیب، مطالعه حاضر چند دستاورد مهم خواهد داشت. اول اینکه این مطالعه به تبیین یکپارچه‌تری از نقش ویژگی‌های شخصیتی بر عملکرد کارآفرینان کمک می‌کند. همراستا با پژوهش (zhao et al., 2010) این مطالعه به طور دقیق‌تری به بررسی تاثیر نقش ویژگی‌های شخصیتی می‌پردازد. دوم اینکه مطالعه حاضر به مقایسه دو نظریه مهم، نظریه پنج عاملی شخصیت و نظریه مایکل فرز، می‌پردازد. تا کنون مطالعات اندکی در زمینه مقایسه نظریه‌های شخصیت انجام شده است. فراتحلیل‌های قبلی صرفاً به جمع‌بندی و یکپارچه‌سازی مطالعات پرداخته‌اند (collins et al., 2004)؛ (zhao et al., 2010). در نهایت، تعیین موثرترین ویژگی‌های شخصیتی مرتبط با کارآفرینی ممکن است به موفقیت‌های بیش‌تر کارآفرینان و کاهش هدررفت‌های منابع مالی و انسانی کمک نماید.

۲. مروری بر مبانی نظری و پیشینه تحقیق

نظریه کارآفرینی شومپیتر^۱ برای نخستین بار در کتاب نظریه رشد اقتصادی^۲ (۲۰۰۳) مطرح شد که بر مبنای آن کارآفرینان نظام پویای سرمایه‌داری را شکل می‌دهند. بر اساس منطق درونی اثر شومپیتر، کارآفرینان با محیط‌سازگاری نمی‌کنند و بنابراین تلقی‌های داروینی از اقتصاد حداقل در مورد کارآفرینان صادق نیست. در واقع، آنها محیط را بر طبق نیازهای خود شکل می‌دهند (Sharififar et al., 2017). از آن زمان تاکنون تعداد پژوهش‌های مربوط به کارآفرینی رو به افزایش است که حاکی از اهمیت این موضوع در علوم مختلفی از جمله اقتصاد است.

از جمله عوامل مهمی که در ارتباط با کارآفرینی مورد بررسی قرار گرفته است ویژگی‌های شخصیتی می‌باشد (Rosado-Cubero et al., 2022). همانطور که Baum et al (2014) خاطر نشان کردند اهمیت ویژگی‌های شخصیتی به قدری بالا است که چنانچه تاثیر آن‌ها در نظر گرفته نشود نمی‌توان رابطه ثابتی بین کارآفرینی و سایر متغیرهای اثرگذار همچون عوامل محیطی، پیدا کرد.

کلمه شخصیت نیز همانند اغلب مفاهیم روانشناسی تعریف یکسانی ندارد و نظریه‌های مختلفی که در این خصوص مطرح شده هرکدام برداشتی متفاوت از این موضوع ارائه داده‌اند. از نظر لغوی کلمه شخصیت معادل واژه پرسنالیتی^۳ است که به معنای نقاب یا ماسکی می‌باشد که افراد بر چهره خود می‌گذاشتند (Salmony & Kanbach,)

personality^۳

Schumpeter^۱
The theory of economic development^۲

2021). اما تلویحا شخصیت عنصری ثابت و تعیین کننده رفتار است که توصیفی متمایز از عواطف، احساسات، افکار و الگوهای رفتاری پایدار افراد ارائه می دهد (Khan et al., 2021).

در یک نگاه تاریخی به این زمینه می توان متوجه تغییر چشمگیری شد که نسبت به تاثیر ویژگی های شخصیتی شکل گرفته است. Aldreich & myer (۱۹۹۳) معتقد بودند کارآفرینی برای ارتباط با ویژگی های شخصیتی خاص به رفتارهای متنوع نیاز دارد و ویژگیهای شخصیتی به قدر کافی با کارآفرینی مرتبط نیستند؛ بنابراین دیدگاههای جایگزین، مانند رویکردهای بوم شناختی، و تمرکز بر نیروهای محیطی اثرگذارتر خواهند بود. تا دهه ۱۹۹۰ این استدلالها کاملاً مؤثر بوده اند و به موضع غالبی در تحقیقات کارآفرینی منجر شده اند که ویژگی های شخصیتی را نادیده می گیرند (Kerr et al., 2018).

با این وجود، از آغاز قرن ۲۱، ادبیات شخصیت کارآفرینان با یک تجدید نظر مواجه گردید و اهمیت ویژگی های شخصیتی در رابطه با عملکرد کارآفرینان مورد توجه قرار گرفت. Rauch, & Frese (۲۰۰۷، a) با انجام فراتحلیلی روی عوامل شخصیتی در تحقیقات کارآفرینی نشان دادند بین عوامل شخصیتی و کارآفرینی رابطه روشن و نسبتاً محکمی وجود دارد. در واقع، از آنجایی که کارآفرینی اساساً شخصی است (Heshmatifar et al., 2021) ویژگی های شخصیتی می تواند عامل بسیار مهمی در پیش بینی میزان موفقیت باشد. با این حال، میزان اثر این رابطه در عوامل شخصیتی متفاوت، تغییر می کند. قدرت پیش بینی صفات شخصیتی در ویژگی های خاص و کلی شخصیت متفاوت است. بخش عمده ای از پیشینه پژوهش های این حیطه بر دو موضوع کلیدی متمرکز هستند: ویژگی های شخصیتی مرتبط با کارآفرینی و بررسی میزان تاثیر آنها بر عملکرد کارآفرینان.

یکی از معتبرترین نظریه های شخصیت که در ارتباط با کارآفرینی مورد بررسی قرار گرفته است نظریه پنج عاملی McCrae و costa است. این نظریه چارچوبی برای سازمان دهی به دامنه گسترده ای از ویژگی های شخصیتی است و شامل پنج بعد بزرگ شخصیت (برون گرایی، ثبات هیجانی، گشودگی، وجدان گرایی و توافق گرایی) می شود (Costa & McCrae, 1992). اگرچه این نظریه شامل ویژگی های شخصیتی گسترده ای است اما همین گستردگی باعث می شود نتایج پژوهش ها در خصوص ارتباط ویژگی های شخصیتی و کارآفرینی متفاوت باشد (Rauch, & Frese, ۲۰۰۰). دسته ی دیگری از نظریات، رویکرد صفات خاص هستند (McClelland, ۱۹۶۱). بر اساس این دیدگاه صفات خاص مانند ریسک پذیری، بهتر می تواند عملکرد کارآفرینان موفق را از ناموفق ها تمیز دهد. Rauch, & Frese (۲۰۰۰) به توضیح مدلی تجربی-نظری پرداختند که در آن ویژگی های خاص شخصیتی از جمله ریسک-پذیری، خلاقیت، مکان کنترل، توفیق طلبی، عزت نفس و خودکارآمدی بر رفتارهای کارآفرینان تاثیرگذار است و ارتباط قوی تری با عملکرد کارآفرینان دارد.

پژوهش حاضر از حیث ماهیت هدف، بنیادی؛ بر حسب گردآوری اطلاعات توصیفی و براساس ماهیت پژوهش از نوع پیمایشی است. روش پژوهش حاضر از نوع فراتحلیل است. فراتحلیل مانند انواع دیگر مطالعات پژوهشی و سیستماتیک خواه کمی و خواه کیفی، از راه های متعددی می تواند به تحلیل ها یا نتیجه گیری های توأم با خطا یا تورش منجر گردد. از جمله این خطاها می توان به انتشار نتایج مثبت اشاره کرد. بر اساس این خطا، فرهنگی بر مجلات و حتی خود محققین حکمفرما است که در آن مطالعاتی که فرضیه آن ها از نظر آماری معنادار است بیش از مطالعات غیر معنادار منتشر می شوند و روزنتال در سال ۱۹۷۹ این مطلب را تحت عنوان مسئله کشوی بایگانی^۱ نامید؛ زیرا مطالعات با نتایج آماری غیر معنادار احتمال بیشتری دارند که در کشوی بایگانی ضبط شوند و منتشر نشوند. لذا، در این پژوهش سعی شده تمام نتایج اعم از معنادار و غیرمعنادار جمع آوری شده و مورد تحلیل قرار گیرند؛ ویژگی که شاید کمتر در پژوهش های مرتبط مد نظر قرار گرفته است و می تواند وجه تمایز دیگری برای این تحقیق محسوب گردد (Rosenthal, ۱۹۷۹).

در این بررسی ابتدا با استفاده از کلیدواژه کارآفرینی در پایگاه های اطلاعاتی داخلی از درگاه های مختلف، اقدام به یافتن مقالات منتشر شده فارسی در خصوص کارآفرینی و ویژگی های شخصیتی شد. به طور کلی حدود ۳۰۰۰ پژوهش در خصوص کارآفرینی یافت شد. به منظور جمع آوری مقاله های مرتبط با ویژگی های شخصیتی، سعی شد در هنگام جستجو از کلیدواژه های تاثیر، رابطه، ارتباط، اثر به همراه حروف اضافه "با" و "و" استفاده گردد تا بتوان مقالات در دسترس و مرتبط با ویژگی های شخصیتی کارآفرینان را پیدا نمود. بدین ترتیب از تمام پژوهش های انجام شده در فاصله سال های ۱۹۹۸ تا ۲۰۲۲ با استفاده از پایگاه های مختلف از جمله: مجلات نور، پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات و پایگاه اطلاعات علمی، گوگل اسکولار همچنین سایت نمایه مقالات ارائه شده در همایش ها و کنفرانس های معتبر کشور گردآوری شد. برای انتخاب و استخراج اطلاعات پژوهش های گوناگون یک فهرست واریسی تنظیم گردید. از این فهرست برای کدگذاری پژوهش ها استفاده گردید و تعداد ۹۰ مقاله مرتبط یافت شد. برای وارد کردن هر پژوهش در فراتحلیل ملاک های زیر در نظر گرفته شدند: ۱. پژوهش ها در مجلات علمی-پژوهشی به چاپ رسیده باشد. ۲. پژوهش ها به بررسی رابطه یا تاثیر ویژگی های شخصیتی با کارآفرینی پرداخته باشند. ۳. پژوهش ها به لحاظ آماری و روش تحقیق صحیح انجام شده باشند. ۴. داده های مورد نیاز برای محاسبه اندازه اثر در متن مقاله موجود باشد. براین اساس مقالاتی که معیارهای ورود به پژوهش را نداشتند حذف گردید و تعداد ۳۰ مقاله انتخاب و مورد تحلیل قرار گرفت. جهت انجام عملیات آماری از ویرایش سوم نرم افزار فراتحلیل^۲ (Borenstein, ۲۰۰۹) استفاده گردید.

^۱ the file drawer problem

^۲ Comprehensive Meta. Analysis, Version 2.0 (CMA)

چک لیست محتوا: از این چک لیست برای انتخاب مقالات منتخب جهت انجام فراتحلیل استفاده گردید و شامل مولفه‌های زیر است: عنوان پژوهش، اسامی نویسندگان، سال اجرای پژوهش، ابزارهای جمع‌آوری اطلاعات، جامعه آماری، حجم نمونه، و سطح معناداری. در جدول ۱، مشخصات تحقیقات انتخاب شده برای فراتحلیل، ارائه شده است.

جدول ۱- اطلاعات توصیفی پژوهش‌های مورد استفاده در فراتحلیل

کد	موضوع پژوهش	نام و نام خانوادگی	سال اجرای پژوهش	متغیرهای مورد بررسی	حجم نمونه
۱	رابطه خلاقیت، عزت نفس و انگیزه پیشرفت با کارآفرینی	شکر کن و همکاران	۱۳۸۱	عزت نفس و انگیزه پیشرفت	۲۰۰
۲	رابطه ویژگی‌های کم دامنه‌ی شخصیت با عملکرد کارآفرینی	خانجانی	۱۳۸۷	خلاقیت، ریسک پذیری	۳۲۶
۳	رابطه متغیرهای عزت نفس و انگیزه پیشرفت با کارآفرینی	سرمدی و همکاران	۱۳۸۸	عزت نفس و انگیزه پیشرفت	۸۴۸
۴	رابطه انگیزه پیشرفت و کارآفرینی	گل شکوه و همکاران	۱۳۸۸	انگیزه پیشرفت	۳۴۰
۵	رابطه خوداثربخشی، جایگاه مهار و تحمل ابهام با کارآفرینی	برومندنسب و شکرکن	۱۳۸۸	خوداثربخشی، جایگاه مهار، تحمل ابهام	۳۶۴
۶	ویژگی‌های روانشناختی کارآفرینان کشور	سلمانی زاده و انصاری	۱۳۸۸	اعتماد به نفس، توفیق طلبی، کنترل درونی، خلاقیت، استقلال طلبی، ریسک پذیری	۱۱۹
۷	تبیین نقش ویژگی‌های روانشناختی بر فرایند کارآفرینی	آقاجانی و گنجه خور	۱۳۸۹	استقلال طلبی، خلاقیت و نوآوری، ریسک پذیری، اراده و پشتکار، کنترل درونی	۲۹۱
۸	رابطه هوش شناختی و تحمل ابهام با کارآفرینی	فیضی آوات و همکاران	۱۳۹۱	تحمل ابهام	۱۱۲۲
۹	رابطه عزت نفس و خلاقیت با کارآفرینی	محبوبی و همکاران	۱۳۹۱	عزت نفس و خلاقیت	۱۹۰
۱۰	رابطه ویژگی‌های شخصیتی و روانشناختی با کارآفرینی	خدایی و همکاران	۱۳۹۲	توفیق طلبی، استقلال طلبی، خلاقیت، ریسک پذیری	۱۶۵
۱۱	اضطراب اجتماعی، خودباوری و کارآفرینی زنان	حسینی و همکاران	۱۳۹۴	خودباوری	۳۷۴
۱۲	رابطه ویژگی‌های شخصیتی و کارآفرینی	رضوانی و پارسا	۱۳۹۴	برونگرایی، گشودگی، باوجدانی، سازگاری و روانرنجوری	۲۰۰
۱۳	تاثیر ویژگی‌های شخصیتی بر موفقیت زنان روستایی کارآفرین	یعقوبی و سلیمانی	۱۳۹۴	توفیق طلبی، ریسک پذیری، اعتماد به نفس	۱۱۷

۴۰	درونگرایی	۱۳۹۵	پیامی و کسرائی	رابطه تیپ شخصیتی با کارآفرینی مدیران	۱۴
۹۵	خودکارآمدی	۱۳۹۵	قاسمی و همکاران	تاثیر خودکارآمدی بر عملکرد شرکت های کارآفرین	۱۵
۷۲	اراده و پشتکار، کنترل درونی، خلاقیت، ریسک پذیری، استقلال طلبی	۱۳۹۵	موسوی و همکاران	تبیین نقش ویژگی های روانشناختی بر عملکرد کارآفرینی روسا	۱۶
۱۰۰	انگیزه پیشرفت، خلاقیت، خودکارآمدی	۱۳۹۶	داعی زاده	ارتباط انگیزه پیشرفت، خلاقیت و خودکارآمدی با کارآفرینی	۱۷
۲۳۴	خودکارآمدی	۱۳۹۷	دیانتی و همکاران	تاثیر خودکارآمدی بر تشخیص فرصت	۱۸
۴۸۰	سخت کوشی - خودکارآمدی	۱۳۹۷	فریدونی و کلاته سیفزی	تاثیر سخت کوشی روانی بر کارآفرینی	۱۹
۱۲۰	توفیق طلبی، کنترل درونی، خلاقیت، ریسک پذیری، استقلال طلبی، تحمل ابهام	۱۳۹۸	تقی پور و همکاران	رابطه ویژگی های شخصیتی کارآفرینانه با تمایل به کارآفرینی	۲۰
۴۴۳	ریسک پذیری - کانون کنترل	۱۳۹۸	اوتادی و صفری	تاثیر ویژگی های شخصیتی و رفتاری در تبیین قصد کارآفرینانه	۲۱
۳۹۰	خودکارآمدی	۱۳۹۹	پوروایی و همکاران	عوامل موثر بر قصد کارآفرینی دانشجویان	۲۲
۲۰۸	مکان کنترل، تحمل ابهام، انگیزه پیشرفت	۲۰۰۷	De Pillis & Reardon	تاثیر ویژگی های شخصیتی بر تمایل به کارآفرینی	۲۳
۵۶۲	برونگرایی، گشودگی، باوجدانی، سازگاری و روانرنجوری - خلاقیت	۲۰۱۴	Leutner et al	رابطه بین شخصیت کارآفرینان و ابعاد پنج عامل بزرگ شخصیت	۲۴
۱۸۰	برونگرایی، گشودگی، باوجدانی، سازگاری و روانرنجوری	۲۰۱۷	et Dimitriadis al	کارآفرینی و نقش شخصیت	۲۵
۲۴۲	برونگرایی، گشودگی، باوجدانی، سازگاری و روانرنجوری	۲۰۱۷	Lacap	ویژگی های شخصیتی و قصد کارآفرینی	۲۶
۵۳۸	برونگرایی، گشودگی، باوجدانی، سازگاری و ثبات هیجانی، اعتماد به نفس	۲۰۱۹	Íspir et al	ارتباط بین صفات شخصیتی و کارآفرینی	۲۷
۱۷۸	خوشبینی، اعتماد به نفس، خلاقیت	۲۰۲۲	Chandler	شخصیت کارآفرینی و انگیزه	۲۸

۴۶۶	برونگرایی، گشودگی، باوجدانی، سازگاری و روانرنجوری	۲۰۲۲	Salameh et al	ویژگی‌های شخصیتی و تمایل به کارآفرینی	۲۹
۴۲۰	برونگرایی، گشودگی، باوجدانی، سازگاری و روانرنجوری	۲۰۲۲	Sobaih et al	ویژگی‌های شخصی و کارآفرینی	۳۰

از آنجایی که فراتحلیل باهدف یکپارچه کردن تحقیقات و به انجام رساندن یک آزمون با توان آماری بالاتر است؛ آماره‌های پژوهش‌ها به اندازه اثر تبدیل گشته و سپس مورد بررسی قرار می‌گیرند.

۳. یافته‌ها

جدول شماره ۲، داده‌های مربوط به فراتحلیل مطالعات کارآفرینی را در ۳۰ مقاله بررسی شده نشان می‌دهد. اطلاعات این پژوهش‌ها حاوی ۱۰۳ مورد همبسته شخصیتی با کارآفرینی است که به تفکیک هر مورد و هر پژوهش ارائه شده است.

جدول ۲- داده‌های فراتحلیل متغیرهای همبسته با کارآفرینی

ردیف	کد	متغیر	آماره پژوهش	حجم نمونه	Z فیشر	SE
۱	۱	خلاقیت	۰/۴۴	۲۰۰	۰/۴۷۲	۰/۰۵
۲	۱	انگیزه پیشرفت	۰/۳۸	۲۰۰	۰/۴۰۰	۰/۰۵
۳	۱	عزت نفس	۰/۴۳	۲۰۰	۰/۴۶۰	۰/۰۵
۳	۲	خلاقیت	۰/۲۷۷	۳۲۶	۰/۲۸۴	۰/۰۵
۴	۲	ریسک‌پذیری	۰/۲۴۱	۳۲۶	۰/۲۴۶	۰/۰۵
۵	۲	توفیق‌طلبی	۰/۲۰۸	۳۲۶	۰/۲۱۱	۰/۰۵
۶	۲	استقلال‌طلبی	۰/۱۶۰	۳۲۶	۰/۱۶	۰/۰۵
۷	۲	قدرت تصمیم‌گیری	۰/۲۳۶	۳۲۶	۰/۲۴۱	۰/۰۵
۸	۲	تحمل ابهام*	- ۰/۰۷۵	۳۲۶	- ۰/۰۷۵	۰/۰۵
۹	۲	منبع کنترل*	- ۰/۰۱۵	۳۲۶	- ۰/۰۱۵	۰/۰۵
۱۰	۳	عزت نفس	۰/۵۲۱	۸۴۸	۰/۵۷۸	۰/۰۳
۱۱	۳	انگیزه پیشرفت	۰/۴۵۹	۸۴۸	۰/۴۹۶	۰/۰۳
۱۲	۴	انگیزه پیشرفت	۰/۱۱۹	۳۴۰	۰/۱۲۰	۰/۰۵
۱۳	۴	خلاقیت	۰/۳۳۴	۳۴۰	۰/۳۴۷	۰/۰۵
۱۴	۵	خوداثربخشی	۰/۴۱	۳۶۴	۰/۴۳۶	۰/۰۵
۱۵	۵	تحمل ابهام	۰/۳۱	۳۶۴	۰/۳۲۱	۰/۰۵
۱۶	۵	جایگاه مهار	۰/۲۳	۳۶۴	۰/۲۳۴	۰/۰۵
۱۷	۶	توفیق‌طلبی	۰/۱۹۸	۱۱۹	۰/۲۰۱	۰/۰۹
۱۸	۶	تحمل ابهام	۰/۰۹۲	۱۱۹	۰/۰۹۲	۰/۰۹

۰/۰۹	۰/۳۱۷	۱۱۹	۰/۳۰۷	ریسک پذیری	۶	۱۹
۰/۰۹	۰/۱۹۹	۱۱۹	۰/۱۹۶	خلاقیت	۶	۲۰
۰/۰۹	۰/۰۸۹	۱۱۹	۰/۰۸۹	استقلال طلبی	۶	۲۱
۰/۰۹	۰/۰۵۹	۱۱۹	۰/۰۵۹	اعتماد به نفس	۶	۲۲
۰/۰۵	۰/۶۰۴	۲۹۱	۰/۵۴	استقلال طلبی	۷	۲۳
۰/۰۵	۰/۹۰۸	۲۹۱	۰/۷۲	خلاقیت	۷	۲۴
۰/۰۵	۰/۶۷۸	۲۹۱	۰/۵۹	ریسک پذیری	۷	۲۵
۰/۰۵	۱/۱۵۷	۲۹۱	۰/۸۲	اراده و پشتکار،	۷	۲۶
۰/۰۵	۰/۲۸۸	۲۹۱	۰/۲۸	کنترل درونی	۷	۲۷
۰/۰۵	۰/۹۰۸	۲۹۱	۰/۷۲	خلاقیت	۷	۲۸
۰/۰۳	۰/۰۳۴	۱۱۲۱	۱/۱۲۲	تحمل ابهام	۸	۲۹
۰/۰۷	۰/۴۵۶	۱۹۰	۰/۴۲۷	عزت نفس	۹	۳۰
۰/۰۷	۰/۶۴۳	۱۹۰	۰/۵۶۷	خلاقیت	۹	۳۱
۰/۰۷۹	۰/۷۳۳	۱۶۵	۰/۶۲۵	توفیق طلبی	۱۰	۳۲
۰/۰۷۹	۰/۴۵۵	۱۶۵	۰/۴۲۶	استقلال طلبی	۱۰	۳۳
۰/۰۷۹	۰/۷۲۲	۱۶۵	۰/۶۱۸	خلاقیت	۱۰	۳۴
۰/۰۷۹	۰/۸۹۱	۱۶۵	۰/۷۱۲	ریسک پذیری	۱۰	۳۵
۰/۰۵	۱/۰۹۹	۳۷۴	۰/۸۰	خودباوری	۱۱	۳۶
۰/۰۷	۰/۴۲۷	۲۰۰	۰/۴۰۳	برونگرایی	۱۲	۳۷
۰/۰۷	۰/۵۱۷	۲۰۰	۰/۴۷۵	گشودگی	۱۲	۳۸
۰/۰۷	۰/۳۰۰	۲۰۰	۰/۲۹۱	باوجدانی	۱۲	۳۹
۰/۰۷	۰/۴۲۴	۲۰۰	۰/۴۰۰	سازگاری	۱۲	۴۰
۰/۰۷	۰/۴۹۵	۲۰۰	- ۰/۴۵۸	روانرنجوری	۱۲	۴۱
۰/۰۹	۰/۲۴۸	۱۱۷	۰/۲۴۳	اعتماد به نفس	۱۳	۴۲
۰/۰۹	۰/۲۵۶	۱۱۷	۰/۲۵۱	ریسک پذیری	۱۳	۴۳
۰/۰۹	۰/۳۰۲	۱۱۷	۰/۲۹۳	توفیق طلبی	۱۳	۴۴
۰/۰۹	۰/۲۸۱	۱۱۷	۰/۲۷۴	استقلال طلبی	۱۳	۴۵
۰/۱۶	۰/۳۱۷	۴۰	۰/۳۰۷	درونگرایی	۱۴	۴۶
۰/۱۶۴	۰/۱۸۹	۴۰	۰/۱۸۷	برونگرایی*	۱۴	۴۷
۰/۱۰	۰/۳۵۷	۹۵	۰/۳۴۳	خودکارآمدی	۱۵	۴۸
۰/۱۲	۰/۶۰۴	۷۲	۰/۵۴	استقلال طلبی	۱۶	۴۹
۰/۱۲	۰/۶۷۸	۷۲	۰/۵۹	ریسک پذیری	۱۶	۵۰
۰/۱۲	۰/۲۸۸	۷۲	۰/۲۸	کنترل درونی	۱۶	۵۱
۰/۱۲	۱/۱۵۷	۷۲	۰/۸۲	اراده و پشتکار	۱۶	۵۲
۰/۱۲	۰/۹۰۸	۷۲	۰/۷۲	خلاقیت	۱۶	۵۳
۰/۱۰	۰/۵۳۶	۱۰۰	۰/۴۹	انگیزه پیشرفت	۱۷	۵۴
۰/۱۰	۰/۲۰۳	۱۰۰	۰/۲۰	خلاقیت	۱۷	۵۵
۰/۱۰	۰/۱۰	۱۰۰	۰/۱۰	خودکارآمدی*	۱۷	۵۶

۰/۰۶	۰/۵۳۷	۲۳۴	۰/۴۹۱	خودکارآمدی	۱۸	۵۷
۰/۰۴	۰/۶۵۲	۴۸۰	۰/۵۷۳	خودکارآمدی	۱۹	۵۸
۰/۰۹	۱/۳۶۳	۱۲۰	۰/۸۷۷	کنترل دورنی	۲۰	۵۹
۰/۰۹	۰/۹۹۶	۱۲۰	۰/۷۶۰	ریسک پذیری	۲۰	۶۰
۰/۰۹	۱/۵۱۶	۱۲۰	۰/۹۰۸	توفیق طلبی	۲۰	۶۱
۰/۰۹	۰/۸۷۱	۱۲۰	۰/۷۰۲	تحمل ابهام	۲۰	۶۲
۰/۰۴	۰/۰۷۹	۴۴۳	۰/۰۷۹	کانون کنترل	۲۱	۶۳
۰/۰۴	۰/۴۳۴	۴۴۳	۰/۴۰۹	ریسک پذیری	۲۱	۶۴
۰/۰۵	۰/۵۷۱	۳۹۰	۰/۵۱۶	خودکارآمدی	۲۲	۶۵
۰/۰۷	۰/۲۲۴	۲۰۸	۰/۲۲	مکان کنترل	۲۳	۶۶
۰/۰۷	۰/۱۹۲	۲۰۸	۰/۱۹	انگیزه پیشرفت	۲۳	۶۷
۰/۰۷	۰/۱۸۲	۲۰۸	۰/۱۸	تحمل ابهام	۲۳	۶۸
۰/۰۴	۰/۰۹۰	۵۶۲	۰/۰۹	برونگرایی	۲۴	۶۹
۰/۰۴	۰/۰۳۰	۵۶۲	۰/۰۳	توافق پذیری	۲۴	۷۰
۰/۰۴	۰/۰۰	۵۶۲	۰/۰۰	با وجدانی	۲۴	۷۱
۰/۰۴	۰/۰۸۰	۵۶۲	۰/۰۸	ثبات هیجانی	۲۴	۷۲
۰/۰۴	۰/۲۳۴	۵۶۲	۰/۲۳	گشودگی	۲۴	۷۳
۰/۰۴	۰/۴۲۴	۵۶۲	۰/۴۰	خلاقیت	۲۴	۷۴
۰/۰۷	۰/۱۲۰	۱۸۰	۰/۱۱۹	برونگرایی	۲۵	۷۵
۰/۰۷	۰/۳۶۱	۱۸۰	۰/۳۴۶	توافق پذیری	۲۵	۷۶
۰/۰۷	۰/۱۰۵	۱۸۰	۰/۱۰۵	با وجدانی	۲۵	۷۷
۰/۰۷	- ۰/۰۸۵	۱۸۰	- ۰/۰۸۵	روانرنجوری	۲۵	۷۸
۰/۰۷	۰/۱۸۳	۱۸۰	۰/۱۸۱	گشودگی	۲۵	۷۹
۰/۰۶	۰/۱۲۷	۲۴۲	۰/۱۲۶	برونگرایی	۲۶	۸۰
۰/۰۶	۰/۱۹۴	۲۴۲	۰/۱۹۲	توافق پذیری	۲۶	۸۱
۰/۰۶	۰/۳۵۵	۲۴۲	۰/۳۴۱	با وجدانی	۲۶	۸۲
۰/۰۶	۰/۱۵۹	۲۴۲	۰/۱۵۸	روانرنجوری	۲۶	۸۳
۰/۰۶	۰/۳۱۶	۲۴۲	۰/۳۰۶	گشودگی	۲۶	۸۴
۰/۰۴	۰/۳۴۳	۵۳۸	۰/۳۳	برونگرایی	۲۷	۸۵
۰/۰۴	۰/۲۰	۵۳۸	۰/۰۲	توافق پذیری	۲۷	۸۶
۰/۰۴	۰/۱۴۱	۵۳۸	۰/۱۴	با وجدانی	۲۷	۸۷
۰/۰۴	۰/۱۴۱	۵۳۸	۰/۱۴	ثبات هیجانی	۲۷	۸۸
۰/۰۴	۰/۴۱۲	۵۳۸	۰/۳۹	گشودگی	۲۷	۸۹
۰/۰۴	۰/۵۱۰	۵۳۸	۰/۴۷	اعتماد به نفس	۲۷	۹۰
-	-	۱۲۹	* ۰/۱۴۳	خوشبینی	۲۸	۹۱
۰/۰۷	۰/۱۷۱	۱۷۲	۰/۱۶۹	اعتماد به نفس	۲۸	۹۲
۰/۰۷	۰/۱۸۰	۱۷۸	۰/۱۷۸	خلاقیت	۲۸	۹۳
۰/۰۴	۰/۱۶۱	۴۶۶	۰/۱۶	برونگرایی	۲۹	۹۴
۰/۰۴	۰/۱۲۱	۴۶۶	- ۰/۱۲	توافق پذیری	۲۹	۹۵

۰/۰۴	۰/۱۱۰	۴۶۶	۰/۱۱	با وجدانی	۲۹	۹۶
۰/۰۴	۰/۲۷۷	۴۶۶	- ۰/۲۷	روانرنجوری	۲۹	۹۷
۰/۰۴	۰/۲۵۵	۴۶۶	۰/۲۵	گشودگی	۲۹	۹۸
۰/۰۴	۰/۲۵۵	۴۲۰	۰/۲۵	برونگرایی	۳۰	۹۹
۰/۰۴	۰/۱۲۱	۴۲۰	۰/۱۲	توافق پذیری	۳۰	۱۰۰
۰/۰۴	۰/۱۷۲	۴۲۰	۰/۱۷	با وجدانی	۳۰	۱۰۱
۰/۰۴	۰/۱۰	۴۲۰	۰/۰۱	روانرنجوری	۳۰	۱۰۲
۰/۰۴	۰/۱۰۰	۴۲۰	۰/۱۰	گشودگی	۳۰	۱۰۳

* آماره معنادار نیست.

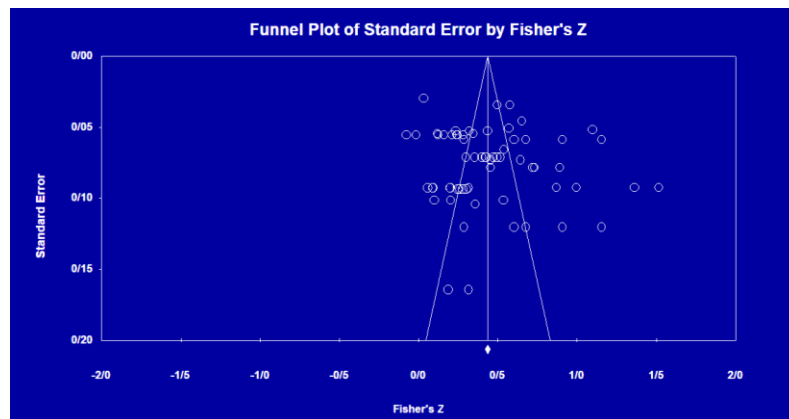
در جدول ۲، آماره پژوهش‌ها به نمره Z فیشر تبدیل شده و معناداری هرکدام از آن‌ها نیز مشخص شده است. برای بررسی ناهمگونی مطالعات از شاخص کیو استفاده شد. جدول ۳، یافته‌های استنباطی مربوط به فراتحلیل را نشان می‌دهد.

جدول ۳- یافته‌های استنباطی بر اساس متغیرهای شخصیتی

همبستگی تاو			برآورد ناهمگونی				برآورد تلفیق		تعداد	مدل
تاو	واریانس	انحراف استاندارد	مجذور تاو	مجذور ناهمگونی	درجه آزادی	کیو	سطح معناداری	برآورد		
۰,۲۸۷	۰,۰۰۰	۰,۰۱۴	۰,۰۸۲	۹۵/۹۳۲	۱۰۲	۲۴۸۲/۹۹۲	۰/۰۰۰	۵۲/۱۹۰	۱۰۳	مدل ثابت
							۰,۰۰۰	۱۲,۱۱۹	۱۰۳	مدل تصادفی

شاخص کیو با درجه آزادی ۱۰۲ برابر ۲۴۸۲,۹۹۲ است که در سطح ۰,۰۰۱ معنادار است. بنابراین فرض صفر رد شده و می‌توان نتیجه گرفت مطالعات مورد بررسی نامتجانس و ناهمگون است. نتایج حاصل از این جدول، نشان می‌دهد میزان همبستگی رتبه‌ای تاو در مطالعات مثبت است. ضریب همبستگی تاو بیانگر عدم سوگیری انتشار است و میزان کم انحراف استاندارد نیز نمایانگر تقارن آزمودنی‌ها و وجود ارتباط بین متغیرها است. آماره I^2 نیز محاسبه شد و برابر ۹۵,۹۳۲ محاسبه شد که بازهم نشانگر ناهمگونی مطالعات است. بر این اساس مطالعات بررسی شده در یک اندازه اثر حقیقی مشترک هستند و تفاوت اندازه اثر ناشی از خطای نمونه‌گیری است. از دیگر سو، محاسبه‌های مربوط به اثر تصادفی نیز معنادار هستند. لذا، ناهمگونی مطالعات ناشی از روش آماری نیست. برای همین از مدل اثرهای ثابت استفاده گردید.

میانگین اندازه اثر کلی انجام یافته برابر با ۰,۲۹۵ است که در سطح ۰,۰۰۱ معنادار است. لذا، براساس فرض صفر مبنی بر اینکه متوسط کلی اندازه اثر رابطه ندارد، رد می‌شود. اندازه اثر مطالعه حاضر بر اساس ملاک‌های کوهن در سطح متوسط است و نشان دهنده رابطه معنادار بین کارآفرینی و ویژگی‌های شخصیتی است. نمودار ۱، نمودار کیفی پژوهش است که نشان می‌دهد مطالعات جمع شده در بالای نمودار سوگیری انتشار ندارند.



شکل ۱. نمودار قیفی مطالعات ویژگی‌های شخصیتی مرتبط با کارآفرینی

همانطور که نشان داده شد میانگین اندازه اثر کلی معنادار است. در این مرحله به بررسی میانگین وزنی اندازه اثر ویژگی‌های شخصیتی می‌پردازیم. همانطور که جدول ۲، نیز نشان داد اغلب مطالعات انجام شده بر دو نظریه Rauch & Frese (۲۰۰۰) و نظریه Costa & McCrae متمرکز هستند. لذا، در این قسمت خرده مقیاس‌های مربوط به این نظریه‌ها بررسی می‌گردند. جدول ۴، میانگین وزنی این عوامل را نشان می‌دهد.

جدول ۴- اندازه اثر ویژگی‌های شخصیتی بر اساس نظریه‌های پرکاربرد

میانگین وزنی Z	متغیر Costa & McCrae	ردیف	میانگین وزنی Z	متغیرهای Rauch & Frese	ردیف
۰,۳۸۷	برون‌گرایی	۱	۰,۵۷۶	خودکارآمدی	۱
۰,۴۹۵	روان‌رنجوری	۲	۰,۲۹۶	کنترل درونی	۲
۰,۵۱۷	گشودگی به تجربه	۳	۰,۴۳۸	توفیق طلبی	۳
۰,۴۲۴	توافق‌پذیری	۴	۰,۵۵۴	خلاقیت	۴
۰,۳۰۰	باوجدان بودن	۵	۰,۶۵۶	ریسک‌پذیری	۵
			۰,۵۴۰	عزت نفس	۶

جدول ۴، نشان می‌دهد تمامی صفات شخصیتی در هر دو نظریه بر اساس تقسیم بندی کوهن ارتباطی در سطح متوسط دارند. بعد از ریسک‌پذیری ($z=0.656$)، اندازه اثر مربوط به خودکارآمدی ($z=0.576$) بیش‌تر از سایر متغیرها است؛ بنابراین می‌توان گفت ریسک‌پذیری و خودکارآمدی یا خوداثربخشی نقش مهمی در عملکرد کارآفرینان دارند. همچنین، عامل ۵ نیز با کارآفرینی مرتبط هستند که در بین آن‌ها گشودگی به تجربه رابطه قوی‌تری دارد ($z=0.517$).

۴. بحث و نتیجه‌گیری

بیش از یک دهه از طرح موضوع کارآفرینی در مجامع اجرایی و علمی ایران می‌گذرد؛ به ویژه در سال‌های اخیر و با تاکید بر ایجاد کسب و کارهای جدید، توجه ویژه‌ای به این موضوع شده است (اوتادی و صفری، ۲۰۲۰). اگرچه عوامل محیطی می‌تواند بر رفتارهای کارآفرینانه موثر واقع گردد؛ اما از آنجایی که کارآفرینی مقوله‌ای فردی محسوب می‌گردد بیش از هرچیز لازم است تاثیر ویژگی‌های فردی افراد بر این مورد، بررسی گردد (سراج و مطیعی، ۲۰۲۲؛ امینی روشن و همکاران، ۲۰۲۲). پژوهش حاضر از طریق انجام فراتحلیلی بر نتایج پژوهش‌های قبلی، آن‌ها را تجمیع و به آزمون نظریه‌های مرتبط با شخصیت پرداخت و میانگین اندازه اثر هرکدام از ویژگی‌های شخصیتی، تعیین گردید.

یافته‌های پژوهش به طور کلی اندازه اثر معناداری را نشان دادند که براساس جدول کوهن در سطح متوسط قرار دارد. بدین ترتیب می‌توان گفت بین متغیرهای شخصیتی و رفتار کارآفرینان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. به بیان دقیق‌تر، نتایج پژوهش حاضر نشان داد ویژگی‌های شخصیتی اعم از برونگرایی، روان‌رنجوری، سازگاری، با وجدانی، گشودگی به تجربه، که براساس نظریه Costa & McCrae مطرح شده و یا کنترل درونی، توفیق طلبی، خلاقیت، ریسک‌پذیری، عزت نفس و خودکارآمدی که Rauch & Frese مطرح کردند؛ با عملکرد کارآفرینان در ارتباط است و این یافته همراستا با پژوهش Zhao et al (۲۰۰۹) است. براساس یافته‌های پژوهش حاضر ریسک‌پذیری و خوداثربخشی به ترتیب قوی‌ترین رابطه با کارآفرینی را داشتند؛ همانطور که سلمانی‌زاده و همکاران (۲۰۲۱) نشان دادند ریسک‌پذیری و اعتماد به نفس از جمله شایستگی‌های اساسی کارآفرینان است که برای دستیابی به اثربخشی و کارایی مهم و تاثیرگذار تلقی می‌گردند.

در تحلیل این یافته‌ها می‌توان گفت یکی از جنبه‌های مهم کارآفرینی ابعاد شخصیتی افراد است. در واقع، کارآفرینان به عنوان بازیگران فعال عرصه کارآفرینی از ویژگی‌های شخصیتی برخوردار هستند که می‌تواند به طور جدی بر عملکردشان اثرگذار باشد. تقویت ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان می‌تواند با افزایش تمایل برای رفتارهای کارآفرینانه همراه باشد. به بیان دیگر، توجه صرف به جنبه‌های تجاری کسب و کار کافی نیست و لازم است افراد با توسعه ویژگی‌های شخصیتی برای موفقیت بیشتر اقدام نمایند.

علاوه بر این یافته‌های نشان دادند ویژگی‌های اختصاصی که در نظریه Rauch & Frese (۲۰۰۷) شد نسبت به عوامل بزرگ شخصیت در نظریه Costa & McCrae اندازه اثر نسبتاً بزرگ‌تری دارند. در تحلیل این یافته می‌توان گفت خصوصیتی که در سطح خردتری مطرح شده‌اند بر ارائه توصیفات روشن‌تری متمرکز هستند که در زمان و مکان یا نقش خاصی رخ می‌دهد و به همین دلیل اندازه اثر بزرگ‌تری ایجاد می‌نمایند.

از دیگرسو، در بین صفات مختلف خلاقیت و خودکارآمدی به ترتیب اندازه اثر بزرگ‌تری داشتند که حاکی از رابطه قوی‌تر این مولفه‌ها با رفتار کارآفرینانه است. می‌توان اینگونه استنباط نمود که ایجاد یک کسب و کار جدید بیش از هرچیز مستلزم تفکری متفاوت از دیدگاه‌های رایج است و به خلاقیت و نوآوری نیاز دارد. همچنین، لازم است تا فرد به توانمندی‌های خود باور داشته باشد و به نقش موثر خود در تغییر شرایط اطمینان پیدا کند تا بدین ترتیب تردیدها مانع از رفتار کارآفرینانه ایشان نگردد. این یافته‌ها همراستا با پژوهش Gielnik et al (۲۰۲۰) است.

نکته‌ای که بیش از هرچیز امیدوار کننده است قابلیت آموزش این ویژگی‌های شخصیتی است. با توجه به اینکه این عوامل، متغیرهای درونی هستند افراد کنترل بیشتری بر آن‌ها دارند و آموزش هرکدام از این ویژگی‌ها می‌تواند توانمندی افراد را در ایجاد کسب و کاری جدید افزایش داده و موفقیت‌های بیشتری به دنبال داشته باشد.

پیشنهادها

جا دارد پژوهش‌های بعدی به مرور نظام‌مند تاثیر دوره‌های آموزش کارآفرینی بر ویژگی‌های شخصیتی پردازند. همچنین پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های بعدی از طریق شیوه آزمایشی به بررسی تاثیر متغیرهای خودکارآمدی و خلاقیت بر کارآفرینی، اقدام نمایند.

منابع

- Amini Roshan, Z., Gholamian, J., Mahmoudi, A., & Azizi, B. (2022). Designing a Model of personality trait and Entrepreneurship motivation on Medium and Small Businesses starting up with the role of mediation Awareness of entrepreneurship. *Journal of Entrepreneurship Development*, 15(1), 60-41. doi: 10.22059/jed.2022.332949.653808.[in persian].
- Bacq, S., Hertel, C., & Lumpkin, G. T. (2022). Communities at the nexus of entrepreneurship and societal impact: A cross-disciplinary literature review. *Journal of Business Venturing*, 37(5), 106231. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2022.106231>
- Badavar Nahandi, Yoonas, & Zareii, Mostafa. (2012). Studying The Characteristics Of Entrepreneurship Among The Students Of Iranian Universities. *Productivity Management (Beyond Management)*, 5(20), 79-100. Sid. <https://sid.ir/paper/182045/en>. [in persian].
- Baum, J. R., Frese, M., & Baron, R. A. (2014). Born to be an entrepreneur? Revisiting the personality approach to entrepreneurship. In *The psychology of entrepreneurship* (pp. 73-98). Psychology Press. https://www.researchgate.net/publication/270820381_Born_to_Be_an_Entrepreneur_Revisiting_the_Personality_Approach_to_Entrepreneurship
- Böheim, R., Stiglbauer, A., & Winter-Ebmer, R. (2009). On the persistence of job creation in old and new firms. *Economic Letters*, 105, 17–19 <https://doi.org/10.1016/j.econlet.2009.05.003>
- Borenstein, M., Hedges, L.V., Higgins, T. P.T., X Rothstein, H. (2009). Introduction to Meta-Analysis. New York: John Wiley & Sons. https://www.agropustaka.id/wp-content/uploads/2020/04/agropustaka.id_buku_Introduction-to-Meta-Analysis.pdf
- Brandstätter, H. (2011). Personality aspects of entrepreneurship: A look at five meta-analyses. *Personality and individual differences*, 51(3), 222-230.
- Broomandnasab, M., & Shokrkon, H.. (2009). Examining Simple And Multiple Relationships Of Self-Efficacy, Locus Of Control, Tolerance Of Ambiguity With Entrepreneurship. *Journal Of Psychological Achievements (Journal Of Education & Psychology)*, 16(1), 27-50. Sid. <https://sid.ir/paper/186617/en>. [in persian].
- Chaman zamin, M.,& parsaa, E. (2015). The relationship between personality traits and entrepreneurship of civil engineers who are members of the Gilan engineering system. *Annual Conference on Business Management and Economics*. SID. <https://sid.ir/paper/825552/fa>. [in persian].
- Chandler, N. (2022). Entrepreneurial personality and motive: A study of Hungarian early-stage entrepreneurs using GEM data. *Prosperitas*, 9 (4), 3. <https://publikaciotar.uni-bge.hu/1895/1/Chandler%20220818.pdf>
- Costa, P. T., Jr., & McCrae, R. R. (1992). Revised NEO Personality Inventory (NEO-PI-R) and NEO Five Factor Inventory (NEO-FFI) professional manual. Odessa, FL: PAR. Sage Publications, Inc. <https://doi.org/10.4135/9781849200479.n9>
- Daizadeh, B. (2017). Investigating the relationship between progress motivation, creativity and self-efficacy with entrepreneurship among male students of Shahid Beheshti Technical College, Ardakan city in 2015-2016. *International conference on management and entrepreneurship with emphasis on the conditions of resistance economy..* SID. <https://sid.ir/paper/896157/fa>. [in persian].
- Dalton, D. R., & Dalton, C. M. (2005). Strategic management studies are special case for meta-analysis. In D. J. Ketchen & D. D. Bergh (Eds.), *Research methodology in strategy and management*: 31-63. Oxford, UK:Elsevier.
- De Pillis, E., & Reardon, K. K. (2007). The influence of personality traits and persuasive messages on entrepreneurial intention: A cross-cultural comparison. *Career development international*, 12(4):382-396. DOI:10.1108/13620430710756762
- Dimitriadis, E., Anastasiades, T., Karagiannidou, D., & Lagaki, M. (2017). Creativity and entrepreneurship: The role of gender and personality. *International Journal of Business and Economic Sciences Applied Research (IJBESAR)*, 11(1),7-12.

- Diyanati, M., Karimi, A., & Akbari, M. (2018). The impact of entrepreneurial self-efficacy on the recognition of Opportunities with respect to the passion of entrepreneurship. *Journal of Entrepreneurship Development*, 11(1), 61-80. doi: 10.22059/jed.2018.238421.652274. [in persian].
- Feizi, Awat, Mahbobi, Taher, Zare, Hossein, & Mostafaei, Ali. (2012). The Relationship Of Cognitive Intelligence And Ambiguity Tolerance With Entrepreneurship Among Students Of West Azarbayjan PayamNoor University, Iran. *Journal Of Research In Behavioural Sciences*, 10(4 (25)), 276-284. SID. <https://sid.ir/paper/106474/en>. [in persian].
- Gartner, W. B. (1988). "Who is an entrepreneur?" is the wrong question. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 13(4): 47-68.
- Ghasemi, M., Ghayasabadi Farahani, M., Safai Asal, A., Siyahi, M. (2016). Investigating the effect of entrepreneurial self-efficacy and innovation in business on the performance of entrepreneurial manufacturing companies in Arak city. The second international conference on management and economics in the 21st century, Tehran. <https://scholar.conference.ac:443/index.php/download/file/10549-The-effect-of-self-entrepreneurship-and-business-innovation-performance> . [in persian].
- Gielnik, M. M., Bledow, R., & Stark, M. S. (2020). A dynamic account of self-efficacy in entrepreneurship. *Journal of Applied Psychology*, 105(5), 487-505. <https://doi.org/10.1037/apl0000451>
- Hagos, M. M., & Singh, S. (2022). Entrepreneurship Growth Studies at a Glance: A Meta-Analysis of 20 years' Ethiopian Firm Growth Studies. In *Future of Work and Business in Covid-19 Era* (pp. 285-295). Springer, Singapore. DOI: 10.1007/978-981-19-0357-1_24
- Heshmatifar, L., Liaghatdar, M., & Abedi, A. (2021). A Meta-Analysis of Entrepreneurial Psychological Correlations in Iran. *Career and Organizational Counseling*, 13(1), 55-70. doi: 10.48308/jcoc.2021.100600. [in persian].
- İspir, Ö., Elibol, E., & Sönmez, B. (2019). The relationship of personality traits and entrepreneurship tendencies with career adaptability of nursing students. *Nurse education today*, 79, 41-47.
- Kerr, S. P., Kerr, W. R., & Xu, T. (2018). Personality traits of entrepreneurs: A review of recent literature. *Foundations and Trends® in Entrepreneurship*, 14(3), 279-356.
- Khan, E. A., Harris, L., & Quaddus, M. (2021). The mediating role of personality traits on the entrepreneurial orientation–firm performance relationship: informal entrepreneurship context. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 1-12.
- Kostakis, I., & Tsagarakis, K. P. (2022). The role of entrepreneurship, innovation and socioeconomic development on circularity rate: Empirical evidence from selected European countries. *Journal of Cleaner Production*, 348, 131267. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.131267>
- Kraft, P. S., Günther, C., Kammerlander, N. H., & Lampe, J. (2022). Overconfidence and entrepreneurship: A meta-analysis of different types of over confidence in the entrepreneurial process. *Journal of Business Venturing*, 37(4), 106207. DOI: 10.1016/j.jbusvent.2022.106207
- Lacap, J. P. G. (2017). Personality traits and entrepreneurial intentions of business administration students: A correlation study. Present. DLSU Res. Congr, 2017. https://www.researchgate.net/publication/319930558_Personality_Traits_and_Entrepreneurial_Intentions_of_Business_Administration_Students_A_Correlation_Study
- Leutner, F., Ahmetoglu, G., Akhtar, R., & Chamorro-Premuzic, T. (2014). The relationship between the entrepreneurial personality and the Big Five personality traits. *Personality and individual differences*, 63, 58-63.
- Low, M. B., & MacMillan, I. C. (1988). Entrepreneurship: Past research and future challenges. *Journal of management*, 14(2), 139-161.
- Mahmodi, R. K., Bohlouli, N., & Ghanimat, P. (2013). Investigating the Relationship of Personality and Psychological Traits with Entrepreneurship (Case of study: Tabriz Branch, Islamic Azad University). *The Journal of Productivity Management*, 7(2(25)), 127-142.. doi: 20.1001.1.27169979.1392.7.2.7.8. [in persian].
- Mousavi, S. K., Sayari, N., Zangibadi, N. (2015). Explaining the role of psychological characteristics on the entrepreneurial performance of the heads of sports boards in Kerman province. *The first national*

- conference on developments in sports science in the field of health, prevention and heroism, Qazvin. SID. <https://sid.ir/paper/860678/fa>. [in persian].
- otadi, M., & safari, S. (2020). Investigating the Role of Personality and Behavioral Characteristics in Explaining Students' Entrepreneurial Intention (Case Study: Shahed University). *Journal of Entrepreneurship Development*, 12(4), 501-520. doi: 10.22059/jed.2020.291600.653170. [in persian].
- Payami, S. A., & Kasraei, A. (2015). The relationship between the personality type of managers and organizational entrepreneurship (case study: Big Tehran Electricity Distribution Company). The second international conference on management, economics and humanities. <https://www.sid.ir/fa/seminar/ViewPaper.aspx?ID=50748>. [in persian].
- Pourvaei A, Mahboobi M R, Sharifzadeh M S. (2021). Investigating Factors Affecting Students' Entrepreneurial Intention, The Case of Gorgan University of Agricultural Sciences and Natural Resources. *jea*. 7(14), 103-115. doi:10.52547/jea.7.14.103. [in persian].
- Rauch, A., & Frese, M. (2000). Psychological approaches to entrepreneurial success. In I. T. Robertson (Ed.), *International Review of Industrial and Organizational Psychology*, 15, 101-142.
- Rauch, A., & Frese, M. (2007). Born to be an entrepreneur? Revisiting the personality approach to entrepreneurship. In J. R. Baum, M. Frese, & R. A. Baron (Eds.), *The psychology of entrepreneurship*: 41-65. Mahwah, NJ: Erlbaum. (a)
- Rauch, A., & Frese, M. (2007). Let's put the person back into entrepreneurship research: A meta-analysis on the relationship between business owners' personality traits, business creation, and success. *European Journal of work and organizational psychology*, 16(4), 353-385(b)
- Rosado-Cubero, A., Freire-Rubio, T., & Hernández, A. (2022). Entrepreneurship: What matters most. *Journal of Business Research*, 144, 250-263.
- Rosenthal, R. (1979). The file drawer problem and tolerance for null results. *Psychological Bulletin*, 86(3), 638-641.
- Salameh, A. A., Akhtar, H., Gul, R., Omar, A. B., & Hanif, S. (2022). Personality Traits and Entrepreneurial Intentions: Financial Risk-Taking as Mediator. *Frontiers in Psychology*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.927718>
- Salmanizadeh, A., & Ansari, Mohammad Taghi. (2009). Psychological Traits Of Iranian Entrepreneurs. *Social Welfare*, 9(33), 167-188. Sid. <https://Sid.Ir/Paper/56788/En>. [in persian].
- Salmony, F. U., & Kanbach, D. K. (2021). Personality trait differences across types of entrepreneurs: a systematic literature review. *Review of Managerial Science*, 1-37.
- Saraj, V., & Motiei, M. (2022). Explain the personality traits of art entrepreneurs based on Schumpeter's approach to Novelty. *Journal of Entrepreneurship Development*, 15(2), 243-260. doi: 10.22059/jed.2022.334473.653829. [in persian].
- Schumpeter, J. (1935). *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung* [Theory of economic growth [Munich, Germany: Von Duncker & Humbolt.
- Schumpeter, J., & Backhaus, U. (2003). The theory of economic development. In *Joseph Alois Schumpeter*, 61-116. Springer, Boston, MA.
- Shane, S., Locke, E. A., & Collins, C. J. (2003). Entrepreneurial Motivation. *Human Resource Management Review*, 13, 257-279. [https://doi.org/10.1016/S1053-4822\(03\)00017-2](https://doi.org/10.1016/S1053-4822(03)00017-2).
- Sharififar, F., Mohammadian, F., & Sharififar, F. (2017). A Meta-Analysis of Entrepreneurship Researches in Iran Sports Organizations. *Sport Management Review*, 9(44), 139-154. SID. <https://sid.ir/paper/234429/en>. [in persian].
- Shokrkon, H., Broomandnasab, M., Najarian, B., & Shehni Yeylagh, M. (2002). Examining Simple and Multiple Relationships of Creativity, Achievement Motivation and Self-esteem with Entrepreneurship in Students of Shahid Chamran University. *Psychological Achievements*, 9(2), 1-24. doi: 10.22055/psy.2002.16478. [in persian].
- Sobaih, A. E. E., & Elshaer, I. A. (2022). Personal Traits and Digital Entrepreneurship: A Mediation Model Using SmartPLS Data Analysis. *Mathematics*, 10(21), 3926. <https://doi.org/10.3390/math10213926>

- Yadegar, N. (2020). Investigating the relationship between Social Entrepreneurial Orientation (SEO) and Entrepreneurial Performance at Not for Profit Organizations (NFPs). *Journal of Entrepreneurship Development, 13*(3), 461-480. doi: 10.22059/jed.2020.305498.653399.[in persian].
- Yaghoubi Farani, A., & Soleymani, A. (2015). The impact of personal characteristics on rural women entrepreneurs' success in Hamedan Province. *Woman in Development & Politics, 13*(1), 113-130. doi: 10.22059/jwdp.2015.55209.[in persian].
- Zhao, H., & Seibert, S. E. (2006). The Big Five personality dimensions and entrepreneurial status: A meta-analytical review. *Journal of Applied Psychology, 91*(2), 259-271
- Zhao, H., Seibert, S. E., & Lumpkin, G. T. (2010). The relationship of personality to entrepreneurial intentions and performance: A meta-analytic review. *Journal of management, 36*(2), 381-404.