



دانشگاه پیام نور
دانشکده مدیریت و حسابداری تهران

پایان نامه
برای دریافت مدرک کارشناسی ارشد
در رشته MBA
گروه MBA

عنوان پایان نامه :

بررسی رابطه بین تیپهای شخصیتی مدیران و کارآفرینی فردی

زینب محمدزاده آقایی

استاد راهنما :

دکتر محمدتقی امینی

استاد مشاور :

دکتر علی ربیعی

پاییز ۱۳۹۱





دانشگاه پیام نور
دانشکده مدیریت و حسابداری تهران
مرکز تهران غرب

پایان نامه
برای دریافت مدرک کارشناسی ارشد
در رشته MBA
گروه علمی MBA

عنوان پایان نامه :

بررسی رابطه بین تیپهای شخصیتی مدیران و کارآفرینی فردی

زینب محمدزاده آقایی

استاد راهنما :

دکتر محمدتقی امینی

استاد مشاور :

دکتر علی ربیعی

پاییز ۱۳۹۱

شماره
تاریخ
پیوست



واحد تهران غرب

تصویب نامه

پایان نامه کارشناسی ارشد رشته mba

" بررسی رابطه بین تیپهای شخصیتی مدیران و کار آفرینی فردی در جامعه آماری شرکت ایران خودرو تهران "

ساعت: ۱۲-۱۳
درجه ارزشیابی: عالی

تاریخ دفاع: ۹۱/۰۷/۱۲

نمره: ۱۸/۳۵
هیات داوران

اساتید	نام و نام خانوادگی	مرتبه علمی	امضاء
استاد راهنما	دکتر امینی	دانشیار	
استاد مشاور	دکتر دکتر ربیعی	دانشیار	
استاد داور	دکتر محمودی میمند		

تهران، انتهای غربی اتوبان شهید
همت، بعد از دانشگاه علوم انتظامی
شهرک شهید باقری، روبروی درمانگاه
تلفن: ۴۴۷۳۱۹۰۹ - ۱۴
دورنگار: ۴۴۷۳۱۹۰۸

WWW.TPNU.AC.IR
gharb@tpnu.ac.ir

(گواهی اصالت، نشر و حقوق مادی و معنوی اثر)

اینجانب زینب محمدزاده آقایی دانشجوی ورودی سال مقطع کارشناسی ارشد رشته MBA گواهی می نمایم چنانچه در پایان نامه خود از فکر، ایده و نوشته دیگری بهره گرفته ام با نقل قول مستقیم یا غیر مستقیم منبع و ماخذ آن را نیز در جای مناسب ذکر کرده ام. بدیهی است مسئولیت تمامی مطالبی که نقل قول دیگران نباشد بر عهده خویش می دانم و جوابگوی آن خواهم بود.

نام و نام خانوادگی دانشجو: زینب محمدزاده آقایی
تاریخ و امضاء:

اینجانب زینب محمدزاده آقایی دانشجوی ورودی سال مقطع کارشناسی ارشد رشته MBA گواهی می نمایم چنانچه بر اساس مطالب پایان نامه خود اقدام به انتشار مقاله، کتاب، و ... نمایم ضمن مطلع نمودن استاد راهنما، با نظر ایشان نسبت به نشر مقاله، کتاب، و ... و به صورت مشترک و با نام استاد راهنما مبادرت نمایم.

نام و نام خانوادگی دانشجو: زینب محمدزاده آقایی
تاریخ و امضاء:

کلیه حقوق مادی مترتب از نتایج مطالعات، آزمایشات و نوآوری ناشی از تحقیق موضوع این پایان نامه متعلق به دانشگاه پیام نور می باشد.

ماه و سال:

اول سپاس خدای را عزوجل که حضورش در قلب آدم مایه آرامشست و یاریش شکافنده هر سنگی در پیش راه
بشر .

و اما بعد تقدیر بیکرانم را به جناب آقایان استاد امینی و ربیعی تقدیم میدارم که مرا با همه مزاحمت‌های گاه و
بیگاه می پذیرفتند و بی شایبه در تکمیل مقالات و پایان نامه یاریم کردند .

و همچنین از سرکار خانم هاکان شهروند مالزیایی که از طریق مجله ENTREPRENEURSHIP در
ایران با ایشان آشنا شده و مقالات ناب و غنی و بروز دنیا در زمینه کارآفرینی فردی به زبان اصلی (انگلیسی
اسپانیولی و ایتالیایی و مالزیایی) را بدون هیچ چشمداشتی برایم می فرستادند .

چکیده:

در این جهان که هر لحظه اش تغییر است موج سوم به سیطره ای دست می یابد که به شیوه های تازه خلق و بهره برداری از دانایی مبتنی است . تصمیم گیران استراتژیک همواره بدنبال حداکثر رساندن نتایج بوده اند . لذا به متفاوت بودن می اندیشند و تفاوت از آنجا ناشی می شود که کسی فرصتها را می رباید و دیگری نه . و این راز زنده و نو ماندن در دل تغییرات است . پژوهش حاضر به منظور بررسی رابطه بین تیپهای شخصیتی مدیران و کارآفرینی فردی آنان انجام گرفت. بجهت نتایج شاخص صنعت خودرو در ایران جامعه آماری پژوهش مدیران میانی شرکت ایران خودرو انتخاب شد و به روش نمونه گیری تصادفی ۴۰ نفر بعنوان نمونه انتخاب شدند . نتایج حاکی از آن بود که رابطه معناداری بین تیپهای شخصیتی مدیران و میزان کارآفرینی فردی آنان وجود دارد

واژگان کلیدی : شخصیت ، تیپهای شخصیتی ، کارآفرینی فردی ، مدیران میانی، ویژگیهای فرد کارآفرین

ابزار گرد آوری اطلاعات در این پژوهش ۲ پرسش نامه به شرح زیر می باشد.

- پرسشنامه تیپ شخصیتی مایرز- بریگز که پرسشنامه هنجار شده است و برای تعیین تیپ شخصیتی توسط مدیران پاسخ داده شده است.
 - پرسشنامه محقق ساخته کارآفرینی فردی براساس طیف لیکرت است .
- روش تحقیق در این بررسی همبستگی است . برای تحلیل داده ها از نرم افزار (SPSS) استفاده شده است.

فهرست مطالب

شماره صفحه	عنوان
۱	مقدمه
۳	فصل اول: کلیات تحقیق
۴	مقدمه
۴	۱-۱ بیان مسئله
۷	۲-۱ اهمیت و ضرورت پژوهش
۱۰	۳-۱ اهداف پژوهش
۱۰	۴-۱ متغیرها و تعاریف آنها
۱۰	۱-۴-۱ تعاریف نظری متغیرها
۱۱	۲-۴-۱ تعاریف عملیاتی متغیرها
۱۲	۵-۱ تعاریف اصطلاحات
۱۴	فصل دوم: پیشینه پژوهش
۱۵	مقدمه
۱۵	۱-۲ شخصیت
۱۵	۲-۲ تعاریف شخصیت
۱۷	۳-۲ حوزه‌های شخصیت
۱۷	۱-۳-۲ ساختار
۱۸	۲-۳-۲ فرآیند
۱۹	۳-۳-۲ رشد و نمو
۲۰	۴-۳-۲ آسیب شناسی روانی و تغییر رفتار
۲۰	۴-۲ مضامین عمده در نظریه شخصیت
۲۲	۱-۴-۲ وحدت رفتار و مفهوم خویشتن
۲۲	۲-۴-۲ سطوح مختلف آگاهی و مفهوم ناهشیار
۲۳	۳-۴-۲ رابطه بین شناخت، عواطف و رفتار مشهود

- ۲-۴-۴ اثرات گذشته، حال و آینده بر رفتار ----- ۲۳
- ۲-۵ نظریه‌های شخصیت ----- ۲۴
- ۲-۵-۱ ابعاد اساسی شخصیت آیسنک ----- ۲۴
- ۲-۵-۲ نظریه رویکرد تحلیلی عاملی صفات کتل ----- ۲۵
- ۲-۵-۳ نظریات رابطه شغل و شخصیت هالند ----- ۲۶
- ۲-۵-۴ شخصیت نوع A ----- ۲۸
- ۲-۵-۵ شخصیت نوع B ----- ۲۹
- ۲-۶ بررسی چند خصوصیت شخصیتی در شغل ----- ۳۰
- ۲-۶-۱ اثر کانون کنترل ----- ۳۰
- ۲-۶-۲ ماکیاول گرایی ----- ۳۰
- ۲-۶-۳ مناعت طبع یا عزت نفس ----- ۳۱
- ۲-۶-۴ سازگاری با موقعیت ----- ۳۲
- ۲-۶-۵ خطر پذیری ----- ۳۲
- ۲-۷ شخصیت از دیدگاه اسلام و قرآن ----- ۳۳
- ۲-۷-۱ شخصیت در قرآن ----- ۳۴
- ۲-۸ تیپ شناسی ----- ۳۵
- ۲-۸-۱ تیپ شناسی در تست رورشاخ ----- ۳۶
- ۲-۸-۲ تیپ‌شناسی یونگی ----- ۳۷
- ۲-۸-۲-۱ اساس درک واقعی ذهنی از نظر یونگ ----- ۳۷
- ۲-۸-۲-۲ کارکردهای غیر عقلانی ----- ۳۸
- ۲-۸-۲-۳ کارکردهای عقلانی ----- ۳۸
- ۲-۸-۲-۴ روابط کارکردی ----- ۳۹
- ۲-۸-۳ انواع کارکرد ----- ۴۰
- ۲-۸-۴ تیپ‌های روان‌شناختی یونگ ----- ۴۱
- ۲-۸-۵ توصیف تیپ‌های شانزده‌گانه ----- ۴۲
- ۲-۹ کارآفرینی ----- ۴۴
- ۲-۱۰ انواع کارآفرینی ----- ۴۷
- ۲-۱۰-۱ طبقه بندی جانجا ----- ۴۷

- ۴۸ ----- ۲-۱۰-۲ طبقه بندی ۷ گانه
- ۴۸ ----- ۳-۱۰-۲ طبقه بندی ۳ گانه
- ۵۲ ----- ۱۱-۲ کارآفرینی فردی
- ۵۴ ----- ۱-۱۱-۲ دیدگاه اسمیت
- ۵۶ ----- ۱۲-۲ ادبیات کارآفرینی فردی از دیدگاه دانشمندان
- ۶۳ ----- ۱۳-۲ سابقه و تاریخچه کارآفرینی فردی در دنیا:
- ۶۴ ----- ۱-۱۳-۲ دوره اول: قرون ۱۵ و ۱۶ میلادی «صاحبان پروژه‌های بزرگ»
- ۶۵ ----- ۲-۱۳-۲ دوره دوم: قرن ۱۷ میلادی «مخاطره‌پذیری»
- ۶۵ ----- ۳-۱۳-۲ دوره سوم: قرون ۱۸ و ۱۹ میلادی و اوایل قرن بیستم «تمایز کارآفرینان از دیگر بازیگران صحنه‌ی اقتصاد»
- ۶۵ ----- ۴-۱۳-۲ دوره چهارم: دهه‌های میانی بیستم میلادی «نوآوری»
- ۶۶ ----- ۵-۱۳-۲ دوره پنجم: دوران معاصر (از ۱۹۸۰ تاکنون) «رویکرد چند جانبه»
- ۶۷ ----- ۱۴-۲ توسعه کارآفرینی فردی
- ۶۷ ----- ۱-۱۴-۲ توسعه کارآفرینی فردی در جهان
- ۶۸ ----- ۲-۱۴-۲ سابقه کارآفرینی فردی در ایران:
- ۶۹ ----- ۱۵-۲ ویژگیهای کارآفرینان در کارآفرینی فردی
- ۷۰ ----- ۱-۱۵-۲ تعریف جی وایتینگ
- ۷۲ ----- ۲-۱۵-۲ تعریف کارلند
- ۷۳ ----- ۳-۱۵-۲ ویژگی های رفتاری کارآفرینان در کارآفرینی فردی
- ۷۸ ----- ۵-۱۵-۲ ویژگیها و کارکرد کارآفرینان در کارآفرینی فردی
- ۸۰ ----- ۱۶-۲ مهارت های کارآفرینی فردی
- ۸۰ ----- ۱-۱۶-۲ مهارت شخصی
- ۸۰ ----- ۲-۱۶-۲ مهارت های مدیریتی
- ۸۰ ----- ۳-۲۵-۲ مهارت های فنی
- ۸۰ ----- ۱۷-۲ مولفه های کارفرینی فردی
- ۸۱ ----- ۱-۱۷-۲ خلاقیت در کارآفرین فردی
- ۸۲ ----- ۲-۱۷-۲ ریسک‌پذیری در کارآفرین فردی
- ۸۲ ----- ۱۸-۲ انواع رهیافت های کارآفرینی

- ۸۳----- ۱-۱۸-۲ فرایند رویدادی
- ۸۶----- ۲-۱۸-۲ فرایند چند بعدی
- ۹۰----- ۱۹-۲ راهبردهای کارآفرینی فردی
- ۹۰----- ۲۰-۲ رویکردهای کارآفرینی در کارآفرینی فردی
- ۹۰----- ۱-۲۰-۲ سطح کلان
- ۹۱----- ۲-۲۰-۲ سطح خرد
- ۹۱----- ۳-۲۰-۲ سطح میانه
- ۹۱----- ۲۱-۲ نگرشها در کارآفرینی فردی
- ۹۲----- ۲۲-۲ مدل‌های ارتباطی پیشنهادی با کارآفرینان در کارآفرینی فردی
- ۹۲----- ۱-۲۲-۲ مدل پزشکی
- ۹۲----- ۲-۲۲-۲ مدل کارآگاه
- ۹۲----- ۳-۲۲-۲ مدل فروشنده
- ۹۳----- ۴-۲۲-۲ مدل آژانس مسافرتی
- ۹۳----- ۲۳-۲ عوامل موفقیت در کارآفرینی فردی
- ۹۴----- ۲۴-۲ مراحل شکل‌گیری حرکت کارآفرینی
- ۹۵----- ۲۵-۲ عوامل مؤثر بر کارآفرینی
- ۹۶----- ۲۶-۲ فرهنگ کارآفرینی فردی
- ۹۶----- ۱-۲۶-۲ فرهنگ کارآفرینی فردی از بعد فرد
- ۹۶----- ۲-۲۶-۲ ابعاد فرهنگی - اجتماعی کارآفرینی فردی
- ۹۷----- ۲۷-۲ نظریات فرهنگ کارآفرینی فردی
- ۹۷----- ۱-۲۷-۲ نظریه فرهنگ کارآفرینی پارسنز
- ۹۷----- ۲-۲۷-۲ نظریه فرهنگ کارآفرینی ماکس وبر
- ۹۸----- ۳-۲۷-۲ نظریه فرهنگ کارآفرینی مک‌کله‌لند
- ۹۸----- ۲۸-۲ آموزش کارآفرینی فردی
- ۹۹----- ۱-۲۸-۲ آموزشهای مورد نیاز و مرتبط با کارآفرینی فردی
- ۱۰۰----- ۲-۲۸-۲ اهداف آموزش کارآفرینی فردی
- ۱۰۲----- ۳-۲۸-۲ نقشها در فرایند کارآفرینی مبتنی بر علم
- ۱۰۳----- ۲۹-۲ موانع حرکت کارآفرینی فردی در ایران

- ۱-۲۹-۲ موانع کارآفرینی در مرحله آموزش و زمینه سازی ----- ۱۰۳
- ۲-۲۹-۲ فقدان عوامل انگیزش در مرحله تحرک کارآفرینی ----- ۱۰۴
- ۳-۲۹-۲ موانع کارآفرینی در مرحله جهش (منابع و فرصت‌ها) ----- ۱۰۵
- ۳۰-۲ راهکارهایی در جهت رفع موانع ----- ۱۰۶
- ۳۱-۲ مزایا و معایب کارآفرینی فردی ----- ۱۰۷
- ۳۲-۲ کارهای دیگران ----- ۱۰۹
- ۱-۳۲-۲ تحقیقات انجام گرفته در مورد تیپ شناسی ----- ۱۰۹
- ۱-۱-۳۲-۲ تحقیقات خارج از کشور ----- ۱۰۹
- ۲-۱-۳۲-۲ تحقیقات انجام گرفته در داخل کشور ----- ۱۱۱
- ۲-۳۲-۲ تحقیقات انجام شده در مورد کارآفرینی فردی ----- ۱۱۴
- ۱-۲-۳۱-۲ مطالعات و تحقیقات صورت گرفته در داخل کشور ----- ۱۱۴
- ۲-۲-۳۲-۲ مطالعات و تحقیقات صورت گرفته خارج از کشور ----- ۱۱۶
- ۳-۳۲-۲ دسته بندی پیشینه های ارایه شده در داخل و خارج از کشور ----- ۱۱۷
- ۳۳-۲ استنتاج و نتیجه گیری ----- ۱۱۸
- فصل سوم: گردآوری و توصیف داده ها ----- ۱۲۰**
- مقدمه ----- ۱۲۱
- ۱-۳ روش اجرای پژوهش ----- ۱۲۱
- ۱-۱-۳ برآورد حجم نمونه ----- ۱۲۲
- ۲-۳ ابزار گرد آوری داده‌ها ----- ۱۲۲
- ۱-۲-۳ پرسشنامه شماره ۱: تیپ نمای مایرز-بریگز ----- ۱۲۲
- ۱-۱-۲-۳ تاریخچه و توصیف (MBTI) ----- ۱۲۳
- ۲-۱-۲-۳ نمره گذاری پاسخنامه ----- ۱۲۵
- ۳-۱-۲-۳ توصیف تیپهای شانزده گانه ----- ۱۲۶
- ۲-۲-۳ پرسشنامه شماره ۲ ----- ۱۲۸
- ۱-۲-۲-۳ نحوه امتیاز بندی پرسشنامه ----- ۱۲۸
- ۳-۳ اعتبار پرسشنامه‌ها ----- ۱۲۹
- ۱-۳-۳ اعتبار پرسشنامه شخصیتی، تیپ نمای مایرز - بریگز ----- ۱۲۹

۱۳۱	-----۲-۳-۳ اعتبار پرسشنامه کارآفرینی فردی
۱۳۱	-----۳-۳-۳ اعتبار درونی پرسشنامه
۱۳۱	-----۴-۳-۳ اعتبار زمانی
۱۳۲	-----۴-۳ محاسبه روایی
۱۳۲	-----۱-۴-۳ محاسبه روایی پرسشنامه شخصیتی مایرز-بریگز
۱۳۳	-----۲-۴-۳ محاسبه روایی پرسشنامه کارآفرینی فردی
۱۳۳	-----۵-۳ روش‌های آماری
۱۳۴	-----۶-۳ ویژگی‌های تحقیق
۱۳۵	----- فصل چهارم: تجزیه و تحلیل داده‌ها
۱۳۶	----- مقدمه
۱۳۷	-----۱-۴ توصیف یافته‌های تحقیق
۱۵۰	-----۲-۴ آزمون فرضیات تحقیق
۱۵۴	-----۱-۲-۴ فرضیه فرعی اول
۱۵۵	-----۲-۲-۴ فرضیه فرعی دوم
۱۵۶	-----۳-۲-۴ فرضیه فرعی سوم
۱۵۷	-----۴-۲-۴ فرضیه فرعی چهارم
۱۵۹	----- فصل پنجم: بحث و نتیجه‌گیری
۱۶۰	----- مقدمه
۱۶۰	-----۱-۵ هدف و مسائلی پژوهش
۱۶۰	-----۲-۵ نتایج فرضیه اصلی
۱۶۲	-----۳-۵ نتایج مربوط به فرضیه فرعی اول
۱۶۳	-----۴-۵ نتایج مربوط به فرضیه فرعی دوم
۱۶۵	-----۵-۵ نتایج مربوط به فرضیه فرعی سوم
۱۶۶	-----۶-۵ نتایج مربوط به فرضیه فرعی چهارم
۱۶۷	-----۷-۵ نتیجه‌گیری کلی
۱۶۹	-----۸-۵ محدودیتها

۱۷۰	پیشنهادات ۹-۵
۱۷۲	فهرست منابع
۱۷۲	منابع فارسی
۱۷۹	منابع انگلیسی
۱۸۵	چکیده انگلیسی

مقدمه

در این جهان که هر لحظه اش تغییر است موج سوم به سیطره ای دست می یابد که به شیوه های تازه خلق و بهره برداری از دانایی مبتنی است. تصمیم گیران استراتژیک همواره به دنبال به حداکثر رساندن نتایج بوده اند و به نوآوری و کارآفرینی بهای ویژه ای میدهند. و به متفاوت بودن می اندیشند. و تفاوت از آنجا ناشی میشود که کسی فرصتها را می رباید و دیگری نه .

از طرفی، محیط کسب و کار، پدیده هایی عینی هستند که با روش های تحلیلی دقیقاً قابل اندازه گیری می باشند. اما تحلیل دقیق، اندازه گیری درست، شناخت صحیح محیط درون و بیرون سازمان، از عهده هرکسی ساخته نیست .

تعداد زیادی از مردم موقعیت های خود را برای موفقیت از بین می برند! این، تنها به این علت نیست که این مدیران جدید هوش و مهارت لازم را برای شغل ندارند، این مدیران از آثار و خصوصیات فردی خود، ایدئولوژی ها و رفتارها روی انسان ها آشنایی نداشته و به موفقیت نمی رسند، در واقع توانایی خویش را قبل از پریدن در یک دیگ بزرگ آبجوش ازریایی نمی کنند. برای حداکثر کردن سودآوری یک سیستم، که حتی ممکنست یک فرد باشد توجه به نوع شخصیت او و انطباق آن، با کار خواسته شده بسیار اهمیت دارد . (اسکای، ۲۰۱۰، ص ۳۲)

در حوزه مدیریت منابع انسانی و بویژه در زمان استخدام و یا انتصاب در مشاغل بالا، شایستگی زمینه موفقیت در مسیرهای شغلی به حساب می آید که البته اندازه گیری آن به منظور پیش بینی موفقیت افراد که تازه جذب می شوند، کار دشواری است .

در این پژوهش مطرح شده است که حل مشکلات اقتصادی شرکت های تولیدکننده خودرو به تصمیم مدیر سازمان و میزان کارآفرینی و خلاقیت او ، و تصمیم مدیران، به گونه شخصیتی او برمیگردد. همینطور میان رقابت شدید غولهای خودروساز، در دنیای اقتصادپرازتغییر، به نقش بی نظیر مدیرکارآفرین و رابطه آن با شخصیت پرداخته می شود .

باتوجه به اینکه، مزیت راهبردی و اقتصادی در آینده نصیب سازمانهایی خواهد شد که بتوانند در بازار، گروهی متنوع، مشتمل بر بهترین و درخشانترین استعدادهای انسانی را جذب کنند، و سرمایه

اصلی جوامع رادانش، مهارت و نگرشهای منابع انسانی آنها تشکیل میدهد برای بکارگیری صحیح و کارآمد این منبع با ارزش نیازمند سرمایه گذاری در قالبهای کارآفرینی هستیم.

برنامه ریزی جهت توسعه کارآفرینی، در واقع یک نوع سرمایه گذاری برای آینده محسوب می گردد و به منابع انسانی کشور کمک می کند که در آینده بتوانند تصمیمات مناسبتری درباره اشتغال خود اتخاذ کنند. (تیمونز، ۲۰۱۱، ص ۲۰۰)

در این پژوهش سعی بر این است که به بررسی روابط بین تیپهای شخصیتی مدیران و کارآفرینی آنان، اثر بخشی آن و در نهایت افزایش بهره وری بپردازد، تا شاید بتوانیم گامی هر چند کوچک در جهت تعیین معیار متناسب در انتخاب مدیران اثر بخش برای یکی از مهمترین سازمان در امور نوآوری و کارآفرینی حرفه ای در عصر برتری خرد برداریم.



فصل اول

کلیات تحقیق

مقدمه

در این فصل ابتدا به بیان مسئله و بیان سوالاتی که دغدغه خاطر محقق بوده، سپس اهمیت و چرایی ضرورت چنین پژوهشی، پرداخته می‌شود. همچنین اهداف مد نظر از انجام پژوهش و در راستای آن به تعاریف نظری و عملیاتی متغیرها و اصطلاحات آورده شد.

۱-۱ بیان مسئله

افراد بخاطر تفاوت‌های فردی و شخصی مسائل را به شیوه‌های مختلف مدیریت می‌کنند و انجام وظایف و نحوه عمل آنها محصول دو مسئله‌ی مهم یعنی ویژگی‌های شخصیتی و شیوه مدیریتی است که اتخاذ می‌کنند. بخصوص در سازمانهایی که فرایندها و تصمیمات استراتژیک را در برنامه‌های خود دارند و نقش مدیر بعنوان رهبر به چشم می‌خورد. از طرفی تغییر و تحولات دهه‌های اخیر به قدری عمیق، گسترده و سریع اتفاق افتاده که تمامی ابعاد و شئون زندگی فردی و اجتماعی به طور محسوس و نامحسوس، تحت تاثیر آن قرار گرفته است. در این شرایط، نیازها و خواسته‌های بشری از تنوع و تعدد رو به تزایدی برخوردار شده است و سازمان‌ها برای پاسخگویی بهتر در مقابل مشتریان در راستای اهداف خود که همانا بقاء، سودآوری و رشد است، باید با بهره‌گیری از توان خلاقیت کارکنان (که سرمایه اصلی آنها را تشکیل می‌دهند) ضمن نوآوری در محصولات و خدمات، توانایی خود را در جهان رقابتی افزایش دهند. (تامیکو، ۲۰۰۳، ص ۱۴۲)

جهت بالابردن چنین توانایی، نقش و جایگاه کارآفرینان به عنوان موتور توسعه، حتی در کشورهای پیشرفته صنعتی و توسعه یافته، بسیار بارزتر، حساس‌تر و اثر بخش‌تر از گذشته نزد دولت مردان، سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان مطرح می‌باشد و به دلیل ارتباط تنگاتنگ خلاقیت و خصیصه های فردی کارآفرین، و کارآفرینی، بسیاری از کشورهای توسعه یافته مطابق شرایط، امکانات و نظام ارزشی و اقتصادی خود اقدام به طراحی و اجرای نظامی تحت عنوان نظام ملی نوآوری نموده‌اند. جهت اقدام در این زمینه، باید به بررسی افراد، یعنی ویژگی‌های شخصیتی آنان پرداخت تا روی لایق ترین افراد مستعد کارآفرینی سرمایه گذاری کرد. (استیونسون، ۲۰۱۰، ص ۲۵۶). چون در دنیای رقابت،

باید نوآوری داشت تا زنده ماند؛ بنابراین بهترین روش، تشویق افراد خلاق است تا به یک کارآفرین تبدیل شوند.

مدیران نیز باید دارای ویژگی‌های برجسته کارآفرینی باشند و با تکیه بر یافته‌ها و مطالعات انجام شده در باره مسایل مدیریت، روش‌های مناسب را با توجه به موقعیت سازمان عملی کنند تا زمین‌های دستیابی به هدف‌های سازمان فراهم شود. این امر در مدیران میانی سازمانی اهمیت بیش‌تری می‌یابد. مدیران میانی برنامه‌ریزی‌های میان‌مدت کرده و برای اظهار نظر مدیریت عالی برنامه‌های جامع‌تر و بلندمدت آماده می‌کنند. عملکرد مدیران رده پایین را تحلیل کرده، توانایی و آمادگی آنان را برای ارتقاء تعیین و در مسائل مختلف به آن‌ها خدمات مشاوره‌ای می‌دهند.

حالا باید دید آیا عوامل درونی شخصیت از قبیل عواطف، احساسات، تفکر، یادگیری و هوش و یا عوامل برونی مثل شیوه قضاوت و ادراک، تاثیر ارتباطی با موفقیت و کارآفرینی مدیران دارد یا خیر؟ در زمینه شخصیت، جان‌هالند از جمله صاحب نظرانی است که می‌گوید انتخاب شغل بیانگر نوع شخصیت فرد است و او بر این اساس است که دست به انتخاب می‌زند و کتل بر این باور است که علائق و رغبت‌ها در ارتباط مستقیم با شخصیت فرد می‌باشد و چیز جداگانه‌ای نیست. (به پژوه، ۱۳۸۷، ص ۲۱۵)

انجام وظائف و نحوه عمل آنها محصول دو مساله مهم یعنی ویژگی‌های شخصیتی آنان و شیوه مدیریتی است که اتخاذ می‌کنند.

راجرز نظریه خود را درباره‌ی شخصیت با جهتی انسان‌گرایانه بیان کرد از اصطلاحی به عنوان (خود پنداره) یاد می‌کرد که الگویی سازمان یافته و پایدار از ادراکات را بیان می‌کند، او معتقد بود که اگر چه خویشتن تغییر می‌کند ولی خصوصیات سازمان یافته، یکپارچه و ویژه خودپنداره همیشه حفظ خواهد شد.

نظریات کارل گوستاو یونگ روان‌کاو سوئیسی که بر اساس نظریات فروید بنا نهاده شده بود اما معتقد به تحلیل عاملی شخصیت بود او به عقاید فروید مفهوم ناهشیار جمعی را افزود و اظهار می‌داشت که در درون ما تنازعی بین پرسونا (نقاب‌هایی که بر چهره داریم) و خویشتن شخصی برقرار است بر اساس نظریات یونگ که ۱۶ تیپ شخصیتی را ارائه می‌کند در رابطه با حرفه شکی نیست که تیپ‌های خاص

برای بعضی از مشاغل مناسب یا نامناسب هستند، تئوری شخصیتی تیپ‌های روانشناختی در توضیح ناسازگاریها و بروز درگیریها بین افراد کمکی می‌کند. (برزگر، ۱۳۸۳، ص ۲۵)

نظریات کارل گوستا و یونگ مهمترین و عمیق ترین نظریات درباره شخصیت است اگر مدیران وظائف خود را به نحو احسن انجام دهند سازمان به هدفهایش خواهد رسید.

حال، با توجه به جایگاه نظام مدیریتی، مساله مهمی که مطرح می‌شود و باید مورد عنایت قرار گیرد، انتخاب صحیح مدیران کارآفرین است پس باید در این رهگذر به تفاوت‌های فردی و خصوصیات شخصیتی آنان توجه شود.

پژوهش حاضر قصد دارد بررسی رابطه‌ی مهارت‌ها و قابلیت‌های کارآفرینی مدیر با تیپهای شخصیتی را در میان مدیران میانی شرکت ایران خودرو در سال ۹۱-۹۰ بررسی کند. امیدواریم که نتایج تحقیق حاضر بتواند رابطه‌ی بین این دو مقوله را بر ما روشن کرده و با توجه به نتایج آن به جذب و پرورش مدیرانی که بتوانند به عنوان کارآفرین مطرح شوند منجر شود.

رفتارهای مدیر کارآفرین واثر بخش در ۳ دسته کلی فاکتورهای شخصیتی. محیطی و حرکتی و با این ۷ عنوان شاخص قابل بررسی است:

خلق راه حل

ریسک پذیری

اشتیاق به فعالیتهای کارآفرینانه

قابلیت حل مشکل

تشخیص اقتصادی و اجتماعی

منابع

تجربه (مهارتهای کارآفرینی)

با توجه به کم بودن تحقیقات داخلی انجام گرفته در این زمینه خصوصا در رابطه با تیپهای شخصیتی یونگ مقصد محقق این است که دریابد آیا تیپ شخصیتی می‌تواند به عنوان معیاری برای انتخاب مدیران کارآفرین به شمار آید؟

آیا می‌توان با تمرکز رو شخصیت مدیران به رهبریت و ساختار و فرهنگی متناسب دست یافت؟