

تحلیل ساختاری ویژگی‌های شخصیتی مؤثر بر کارآفرینی زنان خوزستان با نقش تعدیل‌گر سطح تحصیلات

دکتر سارا محمدی^۱، دکتر فرج‌اله رحیمی^۲، دکتر مهدی نداد^۳، توران آرغا^۴

تاریخ وصول: ۱۴۰۲/۳/۲۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۹/۱۸

چکیده:

اشغال و کارآفرینی زنان علاوه بر کمک به توسعه اقتصادی یک کشور می‌تواند موجبات رشد و شکوفایی بیشتر این قشر عظیم از جامعه را نیز فراهم نماید. از این رو، این پژوهش بر آن است تا ویژگی‌های شخصیتی مؤثر بر کارآفرینی زنان را با توجه به نقش تعدیل‌گر سطح تحصیلات بررسی نماید. این مطالعه از نظر هدف، کاربردی و از نظر نحوه گردآوری داده‌ها توصیفی - همبستگی می‌باشد. جامعه آماری پژوهش، ۳۴۴ نفر از دختران و زنان کارآفرین استان خوزستان می‌باشد که به روش نمونه‌گیری غیر تصادفی در دسترس انتخاب شدند. جمع‌آوری داده‌ها با ابزار پرسشنامه ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی کورناتیج و همکاران (۱۳۸۶) و مک‌کری و کاستا (۲۰۰۴)، و پرسشنامه رفتار کارآفرینی زامیتاکیس و موستاکیس (۲۰۰۷)، انجام شده و تجزیه و تحلیل داده‌ها با مدل‌سازی معادلات ساختاری و نرم‌افزار *Smart-PLS3* انجام شده است. بر اساس یافته‌های پژوهش، ویژگی‌های مسئولیت‌پذیری ($\beta=0/18$)، ریسک‌پذیری ($\beta=0/10$)، توفیق‌طلبی ($\beta=0/14$)، چالش‌طلبی ($\beta=0/08$)، آزاداندیشی ($\beta=0/12$)، برون‌گرایی ($\beta=0/12$)، و خویشاوندی (سازگاری) ($\beta=0/16$)، بر کارآفرینی زنان خوزستانی تأثیر مثبت معنادار دارند. از این میان، مسئولیت‌پذیری و سازگاری بیشترین و چالش‌طلبی و ریسک‌پذیری کمترین تأثیر را بر کارآفرینی زنان داشته‌اند. همچنین نتایج نشان داد سطح تحصیلات تأثیر ریسک‌پذیری، توفیق‌طلبی، چالش‌طلبی و آزاداندیشی بر کارآفرینی را تعدیل می‌کند اما بر ویژگی‌های مسئولیت‌پذیری، برون‌گرایی و خویشاوندی اثر تعدیل‌کننده ندارد. نتایج پژوهش نشان می‌دهد کارآفرینی زنان خوزستانی به‌طور معنادار تحت تأثیر ویژگی‌های فردی و شخصیتی آنها قرار دارد. همچنین سطح تحصیلات زنان می‌تواند این تأثیرگذاری را تقویت کند.

مفاهیم کلیدی: کارآفرینی، زنان کارآفرین، ویژگی‌های شخصیتی زنان، سطح تحصیلات، تحلیل ساختاری

^۱ دانشیار گروه مدیریت دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران (نویسنده مسئول) s.mohammadi@scu.ac.ir

^۲ دانشیار گروه مدیریت دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران f.rahimi@scu.ac.ir

^۳ دانشیار گروه مدیریت دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران m.nadaf@scu.ac.ir

^۴ کارشناس ارشد مدیریت دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران touranargha@gmail.com

مقدمه و بیان مسأله

در شرایط شدیداً رقابتی و متحول جهانی، کارآفرینی و کارآفرینان سهم بسزایی در توسعه اقتصادی و اجتماعی دارند. منظور از کارآفرینی فرایند شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌ها و بسیج منابع همراه با قبول خطرات احتمالی مختلف به منظور ایجاد ارزش در حوزه‌هایی گوناگون اقتصادی و اجتماعی است. تجربه بسیاری از کشورها نشان می‌دهد که کارآفرینی یکی از اثرگذارترین راه‌حل‌ها برای افزایش اشتغال و کاهش بیکاری است (Aghili & et. al, 2012).

در این میان، با توجه به این که نیمی از جمعیت فعال را زنان تشکیل می‌دهند، کارآفرینی زنان هم می‌تواند به رشد تولید، رفاه اقتصادی، و در کل به توسعه اقتصادی و هم به رشد و شکوفایی خود زنان کمک نماید. جامعه‌ای که خواهان توسعه همه‌جانبه است، باید امکان رشد و شکوفایی استعدادها را برای همه اعضای جامعه از جمله زنان فراهم نماید (Rabiei & Nazarian, 2013). امروزه خود زنان نیز نقش مهم و رو به رشدی در زمینه توسعه کسب و کار به عهده گرفته‌اند. چنانچه آمارها نشان می‌دهد، فعالیت‌های اقتصادی زنان، ۲۵ تا ۳۰ درصد کل فعالیت‌های اقتصادی جهان را انجام می‌دهند (Rostamalezadeh & Alijomezadeh, 2018: 148).

شناخت توانمندی‌های زنان و هدایت استعدادهای خلاقانه آنان با توجه به اینکه امروزه در عرصه‌های متنوعی از فعالیت‌های اقتصادی وارد شده‌اند و در آفرینش کسب‌وکارهای گسترده‌ای ایفای نقش می‌کنند، می‌توانند در بهره‌برداری از ظرفیت‌های این قشر بزرگ اجتماعی مؤثر واقع شود. به‌عبارتی شناسایی الگوهای موفق و ویژگی‌های آن‌ها در فعالیت‌های کارآفرینی زنان علیرغم محدودیت‌های فردی و گروهی می‌تواند مؤثر باشد (Amini & Hoseini, 2017).

انجام فعالیت‌های کارآفرینانه توسط زنان باعث توجه به مهارت‌ها و توانایی‌های آن می‌شود، بنابراین وقتی زنان کارآفرین توانایی انجام نقش‌های متعدد داشته باشند، بین زندگی کاری و زندگی شخصی‌شان تعادل برقرار خواهند کرد (Brandle & Roman, 2016). زنان با کارآفرینی می‌توانند توانایی‌های خود را آشکار سازند و موانعی که در بروز استعدادهای خود دارند، را رفع نموده و هر روز بیشتر از قبل بر جسارت‌های خود بیفزایند. زنان در کشورهای درحال توسعه، امید اول برای ارتقاء خانواده‌ها و رشد و توسعه کشورهای خود هستند (Aryana & et. al, 2020).

امروزه در عرصه جهانی، زنان خلاق، نوآور و مبتکر به‌عنوان کارآفرین، منشأ تحولات بزرگی در زمینه‌های صنعتی، تولیدی و خدماتی شده‌اند و نقش آنان به‌عنوان موتور توسعه اقتصادی، قهرمانان ملی و توسعه‌دهندگان صنعتی، مشوقان سرمایه‌گذاری، عاملان ایجاد اشتغال، گزینه‌های اصلی انتقال فناوری و عاملان رفع خلل و تنگناهای بازار تبیین شده است؛ بنابراین، کشف استعدادها و خلاق در عرصه کارآفرینی زنان و نیز شناسایی تجارب آنان را می‌توان به قصد هم‌افزایی در میان زنان صاحب کسب و کار یا با هدف انتقال به نسل جدید انجام داد (Amini & Hoseini, 2017).

موفقیت زنان کارآفرین در جامعه، نه‌تنها سبب سودهای اقتصادی می‌شود، بلکه منافع اجتماعی و فرهنگی هم ایجاد می‌کند. زنان به دلایل متعددی نظیر بیکاری و کاهش دستمزدها و نارضایتی از شغل قبلی وارد کارآفرینی می‌شوند. در همین راستا، شناخت عواملی که زنان را به ایجاد فعالیت‌های کارآفرینانه تشویق می‌کند جهت افزایش مشارکت هر چه بیشتر زنان در عرصه فعالیت‌های کارآفرینی ضروری به نظر می‌رسد. در کشور ما به دلیل خوداشتغالی پایین و نرخ بیکاری بالا، تشویق کارآفرینی از ضروریات اساسی به شمار می‌رود (Moghimi & Moghaddam, 2007). طبق گزارش سال ۲۰۱۱ سازمان دیده‌بان کارآفرینی جهانی، ایران در زمینه کارآفرینی زنان رشد مطلوبی داشته است (Kelley & et. al, 2012).

مهم‌ترین توانمندی‌هایی که نقش برجسته‌ای در بروز ظرفیت‌های وجودی زنان و ارتقای نقش و جایگاه اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی آنها دارد، برخورداری از قابلیت‌های کارآفرینی است (Amini & et. al, 2012). شناسایی ویژگی‌های کارآفرینی، فراهم‌کننده زمینه لازم در تقویت و توسعه کارآفرینی بین سایر افراد جامعه خواهد بود. از طرفی، ویژگی‌های کارآفرینان دربرگیرنده طیف گسترده‌ای است که با عملکرد کارآفرینانه ارتباط دارد (Yaghoubi & Soleimani, 2015)؛ بنابراین مطالعه حاضر درصدد است تأثیر ویژگی‌های شخصیتی را بر رفتار کارآفرینانه زنان خوزستانی بررسی نموده و در این میان مشخص شود آیا سطح تحصیلات می‌تواند این تأثیرگذاری را تعدیل نماید؟

مروری بر ادبیات و پیشینه پژوهش

ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان

شخصیت فرآیندی بین‌فردی است که تحت تأثیر دائمی عوامل داخلی و بیرونی قرار دارد و شامل توانایی‌های فیزیکی، فکری، معنوی، یادگیری، خواسته‌ها و رفتارهای مختلف مانند

ادراک و توجه است (Irengun & Arikboga, 2015). شخصیت ساختاری پیچیده است که با خصوصیات بهم پیوسته و ویژگی‌های درهم تنیده نشان داده می‌شود. در مورد خاستگاه و منشأ شخصیت نظریه‌های اساسی متفاوتی وجود دارد. مشهورترین این نظریه‌ها، یکی نظریه زیستی یا نظریه اصالت ذات است که شخصیت را پدیده‌ای زیستی و محصول ژنتیک می‌داند. طبق این نظریه صفات شخصیت همانند صفات جسمانی نتیجه توارث است و از والدین به فرد منتقل شده‌اند. نظریه دیگر، مربوط به رفتارگرایان است که شخصیت را نتیجه تعادل اجتماعی و پدیده‌ای اکتسابی می‌دانند (Moghaddamipour, 2016).

رابینز یکی از بهترین مدل‌های شخصیت را، مدل پنج عاملی می‌داند. بسیاری از روان‌شناسان معتقدند که ساخت اصلی شخصیت آدمی به وسیله پنج صفت کلی، نشان داده می‌شود که عبارتند از: برون‌گرایی^۱ (اجتماعی بودن، پارانرژی و خونگرم)، وجدان کاری^۲ (خود منضبط، وظیفه‌شناس، مسئولیت‌پذیر، قابل اعتماد)، دوستانه بودن، خوشایندی یا موافقت^۳ (دلسوزانه، تعادلی، خوش اخلاق)، باز بودن به تجربه^۴ (لذت بردن از ماجراجویی و ایده‌های جدید)، و ثبات هیجانی که در نقطه مقابل آن روان‌رنجوری^۵ (تجربه احساسات منفی) قرار دارد. این ساختار پنج عاملی ظاهراً مختصر، در واقع تنها یک قطعه از سلسله مراتب ساختار شخصیت است (Ferguson & Hull, 2018). برون‌گرایی بیانگر آسایش و راحتی فرد در رابطه با دیگران، اجتماعی، جسور و معاشرتی بودن است. وجدان کاری یعنی مسئولیت‌پذیری بالا، نظم، اطمینان و استقامت است. خوشایندی به معنای مهربانی و پذیرنده بودن دیگران به‌عنوان همکار، خوش‌بین بودن و معتمد بودن است. ثبات هیجانی نقطه مقابل روان‌رنجوری، بیانگر توان تحمل در برابر استرس است. افراد با ثبات هیجانی، عصبی، مضطرب، افسرده و نامطمئن نبوده بلکه آرام، با نشاط، متین و شاد می‌باشند. گشودگی در تجربه، بیانگر باز بودن و میزان علاقه فرد به تازگی و نکات جدید است. این افراد تا حد زیادی پذیرای تجربه، خلاق، کنجکاو و حساس هستند (Mohajeran & et. al, 2014; Saatchi, 2020). اگر چه بعضی از این ویژگی‌ها اثری هستند، اما غالباً افراد می‌توانند آنها را در خود ایجاد و تقویت کنند (Saatchi, 2020: 61). روان‌شناسان بر ویژگی‌های شخصیتی پنج بزرگ تأکید دارند و آن را در کنار عوامل سازمانی و عوامل محیطی مورد توجه قرار داده‌اند (Aidt & Rauh, 2018).

¹ Extraversion

² Conscientiousness

³ Agreeableness

⁴ Openness to Experiences

⁵ Neuroticism

آنان بر این باورند که کارکنان باید واجد دو ویژگی مهم باشند: یکی ساخت تخصصی به معنای داشتن دانش و تخصص کافی؛ و دیگری ساخت شخصیتی که به معنای داشتن ویژگی‌های خاص شخصیتی مانند اعتماد به نفس، ریسک‌پذیری، کانون کنترل و ... می‌باشد (Mohammadi & et. al, 2011).

برای تبیین کارآفرینی و ویژگی‌های کارآفرینان، نظریه‌های مختلفی از سوی اقتصاددانان، دانشمندان مدیریت و محققان علوم رفتاری ارائه شده است. در این میان از اوایل ۱۹۵۰ کارآفرینی مورد توجه روانشناسان قرار گرفت و ویژگی‌های شخصیتی به‌عنوان عاملی برای تشریح رفتار و اهداف کارآفرینانه رواج بسیاری یافت (Diputra & Arimunandar, 2021). هر کارآفرین دارای خصوصیات شخصیتی و انگیزه‌های خاصی است که وی را از سایرین متمایز و ممتاز می‌سازد. خصوصیات مشترکی که در اغلب کارآفرینان مشاهده می‌شود، ناشی از سوابق خانوادگی، توانمندی‌های ذاتی و چگونگی تعلیم و تربیت آن‌هاست. کارآفرینان غالباً هوش و مهارت‌های تحلیلی بالایی دارند، از قدرت مواجهه با ریسک و تحمل شکست برخوردارند و از نااطمینانی‌ها هراس ندارند، از هنجارهای موجود پا را فراتر نهاده و سنت‌شکن، نوآور، خلاق و آفریننده هستند (Mahmoudi & Monajemzadeh, 2014).

برای تفکیک کارآفرین از غیر کارآفرین، ویژگی‌های مختلفی شناسایی شده است. دسته نخست که روانشناسان بدان توجه کرده‌اند، متغیرهای شخصیتی و روانشناختی است که «رویکرد ویژگی‌ها^۱» نامیده می‌شود. ویژگی‌های شخصیتی شامل چالش‌های ذهنی مثبت، توفیق‌طلبی، تمایل به ریسک و مخاطره، گرایش به خلاقیت و نوآوری، روحیه شکست‌ناپذیری، مرکز کنترل درونی و نیاز به استقلال می‌باشد. دسته دوم متغیرهای جمعیت‌شناختی که رویکرد رفتاری نامیده می‌شود شامل سابقه، پیشینه و متغیرهای تجربی است (Mahmoudi & Monajemzadeh, 2014). برخلاف رویکرد روان‌شناسی، رویکرد رفتاری بر فعالیت‌های کارآفرین تأکید دارد. در این دیدگاه، ویژگی‌های شخصیتی کارآفرین، تابع رفتار اوست (Ahmadpour Dariani, 2017). ادبیات نظری کارآفرینی بر اهمیت ویژگی‌های شخصیتی مانند تحمل ریسک، موقعیت، نوآوری، توانایی کارآفرینی و اولویت خودمختاری در تصمیم‌گیری تأکید می‌کند (Fairlie & Holleran, 2012).

¹ trait approach

ویژگی‌های شخصیتی زنان کارآفرین

مطالعات دانشگاهی نشان داده که کارآفرینی از نظر جنسیتی خنثی نیست (Poggesi & et. al, 2020; Henry & et. al, 2016; Gennings & Brush, 2013). تحقیقات در زمینه کارآفرینی زنان از دهه ۱۹۹۰ بوده است که در آن به بررسی ویژگی‌های شخصیتی زنان کارآفرین، چشم‌انداز آنان برای ادامه کسب و کارها و در نهایت بررسی موانع و عناصری که کارآفرینی زنان را تحت تأثیر قرار می‌دهد، پرداخته شده است (Lee-Gosselin & Grise, 1990). زنان کارآفرین با خلق ایده‌های نو و یا با نوآوری و ابتکارات شخصی و استفاده بهینه از فرصت‌ها و منابع و با قبول خطرپذیری به تولید محصولات یا خدمات جدید اقدام نموده و باعث خوداشتغالی و ایجاد مشاغل جدید می‌شوند (Rostamalezadeh & Alijomezadeh, 2018). مهم‌ترین قابلیت‌ها و توانمندی‌هایی که نقش مهم و برجسته‌ای در بروز ظرفیت‌های وجودی زنان و ارتقای نقش و جایگاه اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی آنها ایفا می‌کند، برخورداری از قابلیت‌های کارآفرینی می‌باشد (Amini & et. al, 2012). بانوان در کنار وظایفی که در منزل به عهده دارند، می‌توانند به‌عنوان یک کارآفرین فعالیت نمایند. از برخی ویژگی‌های آنان می‌توان به داشتن چشم‌انداز شفاف، عزم راسخ بانوان کارآفرین و چشم‌پوشی از پیشنهادهای شغلی دیگر، تمرکز و توجه به هدف، انگیزش، وقف و از خودگذشتگی، سخت‌کوشی و پشتکار مثال‌زدنی آنها اشاره نمود (Amini & Hoseini, 2017). کارآفرینی زنان دارای ابعاد فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی و فناورانه است؛ از نظر فرهنگی، فرهنگ اقتدارگرا و مردسالار همواره رواج‌دهنده باورهای سنتی و کلیشه‌های جنسیتی بوده و در تربیت و اجتماعی‌شدن دختران از ابتدا، احساس جنس دوم بودن، تضعیف اعتماد به نفس و تعمیق حس حقارت و خود کم‌بینی را در پی داشته است. همچنین کمبود آگاهی زنان در مورد حقوق فردی، خانوادگی و اجتماعی، حرفه‌ای و مشارکت در تشکلهای صنعتی و فعالیت‌های اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، به استمرار این ساخت نابرابر کمک نموده، و به دلیل نگاه جنسیتی، فرصت‌های اجتماعی و شغلی کمتر به‌طور برابر و با توجه به شایستگی‌ها و فارغ از جنسیتشان به افراد، داده شده است (Amini & Hoseini, 2017).

پیشینه تجربی موضوع و تدوین فرضیه‌های پژوهش

موضوع بررسی عوامل مؤثر بر کارآفرینی در پژوهش‌های داخلی و خارجی نیز مورد توجه پژوهشگران قرار گرفته است که در برخی به موانع، محدودیت‌ها و چالش‌های پیش روی زنان کارآفرین پرداخته (Kazemi & Moghimi, 2018; Karimzadeh, 2019; Tizro & et.)

ویژگی‌های ساختاری و ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان توجه داشته‌اند. (Cooke & Xiao, 2021; Ghouse & et. al, 2017; al, 2020) و تعدادی هم به عوامل و

از جمله ابراهیمی و بهرامی (۱۳۹۸)، در مطالعه‌ای به بررسی ویژگی‌های کارآفرینانه دانشجویان رشته‌های کشاورزی پرداختند. نتایج این پژوهش نشان داد ویژگی‌های ریسک‌پذیری، تحمل ابهام، چالش‌طلبی، سلاست فکری، عمل‌گرایی، کانون کنترل درونی، توفیق‌طلبی با میزان آگاهی از فعالیت‌های کارآفرینانه رابطه بسیار معناداری دارد (Ebrahimi & Bahrami, 2019).

تبیانین و همکاران (۱۳۹۱)، نیز در مطالعه‌ای به جستجو، شناسایی و بررسی عوامل مرتبط با کارآفرینی زنان پرداختند. نتایج حاصل از تحلیل داده‌ها نشان داد ۹ ویژگی فردی زنان شامل خلاقیت، فرصت‌جویی، هدف‌گرایی، اعتماد به نفس، نیاز به توفیق، ریسک‌پذیری، آینده‌نگری، مسئولیت‌پذیری، انگیزش و سه ویژگی سازمانی شامل آزادی عمل، ایجاد جو اعتماد به نفس، و حمایت مدیران با کارآفرینی زنان رابطه معنی‌داری داشته‌اند (Tebyanian & et. al, 2011).

همچنین انصاری و همکاران (۱۳۸۹)، ویژگی‌های فردی اثرگذار بر توسعه کارآفرینی اجتماعی در مؤسسه‌های خیریه استان تهران را مطالعه نمودند که نتایج نشان داد ویژگی‌های روانشناختی کارآفرینانه، اعم از خطرپذیری، سلاست فکری، کانون کنترل درونی، نیاز توفیق‌طلبی، تحمل ابهام، چالش‌طلبی، رویاپردازی، عملگرایی و ویژگی‌های شخصیتی ویژه کارآفرینان اجتماعی شامل همدلی و همدردی، هویت جمعی و صداقت بر توسعه کارآفرینی اجتماعی اثر معنادار دارد (Ansari & et. al, 2010). در پژوهش‌های مشابهی ویژگی‌های روانشناختی کارآفرینان و رابطه این ویژگی‌ها با تمایل به کارآفرینی مورد بررسی قرار گرفت که نتایج آنها نشان داد، ویژگی‌های مخاطره‌پذیری، کانون کنترل درونی، مردم‌داری، توفیق‌طلبی و خلاقیت با رفتار کارآفرینی همبستگی مثبت و معنی‌داری دارد. ولی ویژگی‌های ثبات هیجانی، عزم و اراده، استقلال‌طلبی و تحمل ابهام همبستگی معنی‌داری با رفتار کارآفرینی نشان ندادند (Mohammadi & et. al, 2011; Salmanizadeh & Ansari, 2009). ملکی و همکاران (۱۳۸۸)، هم در جستجوی بررسی آثار باورهای مذهبی بر گرایش به راه‌اندازی یک کسب و کار جدید، نشان دادند که باورها و اعتقادات مذهبی تأثیری در راه‌اندازی کسب و کار ندارد (Maleki & et. al, 2009).

در مطالعات خارجی نیز، نتایج مطالعه‌ای با عنوان تأثیر ویژگی‌های شخصیتی بر هدف کارآفرینی بر روی دانشجویان فارغ‌التحصیل علوم اجتماعی دانشگاه استانبول در ترکیه، نشان

داد که ویژگی‌های شخصیتی (کنترل درونی، نیاز به موفقیت، تحمل خطر، هوشیاری کارآفرینی) تأثیر مثبتی بر قصد کارآفرینی داشته است (Karabulut, 2016). مطالعه مارتینز و همکاران (۲۰۲۰)، نیز نشان داد زنان روستایی کارآفرین از ویژگی خلاقیت و نوآوری و ریسک‌پذیری بالایی برخوردار هستند (Martinez & et. al, 2020). مطالعه دیگری ویژگی‌هایی را شناسایی می‌نماید که بر کارآفرینی دانشجویان دانشگاه دولتی مادرید اسپانیا تأثیر مثبت می‌گذارد. نتایج نشان داد که صفات شخصیتی (مهربانی، ریسک‌پذیری، برون‌گرایی، تحمل ابهام، کنترل درونی، روان‌رنجور) بیش از ارزش‌های کاری بر تمایل به کارآفرینی تأثیر می‌گذارد (Espiritu-Olmos & Castillo, 2015). در مطالعه مشابهی دریافتند بین پنج ویژگی بزرگ شخصیتی و کارآفرینی رابطه معنادار وجود دارد (Leutner & et. al, 2014).

همچنین شارما و چاکرابرتی^۱ (۲۰۱۹)، به بررسی عوامل اقتصادی - اجتماعی و عوامل انگیزشی مؤثر بر کارآفرینی زنان هندی پرداخته و به عوامل متعددی که تأثیر مثبت و یا منفی بر کارآفرینی زنان هندی دارند اشاره نموده‌اند (Sharma & Chakraborty, 2019). مونیرو و همکاران (۲۰۱۹)، نیز در بررسی تأثیر ویژگی‌های شخصیتی بر قصد کارآفرینی تأیید نمودند که ریسک‌پذیری، کانون کنترل درونی و مسئولیت‌پذیری بر کارآفرینی اثر معنادار دارند (Munir & et. al, 2019). همچنین پژوهشگران در بررسی ویژگی‌های کارآفرینی اسلامی و موفقیت کسب و کار در اندونزی، دریافتند که متغیر رهبری تأثیر قابل توجهی بر موفقیت کارآفرینان داشته در حالیکه عواملی همچون صداقت، وفای به عهد، دعا، پرداخت زکات و صدقه تأثیر معناداری بر موفقیت در کسب و کار نداشته‌اند (Machmud & Hidayat, 2020).

همان‌طور که در مرور پیشینه مشاهده می‌شود اغلب مطالعات گذشته، عوامل تأثیرگذار بر کارآفرینی را مورد بررسی قرار داده‌اند و تعدادی هم به موانع کارآفرینی زنان به‌ویژه موانع روانشناختی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی و همچنین خانواده اشاره نموده‌اند (Kazemi & Moghimi, 2018; Karimzadeh, 2019; Tizro & et. al, 2020; Ghouse & et. al, 2017; Cooke & Xiao, 2021; Suarez-Ortega & Galvez-Garcia, 2017). بنابراین تأثیر ویژگی‌های شخصیتی زنان بر کارآفرینی، به منظور بهره‌برداری از ظرفیت‌ها و مشارکت فعال زنان در بازار کسب و کار، زمینه پژوهشی جدیدی را فراهم می‌کند و خلأ موجود در پیشینه را تا حدودی از بین می‌برد.

¹ Sharma & Chakraborty

در این پژوهش باتوجه به بررسی ادبیات و پیشینه پژوهش و همچنین با مصاحبه از تعداد قابل توجهی از زنان کارآفرین (۴۰ نفر)، تعداد ۱۳ ویژگی شخصیتی زنان کارآفرین شامل: ریسک‌پذیری، کانون کنترل، توفیق‌طلبی، آزاداندیشی، عمل‌گرایی، تحمل ابهام، چالش‌طلبی، مسئولیت‌پذیری، ثبات هیجانی، برون‌گرایی، خویشاوندی، گشودگی در تجربه و نیت خیرخواهانه شناسایی و به دست آمد (Mohammadi & et. al, 2022) که تأثیرگذاری آن‌ها بر کارآفرینی زنان، در قالب سیزده فرضیه تدوین و مورد آزمون قرار گرفته است. فرضیه‌های اول تا سیزدهم: ویژگی‌های مسئولیت‌پذیری، ریسک‌پذیری، چالش‌طلبی، عمل‌گرایی، توفیق‌طلبی، برون‌گرایی، خویشاوندی، تحمل ابهام (سازگاری)، آزاداندیشی (سلاست فکری)، ثبات هیجانی، گشودگی در صداقت، نیت خیرخواهانه و کانون کنترل بر رفتار کارآفرینانه تأثیر مثبت و معنادار دارد. فرضیه چهاردهم: سطح تحصیلات زنان کارآفرین، تأثیر ویژگی‌های شخصیتی بر رفتار کارآفرینانه را تعدیل می‌کند.

روش‌شناسی پژوهش

بر اساس مدل پیاز پژوهش، این مطالعه از نظر هدف کاربردی، از نظر شیوه انجام پژوهش کمی، از نظر نحوه تحلیل داده‌ها، پژوهشی توصیفی - همبستگی و از نظر روش گردآوری داده‌ها یک پژوهش پرسشنامه‌ای محسوب می‌گردد (Danaeifard & et. al, 2019). جامعه آماری پژوهش منتخبی از زنان کارآفرین استان خوزستان (۴۰ نفر) و ۳۰۴ نفر از دانشجویان دختر دانشگاه شهید چمران اهواز است که کسب و کار کارآفرینانه خود را راه‌اندازی کرده و یا در حال راه‌اندازی بودند، که به دلیل محدودیت و دشواری دسترسی به همه آنها به روش نمونه‌گیری غیر تصادفی در دسترس انتخاب شده‌اند. در این پژوهش، ابتدا با بررسی و مرور مبانی نظری و پیشینه پژوهش و همچنین از طریق مصاحبه با زنان کارآفرین، در نهایت تعداد ۱۳ ویژگی شخصیتی زنان کارآفرین شناسایی گردید. این ویژگی‌ها شامل: ریسک‌پذیری، کانون کنترل، توفیق‌طلبی، آزاداندیشی، عملگرایی، تحمل ابهام، چالش‌طلبی، مسئولیت‌پذیری، ثبات هیجانی، برون‌گرایی، خویشاوندی، گشودگی در تجربه و نیت خیرخواهانه می‌باشد. سپس با استفاده از پرسشنامه‌های استاندارد و معتبر دارای روایی و پایایی، میزان تأثیرگذاری آن‌ها بر کارآفرینی زنان مورد بررسی قرار گرفته است. پرسشنامه‌ها به صورت الکترونیکی و در دو بخش اصلی توزیع گردید. بخش اول، سؤالات عمومی (اطلاعات جمعیت‌شناختی) و بخش دوم، ۸۹ سؤال تخصصی در مورد ویژگی‌های شخصیتی می‌باشد. نحوه امتیازبندی آن با توجه به طیف ۵ تایی لیکرت از کاملاً مخالف (۱) تا

کاملاً موافق (۵) در نظر گرفته شده است. برای سنجش ویژگی‌های ریسک‌پذیری، کانون کنترل، توفیق‌طلبی، آزاداندیشی (سلاست فکری)، عمل‌گرایی، تحمل ابهام و چالش‌طلبی از پرسشنامه کرونایچ و همکاران (۱۳۸۶)، برای سنجش ویژگی‌های مسئولیت‌پذیری، ثبات هیجانی، برون‌گرایی، خویشاوندی و گشودگی در تجربه از پرسشنامه مک‌کری و کاستا (۲۰۰۴)، برای سنجش متغیر رفتار کارآفرینی از پرسشنامه زامپتاکیس و موستاکیس (۲۰۰۷) و برای سنجش متغیر نیت خیرخواهانه نیز از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شده است. تحلیل توصیفی داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS و آزمون فرضیه‌های پژوهش نیز با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری و نرم‌افزار Smart-PLS انجام شد. روایی صوری و محتوایی پرسشنامه‌ها با توجه به استاندارد بودن آنها و استفاده مکرر در پژوهش‌های داخلی و خارجی و نیز اظهار نظر اساتید و کارشناسان مربوطه مورد تأیید قرار گرفته است. روایی هم‌گرای آن نیز با استفاده از شاخص متوسط واریانس استخراج شده (AVA) در نرم‌افزار PLS تأیید گردید. برای بررسی پایایی نیز از ضریب آلفای کرونباخ و پایایی مرکب استفاده شده است که نتایج آن در ادامه آمده است (جدول ۲).

یافته‌های پژوهش

آمار توصیفی پاسخ‌دهندگان

نتایج مربوط به ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پاسخ‌دهندگان در جدول ۱ ارائه شده است.

جدول ۱: توصیف جمعیت‌شناختی نمونه آماری

Table 1: Demographic Description of the Statistical Sample

متغیرهای جمعیت‌شناختی	فراوانی	درصد فراوانی
Demographic Variables	Frequency	% Frequency
سن	۲۵ سال و کمتر	۵۷
	۲۶ تا ۳۰ سال	۲۵/۹
	۳۱ تا ۳۵ سال	۱۳/۶
	۳۶ سال و بالاتر	۳/۵
تحصیلات	فوق دیپلم و پایین‌تر	۴/۴
	کارشناسی	۵۴/۹
	کارشناسی ارشد	۳۶/۶
رشته تحصیلی	دکتر	۴/۱
	علوم پایه (تجربی)	۱۷/۷
	علوم انسانی (انسانی)	۶۶/۹
۲۳۰	۲۳۰	

درصد فراوانی	فراوانی	متغیرهای جمعیت‌شناختی	
% Frequency	Frequency	Demographic Variables	
۹	۳۱	فنی، مهندسی (ریاضی)	(رشته دیپلم)
۶/۴	۲۲	دامپزشکی، کشاورزی (تجربی)	
۴۳	۱۴۸	بله	سابقه کار آفرینی
۵۷	۱۹۶	خیر	در خانواده
۱۰۰	۳۴۴	-	مجموع

آزمون نرمال بودن داده‌ها و برازش مدل اندازه‌گیری

قبل از بررسی و آزمون فرضیه‌ها، وضعیت توزیع متغیرهای پژوهش با استفاده از آزمون کولموگروف اسمیرنوف^۱ (KS) مشخص گردید. سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ برای متغیرهای پژوهش نشان داد توزیع داده‌ها غیر نرمال می‌باشد (جدول ۲).

جدول ۲: نتایج آزمون K.S، پایایی و روایی

Table 2: The results of K.S Test & Validity and Reliability

متوسط واریانس استخراج شده	پایایی مرکب	آلفای کرونباخ	معناداری	ضریب	متغیر
AVE	C.R	Cronbach's α	Sig.	K.S	Variable
۰/۵۱	۰/۸۲۲	۰/۷۶۳	۰/۰۰۲	۰/۰۶۳	ریسک‌پذیری
۰/۵۱	۰/۸۲۲	۰/۷۶۳	۰/۰۰	۰/۰۹۴	توفیق‌طلبی
۰/۵۲	۰/۸۳۵	۰/۷۸۱	۰/۰۰۱	۰/۰۶۷	کانون کنترل
۰/۵۷	۰/۸۷۲	۰/۸۳۲	۰/۰۰۲	۰/۰۶۴	سلاست فکری
۰/۷۸	۰/۸۰۱	۰/۶۷	۰/۰۰	۰/۱۷۸	عمل‌گرایی
۰/۶۰	۰/۸۴۲	۰/۷۸۸	۰/۰۲۴	۰/۰۵۲	تحمل ابهام
۰/۶۸	۰/۸۲۲	۰/۷۸۱	۰/۰۰	۰/۱۰۵	چالش‌طلبی
۰/۵۴	۰/۷۹۶	۰/۷۰۸	۰/۰۰	۰/۰۹۷	مسئولیت‌پذیری
۰/۶۰	۰/۷۹۴	۰/۷۲۱	۰/۰۰	۰/۰۷۷	برون‌گرایی
۰/۶۲	۰/۷۲۷	۰/۷۱۶	۰/۰۰	۰/۰۸۶	ثبات هیجانی
۰/۵۹	۰/۶۹۵	۰/۵۲۱	۰/۰۰	۰/۱۸۶	صداقت در تجربه
۰/۵۶	۰/۸۴۰	۰/۷۴۹	۰/۰۰	۰/۱۱۸	خویشاوندی
۰/۵۸	۰/۸۰۴	۰/۷۶۷	۰/۰۰	۰/۱۷۹	نیت خیرخواهانه
۰/۵۱	۰/۸۱۷	۰/۷۳۵	۰/۰۰۳	۰/۰۶۲	رفتار کارآفرینی

¹ Kolmogorov Smirnov

در این پژوهش برای ارزیابی برازش مدل ساختاری از ضرایب R^2 و شاخص Q^2 استفاده شده است. شاخص Q^2 خود به دو شاخص اشتراک و شاخص افزونگی تقسیم می‌شود. برازش کلی مدل نیز از طریق مثبت بودن شاخص نیکویی برازش GOF نشان داده می‌شود. جدول ۳ شاخص‌های برازش مدل را نشان می‌دهد. با توجه به مثبت بودن شاخص اشتراک و شاخص افزونگی و سه مقدار $0/01$ ، $0/25$ ، $0/36$ که به‌عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF معرفی شده است (Davari & Rezazadeh, 2018) و حصول مقدار $0/384$ برای GOF ، برازش مناسب مدل تأیید می‌گردد. ضریب R^2 بیانگر میزان تأثیرپذیری متغیر وابسته از متغیرهای مستقل است. مقادیر $0/18$ ، $0/33$ و $0/67$ در PLS برای R^2 به ترتیب ضعیف، متوسط و قابل توجه توصیف می‌شوند (Azar & et. al, 2012). مقدار R^2 نیز نشان‌دهنده سطح مطلوب برازش مدل است.

جدول ۳: شاخص‌های برازش مدل

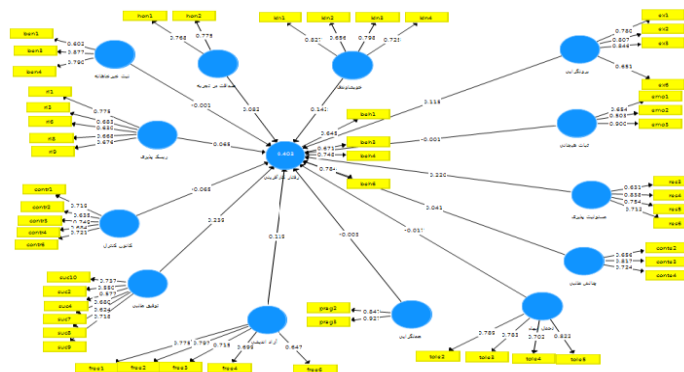
Table 3: The Model Fit Index

GOF	ضریب تعیین	شاخص اعتبار اشتراک	شاخص اعتبار افزونگی	متغیرها
GOF	R^2	Communality	Redundancy	Variables
0/384	-	0/169	-	ریسک‌پذیری
	-	0/114	-	توفیق‌طلبی
	-	0/358	-	آزاداندیشی
	-	0/133	-	چالش‌طلبی
	-	0/285	-	مسئولیت‌پذیری
	-	0/383	-	برون‌گرایی
	-	0/299	-	خویشاوندی
	0/53	0/233	0/170	رفتار کارآفرینی

آزمون فرضیه‌های پژوهش

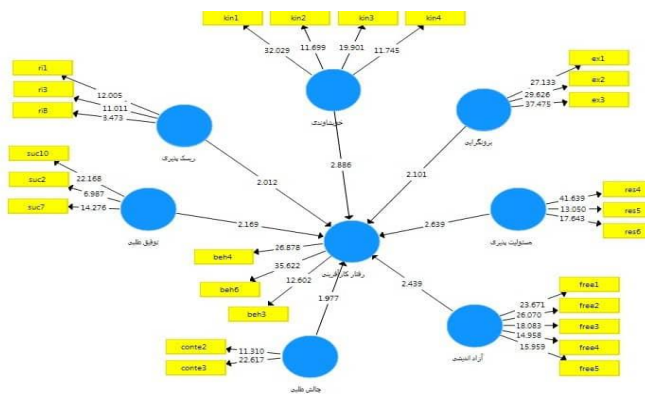
پس از آزمون مدل بیرونی و تأیید روایی و پایایی (مدل‌های اندازه‌گیری)، با استفاده از مدل درونی می‌توان به بررسی فرضیه‌های پژوهش پرداخت. بدین منظور از معیارهای آماره t ، و ضریب مسیر استفاده شده است. مدل مفهومی آزمون شده در حالت معناداری یا الگوریتم PLS و ضریب مسیرها در شکل ۱ و ۲ و نتایج آزمون فرضیه‌ها در جدول ۴ قابل مشاهده است. شکل ۱ مدل اندازه‌گیری پژوهش در حالت استاندارد با ۱۳ ویژگی شخصیتی را نشان می‌دهد که با توجه به معنادار نبودن و ضرایب پایین تأثیر بعضی ویژگی‌ها بر کارآفرینی زنان

(پذیرفته نشدن ۶ فرضیه)، در شکل ۲ مدل اندازه‌گیری با ۷ ویژگی تأیید شده در حالت معناداری آمده است.



شکل ۱: مدل اندازه‌گیری در حالت استاندارد (ضرایب مسیر)

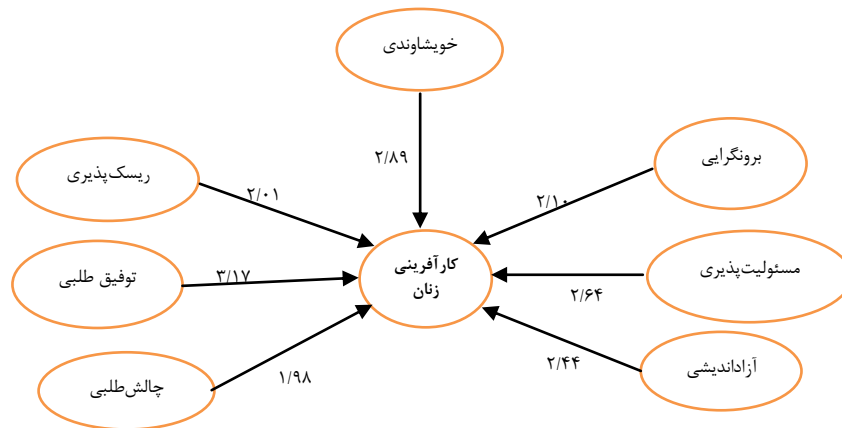
Fig. 1: Conceptual Model of Research (Path Coefficients)



شکل ۲: مدل اندازه‌گیری تأیید شده در حالت معناداری (آماره تی)

Fig. 2: Conceptual Model of Research in Significant (T-Statistics)

در این پژوهش، ویژگی‌های کانون کنترل، تحمل ابهام، ثبات هیجانی، نیت خیرخواهانه، عمل‌گرایی و گشودگی در تجربه به دلیل پایین بودن ضریب مسیر با کارآفرینی و معناداری کمتر از ۱/۹۶ از مدل حذف شدند و در نهایت مدل ویژگی‌های شخصیتی زنان کارآفرین با ۷ ویژگی مورد تأیید قرار گرفت (شکل ۳).



شکل ۳: مدل تایید شده نهایی پژوهش (یافته‌های پژوهش)

Fig. 3: Conceptual Model of Confirmed (Results of Research)

برای تأیید فرضیه‌ها، شاخص جزئی مقدار آماره t باید بیشتر از $1/96$ یا کمتر از $-1/96$ باشد، مقدار پارامتر بین دو دامنه مهم نبوده و حاکی از عدم وجود تفاوت معنادار مقدار محاسبه شده برای وزن‌های رگرسیونی با مقدار صفر در سطح ۹۵ درصد است. خلاصه نتایج مربوط به فرضیه‌ها در جدول ۴ قابل مشاهده است.

جدول ۴: نتایج آزمون فرضیه‌ها

Table 4: The Results of Testing Hypotheses

نتیجه	عدد معناداری	ضریب مسیر	فرضیه: تأثیر
Result	T Sig.	C.V	Hypothesis: The Effect of
تأیید	۲/۰۱	۰/۱۹	ریسک پذیری بر رفتار کارآفرینی
تأیید	۳/۱۷	۰/۲۵۴	توفیق طلبی بر رفتار کارآفرینی
تأیید	۲/۴۴	۰/۲۲	آزاداندیشی بر رفتار کارآفرینی
تأیید	۱/۹۸	۰/۱۷	چالش طلبی بر رفتار کارآفرینی
رد	۱/۷۶	۰/۰۶	کانون کنترل بر رفتار کارآفرینی
رد	۰/۹۱	۰/۰۲	ثبات هیجانی بر رفتار کارآفرینی
رد	۰/۸۱	۰/۰۵۳	تحمل ابهام بر رفتار کارآفرینی
رد	۱/۵۴	۰/۰۳	عمل گرایی بر رفتار کارآفرینی
تأیید	۲/۶۴	۰/۲۸	مسئولیت پذیری بر رفتار کارآفرینی

نتیجه	عدد معناداری	ضریب مسیر	فرضیه: تأثیر
<i>Result</i>	<i>T Sig.</i>	<i>C.V</i>	<i>Hypothesis: The Effect of</i>
رد	۰/۹۹	۰/۰۴	نیت خیرخواهانه بر رفتار کارآفرینی
تأیید	۲/۱۰	۰/۲۳	برونگرایی بر رفتار کارآفرینی
رد	۰/۹۸	۰/۰۴۱	گشودگی در تجربه بر رفتار کارآفرینی
تأیید	۲/۸۹	۰/۲۶	خویشاوندی - رفتار کارآفرینی

بحث و نتیجه‌گیری

یکی از محورهای بسیار مهم در امر توسعه، که مدت‌ها مورد غفلت واقع شده بود، موضوع زنان است و اشتغال زنان یکی از مباحث مورد توجه در وضعیت اجتماعی و روان‌شناختی آنها می‌باشد. زمانی که در ارتباط با اشتغال و کارآفرینی زنان بحث به میان می‌آید، بلافاصله زنان کارمند به ذهن متبادر می‌شوند، در حالی که بالاترین میزان اشتغال به زنان روستایی و شهری خوداشتغال و کارآفرین اختصاص دارد (Aryana & et. al, 2020). همچنین افزایش سطح تحصیلات زنان باعث شده است آن‌ها امکان اشتغال به کارهای تخصصی را پیدا کنند. در حال حاضر زنان با تحصیلات دانشگاهی در دنیا به سمت حرفه‌هایی مانند علوم، تجارت و امور مالی، مشاوره مدیریت، حسابداری و تبلیغات و بازاریابی گرایش پیدا کرده‌اند. همچنین شغل‌های تخصصی در حوزه خدمات بهداشتی و درمانی مورد توجه زنان بوده است؛ در حالی که گرایش زنان در ایران به‌ویژه استان خوزستان به سمت صنایع دستی یا مشاغل خدماتی، هنری و کشاورزی است که به دلیل تنوع و قابلیت‌های ویژه صنایع دستی و هنر در این استان است. ورود زنان به حوزه کارآفرینی همواره با فراز و نشیب‌هایی مواجه بوده است. این مطالعه به بررسی تأثیر ویژگی‌های شخصیتی زنان بر اشتغال و کارآفرینی آنها می‌پردازد. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیه‌های پژوهش نشان داد از میان سیزده ویژگی شخصیتی، هفت ویژگی؛ ریسک‌پذیری، توفیق‌طلبی، خویشاوندی، برون‌گرایی، مسئولیت‌پذیری، چالش‌طلبی و آزاداندیشی (سلاست فکری) بر کارآفرینی زنان تأثیر مثبت و معنادار داشته و ویژگی‌های کانون کنترل، عملگرایی، تحمل ابهام، ثبات هیجانی، گشودگی در تجربه و نیت خیرخواهانه تأثیر معناداری بر کارآفرینی زنان نداشته‌اند. همچنین نتایج نشان داد که ویژگی‌های مسئولیت‌پذیری و چالش‌طلبی به ترتیب دارای بیشترین و کمترین تأثیر معنادار بر کارآفرینی زنان بوده‌اند.

با توجه به نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌های پژوهش، تأثیر مثبت و معنادار ریسک‌پذیری، توفیق‌طلبی، آزاداندیشی و چالش‌طلبی بر کارآفرینی زنان تأیید گردید. بنابراین، انتظار می‌رود که

داشتن این ویژگی‌ها منجر به تمایل به کارآفرینی و یا تقویت آن گردد. این نتایج را می‌توان با نتایج مطالعات مارتینز و همکاران (۲۰۲۰)، کارابولوتا (۲۰۱۶)، منززاروماننا و برنلد (۲۰۱۶)، اسپیریتوالموس و ساستری کاستیلو (۲۰۱۵)، ابراهیمی و بهرامی (۱۳۹۸)، حسینی‌نیا و همکاران (۱۳۹۶)، امینی و حسینی‌ماچک (۱۳۹۶)، محمدی و همکاران (۱۳۹۰)، انصاری و همکاران (۱۳۸۹) و فرلی و هولران (۲۰۱۲) هم‌راستا دانست. نتایج این پژوهش‌ها نشان داد افرادی که نیاز به موفقیت و شایستگی بالا دارند، مستقل و خوداتکاء بوده، دارای سلاست و استقلال فکری هستند، متفاوت از دیگران می‌اندیشند، به استقبال کارهای سخت رفته، از مواجهه با خطر و شکست ابایی ندارند، و اهداف مبارزه‌جویانه برای خود در نظر می‌گیرند، تمایل به کارآفرینی بیشتر داشته و یا در فعالیت‌های کارآفرینانه خود موفق‌تر عمل نموده‌اند.

همچنین نتایج حاصل از تحلیل داده‌های پژوهش تأثیر مثبت مسئولیت‌پذیری، برون‌گرایی و خویشاوندی را بر کارآفرینی بانوان تأیید نمود. بدین معنا که وظیفه‌شناسی و وجدان کاری، مردم‌داری و معاشرت اجتماعی، برخورداری از صمیمیت و برقراری روابط دوستانه، دلسوز بودن و بخشندگی، محبت و مهربانی، ادب و نزاکت در فرد منجر به تغییرات مطلوب در کارآفرینی می‌شود. این نتایج با نتایج پژوهش‌های مونیر و همکاران (۲۰۱۹)، اسپیریتوالموس و ساستری کاستیلو (۲۰۱۵)، لوتنر و همکاران (۲۰۱۴)، محمدی و همکاران (۱۳۹۰) و انصاری و همکاران (۱۳۸۹) همخوانی دارد.

اما بر اساس نتایج حاصل از پژوهش، تأثیر ویژگی‌های کانون کنترل درونی، عملگرایی، ثبات هیجانی، تحمل ابهام و گشودگی در تجربه بر کارآفرینی مورد تأیید قرار نگرفت. بدین معنا که این ویژگی‌ها نقش مؤثری در کارآفرینی زنان نداشته‌اند. این نتایج با نتایج پژوهش‌های قنادی‌نژاد و بیگدلی (۱۳۹۶) و سلمانی‌زاده و انصاری (۱۳۸۸)، همخوانی دارد. ولی با مطالعات ابراهیمی و بهرامی (۱۳۹۸)، حسینی‌نیا و همکاران (۱۳۹۶)، مونیر و همکاران (۲۰۱۹)، بارانیک و همکاران (۲۰۱۸) و لوتنر و همکاران (۲۰۱۴) سازگار نیست. این تفاوت در نتایج به‌دست آمده، می‌تواند به دلیل جامعه آماری متفاوت و متغیر کنترل جنسیت (صرفاً بررسی زنان کارآفرین) و یا به دلیل موانع و محدودیت‌های فرهنگی حاصل شده باشد. نتایج مطالعات نشان داده است از دیدگاه زنان موانع و محدودیت‌های محیطی شامل عوامل اقتصادی، فرهنگی، سیاسی، اجتماعی (Kazemi & Moghimi, 2018) و شخصیتی (Karimzadeh, 2019)، از مهم‌ترین موانع توسعه کارآفرینی زنان می‌باشند؛ همچنین برخی موانع اختصاصی و فشارهای نهادی از سوی مسئولین، مردان جامعه و خانواده و همین‌طور کمبود اعتماد به نفس منجر به محدودیت‌های کارآفرینی زنان

گردیده است (Tizro & et. al, 2020; Suarez-Ortega & Gálvez-Garcia, 2017; Ghouse & et. al, 2017; Coocke & Xiao, 2020).

همچنین فرضیه تأثیر نیت خیرخواهانه بر کارآفرینی زنان، مورد تأیید قرار نگرفت. بدین معنا که باورها و اعتقادات مذهبی و دینی و کمک به افراد یا مؤسسات خیریه اگر چه در میان زنان کارآفرین در سطح بالایی قرار داشت و آن را جزئی از سپاسگزاری و لطف خداوند می‌دانستند، اما رابطه معناداری با تلاش کارآفرینی آنها ندارد. این نتیجه با نتایج مطالعه خدایاری فرد و همکاران (۱۳۹۱) و ملکی و همکاران (۱۳۸۸) و محمود و هدایت (۲۰۲۰)، هم‌خوانی دارد. آنها در مطالعات خود به این نتیجه رسیدند که موفقیت کارآفرینان رابطه معناداری با دینداری آنها ندارد (Khodayaryfard & et. al, 2013; Maleki & et. al, 2009; Machmud & Hidayat, 2020). این نتیجه مؤید این نکته است که متغیرهای مرتبط با مذهب و دین باید به‌طور مستقل و فارغ از هر عاملی دیده شوند و یا شاید بهتر است نقش تعدیل‌کنندگی آنها بررسی گردد (Mohammadi, 2017; Machmud & Hidayat, 2020).

بررسی نقش تعدیل‌گر سطح تحصیلات

افزایش سطح تحصیلات زنان باعث شده است آن‌ها امکان اشتغال به کارهای تخصصی را پیدا کنند. در حال حاضر زنان با تحصیلات دانشگاهی در دنیا به سمت حرفه‌هایی مانند علوم، تجارت و امور مالی، مشاوره مدیریت، حسابداری و تبلیغات و بازاریابی گرایش پیدا کرده‌اند. همچنین شغل‌های تخصصی در حوزه خدمات بهداشتی و درمانی مورد توجه زنان بوده است. برای محاسبه تأثیر متغیرهای تعدیلگر چندین روش آماری وجود دارد که یکی از آنها راهبرد ساب‌گروپ است. این روش نسبت به روش‌های دیگر در مطالعات مدیریتی بیشترین استفاده را داشته است. راهبرد ساب‌گروپ شامل تست ضریب همبستگی دو یا چند زیرگروه می‌باشد. در رویکرد ساب‌گروپ، تفاوت‌های میان قدرت یا میزان یک ارتباط از طریق تفاوت‌های میان بزرگی و یا میزان ضرایب همبستگی صفر مرتبه میان K زیرگروه مشخص می‌شود. این امر مستلزم شکل‌گیری K زیرگروه برای متغیر تعدیل‌گر Z ، محاسبه ضریب همبستگی بین دو متغیر مستقل و وابسته (X, Y) بر اساس زیرگروه‌ها، و آزمون نتایج یعنی مساوی بودن K ضریب همبستگی، می‌باشد. اگر فرضیه صفر رد شود، تأثیر متغیر تعدیل‌گر تأیید می‌گردد (Azar & et. al, 2012).

$$z = \frac{w_1 - w_2}{\sqrt{\frac{1}{N_1 - 3} + \frac{1}{N_2 - 3}}} \sim N(0,1)$$

$$w_2 = \frac{1}{2} \ln \frac{1+r_2}{1-r_2} \qquad w_1 = \frac{1}{2} \ln \frac{1+r_1}{1-r_1}$$

در صورتی که مقدار آماره Z برای فرض وجود تفاوت معنادار گردد (مقدار سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ شود) آنگاه می‌توان گفت که متغیر تعدیل‌گر بر رابطه دو متغیر تأثیر می‌گذارد. در این مطالعه ابتدا زنان از نظر تحصیلات به دو گروه دارای تحصیلات دانشگاهی بیشتر (لیسانس و بالاتر) و با تحصیلات دانشگاهی کمتر (کمتر از لیسانس) طبقه‌بندی شدند. مدل یکبار با گروه اول و بار دیگر با گروه دوم تحصیلات مورد آزمون قرار گرفت. پس از جای‌گذاری مقادیر لازم در رابطه فوق برای همه متغیرها در این دو سطح از تحصیلات، مقادیر Z بدست آمده نشان داد که تحصیلات بیشتر، اثر تعدیل‌کنندگی روی رابطه چالش‌طلبی، سلاست فکری یا آزاداندیشی، توفیق‌طلبی و ریسک‌پذیری با کارآفرینی دارد ولی بر رابطه مسئولیت‌پذیری، برون‌گرایی و خویشاوندی با کارآفرینی اثر تعدیل‌کنندگی معنادار ندارد (جدول ۵).

جدول ۵: نقش تعدیل‌کنندگی تحصیلات در فرضیه‌های پژوهش

Table 5: The Results of Moderating Test

نتایج	Z	تحصیلات دانشگاهی کمتر (n=131)		تحصیلات دانشگاهی بیشتر (n=213)		فرضیه‌ها: تأثیر ...
		Low E.L.		High E.L.		
Results		T2	R2	T1	R1	Hypotheses: The Effect of ...
تأیید	۲/۰۵	۲/۱۳	۰/۰۹	۵/۳۷	۰/۳۱	ریسک‌پذیری بر کارآفرینی
رد	۰/۶۸	۵/۴۵	۰/۳۲	۴/۹۹	۰/۲۵	مسئولیت‌پذیری بر کارآفرینی
تأیید	۲/۴۲	۲/۳۴	۰/۱۴	۶/۰۴	۰/۳۹	توفیق‌طلبی بر کارآفرینی
تأیید	۱/۹۸	۲/۰۸	۰/۰۸	۵/۱۲	۰/۲۹	چالش‌طلبی بر کارآفرینی
تأیید	۲/۱۷	۲/۷۹	۰/۱۱	۵/۹۱	۰/۳۴	آزاداندیشی بر کارآفرینی
رد	۱/۰۴	۳/۱۱	۰/۱۷	۴/۷۵	۰/۲۸	برون‌گرایی بر کارآفرینی
رد	۰/۷۸	۴/۸۳	۰/۲۴	۴/۹۲	۰/۳۲	خویشاوندی بر کارآفرینی

E.L.: Educational Level

همان‌طور که نتایج نشان می‌دهد که تأثیر چالش‌طلبی، استقلال فکری یا آزاداندیشی، توفیق‌طلبی و ریسک‌پذیری بر کارآفرینی در هر دو گروه زنان با تحصیلات دانشگاهی بیشتر و کمتر تأیید شده است و طبق آزمون z فیشر مقدار t در هر گروه در سطح اطمینان ۹۵٪ برابر نمی‌باشد و اختلاف ضریب تأثیر معنادار شده است. بدین معنا که تحصیلات بالاتر باعث تقویت و رشد این ویژگی‌های شخصیتی شده و این خود باعث توسعه و تقویت کارآفرینی می‌گردد. این نتایج با برخی مطالعات پیشین همخوانی دارد (Ghasemi & et. al, 2009; Shamsnia & et. al, 2011).

این در حالی است که طبق نتایج به‌دست آمده، تأثیر مسئولیت‌پذیری، برون‌گرایی و خویشاوندی بر کارآفرینی، تحت تأثیر تحصیلات قرار نگرفته است و بین دو گروه زنان با تحصیلات بالا و پایین، در این ویژگی‌ها تفاوت معناداری وجود ندارد. یعنی سطح تحصیلات بالاتر بر رابطه این سه ویژگی با کارآفرینی تأثیر معناداری ندارد. به نوعی می‌توان گفت صفات مسئولیت‌پذیری، برون‌گرایی و خویشاوندی تابع مدرک تحصیلی افراد نیست. این نکته قابل تأملی است که عواملی در شکل‌گیری و تقویت این ویژگی‌های شخصیتی نقش دارند که مؤثرتر از تحصیلات می‌باشند.

پیشنهادات پژوهش

نتایج حاصل از تحلیل آزمون فرضیه‌ها بیانگر تأثیر معنادار هفت ویژگی (ریسک‌پذیری، توفیق‌طلبی، آزاداندیشی، چالش‌طلبی، برون‌گرایی، خویشاوندی، مسئولیت‌پذیری)، بر کارآفرینی زنان بوده است. از دیدگاه بانوان از میان ویژگی‌های پذیرفته شده مسئولیت‌پذیری و خویشاوندی بیشترین تأثیر و چالش‌طلبی و ریسک‌پذیری کمترین تأثیر را بر کارآفرینی آنها دارد.

با توجه به تأثیر مثبت ویژگی‌های (ریسک‌پذیری، توفیق‌طلبی، آزاداندیشی، چالش‌طلبی، مسئولیت‌پذیری، برون‌گرایی، خویشاوندی) بر رفتار کارآفرینانه پیشنهاد می‌شود تا آموزش و تقویت شیوه‌های تفکر خلاق و مشوق کارآفرینی از طریق برنامه‌ها و کارگاه‌های آموزشی مورد توجه قرار گیرد. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که برخی از ویژگی‌ها، تأثیر بیشتری در تقویت روحیه و استعداد کارآفرینی دارند. از این‌رو باید توجه داشت در جریان برنامه‌ریزی درسی و در تدوین محتواهای لازم برای تربیت کارآفرینان، مطالب مرتبط و مفید در این‌باره گنجانده و سازماندهی شوند. انتظار می‌رود در محتواهای پیش‌بینی شده برای آموزش کارآفرینان، آموزش مهارت‌های تعقل (تفکر) اعم از مهارت‌های شناختی و فراشناختی و

همچنین طرح مسائل و تمرین‌هایی که نیازمند بهره‌گیری از روش‌های علمی برای حل مسأله هستند و به دانشجویان قدرت کنترل، برنامه‌ریزی و نظارت بیشتر و دقیق‌تری بر فرایند یادگیری خود می‌دهد، گنجانبده شوند.

از آنجا که بررسی تأثیر ویژگی‌های شخصیتی بر دانشجویان دختر دانشگاه شهید چمران اهواز مورد آزمون قرار گرفته‌اند دانشگاه می‌تواند برای تقویت ویژگی‌های کارآفرینی در دانشجویان تلاش بیشتری مبذول دارد و ارتباط دانشگاه با صنعت و سایر مؤسسات و سازمان‌ها، همچنین ارتباط با سایر دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی و پژوهشی در سطح ملی و بین‌المللی می‌تواند باعث بهبود و ارتقاء این ویژگی‌ها شود. با توجه به یافته‌های تحقیق، پیشنهاد می‌گردد تا با عنایت به رابطه مؤلفه‌های ویژگی‌های روان‌شناختی و کارآفرینی، با تنظیم برنامه درسی مناسب و ارائه مواد و محتوای غنی و کاربردی مرتبط با این ویژگی‌ها در دروسی مانند مبانی کارآفرینی، عناصر خلاقیت و نوآوری، مخاطره‌جویی و تقویت جایگاه کنترل درونی در اعماق ذهن دانشجویان و دانش‌پذیران پرورش یافته و نهادینه گردند.

برنامه‌های درسی مرتبط با کارآفرینی، آموزش‌های رسمی و آموزش‌های غیر رسمی به‌عنوان یک اولویت جدی دستور کار سیاست‌گزاران و برنامه‌ریزان عالی ایران قرار گیرد همچنین، با توجه به اینکه فعالیت‌های کارآفرینانه در دانشکده‌ها متأثر از ویژگی‌های دانشگاه کارآفرین می‌باشد لذا پیشنهاد می‌شود که تلاش‌های جدی از سوی متولیان و سیاست‌گزاران دانشگاه‌ها در جهت افزایش این ویژگی‌ها در سطح دانشگاه صورت بگیرد. در حوزه کارآفرینی آموزشی، به‌خصوص برای زنان مؤسس در این زمینه، کلاس‌ها و کارگاه‌های مرتبط با مهارت‌های مدیریتی و فنی برگزار شود و مهارت‌های فناوری، به‌ویژه تحمل ابهام از ویژگی‌های شخصیتی برای زنان جهت بهبود کارایی در زمینه کارآفرینی آموزشی ارتقا یابد.

References:

Aghili, F. Tayebi, S.K. Zamani, Z. Ebrahimi, N., (2012). "The effect of entrepreneurship and development of small and medium enterprises on employment", *Journal of Entrepreneurship Development*, 5(2): 145-164. (Persian).

Ahmadpour Dariani, M. (2017). *Entrepreneurship: Definition, Theories, Models*, Tehran: Jajarmi Publishing. (Persian).

Aidt, T. & Rauh, C. (2018). The Big Five personality traits and partisanship in England: Who are the core and swing voters. Unpublished paper. *Electoral Studies*. 1-56.

Amini, A. Hoseini, S. (2017). "An Exploration of Women's Entrepreneurial Intelligence Characteristics: a qualitative research using conventional content analysis", *Journal of Entrepreneurship Development*, 10(2): 359-374. (Persian).

Amini, M. Tamanai, M.R. Gholami, S. (2012). "Evaluation of Entrepreneurship Capabilities of Girl Student", *Journal of Woman & Society*, 3(4): 115-137. (Persian).

Ansari, M.; Ahmadpour, M.; Behrouzazar, Z. (2010). "Individual characteristics affecting the development of social entrepreneurship in charitable organizations in Tehran province", *Journal of Entrepreneurship Development*, 3(2): 37-64. (Persian).

Aryana, A., Dastyar, Z., & Tavasoli, A. (2020). Entrepreneur women's role in the development and evolution of the country (Case Study: Hormozgan province)", *Karafan Quarterly Scientific Journal*, 16(2), 101-120. (Persian).

Azar, A.; Gholamzadeh, R. & Ghanavati, M. (2012). *Path-Structural Modeling in Management, Smart PLS Application*, First edition, Tehran: Negahedanesh Publishing. (Persian).

Brändle, G. & Roman, S. M. (2016). "Abilities and skills as factors explaining the differences in women entrepreneurship", *Suma de negocios*, 30(2016):1-9.

Cooke, F. L., & Xiao, M. (2021). "Women entrepreneurship in China: where are we now and where are we heading", *Human Resource Development International*, 1, 104-121.

Danaeifard, H.; Alvani, S.M. Azar, A. (2019). *Methodology of Quantitative Research in Management*, 13th edition, Tehran: Saffar publishing. (Persian).

Davari, A. & Rezazadeh A. (2018). *Structural Modeling with SmartPLS Application*, Tehran: Jihad Daneshgahi Publishing. (Persian).

Diputra, I. & Arismunandar, M. J. (2021). Entrepreneurial self-efficacy compromising the pros and cons of the relationship between personality traits and entrepreneurial success. *Multicultural Education*, 7(7).

Ebrahimi, M. S. & Bahrami, Z. (2019). "Studying the Entrepreneurial Characteristics of Agricultural Students (Case Study: Isfahn University of Technology)", *Journal of Entrepreneurial Strategies in Agriculture*. 5(10): 10-18. (Persian).

Espíritu-Olmos, R. & Castillo, S. (2015). "Personality traits versus work values: Comparing psychological theories on entrepreneurial intention", *Journal of Business Research*, 68(2015): 1595-1598.

Fairlie, R. W., & Holleran, W. (2012). "Entrepreneurship training, risk aversion and other personality traits: Evidence from a random experiment", *Journal of Economic Psychology*, 33(2): 366-378.

Ferguson, S. L., & Hull, D. M. (2018). "Personality profiles: Using latent profile analysis to model personality typologies", *Personality and Individual Differences*, 122, 177-183.

Ghasemi, J. Asadi, A. Hoseininia, G. (2009). "Investigating the "Influential Factors in Creating" the Entrepreneurial Mood of Graduate Students of the Campus of Agriculture and Natural Resources, University of Tehran", *Iranian Journal of Agricultural Sciences*, 40(2): 71-79. (Persian).

Ghouse, S., McElwee, G., Meaton, J., & Durrah, O. (2017). "Barriers to rural women entrepreneurs in Oman", *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*. 23(6), 2-20.

Henry, C., Foss, L., & Ahl, H. (2016). "Gender and entrepreneurship research: A review of methodological approaches", *International Small Business Journal*, 34(3), 217-241.

Irengun, O. & Arikboga, S. (2015). "The Effect of personality Traits on social entrepreneurship Intentions: A Field Research", *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 195(2015): 1186-1195.

Jennings, J. E., & Brush, C. G. (2013). "Research on women entrepreneurs: challenges to (and from) the broader entrepreneurship literature?", *Academy of Management Annals*, 7(1), 663-715.

- Karabulut, A. (2016). "Personality Traits on Entrepreneurial Intention", *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 229(2016): 12-21.
- Karimzadeh, M. (2019). "Investigating the barriers to entrepreneurship of Baluch women in Saravan city", *Social Psychological Studies of Women*, 17(2): 7-34. (Persian)
- Kazemi, A. & Moghimi, B. (2018). "Analysis of Barriers of Improving Women's Entrepreneurship in Iran Using Analytic Hierarchy Process", *Journal of Woman & Society*, 3(4): 115-137. (Persian).
- Kelley, D. J., Singer, S., & Herrington, M. (2012). *The global entrepreneurship monitor. 2011 Global Report*, GEM 2011, 7.
- Khodayaryfard, M. Ahmadpour Dariani, M. Hodhodi, B. Momeni, L. (2013). "The Relationship between Religiosity and Iranian Entrepreneur's Achievements", *Journal of Entrepreneurship Development*, 5(4): 7-25. (Persian).
- Kordnaeij, A. Zali, M. Hooman, H. & Shams, S. (2007). *A tool for measuring the personality traits of Iranian entrepreneurs*, Tehran: Tarbiat Modares University Publishing. (Persian).
- Lee-Gosselin, H., & Grise, J. (1990). "Are women owner-managers challenging our definitions of entrepreneurship? An in-depth survey", *Journal of business ethics*, 9(4-5), 423-433.
- 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.
- Machmud, A. & Hidayat, Y. M. (2020). "Characteristics of Islamic entrepreneurship and the business success of SMEs in Indonesia", *Journal of Entrepreneurship Education*, 23(2), 1-16.
- Mahmoudi, M. & Monajemzadeh, N., (2014). "Investigating the effect and ranking of personality dimensions on entrepreneurship", *Strategic Management Research*, 20(56): 133-160. (Persian)
- Maleki, A. Gholipour, A. Abedi, H., (2009). "Examining the effects of religious beliefs on the tendency to start a new business", *Journal of Entrepreneurship Development*, 3(1): 11-34. (Persian)
- Martínez, C. N., Perea, P. J. R., Pina, C. G., & Gutiérrez, A. M. (2020). "Characteristics of women tourist entrepreneurs in the rural environment of the region of Murcia", *Journal of Tourism and Heritage Research*, 3(1), 227-245.

Moghaddamipour, M. (2016). *Work Psychology*, 16th Ed. Tehran: Mehraban Publishing. (Persian).

Moghimi, M. & Moghaddam, R., (2007). "Investigating the relationship between behavioral characteristics and communication styles of entrepreneurs", *Management culture*, 5(16): 37-62. (Persian).

Mohajeran, B. Rajabi, M. Hamzeh Robati, M. (2014). "Investigating the relationship between personality traits and religious orientation and job conflict. *Ethics*, 4(14): 71-91. (Persian).

Mohammadi S. (2017). "The Moderating Role of Religion and Demographic Characteristics of Subjects on the Relationship between Strain and Organizational Citizenship Behavior: A Meta-analysis Approach", *Islam & Psychological Researches*. 3(1): 7-28. (Persian).

Mohammadi, H. R.; Ahmadi, E.; Jahromi, S. Amin, S. (2011). "The Relationship between Personality Characteristics and Entrepreneurship of Women", *Journal of Woman & Society*, 2(1): 99-120. (Persian).

Mohammadi, S. (2020). "Structural analysis the effect of organizational silence & voice on job engagement and organizational health of female nurses", *Woman in Development & Politics*, 18(4), 601-617. (Persian).

Mohammadi, S., Rahimi, F., Nadaf, M., & Argha, T. (2022). "Identifying and Prioritizing the Personality Traits of Women Entrepreneurs in Khuzestan Province with Qualitative Content Analysis Technique", *Quarterly Journal of Women's Studies Sociological and Psychological* 20 (1): 38-64.

Munir, H., Cai Jianfeng, Sidra R., (2019). "Personality traits and theory of planned behavior comparison of entrepreneurial intentions between an emerging economy and a developing country", *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, <https://doi.org/10.1108/IJEBr-05-2018-0336>.

Poggesi, S., Mari, M., De Vita, L., & Foss, L. (2020). "Women entrepreneurship in STEM fields: literature review and future research avenues", *International Entrepreneurship and Management Journal*, 16(1): 17-41.

Rabiei, A. Nazarian, Z. (2013). "Studying the Obstacles of Entrepreneurship among Iranian Educated Women", *Innovation and Creativity in the Humanities*, 2(4), 1-25. (Persian).

Rostamalizadeh, V.; Alijomezadeh, P. (2018). "Investigating the Factors Affecting the Success of the Entrepreneurial Women in Tehran", *Social Development*, 12(3), 147-172. (Persian).

Saatchi, M. (2020). *Work Psychology*. Tehran: Virayesh Publishing. (Persian).

Salmanizadeh, A. & Ansari, M. N. (2009). "Psychological characteristics of entrepreneurs in the country", *Social Welfare*, 9(33): 167-188. (Persian).

Shamsnia, S. A. Ebadellah, A. Afshar, M., (2011). "The Relationship between Entrepreneurship and Creativity with the Level of Education in Employees of Science and Technology Parks in Shiraz", *Journal of Modern Thoughts in Education*, 6(4): 160-173. (Persian).

Sharma, P., & Chakraborty, A. (2019). "An Analytical Study of Socio-economic & Motivational Factors Affecting Women Entrepreneurs", *Research Review International Journal of Multidisciplinary*, 4(6): 57-60.





Suarez-Ortega, M. and Galvez-García, R. (2017). "Motivations and decisive factors in women's entrepreneurship. A gender perspective in education and professional guidance", *Social and Behavioral Sciences*. 237, 1265-1271.

Tebyanian, H. & Ilka, H. & Moghaddasi, S. (2011). Identify and examine the factors related to women's entrepreneurship. First National Conference on Management and Entrepreneurship, Payame Noor University, Isfahan: Khansar. (Persian).

Tizro, A. & Makizadeh, V. & Fathi, M. R. & Saghaei, F. (2020). "Investigation the Iranian Women Entrepreneurs' Viewpoints on Institutional Pressures to Institutional Pressures", *Journal of Woman & Society*, 11(3): 67-85. (Persian).

Yaghoubi Farani, A and Soleimani, A (2015). "The Impact of Personality Traits on the Success of Rural Entrepreneurs in Hamadan Province", *Women in Development and Politics*, 13 (1), 113-130. (Persian).

Structural Analysis of the Effect of Women's Personality Traits on Their Entrepreneurship with a Moderating Role of Educational Level in Khuzestan Province

Sara Mohammadi (Ph.D)¹, Farajallah Rahimi (Ph.D)²
Mehdi Nadaf (Ph.D)³, Touran Argha⁴

DOI: 10.22055/QJSD.2024.37719.2460

Abstract:

Women's entrepreneurship, in addition to helping the economic development of a country can also lead to further growth and prosperity of this huge segment of society. So, this study aims to investigate the personality traits affecting women's entrepreneurship with respect to the moderating role of education level. The research method is applied in terms of purpose and descriptive-correlation in terms of data collection. The statistical population of the study is 344 girls and women entrepreneurs of Khuzestan province who were selected by non-random sampling available method. Data were collected using the Entrepreneurial Personality Traits Questionnaire of Kordnaeij & et. al., (2007) and McKerry and Custa (2004), and the Zampatakis and Mustakis (2007), Entrepreneurial Behavior Questionnaire and data analysis was performed using structural equation modeling and smart-PLS3 software. According to the research findings, the characteristics of responsibility ($\beta= 0.18$), risk-taking ($\beta= 0.10$), need for achievement ($\beta= 0.14$), challenging works & goals ($\beta= 0.08$), open-mindedness ($\beta= 0.12$), extraversion ($\beta= 0.12$), and kinship ($\beta= 0.16$) have a positive and significant effect on women's entrepreneurship. Among these personality traits, responsibility and kinship had the most impact, and challenging and risk-taking had the least impact on women entrepreneurs. The results also showed that the level of education moderates the effect of risk-taking, success, challenging and open-mindedness on entrepreneurship, but does not have a moderating effect on the characteristics of responsibility, extraversion and kinship. The results show that women's entrepreneurship is significantly affected by their individual and personality characteristics. Women's education level can also enhance this impact.

Key Concepts: *Entrepreneurship, Women's Entrepreneurs, Women's Personality Traits, Education Level, Structural Analysis*

¹ Assistant Prof., Faculty of Economic and Social Sciences, Shahid Chamran University of Ahvaz, Ahvaz, Iran (Corresponding Author), s.mohammadi@scu.ac.ir

² Associate Prof., Faculty of Management and Social Sciences, Shahid Chamran University of Ahvaz, Ahvaz, Iran, f.rahimi@scu.ac.ir

³ Associate Prof., Faculty of Management and Social Sciences, Shahid Chamran University of Ahvaz, Ahvaz, Iran, m.nadaf@scu.ac.ir

⁴ MSc. Student in management, Faculty of Economic and social Sciences, Shahid Chamran University of Ahvaz, Ahvaz, Iran, touranargha@gmail.com

