

Original Research

Identifying and Prioritizing the Personality Traits of Women Entrepreneurs in Khuzestan Province with Qualitative Content Analysis Technique

Sara Mohammadi¹

Farajallah Rahimi²

Mahdi Nadaf³

Touran Argha⁴

Abstract

Today women are actively involved in various areas of economic and social activities and play an important role in creating businesses. Recognizing talents, individual abilities and their creative characteristics can be very effective in exploiting and guiding the capacities of this large part of society. The purpose of this study is to identify and prioritize personality traits of women entrepreneurs. Therefore this study is a fundamental research with applied results in terms of purpose and it has been conducted with a mixed research framework. The target population includes all women entrepreneurs in Khuzestan province, which is the non-random sampling voluntary, 40 of them were selected for semi-structured interviews and identification of entrepreneurial personality traits. The results of the content analysis of the interviews showed 13 entrepreneurial personality traits. The results of Friedman test for ranking these characteristics showed that women entrepreneurs have the highest degree of

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

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

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

4. MSc. Student, Department of Management, Faculty of Economic and Social Sciences, Shahid Chamran University of Ahvaz, Ahvaz, Iran. touranargha@gmail.com



importance in the characteristics kinship, responsibility, practicalism and having an internal control center; and the characteristic of risk-taking is the least important.

Keywords

Qualitative Content Analysis, Ranking, Women Entrepreneurs, Entrepreneurial Personality Traits.

Introduction

In today's fast-paced world, entrepreneurship can serve as a powerful driver of economic growth and development in the country and increase productivity and create employment and welfare. The condition for survival in this evolving world is to use all available resources and identify and empower all entrepreneurial capacities to enable the emergence of creative initiatives and entrepreneurial activities. In the meantime, recognizing the capabilities of women and directing their creative talents, considering that today they have entered various fields of economic activities and play a role in creating large-scale businesses, can effectively exploit the capacities of this sizeable social stratum. Thus, the discovery of creative traits and talents in women entrepreneurs, as well as the identification of their experiences, can create synergy among businesswomen or pass it on to the next generation. Therefore this study aims to identify and prioritize the personality traits of women entrepreneurs in Khuzestan province as one of the provinces prone to entrepreneurship.

Methodology

This study aims to identify and prioritize the personality traits of women entrepreneurs. Therefore this study is fundamental research with applied results in terms of purpose and the method of doing; it is mixed research in which the qualitative content analysis technique was adopted to analyze textual data. The statistical population of this study is all women entrepreneurs in Khuzestan province. According to the official statistics of the relevant institutions in the province, there are more than 240 women entrepreneurs who, due to dispersion, difficulty and lack of access to all people, sampled in a non-random, targeted and voluntary manner. To ensure theoretical saturation, the data collection



process was continued until interviews with 40 women entrepreneurs were analyzed. The qualitative content analysis method was used to analyze the data obtained from the interviews. Lincoln and Guba's (1985) evaluation methods were used to assessing the study's validity and reliability. Finally, the Friedman ranking test was used to prioritize the traits.

Findings

As the research findings show, the influential personality traits in women's entrepreneurship are: risk-taking, the centre of internal control, achievement, open-mindedness, pragmatism, challenge, ambiguity tolerance, responsibility, emotional stability, extraversion, kinship, honesty in experience, and benevolent intentions. The results of the Friedman test for ranking these characteristics revealed that women entrepreneurs have the highest degree of importance in kinship, responsibility, practicalism and having an internal control centre, and the characteristic of risk-taking is the least important.

Result

The results of this study revealed that women who intend to enter entrepreneurship must first be familiar enough with the characteristics, capacities and capabilities necessary for this and enter this field consciously. The results of this research help managers and owners of entrepreneurial businesses to learn or strengthen the right way of behaving with employees, communication skills and improving the entrepreneurial spirit. Considering that the creation and development of an entrepreneurial culture in society, especially for women, can provide the ground for the mobilization of half of the population in a way that ultimately increases national production in the country and removes the problem of unemployment; Therefore, it is suggested that university administrators and policymakers make serious efforts to create conditions to increase these characteristics at the university.



References

- Ahmadi, M. & Arasti, Z. (2018). The moderating role of gender on relation between entrepreneurial capital and opportunity recognition. *Women's studies sociological & Psychological* 16(4), 223-245. (In Persian)
- Ahmadpour Dariani, M. (2017). *Entrepreneurship: Definition, Theories, Models*. 1th edition, *Tehran: Sako Publishing*. (In Persian)
- Ahmadpour Dariani, M., Yadolahi Farsi, J. & Samizadeh, M. (2009). The role of family factors in creation of family businesses. *Family Research*, 5(19), 331-345. (In 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.
- Akbari, M., Shakiba, H. & Zehtabi, M. (2012). Relationship between religious beliefs and entrepreneurship intention: The case of faculty of entrepreneurship and college of agricultural and natural resources students. *Entrepreneurship Development*, 5(4), 87-105. (In Persian)
- Amini, A. & Hosseini Machak, S. (2017). An exploration of womens entrepreneurial intelligence characteristics: A qualitative research using conventional conventional content analysis. *Entrepreneurship Developmen*, 10(2), 359-374. (In Persian)
- Amini, M., Tamannaie, F. M. & Gholami Alavi, S. (2012). Evaluation of entrepreneurship capabilities of girl student. *Women & Society*, 3(12), 115-138. (In Persian)
- Ansari, M., Ahmmadpoor, M. & Behrozazar. Z. (2010). Individual characteristics effective on development of social entrepreneurship in charities in Tehran province. *Entrepreneurship Developmen*, 3(2), 37-64. (In Persian)
- Arabiun, A., Abdolazadeh, G., Sharifzadeh, A. & Mohseni, A. (2010). Identify and prioritize the determinants of entrepreneurshipof businesses. *Entrepreneurship Development*, 2(8), 65-97. (In Persian)
- Baranik, L. E., Gorman, B. & Wales, W. J. (2018). What makes muslim women entrepreneurs successful? A field study examining religiosity and social capital in Tunisia. *Sex Roles*, 78(3-4), 208-219.



- 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. (In Persian)
- Davari, A., Sefidbari, L. & Baghersad, V. (2017). The factors of entrepreneurial ecosystem in Iran Based on Isenberg Mode. *Entrepreneurship Development*, 10(1), 100-120. (In Persian)
- Ebrahimi, M. S. & Bahrami, Z. (2019). Studying the entrepreneurial characteristics of agricultural students (case study: Isfahan university of technology). *Journal of Entrepreneurial Strategies in Agriculture*. 5(10), 10-18. (In Persian)
- Espíritu-Olmos, R. & Castillo, S. (2015). Personality traits versus work values: Comparing psychological theories on entrepreneurial intention. *Journal of Business Research*, 68, 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*, 32(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.
- Ghanadinezhad, F. & Bigdeli, Z. (2017). Investigating entrepreneurial personality traits and Its development strategies from the point of view of information science and science students of shahid chamran university of ahvaz. *Library and Information Science*, 20(2), 160-185. (In 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.
- Gollard, P. (2007). Characteristics, motivations, and goals of Iranian women entrepreneurs. *Iranian Journal of Trade Studies*, 11(44), 267-295. (In Persian)
- Green, E. & Cohen, L. (1995). Women's business: Are women entrepreneurs breaking new ground or simply balancing the demands of 'women's work' in a new way?. *Journal of Gender Studies*, 4(3), 297-314.



- Hosseinia, G., Ataie, P. & Yaghoubi, F. A. (2017). An assessment of students entrepreneurial skills and characteristics and the impact on their entrepreneurial intention; A case of maharat applied science centers. *Iranian Journal of Engineering Education*, 19(73), 25-44. (In Persian)
- Irengun, O. & Arikboga, S. (2015). The effect of personality traits on social entrepreneurship intentions: A field research. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 195, 1186-1195.
- Karabulut, A. (2016). Personality traits on entrepreneurial intention. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 229, 12-21.
- Karimzadeh, M. (2019). The obstacles of entrepreneurship for baluch women in Sarvan district. *Women's Studies Sociological & Psychological*, 17(2), 7-34. (In Persian)
- Kelley, D. J., Singer, S. & Herrington, M. (2012). The global entrepreneurship monitor. 2011 Global Report, GEM 2011, 7.
- Khosravipour, E. (2014). Effect of personality traits on entrepreneurial orientation among the post graduate students. *Skill Training*, 3(9), 109-127. (In 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. (In 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.
- Llewellyn, D. J. & Willson, K. M. (2003). The controversial Role of personality traits in entrepreneurial psychology. *Education, Training*, MA: Adison Wesley.
- Mahbobkhah, F. & Beigzadeh, Y. (2018). The relationship between managers power resources and characteristics personality of employee entrepreneurship of governmental departments: the role of moderating gender. *Women's Studies Sociological & Psychological*, 16(3), 65-88. (In Persian)



- Mahmoudi, M. M. & Monjemzadeh, N. (2014). Investigating the impact and ranking of personality dimensions on entrepreneurship. *Strategic Management Research*, 20(56), 133-160. (In Persian)
- Maleki, A. H., Gholipour, A. & Abedi, H. (2009). Effects of religious beliefs on tendency towards new business venture. *Entrepreneurship Development*, 1(3), 11-34. (In Persian)
- Martínez, C. N., Perea, P. J. R., Pina, C. G. & Gutiérrez, Á. 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.
- Moghimi, M. & Moghadam, R. (2008). Survey of the relationship between behavioral and communicative styles of entrepreneurs. *Organizational Culture Management*, 5(16), 37-62. (In Persian)
- Mohammadi, S., Mahmoudi, E. & Ashraf Modares, A. (2020). Organizational culture and entrepreneurial passion: The mediating role of market orientation and organizational learning. *Journal of New Approaches in Educational Administration*. 11(45), 81-102. (In Persian)
- Moghaddamipour, M. (2016). *Work Psychology*, 16th Ed. Tehran: Mehrban Press. (In Persian)
- Rostamalizadeh, V. & Alijomehzadeh, P. (2018). Investigating the factors affecting the success of the entrepreneurial women in Tehran. *Social Development*, 12(3), 147-172. (In Persian)
- Saatchi, M. (2020). *Work Psychology*. Tehran: Virayesh Publishing. (In Persian)
- Salmanizadeh, A. & Ansari, M. N. (2009). Psychological characteristics of the country's entrepreneurs. *Social Welfare*, 9(33), 167-188. (In Persian)
- Sarmad, Z., Bazargan, A. & Hejazi, E. (2020). *Research Methods in Behavioral Sciences*. Edition 34, Tehran: Agah Publishing. (In Persian)
- Sekatane, M. B. (2018). South African women entrepreneurs: Challenges and coping strategies. *In Challenges to African Entrepreneurship in the 21st Century*, 4(C), 97-115.
- Sharma, P. & Chakraborty, A. (2019). An Analytical Study Of Socio-economic And Motivational Factors Affecting Women Entrepreneurs. *Research Review International Journal of Multidisciplinary*, 4(6), 57-60.



- Statistical Center of Iran. (2017). *<https://www.irna.ir/news/82471546>*. (In Persian)
- Yaghoubi Farani, A. & Soleymani, A. (2015). The impact of personal characteristics on rural women entrepreneurs success in Hamadan province. *Women in Development & Politics*, 1(13), 113-130. (In Persian)
- Yosefpour, M., Hosseinzadeh, M., Hosseinzadeh, H. & Talebnezhad, R. (2012). Investigating the factors of women entrepreneurship in the economic development of Iran. *National Entrepreneurship Conference and Knowledge-Based Business Management*. (In Persian)

شناسایی و اولویت‌بندی ویژگی‌های شخصیتی زنان کارآفرین استان خوزستان با تکنیک تحلیل محتوای کیفی

سارا محمدی^۱

فرج‌اله رحیمی^۲

مهدی نداف^۳

توران آرغا^۴

چکیده

امروزه، زنان در عرصه‌های گوناگون اقتصادی و اجتماعی حضور فعال دارند و در آفرینش کسب‌وکارها نقش بسزایی ایفا می‌کنند. بنابراین، پژوهش حاضر با هدف شناسایی و اولویت‌بندی ویژگی‌های شخصیتی زنان کارآفرین استان خوزستان صورت گرفته است. لذا از نظر هدف، پژوهشی بنیادین با نتایج کاربردی است که به روش آمیخته انجام شده است. جامعه هدف شامل کلیه زنان کارآفرین استان خوزستان است که از این بین، تعداد ۴۰ نفر به روش نمونه‌گیری غیر تصادفی داوطلبانه برای انجام مصاحبه نیمه ساختاریافته جهت شناسایی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه انتخاب و مورد مطالعه قرار گرفتند. نتایج تحلیل محتوای مصاحبه‌ها به استخراج ۱۳ ویژگی شخصیتی کارآفرینانه منجر گردید. نتایج آزمون فریدمن برای رتبه‌بندی ویژگی‌های شخصیتی استخراجی نیز نشان داد در

۱. استادیار گروه مدیریت، دانشکده اقتصاد و علوم اجتماعی، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران. (نویسنده مسئول).
s.mohammadi@scu.ac.ir

۲. دانشیار گروه مدیریت، دانشکده اقتصاد و علوم اجتماعی، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران.
f.rahimi@scu.ac.ir

۳. دانشیار گروه مدیریت، دانشکده اقتصاد و علوم اجتماعی، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران.
m.nadaf@scu.ac.ir

۴. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت، دانشکده اقتصاد و علوم اجتماعی، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران.
touranargha@gmail.com



زنان کارآفرین خوزستان، ویژگی‌های مهربانی، مسئولیت‌پذیری، عمل‌گرایی و برخورداری از کانون کنترل درونی بیشترین درجه اهمیت و ویژگی ریسک‌پذیری کمترین درجه اهمیت را دارد.

واژگان کلیدی

تحلیل محتوای کیفی، رتبه‌بندی، زنان کارآفرین، ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه.

مقدمه و بیان مسئله

کارآفرینی فرآیندی است که در تداوم رشد و توسعه اقتصادی ملی و حتی اقتصاد جهانی نقش حیاتی ایفا می‌کند. با توسعه کارآفرینی، فرصت‌های اقتصادی و کسب‌وکارهای جدیدی در جامعه پدید می‌آید و کل اقتصاد شکوفا می‌شود. کارآفرینی، فرایند پویایی از تغییر بینش و بصیرت با ابتکار و نوآوری تعریف شده و همچنین به‌عنوان یک عامل توسعه اقتصادی مطرح است. زیرا، در کارآفرینی، منابع از حوزه‌های کم‌بهره به‌طرف حوزه‌های با بهره‌وری زیاد سوق داده می‌شوند (محمدی و همکاران، ۱۳۹۹). در دنیای امروزی کسب‌وکار که با تحولات سریع مواجه است، کارآفرینی به‌عنوان یک موتور محرک قدرتمند می‌تواند باعث ایجاد اشتغال، افزایش بهره‌وری، رشد اقتصادی و افزایش رفاه جامعه شود (رستمعلی‌زاده و جمعه‌زاده، ۱۳۹۶: ۱۴۸). بنابراین، باید کلیه ظرفیت‌های کارآفرینی جامعه شناسایی و امکان بروز و ظهور ابتکارات و تدابیر خلاقانه در حوزه کسب‌وکار به‌بهترین نحو فراهم گردد.

در این میان، امروزه زنان به دلایل متعدد نظیر بیکاری، کاهش دستمزدها و نارضایتی از شغل قبلی به عرصه‌های متنوعی از فعالیت‌های اقتصادی وارد شده و در آفرینش کسب‌وکارها نقش گسترده‌ای ایفا می‌کنند. لذا، شناخت توانمندی‌ها و هدایت استعدادهای خلاقانه زنان به قصد هم‌افزایی عملکرد زنان صاحب کسب‌وکار و انتقال تجارب آنها به نسل جدید می‌تواند به بهره‌برداری حداکثری از ظرفیت‌های این قشر بزرگ اجتماعی کمک شایان توجهی نماید و منشأ تحولات بزرگی در زمینه‌های صنعتی، تولیدی و خدماتی شود. زیرا، نقش زنان به‌عنوان قهرمانان ملی و توسعه‌دهندگان صنعتی، مشوقان سرمایه‌گذاری، عاملان ایجاد اشتغال، گزینه‌های اصلی

انتقال فناوری و عاملان رفع خلل و تنگناهای بازار را بیش از پیش تثبیت می‌نماید (امینی و حسینی ماچک، ۱۳۹۶).

از سویی، نتایج مطالعات انجام شده نشان می‌دهد کارآفرینان از صفات و ویژگی‌ها، انگیزه‌ها و اهداف متفاوتی برخوردارند که نقش آنان را از سایر افراد متمایز می‌سازد. در این بین، زنان کارآفرین نیز از هوش، استعداد و خلاقیت بالایی برخوردارند و برای راه‌اندازی و برنامه‌ریزی کسب‌وکار از آنها استفاده می‌کنند (امینی و حسینی ماچک، ۱۳۹۶). لذا، ضرورت حفظ و تقویت ارزش‌های حضور زنان در عرصه کارآفرینی و اقتصاد و کسب‌وکار ایجاب می‌کند که ویژگی‌های شخصیتی این قشر بزرگ جامعه شناسایی شود تا امکان بهره‌برداری و هدایت ظرفیت‌های آنها فراهم و به توسعه کارآفرینی و در نهایت افزایش رشد و توسعه اقتصادی کشور بیانجامد (یعقوبی فرانی و سلیمانی، ۱۳۹۴: ۱۱۶).

بنابراین، شناخت عوامل محرک فعالیت‌های کارآفرینانه زنان ضروری به‌نظر می‌رسد. مخصوصاً در ایران به دلیل وجود نرخ بیکاری بالا و نرخ خوداشتغالی پایین، تشویق کارآفرینی زنان به‌عنوان نیمی از جمعیت فعال کشور ضرورت بیشتری دارد (مقیمی و مقدم، ۱۳۸۶: ۳۹). البته، طبق گزارش سال ۲۰۱۱ سازمان دیده‌بان کارآفرینی جهانی، ایران طی سال‌های اخیر در زمینه کارآفرینی زنان رشد مطلوبی داشته است (کلی و همکاران، ۲۰۱۲). طبق گزارش‌های مرکز آمار ایران نیز از ۶۱۵ هزار شغل ایجاد شده در کشور طی سال ۱۳۹۵، حدود ۷۰ درصد مشاغل را زنان تصاحب کرده‌اند (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۶). اما، این رشد نسبت به رشد فعالیت‌های کارآفرینانه زنان در دنیا که از حدود ۲۱ درصد کل کسب‌وکارها در سال ۱۹۹۰ به ۳۶/۵ درصد در سال ۲۰۱۵ افزایش یافته است، ناچیز است (احمدی و آراستی، ۱۳۹۷).

بر این اساس، مطالعه حاضر به شناسایی و اولویت‌بندی ویژگی‌های شخصیتی زنان کارآفرین از طریق مصاحبه‌های هدفمند پرداخته تا پاسخگوی این پرسش‌های اصلی باشد که ویژگی‌های شخصیتی زنان کارآفرین استان خوزستان کدامند؟ و اولویت‌بندی آنها چگونه است؟



پیشینه تجربی

پیش از مرور پیشینه باید اشاره شود که در بیشتر پژوهش‌های انجام شده داخلی و خارجی، عوامل (پیش‌برنده و یازدارنده) مؤثر بر کارآفرینی مورد بررسی قرار گرفته است (کریم‌زاده، ۱۳۹۸؛ ابراهیمی و بهرامی، ۱۳۹۸؛ محبوب‌خواه و بیگزاده، ۱۳۹۷؛ کوک و ژائو^۱، ۲۰۲۱ و گاوس و همکاران^۲، ۲۰۱۷) و صرفاً تعداد محدودی آنها نسبت به شناسایی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان به‌ویژه بانوان کارآفرین اقدام کرده‌اند.

ابراهیمی و بهرامی (۱۳۹۸) به بررسی ویژگی‌های کارآفرینانه دانشجویان رشته‌های کشاورزی پرداختند. نتایج آزمون همبستگی نشان داد ویژگی‌های ریسک‌پذیری، تحمل ابهام، چالش‌طلبی، سلاست فکری، عملگرایی، کانون کنترل درونی، توفیق‌طلبی با میزان آگاهی از فعالیت‌های کارآفرینانه رابطه معنی‌داری دارد. محبوب‌خواه و بیگزاده (۱۳۹۷) نیز به بررسی رابطه قدرت مدیران با ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی کارکنان پرداخته‌اند که نتایج نشان داد بین ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی کارکنان (توفیق‌طلبی، مخاطره‌پذیری، خلاقیت، مسئولیت‌پذیری و استقلال‌طلبی) و تخصص مدیران رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. ولی بین ویژگی اعتماد به نفس (کانون کنترل درونی) و قدرت مدیران ارتباط معنی‌داری مشاهده نشد. همچنین، حسینی‌نیا و همکاران (۱۳۹۶) با شناسایی مهارت‌ها و ویژگی‌های کارآفرینانه دانشجویان و بررسی تأثیر آنها بر قصد کارآفرینی نتیجه گرفتند که چهار متغیر انگیزه پیشرفت، چالش‌طلبی، مهارت بازاریابی و عملگرایی بر قصد کارآفرینانه دانشجویان تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد. قنادی‌نژاد و بیگدلی (۱۳۹۶) نیز در مطالعه‌ای مشابه، با بررسی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی دانشجویان دانشگاه شهید چمران اهواز نشان دادند ویژگی‌های مرکز کنترل درونی، توفیق‌طلبی، ریسک‌پذیری و خلاقیت دانشجویان بالاتر از حد متوسط است. ولی، عملگرایی و تحمل ابهام غیرمعنادار و کمتر از حد متوسط مشاهده گردید. انصاری و همکاران (۱۳۸۹) نیز ویژگی‌های

1. Cooke & Xiao

2. Ghouse et al

فردی اثرگذار بر توسعه کارآفرینی اجتماعی در مؤسسه‌های خیریه استان تهران را مورد مطالعه قرار داده و دریافتند 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 اثر معنی‌داری دارد. سلمانی‌زاده و انصاری (۱۳۸۸) نیز با بررسی ویژگی‌های روان‌شناختی کارآفرینان کشور نشان دادند که ویژگی‌های مخاطره‌پذیری، کانون کنترل درونی، توفیق‌طلبی و خلاقیت با رفتار کارآفرینی همبستگی مثبت و معنی‌داری دارد. ولی، ویژگی‌های ثبات هیجانی، عزم و اراده، استقلال‌طلبی و تحمل ابهام با رفتار کارآفرینی رابطه معنی‌داری ندارند. در نهایت، ملکی و همکاران (۱۳۸۸) با بررسی اثر باورهای مذهبی بر گرایش به راه‌اندازی کسب‌وکار جدید نشان دادند که باورها و اعتقادات مذهبی بر راه‌اندازی کسب‌وکار تأثیری ندارد.

در مطالعات خارجی نیز کارابولات^۱ (۲۰۱۶) با بررسی تأثیر ویژگی‌های شخصیتی بر هدف کارآفرینی دانشجویان فارغ‌التحصیل رشته علوم اجتماعی دانشگاه استانبول نشان دادند ویژگی‌های شخصیتی (کنترل درونی، نیاز به موفقیت، تحمل خطر، هوشیاری کارآفرینی) بر قصد کارآفرینی تأثیر مثبتی دارد. مارتینز و همکاران (۲۰۲۰) نیز نشان دادند زنان روستایی کارآفرین از ویژگی خلاقیت و نوآوری و ریسک‌پذیری بالایی برخوردارند. اسپیریت‌الموس و کاستیلو^۲ (۲۰۱۵) نیز نشان دادند تأثیر مثبت صفات شخصیتی (مهربانی، ریسک‌پذیری، برون‌گرایی، تحمل ابهام، کنترل درونی، روان‌رنجور) بر تمایل به کارآفرینی در دانشجویان دانشگاه دولتی مادرید اسپانیا بیش از ارزش‌های کاری آنها است. در مطالعه مشابه، لوتتر و همکاران (۲۰۱۴) دریافتند فرصت‌طلبی و آینده‌نگری با کارآفرینی رابطه معنی‌داری دارد. همچنین، شارما و چاکرابورتی^۳ (۲۰۱۹) با بررسی عوامل اقتصادی، اجتماعی و انگیزشی مؤثر بر کارآفرینی زنان هندی نشان

-
1. Karabulut
 2. Espiritu-Olmos & Castillo
 3. Sharma & Chakraborty



دادند مشکلات اقتصادی و فقدان استقلال مالی زنان، عدم حمایت اجتماعی و انگیزشی جامعه و خانواده از زنان، سرکوب مهارت‌ها و توانمندی‌های بالقوه اجتماعی، سیاسی و فرهنگی زنان، بر کارآفرینی تأثیر منفی دارند.

همان‌طور که مشاهده شد اغلب مطالعات گذشته، عوامل مؤثر بر کارآفرینی را مورد بررسی قرار داده‌اند، و کمتر به موانع کارآفرینی زنان به‌ویژه موانع سیاسی، اجتماعی و فرهنگی اشاره نموده‌اند (گاوس و همکاران، ۲۰۱۷؛ شارما و چاکروبرتی، ۲۰۱۹ و کوک و ژائو، ۲۰۲۱). بنابراین، شناسایی ویژگی‌های شخصیتی زنان کارآفرین به‌منظور بهره‌برداری از ظرفیت‌ها و مشارکت فعال زنان در بازار کسب‌وکار، خلأ موجود در پیشینه را تا حدودی پوشش می‌دهد.

چارچوب نظری

کارآفرینی و زنان کارآفرین

ریچارد کانتیلون (۱۷۳۰) ابداع‌کننده واژه کارآفرینی، کارآفرین را فردی ریسک‌پذیر می‌داند که کالا را با قیمت معلوم خریداری و با قیمت نامعلوم می‌فروشد. در واقع، کارآفرین کسی است که فعالیت اقتصادی کوچک و جدیدی را با سرمایه خود شروع می‌نماید و عهده‌دار برنامه‌ریزی و ریسک‌های بنگاه خود است (احمدپور داریانی، ۱۳۹۶ و داوری و همکاران، ۱۳۹۶). با این حال، تعریف کارآفرینی هنوز موضوع بحث است. زیرا، کارآفرینی پدیده‌ای چندبعدی است که ابعاد آن شامل داشتن ایده برای یک تجارت کوچک، ابتکاری بودن، اقدام به عنوان یک رهبر یا راه‌اندازی یک شرکت جدید است (سکاتان، ۲۰۱۸: ۱۰۳). برخی کارآفرینی را درهم آمیختن ویژگی‌های شخصیتی، ابزار مالی و منابع موجود در محیط کار تعریف نموده‌اند که بسیاری از ویژگی‌های شخصیتی را می‌توان پرورش داد و به کمک آن در کسب و کار به موفقیت دست یافت (خسروی‌پور، ۱۳۹۳: ۱۱۶).

شروع تحقیقات درباره کارآفرینی زنان به دهه ۱۹۹۰ برمی‌گردد. در این تحقیقات به بررسی ویژگی‌های شخصیتی زنان کارآفرین، چشم‌انداز آنان برای ادامه کسب‌وکارها و موانع و عناصری

که کارآفرینی زنان را تحت تأثیر قرار می‌دهد، پرداخته شده است (لی گوسلین و گرایس، ۱۹۹۰). 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 (رستمعلی‌زاده و جمعه‌زاده، ۱۳۹۶).

مهم‌ترین قابلیت‌ها و توانمندی‌هایی که در بروز ظرفیت‌های وجودی زنان و ارتقای نقش و جایگاه اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی آنها نقش مهم و برجسته‌ای ایفا می‌کند، برخورداری از قابلیت‌های کارآفرینی است (امینی و همکاران، ۱۳۹۱). بانوان در کنار وظایفی که در منزل برعهده دارند، به‌عنوان یک کارآفرین نیز می‌توانند فعالیت نمایند. از جمله ویژگی‌های آنان می‌توان به داشتن چشم‌انداز شفاف، عزم راسخ، چشم‌پوشی از پیشنهادهای شغلی دیگر، تمرکز بر هدف، انگیزه، وقف و از خودگذشتگی، سخت‌کوشی و پشت‌کار مثال‌زدنی اشاره نمود (امینی و حسینی‌ماچک، ۱۳۹۶ و احمدپور و همکاران، ۱۳۸۸).

کارآفرینی زنان دارای ابعاد فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی و فناورانه است. از نظر فرهنگی، فرهنگ اقتدارگرا و مردسالار همواره مروج باورهای سنتی و کلیشه‌های جنسیتی بوده و با القای احساس جنس دوم بودن، تضعیف اعتماد به نفس و تعمیق حس حقارت و خودکم‌بینی در تربیت و اجتماعی شدن دختران نقش دارد. 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 است. ضمن این‌که به دلیل نگاه جنسیتی، فرصت‌های اجتماعی و شغلی کمتر به‌طور برابر و براساس شایستگی‌های افراد فارغ از جنسیت داده شده است (امینی و حسینی‌ماچک، ۱۳۹۶ و یوسف‌پور و همکاران، ۱۳۹۱).

از نظر اقتصادی، درحالی که زنان در آسیا به‌طور متوسط ۱۳-۱۲ ساعت بیش از مردان کار می‌کنند، به دلیل بدون مزد بودن کار خانگی، همچنان در سطح نازل درآمدی قرار می‌گیرند. ارتقاء مقام‌ها تنها براساس شایستگی‌ها صورت نمی‌پذیرد. به‌طوری که مطالعات نشان داده، از



کل زنان تحصیل کرده عالی، تنها ۵٪ به سمت‌های بالای اداری و مدیریتی رسیده‌اند. پژوهشگران به این نتیجه دست یافته‌اند که انگیزه اصلی زنان آسیایی برای کارآفرینی، کسب درآمد و برآوردن نیازهای اقتصادی است. حال آن‌که زنان غربی بیشتر به علت استقلال‌خواهی به کارآفرینی روی می‌آورند (یوسف‌پور و همکاران، ۱۳۹۱).

بعد اجتماعی شامل، هنجارهای رایج در تقسیم کار، وجود نوعی مرزبندی طبیعی میان کار زنان (خانه‌داری) و مردان (امور بیرون منزل)، مسئله تعدد نقش زنان به طوری که انتظار انجام مسئولیت‌های متفاوت زنان در قالب همسر، مادر، خانه‌دار، شاغل آنها را دچار تنش و نوعی تضاد نقش و فشارهای ناشی از آن می‌کند. در تبیین عوامل اجتماعی نقش والدین در کارآفرینی بسیار اهمیت دارد و مطالعات نشان داده زنان کارآفرین بیشتر از خانواده‌هایی با زمینه کارآفرینی و خودکفا برمی‌خیزند (گرین و کوهن، ۱۹۹۵). در این میان، نقش مادرانی که کار مستقل دارند بسیار مهم تلقی شده و احتمال کارآفرینی فرزندان این‌گونه خانواده‌ها بیشتر است (اکبری و همکاران، ۱۳۹۱).

نقش فناوری اطلاعات در فعالیت اقتصادی زنان شامل؛ جایگزینی دوباره تولیدات، برآورده کردن نیازهای مهارتی تازه، و ایجاد شغل‌های تازه مانند اطلاع‌رسانی، چاپ، نشر، و بیمه می‌باشد (گلرد، ۱۳۸۶).

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 (آیرنگون و اریکبوگا، ۲۰۱۵). شخصیت ساختاری پیچیده است که با خصوصیات به هم پیوسته و ویژگی‌های درهم تنیده نشان داده می‌شود. در مورد خاستگاه و منشأ شخصیت نظریه‌های متفاوتی وجود دارد. یکی از مشهورترین این نظریه‌ها، 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 (مقدمی‌پور، ۱۳۹۵: ۱۰۱).

بسیاری از روان‌شناسان معتقدند که ساخت اصلی شخصیت آدمی به‌وسیله پنج صفت کلی شامل برون‌گرایی^۱ (اجتماعی بودن، پرانرژی و خونگرم)، وجدان کاری^۲ (خودمنضبط، وظیفه شناس، مسئولیت‌پذیر، قابل اعتماد)، دوستانه بودن، خوشایندی یا موافقت^۳ (مهربان و دلسوزانه، تعادلی، خوش اخلاق)، بازبودن به تجربه^۴ (لذت بردن از ماجراجویی و ایده‌های جدید)، و ثبات هیجانی در نقطه مقابل آن روان‌رنجوری^۵ (تجربه احساسات منفی) نشان داده می‌شود و رابینز این مدل پنج عاملی یا ۵ بزرگ را از بهترین مدل‌های شخصیت می‌داند. هرچند این ساختار پنج عاملی ظاهراً مختصر، در واقع تنها یک قطعه از سلسله‌مراتب ساختار شخصیت است (فرگوسن و هول^۶، ۲۰۱۸: ۱۷۷).

روان‌شناسان بر ویژگی‌های شخصیتی پنج بزرگ تاکید دارند و آن را در کنار عوامل سازمانی و محیطی مورد توجه قرار داده‌اند (ایدت و راوه^۷، ۲۰۱۸). برای تبیین کارآفرینی، 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 یافت (لیولین و ویلسون^۸، ۲۰۰۳). یکی از مباحث اساسی در کارآفرینی، ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان است. هرکارآفرین دارای خصوصیات شخصیتی و انگیزه‌های خاصی است که وی را از سایرین متمایز می‌سازد.

-
1. Extraversion
 2. Conscientiousness
 3. Agreeableness
 4. Openness to Experiences
 5. Neuroticism
 6. Ferguson & Hull
 7. Aidt & Rauh
 8. Llewellyn & Willson



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 ناطمینی‌ها هراس ندارند، از هنجارهای موجود پا را فراتر نهاده و سنت‌شکن، نوآور، خلاق و آفریننده هستند (محمودی و منجم‌زاده، ۱۳۹۳: ۱۴۲).

برای تفکیک کارآفرین از غیرکارآفرین، ویژگی‌های مختلفی شناسایی شده است. دسته نخست که روان‌شناسان بدان توجه کرده‌اند، متغیرهای شخصیتی و روان‌شناختی تحت عنوان «رویکرد ویژگی‌ها» است. 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 است. دسته دوم متغیرهای جمعیت‌شناختی که رویکرد رفتاری نامیده می‌شود شامل سابقه، پیشینه و متغیرهای تجربی است (محمودی و منجم‌زاده، ۱۳۹۳). برخلاف رویکرد روان‌شناسی، رویکرد رفتاری بر فعالیت‌های کارآفرین تأکید دارد. در این دیدگاه، ویژگی‌های شخصیتی کارآفرین، تابع رفتار اوست (احمدپورداریانی، ۱۳۹۶).

روش پژوهش

این مطالعه از نظر هدف، پژوهشی بنیادین با نتایج کاربردی و برحسب نحوه انجام، آمیخته است که در آن از روش تحلیل محتوای کیفی برای گردآوری و تحلیل داده‌های متنی استفاده شده است. در این روش داده‌ها مستقیماً از متن استخراج و کدگذاری می‌شوند (سرمد و همکاران، ۱۳۹۹). بنابراین، پژوهشگر به‌منظور شناسایی ویژگی‌های شخصیتی زنان کارآفرین، مستقیماً با داده‌هایی سروکار دارد که تاکنون تحلیلی در مورد آن صورت نگرفته است.

جامعه آماری پژوهش شامل کلیه زنان کارآفرین استان خوزستان است که آمار یکپارچه، دقیق و ثبت شده‌ای از آنها وجود ندارد. با توجه به آمار ثبت شده در سازمان فنی و حرفه‌ای، صندوق کارآفرینی، شرکت صنعت و معدن خوزستان و اداره کار، تعاون و رفاه اجتماعی بیش از ۲۴۰ زن کارآفرین در این استان وجود دارد که به دلیل پراکندگی، دشواری و عدم دسترسی

1. Trait Approach

به همه آنها، نسبت به نمونه‌گیری به‌روش غیرتصادفی هدفمند و البته داوطلبانه اقدام شد. برای اطمینان از اشباع نظری، فرایند گردآوری داده‌ها تا مصاحبه با ۴۰ زن کارآفرین ادامه یافت و سپس مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت (دانایی فرد و همکاران، ۱۳۹۸).

برای تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه، از روش تحلیل محتوای کیفی استفاده گردید. به دلیل دشواری دسترسی و پراکندگی زنان کارآفرین، مصاحبه‌ها به صورت حضوری، تلفنی و یا با استفاده از رسانه‌های اجتماعی (واتس‌آپ، تلگرام، سروش، ...) انجام شد. براین اساس، ابتدا مصاحبه‌ها به صورت مکتوب درآمد و واحدهای فکر از متن مصاحبه‌ها استخراج و کدگذاری گردید. در کدگذاری باز مفاهیم کلیدی در گفته‌های زنان کارآفرین مشخص و در کدگذاری محوری، به مجموعه‌ای از مفاهیم مشترک عنوانی تعلق گرفت. یعنی واحدهای فکر براساس مضامین مشترک بین آنها مقوله‌بندی شدند و نهایتاً مقوله‌ها برحسب ارتباطی که با هم دارند در طبقه جداگانه‌ای قرار گرفته و نام‌گذاری شده‌اند. یعنی برای خلق معانی و مفاهیم، تمام مفاهیم مشترک بیان‌شده توسط مصاحبه‌شوندگان، در جدولی گردآوری گردید که نشان‌دهنده دیدگاه آنان است. در تحلیل محتوا از هر دو روش آشکار و پنهان استفاده شد، به عبارتی در برخی از موارد، محتوای نهفته در داده‌ها تعبیر و تفسیر گردید. پس از استخراج و شناسایی ویژگی‌های شخصیتی زنان کارآفرین، در گام دوم با استفاده از میانگین رتبه‌ای فریدمن به تعیین اولویت‌بندی این ویژگی‌ها پرداخته شد.

برای سنجش روایی و پایایی از روش ارزیابی لینکولن و گوبا^۱ (۱۹۸۵) استفاده گردید که معادل روایی و پایایی در تحقیقات کمی است. بر پایه این روش چهار معیار موثق بودن و اعتبار (باورپذیری)، انتقال‌پذیری، اطمینان‌پذیری و تأییدپذیری در نظر گرفته شد. وسواس پژوهشگر در مراحل مختلف به منظور حصول اطمینان از روایی آن باعث طولانی شدن فرایند انجام کار گردید. با توجه به کیفی بودن گردآوری داده‌ها، اثبات روایی آن دشوارتر از پژوهش‌های کمی است. برای تعیین روایی پژوهشگر با صرف زمان کافی، به تأیید فرایند پژوهش توسط شش استاد صاحب‌نظر، استفاده از دو کدگذار برای کدگذاری چند نمونه مصاحبه جهت کسب اطمینان

1. Lincoln & Guba



از یکسانی دیدگاه کدگذاران، استفاده از پرسش‌های عینی و ملموس، میزان موثق بودن داده‌ها را تا حد امکان افزایش داده است.

همچنین برای سنجش پایایی با استفاده از شاخص پایایی بازآزمون، ابتدا کل مفاهیم فکری اولیه در جدولی جمع‌آوری و سپس به‌طور تصادفی، حدود ۲۰ درصد از آنها انتخاب و مجدداً کدگذاری شدند. در نتیجه، میزان مطابقت با کدگذاری اولیه ۰/۹۴ به‌دست آمد. همچنین با توجه به شاخص تکرارپذیری و انتخاب ۲۰ درصد از کل مفاهیم اولیه متن، پایایی میان کدگذاران با کمک یک همکار پژوهشگر، شاخص تکرارپذیری ۰/۸۹ به‌دست آمد که بالاتر از ۰/۷ است و این توافق نزدیک کدگذاران و اعتماد فرایند کدگذاری را نشان می‌دهد.

یافته‌های پژوهش

آمار توصیفی شرکت‌کنندگان در مصاحبه به‌شرح جدول ۱ نشان می‌دهد از میان ۴۰ زن کارآفرین، بیشترین فراوانی مربوط به گروه سنی ۳۰ سال و کمتر (۴۵ درصد)، بیشترین فراوانی سطح تحصیلات، کارشناسی و کارشناسی (۳۲/۵ درصد) و بالاترین سابقه کار ۳ تا ۱۰ سال (۷۰ درصد) بوده است. بیش از نیمی از مصاحبه‌شوندگان دارای سابقه کارآفرینی در اعضای خانواده بوده‌اند. ۵۲/۵ درصد از مصاحبه‌شوندگان در مشاغل تولیدی شامل صنایع دستی محلی، آشپزی، فرش‌بافی، خیاطی، چرم‌دوزی، شیرینی‌پزی، صنایع لبنی، ... مشغول به کار می‌باشند.

جدول ۱. تحلیل توصیفی زنان کارآفرین (مصاحبه‌شوندگان)

متغیرهای جمعیت‌شناختی	فراوانی	درصد فراوانی
سن	۳۰ سال و کمتر	۴۵
	بالای ۳۰ سال تا ۴۰ سال	۳۵
	۴۱ سال و بالاتر	۲۰
تحصیلات	دیپلم و پایین‌تر	۲۷/۵
	فوق دیپلم	۱۰
	کارشناسی	۳۲/۵
	کارشناسی ارشد	۳۰
بله	۱۷	۴۲/۵

۵۷/۵	۲۳	خبر	سابقه کارآفرینی در خانواده
۷۰	۲۸	۳ تا ۱۰ سال	سابقه کار
۱۷/۵	۷	۱۱ تا ۲۰ سال	
۱۲/۵	۵	۲۱ سال و بالاتر	
۵۲/۵	۲۱	تولیدی	نوع مشاغل
۲۷/۵	۱۱	خدماتی	
۲۰	۸	سایر	
۱۰۰	۴۰	-	مجموع

منبع: یافته‌های پژوهش

برای کدگذاری، واحد بررسی (واحد تحلیل) در هر مصاحبه مورد تحلیل قرار گرفت. چون پیام‌ها به صورت مکتوب تبدیل شد. واحد تحلیل، عبارت، کلمه و یا مضمون می‌باشد که شامل واحد ثبت و واحد فحوا است. واحد فحوا، جمله یا پاراگراف بوده و واحد ثبت، بخشی از متن (کلمه یا عبارت) است که یک کد به آن اختصاص داده می‌شود و هرگاه در مصاحبه با آن مواجه شدیم آن کد به آن داده خواهد شد. مثلاً با دیدن واژه برنامه‌ریزی، نظم یا وقت‌شناسی چون از شاخص‌ها و مؤلفه‌های مسئولیت‌پذیری است کد ۱ به آنها داده شد.

براساس کدگذاری ویژگی‌های شخصیتی زنان کارآفرین، مجموعه‌ای از واحدهای فکری، بازیابی و با نماد P120 نام‌گذاری گردید. برای رسیدن به ویژگی‌های شخصیتی، ابتدا واحدهای فکری متعددی بررسی و در مقوله‌های مناسب قرار داده شد، نهایتاً با طبقه‌بندی واحدهای موردنظر در قالب مضمون‌های مرتبط، ویژگی‌های شخصیتی زنان کارآفرین، در قالب ۱۴ مضمون کلی به شرح جدول ۲ به دست آمد. در مجموع، بیش از ۱۲۰ واحد فکری معنادار، با ۶۸ مقوله و ۱۴ مضمون کلی حاصل شد.



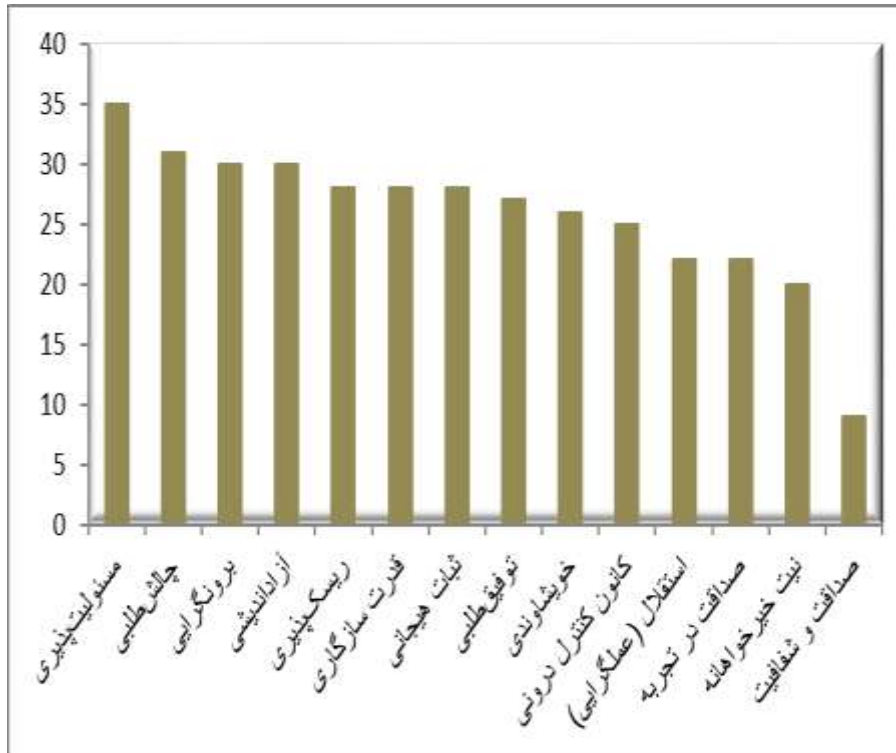
جدول ۲. فراوانی ویژگی‌های شخصیتی

کد (ردیف)	ویژگی‌های شخصیتی	فراوانی (تعداد تکرار)	درصد فراوانی
۱	مسئولیت‌پذیری	۳۵	۸۷
۲	چالش‌طلبی	۳۱	۷۷
۳	برون‌گرایی	۳۰	۷۵
۴	آزاداندیشی	۳۰	۷۵
۵	ریسک‌پذیری	۲۸	۷۰
۶	قدرت‌سازگاری	۲۸	۷۰
۷	ثبات هیجانی	۲۸	۷۰
۸	توفیق‌طلبی	۲۷	۶۷/۵
۹	*مهربانی و دلسوزی ^۱	۲۶	۶۵
۱۰	کانون کنترل درونی	۲۵	۶۲
۱۱	استقلال (عملگرایی)	۲۲	۵۵
۱۲	صداقت در تجربه	۲۲	۵۵
۱۳	نیت خیرخواهانه	۲۰	۵۰
۱۴	صداقت و شفافیت	۹	۲۲/۵

منبع: یافته‌های پژوهش

در نهایت با استفاده از نتایج حاصل از تحلیل محتوای کیفی مصاحبه‌ها، ویژگی‌های شخصیتی زنان کارآفرین در شکل ۱ مشاهده می‌شود.

^۱. مهربانی و دلسوزی یکی از شاخص‌ها و صفات تبیین‌کننده سازگاری یا خوشایندی از ویژگی‌های پنج بزرگ است (ساعتچی، ۱۳۹۹) که در مصاحبه‌های زنان کارآفرین بسیار مورد توجه قرار می‌گرفت.



شکل ۱. ویژگی‌های شخصیتی زنان کارآفرین استان خوزستان

منبع: یافته‌های پژوهش

با توجه به این‌که ویژگی صداقت و شفافیت نسبت به سایر ویژگی‌ها از میزان تکرار بسیار کمتری در مصاحبه‌ها برخوردار بود (کمتر از ۲۵ درصد جامعه آماری)، در شمار ویژگی‌های مستقل شخصیتی قرار نگرفت و حذف شد. به عبارتی، تنها مواردی به‌عنوان ویژگی‌های شخصیتی پذیرفته شده که حداقل بیش از نیمی از جامعه آماری به آن اشاره داشتند. با توجه به شکل ۱، نتیجه بررسی پرسش‌های اصلی پژوهش به شرح زیر است:



در پاسخ به سوال اول پژوهش، و با توجه به مدل به‌دست آمده ویژگی‌های شخصیتی مهم و تاثیرگذار در کارآفرینی زنان عبارتند از: ریسک‌پذیری، کانون کنترل درونی، توفیق‌طلبی، سلاست فکری، عملگرایی، چالش‌طلبی، تحمل ابهام، مسئولیت‌پذیری، ثبات هیجانی، برونگرایی، خویشاوندی، صداقت در تجربه، و نیت خیرخواهانه.

و در پاسخ به سوال دوم مبنی بر اولویت‌بندی این ویژگی‌ها، نتایج آزمون رتبه‌ای فریدمن نشان داد که بیشترین میانگین‌ها مربوط به ویژگی مهربانی و مسئولیت‌پذیری و کمترین میانگین مربوط به ویژگی ریسک‌پذیری است.

آزمون فریدمن یک آزمون ناپارامتری است که از آن برای مقایسه میانگین رتبه‌ها در بین k متغیر استفاده می‌شود. با توجه به میانگین رتبه‌ای متغیرها، اولویت‌بندی ویژگی‌های شخصیتی زنان کارآفرین در جدول ۳ ارائه شده است:

جدول ۳. میانگین رتبه‌ای متغیرها (آزمون فریدمن)

رتبه	مقدار میانگین	ویژگی‌ها
۱	۱۰/۶۸	مهربانی
۲	۱۰/۰۵	مسئولیت‌پذیری
۳	۹/۹۳	عملگرایی
۴	۸/۳۱	کانون کنترل
۵	۷/۹۴	نیت خیرخواهانه
۶	۷/۶۱	توفیق‌طلبی
۷	۶/۹۰	صداقت در تجربه
۸	۶/۰۲	برونگرایی
۹	۵/۹۷	چالش‌طلبی
۱۰	۵/۰۵	آزاداندیشی
۱۱	۴/۳۰	ثبات هیجانی
۱۲	۴/۲۵	تحمل ابهام
۱۳	۳/۹۹	ریسک‌پذیری

منبع: یافته‌های پژوهش

بحث و نتیجه‌گیری

نتایج تحلیل محتوای کیفی به‌منظور شناسایی ویژگی‌های شخصیتی زنان کارآفرین استان خوزستان نشان داد آنها دارای ویژگی‌های ۱۳ گانه‌ای هستند که براساس آزمون فریدمن به‌ترتیب اهمیت و اولویت عبارتند از مهربانی، مسئولیت‌پذیری، عمل‌گرایی، کانون کنترل درونی، نیت خیرخواهانه، توفیق‌طلبی، صداقت در تجربه، برون‌گرایی، چالش‌طلبی، آزاداندیشی، ثبات هیجانی، تحمل ابهام و ریسک‌پذیری. این درحالی‌است که تعداد، ترتیب و ترکیب این ویژگی‌ها در هیچ یک از مطالعات پیشین این‌گونه نبوده است. البته، بعضی از ویژگی‌های بالا به‌صورت مجزا و یا مجموعه‌ای از دو یا چند ویژگی با برخی از مطالعات پیشین همخوانی دارد. به‌عنوان مثال، ویژگی ریسک‌پذیری در مطالعات مارتینز و همکاران (۲۰۲۰)، عربیون و همکاران (۱۳۸۹) و کردنائیج و همکاران (۱۳۸۶)، ویژگی‌های کانون کنترل، عمل‌گرایی، تحمل ابهام، چالش‌طلبی در مطالعه کردنائیج و همکاران (۱۳۸۶)، ثبات هیجانی، برون‌گرایی، صداقت در تجربه و مسئولیت‌پذیری در مطالعه لوتنر و همکاران (۲۰۱۴)، ثبات هیجانی و عمل‌گرایی در مطالعه بارانیک و همکاران (۲۰۱۸)، عمل‌گرایی و ریسک در مطالعه فرلی و هولران (۲۰۱۲) در میان کارآفرینان مورد بررسی قرار گرفته است. در مطالعه امینی و حسینی ماچک (۱۳۹۶) نیز ویژگی‌های درونی همچون ثبات روانی، فکر باز، اعتماد به نفس، خودشناسی و استقلال فکری را به‌عنوان ویژگی‌های هوش کارآفرینانه زنان مورد تأیید قرار گرفته است. به‌علاوه، نقش تعدیل‌کننده جنسیت در رابطه سرمایه اجتماعی و انسانی با فرصت‌های کارآفرینانه در مطالعات انجام شده تأیید شده است (احمدی و آراستی، ۱۳۹۷) که نشان‌دهنده توجه به نقش زنان در توسعه کارآفرینی است. همچنین، مطالعات نشان داده عوامل شخصیتی یکی از موانع و چالش‌های اصلی کارآفرینی زنان بوده است (کریم‌زاده، ۱۳۹۸).

بنابراین، نتایج این مطالعه به‌طور کلی نشان می‌دهد زنان کارآفرین استان خوزستان علی‌رغم همه موانع و محدودیت‌های جغرافیایی، قومی و فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی از ویژگی‌های شخصیتی قابل توجهی برخوردارند. به‌طوری‌که مهربانی، مسئولیت‌پذیری، عمل‌گرایی و



برخورداری از کانون کنترل درونی از ویژگی‌های برجسته شخصیتی آنان محسوب می‌گردد. برخورداری زنان کارآفرین از این ویژگی‌های شخصیتی در کنار ساختار سنتی و چندقومیتی استان و همچنین مشکلات زیربنایی اقتصادی و کمبود زیرساخت‌ها، نشان‌دهنده توجه و دغدغه این قشر جامعه به فعالیت و اشتغال و رفع مسائل اقتصادی خود و خانواده دوشادوش مردان است.

نتایج این مطالعه برای زنان کارآفرین، پژوهشگران عرصه کارآفرینی و مسئولین و مدیران آموزشی و دانشگاهی پیام‌های صریح و آشکاری دارد. به طور مشخص، وقتی سخن از ویژگی‌های شخصیتی زنان به میان می‌آید، اولین نکته کشف و شناسایی این ویژگی‌هاست که ۱۳ ویژگی در این پژوهش شناسایی شد. لذا از آنجا که شیوه تفکر و ویژگی‌های شکل‌دهنده به شخصیت کارآفرینی، قابل آموزش و انتقال است و محیط آموزشی نقش مؤثری در این زمینه دارد، پیشنهاد می‌شود از طریق انجام برنامه‌ریزی و برگزاری کارگاه‌های آموزشی نسبت به آموزش و تقویت شیوه‌های تفکر خلاق و مشوق کارآفرینی در زنان اقدام شود. به‌ویژه، با توجه به اهمیت پرورش این ویژگی‌ها در تک‌تک افراد جامعه خصوصاً جوانان، نوجوانان و نونهالان به‌عنوان آینده‌سازان کشور، این اقدام با رویکرد کارگاهی و کاربردی و به‌صورت برنامه‌ریزی شده و ساختاریافته از مقاطع پیش‌دبستانی و ابتدایی در نظام آموزش و پرورش کشور عملیاتی گردد. از سویی، به بانوانی که قصد ورود به عرصه کارآفرینی دارند پیشنهاد می‌شود با شناسایی ویژگی‌ها، ظرفیت‌ها و توانمندی‌های لازم برای این امر، آگاهانه به این عرصه ورود نمایند. همچنین، به زنانی که در حال حاضر صاحب کسب‌وکار کارآفرینانه هستند (مدیران و مالکان) پیشنهاد می‌شود روش صحیح رفتار و برخورد با کارکنان، مهارت‌های ارتباطی و بهبود روحیه کارآفرینی را بیاموزند و در خود تقویت نمایند. در نهایت، از آنجا که بسط توسعه فرهنگ کارآفرینی در جامعه به‌ویژه در زنان می‌تواند زمینه تحرک نیمی از جمعیت جامعه را به‌گونه‌ای فراهم کند که تولید ملی افزایش و معضل بیکاری مهار شود، پیشنهاد می‌شود دانشگاه‌ها با برگزاری کارگاه‌های آموزشی مرتبط با مهارت‌های مدیریتی و فنی نسبت به افزایش مهارت‌های فناورانه، به‌ویژه تحمل ابهام و ریسک‌پذیری در زنان کارآفرین اقدام نمایند.

منابع

- ابراهیمی، محمدصادق و بهرامی، زیبا. (۱۳۹۸). بررسی ویژگی‌های کارآفرینانه دانشجویان رشته-های کشاورزی. *راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی*، دوره ۵، شماره ۱۰، صص ۱۹-۱۰.
- احمدپورداریانی، محمود. (۱۳۹۳). *کارآفرینی (تعاریف، نظریات، الگوها)*. تهران: انتشارات ساکو، چاپ اول.
- احمدپورداریانی، محمود.، یدالهی فارسی، جهانگیر و سمیع‌زاده، مهدی. (۱۳۸۸). نقش عوامل خانوادگی در شکل‌گیری کسب‌وکارهای خانوادگی. *خانواده پژوهی*، دوره ۵، شماره ۱۹، صص ۳۳۱-۳۴۵.
- احمدی، معصومه و آراستی، زهرا. (۱۳۹۷). نقش تعدیل‌گری جنسیت در رابطه سرمایه کارآفرینانه و تشخیص فرصت. *مطالعات اجتماعی روان‌شناختی زنان*، دوره ۱۶، شماره ۴، صص ۲۴۵-۲۲۳.
- اکبری، مرتضی،، شکیب، حجت و زهتابی، منا. (۱۳۹۱). رابطه‌ی باورهای مذهبی و تمایل به کارآفرینی (مطالعه موردی: دانشجویان دانشکده‌های کارآفرینی و کشاورزی). *توسعه کارآفرینی*، دوره ۵، شماره ۴، صص ۱۰۵-۸۷.
- امینی، علیرضا و حسینی ماچک پشته، شیما. (۱۳۹۶). شناسایی ویژگی‌های هوش کارآفرینانه زنان کارآفرین. *توسعه کارآفرینی*، دوره ۱۰، شماره ۲، صص ۳۷۴-۳۵۹.
- امینی، محمد.، تمنایی فر، محمدرضا و غلامی علوی، صدیقه. (۱۳۹۱). ارزیابی قابلیت‌های کارآفرینی دختران دانشجو. *زن و جامعه*، دوره ۳، شماره ۱۲، صص ۱۳۸-۱۱۵.
- انصاری، منوچهر.، احمدپور، محمود و بهروزآذر، زهرا. (۱۳۸۹). ویژگی‌های فردی اثرگذار بر توسعه کارآفرینی اجتماعی در موسسه‌های خیریه استان تهران. *توسعه کارآفرینی*، دوره ۳، شماره ۲، صص ۶۴-۳۷.



حسینی‌نیا، غلامحسین، عطایی، پوریا و یعقوبی فرانی، احمد. (۱۳۹۶). ارزیابی مهارت‌ها و ویژگی‌های کارآفرینانه دانشجویان و تأثیر آن بر قصد کارآفرینی. *آموزش مهندسی ایران*، دوره ۱۹، شماره ۷۳، صص ۲۵-۴۴.

خسروی‌پور، الهام. (۱۳۹۳). بررسی تأثیر ویژگی‌های شخصیتی دانشجویان بر گرایش به کارآفرینی دانشجویان کارشناسی ارشد (مورد مطالعه: دانشگاه آزاد اسلامی واحد شوشتر). *مهارت آموزشی*، دوره ۳، شماره ۹، صص ۱۰۹-۱۲۷.

دانایی‌فرد، حسن، الوانی، مهدی و آذر، عادل. (۱۳۹۸). *روش‌شناسی پژوهش کمی و کیفی در مدیریت: رویکردی جامع*. تهران: صفار اشراقی، چاپ سیزدهم.

داوری، علی، سفیدبری، لیلا و باقرصاد، وجیهه. (۱۳۹۶). عوامل اکوسیستم کارآفرینی ایران براساس مدل آیزنبرگ. *توسعه کارآفرینی*، دوره ۱۰، شماره ۱، صص ۱۰۰-۱۲۰.

رستمعلی‌زاده، ولی‌اله و علی‌جمعه‌زاده، پروین. (۱۳۹۶). بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت زنان کارآفرین شهر تهران. *توسعه اجتماعی*، دوره ۱۲، شماره ۳، صص ۱۷۲-۱۴۷.

ساعتچی، محمود. (۱۳۹۹). *روان‌شناسی کار*. تهران: نشر ویرایش، چاپ سیزدهم.

سرمد، زهره، بازرگان، عباس و حجازی، الهه. (۱۳۹۹). *روش تحقیق در علوم رفتاری*. تهران: نشر آگه، چاپ سی و چهارم.

سلمانی‌زاده، عباس و انصاری، محمدنقی. (۱۳۸۸). ویژگی‌های روان‌شناختی کارآفرینان کشور. *رفاه اجتماعی*، دوره ۹، شماره ۳۳، صص ۱۶۷-۱۸۸.

عربیون، ابوالقاسم، عبدالله‌زاده، غلامحسین، شریف‌زاده، ابوالقاسم و محسنی، احمد. (۱۳۸۹). شناسایی و اولویت‌بندی شاخص‌های تعیین‌کننده کارآفرینی کسب‌وکارها. *توسعه کارآفرینی*، دوره ۲، شماره ۸، صص ۶۵-۹۷.

قنادی‌نژاد، فرزانه و بیگدلی، زاهد. (۱۳۹۶). بررسی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی و راهکارهای توسعه آن از نظر دانشجویان علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه شهید چمران اهواز. *کتابداری و اطلاع‌رسانی*، دوره ۲۰، شماره ۲، صص ۱۸۵-۱۶۰.

کردنائیچ، اسدالله، زالی، محمدرضا، هومن، حیدرعلی و شمس، شهاب‌الدین. (۱۳۸۶). ابزار سنجش ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان ایرانی. تهران: دفتر نشر آثار علمی دانشگاه تربیت مدرس.

کریم‌زاده، مجید. (۱۳۹۸). بررسی موانع کارآفرینی زنان بلوچ شهرستان سراوان. *مطالعات اجتماعی روان‌شناختی زنان*، دوره ۱۷، شماره ۲، صص ۳۴-۷.

کلرد، پروانه. (۱۳۸۶). ویژگی‌ها، انگیزه‌ها و اهداف ترغیب‌کننده زنان ایرانی در توسعه کسب‌وکار. *پژوهشنامه بازرگانی*، دوره ۱۱، شماره ۴، صص ۲۹۵-۲۶۷.

محبوب‌خواه، فرهاد و بیگ‌زاده، یوسف. (۱۳۹۷). رابطه بین منابع قدرت مدیران و ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی کارکنان ادارات دولتی: نقش تعدیلگری جنسیت. *مطالعات اجتماعی روان‌شناختی زنان*، دوره ۱۶، شماره ۳، صص ۸۸-۶۵.

محمدی، سارا، محمودی، ادریس و اشرف مدرس. علیرضا. (۱۳۹۹). فرهنگ سازمانی و اشتیاق کارآفرینانه: نقش میانجی بازاریابی و یادگیری سازمانی. *رهیافتی نو در مدیریت آموزشی*، دوره ۱۱، شماره ۴۵، صص ۱۰۲-۸۱.

محمودی مفید، محمد و منجم‌زاده، نازلی. (۱۳۹۳). بررسی تأثیر و رتبه‌بندی ابعاد شخصیت روی کارآفرینی. *پژوهش‌های مدیریت راهبردی*، دوره ۲۰، شماره ۵۶، صص ۱۶۰-۱۳۳.

مرکز آمار ایران. (۱۳۹۶). <https://www.irna.ir/news/82471546/>.

مقدمی‌پور، مرتضی. (۱۳۹۵). *روانشناسی کار*. تهران: موسسه کتاب مهربان نشر، چاپ شانزدهم.



مقیمی، محمد. مقدم، رضا. (۱۳۸۶). بررسی ارتباط بین ویژگی‌های رفتاری و سبک‌های ارتباطی کارآفرینان. *فرهنگ مدیریت*، دوره ۵، شماره ۱۶، صص ۶۲-۳۷.

ملکی، امیرحسین، قلی‌پور، آرین و عابدی، حسن. (۱۳۸۸). بررسی آثار باورهای مذهبی بر گرایش به راه‌اندازی یک کسب‌وکار جدید. *توسعه کارآفرینی*، دوره ۱، شماره ۳، صص ۱۱-۳۴.

یعقوبی‌فرانی، احمد و سلیمانی، عطیه. (۱۳۹۴). تأثیر ویژگی‌های شخصیتی بر موفقیت زنان روستایی کارآفرین در استان همدان. *زن در توسعه و سیاست*، دوره ۱۳، شماره ۱، صص ۱۱۳-۱۳۰.

یوسف‌پور، مانده، حسین‌زاده، مریم، حسین‌زاده، حامد و طالب‌نژاد، رمضان. (۱۳۹۱). بررسی عوامل کارآفرینی زنان در توسعه اقتصادی کشور ایران. *کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب‌وکارهای دانش‌بنیان*.

Ahmadi, M. & Arasti, Z. (2018). The moderating role of gender on relation between entrepreneurial capital and opportunity recognition. *Women's studies sociological & Psychological* 16(4), 223-245. (In Persian)

Ahmadpour Dariani, M. (2017). *Entrepreneurship: Definition, Theories, Models*. 1th edition, Tehran: Sako Publishing. (In Persian)

Ahmadpour Dariani, M., Yadollahi Farsi, J. & Samizadeh, M. (2009). The role of family factors in creation of family businesses. *Family Research*, 5(19), 331-345. (In 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.

Akbari, M., Shakiba, H. & Zehtabi, M. (2012). Relationship between religious beliefs and entrepreneurship intention: The case of faculty of entrepreneurship and college of agricultural and natural resources students. *Entrepreneurship Development*, 5(4), 87-105. (In Persian)

Amini, A. & Hosseini Machak, S. (2017). An exploration of womens entrepreneurial intelligence characteristics: A qualitative research using

conventional conventional content analysis. *Entrepreneurship Development*, 10(2), 359-374. (In Persian)

Amini, M., Tamannaie, F. M. & Gholami Alavi, S. (2012). Evaluation of entrepreneurship capabilities of girl student. *Women & Society*, 3(12), 115-138. (In Persian)

Ansari, M., Ahmmadpoor, M. & Behrozazar. Z. (2010). Individual characteristics effective on development of social entrepreneurship in charities in Tehran province. *Entrepreneurship Development*, 3(2), 37-64. (In Persian)

Arabioun, A., Abdolazadeh, G., Sharifzadeh, A. & Mohseni, A. (2010). Identify and prioritize the determinants of entrepreneurship of businesses. *Entrepreneurship Development*, 2(8), 65-97. (In Persian)

Baranik, L. E., Gorman, B. & Wales, W. J. (2018). What makes muslim women entrepreneurs successful? A field study examining religiosity and social capital in Tunisia. *Sex Roles*, 78(3-4), 208-219.

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. (In Persian)

Davari, A., Sefidbari, L. & Baghersad, V. (2017). The factors of entrepreneurial ecosystem in Iran Based on Isenberg Mode. *Entrepreneurship Development*, 10(1), 100-120. (In Persian)

Ebrahimi, M. S. & Bahrami, Z. (2019). Studying the entrepreneurial characteristics of agricultural students (case study: Isfahan university of technology). *Journal of Entrepreneurial Strategies in Agriculture*. 5(10), 10-18. (In Persian)

Espíritu-Olmos, R. & Castillo, S. (2015). Personality traits versus work values: Comparing psychological theories on entrepreneurial intention. *Journal of Business Research*, 68, 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*, 32(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.
- Ghanadinezhad, F. & Bigdeli, Z. (2017). Investigating entrepreneurial personality traits and Its development strategies from the point of view of information science and science students of shahid chamran university of ahvaz. *Library and Information Science*, 20(2), 160-185. (In 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.
- Gollard, P. (2007). Characteristics, motivations, and goals of Iranian women entrepreneurs. *Iranian Journal of Trade Studies*, 11(44), 267-295. (In Persian)
- Green, E. & Cohen, L. (1995). Women's business: Are women entrepreneurs breaking new ground or simply balancing the demands of 'women's work' in a new way?. *Journal of Gender Studies*, 4(3), 297-314.
- Hosseininia, G., Ataie, P. & Yaghoubi, F. A. (2017). An assessment of students entrepreneurial skills and characteristics and the impact on their entrepreneurial intention; A case of maharat applied science centers. *Iranian Journal of Engineering Education*, 19(73), 25-44. (In Persian)
- Irengun, O. & Arikboga, S. (2015). The effect of personality traits on social entrepreneurship intentions: A field research. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 195, 1186-1195.
- Karabulut, A. (2016). Personality traits on entrepreneurial intention. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 229, 12-21.
- Karimzadeh, M. (2019). The obstacles of entrepreneurship for baluch women in Sarvan district. *Women's Studies Sociological & Psychological*, 17(2), 7-34. (In Persian)
- Kelley, D. J., Singer, S. & Herrington, M. (2012). The global entrepreneurship monitor. 2011 Global Report, GEM 2011, 7.

- Khosravipour, E. (2014). Effect of personality traits on entrepreneurial orientation among the post graduate students. *Skill Training*, 3(9), 109-127. (In 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. (In 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.
- Llewellyn, D. J. & Willson, K. M. (2003). The controversial Role of personality traits in entrepreneurial psychology. *Education, Training*, MA: Adison Wesley.
- Mahbobkhah, F. & Beigzadeh, Y. (2018). The relationship between managers power resources and characteristics personality of employee entrepreneurship of governmental departments: the role of moderating gender. *Women's Studies Sociological & Psychological*, 16(3), 65-88. (In Persian)
- Mahmoudi, M. M. & Monjemzadeh, N. (2014). Investigating the impact and ranking of personality dimensions on entrepreneurship. *Strategic Management Research*, 20(56), 133-160. (In Persian)
- Maleki, A. H., Gholipour, A. & Abedi, H. (2009). Effects of religious beliefs on tendency towards new business venture. *Entrepreneurship Developmen*, 1(3), 11-34. (In Persian)
- Martínez, C. N., Perea, P. J. R., Pina, C. G. & Gutiérrez, Á. 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.
- Moghimi, M. & Moghadam, R. (2008). Survey of the relationship between behavioral and communicative styles of entrepreneurs. *Organizational Culture Management*, 5(16), 37-62. (In Persian)



- Mohammadi, S., Mahmoudi, E. & Ashraf Modares, A. (2020). Organizational culture and entrepreneurial passion: The mediating role of market orientation and organizational learning. *Journal of New Approaches in Educational Administration*. 11(45), 81-102. (In Persian)
- Moghaddamipour, M. (2016). *Work Psychology*, 16th Ed. Tehran: Mehrban Press. (In Persian)
- Rostamalizadeh, V. & Alijomehzadeh, P. (2018). Investigating the factors affecting the success of the entrepreneurial women in Tehran. *Social Development*, 12(3), 147-172. (In Persian)
- Saatchi, M. (2020). *Work Psychology*. Tehran: Virayesh Publishing. (In Persian)
- Salmanizadeh, A. & Ansari, M. N. (2009). Psychological characteristics of the country's entrepreneurs. *Social Welfare*, 9(33), 167-188. (In Persian)
- Sarmad, Z., Bazargan, A. & Hejazi, E. (2020). *Research Methods in Behavioral Sciences*. Edition 34, Tehran: Agah Publishing. (In Persian)
- Sekatane, M. B. (2018). South African women entrepreneurs: Challenges and coping strategies. *In Challenges to African Entrepreneurship in the 21st Century*, 4(C), 97-115.
- Sharma, P. & Chakraborty, A. (2019). An Analytical Study Of Socio-economic And Motivational Factors Affecting Women Entrepreneurs. *Research Review International Journal of Multidisciplinary*, 4(6), 57-60.
- Statistical Center of Iran. (2017). <https://www.irna.ir/news/82471546>. (In Persian)
- Yaghoubi Farani, A. & Soleymani, A. (2015). The impact of personal characteristics on rural women entrepreneurs success in Hamadan province. *Women in Development & Politics*, 1(13), 113-130. (In Persian)
- Yosefpour, M., Hosseinzadeh, M., Hosseinzadeh, H. & Talebnezhad, R. (2012). Investigating the factors of women entrepreneurship in the economic development of Iran. *National Entrepreneurship Conference and Knowledge-Based Business Management*. (In Persian)



نویسندگان

s.mohammadi@scu.ac.ir

سارا محمدی

استادیار گروه مدیریت دانشکده اقتصاد و علوم اجتماعی دانشگاه شهید چمران اهواز، دارای مقالات پژوهشی متعدد در حوزه رفتار سازمانی، کارآفرینی و روان‌شناسی صنعتی سازمانی.

f.rahimi@scu.ac.ir

فرح‌الله رحیمی

دانشیار گروه مدیریت دانشکده اقتصاد و علوم اجتماعی دانشگاه شهید چمران اهواز.

m.nadaf@scu.ac.ir

مهدی نداف

دانشیار گروه مدیریت دانشکده اقتصاد و علوم اجتماعی دانشگاه شهید چمران اهواز.

touranargha@gmail.com

توران آرغا

دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت کارآفرینی، دانشکده اقتصاد و علوم اجتماعی دانشگاه شهید چمران اهواز.