

SID



سرویس های ویژه



سرویس ترجمه تخصصی



کارگاه های آموزشی



بلاگ مرکز اطلاعات علمی



عضویت در خبرنامه



فیلم های آموزشی

کارگاه های آموزشی مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی



مباحث پیشرفته یادگیری عمیق؛
شبکه های توجه گرافی
(Graph Attention Networks)



کارگاه آنلاین آموزش استفاده از
وب آو ساینس



کارگاه آنلاین مقاله روزمره انگلیسی

بناگاه‌های کسب و کار زنان و نقش آنان بر توسعه پایدار در استان مازندران

رمضان غلامی اواتی *

حسین نازک تبار **

عباس نامدار ***

چکیده

یکی از نشانه‌های جوامع توسعه‌یافته، کارآفرینی زنان است. هدف از اجرای تحقیق حاضر، تبیین مدل معادله ساختاری عوامل مؤثر بر فرآیند کارآفرینی زنان و بررسی نقش آنان بر توسعه پایدار در استان مازندران بوده است. براین اساس ضمن مروری جامع بر ادبیات موضوعی مربوط به کارآفرینی زنان و توسعه پایدار، از میان جامعه آماری ۱۵۱۱ عضوی انتخاب‌شده، از نظرات تعداد ۲۹۱ نفر استفاده‌شده، سپس با جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز با استفاده از ابزارهای مراجعه به اسناد و مدارک، مصاحبه و پرسش‌نامه با ضریب پایایی ۹۱ درصد، در قالب روش تحقیق غیرآزمایشی پیمایشی، به استخراج مدل معادله ساختاری تبیین‌کننده عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان با استفاده از آزمون‌های آماری همبستگی و روابط مستقیم و غیرمستقیم بین متغیرها و نیز معادلات رگرسیون تعاملی در قالب تحلیل مسیر با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS و Lisrel پرداخته‌شده است.

نتایج تحقیق نشان‌دهنده است که از چهار گروه متغیرهای تبیین‌کننده فرآیند کارآفرینی زنان در قالب یک مدل معادله ساختاری، یعنی متغیرهای فردی، شغلی، رفتاری و محیطی، ضمن تأیید کلیت مدل مستخرج، هر کدام با شدت و ضعف خاص خود، به‌صورت مستقیم، غیرمستقیم و تعاملی، بر فرآیند کارآفرینی زنان تأثیرگذار بوده‌اند. مستند به ضرایب مدل معادله ساختاری، بیشترین اثرگذاری مستقیم بر روی فرآیند کارآفرینی زنان مربوط به متغیر رفتاری بوده و از این نظر متغیرهای شغلی، محیطی و فردی در درجات بعدی اهمیت قرار دارند. در پایان مقاله، بحث و مقایسه، نتیجه‌گیری، پیشنهادات کاربردی مدیریتی و پیشنهادات مرتبط با ادامه و پی‌گیری تحقیقات مشابه در آینده ارائه‌شده است.

کلیدواژه‌ها: معادله ساختاری، کارآفرینی، زنان و توسعه پایدار.

* کارشناس ارشد مدیریت و دستیار آموزشی دانشگاه پیام نور واحد قائم شهر R_Gholami@pnu.ac.ir

** دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی و مربی دانشگاه پیام نور مرکز ساری Hntabar@yahoo.com

*** کارشناس ارشد مدیریت و مدرس مدعو دانشگاه پیام نور واحد قائم شهر namdar@yahoo.com

تاریخ دریافت: ۸۹/۲/۱، تاریخ پذیرش: ۸۹/۶/۱۵

۱. مقدمه

امروزه همگان دریافته‌اند جوامعی که بیشتر به اندیشه متکی بوده‌اند تا به منابع زیرزمینی، در بلندمدت موفق‌تر و سرفرازتر بوده‌اند. منابع زیرزمینی در کشورهای جهان سوم به رغم مزیت‌های آن‌ها، گاهی از جمله‌ی موانع توسعه‌یافتگی محسوب شده‌اند، در صورتی که نبود این منابع در برخی از کشورها باعث شده است تا آن‌ها با استفاده از نیروی فکر، خلاقیت و ابتکار و در یک کلمه: کارآفرینی، از جمله کشورهای پیشرو در جهان کنونی شوند. وجود فاصله و شکاف بین منابع و امکانات از یک سو و نیازهای متنوع و فراگیر جامعه انسانی از سوی دیگر، لزوم دخالت و نقش آفرینی عاملی کارساز را اقتضا می‌کند. به نظر می‌رسد در شرایط موجود عامل مهم، چیزی جز کارآفرینی نیست.

از طرفی توسعه پایدار عبارت است از تغییر و تحول پایدار اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، علمی و محیطی توأم با عدالت اجتماعی که برای پیشرفت جامعه و دستیابی به رفاه در زندگی انسان، که با توجه به حفظ و ماندگاری منابع، به ویژه، منابع طبیعی و محیط زیست، طراحی و اجرا می‌شود.

انسان در توسعه پایدار نقش به‌سزایی ایفا می‌کند به گونه‌ای که مبنای توسعه پایدار است، به عبارتی بهتر، می‌توان گفت این دو ارتباطی دو سویه دارند؛ یعنی، هدف از توسعه پایدار سعادت انسان و رسیدن به توسعه پایدار مستلزم منابع انسانی کارآمد و کارآفرین است، و بیش از نیمی از جامعه انسانی را زنان تشکیل می‌دهند.

کارآفرینی به عنوان محرک توسعه پایدار اقتصادی است زیرا می‌تواند باعث رشد و توسعه پایدار اقتصادی کشورها، افزایش بهره‌وری، ایجاد اشتغال و رفاه اجتماعی شود (احمدپور و دیگران، ۱۳۸۳: ۱). افراد کارآفرین نقش مهمی در حرکت چرخ‌های توسعه اقتصادی پایدار به عهده دارند و منشاء تحولات بزرگ در زمینه‌های صنعتی، تولیدی و خدماتی در سطح سازمان‌ها محسوب می‌گردند (Duane, 2000).

تجربه موفقیت‌آمیز اغلب کشورهای پیشرفته و نیز برخی کشورهای در حال توسعه در مدیریت بحران‌های اقتصادی، به یمن توجه و التفات به توسعه کارآفرینی و کارهای نوآورانه بوده است و به همین علت برای کارآفرینی و کارآفرینان اهمیت خاصی قائل می‌گردند (آقاجانی، ۱۳۸۴: ۱۳-۳).

مطالعه و مقایسه تطبیقی نتایج به‌دست‌آمده ناشی از اثرات توجه به موضوع کارآفرینی و کارآفرینان در سایر کشورها می‌تواند اهمیت آن‌را بیش از پیش نمایان ساخته و راهنمای خوبی در استفاده از تجربه آن‌ها برای ایران باشد.

در بسیاری از جوامع، زنان با تبعیض‌های اجتماعی و اقتصادی روبه‌رو هستند که همین امر، آن‌ها را از دسترسی درست و دقیق به بازار کار و دستیابی به حداکثر توان بالقوه محروم می‌سازد. اگرچه سطح تبعیضی که زنان با آن روبرو می‌شوند از کشوری به کشور دیگر متفاوت است اما اعمال تبعیض در همه کشورها با هر سطح توسعه وجود دارد. تبعیض‌هایی که بر ضد زنان و ارتقاء کارآفرینی آنان اعمال می‌شود در کاهش نقش آن‌ها در تولید ناخالص ملی کشورها و در نتیجه توسعه اقتصادی پایدار سهم به‌سزایی دارد.

علاوه بر محدودیت‌های مختلفی که پیش‌روی یک کارآفرین یا ایجادکنندگان و توسعه‌دهندگان بنگاه‌های اقتصادی قرار دارد، زنان باید بر محدودیت‌های دیگری نیز فائق‌آیند. دلیل این محدودیت‌ها اغلب وجود تبعیض‌های مختلفی است که در سطح عمیقی از رفتارهای فرهنگی حاکم بر جوامع تثبیت‌شده و کارآفرینان زن، بزرگ‌ترین گروه از جمعیتی را تشکیل می‌دهند که از اعمال تبعیض‌آمیز شغلی و تجاری رنج می‌برند. اگر به جای اینکه به توانمندی و کفایت زنان در ایجاد و توسعه کسب و کار توجه شود در مورد آن‌ها اعمال تبعیض شود، امری ناگوار و به دور از نگاه کارشناسانه است. این موانع بر جوامعی که پتانسیل مشارکت‌های اقتصادی زنان در سطح پایین و ناچیزی قرار دارد، تأثیر منفی خواهد گذاشت.

زنان کارآفرین از جایگاه اجتماعی - اقتصادی خاصی در فرآیند توسعه پایدار برخوردارند و افزایش میزان توجه سیاست‌گذاران، دولت‌مردان و مدیران به این موضوع حساس و ضروری در جامعه‌ی در حال رشد ما، زمینه مناسبی برای بروز استعدادهای زنان و دختران کارآفرین را به منظور توسعه پایدار اقتصادی کشور فراهم خواهد ساخت. علی‌رغم اهمیت زیاد کارآفرینی زنان در رشد و توسعه پایدار جوامع، تاکنون در جامعه آماری مورد مطالعه کاری در ارتباط با موضوع تحقیق حاضر انجام نشده است تا بتوان دریافت به‌منظور توسعه فرآیند کارآفرینی زنان و به‌خصوص، توسعه پایدار و ایجاد اشتغال مولد از طریق شناخت، خلق و استفاده از فرصت‌های موجود در جامعه، باید به

چه عواملی توجه کرد؟ با توجه به مسأله مذکور، هدف از اجرای تحقیق حاضر، بررسی و شناسایی متغیرها و تبیین مدل معادله ساختاری عوامل مؤثر بر فرآیند کارآفرینی زنان و مدل مفهومی مورد استفاده با توجه به مرور ادبیات موضوعی مربوط چهار بعد تبیین‌کننده آن شامل متغیرهای شخصی، رفتاری، شغلی و محیطی بوده است.

۲. پیشینه تحقیق

۱.۲ مبانی نظری کارآفرینی

کارآفرینی به عنوان یک مفهوم، به دلیل داشتن محتوای اجتماعی و تأثیر تجمعی که بر تلاش‌های فردی دارد، عامل تغییر است. به طور متوسط اغلب مؤسسات جدید در اروپا و آمریکا به جای افراد توسط تیم‌های کاری تأسیس شده و فعالیت‌های مبتنی بر کارگروهی احتمالاً یکی از معمول‌ترین اشکال روند جدید کارآفرینی است تا جایی که در میان گروهها جوانان، زنان و گروه‌های اقلیت نیز مشاهده می‌شود. به‌طور کلی «کارآفرینی» از ابتدای خلقت بشر و همراه با او در تمام شئون زندگی حضور داشته و مبنای تحولات و پیشرفت‌های بشری بوده است ولی تحقیقات آکادمیک این رشته از اوایل دهه ۷۰ میلادی در آمریکا شروع شده است. این تحقیقات در پی تغییرات جامعه شناختی و ارزشی در جامعه، که منجر به ایجاد میلیون‌ها کسب و کار خوداشتغال گردید، شروع شد. این روند بر خلاف روند قبلی بود که ایجاد شغل بر عهده شرکت‌های بزرگ و دولت بود. علاقه محققان خیلی سریع به مطالعه این پدیده و تأثیرات آن جلب شد و تحقیقات در طی دهه‌های بعدی در هر کشوری که علاقه‌مند به توسعه اقتصادی بود، گسترش یافت. کارآفرینی، امروزه، به عنوان موضوعی بین‌رشته‌ای است و عموماً از ترکیب چهار دیدگاه اقتصاد، مدیریت، جامعه‌شناسی و روان‌شناسی مورد بررسی قرار می‌گیرد.

واژه کارآفرینی از کلمه‌ی فرانسوی *Entrepreneur* به معنای عهده‌دار شدن نشأت گرفته است. فرآیندی که بتواند با استفاده از خلاقیت و بهره‌گیری از فرصت‌ها، چیز نویی را همراه با ارزش جدید با استفاده از زمان، منابع، ریسک و به کارگیری همراهان به وجود آورد کارآفرینی گویند.

افرادی که یک فرصت شغلی جدید در صنعت ایجاد می‌کنند کارآفرین هستند. آن‌ها اغلب این کار را با ایجاد شرکتی تازه انجام می‌دهند. اما آن‌ها همچنین فرصت‌های جدید

شغلی را با ورود یک محصول یا ایجاد یک بازار جدید به وجود می‌آورند. بنابراین افرادی که در کارخانجات بزرگ خطوط تولید تازه‌ای به راه می‌اندازند و یا با ایجاد بخش‌هایی تازه که قبلاً وجود نداشت، باعث ایجاد بازاری جدید می‌شوند با این تعریف کارآفرین هستند. به بیان کلی‌تر کارآفرینان منابع را مدیریت می‌کنند تا چیز تازه‌ای بسازند، اعم از شغل تازه یا کالا یا خدمت یا حتی بازار تازه.

در اینجا به ارائه چند تعریف از کارآفرین از دیدگاه کارشناسان آن می‌پردازیم.
- کارآفرین فردی است که تخصص وی تصمیم‌گیری عقلانی و منطقی در خصوص ایجاد هماهنگی در منابع کمیاب می‌باشد (کاسون، ۱۹۸۲).

- کارآفرین فردی است که شرکت‌های جدیدی را که سبب ایجاد و رونق شغل‌های جدید می‌شوند، شکل می‌دهد (Kirchhoff, 1994).

- هربرتون ایوانز معتقد بود که کارآفرین وظیفه تعیین نوع کسب و کار مورد نظر را برعهده داشته و یا آن را می‌پذیرد (Herberton G. Evans, 1957).

- ردلیچ معتقد است که کارآفرین در حالی که مدیر، سرپرست و هماهنگ‌کننده فعالیت‌های تولید است، برنامه‌ریز، نوآور و تصمیم‌گیرنده نهایی در یک شرکت تولیدی نیز می‌باشد (Redlich, 1958).

چل (Chell) و هاروت در تحقیقات خود به این نتیجه رسیده‌اند که کارآفرینان افرادی هستند که قابلیت مشاهده و ارزیابی فرصت‌های تجاری، گردآوری منابع مورد نیاز و دستیابی به ارزیابی حاصل از آن را داشته و می‌توانند اقدامات صحیحی را برای رسیدن به موفقیت انجام دهند (Haworth, 1988).

کارآفرینان افرادی هستند که فرصت‌ها را درک می‌کنند و خلاءها را می‌بینند. درک فرصت‌ها توسط این افراد ممکن است از طریق بازارگردی (ارتباط با محیط زندگی، بازار و...) و یا ارتباط با افراد (در جلسات) یا نگاه به تلویزیون، رسانه‌ها، شبکه اینترنت و... حاصل شود، که به آن نگاه کارآفرینانه (یا نگاه جستجوگرانه، نگاه فرصت‌گرایانه، شکار فرصت و...) گفته می‌شود.

طی ده سال اخیر کارآفرینان میلیون‌ها فرصت شغلی تازه در جهان ایجاد کرده‌اند و کارشناسان پیش‌بینی می‌کنند در آینده سازمان‌های بسیاری متولد شوند. به ویژه افزایش فعالیت‌های جسورانه (Venture creation) در میان زنان، مهاجران و اعضای گروه‌های کوچک و رده پایین پیش‌بینی می‌شود. سهم شغل‌های ایجادشده به وسیله زنان کارآفرین

از ۲۴ درصد در سال ۱۹۷۵ به ۴۰ درصد در سال ۲۰۰۰ افزایش یافته است (دیده‌بان کارآفرینی جهان، ۲۰۰۲).

یکی از معیارهایی که کشورهای توسعه‌یافته را از کشورهای در حال توسعه مجزای کند، فرهنگ کارکردن زنان و میزان مشارکت آنان است، اصولاً جهت رسیدن به یک جامعه کارآفرین توسعه‌یافته، رشد فعالیت‌های زنان نیز ضروری است و بدون چنین ویژگی، کارآفرینی در جامعه فراگیر نخواهد شد.

۲.۲ گسترش کارآفرینی زنان: مسائل و رویکردها

تبعیض‌هایی که بر ضد زنان و ارتقاء کارآفرینی آنان اعمال می‌شود در کاهش نقش آن‌ها در تولید ناخالص ملی کشورها و در نتیجه توسعه اقتصادی سهم به‌سزایی دارد (Hurley, 1999).

علاوه بر محدودیت‌های مختلفی که پیش‌روی یک کارآفرین یا ایجادکنندگان و توسعه‌دهندگان بنگاه‌های اقتصادی قرار دارد، زنان باید بر محدودیت‌های دیگری نیز فائق آیند. دلیل این محدودیت‌ها اغلب وجود تبعیض‌های مختلفی است که در سطح عمیقی از رفتارهای فرهنگی حاکم بر جوامع تثبیت شده و در این میان کارآفرینان زن از چنین اعمال تبعیض‌آمیز شغلی و تجاری رنج می‌برند. اگر به جای اینکه به توانمندی و کفایت زنان در ایجاد و توسعه کسب و کار توجه شود در مورد آن‌ها اعمال تبعیض شود، امری ناگوار و به دور از نگاه کارشناسانه است. بنابراین، این موانع بر جوامعی که پتانسیل مشارکت‌های اقتصادی زنان در سطح پایین و ناچیزی قرار دارد، تأثیر منفی خواهد گذاشت. برخی از این مسائل برای دولت‌ها، گروه‌های زنان و سازمان‌های مختلفی که هدف آن‌ها حفظ و ارتقاء حقوق افراد است و با این تبعیض‌ها مواجه می‌باشند، شناخته شده هستند اما همه افراد در هر وضعیتی که قرار دارند باید از فرصت‌های برابر و یکسان از نظر دسترسی به منابع، مهارت‌ها و دانش استفاده کنند تا قادر باشند حداکثر استفاده از پتانسیل و توان خود را بنمایند. علاوه بر این، آن‌ها باید بتوانند در صورت عضویت در سازمان‌های کارفرمایی و کارگری از حمایت‌های لازم برخوردار شوند به طوری که گرایش‌ها و کسب و کارهای آن‌ها بتواند ضمن درست قرار گرفتن در مسیر و سطوح مختلف بوروکراسی، تکامل و ارتقاء یابد.

۱.۲.۲ اعمال تبعیض‌آمیز برضد زنان

گزارش سازمان جهانی کار در خصوص تساوی در کار اشکال گوناگون تبعیض برضد زنان را نشان می‌دهد (ILO, 2003). بسیاری از زنان با وجود مسئولیت‌های دوگانه (زایمان و خانه‌داری) با نابرابری‌ها و موانع موجود در شغل و کسب درآمد نیز مواجه هستند که اغلب به خاطر تبعیض‌های جنسیتی است. اعمال تبعیض‌آمیز شامل مواردی چون مخالفت مردان با فعالیت همسرشان در بنگاه‌های اقتصادی و ایجاد یک حرفه و یا شغل است. در بسیاری از جوامع به دلیل محدودیت‌های فرهنگی که وجود دارد از زنان انتظار می‌رود تا اوقات زندگیشان را در یک محیط محافظت‌شده سپری کنند که آن‌ها را از رویارویی با افرادی قوی‌تر حفظ کرده و دور نگه‌دارد. همچنین از زنان انتظار می‌رود تا فعالیت‌های‌شان را به خانه‌داری و مراقبت از فرزندان محدود کنند. البته این موارد در کشورهای مختلف بسیار متفاوت است. در اغلب کشورهای توسعه‌یافته و همین‌طور در تعداد زیادی از کشورهای آفریقایی، آمریکای لاتین و آسیا افزایش چشمگیری در تعداد زنانی که به کارآفرینی و ایجاد کسب و کار پرداخته‌اند، حاصل شده است. زنان بخش قابل توجهی از سهام‌داران بنگاه‌های اقتصادی کوچک، (SME)ها را تشکیل می‌دهند و بنابراین تقویت مشارکت بالقوه آن‌ها برای رشد اقتصادی هر کشور ضروری است. با تحقق این امر، دولت‌ها نیز باید برای کاهش فقر و توانمندسازی اقتصادی و اجتماعی زنان مشارکت کنند. گسترش عدالت اجتماعی و حمایت از زنان شاغل، همچنین گسترش تساوی بین زنان و مردان در اداره کسب و کار و انجام شغل در مرکز سازمان جهانی کار مورد تأکید قرار گرفته و در بسیاری از مناطق اجرا شده است. در حالی که اصل برابری فرصت‌ها در کار بین زن و مرد در سطحی وسیع در بسیاری از کشورها پذیرفته شده، اما در عین حال، برخی نابرابری‌ها در سطح جهانی هنوز ادامه دارد. این نابرابری‌ها، به‌ویژه در بخش SMEها دیده می‌شود (جایی که کارآفرینان زن عمدتاً در بخش اقتصاد غیررسمی فعالیت می‌کنند و طبق گزارشات موجود داوطلب مشاغل جدی و حساس هستند).

زنان باید به‌منظور دستیابی هرچه بیشتر به توان و پتانسیل موجود در خود بر اساس سیاست‌ها و برنامه‌هایی به شناسایی محدودیت‌های مختلفی که در مقابل توانمندی‌هایشان وجود دارد، بپردازند. فعالیت‌های اقتصادی زنان ممکن است با تبعیض‌های مستقیم و غیرمستقیم محدود شود. برای مثال، تبعیض مستقیم در دسترسی به

مکانیزم‌های حمایتی مانند آموزش و مسائل مالی و اعتباری است؛ از سوی دیگر، تبعیض غیرمستقیم، معمولاً به خاطر عدم شناخت کافی و یا عدم پذیرش نقش‌های متفاوت زنان در جامعه و تأثیر آن بر اشتغال اعمال می‌شود.

محدودیت‌های عمده‌ای که در گزارش سازمان جهانی کار (ILO) برای زنان کارآفرین شناسایی شده است، عبارت‌اند از:

- پررنگ‌تر بودن نقش زنان در خانواده و نیاز به آن‌ها به حضور دائمی در خانواده پیش از مردان؛
- وجود افکار منفی در مورد نقش زنان در کسب و کار؛
- سطوح آموزشی نسبتاً پایین‌تر زنان، به دلیل دسترسی محدود به فرصت‌های آموزشی شغلی؛
- فرصت‌های محدودتر در بخش دولتی برای توسعه مهارت‌ها؛
- دسترسی ناکافی زنان کارآفرین به تکنولوژی خدمات حمایتی و اطلاع‌رسانی؛
- دسترسی کمتر زنان به اعتبارات نسبت به مردان به دلیل ضعف مسائل مربوط به ضمانت و مقادیر کم اعتبارات و نیز نگرش منفی در خصوص توان بازپس‌دهی پائین زنان کارآفرین از سوی متصدیان وام: در بعضی کشورها قوانین یا مسائل اجتماعی مانع از مالکیت زنان بر اموال شده و بنابراین از ثبت کارآفرین به نام یک زن و نیز دستیابی آنان به خدمات دولتی جهت توسعه کسب و کار و برنامه‌های توسعه SME جلوگیری می‌کنند.

همچنین تعدادی از کشورها محدودیت‌های قانونی و بسیاری از موارد تبعیض‌آمیز، که زنان در تأسیس یا اداره یک کسب و کار با آن‌ها مواجه می‌شوند، دارند.

در کشور جامائیکا، کارآفرینان زن برای گرفتن وام و برخورداری از تسهیلات بانکی با مشکلات عمده‌ای مواجه هستند که دلیل عمده آن به رفتار تبعیض‌آمیز بخش وام‌دهنده و این نگرش که از یک سو سطح تحصیلات زنان پایین‌بوده و نیز توانایی لازم برای معرفی ضامن را ندارند و از سوی دیگر، بسیاری توانایی زنان را برای انجام امور بوروکراسی محدود می‌دانند، برمی‌گردد.

در پاکستان، موقعیت اجتماعی برای زنان کارآفرین و به‌ویژه آن دسته از زنان که قصد ایجاد یک کسب و کار را دارند بسیار دشوار است. آن‌ها هم با موانع قانونی و هم با اقدامات تبعیض‌آمیز اجتماعی روبه‌رو هستند. با اینکه تعداد زنان در بسیاری از کشورها

از مردان بیشتر است اما فعالیت آن‌ها به اداره یک کسب و کار خیلی کوچک و با پتانسیل رشد محدود ختم می‌شود (دیده‌بان کارآفرینی جهان، ۲۰۰۲).

۲.۲.۲ برنامه‌های توسعه کارآفرینی زنان

بسیاری از کشورها با هدف گسترش و توسعه کارآفرینی به پراهمیت ساختن برنامه‌ها پرداخته‌اند. در کشور غنا، انجمن ملی صنایع کوچک بخشی تحت عنوان توسعه کارآفرینی زنان تأسیس کرده است که این بخش به رفع نیازهای خاص کارآفرینان زن می‌پردازد. این بخش سمینارهای ویژه مسائل زنان، برنامه‌های کارآفرینی بانام برنامه‌ریزی برای کسب و کار را برای گروه‌های زنان و دختران جوان در مؤسسات فنی و حرفه‌ای و مؤسسات برنامه‌ریزی شغلی ارائه می‌کند. در کشور هند، سازمان توسعه صنایع کوچک، تعاونی‌های مختلف توسعه صنایع ایالتی کوچک، بانک‌ها و (NGO). سازمان‌های محلی غیر دولتی، برنامه‌های مختلفی را هدایت و رهبری می‌کنند. همچنین جایزه ویژه بهترین زنان کارآفرین سال با توجه به موفقیت‌های کسب‌شده توسط کارآفرینان زن طی مراسمی اهدا می‌گردد. در کشور اندونزی نیز دولت فعالیت‌ها و اقدامات گسترده‌ای را با هدف ارتقاء نقش زنان در توسعه آغاز کرده است (همان).

در عین حال، برخی کشورها قوانینی را برای حفاظت زنان در مقابل تبعیض‌های مختلف وضع نموده‌اند و در واقع راهی برای حفظ حقوق زنان گشوده‌اند. بعضی از کشورها نیز قوانین یا برنامه‌هایی اتخاذ نموده‌اند که زنان را به‌عنوان یک گروه هدف برای برنامه‌های خاص توسعه کارآفرینی مورد توجه قرار می‌دهد. در این بخش، دولت با سازمان‌های کارفرمایی و کارگری همکاری می‌کند. در کشور مالزی، دولت و سازمان‌های کارفرمایی و کارگری نقش مهمی را در گسترش و توسعه کارآفرینی زنان، و نیز حفظ حقوق کارآفرینان زن ایفا می‌کنند.

در کشور مالزی هیچ مانعی برای کارآفرینان زن وجود ندارد که از تأسیس یا توسعه کسب و کار توسط آن‌ها جلوگیری کند. البته اگر زنان کارآفرین احساس کنند که چنین موانعی وجود دارد یا تبعیض‌های جنسیتی خاصی در مورد آن‌ها اعمال می‌شود می‌توانند مراتب را به مراجع دولتی مربوطه انعکاس دهند. گزارش‌های اتحادیه کارفرمایان نشان می‌دهد طبق مصوبات دولت، در تاریخ بیست و هشتم سپتامبر سال ۲۰۰۱، دولت مالزی هرگونه اقدام تبعیض‌آمیز جنسیتی را غیرقانونی اعلام نموده است. اجلاس اتحادیه تجاری

مالزی نشان می‌دهد که اتحادیه‌های تجاری به‌طور فعال در جهت تساوی جنسیتی در کار اقدام نموده و حوزه فعالیت‌هایشان را در جهت یاری و کمک به زنان برای تأسیس کسب و کارهای کوچک گسترش داده‌اند. این اجلاس یک بخش مربوط به امور زنان را شامل می‌شود که آموزش و فعالیت‌های مرتبط آموزشی زنان شاغل را برنامه‌ریزی می‌کند. در کشور کرواسی نیز یک بررسی در مورد موانع توسعه کارآفرینی زنان با نگاهی به شناسایی محدودیت‌ها و اقدامات لازم برای رفع آن‌ها انجام شده است. همچنین یک برنامه مقایسه‌ای که در راستای تشخیص ضرورت ترویج و توسعه کسب و کارهای کوچک ارائه شده و بر گسترش کارآفرینی زنان مطابق با سیاست ملی ترویج تساوی جنسیتی تأکید دارد، توسط پارلمان کشور کرواسی مطرح شده است.

به هر ترتیب، نکات مهمی در گسترش کارآفرینی زنان وجود دارد که به شرح ذیل مطرح می‌شوند:

- توجه به خصوصیات گروه هدف، به ویژه نقش‌های دوگانه زنان هم به عنوان همسران خانه‌دار و هم به عنوان مادر و نیز یک فرد مشارکت کننده در درآمد خانواده؛
- شناسایی فرصت‌ها و خدمات مناسب کسب و کار که با انعطاف‌پذیری کافی جهت رویارویی با تغییرات میزان تقاضا در بازار کار وجود داشته باشد؛
- توجه به این واقعیت که بسیاری از زنان باید بخشی از وقت خود را به فعالیت‌های خانه‌داری و یا پرورش و نگهداری فرزندان‌شان اختصاص دهند؛
- فراهم کردن آموزش مفید و مؤثر، قابل دسترس و مرتبط همراه با دسترسی به مدیریت مالی دقیق و پایدار؛
- شناسایی و تقویت کانال‌های مناسب برای ارائه خدمات مالی و غیر مالی به زنان کارآفرین؛
- تأسیس شبکه‌های کاری و اطمینان از هماهنگی بین بخش‌های دولتی و غیردولتی؛
- آموزش افراد در بخش‌های دولتی و بانک‌ها و دیگر مؤسسات مالی یا اعتباری برای تشخیص توان اقتصادی کارآفرینان زن.

۳.۲ عوامل مؤثر بر فرآیند کارآفرینی زنان

تحقیقات نشان داده‌اند که بین رشد و توسعه اقتصادی کشورها با سطح فعالیت‌های کارآفرینانه آن‌ها همبستگی مثبت وجود دارد. سیاست‌های اتخاذ شده به‌عنوان عوامل محیطی و تقویت ظرفیت کارآفرینی یک جامعه (از قبیل مهارت‌ها و انگیزه‌ها به‌عنوان عوامل فردی و

شخصیتی)، بیشترین تأثیر را بر سطح فعالیت‌های کارآفرینی زنان دارند. هر دولتی که متعهد به پیشرفت اقتصادی است باید حمایت‌های لازم محیطی نظیر: حداقل کردن مالیات‌ها، دسترسی به نیروی کار، کاهش هزینه‌های نیروی انسانی غیر حقوق بگیر، کاهش مقررات و آسان‌سازی ایجاد کسب و کار را برای کلیه جنبه‌های سیستم اقتصادی، که افزایش‌دهنده سطوح فعالیت‌های کارآفرینی می‌باشند، فراهم‌نماید. سیاست‌ها باید تعیین‌کننده توسعه سرمایه‌گذاری‌های مخاطره‌آمیز و افزایش انگیزه‌های افراد و بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری بپیمانه در مراحل ابتدایی هر کسب و کار باشند (احمدپور و دیگران: ۱۳۸۳).

مقیمی عوامل مؤثر بر فرآیند کارآفرینی را، سه متغیر رفتاری، ساختاری (شغلی) و محیطی (زمینه‌ای) دانسته و نتیجه گرفته است که عوامل محیطی نقش بیشتری بر فرآیند کارآفرینی دارند (مقیمی، ۱۳۷۹). احمدپور عوامل مؤثر بر کارآفرینی فردی و سازمانی را در قالب سیستمی شامل: ورودی‌ها، فرآیند و خروجی خاص (رشد، تغییر و نوآوری) خود در نظر گرفته و اشاره کرده است که مطابق دیدگاه سیستم‌ها باید به همه اجزاء این سیستم توجه شود. (احمدپور: ۱۳۸۱). لای‌ولینگ و همکاران دوازده خصوصیت کارآفرینانه مؤثر بر تبیین فرآیند کارآفرینی را: مرتبط کردن ریسک با عدم قطعیت، عرضه‌کننده سرمایه مالی، مبتکر، تصمیم‌گیرنده، رهبر صنعتی، مدیر یا رئیس، سازمان‌دهنده یا هماهنگ‌کننده منابع اقتصادی، مالک شرکت تجاری، به کارگیرنده عوامل مختلف تولید، پیمانکار، حاکم و سرانجام فردی که منابع را جهت مقاصد مختلف به کار می‌گیرد، معرفی کرده‌اند (Liewellyn et al, 2003) تحقیقات انجام‌شده در میان ۴۷ کشور صنعتی و در حال توسعه نشان‌دهنده است که بین میزان حمایت از فعالیت‌های کارآفرینانه و بهبود شاخص‌هایی نظیر توانایی سرمایه‌گذاری مخاطره‌آمیز و ریسکی برای توسعه کسب و کار رابطه مثبت وجود دارد (احمدپور و دیگران، ۱۳۸۳: ۴). صمدآقایی موانع مؤثر فرآیند کارآفرینی را به دو گروه داخلی و خارجی تقسیم و لزوم توجه به هر دو آن‌ها را اشاره کرده است (صمدآقایی، ۱۳۷۸). ناظم و عباسی تأیید کرده‌اند که میان ویژگی‌های فردی سطح تحصیلات، سن، و وضعیت تأهل با فرآیند کارآفرینی، رابطه معنادار وجود دارد (ناظم و عباسی، ۱۳۸۴). زهرا و کوین، سه ویژگی ریسک‌پذیری، نوآوری و توجه به رقابت را بر کارآفرینی فردی مؤثر دانسته‌اند (Zahra & Covin, 1995). زهرا با هدف بررسی ارتباط میان عوامل محیطی خارجی، کارآفرینی و عملکرد مالی شرکت‌ها نتیجه‌گیری کرده است که هر محیطی پرورش‌دهنده ترکیبی از فعالیت‌های مختلف مرتبط با نوآوری، تأسیس و تجدید ساختار

شرکتی است. فعالیت‌های کارآفرینی، با توجه به میزان رشد و سودآوری شرکت‌ها با هم تفاوت دارند. با توجه به محیط‌های مختلف، بین کارآفرینی و عملکرد مالی تفاوت وجود دارد (Zahra, 1993). گرت و کوین اشاره کرده‌اند که در دنیای رقابتی، جهانی و با تغییرات سریع تکنولوژیکی امروزه توانایی شرکت‌ها در مدیریت کردن بر تغییرات محیطی و واکنش نشان دادن به موقع در مورد آن‌ها، به عنوان یکی از عوامل مهم و مؤثر بر موفقیت شرکت‌ها به حساب می‌آید (Garrett & Covin, 2007). مارکمن و بارون عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینانه را از نظر مناسب بودن ویژگی‌های فردی کارآفرینان مورد بررسی قرار داده و معتقدند که موفقیت کارآفرینانه از طریق تأسیس یک شرکت جدید، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌ها و کسب موفقیت در بازار بستگی به مناسب بودن ویژگی‌های فردی کارآفرینان، مانند: خودیابی، فرصت‌شناسی، استقلال در کار، داشتن سرمایه انسانی و مهارت‌های اجتماعی دارد (Markman & Baron, 2003). کیگوندو عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینانه را به سه گروه تقسیم کرده است که عبارت‌اند از: ۱- ویژگی‌های شخصیتی خود کارآفرین شامل: ویژگی‌های جمعیت‌شناختی، ویژگی‌های روان‌شناختی، رفتار کاری، شایستگی‌ها و توانایی‌های مدیریتی؛ ۲- ویژگی‌های شرکت شامل: سازمان شرکت، منابع سرمایه‌ای، نحوه اداره و مدیریت شرکت، و کمک‌های فنی به شرکت؛ ۳- محیط شرکت شامل شرایط اقتصادی کلان، مدیریت دولتی، ارزش‌ها و نگرش‌های فرهنگی - اجتماعی و زیرساخت‌های محیطی (Kiggundu, 2002). واگنر و استرنبرگ عوامل مؤثر بر فرآیند کارآفرینی و تأسیس شرکت‌های جدید را به سه گروه عوامل کلان، خرد و ویژگی‌های شخصی کارآفرینان تقسیم کرده‌اند؛ و نتیجه گرفته‌اند که در سطح منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی هر کدام آن‌ها و متغیرهای فرعی مربوط به آن‌ها اثرگذاری مختلفی بر فرآیند کارآفرینی داشته‌اند (Wagner & Sternberg, 2004).

مستند به مرور ادبیات موضوعی مربوط، اگر چه عوامل مؤثر بر فرآیند کارآفرینی زنان به اشکال گوناگونی تقسیم‌بندی و طبقه‌بندی شده‌است اما با جمع‌بندی آن‌ها فرضیه اصلی تحقیق بدین شرح بیان می‌گردد:

فرضیه تحقیق:

چهار بعد تبیین کننده فرآیند کارآفرینی زنان: متغیرهای شخصی، رفتاری، شغلی و محیطی می‌باشند.

۳. روش شناسی پژوهش

روش تحقیق حاضر بررسی پدیده‌ای مستند و تکراری (تحقیقی که قبلاً انجام شده است) در محیط و شرایطی جدید است.

جامعه آماری ۱۵۱۱ نفری تحقیق حاضر را زنان کارمندی تشکیل داده‌اند که قصد راه‌اندازی یک کسب‌وکار، در سطح استان مازندران را دارند. با توجه به اینکه نمونه آماری مورد مطالعه باید حداقل ۱۰ درصد کل جامعه آماری باشد به گونه‌ای که حجم نمونه بین حداقل ۱۰۰ و حداکثر ۱۰۰۰ مورد باشد (آلرک و ستل، ۱۳۸۰: ۱۲۱). از ۵۰۰ پرسشنامه ارسالی برای جمع‌آوری داده‌ها، نمونه آماری نهایی تحقیق حاضر، یعنی تعداد پرسشنامه‌های برگشتی ۵۸ درصد، یعنی ۲۹۱ مورد و معادل ۱۹ درصد جامعه آماری بوده‌اند.

قلمرو موضوعی تحقیق حاضر را مباحث مرتبط با کارآفرینی، قلمرو زمانی آن را داده‌های جمع‌آوری شده طی سال ۱۳۸۷ و قلمرو مکانی آن را زنان کارمند با قصد کارآفرینی استان مازندران که طی انجام فرآیند تحقیق شناسایی شده‌اند، تشکیل داده‌اند. متغیر تحقیق از نوع تک متغیری مستقل است. بر این اساس عوامل چهارگانه ویژگی‌های فردی، رفتاری، شغلی و محیطی به عنوان متغیرهای مستقل مشهود و فرآیند کارآفرینی زنان بعنوان متغیر نامشهود می‌باشند.

ابزار اندازه‌گیری مورد استفاده در تحقیق حاضر پرسشنامه‌ای محقق ساخته مستند به مرور ادبیات موضوعی تحقیق حاوی ۱۰ سؤال مشخصات جمعیت‌شناختی، دو سؤال باز و ۵۹ سؤال در مقیاس پنج گزینه‌ای بوده است.

روش جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات مورد نیاز تحقیق این‌گونه بوده است که پرسشنامه طراحی شده در مراجعه حضوری اول، در اختیار اعضاء جامعه آماری قرار گرفته و توضیحات لازم نیز برایشان داده شد، سپس، در مراجعه حضوری دوم نسبت به جمع‌آوری آن‌ها اقدام شده است.

آزمون‌های مورد استفاده در تحقیق حاضر شامل محاسبه همبستگی و روابط مستقیم و غیرمستقیم میان متغیرها و نیز معادلات رگرسیون تعاملی در قالب تحلیل مسیر با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS و Lisrel بوده است.

روش‌های مختلفی برای تعیین اعتبار (روایی) ابزار اندازه‌گیری وجود دارد که یکی از آن‌ها پرسش از متخصصان و خبرگان است (بازرگان و دیگران، ۱۳۷۷: ۱۷۱-۱۶۶). سؤالات ابزار اندازه‌گیری تحقیق حاضر دارای اعتبار است زیرا اجزاء متغیرهای مورد اندازه‌گیری، از

ادبیات موضوعی تحقیق گرفته شده‌اند و به عبارتی توافق خبرگان امر در مورد آن‌ها اکتیاع شده است. به علاوه اینکه شاخص $GFI = 0.94$ نیز که به عنوان یکی از معیارهای سنجش روایی است (Hair et al, 1998) در این تحقیق بیشتر از 0.90 به دست آمده است. به منظور تعیین قابلیت اعتماد (پایایی) ابزار اندازه گیری نیز روش های مختلف و متعددی وجود دارد که یکی از آن‌ها سنجش سازگاری درونی آن است (Conca & et al, 2004). سازگاری درونی ابزار اندازه گیری می‌تواند با ضریب آلفای کرونباخ اندازه گیری شود (Cronbach, 1951). این روشی است که در اغلب تحقیقات مورد استفاده قرار می‌گیرد (Peterson, 1994). اگر چه حداقل مقدار قابل قبول برای این ضریب باید 0.7 باشد اما مقادیر 0.6 و حتی 0.55 نیز قابل قبول و پذیرش است (Van De ven & Ferry, 1979) در تحقیق حاضر، قابلیت اعتماد ابزار اندازه گیری 0.91 بوده است.

۴. یافته‌های پژوهش

۱.۴ داده‌های آماری جمعیت شناختی

جدول زیر داده‌های آماری توصیفی جمعیت شناختی اعضا ۲۹۱ نفره نمونه آماری تحقیق را بر اساس آنچه که در پرسشنامه بوده است نشان می‌دهد.

جدول شماره ۱. داده‌های آماری توصیفی جمعیت شناختی اعضا، نمونه آماری

جمع							فراوانی	
								درصد
۲۹۱							۱۰۰٪	
جمع		۵۰-۶۰	۴۰-۵۰	۳۰-۴۰	۲۰-۳۰	کمیت	سن (سال)	
۲۹۱		۱۵	۶۲	۱۵۱	۶۳	فراوانی		
۱۰۰٪		۵٪	۲۱٪	۵۲٪	۲۲٪	درصد		
جمع	بیشتر از ۲۵	۲۰-۲۵	۱۵-۲۰	۱۰-۱۵	۵-۱۰	۱-۵	کمیت	سابقه (سال)
۲۹۱	۹۲	۸۳	۶۲	۳۱	۱۸	۵	فراوانی	
۱۰۰٪	۳۲٪	۲۸٪	۲۱٪	۱۱٪	۶٪	۲٪	درصد	
جمع	فوق لیسانس و بالاتر	لیسانس	فوق دیپلم	دیپلم	زیر دیپلم	کمیت	تحصیلات	
۲۹۱	۱۴	۷۵	۶۱	۱۱۳	۲۸	فراوانی		
۱۰۰٪	۵٪	۲۶٪	۲۱٪	۳۸٪	۱۰٪	درصد		

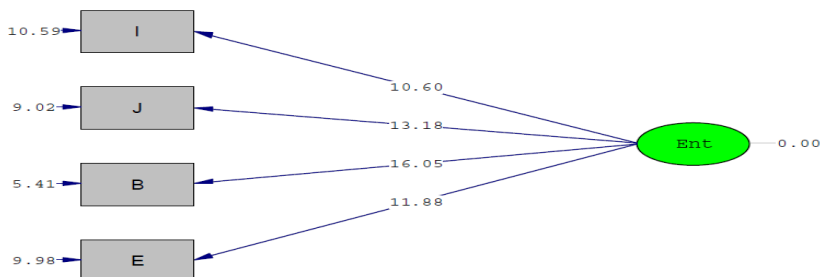
۲.۴ استخراج مدل معادله ساختاری تبیین کننده کارآفرینی زنان

در این قسمت با توجه به مدل مفهومی تحقیق، مدل معادله ساختاری چهار متغیر اصلی تبیین کننده کارآفرینی زنان در سطح جامعه آماری مورد مطالعه، بر اساس خروجی نرم افزار لیزرل ارائه خواهد شد. قابل ذکر اینکه از میان شاخص‌های مختلف و متعدد تعیین برازندگی یک مدل معادلات ساختاری شاخص‌های RMSEA و GFI از بهترین و معروفترینشان بوده و می‌توانند در حد کفایت لازم، برازندگی یک مدل معادله ساختاری را تعیین کنند. (هومن، ۱۳۸۱)

در تحقیق حاضر $RMSEA = 0.076$ و شاخص‌های $GFI = 0.98$ ، $AGFI = 0.88$ ، $NFI = 0.97$ و $NNFI = 0.92$ بوده است لذا مدل تحقیق دارای برازندگی لازم بوده و کلیت آن مورد تأیید است چرا که $RMSEA \leq 0.10$ بوده و متغیرهای مشهود چهارگانه شخصی، رفتاری، شغلی و محیطی نیز می‌توانند ۹۴ درصد متغیر نامشهود اصلی مورد مطالعه، یعنی کارآفرینی زنان در سطح جامعه آماری مورد مطالعه را توجیه و تبیین نمایند.

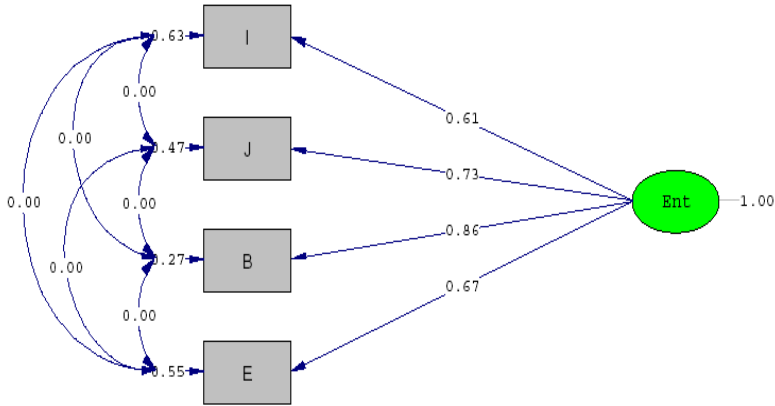
در نمودار شماره یک، ضرائب T Value مربوط به روابط بین متغیرها و کارآفرینی زنان نشان داده شده است. در معادلات ساختاری، متغیرها دارای دو گونه روابط تبیین کننده برای متغیر اصلی مورد مطالعه، که در این تحقیق کارآفرینی زنان است، می‌باشند که عبارت‌اند از: مستقیم و غیرمستقیم. همان گونه که ملاحظه می‌گردد در هر دو بخش روابط مستقیم و غیرمستقیم همه روابط مورد تأیید قرار گرفته‌اند؛ زیرا هیچ کدام از آن‌ها قرمز نشده‌اند. در نمودارهای شماره‌های دو و سه، ضرائب رگرسیونی استاندارد و برآوردی (غیراستاندارد) مستقیم و غیرمستقیم مدل معادله ساختاری عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان ارائه شده است.

نمودار شماره یک- ضرائب T Value مربوط به روابط بین متغیرهای چهارگانه و کارآفرینی زنان



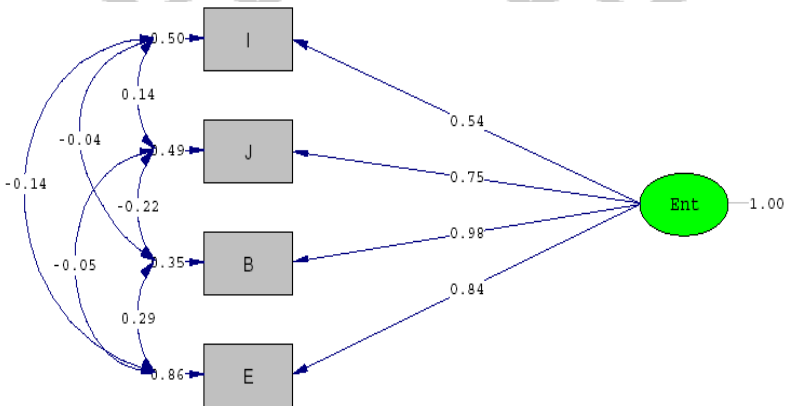
Chi-Square=14.44, df=2, P-value=0.00073, RMSEA=0.05

نمودار شماره دو- ضرایب استاندارد مربوط به روابط میان متغیرهای چهارگانه و کارآفرینی زنان



Chi-Square=14.44, df=2, P-value=0.00073, RMSEA=0.05

نمودار شماره سه- ضرایب برآوردی (غیر استاندارد) مربوط به روابط میان متغیرهای چهارگانه و کارآفرینی زنان



Chi-Square=14.44, df=2, P-value=0.00073, RMSEA=0.05

معادله ساختاری تبیین‌کننده روابط میان متغیرها و کارآفرینی زنان در سطح جامعه آماری مورد مطالعه شامل چهار متغیر مشهود و یک متغیر نامشهود می‌باشد. جدول زیر توضیحات بیشتر مربوط به متغیرهای مشهود و نامشهود، ضرایب استاندارد و غیراستاندارد مستقیم و T Value معادله ساختاری را نشان می‌دهد.

جدول شماره ۲. متغیرها و ضرائب مستقیم مدل معادله ساختاری

کارآفرینی زنان				متغیر نامشهود
شرایط محیطی	ویژگی‌های رفتاری	ویژگی‌های شغلی	ویژگی‌های شخصی	متغیرهای مشهود
E	B	J	I	علامت اختصاری متغیرهای مشهود
X ₄	X ₃	X ₂	X ₁	معادل نام متغیرهای مشهود در معادله ساختاری
11.88	16.05	13.18	10.60	T Value
0.67	0.86	0.73	0.61	ضرایب اثرگذاری مستقیم = استاندارد
0.84	0.98	0.75	0.54	ضرایب اثرگذاری مستقیم = غیراستاندارد
کلیت مدل تأیید می‌شود RMSEA=0.05 GFI = 0.98 , AGFI = 0.88 , NFI=0.97 , NNFI=0.92				تأیید/رد کلیت مدل = فرضیه اصلی
تأیید	تأیید	تأیید	تأیید	تأیید/رد تک‌تک اثرات
۲	۴	۳	۱	رتبه اثرگذاری مستقیم بر اساس ضرایب استاندارد

همان‌گونه که در جدول بالا و نیز نمودار شماره یک مشاهده می‌گردد همه روابط مستقیم و غیر مستقیم میان متغیرهای مشهود با کارآفرینی زنان مورد تأیید قرار گرفته است زیرا بر طبق خروجی لیزرل هیچ‌کدام از آنها قرمز نشده‌اند. لذا در استخراج معادله ساختاری لازم است هم روابط مستقیم و هم روابط غیرمستقیم مورد تأیید وارد معادله شوند. مدل عمومی معادله ساختاری روابط تعاملی بین متغیرها (اثرات مستقیم و غیرمستقیم) عبارت است از:

$$\text{(اثرات غیر مستقیم)} + \text{(اثرات مستقیم)} = \text{مدل معادله ساختاری}$$

در نمودار شماره دو (ضرایب استاندارد) مشاهده می‌گردد که ضرایب روابط غیر

مستقیم هر کدام از متغیرهای مشهود با یکدیگر برابر با صفر است لذا مدل معادله ساختاری تبیین کننده کارآفرینی زنان (WE) بر حسب ضرایب استاندارد عبارت است از:

$$WE = (0.61 X_1 + 0.73 X_2 + 0.86 X_3 + 0.67 X_4) \text{ (اثرات مستقیم)}$$

و مدل معادله ساختاری تبیین کننده کارآفرینی زنان بر حسب ضرایب غیر استاندارد عبارت است از:

$$WE = (0.54X_1 + 0.75X_2 + 0.98X_3 + 0.84X_4)$$

(اثرات مستقیم چهار متغیر)

$$WE_I = 0.54X_1(0.14X_2 - 0.04X_3 - 0.14X_4)$$

(اثرات غیر مستقیم ویژگی‌های شخصی)

$$WE_J = 0.75X_2(0.14X_1 - 0.22X_3 - 0.05X_4)$$

(اثرات غیر مستقیم ویژگی‌های شغلی)

$$WE_B = 0.98X_3(-0.04X_1 - 0.22X_2 + 0.29X_4)$$

(اثرات غیر مستقیم ویژگی‌های رفتاری)

$$WE_E = 0.84X_4(-0.14 X_1 - 0.05 X_2 + 0.29 X_3)$$

(اثرات غیر مستقیم ویژگی‌های محیطی)

۵. نتیجه گیری

به عنوان یک جمع بندی کلی می توان گفت که محدودیت های مربوط به ابعاد زمان و مکان در تمامی تحقیقات رشته های علوم انسانی به طور عام و رشته مدیریت به طور خاص این فرصت را به کاربران نمی دهد که بتوان از نتایج مطالعات مذکور در مکان ها (کشورها) و یا زمان های مختلف استفاده کرد. جهت کاربرد نتایج به دست آمده از مطالعات مذکور، لازم است که ابتدا با توجه به شرایط زمانی و مکانی مورد استفاده، بومی سازی های لازم مرتبط با نتایج مطالعات به عمل آمده انجام شود تا کاربردهای نتایج مذکور مقرون به صحت و درستی باشد.

کارآفرینی در جهان امروز به سرعت در حال پیشرفت است، کارآفرینی زنان موضوع پرالتهاب کشورهاست. گزارش سال ۲۰۰۲ کارآفرینی جهان، که توسط مرکز کارآفرینی کافمن منتشر شده است، تأکیدی کند کارآفرینی زنان نقش برجسته ای در توسعه کشورها دارد (دیده بان کارآفرینی جهان، ۲۰۰۲). از طرف دیگر، تئوری های اجتماعی بیان می دارد که ساختارهای اجتماعی، محیط کار، خانواده و زندگی اجتماعی

ساختاریافته، بر روی دسترسی زنان به فرصت‌های شغلی تأثیر داشته و بر عملکرد آنان مؤثر می‌باشد. هم‌چنین تبعیض شغل و انتظارات در مورد نقش‌های خانواده می‌تواند زنان را در محیط‌های صنعتی محدود نماید. به علاوه، بر انگیزه‌ها، اهداف زنان و ریسک‌های مالی و تجاری آن‌ها نیز تأثیر می‌گذارد.

در حال حاضر، زنان در کشور ما، به عنوان نیمی از جامعه نه تنها دیگر خانه‌نشین نیستند، بلکه متقاضیان مهارت‌دیده و دارای تحصیلات عالی‌ای هستند که از این نظر بر مردان برتری یافته‌اند، به طوری که هم‌اینک بیش از ۶۰ درصد از ظرفیت‌های دانشگاه‌ها را به خود اختصاص داده‌اند. با توجه به محدودیت‌های سرمایه‌گذاری از سوی دولت، اگر نگوئیم کارآفرینی تنها راه پیش‌رو است، دست‌کم یکی از مهم‌ترین راه‌حل‌های معضل بیکاری زنان محسوب می‌شود؛ اما جامعه ما با پذیرش این بینش که کار منزل برای زنان و کار بیرون و اولویت اشتغال برای مردان است؛ زیرا آنان نان‌آوران خانه هستند، نیمی از آحاد جامعه را از صحنه‌های اقتصادی کشور حذف نموده‌اند. لذا زنان کشور ما، نیاز به الگوهایی دارند که آنان را در یافتن مسیر مناسب زندگی کاری یاری دهد.

همان‌گونه که در ادبیات موضوع اشاره شده است هر کدام از محققان به شکلی به یکی از ابعاد مربوط به عوامل مؤثر بر فرآیند کارآفرینی توجه کرده‌اند. و از این نظر نتایج تحقیق حاضر با همه موارد اشاره شده در فوق شباهت و هم‌خوانی داشته‌است. وجه متمایزکننده نتایج تحقیق حاضر در مقایسه با تحقیقات دیگران، جامعیت مدل مفهومی مورد استفاده در تحقیق بوده‌است. زیرا در تحقیق حاضر مستند به مرور ادبیات موضوعی مربوط، به تمامی عوامل مؤثر بر فرآیند کارآفرینی زنان در قالب چهار متغیر کلی ویژگی‌های شخصی، شغلی، رفتاری، محیطی و متغیرهای فرعی مربوط به آن‌ها به صورتی جامع توجه شده و در عمل مورد استفاده قرار گرفته‌است. این امر مزیتی است که در تحقیقات دیگران بدان توجه نشده بود.

هدف از انجام تحقیق حاضر تعیین و تبیین مدل معادله ساختاری روابط میان متغیرها و عوامل مؤثر بر فرآیند کارآفرینی زنان بوده‌است. در راستای دسترسی به هدف بیان‌شده در تحقیق حاضر، مستند به مرور ادبیات موضوعی مربوط، مدل مفهومی مورد استفاده، ترکیبی از چهار متغیر فرعی بوده که در قالب ۵۹ سؤال ارزیابی و سنجش عوامل مؤثر بر فرآیند کارآفرینی زنان به کارگیری شده‌است. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌های

جمع‌آوری شده مرتبط با تبیین فرآیند کارآفرینی زنان، از آزمون‌های مرتبط با تحلیل‌های همبستگی و رگرسیونی متعامل میان متغیرها به وسیله نرم‌افزار لیزرل استفاده شده است. در نهایت اینکه، با توجه به این چهار متغیر، مدل معادله ساختاری تبیین‌کننده فرآیند کارآفرینی زنان شامل اثرات مستقیم و غیرمستقیم عوامل مؤثر بر آن استخراج شد.

مستند به مدل معادله ساختاری استخراج شده در بخش پیشین، نتیجه‌گیری می‌شود که فرآیند کارآفرینی زنان متغیری نامشهود است به گونه‌ای که رؤیت و اندازه‌گیری آن به صورتی ملموس، عملی و مقدور نیست بلکه لازم است از طریق نشانگرهایی در دنیای واقعی اندازه‌گیری شود که این کار در تحقیق حاضر به وسیله ۵۹ سؤال در قالب چهار متغیر انجام شده و معادله ساختاری مربوط نیز استخراج شده است.

معادله ساختاری مستخرجه در تحقیق حاضر نشان می‌دهد که هر گونه بهبود در فرآیند کارآفرینی زنان در سطح جامعه آماری مورد مطالعه می‌تواند از طریق توجه به متغیرهای چهارگانه تبیین‌کننده آن در دنیای واقعی عملی گردد. مستند به ضرایب معادله ساختاری، بیشترین اثرگذاری بر روی فرآیند کارآفرینی زنان به صورت مستقیم مربوط به متغیر رفتاری ($B=X_3$) بوده و از این نظر متغیرهای شغلی ($J=X_2$)، محیطی ($B=X_4$) و شخصی ($B=X_1$) در درجات بعدی اهمیت قرار دارند. در حقیقت ضرایب معادله ساختاری مذکور این امر را نشان می‌دهند که به منظور بهبود فرآیند کارآفرینی زنان در سطح جامعه آماری مورد تحقیق لازم است در درجه اول بیشترین توجه به بهبود وضعیت متغیر رفتاری شده و در درجات بعد به متغیرهای شغلی، محیطی و فردی توجه شود.

۶. پیشنهادات کاربردی

مدیران، برای ترویج روحیه کارآفرینی در زنان بایستی ایده‌های جدید مطرح شده را مورد توجه قرار داده و منابع لازم را در اختیار آنان قرار دهند تا بتوانند، نظریات خود را عملی سازند. تجربه موفقیت‌آمیز اغلب کشورهای پیشرفته و نیز برخی کشورهای در حال توسعه در مدیریت بر بحران‌های اقتصادی، به یمن توجه و التفات به توسعه کارآفرینی و کارهای نوآورانه بوده است و به همین دلیل برای کارآفرینی زنان و کارآفرینان زن اهمیت خاصی قائل می‌گردند.

با توجه به نقش و اهمیت کارآفرینی زنان و سابقه درخشان کارآفرینان زن در توسعه پایدار بسیاری از کشورها و با توجه به مشکلات اقتصادی کشور ما (چه در

بخش خصوصی و چه در بخش دولتی) به طور عام و در سطح استان مازندران به صورتی خاص، ترویج و اشاعه مفهوم کارآفرینی زنان و بسترسازی برای فرهنگ حامی کارآفرینی زنان اهمیت و ضرورتی حیاتی دارد.

مستند به نتایج ارائه‌شده در تحقیق حاضر، مدیران محترم می‌توانند با بهره‌گیری و استفاده از الگو و عوامل مؤثر ارائه‌شده، توسعه کارآفرینی زنان و ایجاد اشتغال مولد در سطح جامعه آماری مورد مطالعه را پی‌گیری نمایند. مدل معادله ساختاری ارائه‌شده در تحقیق حاضر نشان می‌دهد که چهار متغیر فردی، شغلی، رفتاری و محیطی می‌توانند بر کارآفرینی زنان تأثیرگذار باشند. لذا، مدیران محترم می‌توانند با بهره‌گیری از نتایج این تحقیق، در جهت توسعه و ترویج فرهنگ و عمل کارآفرینی زنان و کارآفرینان زن اقدامات بایسته و شایسته را انجام دهند. در این راستا لازم است تا مدیران محترم به منظور بهبود در کارآفرینی زنان در سطح جامعه آماری مورد مطالعه، در درجه اول به متغیر رفتاری توجه کنند چرا که این متغیر بیشترین اثرگذاری مستقیم را بر روی فرآیند کارآفرینی زنان و تبیین آن داشته است. و در درجات بعد لازم است به متغیرهای شغلی، محیطی و شخصی توجه نمایند. قابل ذکر اینکه هر کدام از متغیرهای چهارگانه مذکور، خود حاوی متغیرهای فرعی‌تری هستند که در میدان عمل باید شناسایی شده و در جهت تقویت آن‌ها کوشید تا بتوان در راستای توسعه و ترویج فرآیند کارآفرینی زنان اقدام نمود.

امیدواریم سیاست‌ها و برنامه‌های کشور ما نیز همسو با بسیاری از کشورهای در حال توسعه از جمله: مالزی، اندونزی، هندوستان و...، که در سال‌های اخیر در سطح قابل توجهی در امر کارآفرینی و اشتغال زنان موفق بوده‌اند، به حمایت از کارآفرینی و اشتغال بانوان توانمند ایرانی، که قطعاً سهم به‌سزایی در توسعه اقتصادی پایدار کشور خواهند داشت، پردازد تا بتوانیم در ابعاد بین‌المللی و ارتقای جایگاه زنان کارآفرین ایرانی در سطح جهان، گام‌های مؤثری برداریم.

۷. پیشنهاداتی برای تحقیقات آینده

مستند به موارد اشاره‌شده در متن مقاله، موارد زیر به‌عنوان پیشنهاداتی به منظور انجام تحقیقات آتی در ارتباط با موضوع تحقیق حاضر می‌تواند ارائه گردد:

- تبیین کارآفرینی زنان با استفاده از مدل‌های مفهومی دیگر غیر از آنچه که در مقاله حاضر آمده‌است.
- تبیین کارآفرینی زنان با توجه به هر یک از ابعاد چهارگانه شخصی، شغلی، رفتاری و محیطی؛ یعنی، همان ابعاد چهارگانه تحقیق حاضر به صورت مستقل از یکدیگر.
- اجرای مدل مفهومی تحقیق حاضر در زمان و مکان دیگر و مقایسه نتایج آن با نتایج تحقیق حاضر.

منابع

- آذر، عادل ۱۳۷۳. «فنون آمار استنباطی در پژوهش‌های مدیریتی و رفتاری»، دانش مدیریت، شماره ۲۶، صص ۲۸-۳۹.
- آقاجانی، حسنعلی ۱۳۸۴. «کارآفرینی: مفاهیم، نظریات و ضرورت وجودی»، رویش: فصلنامه تخصصی اشتغال و کارآفرینی، شماره ۱۰ و ۱۱، صص ۱۳-۳؛ صص ۲۳-۱۲.
- آقاجانی، حسنعلی ۱۳۸۵. «معرفی مدیریت کارآفرینی»، گاهنامه کارآفرینی و کارآفرینان دانشگاه مازندران، سال اول، شماره دوم، صص ۳-۲.
- احمد پور، محمود ۱۳۸۱. کارآفرینی، تهران: انتشارات پردیس.
- احمد پور، محمود و همکاران ۱۳۸۳. تجارب کارآفرینی در کشورهای منتخب، تهران: مؤسسه انتشارات امیرکبیر.
- اصغر پور، محمدجواد ۱۳۷۷. تصمیم‌گیری‌های چند معیاره، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- بازرگان، عباس و دیگران ۱۳۷۷. روش‌های تحقیق در علوم رفتاری، تهران: انتشارات آگاه.
- بامداد، شیدا ۱۳۷۵. ساختار اشتغال زنان در کشور و تغییرات آن در چهل سال گذشته و بررسی میزان اشتغال زنان با عوامل اجتماعی اقتصادی در شهرستان‌های ایران، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.
- صمدآقایی، جلیل ۱۳۷۸. سازمان‌های کارآفرین، تهران: انتشارات مرکز آموزش مدیریت دولتی.
- ظهوری، قاسم ۱۳۷۸. کاربرد روش‌های تحقیق علوم اجتماعی در مدیریت، تهران: انتشارات میر.
- مقیمی، سید محمد ۱۳۷۹. بررسی موانع کارآفرینی در صنعت کشور و ارائه راهکارهای اساسی جهت توسعه آن، تهران: جهاد دانشگاهی.
- ناظم، فتاح و زهره عباسی ۱۳۸۴. «رابطه بین کارآفرینی و عملکرد مدیران دبیرستان‌های شهر تهران»، مجموعه مقالات اولین سمینار ملی دانشگاه رودهن، انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن.
- هومن، حیدرعلی ۱۳۸۱. استنباط آماری در پژوهش رفتاری، بی‌جا: نشر پارسا.

صابر فیروزه ۱۳۸۱. راه‌های توسعه کارآفرینی زنان در ایران، انتشارات روشنگران و مطالعات زنان.

- Annaa. L. et al. 1999. "Women Business Owners in Traditional and Non-Traditional Industries", *Journal of Business Venturing*, Vol 15, pp 279-303.
- Brockhaus, R. & Horwitz, P. 1986. "The Psychology of the Entrepreneur", in D. Sexton & R. Smilor (eds.), *The Art and Science of Entrepreneurship*, Cambridge-Mass: Ballinger.
- Conca, F. J. & et al. 2004. "Development of a Measure to Assess Quality Management in Certified Firms", *European Journal of Operational Research*, Vol 156, pp 683-697.
- Cronbach, L. J. 1951. "Coefficient Alpha and the Internal Structure of Test", *Psychometrika*, Vol 16, pp 297-334.
- Cornwall, R. Jeffery & Baron Perlman 1990. "*Organizational Entrepreneurship*", Richard Irwin, pp 171-175.
- Duane, G. A. 2000. *Management and Organization*, Ohio: South-western.
- Dunphy, S. et al. 1994. "The Relationship of Entrepreneurial and Innovative Success", *Marketing Intelligence and Planning*, (12)(9).
- Feldman, D. C. 2004, "The Devil is in the Detail: Converting Good Research into Publishable Articles", *Journal of Management*, (30)(1), pp 1-6.
- Fry, F. 1993. *Entrepreneurship: A Planning Approach*, Englewood Cliffs NJ: Prentice-Hall.
- Garrett, P. & Covin, J. G. 2007. "A Model of Corporate Entrepreneurship as a Strategic Adaptation", *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth*, (10), pp 9-31.
- Hair, J. F. et al 1998. *Multivariate Data Analysis*, Prentice Hall International Inc: Upper Saddle River, NJ.
- Herbert Robert F. & Albert, H. 1982, "*Link the Entrepreneur Mainstream Views and Radical Critiques*", New York: Praeger Publishers.
- HISRICHR. D., O'BRIEN M. 1981. "The Women Entrepreneur from a Business and Sociological Perspective", *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA: Babson College, pp 21-39.
- Hitt, Micheal A. & Hoskison, Robert E. & Ireland R. Duane. 2000. *Corporate Entrepreneurship and Innovation*, South Western College Publishing.
- Hisrich, R. D. & Peters, M. 2002. *Entrepreneurship*, New York: Mc-Graw Hill.
- Hurley, A. 1999. "Incorporating Feminist Theories into Sociological Theories of Entrepreneurship", *Woman in Management Review*, 14(2), p 2.
- Jennings, D. 1994. *Multiple Perspectives of Entrepreneurship Test, Readings, and Cases*, Cincinnati, Ohio: South-Western Publishing Co.
- Jovanovic, B. 1982. "Selection and the Evolution of Industry", *Econometrica*, (50)(3), pp 649-670.

- Kiggundu, M. N. 2002, "Entrepreneurs and Entrepreneurship in Africa: What is Known and What Needs to Be Done", *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 7(3), pp 239-258.
- Lerners, M. & Haber, S. 2000. "Performance Factors of Small Tourism Ventures: The Interface of Tourism, Entrepreneurship and the Environment", *Journal of Business Venturing*, (16), pp 77-100.
- Littunen, Annu. 2000. "Entrepreneursip and the characteristics of Entrepreneurial Personality", *International Journal of Entrepreneurial Behavior Rsearch*, vol 6, no 6.
- Liewellyn, David, J. & Wilson, Kerry M. 2003, *The Controversial Role of Personality Traits in Entrepreneurial Psychology*, Leeds Metropolitan University.
- Markman, G. D. & Baron, R. A. 2003. "Person-entrepreneurship Fit: Why Some People are More Successful as Eentrepreneurs than Others", *Human Resource Management Review*, (13), pp 281-301.
- Nunnally, J. C. 1978. *Psychometric Theory*, second ed, New York: McGraw-Hill.
- ORBAN. M. 2001. "Women Business Owners in France: The Issue of Financing Discrimination", *Journal of Small Business Management*, pp 95-102.
- Palmer, M. 1987. *The Application of Psychological Testing to Entrepreneurial Potential*, In C. Baumbach & J. Mancuso(eds).
- Peterson, R. A. 1994. "A Meta-analysis of Cronbach,s Coefficient Alpha", *Journal of Consumer Research*, (21), pp 381-391.
- Sandra, S. L. & Dubinsky, A. J. 2000. "Institution Entrepreneurship-A Package for Universities in Transition", *European Journal of Marketing*, (34)(11 & 12).
- Van de Ven, A. & Ferry, D. 1979. *Measuring and Assessing Organizations*, New York: John Wiley.
- Vanderwerf, P. & Brush, C. 1989. "Toward Agreement on the Focus of Entrepreneurship Research: Progress without Definition", *Paper Presented at the National Academy of Management*, Washington, D. C.
- Wagner, J. & Sternberg, R. 2004, "Start-up Activities, Individual Characteristics, and the Regional Milieu: Lessons for Entrepreneurship Support Policies from German Micro Data", *The Annals of Regional Science*, (38), pp 219-240.
- Zahra, S. A. 1991. "Predictors and Financial Outcomes of Corporate Entrepreneurship: an Exploratory Study", *Journal of Business Venturing*, (6), pp 259-285.
- Zahra, S. A. 1993, "Environment, Corporate Entrepreneurship, and Financial Performance: A Taxonomic Approach", *Journal of Business Venturing*, 8(4), pp 319-340.
- Zahra, S. A. & Covin, J. G. 1995, "Contextual Influences on the Corporate Entrepreneurship-performance Relationship: A Longitudinal Analysis", *Journal of Business Venturing*, 10(1), pp 43-58.
- www.gemiran.ir, 2008.
- www.gem.com.

SID



سرویس های
ویژه



سرویس ترجمه
تخصصی



کارگاه های
آموزشی



بلاگ
مرکز اطلاعات علمی



عضویت در
خبرنامه



فیلم های
آموزشی

کارگاه های آموزشی مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی



مباحث پیشرفته یادگیری عمیق؛
شبکه های توجه گرافی
(Graph Attention Networks)



کارگاه آنلاین آموزش استفاده از
وب آوساینس



کارگاه آنلاین مقاله روزمره انگلیسی