

## نوع شناسی انگیزه‌های زنان کارآفرین ایرانی

زهرا آراستی<sup>۱</sup>، محبوبه والی نژاد<sup>۲</sup>

### چکیده

یکی از موضوعات اساسی در برنامه ریزی‌های خرد و کلان اقتصادی کشورها، توجه به نیروی انسانی است. از آنجا که قشر عظیمی از جمعیت جهان را زنان تشکیل می‌دهند، توجه به استعداد و نقش آنان در توسعه کشورها، ضرورت دارد. به همین دلیل، بسیاری از دولت‌ها در بحران‌های اقتصادی خود توانسته‌اند با اتخاذ تدابیر و سیاست‌هایی نسبت به بهره‌مندی از نیروی کار زنان بر بحران‌های جامعه خود فائق آیند و در مسیر توسعه، موفق شوند. در همین راستا، شناخت عواملی که زنان را به ایجاد فعالیت‌های کارآفرینانه تشویق می‌کنند جهت افزایش مشارکت هر چه بیشتر زنان در عرصه فعالیت‌های کارآفرینی ضروری به نظر می‌رسد.

مطالعات نشان می‌دهد که کارآفرینان دارای صفات و ویژگی‌ها، انگیزه‌ها و اهدافی‌اند که نقش آنان را از سایرین متمایز می‌سازد. از سوی دیگر، به رغم وجود شباهت‌هایی میان زنان و مردان کارآفرین، تفاوت‌هایی در انگیزه‌ها، نوع کسب و کار، نقطه شروع کسب و کار و عملکرد کسب و کار وجود دارد. هم‌چنین، زنان کارآفرین با وجود تفاوت با مردان کارآفرین، خود، گروه همگنی نیستند و در بسیاری ویژگی‌ها و انگیزه‌ها متفاوت‌اند. بررسی تأثیر تفاوت‌های فکری میان زنان و مردان بر تفاوت عملکرد تجاری آن‌ها موضوع برخی تحقیقات کارآفرینی زنان بوده است.

هدف این تحقیق، شناسایی انواع انگیزه‌های زنان کارآفرین ایرانی و دسته‌بندی آن‌هاست. در این تحقیق، به منظور شناسایی انگیزه‌های زنان کارآفرین مصاحبه با ده زن کارآفرین انجام گرفته است و با تحلیل محتوای مصاحبه‌های انجام شده، سیزده انگیزه به عنوان انگیزه‌های اصلی زنان در راه اندازی کسب و کار شناسایی شدند. سپس با استفاده از روش مؤلفه‌های اصلی، سیزده انگیزه راه اندازی کسب و کار در پنج گروه، انگیزه اصلی کارآفرینان دسته‌بندی و با توجه به مبانی نظری تحقیق و ماهیت انگیزه‌ها در هر دسته، به صورت کارآفرینان آرمان طلب، توفیق طلب، اجباری، اجتماعی و انعطاف طلب نام‌گذاری شدند.

**کلید واژه‌ها:** زنان کارآفرین، انگیزه‌ها، نوع شناسی، راه اندازی کسب و کار

## مقدمه و بیان مسأله

امروزه، کارآفرینی در زمره مهم‌ترین مسائلی است که توجه بسیاری از ملل و مجامع علمی را به خود جلب کرده است. از مهم‌ترین دلایلی که باعث ایجاد اهمیت موضوع کارآفرینی شده است، افزایش بیش از حد تشکیلات بوروکرات دولتی و پدیده معاصر ایجاد کسب و کارهای کوچک کارآفرین می‌باشد. دولت‌ها، خصوصاً در کشورهای در حال توسعه به دلایل متفاوتی از جمله رشد روز افزون جمعیت، محدودیت‌های بودجه‌ای، سیاست محدود کردن بخش دولتی، عدم توانایی در استخدام نیروهای جدید و نبود راهبردهای مدیریتی، با بحران بیکاری خیل عظیمی از افراد، خصوصاً جوانان و زنان مواجه‌اند. از سوی دیگر، تجربه کشورهای توسعه یافته نشان می‌دهد که تأسیس بنگاه‌های کوچک تجاری، منبع عمده استخدامی در این کشورها به شمار می‌آید.

در سال‌های اخیر، در ایران نیز بحران بیکاری جوانان، فارغ التحصیلان دانشگاه‌ها و به ویژه زنان به عنوان یکی از موضوعات اصلی جامعه محسوب می‌شود. به طوری که مهم‌ترین هدف دولت در برنامه سوم توسعه، ایجاد اشتغال است. این هدف در برنامه چهارم توسعه و همچنین در چشم انداز افق ۱۴۰۴ جمهوری اسلامی ایران مورد تأکید قرار گرفته است. از جمله، گروه‌هایی که در معرض بحران بیکاری قرار دارند، زنان‌اند. بر اساس آمارهای منتشر شده از سوی مرکز آمار ایران، میزان بیکاری زنان از ۱۴ درصد در سال ۱۳۷۵ به ۱۶ درصد در بهار ۱۳۸۹ رسیده است (سالنامه آماری ۱۳۷۵ و ۱۳۸۹).

در ایران، زنان سهم ناچیزی از بازار کار را داریند. شرایط اقتصادی ایران و گذر از مرحله اقتصاد تک محصولی به ضرورت به بستر دیگری نیازمند است که در درون خود شرایط بهره‌مندی از منابع طبیعی و انسانی و تولید و خدمات در بخش‌های مختلف اقتصادی را فراهم سازد. به نحوی که در تجارب سایر کشورها مشاهده می‌شود، اکثر آن‌ها به منظور توسعه اقتصادی و نیز برون رفت از بحران‌های اقتصادی، کارآفرینی را در اولویت برنامه‌های خود قرار داده، فضای مناسبی برای توسعه آن ایجاد کرده و در این میان، به تقویت نقش زنان در فعالیت‌های کارآفرینی پرداخته‌اند (صابر، ۱۳۸۱).

در حال حاضر، در بسیاری از کشورهای در حال توسعه مانند پاکستان، هندوستان، مالزی، اندونزی و ...، کارآفرینی زنان مورد توجه خاصی قرار گرفته است و حتی مؤسسات حمایتی نیز در این جهت، با هدف حمایت از کسب و کار زنان و به کارگیری توانمندی‌های آنان در جوامع روستایی و شهری تأسیس شده است که به نوبه خود نقش قابل توجهی در افزایش درآمد ملی، رفاه و بهبود وضعیت اقتصادی آن کشورها داشته است (Adrien et al., 1999). در ایران نیز شرایط اقتصادی به گونه‌ای است که توسعه کارآفرینی می‌تواند فرصت مناسبی را برای مواجهه با بحران‌های موجود، اشتغال‌زایی، افزایش قابلیت‌های تولیدی و خدماتی فراهم سازد. در این زمینه نقش زنان اهمیت ویژه‌ای می‌یابد (صابر، ۱۳۸۱).

از سوی دیگر، با هدف کاهش تصدی‌گری دولت لازم است که نقش دولت‌ها از ایجاد‌کننده کار و کارفرما به فراهم ساختن زمینه بروز فرصت‌های کارآفرینی برای زنان تغییر یابد. لذا، جهت جذب این سرمایه ملی و بنا به ضرورت توسعه سهم زنان در اقتصاد ملی و مقابله با بحران بیکاری، لازم است که شرایط مناسب برای توسعه کارآفرینی آنان در ایران فراهم گردد. در همین راستا، شناخت عواملی که زنان را به ایجاد فعالیت‌های کارآفرینانه تشویق می‌کنند برای افزایش مشارکت هر چه بیشتر زنان ایرانی در عرصه فعالیت‌های کارآفرینی، ضروری به نظر می‌رسد (گلرد، ۱۳۸۶).

این تحقیق، بر آن است تا با شناسایی عوامل انگیزشی که سبب کارآفرینی زنان می‌شوند، گامی کوچک به سوی توسعه کارآفرینی زنان بردارد. با شناخت انگیزه‌های زنان در راه اندازی و توسعه کسب و کار و دسته‌بندی زنان کارآفرین، بر اساس نوع انگیزه‌هایشان می‌توان آنان را به کسب و کارهای متناسب با انگیزه‌هایشان سوق داد که در این حالت، موجبات موفقیت بیشتر آنان را در کسب و کار فراهم می‌کند.

## مروری بر ادبیات تحقیق

### مفهوم انگیزه

سیفرت (۱۹۹۲)، انگیزه<sup>۱</sup> را به صورت نیاز یا خواست ویژه‌ای که انگیزش<sup>۲</sup> را موجب می‌شود، تعریف کرده است. لفرانسوا (۱۹۹۷)، انگیزه را علت و دلیل رفتار می‌داند، دلیل این که چرا ما بعضی رفتارها را انجام می‌دهیم ولی برخی دیگر را انجام نمی‌دهیم انگیزه‌های ما هستند. انگیزه و انگیزش غالباً به صورت مترادف به کار می‌روند. با این حال، می‌توان انگیزه را دقیق‌تر از انگیزش دانست، به این صورت که انگیزش را عامل کلی مؤلف رفتار، اما انگیزه را علت اختصاصی رفتار خاص به حساب آورد (سیف، ۱۳۷۹). اصطلاح انگیزش در تئوری مدیریت به این منظور به کار می‌رود که نیروهای درونی فرد را که در میزان، جهت و تلاش در کار صرف می‌شود، می‌تواند تبیین کند. به عبارت ساده‌تر، شخص با انگیزش زیاد، در کار سخت‌کوش است، و کسی که انگیزش ندارد، تلاش نمی‌کند (ایران نژاد پاریزی، ۱۳۸۷).

دو فرضیه اساسی درباره انگیزه آدمی در انجام دادن اعمال خود وجود دارد، این دو مفهوم عمده به وسیله روانشناسان از حدود ۲۰۰ سال پیش تاکنون به وجود آمده است. اولین فرضیه، مفهوم بیرونی یا محیطی از تئوری انگیزش ارائه می‌دهد. در آن دیدگاه، افراد به عنوان موجوداتی شناخته می‌شوند که رفتارشان در وهله اول ناشی از وقایع و عوامل خارج از خودشان است. این دیدگاه سنتی اولین بار توسط جان لاک در حدود سال ۱۶۹۰ در انگلستان فرموله و بعدها در آثار اسکینر دیده شد. تحقیقات

<sup>۱</sup>. Motive

<sup>۲</sup>. Motivation

آن‌ها بیشتر بر عوامل بیرونی تأکید دارد و کمتر با عناصر درونی مثل احساسات، تفکرات و تجارب شخصی سروکار دارند. دومین فرضیه، تئوری درونی انگیزش است. این فرضیه، اولین بار توسط فیلسوف آلمانی به نام کانت (۱۸۰۴-۱۹۲۴) ارائه شده و به وسیله فروید تکمیل شد و سپس روانشناس سوئیسی به نام ژان پیاژه آن را توسعه داد.

تحقیقاتی که بر مبنای تئوری بیرونی انگیزش‌اند، فرض می‌کنند که کنترل‌کننده‌ای و کنترل‌شونده‌ای وجود دارد. بنابراین، سعی می‌کنند از طریق کنترل محیط، اشخاص را زیر نظر بگیرند. یعنی چه کار کنند که اشخاص بعضی رفتارها را از خود نشان دهند و بعضی دیگر را انجام ندهند. در مقابل، تحقیقاتی که بر مبنای تئوری‌های درونی انگیزش‌اند، سعی می‌کنند انگیزش اشخاص را درک کنند و از این طریق شرایطی را ایجاد کنند که اشخاص فعالیت‌های خویش را به بهترین نحو اجرا کنند. هر دو فرضیه در جای خود مفید است و جنبه‌هایی از انگیزه‌ها و چگونگی انگیزش انسان‌ها را به تصویر می‌کشد. (پارسائیان، اعرابی، ۱۳۷۷).

### انگیزه و کارآفرینی

شین<sup>۱</sup> و همکارانش به بررسی نقش انگیزه‌های انسانی بر فرایند کارآفرینی پرداختند و کار را با مجموعه‌ای از انگیزه‌های انسانی آغاز کردند که روان‌شناسان نشان داده‌اند بر بسیاری از ابعاد رفتار انسانی تأثیر می‌گذارند، مانند احساس کنترل، تمایل برای استقلال، احساسات و جز اینها. آن‌ها عقیده دارند که کارآفرینی، فرایندی است که با بازشناسی فرصت کارآفرینی آغاز می‌شود و پس از آن، بسط و گسترش ایده‌هایی برای چگونگی تحقق این فرصت، ارزیابی امکان‌پذیری و قابلیت اجرایی آن، ایجاد محصول یا خدماتی که برای مشتریان تهیه می‌شود و تلفیق منابع انسانی و مالی و همچنین طراحی سازمانی و جستجوی مشتریان انجام می‌گیرد. برخی یا همه انگیزه‌ها بر انتقال افراد از مرحله‌ای از فرایند کارآفرینی به مرحله دیگر تأثیر می‌گذارند. در پاره‌ای موارد، ممکن است همه انگیزه‌ها درگیر این فرایند باشند. اما در مواردی دیگر، تنها یکی یا چند مورد از آن‌ها مهم می‌شوند. این که هر انگیزه چقدر تأثیرگذار است، احتمالاً بسته به بخشی از فرایند مورد ارزیابی متغیر است (Shane et al., 2003).

بعضی از روان‌شناسان قرن بیستم از جمله دیوید مک کلند معتقدند که در انسان سه نیاز وجود دارد که عبارت‌اند از:

- نیاز به کسب موفقیت<sup>۲</sup>: کوشش و پویایی برای درخشیدن و کسب موفقیت (البته با رعایت معیارها و استانداردهای تعیین شده).

<sup>۱</sup>.Shane

<sup>۲</sup>.Need for achievement

- نیاز به کسب قدرت<sup>۱</sup>: یعنی دیگران را وادار کنیم تا به گونه‌ای مخالف رفتار همیشگی خود عمل کنند (که اگر غیر از این بود، بدان گونه رفتار نمی‌کردند).
- نیاز به ایجاد ارتباط با دیگران<sup>۲</sup>: تمایل به ایجاد ارتباط و داشتن روابط متقابل و دوستانه با دیگران.

بعضی از کسانی که در خود به شدت احساس نیاز به پیروزی و کسب موفقیت می‌کنند بیش از این که به پاداش‌های حاصل از موفقیت توجه کنند، به نفس پیشرفت و پیروزی می‌اندیشند. آنان همیشه در پی آنند تا کارها را به صورتی بهتر و با کارایی بالاتر (از آنچه عمل شده است) انجام دهند. کسانی که به شدت، نیاز به کسب قدرت را احساس می‌کنند، از این امر لذت خواهند برد که «مسئولیتی» را بپذیرند و در جهت اعمال نفوذ بر دیگران گام بردارند. آنان ترجیح می‌دهند که دست به کارهای رقابتی بزنند و در موقعیت‌هایی قرار گیرند که مسئله گرفتن پست‌های بالاتر و پایگاه‌های اجتماعی مطرح باشند، لذا بیش از این که به عملکرد مؤثر بیندیشند در پی کسب مقام‌اند. افرادی که از نظر برقراری ارتباط با دیگران انگیزه بسیار بالایی دارند در راه ایجاد روابط صمیمی و دوستانه با آنها (که ره آورد آن درک متقابل از یکدیگر است) سعی و کوشش بسیار می‌کنند. کسانی که در آنها انگیزه کسب موفقیت بسیار شدید است در فعالیت‌های تجاری (که به نوآوری و خلاقیت نیاز دارند) مثل مدیریت واحدهای تجاری خصوصی و واحدهای مستقل (موجود در سازمان‌های بزرگ) بسیار موفق‌اند (پارسائیان و اعرابی، ۱۳۷۷).

نیاز به توفیق در افرادی وجود دارد که در فعالیت‌های کارآفرینانه موفق‌اند. در واقع، این نیاز افراد را تحریک می‌کند تا کارآفرین شوند و کارآفرینان آینده‌نگری را که شرکت‌های جدیدی تأسیس کرده باشند را نیز به سوی رشد هدایت می‌نماید. مک کلند در تحقیقات خود نتیجه‌گیری می‌کند که نیاز به توفیق، انگیزه اصلی توسعه اقتصادی در کشورهاست و در تصمیم‌گیری فرد برای کارآفرین شدن تأثیر به‌سزایی دارد (احمد پور، ۱۳۸۷).

نیاز به استقلال، از ویژگی‌هایی است که به عنوان نیروی بسیار برانگیزاننده مورد تأکید واقع شده است. در حقیقت نیاز به استقلال را می‌توان به صورت عباراتی نظیر «کنترل داشتن بر سرنوشت خویش»، «کاری را برای خود انجام دادن» و «آقای خود بودن» تعریف کرد. تمایل به استقلال، نیروی انگیزشی برای کارآفرینان معاصر است. در تحقیقی که در سال ۱۹۹۱ توسط لانگ نکر، مور و پتی بر روی صاحبان شرکت‌های کوچک انجام شد، اهمیت نیاز به استقلال به مثابه عامل انگیزشی آشکار شد. ۳۳ درصد از کسانی که در این تحقیق مورد بررسی قرار گرفتند و از کار در شرکت‌های خود دست کشیده بودند، اظهار داشتند که دلیل اصلی ترک شغل از سوی آنها، این بوده است که می‌خواستند

<sup>۱</sup>. Need for Power

<sup>۲</sup>. Need for Affiliation

آقای خودشان باشند و به طور مستقل فعالیت کنند. نیاز به استقلال همان چیزی است که روان شناسان آن را «سلطه جوئی درونی» می‌نامند. «سلطه جوئی درونی» آن است که فرد احساس کند شخصاً بر سرنوشت خویش احاطه دارد. ویژگی بارز کارآفرین بیش از هر چیز، شاید همین سلطه‌جوئی درونی و استقلال عمل او باشد. در واقع، نیاز به استقلال، عاملی است که سبب می‌شود تا کارآفرینان به اهداف و رؤیاهای خود دست یابند. احساس خشم آن‌ها از نظام خشک دیوان سالاری همراه با تعهد خالصانه در قبال ایجاد تغییر، به شخصیت استقلال طلب آن‌ها که می‌خواهند همه چیز را به شیوه خود انجام دهند، اضافه می‌شود. البته داشتن استقلال، زندگی راحت را تضمین نمی‌کند. بیشتر کارآفرینان ساعات زیادی را در روز کار می‌کنند، اما رضایت آن‌ها از آنجا ناشی می‌شود که به رغم محدودیت‌های اقتصادی و محیطی، خود تصمیم می‌گیرند، کارها را به شیوه خویش انجام می‌دهند، طبق برنامه خود عمل می‌کنند و سودی را که خود ایجاد کرده‌اند برداشت می‌کنند (احمد پور، ۱۳۸۷).

### انگیزه‌های زنان کارآفرین

تحقیقات مرکز کارآفرینی جهانی (Kelly et al., 2011)، انگیزه‌هایی را که در مردان و زنان منجر به کارآفرینی می‌شود به دو دسته تفکیک می‌کند، کارآفرینی بر اساس فرصت و کارآفرینی بر اساس نیاز. کارآفرینی بر اساس فرصت زمانی شکل می‌گیرد که افراد از فرصت‌های موجود بهره‌برداری کنند و کارآفرینی بر اساس نیاز هنگامی است که افراد به علت نبود گزینه شغلی بهتر و نیاز اقتصادی، مجبور به کارآفرینی می‌شوند. چنانچه، نرخ فعالیت‌های کارآفرینی زنان در کشورهای با درآمد بالا و درآمد متوسط و پایین تا حد زیادی تحت تأثیر فرصت‌ها و انگیزه‌هاست، در کشورهایی با درآمد متوسط و پایین، زنان از روی اجبار و نبود گزینه شغلی بهتر به کارآفرینی روی می‌آورند. اما در کشورهایی با درآمد بالا، زنان بر اساس فرصت‌های موجود، فعالیت‌های کارآفرینی را مورد توجه قرار می‌دهند. انگیزه اکثریت زنان در ورود به کسب و کار در کشورهایی با درآمد پایین ایجاد درآمد برای زندگی خود و خانواده است.

ری<sup>۱</sup> و ترون بورگ<sup>۲</sup> (۱۹۹۸)، معتقدند مالکیت در کسب و کار برای تعدادی از زنان بیشتر از آن که نتیجه تغییری در وضعیت شخصی باشد نتیجه یک انگیزه درونی و یا احساس به زندگی دلخواه و مستقل است. آن‌ها به اداره و رشد کسب و کار خود به دید کنترل تقدیر و سرنوشت و دستیابی به امنیت و برگشت به جامعه نگاه می‌کنند. همچنین نیاز به ایجاد درآمد برای زندگی خود و خانواده‌شان به علت طلاق، بیماری و یا فوت دوست و یا عضو خانواده و یا همسر، انگیزه دیگری برای شروع کسب و کار است (گلرد، ۱۳۸۶). این در حالی است که مهم‌ترین ارزش برای زنان کارآفرین امنیت خانواده

<sup>۱</sup>. Wray

<sup>۲</sup>. Thronburg

است. زنانی که مشغول فعالیت در کارخانه‌ها هستند به خاطر امنیت خانواده کار خود را ترک و شغل جدیدی را آغاز می‌کنند تا بتوانند مسئولیت‌های دوگانه خود را که شامل مسئولیت‌های کاری و زندگی است بهتر کنترل کنند و به صورت بهتری تعادل زندگی را به دست گیرند. اشتیاق برای مبارزه با مشکل، خوداتکایی و همچنین به وجود آمدن تعادل در خانواده و مسئولیت‌های کاری مهم‌ترین انگیزه‌های کارآفرینی زنان را تشکیل می‌دهند (Buttner & Moore, 1997). کولوم<sup>۱</sup> در سال ۱۹۸۲، در پژوهشی که روی ۴۷۲ زن کارآفرین صورت داد، چالش‌های فردی، ارباب خود بودن و استقلال مالی را به عنوان سه محرک قدرتمند در این زمینه معرفی کرد. استیونسون<sup>۲</sup> در سال ۱۹۸۴، در پژوهشی که بر روی ۴۴۷ زن در آتلانتیک کانادا انجام داد، علاقه به ارباب خود بودن، استقلال مالی و اغنای فردی را سه انگیزه مهم در این زمینه مطرح می‌کند. همچنین بلکورت<sup>۳</sup> در پژوهشی که روی ۳۶ تن از زنان سرآمد و خبره عرصه تجارت انجام داد، استقلال را به مثابه بالاترین انگیزه و فرصت‌های مالی و چالش را در رده‌های بعدی مطرح کرد. هاگز<sup>۴</sup> با پژوهشی روی ۶۱ زن آلبرتایی متوجه شد کار چالش‌برانگیز و استقلال، مهم‌ترین انگیزه‌ها به شمار می‌روند و کارتر<sup>۵</sup> و کانن<sup>۶</sup> در سال ۱۹۹۲ در بریتانیا، استقلال و چالش را جزء مهم‌ترین انگیزه‌ها شناسایی کردند (Hughes, 2006). براش<sup>۷</sup> معتقد است بسیاری از زنان به علت عدم رضایت از کار اخیرشان، برانگیخته می‌شوند و مالکیت در کسب و کار را به عنوان راه حلی نگاه می‌کنند که با جوانب دیگر زندگیشان هماهنگ‌تر است (گلرد، ۱۳۸۶) و هیسریچ و پیترز در تحقیقاتی که در سال ۱۹۹۶ انجام داده‌اند، مهم‌ترین انگیزه زنان کارآفرین را استقلال طلبی بیان می‌کنند. زنان با شروع و اداره فعالیت اقتصادی، خصوصیات مثبت، نظیر اعتماد به نفس، تجربه تصمیم‌گیری، حس کنترل زندگی را در خود تقویت می‌کنند و این نتایج موجب خلاقیت هر چه بیشتر و ارتقای رفاه آنان می‌شود (Kantor, 2002). محققان دیگر به این نتیجه رسیده‌اند که زنان کارآفرین بیشتر به واسطه انگیزه استقلال و پیشرفت به کارآفرینی روی می‌آورند (Lerner et al., 1997). نتایج تحقیقات سیمون<sup>۸</sup> در سال ۲۰۰۶ درباره زنان و کارآفرینی نیز نشان داد که عواملی مانند عدم درآمد کافی، نارضایتی از شغل حقوق‌بگیری، بیکاری و انعطاف‌پذیری کارآفرینی سبب ورود زنان به کارآفرینی شده است (گلرد، ۱۳۸۶). محرک‌های محیطی در پژوهش‌های بسیاری به مانند عواملی که زنان را مجبور به کارآفرینی می‌کنند، بررسی شده‌اند. عدم رضایت از شغل قبلی، کمبود فرصت‌های

1. Collom

2. Stevenson

3. Belcourt

4. Hughes

5. Carter

6. Cannon

7. Brush

8. Simon

مناسب، بحران‌های شخصی، عوامل اجتماعی، درآمد ناکافی خانواده، مشکل در یافتن شغل مناسب، نیاز به کار انعطاف‌پذیر به خاطر مسئولیت‌های خانوادگی، بیکاری و کم کاری به مثابه عوامل منفی و کشف فرصت‌های کسب و کار، کشف بازارهای جدید، یک ایده جدید و ... به عنوان عوامل مثبت، از مواردی است که در پژوهش‌های کارآفرینی زنان به آن‌ها اشاره شده است (آراستی، ۱۳۸۵).

لکس (۱۹۹۷) در پژوهش خود بر روی زنان کارآفرین کبک کانادا، موقعیت‌های منفی‌ای مانند بروز بیماری یا حادثه برای همسر، نارضایتی از شغل قبلی، بیکار شدن، فوت همسر یا پدر را بیان کرده است، در حالی که در رابطه با موقعیت‌های مثبت به دستیابی به قراردادی مهم، دعوت به شراکت و تشویق والدین اشاره کرده است (آراستی، ۱۳۸۵). در مطالعه‌ای که در سال ۱۹۸۵ توسط هیسریچ و براش درباره انگیزه کارآفرینی زنان انجام شد، عوامل رانشی مثل خستگی یا اضطراب در کار قبلی و علاقه به کار جدید، هم‌چنین، عوامل کششی مثل استقلال بیشتر از همه نمود داشت (Buttner & Moore, 1997). نتایج مطالعه سوزان در سال ۱۹۹۸ بر روی ۲۰ زن کارآفرین در امریکا نشان داد که مهم‌ترین انگیزه آنان برای شروع کار جدید، احتیاج به انجام دادن کار، نیاز به پیشرفت، نیاز به احساس رضایت از کار و کسب درآمد بوده است (صابر، ۱۳۸۱).

### تفاوت انگیزه‌های کارآفرینی زنان و مردان

تحقیقات نشان می‌دهد که زنان و مردان کارآفرین هر دو به دلیل احساس نیاز به کسب و کار و استقلال فردی وارد عرصه کارآفرینی شده‌اند. در بسیاری از موارد، هر دو تحت تأثیر ناکامی یا عدم رضایت از شغل قبلی خود و یا نیاز به تغییر محیط پیرامونی خود قرار گرفته‌اند. از برخی جهات، زنان کارآفرین دارای انگیزه متفاوت نسبت به هم‌تایان مرد خود هستند. مردان اغلب برای در دست گرفتن مهار سرنوشت خویش، به این کار روی می‌آورند. این انگیزش، اغلب در اثر عدم توافق با رئیس یا احساس این‌که خود بهتر قادر به اداره کردن امور هستند، پیش می‌آید. اما زنان برخلاف آن‌ها برای کسب استقلال و ناکامی از شغل قبلی خود برانگیخته می‌شوند. اگرچه، انگیزه‌های اصلی زنان و مردان شباهت‌هایی با هم دارند، اما تحقیقات سال ۱۹۸۷ کنومی<sup>۱</sup> نشان می‌دهد که تفاوت‌هایی در اولویت‌های آنان وجود دارد. زنان مورد تحقیق او به طور عمده از تجارب کاری سابق خود ناراضی بوده‌اند و به پدیده خوداشتغالی به منزله محلی برای کاستن از تداخل وظایف شخصی و شغلی می‌نگریسته‌اند. آن‌ها اکثراً انگیزه چندانی برای کسب درآمد نداشتند بلکه علاقه‌مند بودند که کیفیت محصول خود را برای اخذ امتیاز رقابتی افزایش دهند (صابر، ۱۳۸۱).

انگیزه و اهداف زنان و مردان در ایجاد کسب و کار و کارآفرینی، تمایل به رئیس خود بودن، رضایت شغلی و دستیابی به سود مالی، بیان شده است. اما دلایلی مانند اتکای به خود، کنترل فعالیت‌های

<sup>۱</sup>. Cnomie



کاری، عبور از سقف شیشه‌ای در مشاغل استخدامی، نیاز به الگوهای انعطاف‌پذیر جهت تعادل در زندگی را انگیزه‌های مختص به زنان کارآفرین می‌دانند (گلرد، ۱۳۸۶). کیپل<sup>۱</sup> و همکارانش در پژوهشی که در سال ۲۰۰۷ با هدف شناخت تفاوت میان زنان و مردان کارآفرین انجام دادند، مهم‌ترین تفاوت در انگیزه‌های زنان و مردان را شامل موارد ذیل می‌دانستند.

- مردان، قبل از آغاز تجارت، تجربه کاری بیشتر و همچنین توقعات بیشتری دارند.
- زنان، بیشتر مایل‌اند تا عواید خوبی به دست آورند.
- مردان، بیشتر تمایل دارند صاحب شرکتی شوند و دیگران را نیز استخدام کنند.
- مردان، کمتر به کارهای کم‌خطر و کم‌بازده متمایل‌اند و انگیزه‌ها نیز در آن‌ها مختلف است.
- مردان، مشخصاً بیشتر احتمال دارد تا تجارت خود را برای کسب درآمد آغاز کنند و این کار برای آن‌ها مهم‌تر از گذراندن وقت‌شان با خانواده است.
- مردان، بیشتر تمایل دارند تا به عنوان رهبر گروه، مالک تجارت خود باشند، در نتیجه انگیزه آن‌ها نیز برای راه‌اندازی بسیار بالاتر است.

کارآفرینان مرد بیشتر به علت نیاز برای پیشرفت در موقعیت‌شان در جامعه و نزد خانواده‌شان تحریک می‌شوند، در حالی که کارآفرینان زن بیشتر به علت نیاز به تحقق آرمان‌شان کارآفرینی را آغاز می‌کنند. به طور کلی، محققان دریافته‌اند که مردان شغل خود را به علت فاکتورهای کفشی و به دست آوردن استقلال کاری آغاز می‌کنند و این‌که بتوانند بر روی کار دیگران کنترل بیشتری اعمال کنند و نیز پول بیشتری دریاورند. اثر کمی هم از فاکتورهای رانشی مثل فرصت محدود پیشرفت، خسته شدن از کار یا تنفر از رئیس یا شرایط کاری ناامن در این امر وجود دارد (Buttner & Moore, 1997).

### نوع‌شناسی انگیزه‌های زنان کارآفرین

علاوه بر این‌که تفاوت‌هایی بین زنان و مردان کارآفرین در انگیزه‌های شروع کسب و کار وجود دارد، در میان زنان هم تفاوت‌هایی به چشم می‌خورد و در این خصوص، زنان کارآفرین گروه همگنی نیستند. لذا، مطالعاتی در این خصوص انجام شده است که به شرح زیر است. هاگز<sup>۲</sup> در سال ۲۰۰۶ انگیزه‌های مختلف زنان را برای کارآفرینی و شروع کسب و کار شامل ۳ گروه به شرح ذیل می‌داند:

✓ *کارآفرینان کلاسیک*<sup>۱</sup>: با انگیزه‌های استقلال فردی بیشتر، رقابت و مبارزه، فرصت‌های بهتر استقلال مالی. این زنان سرمایه‌انسانی و درآمد بیشتر داشتند، در مشاغل سنتی‌تر کار می‌کردند که اصولاً کارشان در خانه نبوده است و دیگران را نیز استخدام می‌کردند.

<sup>۱</sup>.Kepler

<sup>۲</sup>.Hughes

✓ کارآفرینان کار - خانواده<sup>۲</sup>: با انگیزه‌های تعادل بین کار و خانواده و انعطاف‌پذیری: این گروه برخلاف کارآفرینان کلاسیک، پائین‌ترین ساعت کار را داشتند، کمترین درآمد را نیز به دست می‌آوردند و به صورت غیر شرکتی، به تنهایی یا در خانه، کار می‌کردند.

✓ کارآفرینان اجباری<sup>۳</sup>: با انگیزه‌های رفع بیکاری، رفع مشکل از دست دادن کار و انعطاف‌پذیری. اینها نمونه‌های نوظهور بودند که اغلب آن‌ها در مشاغل انفرادی کار می‌کردند. سطح درآمدشان شباهت به گروه‌های کار-خانواده داشت، اما ساعات کارشان مشابه با کارآفرینان کلاسیک بود.

شبیر<sup>۴</sup> و گرگوریو<sup>۵</sup> در پژوهشی که در سال ۱۹۹۶ انجام دادند، مهم‌ترین دسته‌بندی انگیزه‌های زنان را برای آغاز یک کسب و کار شامل موارد ذیل دانستند:

- آزادی جوها<sup>۶</sup>: اغلب زنانی بودند که نوعی یأس و عدم رضایت را از کار و دستمزد خودشان داشتند و می‌خواستند به منظور داشتن آزادی برای انتخاب نوع، ساعت، محیط و افرادی که با آن‌ها کار انجام می‌دهند، برای خود حرفه‌ای ایجاد کنند.
- امنیت جوها<sup>۷</sup>: اغلب زنانی بودند که به واسطه مشکلات فردی مانند مرگ یا بازنشستگی شوهر، می‌خواستند حرفه‌ای را آغاز کنند تا وضعیت اجتماعی خود و خانواده‌شان را حفظ کرده و ارتقا دهند. دلیل عمده‌ای که غالب این زنان ترجیح می‌دادند به جای این که در جایی دیگر استخدام شوند، کاری برای خود فراهم آورند، انعطاف‌پذیری موجود در خود اشتغالی است که مرتبط با مکان و ساعات کار است که در مشاغل استخدامی موجود نیست.
- رضایت جوها<sup>۸</sup>: آن دسته که به دنبال رضایت‌مندی بودند، اغلب زنان خانه‌دار بدون تجربه قبلی کار بودند و می‌خواستند خودشان را به دیگران اثبات و اعلام کنند هنوز هم اعضای مفید جامعه‌اند.

اسکات<sup>۹</sup> و اورهان<sup>۱۰</sup> در سال ۲۰۰۱ بر اساس مهم‌ترین عوامل برانگیزاننده زنان به کارآفرینی، آن‌ها را در شش گروه متفاوت دسته‌بندی می‌کنند:

▪ توافق خانوادگی<sup>۱۱</sup>: زنانی که در این گروه جای دارند با کسب و کار خانوادگی مواجه‌اند. شغل همسران‌شان از تاریخچه طولانی برخوردار است که از طریق بزرگ خاندان از چند دهه قبل ایجاد شده

<sup>1</sup>. Classic Entrepreneurs

<sup>2</sup>. Work – Family Entrepreneurs

<sup>3</sup>. Entrepreneurs Forced

<sup>4</sup>. Shabbir

<sup>5</sup>. Gregorio

<sup>6</sup>. Personal Freedom Seekers

<sup>7</sup>. Security Seekers

<sup>8</sup>. Satisfaction Seekers

<sup>9</sup>. Scott

<sup>10</sup>. Orhan

<sup>11</sup>. Dynastic Compliance

و نسل به نسل انتقال یافته و هم اکنون همسر خانواده عهده‌دار آن است و تمام اعضای خانواده در آن کار مشغول به فعالیت‌اند. زن پس از مرگ همسر عهده‌دار این مسئولیت شده و انگیزه اصلی‌اش دائمی کردن این شغل خانوادگی است.

▪ *نداشتن انتخابی دیگر*<sup>۱</sup>: زنانی که در این گروه وجود دارند از شغل قبلی خود به دلایل متعدد از جمله حقوق کم، نارضایتی و کار خود را ترک و به دنبال کار دیگری می‌روند، اغلب آن‌ها نمی‌توانند کار مناسبی پیدا کنند، یا در موقعیت یکسانی نسبت به موقعیت قبلی استخدام شوند، به همین دلیل، کسب و کاری را شخصاً برای خود ایجاد می‌کنند.

▪ *جانشینی طبیعی*<sup>۲</sup>: زنانی که در این گروه قرار دارند کسب و کارشان را از طریق پدر و مادر به ارث برده‌اند. پدر و مادرشان با هم کار می‌کرده‌اند، هم اکنون، آن‌ها نیز به همراه همسران‌شان در این کسب و کار مشغول به فعالیت‌اند.

▪ *کارآفرین ناب*<sup>۳</sup>: زنانی که به این گروه تعلق دارند ابتدا به عنوان کارمند در جایی مشغول به فعالیت بوده‌اند، سپس طی سال‌ها کار به مشکلات موجود در آن صنعت یا حرفه‌ای که مشغول‌اند پی می‌برند و تصمیم می‌گیرند خودشان شخصاً آن حرفه را راه اندازی تا بتوانند مشکلات آن را حل کنند. این کارآفرینان اغلب توانسته‌اند کار خود را وسعت بخشند و به موفقیت‌های بزرگی دست یابند.

▪ *کارآفرین آگاه*<sup>۴</sup>: زنانی که متعلق به این گروه‌اند پس از مدتی که در یک شغل مشغول به فعالیت بوده‌اند به این نتیجه دست می‌یابند که به دلایل مختلف (مرتبط نبودن رشته تحصیلی یا تخصص و ...) برای آن کار مناسب نیستند، لذا، آن کار را ترک و کسب و کار جدیدی را برای خود راه اندازی می‌کنند.

▪ *کارآفرینی اتفاقی*<sup>۵</sup>: زنانی که در این گروه قرار دارند به علت اتفاقات و شرایطی از قبیل تصادف و مشکلات مالی که خانواده‌شان با آن‌ها روبه‌رو بوده‌اند عهده‌دار کسب و کار خانوادگی شده‌اند. این زنان، علاقه چندانی به ادامه فعالیت خانوادگی نداشتند و می‌توانستند جای دیگری مشغول فعالیت باشند. آن‌ها ترجیح می‌دادند که همانند کارفرما در کسب و کار دیگری مشغول به فعالیت باشند تا این‌که بخواهند کسب و کار خانوادگی را مدیریت کنند.

<sup>1</sup>. No other Choice

<sup>2</sup>. Natural Succession

<sup>3</sup>. Pure Entrepreneur

<sup>4</sup>. Informed Entrepreneur

<sup>5</sup>. Entrepreneurship by Chance

## طرح مسأله تحقیق

اکثر مطالعات انجام شده در خصوص کارآفرینی زنان و انگیزه‌هایشان در کشورهای غربی و توسعه یافته انجام شده است. از سوی دیگر تحقیقات مرکز جهانی کارآفرینی نیز تفاوت در انگیزه‌های کارآفرینان در کشورهای مختلف را تأیید می‌کند. پژوهش‌های انجام گرفته در مورد زنان کارآفرین ایرانی و انگیزه‌هایشان نیز با استفاده از ابزار پرسشنامه و بر اساس انگیزه‌های ارائه شده در تحقیقات خارجی بوده است. در این تحقیق، با روش تحقیق آمیخته (ترکیبی از روش‌های کیفی و کمی) به مطالعه انگیزه‌های زنان کارآفرین ایرانی می‌پردازیم. از این رو سؤالات تحقیق عبارت‌اند از:

۱. انگیزه‌های زنان در راه اندازی کسب و کار کدام‌اند؟
۲. نوع شناسی انگیزه‌های زنان در راه اندازی کسب و کار چگونه است؟

## روش تحقیق

تحقیق حاضر، جزء تحقیقات علوم رفتاری و آمیخته (کیفی \_ کمی) به شمار می‌آید، که از لحاظ هدف، کاربردی است. در بخش کیفی از روش مصاحبه عمیق استفاده شده است. هدف این نوع مصاحبه، کسب اطلاعات عمیق از مصاحبه شونده در خصوص موضوع تحقیق است. بخش کمی تحقیق از نوع تحقیقات توصیفی \_ پیمایشی و با کمک پرسشنامه انجام گرفته است.

## جامعه آماری و نمونه مورد پژوهش

جامعه آماری این تحقیق شامل زنان کارآفرین استان تهران‌اند که کسب و کاری مستقل را به تنهایی یا با شراکت، حداقل سه سال قبل از انجام این تحقیق راه اندازی کرده‌اند، کسب و کار را شخصاً مدیریت می‌کنند و یا بر آن نظارت کامل دارند. تعداد کارکنان آنان حداقل یک نفر می‌باشد. در این تحقیق از لیست اعضای انجمن زنان کارآفرین در استان تهران استفاده شده است. هم‌چنین، تعدادی از زنان کارآفرین توسط محققان این تحقیق شناسایی شده‌اند. لذا اعضای جامعه آماری برابر با ۱۲۳ نفر است.

در بخش کیفی از نمونه‌گیری هدفمند استفاده شده است و تعداد نمونه تا رسیدن به مرحله اشباع نظری ادامه یافته است که در این تحقیق با نمونه نهم و دهم اشباع نظری حاصل شد. در بخش کمی حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران حدود ۶۷ نفر تعیین شد و نمونه‌ها از طریق نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند.

## روش گردآوری داده‌ها

داده‌های کیفی دربارهٔ انگیزه‌های زنان در راه اندازی کسب و کار از طریق مصاحبه عمیق با زنان کارآفرین به دست آمده است. داده‌های کمی جهت دسته‌بندی و نوع شناسی انگیزه‌های زنان در راه اندازی کسب و کار از طریق پرسشنامه کسب شده است. سؤالات پرسشنامه شامل ۴ بخش است. بخش اول، شامل سؤالاتی در مورد مشخصات فردی (وضعیت تاهل، میزان تحصیلات، سن و رشته تحصیلی) است. بخش دوم، شامل سؤالاتی در خصوص کسب و کار (سال راه اندازی، نوع فعالیت، زمینه فعالیت، نوع و مالکیت کسب و کار) است. بخش سوم، ۱۳ سوال مربوط به انگیزه‌های راه اندازی کسب و کار است. در این پژوهش، ۸۰ پرسشنامه توزیع و ۶۲ پرسشنامه کامل جمع‌آوری شد. به منظور تأمین روایی ابزار، نظرسنجی از خبرگان و انجام پیش‌آزمون استفاده شده است. پایایی پرسشنامه نیز با محاسبه آلفای کرونباخ انجام شده است که مقدار  $0/73$  برای پرسشنامه تحقیق قابل قبول است.

## روش‌های تجزیه و تحلیل داده‌ها

تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده در بخش کیفی از طریق روش تحلیل محتوا با استفاده از سه مرحله کدگذاری باز و محوری و تعیین مقوله‌های اصلی انجام شده است. در این روش، ابتدا گزاره‌های کلومی حاصل از هر ده مصاحبه عمیق با زنان کارآفرین که در ارتباط با انگیزه‌های اولیه آن‌ها برای راه‌اندازی کسب و کار به تفکیک مصاحبه‌ها استخراج شده است. سپس مقوله‌هایی که از این گزاره‌های کلومی استنباط می‌شود استخراج شده و در نهایت مولفه‌های اصلی که شامل انگیزه‌های اولیه زنان برای راه اندازی کسب و کار است تعیین شده است.

در بخش کمی، پس از بررسی و کدگذاری سؤالات، بانک داده‌ها ایجاد و پردازش‌های آماری به وسیله نرم افزار SPSS انجام شد. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات در بخش تحلیل توصیفی، فراوانی شناسه‌های مرکزی مانند فراوانی‌ها و درصد‌های فراوانی محاسبه و استخراج شده است. در بخش تحلیل استنباطی، برای ایجاد دسته‌بندی انگیزه‌ها از روش مولفه‌های اصلی استفاده شده است. این روش به منظور پی بردن به متغیرهای زیربنایی پدیده یا تلخیص مجموعه‌ای از داده‌ها، استفاده می‌شود. داده‌های اولیه در این روش، ماتریس همبستگی بین متغیرهاست. با توجه به این که هدف ما در این تحقیق دسته‌بندی انگیزه‌ها و قرار گرفتن زنان کارآفرین در این دسته‌ها بوده است از این روش استفاده شده است. در این روش تعداد  $K$  عامل اولیه که عموماً دارای وابستگی نیز می‌باشند به  $K$  عامل که هر کدام ترکیب خطی از  $K$  عامل اولیه‌اند تبدیل می‌شوند.  $K$  عامل باقیمانده از یکدیگر مستقل‌اند. این  $K$  عامل جدید به وسیله مقادیر و بردارهای ویژه برای ماتریس مشاهدات  $K$  عامل اولیه به دست می‌آیند. سپس از بین این  $K$  عامل جدید، که به صورت نزولی بر اساس سهم آن‌ها در بیان واریانس کل

مرتب شده‌اند،  $M$  عامل اول که مجموعاً بیش از ۷۰ درصد (برای کاربردهای مختلف فرق می‌کند) از واریانس کل را بیان می‌کنند را انتخاب می‌کنیم (در این تحقیق ۵ عامل ایجاد شده از بین ۱۳ عامل به دست آمده است).

### نتایج تحقیق

در این قسمت، نتایج تحقیق در دو قسمت کیفی جهت پاسخ به سؤال اول تحقیق و کمی به منظور پاسخ به سؤال دوم تحقیق ارائه می‌شود.

### نتایج بخش کیفی

به منظور پاسخ به سؤال اول تحقیق و شناسایی انگیزه‌های زنان در راه اندازی کسب و کار، مصاحبه عمیق با ده زن کارآفرین انجام شد. در تحلیل محتوای مصاحبه‌ها، ابتدا گزاره‌های کلامی حاصل از هر یک از مصاحبه‌ها استخراج شده است. نمونه گزاره‌های کلامی استخراج شده به صورت نمونه در یکی از مصاحبه‌ها در جدول ۱ آمده است. مفاهیم استخراج شده از ۱۰ مصاحبه انجام شده در جدول ۲ ارائه شده است.

جدول ۱: کدگذاری نتایج حاصل از مصاحبه با کارآفرین E

استخراج مفاهیم	گزاره‌های کلامی مصاحبه	زمینه فعالیت	کارآفرین
داشتن اهداف بالا و عالی	در ۱۹ سالگی در اصفهان مربی هنری کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان شدم و در بین مربی‌ها هم سرگروه بودم. چند سالی پس از آن دوران در آموزش و پرورش تهران استخدام شدم و کارم را خیلی دوست داشتم. طراحی، فیلم برداری و عکاسی تدریس می‌کردم و دانش‌آموزان من هر سال در مسابقات منطقه و شهر تهران یا رتبه اول می‌شدند یا مقام می‌آوردند.	آموزشی (دانشگاه علمی - کاربردی)	E
شکوفای نشدن استعدادها و توانایی شخصی محیط کار	البته مسئول راه اندازی لابراتوارهای هنری هنرستان‌های کار- دانش هم بودم. از یک زمانی به بعد احساس کردم که در کارم در دور باطل افتاده ام و با معلم‌های دیگر فرقی ندارم. در حالی که ظرفیت بیشتری در خودم حس می‌کردم، برای همین کار خصوصی به ذهنم رسید.		
فراهم نبودن زمینه‌های رشد و پیشرفت محیط کار	همسر من جراح بود و من از نظر مالی اصلاً در مضیقه قرار نداشتم. هر وقت پول لازم داشتم همسرم در اختیارم قرار می‌داد. ولی همیشه دوست داشتم دستم در جیب خودم باشد و از نظر مالی مستقل باشم.		
داشتن مهارت‌ها و توانایی‌های بالاتر از جای شغلی			
عدم رضایت از شغل قبلی			
داشتن درآمد مستقل			
از نظر مالی به دیگران متکی نبودن			
داشتن قدرت تصمیم‌گیری در هزینه‌های زندگی			
خودتکائی			

## جدول ۲: خلاصه‌های از مصاحبه‌های انجام شده با ۱۰ زن کارآفرین

ردیف	کارآفرین	زمینه فعالیت	انگیزه‌ها
۱	A	صنعتی (تولید لباس‌های محلی)	<ul style="list-style-type: none"> <li>نیاز به تحقق آرمان‌ها</li> <li>مهیا ساختن شرایط بهتر زندگی</li> <li>نیاز به شغل مناسب</li> <li>بیماری همسر یا عضوی از خانواده</li> <li>نیاز به کار انعطاف‌پذیر به خاطر مسئولیت‌های زندگی</li> </ul>
۲	B	آموزش و پژوهش (کتاب کودک)	<ul style="list-style-type: none"> <li>خدمت به جامعه</li> <li>نیاز به تحقق آرمان‌ها</li> </ul>
۳	C	صنعتی (صنایع دستی)	<ul style="list-style-type: none"> <li>نیاز به تحقق آرمان‌ها</li> <li>استقلال کاری بیشتر</li> <li>نیاز به شغل مناسب</li> <li>استقلال مالی بیشتر</li> </ul>
۴	D	صنعتی (تولید تابلو برق)	<ul style="list-style-type: none"> <li>استقلال کاری بیشتر</li> <li>نیاز به شغل مناسب</li> </ul>
۵	E	آموزشی (دانشگاه علمی - کاربردی)	<ul style="list-style-type: none"> <li>نیاز به پیشرفت</li> <li>شناخت و اثبات استعدادها و توانایی‌های شخصی</li> <li>نیاز به شغل مناسب و استقلال مالی بیشتر</li> </ul>
۶	F	آموزشی (مهد کودک)	<ul style="list-style-type: none"> <li>خدمت به جامعه</li> <li>کشف فرصت‌ها</li> <li>استقلال کاری بیشتر</li> <li>نیاز به شغل مناسب</li> </ul>
۷	G	آموزشی (آموزشگاه رانندگی)	<ul style="list-style-type: none"> <li>نیاز به تحقق آرمان‌ها</li> <li>خدمت به جامعه</li> <li>مهیا ساختن شرایط بهتر کاری برای آینده فرزندان و دیگر اعضای خانواده</li> </ul>
۸	H	صنعتی (صنایع دستی)	<ul style="list-style-type: none"> <li>خدمت به جامعه</li> <li>کشف فرصت‌ها</li> <li>مهیا ساختن شرایط بهتر زندگی</li> <li>استقلال کاری بیشتر</li> <li>نیاز به شغل مناسب</li> </ul>
۹	I	خدماتی (حمل و نقل بین‌المللی)	<ul style="list-style-type: none"> <li>رسیدن به رشد و بالندگی در اجتماع</li> <li>شناخت و اثبات استعدادها و توانایی‌های شخصی</li> </ul>
۱۰	J	صنعتی (تولید ظروف)	<ul style="list-style-type: none"> <li>مهیا ساختن شرایط بهتر کاری برای آینده فرزندان و دیگر اعضای خانواده</li> <li>خدمت به جامعه</li> </ul>

سپس با حذف مفاهیم مشابه و ترکیب مفاهیم همراه با معنابخشی به آنها، سیزده مقوله اصلی که همان سیزده انگیزه اصلی زنان در راه اندازی کسب و کار است تعیین و در جدول ۳ ارائه شده است. لازم به ذکر است که انگیزه‌های شناسایی شده در این تحقیق (جدول ۳)، به رغم شباهت زیادی که با انگیزه‌های زنان کارآفرین در مطالعات قبلی دارند، ولی دو انگیزه متفاوت در میان آنها دیده می‌شود که عبارت‌اند از: "نیاز به شغل مناسب" و "مهیا ساختن شرایط بهتر کاری برای آینده فرزندان و دیگر اعضای خانواده". در تحقیقات قبلی در خصوص انگیزه‌های زنان کارآفرین به این دو انگیزه اشاره‌ای نشده است و می‌توان گفت این انگیزه‌ها مختص زنان کارآفرین ایرانی است.

جدول ۳: انگیزه‌های زنان برای شروع کسب و کار

ردیف	انگیزه‌های زنان در شروع کسب و کار
۱	نیاز به شغل مناسب
۲	خدمت به جامعه
۳	استقلال کاری بیشتر
۴	نیاز به تحقق آرمان‌ها
۵	شناخت و اثبات استعدادها و توانایی‌های شخصی
۶	کشف فرصت‌ها
۷	استقلال مالی بیشتر
۸	مهیا ساختن شرایط بهتر زندگی
۹	مهیا ساختن شرایط بهتر کاری برای آینده فرزندان و دیگر اعضای خانواده
۱۰	نیاز به پیشرفت
۱۱	رسیدن به رشد و بالندگی در اجتماع
۱۲	نیاز به کار انعطاف‌پذیر به خاطر مسئولیت‌های زندگی
۱۳	بیماری همسر یا عضوی از خانواده

### نتایج بخش کمی

داده‌های کمی تحقیق از طریق ۶۲ پرسشنامه تکمیل شده در جامعه آماری ۱۲۳ زن کارآفرین استان تهران جمع آوری شده است. در قسمت ۱-۲-۴ نتایج آمارهای توصیفی از منظر ویژگی‌های فردی زنان کارآفرین و نیز ویژگی‌های عمومی کسب و کارهای آنان ارائه شده است و قسمت ۲-۲-۴



دسته‌بندی انگیزه‌ها و نوع شناسی آن‌ها بر اساس نتایج آزمون استیباتی و تشریح هر یک از انواع زنان کارآفرین را شامل می‌شود.

### توصیف نمونه آماری

• **ویژگی‌های فردی زنان کارآفرین:** اکثر زنان شرکت‌کننده در این تحقیق (۵۱/۶ درصد) در بازه سنی ۴۰ تا ۵۰ سال قرار داشته‌اند. در حالیکه ۸/۴ درصد آن‌ها ۶۰ سال به بالا داشته‌اند. ۸۲ درصد پاسخ‌گویان متأهل بوده‌اند. ۸۵/۸ درصد دارای مدرک تحصیلی لیسانس و بالاتر بوده‌اند، در عین حال، ۱۴/۵ درصد دارای مدرک تحصیلی دیپلم بوده‌اند. ۲۹ درصد دارای مدرک تحصیلی رشته‌های مهندسی مانند کامپیوتر، برق، عمران و معماری بوده‌اند. بعد از آن، ۱۷/۷ درصد دارای مدرک در رشته مدیریت بودند. نکته قابل ذکر این است که کمترین تعداد آن‌ها (۴/۸ درصد) دارای مدرک حسابداری و دیپلم تجربی بودند.

• **ویژگی‌های عمومی کسب و کارهای زنان:** بیشترین تعداد کسب و کارها (۴۰/۳۹ درصد) در حوزه آموزش و پژوهش، بعد از آن ۳۰/۶ درصد در حوزه تجاری و بازرگانی فعالیت می‌کردند. کمترین تعداد کسب و کارها (۳/۲ درصد) در حوزه بهداشت و درمان بودند و فقط ۹/۷ درصد در حوزه فنی و مهندسی فعالیت می‌کردند، در حالی که بیشترین تعداد زنان کارآفرین دارای مدرک تحصیلی در زمینه مهندسی بوده‌اند. همچنین ۴۶/۸ درصد کمتر از ۱۳ سال از آغاز فعالیتشان می‌گذشت. ۴۳/۵ درصد دارای فعالیت ۱۳ تا ۲۳ سال و ۹/۷ درصد فعالیت بیش از ۲۳ سال را داشته‌اند. ۶۲/۹ درصد دارای مالکیت فردی و ۳۷/۱ دارای مالکیت شراکتی بوده‌اند.

### دسته‌بندی انگیزه‌ها

به منظور پاسخ به سؤال دوم تحقیق، مبنی بر نوع‌شناسی انگیزه‌های زنان کارآفرین ایران، سیزده انگیزه راه اندازی کسب و کار که از طریق مصاحبه‌های عمیق با ۱۰ زن کارآفرین استخراج شده بودند با استفاده از روش مؤلفه‌های اصلی در ۵ دسته انگیزه اصلی دسته‌بندی شدند. در این روش انگیزه‌هایی که در هر دسته بیشترین ضرایب را دارند مشخص شده‌اند. این دسته‌بندی در جدول ۴ ارائه شده است.

جدول ۴: دسته‌بندی ۱۳ انگیزه راه اندازی کسب و کار در ۵ انگیزه اصلی

Rotated Component Matrix <sup>a</sup>					
Component					
۵	۴	۳	۲	۱	
.۰۴۰	.۲۴۴	.۳۱۵	.۴۳۳	.۴۵۴	نیاز به پیشرفت
.۰۸۰	-.۱۹۳	-.۱۰۱	.۱۱۹	.۸۴۰	شناخت و اثبات استعدادها و توانایی شخصی
.۴۹۶	.۳۴۳	-.۰۴۴	.۱۱۲	-.۶۷۴	مهیا ساختن شرایط بهتر کاری برای آینده فرزندان و دیگر اعضای خانواده
.۰۰۷	-.۱۱۵	-.۰۳۰	.۴۸۴	-.۶۷۰	بیماری همسر یا عضوی از خانواده
.۹۳۹	.۰۸۵	.۱۱۳	.۰۰۱	-.۰۰۷	نیاز به کار انعطاف پذیر به خاطر مسئولیت‌های زندگی
-.۳۱۴	.۳۹۴	.۵۰۶	.۵۵۳	.۰۱۴	استقلال مالی بیشتر
-.۱۶۲	.۰۴۰	.۰۴۶	.۰۱۸	.۷۱۶	استقلال کاری بیشتر
.۰۶۵	.۳۴۹	.۵۸۵	.۰۷۰	-.۴۰۷	مهیا ساختن شرایط بهتر زندگی
.۰۶۵	.۱۱۸	-.۰۴۴	-.۰۳۳	.۷۸۲	نیاز به تحقق آرمان‌ها
.۱۲۹	.۸۹۰	-.۰۴۸	.۱۲۵	.۰۵۹	خدمت به جامعه
.۱۰۲	-.۲۲۴	-.۰۰۹	.۶۸۴	.۵۴۶	رسیدن به رشد و بالندگی در اجتماع
-.۱۲۳	.۲۳۸	-.۸۸۹	.۰۶۰	.۱۱۱	کشف فرصت‌ها
.۰۲۱	.۲۸۰	-.۰۶۵	.۷۷۲	-.۲۸۸	نیاز به شغل مناسب
Extraction Method: Principal Component Analysis.					
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.					

## جدول شماره ۵. انواع زنان کارآفرین بر اساس انگیزه‌های شروع کسب و کار

ردیف	نام گروه	انگیزه‌های اصلی
۱	کارآفرینان آرمان طلب	<ul style="list-style-type: none"> <li>• شناخت و اثبات استعدادها و توانایی‌های شخصی</li> <li>• استقلال کاری بیشتر</li> <li>• تحقق آرمان‌ها</li> <li>• مهیا ساختن شرایط بهتر کاری برای آینده فرزندان و دیگر اعضای خانواده</li> <li>• بیماری همسر یا عضوی از خانواده</li> </ul>
۲	کارآفرینان توفیق طلب	<ul style="list-style-type: none"> <li>• نیاز به پیشرفت</li> <li>• استقلال مالی بیشتر</li> <li>• رسیدن به رشد و بالندگی در اجتماع</li> <li>• نیاز به شغل مناسب</li> </ul>
۳	کارآفرینان اجباری	<ul style="list-style-type: none"> <li>• مهیا ساختن شرایط بهتر زندگی</li> <li>• کشف فرصت‌ها</li> </ul>
۴	کارآفرینان اجتماعی	<ul style="list-style-type: none"> <li>• خدمت به جامعه</li> </ul>
۵	کارآفرینان انعطاف طلب	<ul style="list-style-type: none"> <li>• نیاز به کار انعطاف‌پذیر به خاطر مسئولیت‌های زندگی</li> </ul>

پس از دسته‌بندی انگیزه‌ها به ۵ گروه اصلی، همانند سایر نوع شناسی‌های ارائه شده در ادبیات تحقیق (هاگز، ۲۰۰۶؛ شبیر و گرگوریو، ۱۹۹۶؛ اسکات و اورهان، ۲۰۰۱) جهت سهولت استفاده از این نوع شناسی در تحقیقات آتی، نام گروه‌ها بر اساس نوع شناسی‌های ارائه شده در تحقیقات قبلی و ماهیت انگیزه‌های دسته‌بندی شده در هر گروه به شرح زیر نام‌گذاری شدند: کارآفرینان آرمان طلب، توفیق طلب، اجباری، اجتماعی و انعطاف طلب. این گروه‌بندی با شرح انگیزه‌های هر گروه در جدول ۵ آمده است.

## کارآفرینان آرمان طلب

نتایج تحقیق نشان می‌دهد که برای گروه کارآفرینان آرمان طلب، شناخت و اثبات استعدادها و توانایی‌های شخصی، استقلال کاری بیشتر و نیاز به تحقق آرمان‌ها به عنوان انگیزه‌های مثبت و مهیا ساختن شرایط بهتر کاری برای آینده فرزندان و دیگر اعضای خانواده، بیماری همسر یا عضوی از خانواده، به عنوان انگیزه‌های منفی دارای ضرایب بیشتری‌اند.

زنان کارآفرین با این نوع انگیزه‌ها، برای دستیابی به استقلال، کنترل و هدایت فعالیت‌های کاری به طور مستقل، تمایل به داشتن قدرت تصمیم‌گیری و اختیارات عملی در انجام دادن کارها و عدم رضایت از شغل قبلی، کسب و کاری را ایجاد می‌کنند و مالکیت در کسب و کار را به عنوان راه حلی می‌دانند که رضایت شغلی لازم را برای آن‌ها ایجاد می‌کند و از این طریق می‌توانند به تحقق اهداف و آرمان‌های خود دست یابند. آن‌ها مایل نیستند که در محیط کار، شخص دیگری تعیین‌کننده نوع کار، نحوه انجام آن و زمان مورد نیاز برای اجرای آن کار باشد، آن‌ها دوست دارند خود تصمیم‌گیرنده باشند و کارها را به شیوه خود انجام دهند، طبق برنامه خود عمل کنند و سودی را که خود ایجاد کرده‌اند، برداشت کنند. به این علت نمی‌توانند برای مدت طولانی به عنوان کارمند در محیط کار، مشغول به فعالیت باشند، لذا کار خود را ترک و کسب و کاری را به طور مستقل راه اندازی می‌کنند. این زنان به دنبال موقعیت‌هایی‌اند که مهارت‌ها و توانایی‌های حرفه‌ای خود را به منصفه ظهور برسانند و با کسب قدرت و اعتبار در جامعه به خود و دیگران ثابت کنند که عضو مفید و مولد جامعه‌اند. از طرف دیگر، این زنان با شروع فعالیت اقتصادی، خصوصیات مثبتی نظیر اعتماد به نفس، استقلال طلبی، حس کنترل زندگی، پویایی و سخت‌کوشی را در خود تقویت می‌کنند و این نتایج، موجب خلاقیت بیشتر و ارتقای زندگی آنان می‌شود. تحقیقات کولوم (۱۹۸۲)، استونسون (۱۹۸۴)، کلورید (۱۹۹۱)، کارتر و کانن (۱۹۹۲)، اسفک (۱۹۹۴)، هیسریچ و پیترز (۱۹۹۶)، شبیر و گرگوریو (۱۹۹۶)، لرنر، براش و هیسریچ (۱۹۹۷)، ترون بورگ و ری (۱۹۹۸) و هاگز (۲۰۰۶) این نتایج را تأیید می‌کنند.

### کارآفرینان توفیق طلب

مطابق نتایج تحقیق، برای گروه کارآفرینان توفیق طلب، نیاز به پیشرفت، استقلال مالی بیشتر، رسیدن به رشد و بالندگی در اجتماع و نیاز به شغل مناسب به عنوان انگیزه‌های مثبت دارای ضرایب بیشتری‌اند.

زنانی که با این نوع انگیزه‌ها به کارآفرینی روی می‌آورند، معمولاً افرادی‌اند که پس از مدتی فعالیت در محیط کاری، احساس می‌کنند که در کارشان در دور باطل افتاده و با بقیه همکاران، فرقی ندارند. درحالی که ظرفیت بیشتری در خود احساس می‌کنند، به همین دلیل، به دنبال کسب و کار خصوصی می‌روند. در واقع، عدم شکوفایی استعدادها و توانایی‌های شخصی، فراهم نبودن زمینه‌های رشد و پیشرفت، داشتن مهارت‌ها و توانایی‌های بالاتر از جایگاه شغلی در محیط کار و عدم امکان پیشرفت در شغل قبلی باعث می‌شود کسب و کاری را ایجاد کنند. آن‌ها اهداف چالش برانگیزی را برای خود تعیین می‌کنند و برای رسیدن به آن‌ها به تلاش می‌پردازند و با کسب موفقیت در رسیدن به اهداف خود احساس رضایت می‌کنند. چنین افرادی برای بازخورد نتیجه رفتارشان ارزش زیادی قائل‌اند

و از آن در ارزیابی عملکردشان استفاده می‌کنند. نتایج تحقیقات لرنر، براش و هیسریچ (۱۹۹۷)، هاگز (۲۰۰۶) و آراستی (۱۳۸۵) این نتایج را تأیید می‌کند.

### کارآفرینان اجباری

برای گروه کارآفرینان اجباری، مهیا ساختن شرایط بهتر زندگی به عنوان انگیزه مثبت و کشف فرصت‌ها به عنوان انگیزه منفی دارای ضرایب بیشتری‌اند.

زنان، با این نوع انگیزه‌ها معمولاً به منظور ایجاد درآمد و تامین هزینه‌های زندگی خود و خانواده، رفاه فرزندان، مهیا ساختن شرایط بهتر زندگی، درآمد ناکافی خانواده به علت کمی درآمد همسر یا بروز بیماری و حادثه‌ای برای همسر، عدم کفایت درآمد شغل قبلی جهت اداره زندگی و کمبود فرصت‌های مناسب کاری، کسب و کاری را ایجاد می‌کنند تا نیازهای اقتصادی خود را تامین کنند. در واقع، شرایط نامناسب اقتصادی خانواده آن‌ها را به راه اندازی کسب و کار سوق می‌دهد. نتایج تحقیقات کولوم (۱۹۸۲)، لکس (۱۹۹۰)، کارتر و کانن (۱۹۹۲)، ترونبرگ و ری (۱۹۹۸)، سیمون (۲۰۰۶)، هاگز (۲۰۰۶)، آراستی (۱۳۸۵) و گلرد (۱۳۸۶) این نتایج را تأیید می‌کند.

### کارآفرینان اجتماعی

برای گروه کارآفرینان اجتماعی، خدمت به جامعه به عنوان انگیزه مثبت و دارای ضریب بیشتری است.

این زنان با انگیزه‌های اجتماعی به عنوان کارآفرینان اجتماعی شناخته می‌شوند. مفهوم کارآفرین اجتماعی، طیف وسیعی را شامل می‌شود از افرادی که به صورت انفرادی فعالیت می‌کنند تا سازمان‌هایی که به همین منظور تشکیل شده‌اند. در تمام این موارد با دو مفهوم ارزش یا مأموریت اجتماعی و دیگری کارآفرینی به مثابه استفاده از فرصت‌ها و خلق موقعیت‌های جدید برای حل مشکلات اجتماعی پیش رو روبه‌رو هستیم. کارآفرینان اجتماعی از خلاقیت خود برای حل مشکلات جامعه بهره می‌برند، فعالیت‌های بشر دوستانه را گسترش می‌دهند و باعث افزایش سرمایه اجتماعی می‌شوند. نتایج تحقیقات باتنر و مور (۱۹۹۷) این نتایج را تأیید می‌کند.

### کارآفرینان انعطاف طلب

نتایج تحقیق نشان می‌دهد که برای گروه کارآفرینان انعطاف طلب، نیاز به کار انعطاف پذیر به خاطر مسئولیت‌های زندگی به عنوان انگیزه مثبت و دارای ضریب بیشتری است.

برای این گروه از زنان، خانواده در اولویت اول جای دارد. بر اساس فرهنگ ایرانی، خانه‌داری، تربیت فرزندان و حفظ منافع همسر از وظایف اجتناب ناپذیر زنان ایرانی محسوب می‌شود و اگر زنان وظایف

مذکور را به خوبی انجام ندهند، مصالح خانوادگی‌شان به خطر می‌افتد. در واقع، نقش‌های متفاوت و متضاد و چند مسئولیتی بودن زنان، ایجاد تعادل بین کار و زندگی را می‌طلبد و زنان ایرانی ویژگی انعطاف‌طلبی را در حد بالایی دارا هستند. بسیاری از زنان به خاطر امنیت خانواده، شغل خود را ترک و کسب و کار جدیدی را آغاز می‌کنند تا بتوانند مسئولیت‌های دوگانه خود را که شامل مسئولیت‌های کاری و زندگی است، بهتر کنترل کنند و به صورت شایسته‌تری تعادل زندگی را به دست گیرند. نتایج تحقیقات اولسون و کوری (۱۹۹۲)، اسفک (۱۹۹۴)، باتر و مور (۱۹۹۷)، شبیر و گرگوریو (۱۹۹۶)، هاگز (۲۰۰۶) و آراستی (۱۳۸۵) این نتایج را تأیید می‌کند.

### نتیجه‌گیری

در این پژوهش، ابتدا انگیزه‌های زنان کارآفرین با استفاده از روش تحقیق کیفی و از طریق مصاحبه عمیق با ۱۰ زن کارآفرین شناسایی شدند. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که انگیزه‌های زنان کارآفرین ایرانی به رغم این‌که تا حدود زیادی با انگیزه‌های زنان کارآفرین در سایر کشورها شباهت دارند، ولی به دو انگیزه "نیاز به شغل مناسب" و "مهیا ساختن شرایط بهتر کاری برای آینده فرزندان و دیگر اعضای خانواده"، در مطالعات قبلی اشاره‌ای نشده است که می‌توان گفت این انگیزه‌ها مختص زنان کارآفرین ایرانی‌اند و این یکی از مهم‌ترین نتایج این تحقیق است. نرخ بالای بیکاری در میان زنان خصوصاً فارغ التحصیلان دانشگاهی، عدم دسترسی به فرصت‌های برابر شغلی، تمایل بیشتر کارفرمایان به استخدام مردان در مقایسه با زنان و فرصت‌های شغلی با پایگاه اجتماعی پایین‌تر و درآمد کمتر برای زنان سبب می‌شود "نیاز به شغل مناسب" به یکی از انگیزه‌های اصلی زنان کارآفرین ایرانی تبدیل شود. از سوی دیگر، بیکاری در میان جوانان که درصد بالایی از جمعیت کشور را تشکیل می‌دهند، زنان ایرانی را بر این امر مصمم می‌کند که کارآفرینی را به عنوان راهی برای "مهیا ساختن آینده بهتر کاری برای فرزندان و سایر اعضای خانواده" ببینند.

در مرحله دوم تحقیق با استفاده از داده‌های جمع‌آوری شده از ۶۲ پرسشنامه از زنان کارآفرین استان تهران، ۱۳ انگیزه شناسایی شده در مرحله کیفی، در ۵ گروه دسته‌بندی شدند. گروه‌ها بر اساس نوع شناسی‌های ارائه شده در تحقیقات گذشته و با توجه به ماهیت انگیزه‌های هر گروه، به نام کارآفرینان آرمان طلب، توفیق طلب، اجباری، اجتماعی و انعطاف طلب نام‌گذاری شدند.

طبق نتایج به دست آمده، زنانی که در گروه کارآفرینان آرمان طلب قرار دارند، با انگیزه شناخت و اثبات استعدادها و توانایی‌های شخصی، استقلال کاری بیشتر و نیاز به تحقق آرمان‌ها، مهیا ساختن شرایط بهتر کاری برای آینده فرزندان و دیگر اعضای خانواده، بیماری همسر یا عضوی از خانواده کسب و کاری را راه‌اندازی کرده‌اند. زنانی که در گروه کارآفرینان توفیق طلب قرار دارند، با انگیزه نیاز به پیشرفت، استقلال مالی بیشتر، رسیدن به رشد و بالندگی در اجتماع و نیاز به شغل مناسب کارآفرین

شده‌اند. زنانی که در گروه کارآفرینان اجباری قرار دارند، با انگیزه مهیا ساختن شرایط بهتر زندگی و کشف فرصت‌ها به کارآفرینی روی آورده‌اند. زنانی که در گروه کارآفرینان اجتماعی قرار دارند، با انگیزه خدمت به جامعه کسب و کاری را راه اندازی کرده‌اند و نهایتاً، زنانی که در گروه کارآفرینان انعطاف طلب قرار دارند، با انگیزه نیاز به کار انعطاف‌پذیر به خاطر مسئولیت‌های زندگی کارآفرین شده‌اند.

مطالعات کارآفرینی و خصوصاً کارآفرینی زنان در کشورهای مختلف نشان می‌دهد که توسعه کارآفرینی به مثابه استراتژی کارآمد برای حل معضل بیکاری، توسعه اقتصادی، فقرزدایی و ایجاد عدالت اجتماعی مورد توجه سیاست‌گذاران در کشورهای توسعه یافته و حتی در حال توسعه قرار گرفته است، هم‌چنین، جوامع زیادی با اتخاذ سیاست‌های حمایت از رشد و گسترش کسب و کارهای زنان در جهت استفاده بهتر از توانمندی‌های زنان و کمک به توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جوامع به نتایج قابل توجهی دست یافته‌اند. در سال‌های اخیر، توجه مسئولان و سیاست‌گذاران کشور به کارآفرینی به عنوان موتور محرکه اقتصادی کشور جلب شده است، ولی در حال حاضر، حمایت از کارآفرینی زنان و توسعه کسب و کارهای زنان به طور جدی انجام نشده است. گروه زنان کارآفرین به دلیل این‌که برخلاف شباهت‌های بسیار، تفاوت‌هایی با گروه مردان کارآفرین دارند، لازم است به طور مجزاً و هم‌چنین، با رویکرد مقایسه‌ای با مردان مورد مطالعه قرارگیرند و سیاست‌های حمایتی بر اساس نتایج مطالعات انجام شده در جهت حمایت از آنان تدوین شود. از آنجایی که فرایند توسعه کارآفرینی تحت تأثیر عوامل زمینه‌ای و ساختاری متعددی واقع می‌شود که این عوامل می‌تواند بر روی فرایند کارآفرینی، اثر تقویت‌کننده و یا تضعیف‌کننده داشته باشند، با شناخت این عوامل به خصوص صفات و ویژگی‌های ذاتی، نیازها و انگیزه‌ها می‌توان شرایط تسهیل توسعه کارآفرینی زنان را فراهم کرد. از این رو، بر اساس نتایج به دست آمده از این تحقیق، پیشنهادات زیر در راستای توسعه کارآفرینی زنان و گسترش کسب و کارهای زنان ارائه می‌شود:

- مطالعات انجام شده در حوزه کارآفرینی زنان از جمله تحقیق حاضر، نشان می‌دهند که زنان کارآفرین علاوه بر تفاوت‌هایی که با مردان کارآفرین دارند، خود نیز گروه همگنی نیستند. گروه‌های مختلف زنان با انگیزه‌های متفاوت به کارآفرینی روی می‌آورند. برخی از آنها با نیازهای اقتصادی و عدم رضایت از شغل قبلی، کارآفرین می‌شوند. برخی کارآفرینی را راهی برای فراهم ساختن آینده شغلی برای فرزندان خود می‌بینند. در حالی که بعضی دیگر برای تحقق آرمان‌هایی که از کودکی همراهشان بوده است در پی راه‌اندازی کسب و کار شخصی خودند. این تفاوت در انگیزه‌های زنان، تفاوت در سیاست‌گذاری توسعه کارآفرینی زنان را می‌طلبد. توسعه کسب و کارهای خانگی به دلیل انعطاف در ساعات کاری، مناسب آن گروه از زنانی است که به دلیل مسئولیت‌های مادرانه در پی ایجاد تعادل بین کار و خانواده‌اند. لذا، حمایت از این نوع کسب و کارها با توجه به تمایلات زنان کارآفرین گام مؤثری در توسعه کسب و کارهای زنان و در نهایت توسعه اقتصادی کشور می‌باشد. گروه دیگری از زنان کارآفرین

متماایل به فعالیت‌های اجتماعی و رفع معضلات اجتماعی‌اند. از آنجا که این نوع کارآفرینی با روحیات و گرایشات زنان سازگار است، تشویق زنان به این نوع فعالیت‌ها کمکی به توسعه رفاه اجتماعی و رفع معضلات اجتماعی کشور است.

- مسأله دیگری که در سیاست‌گذاری توسعه کارآفرینی زنان باید مد نظر قرار گیرد، دیدگاه متفاوت زنان به موفقیت کسب و کار است. مطالعات انجام شده در این حوزه نشان می‌دهند که زنان موفقیت را بیشتر در جنبه‌های درونی آن نظیر جلب رضایت مشتریان، افزایش کیفیت محصول، اثبات شایستگی‌های خود، کمک به جامعه و ... می‌بینند تا جنبه‌های اقتصادی مانند افزایش سود، رشد در بازار و تعداد کارمندان. در واقع، می‌توان گفت جنبه‌های اجتماعی کسب و کار برای زنان از اهمیت بیشتری برخوردار است. بنابراین مقایسه کسب و کارهای زنان و مردان باید با در نظر گرفتن دیدگاه متفاوت زنان به موفقیت در کسب و کار صورت گیرد و در نتیجه سیاست‌های حمایت از کارآفرینی نباید مختص گروه کسب و کارهای با رشد بالا باشد. چرا که حمایت از کسب و کارهای کوچک و بهره‌مندی از نیروی فوق العاده زنان در ایجاد و توسعه کسب و کارهای کوچک در زمینه‌های مختلف تولیدی و خدماتی در حوزه اقتصادی یا اجتماعی می‌تواند موجبات توسعه اقتصادی و اجتماعی کشور را فراهم کند.

با توجه به این که تحقیق حاضر، اولین از نوع خود در ایران است و با محدودیت‌هایی از جمله عدم وجود بانک اطلاعاتی روزآمد و کامل از زنان کارآفرین و محافظه کاری زنان کارآفرین جهت انجام مصاحبه و تکمیل پرسشنامه همراه بوده است، تحقیقات آتی در راستای نتایج این تحقیق، در زمینه‌های زیر پیشنهاد می‌شود:

- ۱- مطالعات بیشتر با رویکرد مقایسه‌ای بین زنان و مردان، زنان شهری و روستایی، زنان کارآفرین دانش آموخته دانشگاهی و غیر دانشگاهی
- ۲- پژوهش درباره نقش انگیزه‌ها در عملکرد کسب و کار
- ۳- مقایسه نقش انگیزه‌ها در موفقیت یا شکست کسب و کار

## منابع

- احمد پور داریانی، محمود (۱۳۸۷) کارآفرینی: تعاریف، نظریات، الگوها. تهران: جاجرمی.
- آراستی، زهرا (۱۳۸۵) زنان کارآفرین ایرانی؛ ساختارهای فرهنگی - اجتماعی مؤثر در ایجاد کسب و کارهای کارآفرینانه. پژوهش زنان، ۴ (۲ و ۱)، ۹۳-۱۱۹.
- استیفن، پی. رایبیز (۱۳۷۷) رفتار سازمانی: مفاهیم، نظریه‌ها و کاربردها. ترجمه علی پارسائیان و سید محمد اعرابی. تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.



- ایران نژاد پاریزی، مهدی (۱۳۸۷) مدیریت رفتار سازمانی (در عصر جهانی شدن). تهران: مدیران. سالنامه آماری کشور (۱۳۷۵) مرکز آمار ایران.
- سالنامه آماری کشور (۱۳۸۹) مرکز آمار ایران.
- سیف، علی اکبر (۱۳۷۹) روان شناسی پرورشی (روان شناسی یادگیری و آموزش). تهران: آگاه.
- صابر، فیروزه (۱۳۸۱) راه‌های توسعه کارآفرینی زنان در ایران: راهکارهای تواناسازی زنان در راستای برابری اقتصادی، اجتماعی و سیاسی در ایران. تهران: روشنگران و مطالعات زنان.
- گلد، پروانه (۱۳۸۶) ویژگی‌ها، انگیزه‌ها و اهداف ترغیب‌کننده زنان ایرانی در توسعه کسب و کار. پژوهش‌نامه بازرگانی، (۴۴)، ۲۶۷-۲۹۵.
- محمودی، رضا؛ ربیعی، شهربانو (۱۳۸۷) مقدمات روش تحقیق در علوم انسانی: راهنمای عملی در تنظیم طرح پژوهش. تهران: بال.
- هاشمی، کمال (۱۳۷۳) عناصر انگیزش مدیران صنایع ایرانی در انتخاب استراتژی‌های رشد. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شیراز.
- Adrien, M., Kirouac, H., Sliwinski, S.A. (1999). Women Entrepreneurship in Canada: All That Glitters are not gold. Universally Occasional Paper, (38).
- Belcourt, M. (1988). The Family Incubator Model of Female Entrepreneurship," *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 5(3), pp. 34-44.
- Buttner, E Holly, Moore, Dorothy P. (1997). Women s Organizational Exodus to Entrepreneurship: Self – Reported Motivation s and Correlates with Success. *Journal of Small Business Management*, 35, pp. 34-46.
- Carter, S. and T. Cannon. (1992). Women as Entrepreneurs: A Study of Female Business Owners, Their Motivations, Experiences and Strategies for Success. London: Academic Press, Harcourt Brace Jovanovich.
- Gurbuz, Gulruh. and Aykol, Sinem. (2009). Entrepreneurial Management Entrepreneurial Orientation and Turkish Small Firm Growth. *Management Research News*, 32(4), pp. 321-336.
- Hisrich R.D. and Brush C.G. (1985). Women and minority entrepreneurs: A comparative analysis, *Frontiers of entrepreneurship research*.
- Hughes, Karen D. (2006). Exploring Motivation and Success among Canadian Women Entrepreneurs, pp. 107-120.

- Kantor, Paul (2002). Promoting Women Entrepreneurship Development Based on Good Practice Programs. Working Series on Women Entrepreneurship Development and Gender in Enterprises Paper, WEDGE.
- Kelley, Donna J. Bosma, Niels Ernesto Amors José (2011). Global Entrepreneurship Monitor, 2010 Global report.
- Kepler, Erin, Shane, Scott, Heights, Shaker (2007). Are Male and Female Entrepreneurs Really That Different?. [online], <http://ideas.repec.org/p/sba/wpaper/07ekss.html>
- Lacasse, R. M. (1990). La Petite Entreprise au Canada: le cas Particulière de l'entrepreneuriat féminin dans le Secteur Manufacturier, These de Doctorat en Science de Gestion, Universite de Nice Sophia-Antipolis.
- La François, G.R. (1997). Psychology for Teaching (9th ed.): Wads worth, International Edition.
- Lerner, Miri, Brush, Candida, Hisrich, Robert (1997). Israeli Women Entrepreneurs: An Examination of Factors Affecting Performance. Journal of Business Venturing, 12, pp. 315-339.
- Longenecker, G. Moore, C. and Petty, W. (1997). Small Business Management: An Entrepreneurial Emphasis, Cincinnati, Ohio: South – Western College Pub.
- Morris, Michael H., Miyasaki, Nola N., Watters, Craig E. Coombes, Susan M. (2006). The Dilemma of Growth: Understanding Venture Size Choices of Women Entrepreneurs. Journal of Small Business Management, 44(2), pp. 221-244.
- Orhan, Muriel, Scott, Don (2001). Why Women Enter into Entrepreneurship: An Explanatory Model, Journal of Women in Management review, 16(5), pp. 232-247.
- Shabbir, Amama, Gregorio, Silvana DI (1996). AN Examination of the Relationship between Women's Personal Goals and Structural Factors Influencing Their Decision to Start a Business: The Case of Pakistan, Journal of Business Venturing, 11, pp. 507-529.
- Shane, Scott, Locke, Edwin A., Collins, Christopher J. (2003). Entrepreneurial Motivation. Human Resource Management Review, 13, pp. 257-279.
- Seifert, K.L. (1992). Educational Psychology (2d Ed.). Boston: Houghton Mifflin.

Simon, M. (2006). Women in entrepreneurship, Research Paper for Seminar in Business Strategy & International Business, March.

Stevenson, L. (1984). Against All Odds: The Entrepreneurship of Women, Journal of Small Business Management, 24(4), pp. 30–36.

Suzanne (1998). Small Business Development and gender of Owner, Journal of Management Development, 17(1), pp. 75 – 82.

Wray, T. Steven and Thronburg B. David, et al (1998). Women and Entrepreneurship in Greater Philadelphia, Pennsylvania Economy League eastern Division, November, p.11.

Archive of SID