

فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۴۴، پاییز ۱۳۸۶، ۲۹۵ - ۲۶۷

ویژگی‌ها، انگیزه‌ها و اهداف ترغیب‌کننده زنان ایرانی در توسعه کسب و کار

دکتر پروانه گلرد*

پذیرش: ۸۶/۳/۲۰

دریافت: ۸۵/۴/۴

زنان کارآفرین / توسعه کارآفرینی / انگیزه‌ها / اهداف / ویژگی‌های شخصیتی

چکیده

از دهه ۱۹۸۰، تمایل به کارآفرینی برای کاهش بیکاری رو به فزونی نهاده است زیرا با توسعه کارآفرینی فرصت‌های اقتصادی جدید ظهور یافته و کسب و کارهای جدیدی پدید آمده است.

در جامعه ما شمار فراوانی از افراد جامعه بیکارند. اما نیمی از جمعیت جامعه دارای وضعیت بحرانی‌تر است. زنان سهم ناچیزی از بازار کار ایران را دارا می‌باشند. از اینرو توسعه کارآفرینی زنان بعنوان راهی برای برون رفت از بیکاری در کشور ضروری بنظر می‌رسد. این مقاله بخشی از یافته‌های پژوهش میدانی تحت عنوان «طراحی الگوی توسعه کارآفرینی زنان در ایران» است. داده‌های این تحقیق در بین ۱۳۹ زن کارآفرین ایرانی با استفاده از پرسشنامه و مصاحبه جمع‌آوری شده است.

مقاله حاضر، به بررسی مهمترین دلایل فردی زنان ایرانی در توسعه کسب و کار پرداخته است و در نهایت پیشنهادهای لازم در ترغیب زنان به ورود زنان به کسب و کار ارائه شده است.

نتایج آزمون‌های آماری بیانگر آن است که انگیزه‌ها و اهداف ترغیب‌کننده زنان در

P_gelard@yahoo.com

* محقق کارآفرینی و استادیار دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران جنوب.

۱. گلرد، رساله دکتری (۱۳۸۳).

ورود به کسب و کار، نیاز اقتصادی، کسب قدرت و اعتبار در جامعه و دستیابی به رضایت شغلی است که از بین این عوامل، دستیابی به رضایت شغلی مؤثرترین عامل زنان در ورود به کسب و کار است. هم چنین ویژگی های شخصیتی زنان کارآفرین استقلال طلبی، خلاقیت، توفیق طلبی و انعطاف پذیری است، که از بین این ویژگی ها، مؤثرترین ویژگی در توسعه کسب و کار زنان ایرانی توفیق طلبی است.

طبقه بندی JEL: M13.

مقدمه

یکی از موضوعات اساسی در برنامه‌ریزی‌های خرد و کلان اقتصادی کشورها توجه به نیروی انسانی است. قشر عظیمی از جمعیت جهان را زنان تشکیل می‌دهند، لذا توجه به استعداد و نقش زنان 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.

زنان در زمان کوتاهی توانستند قابلیت‌ها و توانایی‌های خود را در زمینه‌های مختلف به ظهور برسانند و با ورود به عرصه کسب و کار تحولات عظیمی در توسعه اقتصادی کشورها ایجاد کنند چنانچه در آمارها مشاهده می‌شود فعالیت‌های اقتصادی زنان ۲۵ تا ۳۵ درصد کل فعالیت‌های جهانی را تشکیل می‌دهند^۱.

در حال حاضر، زنان فعال کشور ما نیز نیاز به یافتن الگوهایی دارند که آن‌ها را در یافتن مسیر زندگی کاری کمک نماید. شناسایی، عوامل تأثیرگذار می‌تواند در موفقیت فرآیند راه‌اندازی و توسعه فعالیت کارآفرینانه زنان نقش مهمی ایفا نماید.

مطالعات نشان می‌دهد که کارآفرینان دارای صفات و ویژگی‌ها، انگیزه‌ها و اهدافی هستند که نقش آنان را از سایرین متمایز می‌سازد و به عبارتی، با اتکاء به آن ویژگی‌ها و انگیزه‌ها می‌توانند کارآفرین شوند. بدون شک کارآفرین فعالیت خاصی را مطابق با ویژگی‌های روانشناختی و جمعیت‌شناختی خاص خود دنبال می‌نماید.

لذا هدف از این مقاله بررسی نقش انگیزه‌ها، اهداف و ویژگی‌های شخصیتی زنان ایرانی به منظور ارائه الگوی بومی جهت تبیین دلایل ورود زنان ایرانی به کسب و کار است که تا از این طریق بتوان موجب تسهیل و تسریع فرآیند توسعه کارآفرینی را برای زنان در کشور ایجاد نمود.

در مقاله حاضر سعی شده است تا ضمن ارائه تعریفی از کارآفرینی زنان و با استفاده از آخرین اطلاعات موجود از وضعیت کارآفرینی در جهان، ضرورت و اهمیت کارآفرینی

1. Kantor (2002).

زنان در ایران توصیف گردد و سپس ضمن تشریح مطالعات نظری انجام شده به بیان روش تحقیق و نتایج آزمون‌های توصیفی و تحلیلی، پرداخته و با تعیین مهمترین عوامل فردی تأثیرگذار بر فرآیند توسعه کارآفرینی زنان مدلی بر اساس نتایج حاصله ارائه شود و در پایان راهکارهای لازم پیشنهاد گردد.

۱. ضرورت و اهمیت کارآفرینی زنان در ایران

در حال حاضر از جمعیت ۲/۴ میلیارد نیروی کار در جهان، نیمی از این جمعیت فعال را زنان تشکیل می‌دهند.

بر اساس مرکز کارآفرینی جهان، از هر ۱۰۰ نفر در جهان ۷ زن کارآفرین می‌شوند.^۱ در آمریکای شمالی، اروپای غربی و بسیاری از کشورهای دیگر، تعداد کارآفرینان زن ظرف دهه گذشته به سرعت افزایش پیدا کرده است.^۲

در لهستان در سال ۱۹۸۹ درصد زنان صاحب کسب و کار ۲/۷ درصد بوده است. در سال ۱۹۹۱، این رقم به ۳۳ درصد و در سال ۱۹۹۵ به ۳۹ درصد رسیده است که این درصد رشد کارآفرینان در بین زنان قابل توجه است.^۳ در حال حاضر از هر پنج زن لهستانی یک نفر کارآفرین می‌باشد.^۴

زنان کارآفرین در آمریکا از سال ۱۹۹۹ - ۱۹۹۶ توانستند با ایجاد ۲۷ میلیون شغل، ۴۰ درصد مشاغل بخش خصوصی را با کسب ۳/۶ تریلیون دلار درآمد به خود اختصاص دهند و ۴۰ درصد از شرکت‌های برتر مجله فورچون مختص به آنان است.^۵ در حال حاضر در آمریکا تعداد ۹/۱ میلیون از زنان صاحب شغل هستند. ۸۰٪ جمعیت کارگران پر کار نیز در آمریکا از زنان هستند.^۶

چنانچه بین سال‌های ۱۹۹۷ - ۲۰۰۲، تعداد کسانی که در شرکت‌های متعلق به زنان

-
1. GEM, (2005).
 2. Kantor (2002).
 3. Polish, Statistical office, (1993).
 4. GEM (2005).
 5. GEM (2002).
 6. Simion (2006).

اشتغال داشتند حدود ۳۰ درصد رشد داشته است. و این شرکت‌ها حدود ۹۰۲ میلیون نفر کارمند دارند. در انگلستان از هر چهار زن، یک نفر مشاغل جدید را آغاز می‌کند. در فرانسه، آلمان، ایتالیا و سایر نظام‌های اقتصادی پیشرفته، شرکت‌هایی که مدیریت آن‌ها با زنان است، افزایش سریعی پیدا کرده‌اند.^۱

فعالیت‌های کارآفرینی زنان در انگلستان از ۳/۳٪ در سال ۲۰۰۲ به ۳/۹٪ در سال ۲۰۰۴ رشد کرده است.^۲ سرعت رشد فعالیت‌های کارآفرینی زنان در کانادا نیز، رو به افزایش است تعداد شرکت‌های تحت اختیار زنان بیش از یک سوم مشاغل تجارت‌های کشور کانادا است و برای ۱/۷ میلیون نفر کانادایی شغل ایجاد کرده است.^۳

امروزه در بسیاری از کشورهای در حال توسعه مانند پاکستان، هندوستان، مالزی، اندونزی و... نیز، کارآفرینی زنان مورد توجه خاصی قرار گرفته 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.^۴

در کشور با آنکه برای اولین بار در تاریخ ایران با گروه عظیمی از زنان روبرو هستیم که بر خلاف همه ادوار گذشته صاحب سواد و حتی تحصیلات عالی هستند چنانچه در سال‌های اخیر بیش از ۶۴ درصد ورودی دانشگاه‌ها را زنان و دختران به خود اختصاص داده‌اند. اما بر اساس آمارهای منتشره از سوی مرکز آمار ایران، میزان بیکاری زنان از ۱۴ درصد در سال ۱۳۷۵ به ۱۷/۱ درصد در سال ۱۳۸۳ رسیده است و با آنکه تحول مثبت و چشمگیر زنان بسیار فراتر از مردان بوده است اما نرخ بیکاری در سال ۱۳۸۲، در بین مردان ۹/۸ درصد و بین زنان ۲۰/۵ درصد و در سال ۱۳۸۳ این نسبت به ۹ برای مردان و ۱۷/۸ درصد برای زنان کاهش یافته است. نرخ بیکاری در سال ۱۳۸۳ در زنان تقریباً دو برابر مردان اعلام شده است.^۵

1. Zimny (2003).

2. GEM (2005).

3. Adrien, Kirouac & Sliwinski (1999).

4. Kantor, (2002)

۵. سالنامه آماری (۱۳۸۲ و ۱۳۸۳).

بر همین اساس زنان تنها ۱۲ درصد از مشاغل مزد بگیری را دارا هستند و اشتغال زنان در بخش دولتی و عمومی کاهش یافته است به طوری که در سال ۱۳۷۶، ۳۳ درصد، و در سال ۱۳۸۳ به ۳۱ درصد رسیده است. فعالیت اقتصادی زنان در حوزه کارفرمایی نیز در سال ۱۳۷۶ فقط ۰/۷ درصد، و در سال ۱۳۸۲، ۱/۲ درصد و در سال ۱۳۸۳، با افزایش نامحسوسی به ۱/۳ درصد رسیده است. گروه عمده فعالیت در بخش کشاورزی، صنعت و خدمات در بین زنان در سال ۱۳۸۲ به ترتیب ۲۷/۲ درصد، ۲۶/۴ درصد، ۴۶/۴ درصد بوده است. این نسبت‌ها برای زنان در سال ۱۳۸۳ با افزایش فعالیت در بخش کشاورزی و کاهش در بخش خدمات و صنعت مواجه بوده است و به ترتیب به ۳۲/۵ درصد، ۲۴/۳ درصد و ۴۳/۳ درصد رسیده است.^۱

از سوی دیگر دولت بنا بر قانون اساسی و نیز برنامه‌های تصویب شده قصد دارد که حجم خود را کوچک کرده و از تعداد کارکنانش بکاهد. تجربه‌های جهانی هم نشان داده است که دولت بهتر است اقتصاد را به خود مردم و نیروهای بازار واگذار کند، اما در این مسیر دولت باید ساز و کارهای لازم را برای فعالیت آزادانه و رقابتی همه نیروها، خاصه نیروهای کارآفرین، فراهم سازد و به ویژه ضروری است از زنان که بنا به عرف و عادت جامعه کمتر در صحنه‌های اقتصادی حضور داشته‌اند، حمایت‌های بیشتری نماید، چرا که بنا بر نکات پیش گفته زن ایرانی امروز، یک نیروی عقب افتاده و بیسواد و فاقد مهارت نیست. بلکه نیروی بالنده‌ای است که لااقل در عرصه آموزش عالی بر مردان سبقت گرفته و نمی‌توان سرمایه‌گذاری‌های کلانی را که برای آموزش آن‌ها صرف شده و می‌شود نادیده گرفت و بی‌نتیجه رها کرد.

بنابراین در راستای سیاست «کاهش تصدی‌گری دولت» لازم است که نقش دولت‌ها از ایجادکننده کار و کارفرما به فراهم ساختن زمینه در 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 زنان در ایران

۱. سالنامه آماری (۱۳۸۴).

فراهم گردد. در همین راستا شناخت مجموعه عواملی که زمینه مشارکت هر چه بیشتر زنان ایرانی را در عرصه فعالیت‌های کارآفرینی فراهم می‌سازد، ضروری بنظر می‌رسد.

۲. مفاهیم کارآفرینی

واژه کارآفرین از ادبیات اقتصادی کشور فرانسه در قرن‌های ۱۷ و ۱۸ میلادی اقتباس شده است. این واژه اشاره به کسی دارد که با استفاده از فرصت‌ها و قبول ریسک در پی افزایش سود، مسئولیت یک فعالیت یا پروژه مهم را بر عهده می‌گیرد.^۱ در قرن بیستم شومپتر کسی بود که کارآفرینی را تخریب سازنده نامید و کارآفرینان را مبتکران و نوآوران می‌دانست که با ایجاد بازارهای جدید و فراهم کردن روش‌های نوین در انجام دادن کارها، اقتصاد را تغییر می‌دهند. در نتیجه کارآفرینان افرادی هستند که با بهره‌برداری از فرصت‌ها و بسیج منابع ارزش‌های اقتصادی و اجتماعی جدیدی را خلق می‌نمایند.^۲

مرکز کارآفرینی جهانی، کارآفرینی را فرآیند توانایی جمع‌آوری منابع ضروری و لازم برای سرمایه‌گذاری بر روی فرصت‌های شغلی جدید و رشد پی‌درپی کسب و کارهای مبتکرانه تعریف می‌کند و کارآفرینان را این‌گونه توصیف می‌نماید: "افرادی که خلاقیت خود را با روش‌های مختلف تجارت ادغام می‌کنند تا با تبلیغ محصولات و خدمات جدید شرکت‌های خود را به رشد بالا برسانند."^۳

کارآفرینی یک فرآیند پویا است که به وسیله آن افراد دائماً فرصت‌های اقتصادی را تعریف می‌کنند و بر مبنای آن به توسعه، تولید و فروش کالاها و خدمات می‌پردازند این فرآیند مستلزم ویژگی‌هایی مانند اعتماد به نفس، توانایی ریسک کردن، و تعهد شخصی می‌باشد.^۴

در طی ۲۵ سال گذشته در رابطه با کارآفرینی زنان تحقیقاتی صورت گرفته است اما تعداد آن‌ها بسیار محدود می‌باشد. با توجه به محدود بودن تحقیقات، تعریف درباره

1. Littuen (2000).

2. Liewellyn & Lawto(2000).

3. Gem,(1999).

4. Comision Europ (1988)

کارآفرینی زنان نیز بسیار محدود می‌باشد. یکی از محدود تعاریف ارائه شده توسط پرفسور لاوی است او کارآفرینی زنان را اینچنین تعریف می‌نماید:

”شخصی که به تنهایی، یا با مشارکت کسب و کاری را ایجاد کرده، و یا از طریق ارث کسب و کاری را پذیرفته و با قبول خطرات مالی به منظور ورود به کسب و کاری مسئولیت‌های اجتماعی و اداری و مالی را می‌پذیرد و با خلاقیت و نوآوری محصولات جدیدی را ایجاد و تولیدات جدید را گسترش می‌دهد تا در بازار خرید و فروش بر رقبا غلبه یابد.“^۱

۳. چارچوب نظری

پدیده کارآفرینی، مفهومی بین رشته‌ای است که از دیدگاه‌های مختلف مورد مطالعه، تعدادی از اقتصاددانان، روانشناسان و جامعه‌شناسان قرار گرفته است. این بررسی‌ها منجر به ارائه تئوری‌ها، نظریات و مدل‌های متفاوتی شده است.

روانشناسان در اواسط قرن بیستم توجه خود را به فرد معطوف داشتند و اکثر آن‌ها به دنبال کشف پاسخ این سؤال بودند که کدام ویژگی‌های فردی است که کارآفرین را از غیر کارآفرین متمایز می‌سازد. در واقع تلاش آنان دستیابی به ویژگی‌های مشخص کارآفرینان بوده است. هدف روانشناسان، کشف ویژگی‌هایی بود که زیربنای رفتار و موفقیت کارآفرینان را شکل می‌دهد. تحقیقات آنان بر اساس افرادی است که قادر به تأسیس یا رشد شرکت‌های جدید و موفق شده‌اند. آن‌ها ویژگی‌هایی همچون نیاز به موفقیت، کنترل درونی، مخاطره‌پذیری، تحمل ابهام، استقلال طلبی، اتکاء به نفس و مسئولیت‌پذیری را مورد توجه قرار داده‌اند. از جمله اولین محققین استوارت میل است که ضمن ابداع واژه کارآفرینی در ادبیات انگلیسی، اولین فردی است که عامل مخاطره‌پذیری را بعنوان عامل اصلی تمایزکننده بین مدیر و کارآفرین معرفی نمود. شومپتر نیز بر این عقیده بود که خلاقیت و نوآوری ویژگی اصلی تلاش‌های کارآفرینان می‌باشد.

در قرن بیستم بعضی از روانشناسان از جمله دیوید مک‌کلند معتقد است که در انسان

1. Lavoie (1995).

سه نیاز وجود دارد نیاز به توفیق طلبی، نیاز به قدرت و نیاز عاطفی یا احساس تعلق. مک کلند با تحقیقات خود چنین نتیجه‌گیری کرد که نیاز به توفیق در افرادی که فعالیت‌های اقتصادی خود را آغاز می‌نمایند، بالاتر است.^۱

نظریه انگیزه کار، بسیار مشابه نظریه نیاز به توفیق طلبی مک کلند است. آنچه ماینر و همکارانش انجام داده‌اند، در جهت تبدیل مفهوم مک کلند به نظریه کار بود، نظریه کار بیشتر بر مفاهیم کلی نقش کارآفرینان تأکید می‌کند. بدین منظور، براساس این نظریه، انگیزه توفیق طلبی به پنج الگوی انگیزه‌ای جداگانه تقسیم می‌شود. توفیق طلبی شخصی، ریسک‌پذیری، بازخورد از نتایج، خلاقیت شخصی و برنامه‌ریزی برای آینده. این پنج انگیزه مختلف می‌توانند جایگزین یکدیگر شوند.^۲

اساس کار مک کلند، تنها مبتنی بر نیاز به توفیق طلبی بود، روشی که مک کلند و همکارانش مطالب خود را در جهت نیاز به توفیق درجه‌بندی کردند شامل مقداری ریسک کردن، بازخورد و خلاقیت می‌گردید. ولی این عوامل هرگز به صورت جداگانه در نظر گرفته نمی‌شدند.

نظریه انگیزه کار، ارزیابی جداگانه هر کدام از این پنج عامل در نقش کارآفرینی را ممکن می‌کند. براساس نظریه کار، عوامل پیش‌برنده و بازدارنده مؤثر در کار، در نظر گرفته می‌شود. کنترل بر رفتار فرد با معیارهای حرفه‌ای اعضای گروه همسان، و فقط از جانب خود شخص و روشی که کارش ساختار یافته است، انجام می‌پذیرد.^۳

شخص کارآفرین انتظار پاداش مالی، اعتبار اجتماعی و رضایت شخصی دارد. در عین حال، تهدید شکست کاری و ورشکستگی را نیز تجربه می‌کند. معمولاً نظریه انگیزه کاری در ارتباط با میزان مناسب میان انگیزه شخصی و سازمان است. در این مورد بررسی اندازه متعادل انگیزه کارآفرین و نقش کارآفرینی ضروری است. هر مقداری که این میزان از مرکز دور باشد، کارآفرین در آستانه شکست در کار و ورشکستگی است.

ماینر و همکارانش با استفاده از این پنج انگیزه، کارآفرینی را به طور گسترده مورد

۱. احمدپور (۱۳۸۱).

2. Lock & Henne (1986).

3. Miner et. al, (1989).

مطالعه قرار دادند و به موفقیت‌های چشمگیری در پیش‌بینی نتایج کارآفرینی دست یافتند.^۱

۳. مروری بر مطالعات تجربی انجام شده

در ایران تا کنون تحقیقی بر روی انگیزه‌ها و اهداف زنان کارآفرین انجام نشده است و این تحقیق اولین مطالعه سیستماتیک در ایران می‌باشد. اما تحقیقات بسیاری درباره انگیزه‌ها، اهداف و ویژگی‌های شخصیتی زنان کارآفرین در کشورهای مختلف انجام شده است که بطور اختصار به بعضی از آن‌ها اشاره می‌گردد.

تحقیقات مرکز کارآفرینی جهانی (GEM) انگیزه‌هایی را که در مردان و زنان منجر به کارآفرینی می‌شود را به دو دسته تفکیک می‌کند کارآفرینی بر اساس فرصت و اجبار. کارآفرینی بر اساس فرصت زمانی شکل می‌گیرد که افراد از فرصت‌های موجود بهره‌برداری نمایند و کارآفرینی بر اساس اجبار و نیاز هنگامی است که افراد به علت نبود گزینه شغلی بهتر و نیاز اقتصادی مجبور به کارآفرینی می‌گردند. چنانچه نرخ فعالیت‌های کارآفرینی زنان در کشورهای با درآمد بالا و درآمد متوسط و پایین تا حد زیادی تحت تأثیر فرصت‌ها و انگیزه‌ها است. 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.^۲

برای تعدادی از زنان مالکیت در یک کسب و کار، بیشتر از آن که نتیجه یک تغییر 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 چشم 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 یک دوست و یا عضو خانواده و یا همسر،

1. Tullar (2001).

2. Gem (2006).

انگیزه دیگری برای شروع کسب و کار می‌باشد.^۱

هم چنین 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.^۲

در تحقیقات اسفک، انگیزه و اهداف زنان و مردان در ایجاد کسب و کار و کارآفرینی، تمایل به خود رئیس بودن، رضایت شغلی و دستیابی به سود مالی، بیان شده است. اما دلایلی مانند متکی بودن به خود، کنترل فعالیت‌های کاری، عبور از سقف شیشه‌ای در مشاغل استخدامی، نیاز به الگوهای انعطاف‌پذیر جهت تعادل در زندگی را مختص به زنان کارآفرین می‌داند.^۳

هیسریچ و پیترز در تحقیقاتی که در سال ۱۹۹۶ انجام داده‌اند، مهمترین انگیزه زنان کارآفرین را استقلال‌طلبی بیان می‌کنند.^۴ زنان با شروع و اداره یک فعالیت اقتصادی، خصوصیات مثبت، نظیر اعتماد به نفس، تجربه تصمیم‌گیری، حس کنترل زندگی را در خود تقویت می‌کنند و این نتایج موجب خلاقیت هرچه بیشتر و ارتقاء رفاه آنان می‌گردد.^۵ استانگر (۱۹۹۰) ویژگی‌های زنان کارآفرین را چنین بیان می‌کند، کنترل دورنی بالا که سبب کنترل کلیه فعالیت‌های زنان می‌گردد، لذت‌جویی تمایل ندارند تا برای شروع کار خود پول قرض نمایند. در پژوهش دیگری که توسط کولرت و ابری (۱۹۹۰) انجام شد علاقه‌مندی به کار و تمایل به کنترل شرایط کار، بیشتر از تمایل به ریسک‌پذیری، در زنان کارآفرین مشاهده گردید.^۶

دهلین و مالوترا (۱۹۹۳) نیز به پژوهش درباره وضعیت زنان کارآفرین پرداختند. ویژگی‌های کارآفرین مانند ریسک‌پذیری، تصمیم‌گیری، استقلال، برنامه‌ریزی و مدیریت را مورد بررسی قرار دادند. آنان به این نتیجه رسیدند که زنان خواستار آزادی عمل و کسب درآمد بودند، در دستیابی به خواسته‌هایشان اصرار می‌ورزند و عموماً زنان کارآفرین

1. Wray & Thronburgh (1998).

2. Brush (1992).

3. Esfc (1994).

4. Benntt & Dann (2000).

5. Kantor (2002).

6. Miskin & Rose (1990); Stanger (1990).

ریسک‌پذیرند، اما قدرت و مسئولیت را به دیگران نمی‌سپارند.^۱ نتایج بررسی ارتوبی حاکی از آن بود که زنان کارآفرین در فعالیت‌های شغلی و نرخ ریسک‌پذیرشان، خود را متوسط می‌دانستند، آنان بیشتر از کسب سود به موفقیت خود اهمیت می‌دهند و نمی‌خواهند وجهه مثبت خود را در جامعه از دست بدهند.^۲ تحقیقات در آمریکای شمالی نیز نشان داد که نیاز به استقلال طلبی، توفیق طلبی، انعطاف‌پذیری، دستیابی به رضایت شغلی، و نیاز اقتصادی از مهمترین عوامل تأثیرگذار بر انگیزش زنان در شروع کسب و کار می‌باشد.^۳

نتایج تحقیقات سیمون درباره زنان و کارآفرینی که در سمینار کسب و کار بین‌المللی در سال ۲۰۰۶ ارائه گردید نیز نشان داد که اکثر زنان کارآفرین دارای ویژگی‌های خوداتکایی، استقلال طلبی، انعطاف‌پذیری، کنترل درونی و ریسک‌پذیری هستند اما میزان ریسک‌پذیری و اعتماد به نفس آنها کمتر از مردان کارآفرین است و عواملی مانند درآمد ناکافی، نارضایتی از شغل حقوق‌بگیری، بیکاری، و منعطف بودن کارآفرینی سبب ورود زنان به کارآفرینی شده است و اکثر زنان دارای تحصیلات عالی، مهارت‌های ادراکی و تجربه قبلی در کسب و کار خود هستند.^۴

چنانچه اشاره شد دلایل متعددی در ورود زنان به کارآفرینی وجود دارد به طور کلی انگیزه‌ها و اهداف زنان کارآفرین را می‌توان به شکل ذیل خلاصه نمود:

- دستیابی به استقلال
- مهیا ساختن شرایط بهتر زندگی
- اجتناب از فقر
- به دست آوردن قدرت و اعتبار در جامعه
- تأمین شرایط مطلوب زندگی شخصی در زمان سالمندی
- مفید بودن برای جامعه و سایر افراد
- عدم رضایت از شغل قبلی

1. Dhillon & Malhotra (1993).

2. Ertubey (1993).

3. Djiver (2006).

4. Simion (2006).

- شناخت و بروز استعدادها و توانایی‌های شخصی^۱
مهمترین ویژگی‌های شخصیتی زنان کارآفرین عبارتند از:

- با ثبات بودن
- انعطاف‌پذیری
- استقلال‌طلبی
- پویایی
- صبور بودن
- توفیق‌طلبی
- سخت‌کوشی
- توانایی برای مقابله با محیط‌های اجتماعی و اقتصادی
- روابط عمومی خوب
- خلاقیت.^۲

۴. طرح مسئله تحقیق

بر اساس مطالعات انجام شده، این پژوهش نیز به دنبال پاسخ به دلایل فردی توسعه کسب و کار زنان در ایران است؛ از اینرو پرسش‌های اساسی که در این رابطه مطرح می‌باشد عبارتند از:

۱. چه نیازها، انگیزه‌ها و اهدافی سبب ورود زنان ایرانی به کسب و کار می‌شود؟
۲. زنان ایرانی با چه ویژگی‌های شخصیتی کارآفرین می‌شوند؟
۳. مؤثرترین ویژگی‌های شخصیتی، انگیزه‌ها و اهدافی، که سبب توسعه کارآفرینی زنان می‌شود، چیست؟
۴. مهمترین پیشنهادها در تقویت و ترغیب دلایل فردی زنان در ورود به کسب و کار کدامست؟

1. Ylinen Papa & Chechrnia (2002).

2. Hisrich (2002)

۵. روش تحقیق

۵-۱. روش جمع آوری اطلاعات و تجزیه و تحلیل داده‌ها

این پژوهش از نوع پژوهش‌های کاربردی و روش آن توصیفی، پیمایشی است. به منظور دستیابی به اطلاعات مورد نیاز تحقیق، از مطالعه اسناد و منابع موجود داخلی و خارجی، مصاحبه و پرسشنامه استفاده شده است. در این تحقیق جهت جمع آوری اطلاعات مربوط به تدوین ادبیات تحقیق و تنظیم پرسشنامه‌ها از مطالعات کتابخانه‌ای و برای دستیابی به اطلاعات واقعی کارآفرینان مورد مطالعه و نظرات خبرگان از پرسشنامه و مصاحبه استفاده شده است.

۵-۲. متغیرهای تحقیق

در این تحقیق نیازها و انگیزه‌های زنان کارآفرین با متغیرهای نیاز اقتصادی، نیاز امنیت و اهداف آنان با دستیابی به رضایت شغلی و کسب قدرت و اعتبار در جامعه و ویژگی‌های شخصیتی‌شان با ویژگی‌های توفیق طلبی، استقلال طلبی، خلاقیت، ریسک‌پذیری و انعطاف‌پذیری توصیف شده است.

۵-۳. خصوصیات جامعه آماری

جامعه آماری این تحقیق شامل زنانی است که کسب و کاری را تأسیس و اداره می‌نمایند و حداقل یکسال از فعالیت آن‌ها گذشته باشد، تعداد کارکنان آنان حداقل یک یا بیشتر باشد و دارای فروش یا سود در محصولات خود باشند.

۵-۴. حجم جامعه آماری

در این تحقیق، آماری از تعداد زنان کارآفرینان ایرانی موجود نبود لذا جهت تعیین حجم نمونه مورد بررسی از آزمون مقدماتی بهره گرفته شد. به همین منظور ۲۰ عدد پرسشنامه توزیع گردید. در سطح اطمینان ۹۵٪ با حداکثر میزان خطای استاندارد در بین متغیرهای پیش‌آزمون که در این تحقیق حداکثر خطای مزبور (۰/۸۷٪) برآورد شده است، حجم (نمونه آماری) مورد بررسی، ۱۳۳ بدست آمد.

برای اطمینان از روایی ابزار اندازه‌گیری، از دو روش اجرای پیش‌آزمون و نظرسنجی از خبرگان استفاده شده است. در روش پیش‌آزمون ۲۰ پرسشنامه بین ۱۵ زن کارآفرین و ۵ نفر از کارشناسان آمار و کارآفرینی توزیع شد و به منظور کسب نظر خبرگان کارآفرینی پرسشنامه‌ای برای ۳۰ نفر از آنان ارسال شد. بر اساس اطلاعات بدست آمده از این دو روش اصلاحات مورد نیاز اعمال گردید.

محاسبه ضریب پایایی (اعتبار) پرسشنامه با استفاده از نرم افزار SPSS و با روش آلفای کرونباخ اندازه‌گیری شده است که اعتبار و روایی پرسشنامه خبرگان برابر ۰.۹۱٪ و اعتبار پرسشنامه زنان کارآفرین ۰.۸۵٪ برآورد شده است. پس از کسب اطمینان از بالا بودن پایایی و اعتبار پرسشنامه‌ها نسبت به تکمیل آن‌ها اقدام شد.

با توجه به احتمال بی‌پاسخ ماندن برخی از پرسشنامه‌ها و یا ارائه پاسخ‌های غیردقیق و ناکافی ۲۵۰ پرسشنامه از دو طریق توزیع و جمع‌آوری شد.

ابتدا با مراجعه به دفتر بانوان وزارت کشور که در اجرای برنامه آموزشی خود، ۱۵۰ زن کارآفرین را از سراسر کشور شناسایی کرده بودند تعداد ۱۵۰ پرسشنامه از طریق آن دفتر ارسال گردید که ۷۰ پرسشنامه قابلیت تحلیل داشت. لذا در مرحله بعد با مراجعه به وزارت بازرگانی، وزارت صنایع، وزارت تعاون، اتحادیه‌های صنوف مختلف، سازمان صنایع کوچک و سایر مراجع ذیربط در زمینه کسب و کار، لیستی از زنان صاحب کسب و کار تهیه گردید. به منظور اطمینان از کارآفرین بودن زنان با هر یک از آنان مصاحبه‌ای انجام شد و بانک اطلاعاتی از آنان تهیه و سپس با استفاده از روش تصادفی ساده ۱۰۰ نفر از آنان در سراسر کشور انتخاب و پرسشنامه‌ها بین آنان توزیع شد که ۶۹ پرسشنامه قابل بررسی بود. بنابراین از مجموع پرسشنامه‌های توزیع شده در دو مرحله، ۱۳۹ از آنان قابل ارزیابی تشخیص داده شد و مورد تحلیل قرار گرفت.

پرسشنامه تحقیق، مرکب از دو بخش است. بخش اول سئوالات مربوط به مشخصات فردی زنان کارآفرین و بخش دوم نیازها انگیزه‌ها، ویژگی‌های شخصیتی و اهداف زنان را بررسی می‌نماید.

ویژگی‌های شخصیتی، بر اساس تست‌های شخصیتی زنان کارآفرین سنجیده شده‌اند.

این آزمون‌ها از تحقیقات انجام شده در کشورهای مختلف اقتباس^۱ و سپس با استفاده از نظر کارشناسان بر اساس وضعیت اجتماعی و فرهنگی کشورمان بومی شده است. در این تحقیق جهت بومی کردن سئوال‌ات مربوط به ویژگی‌های شخصیتی زنان کارآفرین با گروهی از متخصصین روانشناسی که در مرکز کارآفرینی دانشگاه امیرکبیر تحقیقی درباره ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان در ایران انجام داده‌اند^۲ بحث و تبادل نظر گردید و بر اساس نظر آنان از میان سئوال‌ات تعدادی انتخاب گردید و یا تغییراتی در آن داده شد، سپس سئوال‌ات به خبرگان کارآفرینی داده شد و اصلاحات لازم بر مبنای نظرات خبرگان انجام شد. مقیاس سنجش در پرسشنامه از نوع طیف پنج گزینه‌ای لیکرت می‌باشد.

۵-۵. آزمون‌های آماری: تجزیه و تحلیل اطلاعات

برای تجزیه و تحلیل اطلاعات از نرم‌افزار آماری SPSS استفاده شده است. در تجزیه و تحلیل اطلاعات ابتدا آزمون فراوانی‌های شاخص‌های مرکزی از قبیل فراوانی‌ها، میانگین‌ها و انحراف معیار و درصدهای فراوانی، محاسبه و استخراج شده است. در توصیف متغیرهای جمعیت شناختی از تحلیل توصیفی و به منظور تحلیل داده‌ها، و جهت پاسخگویی به سئوال‌ات تحقیق از آزمون‌های آماری زیر بهره گرفته شده است. از آزمون دو جمله‌ای جهت تعیین انگیزه‌ها، نیازها و ویژگی‌های شخصیتی زنان کارآفرین و برای تعیین اولویت هر یک عوامل در میزان تأثیرگذاری بر توسعه کارآفرینی زنان از آزمون تحلیل واریانس فریدمن بهره برده‌ایم.

۶. تحلیل نتایج

۶-۱. توصیف وضعیت زنان کارآفرین ایرانی

بررسی نتایج توصیفی نشان داد که میانگین سنی زنان کارآفرین ۳۷ سال بود که اکثریت کارآفرینان در رده سنی ۳۵-۲۶ بودند. اکثریت قابل ملاحظه‌ای از آنان، دارای تحصیلات

1. Langan-Fox, Janice (1995); Zenaida, S. (2000); Liraz Publishing Co. (2003);
www.Trans4mind.com \Personality, Lovelace, Msw, (2003).

۲. احمد پور (۱۳۸۲).

عالیه بودند که ۶۷/۱ درصد از زنان کارآفرین تحصیلات دانشگاهی داشتند. ۴۶ درصد از آن‌ها مدرک لیسانس و ۱۱ درصد از آن‌ها مدرک فوق لیسانس یا دکترا داشتند و حدوداً ۳۲/۸ درصد نیز تحصیلات در سطح دیپلم یا پایین‌تر از دیپلم را دارا بودند. در میان کارآفرینانی که تحصیلات دانشگاهی داشتند، ۵۶/۴ درصد در رشته علوم انسانی و بقیه در رشته علوم پایه (۱۷/۱ درصد)، فنی مهندسی (۶/۲ درصد)، هنر و طراحی (۱۴/۱ درصد)، تحصیلات خود را گذرانده بودند. دوره‌های آموزشی که کارآفرینان گذرانده بودند، به طور متوسط ۵/۵ ماه بود که فقط ۱۲/۸ درصد از زنان کارآفرین این دوره‌ها را مرتبط با کسب و کار خود آموزش دیده بودند. همچنین مهارت‌های مدیریتی زنان کارآفرین شامل مهارت‌های ادراکی (۹۶ درصد)، مهارت‌های انسانی (۹۳ درصد) و مهارت‌های فنی (۹۲ درصد) بوده است. زنان کارآفرین در این بررسی (۷۸/۵ درصد) تجربه قبلی در کسب و کار داشته‌اند که از این تعداد ۵۶/۵ درصد بیش از ۵ سال و ۴۰/۷ درصد بیش از ده سال دارای تجربه بودند و فقط ۲۱/۵ درصد شغل فعلی‌شان اولین کار آن‌ها بود. اکثریت زنان در این بررسی متأهل بودند (۶۲/۴ درصد) فقط ۲۶/۸ درصد از آن‌ها ازدواج نکرده بودند، ۴/۳ درصد از همسرانشان متارکه نموده‌اند (۶/۵ درصد) و همسرشان فوت شده بود. نتایج بررسی‌ها نشان می‌دهد که ۴۷ درصد از پدران زنان کارآفرین، کسب و کار مستقل داشتند، تعداد کمی از کارآفرینان مادرشان کارفرما بودند (۴/۷ درصد) و بیشتر آنان (۸۶ درصد)، مادران خانه‌دار داشتند. همسران زنان کارآفرین نیز اکثریت کارفرما بودند (۵۷/۷ درصد) و فقط ۴۰ درصد از کارآفرینان همسرانشان در بخش دولتی شاغل بودند.

۷. ویژگی‌های کسب و کار زنان کارآفرین

سن متوسط کسب و کار زنان در این بررسی ۹ سال بود. اکثریت زنان در این مطالعه، فعالیتشان در بخش خدمات (۶۲ درصد) متمرکز بود و فقط ۳۸ درصد در بخش تولیدی فعالیت داشتند. تعداد کارکنان زنان کارآفرین در آغاز فعالیتشان بطور متوسط ۹ نفر بود که تعداد آنان در حال حاضر به ۲۳ نفر بطور متوسط افزایش یافته است.

اکثریت قابل ملاحظه‌ای از پاسخ‌دهندگان در کسب و کار خود، با دیگران مشارکت داشتند (۷۶/۵ درصد) که در میان آنان ۵۵/۲ درصد با اعضای خانواده خود و ۴۴/۸ درصد نیز با بستگان یا دوستان خود مشارکت داشتند. بررسی اجمالی میزان فعالیت زنان کارآفرین در عرضه محصولات یا خدمات نشان‌دهنده آن است که بسیاری از زنان کارآفرین، محصولات و خدمات خود را به بازارهای محلی ارائه می‌دادند (۴۵ درصد) و کمترین میزان عرضه را در بازارهای استانی (۴/۵ درصد) داشتند.

بطور کلی بر اساس نتایج توصیفی بدست آمده سابقه آموزشی زنان کارآفرین نشان‌دهنده تمرکز زیاد آنان در مشاغلی است که در آن سابقه آموزشی بالایی را دارا هستند. فعالیت زنان کارآفرین در این بررسی بیشتر در بخش خدمات است که با رشته تحصیلی و دوره‌های آموزشی آنان ارتباط معناداری نشان می‌دهد. این نتایج اهمیت مهارت‌های مدیریتی به ویژه توانایی در ارائه ایده و سر و کار داشتن با مردم را که ارتباط نزدیکی با عملکرد کارآفرینان زن دارد، بیان می‌کند. ضمن آنکه نتایج تحقیقات برآش و هیسریچ، میسکین، رز و باتنر و سیمون نتایج این بررسی را تأیید می‌کند.^۱

همچنین نقش پدران و همسران کارفرما در زندگی زنان کارآفرین ایرانی به عنوان الگوی نقش، تاثیر بسزایی در توسعه کارآفرینی آنان داشته است. تعداد زیادی از زنان کارآفرین ایرانی، کسب و کار خود را با مشارکت خانواده و نزدیکان اداره می‌نمایند و تنها یک درصد با غیر از نزدیکان خود مشارکت داشتند. نتایج تحقیقات دهالیوال و زابیلدوسکی و سیمون، این نتایج را تأیید می‌نماید.^۲

۸. یافته‌های تحلیلی

با استفاده از آزمون‌های دو جمله‌ای ذیل در سطح اطمینان ۹۵٪ اهداف، انگیزه‌ها، و ویژگی‌های شخصیتی زنان کارآفرین بررسی و تحلیل شده است. نتایج آزمون‌های دو جمله‌ای در جدول ذیل قابل مشاهده است.

1. Brush & Hisrich, (1991); Miskin & Rose (1990), Buttne(199۳), Simion (2006).

2. Dhaliwal, (1993); Zabudovsky. (2002), Simion (2006).

جدول ۱- آزمون دوجمله‌ای مربوط به انگیزه‌ها، اهداف و ویژگی‌های شخصیتی مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان ایرانی

ردیف	عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی زنان	احتمال مشاهده شده	سطح آزمون	سطح معنی‌داری	میزان خطا	نتیجه آزمون
۱	نیاز اقتصادی	۰/۷۱	۰/۵۰	۰/۰۰۰	۰/۰۵	پذیرش H.
۲	دستیابی به رضایت شغلی	۰/۹۸	۰/۵۰	۰/۰۰۰	۰/۰۵	پذیرش H.
۳	کسب قدرت و اعتبار در جامعه	۰/۹۱	۰/۵۰	۰/۰۰۰	۰/۰۵	پذیرش H.
۴	نیاز به امنیت	۰/۵	۰/۶۰	۰/۱۴۴	۰/۰۵	عدم پذیرش H.
۵	خلاصیت	۰/۹۵	۰/۵۰	۰/۰۰۰	۰/۰۵	پذیرش H.
۶	استقلال طلبی	۰/۶۱	۰/۵۰	۰/۰۱۹	۰/۰۵	پذیرش H.
۷	ریسک پذیری	۰/۴۵	۰/۵۰	۰/۲۷۹	۰/۰۵	عدم پذیرش H.
۸	انعطاف پذیری	۰/۸۶	۰/۵۰	۰/۰۰۰	۰/۰۵	پذیرش H.
۹	توفیق طلبی	۰/۹۹	۰/۵۰	۰/۰۰۰	۰/۰۵	پذیرش H.

در سطح اطمینان ۹۵ درصد سطح معنی‌داری آزمون مربوط به عوامل ریسک‌پذیری و نیاز به امنیت بزرگتر از میزان خطاست لذا فرض H_0 پذیرفته نمی‌شود. از طرف دیگر چون در سطح اطمینان ۹۵ درصد سطح معنی‌داری آزمون مربوط به نیاز اقتصادی، دستیابی به رضایت شغلی، کسب قدرت و اعتبار در جامعه، خلاصیت، استقلال‌طلبی، انعطاف‌پذیری، توفیق‌طلبی کوچکتر از میزان خطاست و همچنین احتمال مشاهده شده بزرگتر از احتمال آزمون است پس می‌توان ادعا کرد که این عوامل جز ویژگی‌ها و انگیزه‌های زنان کارآفرین ایرانی محسوب می‌شوند.

با توجه به تحقیقات انجام شده در سایر کشورها و نتایج بدست آمده می‌توان اذعان

داشت که انگیزه بسیاری از زنان کارآفرین برای شروع کسب و کار، نیاز اقتصادی است. زنان به منظور ایجاد درآمد و تأمین هزینه‌های زندگی خود و خانواده، رفاه فرزندان و به علت کمی درآمد همسر، طلاق و یا فوت همسر کسب و کاری را ایجاد می‌کنند و نیازهای اقتصادی خود را تأمین می‌کنند. نتایج تحلیلی این تحقیق نیز نشان داد که زنان ایرانی هم به علت نیاز اقتصادی کارآفرین می‌شوند.

هم‌چنین اکثریت زنان به علت عدم رضایت از کارفرمایان قبلی خود کسب و کاری را شروع می‌کنند و مالکیت در کسب و کار را به عنوان راه‌حلی می‌دانند که رضایت شغلی لازم را برای آن‌ها ایجاد می‌نماید. زنان به دنبال موقعیت‌هایی هستند 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 جامعه می‌باشند.

از طرف دیگر زنان با شروع یک فعالیت اقتصادی، خصوصیات مثبتی نظیر اعتماد به نفس، توفیق‌طلبی، استقلال‌طلبی، حس کنترل زندگی، پویایی و سخت‌کوشی را در خود تقویت می‌نمایند و این نتایج موجب خلاقیت بیشتر و ارتقاء زندگی آنان می‌شود. ویژگی‌های زنان کارآفرین آنان را قادر می‌سازد تا فرصت مناسب را با منابع موجود بیامیزند و کار جدیدی را بوجود آورند.

نتایج تحقیقات شبیر گریگور، ورای ترانبرگ، گلاس درنوسک، کنتادو کجلدسن، آچینگ اتو، یوفوک وازگن، سیمون، دجیور نتایج این بررسی را تأیید می‌کند.^۱ نتایج آزمون تحلیل واریانس مربوط به اولویت‌بندی «نیازها، انگیزه‌ها و اهداف» در جداول ذیل بررسی می‌شود.

جدول ۲- نتایج آزمون تحلیل واریانس فریدمن در رابطه با اولویت‌بندی عوامل مربوط به انگیزه‌ها و اهداف مؤثر در توسعه کارآفرینی زنان

کای دو محاسبه شده	درجه آزادی	سطح معنی داری	میزان خطا	نتیجه آزمون
۳۷/۷۰	۲	۰/۰۰۰	۰/۰۵	عدم تأثیر H.

1. Shabbir, Gregorio (1996); Wray Thronburgh (1998); Glas Drnovsek (1999); Kentand, Kjeldsen (2000); Achieng Otto (2001); Ufuk & Ozgen (2001); Simion (2006); Djior (2006).

H_0 : میانگین رتبه‌ای انگیزه‌ها و اهداف تأثیرگذار بر توسعه کارآفرینی زنان با هم یکسان است.

H_1 : حداقل یک زوج از میانگین رتبه‌ای عامل انگیزه‌ها و اهداف تأثیرگذار بر توسعه کارآفرینی زنان با هم تفاوت معنی‌داری دارند.

سطح معنی‌داری آزمون در سطح اطمینان ۹۵ درصد، کوچکتر از میزان خطاست. پس فرض H_0 تأیید نمی‌گردد. یعنی عوامل مربوط به انگیزه‌ها و اهداف در تأثیرگذاری بر توسعه کارآفرینی زنان یکسان نیستند و تفاوت رتبه میانگین عوامل فوق در جدول ذیل مشخص است.

جدول ۳- آمار توصیفی و اولویت‌بندی عوامل مربوط به انگیزه‌ها و اهداف مؤثر در توسعه کارآفرین زنان

ردیف	نیازها، انگیزه‌ها و اهداف	میانگین	انحراف معیار	میانگین رتبه‌ای	اولویت‌بندی
۱	دستیابی به رضایت شغلی	۴/۶۵	۰/۶۵	۲/۴۲	۱
۲	کسب قدرت و اعتبار در جامعه	۴/۱۹	۰/۹۸	۱/۹۷	۲
۳	نیاز اقتصادی	۳/۵۴	۱/۳۴	۱/۶۱	۳

چنانچه در جدول فوق مشاهده می‌شود مؤثرترین انگیزه‌ها و اهداف زنان در توسعه کارآفرینی بر اساس (آلفا=۰۰٪ و $df=2$) به ترتیب درجه اهمیت، دستیابی به رضایت شغلی، کسب و قدرت و اعتبار در جامعه و نیاز اقتصادی است.

با توجه به آنکه دستیابی به رضایت شغلی، کسب و قدرت و اعتبار در جامعه نسبت به نیاز اقتصادی برای زنان از اولویت بیشتری برخوردار است لذا انگیزه‌ها و اهداف اجتماعی و درونی در ترغیب زنان به کسب و کار نسبت به انگیزه‌های اقتصادی و اهداف بیرونی و مادی نقش مهمتری ایفا می‌کند.

نتیجه آزمون تحلیل واریانس فریدمن در رابطه با اولویت‌بندی تأثیرگذاری «ویژگی‌های شخصیتی» در توسعه کارآفرینی زنان بدین شرح است:

H_0 : میانگین رتبه‌ای «ویژگی‌های شخصیتی»، تأثیرگذار بر توسعه کارآفرینی زنان با هم یکسان است. H_1 : حداقل یک زوج از میانگین رتبه‌ای «ویژگی‌های شخصیتی» در تأثیرگذاری بر توسعه کارآفرینی زنان با هم تفاوت معنی‌داری دارند.

جدول ۴- نتایج آزمون تحلیل واریانس فریدمن در رابطه با اولویت بندی ویژگی های شخصیتی مؤثر در توسعه کارآفرینی زنان

کای دو محاسبه شده	درجه آزادی	سطح معنی داری	میزان خطا	نتیجه آزمون
۱۶۹/۳۶	۴	۰/۰۰۰	۰/۰۵	عدم پذیرش H ₀

با توجه به جدول فوق، سطح معنی داری آزمون کوچکتر از میزان خطاست پس H₀ در سطح اطمینان ۹۵ درصد تأیید نمی گردد. به عبارت دیگر، ویژگی های شخصیتی از نظر اولویت بندی در تأثیر گذاری بر توسعه کارآفرینی زنان با هم متفاوت است که در جدول ذیل مشاهده می گردد.

جدول ۵- آمار توصیفی و اولویت بندی عوامل مربوط به ویژگی های شخصیتی مؤثر در توسعه کارآفرینی زنان

ردیف	ویژگی های شخصیتی	میانگین	انحراف معیار	میانگین رتبه ای	اولویت بندی
۱	توفیق طلبی	۳/۷۰	۰/۴۳	۴/۱۸	۱
۲	خلاقیّت	۳/۵۸	۰/۵۷۳	۳/۷۰	۲
۳	انعطاف پذیری	۳/۲۴	۰/۶۷۳	۳/۲۴	۳
۴	استقلال طلبی	۲/۸۰	۰/۷۰۶	۲/۲۷	۴
۵	ریسک پذیری	۲/۵۷	۰/۶۳۳	۱/۶۱	۵

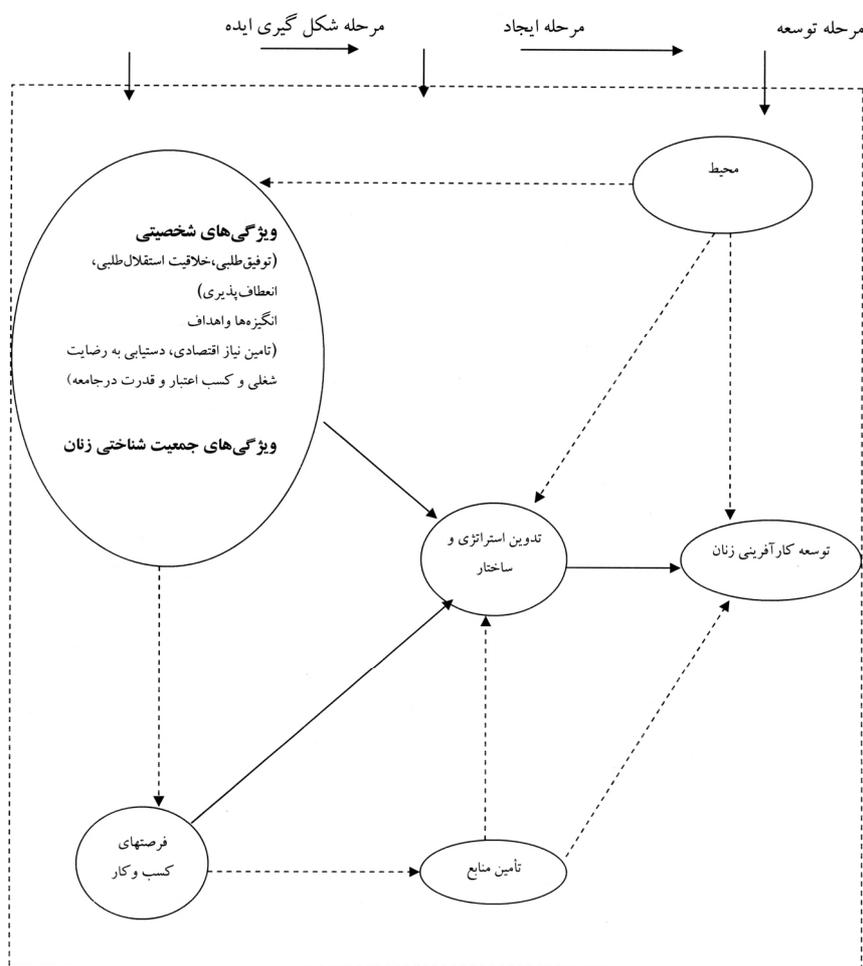
بر اساس نتایج مندرج در جدول فوق مهم ترین ویژگی شخصیتی زنان کارآفرین ایرانی بر اساس (آلفا=۰% و df=4) به ترتیب اولویت، توفیق طلبی، خلاقیّت، انعطاف پذیری و استقلال طلبی است.

نتایج این بررسی بیانگر آن است که زنان کارآفرین ایرانی با ویژگی های شخصیتی اشاره شده کسب و کاری را شروع می نمایند و بر اساس ویژگی توفیق طلبی که ویژگی غالب آنان است زمینه لازم را جهت توسعه کسب و کار فراهم می سازند.

نکته قابل توجه آن است که زنان ایرانی ویژگی انعطاف پذیری را در حد بالایی دارا هستند. بر اساس فرهنگ ایرانی خانه داری، تربیت فرزندان، حفظ منافع همسر از وظایف لاینکف زنان ایرانی محسوب می شود و اگر زنان وظایف مذکور را بخوبی انجام ندهند

مصالح خانوادگی آنان به خطر می‌افتد. از این رو نقش‌های متفاوت و متضاد و چندمسئولیت‌ه بودن زنان سبب می‌شود که این ویژگی به منظور تعادل بخشیدن بین کار بیرون و خانه ضروری گردد. در مقابل ویژگی ریسک‌پذیری در آنان مانند زنان کارآفرین سایر کشورها کم می‌باشد. نتایج تحقیقات میسکین و رز، ارتویی، آدرین، کی راک و اسلوینسکی و سیمون، دجیور این نتایج را تأیید می‌کند.^۱ بر اساس نتایج بدست آمده ویژگی‌های شخصی، انگیزه‌ها و اهداف زنان کارآفرین ایرانی در مدل ذیل ارائه می‌گردد.

مدل فرآیند توسعه کارآفرینی زنان



1. Miskin, V, & Rose J (1990); Buttner (1999); Ertubey (1999); Adrien, Kirouac & Sliwinski (1999); Simon (2000); Djior (2000)

در مدل فوق سه مرحله اصلی در فرآیند توسعه کارآفرینی زنان در نظر گرفته شده است. همانطور که نتیجه این تحقیق نشان داد در مرحله اولیه، ایده کارآفرینی در زنانی با ویژگی های شخصیتی هم چون توفیق طلبی، خلاقیت، استقلال طلبی و انعطاف پذیری شکل می گیرد و با توجه به تجربیات، تحصیلات و سرمایه انسانی خود با اهداف و انگیزه هایی مانند تأمین نیاز اقتصادی، دستیابی به رضایت شغلی و کسب اعتبار و قدرت در جامعه خلاءها و فرصت های بازار را شناسایی می نمایند و در مرحله دوم به اقدامات عملی دست می زنند و با توجه به امکان سطح ریسک پذیری و بسیج منابع، استراتژی و ساختار کسب و کارشان را تدوین می کنند آنچه در این مدل مورد توجه قرار گرفته است تأمین منابع توسط زنان ایرانی است که معمولاً در این رابطه زنان با مشکلات متعددی روبرو می باشند و این مسئله در میزان ریسک پذیریشان نیز تأثیرگذار است و سطح ریسک پذیری آنان را کاهش می دهد.^۱ زنان ایرانی توفیق طلب و خلاق زمانی می توانند در کسب و کار خود موفق شوند که تهدیدها و فرصت های محیط سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی را در نظر بگیرند و در مرحله سوم با نفوذ در بازار، رشد در فروش و دستیابی به سود کسب و کار خود را توسعه دهند.

جمع بندی و ملاحظات

بطور کلی نتایج این تحقیق نشان داد که اکثریت زنان کارآفرین ایرانی (۶۷/۱٪) دارای تحصیلات دانشگاهی می باشند و تعداد زیادی از زنان (۴۶٪) تحصیلاتشان در مقطع لیسانس و در رشته علوم انسانی است (۵۶/۴٪). زنان کارآفرین دارای مهارت های مدیریتی (ادراکی، انسانی و فنی) قابل توجهی بودند که از میان این مهارت ها زنان به شکل قابل ملاحظه ای (۹۶٪) دارای مهارت ادراکی بودند. همچنین ۶۲/۴ درصد از زنان متأهل بودند و اکثریت آنان پدران و همسرانشان کارآفرین می باشد.

ویژگی های شخصیتی زنان کارآفرین توفیق طلبی، استقلال طلبی، خلاقیت، انعطاف پذیری است و هدف آنان در ورود به کسب و کار تأمین نیازهای اقتصادی،

۱. گلرد (۱۳۸۳).

دستیابی به رضایت شغلی و کسب قدرت و اعتبار در جامعه است. مهمترین ویژگی زنان کارآفرین ایرانی توفیق‌طلبی است و مهمترین هدف زنان در فعالیتهای کارآفرینانه رضایت شغلی است.

پیشنهادات

توسعه کارآفرینی به عنوان یک استراتژی کارآمد برای حل معضل بیکاری کشور، توسعه اقتصادی، فقرزدایی و ایجاد عدالت اجتماعی در سالهای اخیر مورد توجه مسئولین و سیاستگذاران جامعه قرار گرفته است. فرآیند توسعه کارآفرینی تحت تأثیر عوامل زمینه‌ای و ساختاری متعددی واقع می‌شود که این عوامل می‌تواند بر روی فرآیند کارآفرینی اثر تقویت و یا تضعیف‌کننده داشته باشند. با شناخت این عوامل به خصوص صفات و ویژگی‌های ذاتی، نیازها، انگیزه‌ها و اهداف مؤثر می‌توان شرایط تسهیل توسعه کارآفرینی زنان را فراهم نمود. از این رو بر اساس نتایج بدست آمده برای نیل به هدف توسعه کارآفرینی زنان ایرانی و گسترش کسب و کار توسط آنان پیشنهادهای ذیل ارائه می‌شود.

تشویق، ترغیب انگیزه‌ها و اهداف مثبت زنان کارآفرین ایرانی و تقویت ویژگی‌های شخصیتی مؤثر آنان از دوران کودکی توسط خانواده‌ها و پرورش آن‌ها بوسیله سیستم آموزشی کشور که در این تحقیق تأیید شده است.

تقویت اعتماد به نفس و خودباوری در زنان کارآفرین ایرانی از طریق:

- آگاهی یافتن زنان از قابلیت‌ها و توانایی‌های خود

- توانمندسازی زنان با ارتقاء مهارت‌ها و توانایی‌های فنی و حرفه‌ای، سطح تحصیلات

و توسعه تجارب علمی و عملی آنان

- توسعه مهارت‌های لازم به منظور ایجاد تعادل در زندگی کاری و منزل و برخورد با

چالش‌های گوناگون در کسب و کار

- معرفی زنان کارآفرین موفق و ارائه دلایل موفقیت آنان با برپایی جشنواره‌هایی در

سطح ملی و اهدای جوایز به کارآفرینان برتر و تهیه فیلم و کتاب از زندگینامه آنان و انتشار

- آمار از موفقیت‌های زنان کارآفرین در رسانه‌های عمومی فراهم نمودن زمینه‌ها و فرصت‌های مناسب به منظور ارائه ایده‌های خلاق و شکوفایی استعدادها و توانایی‌های زنان از طریق:
- ایجاد فضای امن برای بروز خلاقیت‌های زنان کارآفرین با کاهش و مبارزه با ناامنی‌های اجتماعی به منظور حضور زنان کارآفرین در صحنه‌های مختلف اقتصادی مانند رفت و آمدها در بعضی از اماکن، سفرهای داخلی و خارجی، رانندگی در جاده‌های بین شهری و...
 - تجدیدنظر و اصلاح برخوردهای منفی برخی سازمان‌ها، مؤسسات اقتصادی و اجتماعی دولتی و خصوصی با زنان کارآفرین
 - ایجاد بانک اطلاعاتی از ایده‌های خلاق زنان به منظور شناسایی و حمایت از آنان در عملی نمودن ایده‌هایشان
 - اعطای تسهیلات مناسب به صاحبان ایده‌های خلاق
 - معرفی فرصت‌های کارآفرینی به زنان صاحب ایده‌های خلاق
 - ایجاد مراکز رشد برای حمایت در تبدیل ایده به محصول و خدمات و توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه زنان
 - کاهش قوانین زائد بوروکراسی اداری جهت فراهم نمودن محیط مناسب برای عملی نمودن ایده زنان کارآفرین از طریق تسهیل در اخذ مجوز کسب و کار.
 - تأمین امنیت سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی به منظور ایجاد روحیه ریسک‌پذیری در زنان از طریق بیمه کردن محصولات و خدمات زنان کارآفرین

منابع

- احمدپور داریانی، محمود (۱۳۸۱)؛ کارآفرینی، انتشارات پردیس، چاپ چهارم.
- _____ (۱۳۸۳)؛ ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان در ایران، مرکز کارآفرینی دانشگاه امیر کبیر.
- سالنامه آماری، مرکز آمار ایران، سال‌های ۱۳۸۲، ۱۳۸۳.
- گلرد، پروانه (۱۳۸۳)؛ طراحی الگوی توسعه کارآفرینی زنان در ایران، رساله دکتری، دانشگاه آزاد واحد علوم و تحقیقات.
- Adrien, Marie, H., S. Kirouac and MS Alicia Sliwinski (1999); "Women entrepreneurship in Canada: All that glitters are not gold", *Universally Occasional Paper*, 38, p.5.
- Bennett, R. ank Dann, S. (2000); *The changing experience of Australian female entrepreneurs*, Black Well Publishers, Ltd, 7 (2), p. 78.
- Belcourt, M. (1990); "A family portrait of Canada's most successful female entrepreneurs", *Journal of Business Ethics*, pp. 435.
- Brush, C. D. (1992); "Research on women business owners past trends, a new perspective, and future directions", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 15 (4), pp. 30.
- Brockhouse, R.H. and Horwitz, P.S. (1986); "The Psychology of the Entrepreneur", *The Art and Science of Entrepreneurship*, Cambridge, MA, Ballinger Publishing. Co.
- Buttner E.H. (1993); "Female entrepreneurs, how far have they come", *Business Horizons*, 36, p. 59.
- Djivre, J. (2006); "Female Entrepreneurs of the North: Breaking Ground", *Current Research Issue in Small Business Development*, pp. 1-12.
- Dhillon, P.K. and Malhotra, P. (1993); "Motives and characteristics of successful women entrepreneurs", In *Women Entrepreneurs, Problems and Prospects*, pp. 81.
- Ertubey, N.O. (1999) "Turkye de kadin grisimciligi: Mevcut durum, sorunlar veoneriler", In *Turkye de Kadin Girisimcilik* (Ed.by N.Art), Test-AR

- Yayinlari, Ankara, p. 223.
- Employment & Skills Formation Council (ESFC) (1994); "Making it works: women and small business", Report for the National Board of Employment, Education and Training, Canberra.
- Glas, Miroslav and Mateja Drnovsek, (1999); "Slovenian women as emerging entrepreneurs", *Slovenke kot porajajoče se podjetnice*, December.
- Hisrich, R.D. and Peters, M.P. (2002); *Entrepreneurship*, Boston Burr Ridge IL Dubuque, IA Madison, WI NewYork, St, Louis, fifth Edition pp. 74.
- Kantor, Paul (2002); "Promoting women's entrepreneurship development based on good practice programs", Working Series on *Women Entrepreneurship Development and Gender in Enterprises Paper*, WEDGE.
- Kentand, Nielsen and Kjeldsen, J. (2000); "Women entrepreneurs now and in the future", *Erhvervs ministeriet*, September.
- Langan-Fox, Janice (1995); "Achievement motivation and female entrepreneurs", *Journal of Occupational and Organizational Psychology*.
- Lavoie Dina, (1995); "Froum sur l'entrepreneurship feminin quebecois", Montreal, ecoledes hautes etudes commerciales montreal.
- Liewellyn, and Lawton, C. (2000); "Entrepreneurship: Understanding key organization contingencies & competencies", *The Fourth International Research Symposium on Public Management*.
- Littuen, Hannu, (2000); "Entrepreneurship and the characteristics of entrepreneurial personality", *International Journal of Entrepreneurial Behavior Research*, 6(6).
- Locke, E. A. and Henne, D. (1986); "Work motivation theories", in C.L. Cooper & I.T. Robertson (EDS), *International Review of Industrial and Organizational Psychology*, NewYork, p. 33.
- Lovelace, Msw, (2003), "Social Worker Stress Test and Wellness", www.Wellnessnet.com
- Liraz Publishing Co. (2003) The entrepreneurship test-an interactive quiz.
- Miskin, V. and Rose, J. (1990); "Women entrepreneurs: factor related to success", in *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Cambridge MA, Babson Colloge, pp. 38.

- Miner, J.B., Smith, N.R. and Bracker, J.S. (1989); "Role of entrepreneurial task motivation in the growth of technologically innovative firms", *Journal of Applied Psychology*, 79 (4), p. 560.
- Polish, Statistical office (1993); *BAEL Labor Participation rates in Poland*, Gus.
- The Global Entrepreneurship Monitor, (2006) executive report.
- The Global Entrepreneurship Monitor, (2005) executive report.
- The Global Entrepreneurship Monitor, (1999) executive report.
- Tullar, L. William. (2001); "Russian Entrepreneurial Motive Patterns: Validation of the miner sentence completion scale in Russia", *Applied Psychology: An International Review*, 50 (3), p. 423.
- Simonin, M. (2006); "Women in entrepreneurship", Research Paper for Seminar in Business Strategy & International Business, March.
- Shabbir Amama, Silvana D.I. Gregorio, (1996); "An Examination of the Relationship between women personal Goals and structural factors influencing their Decision to start a business: the case of Pakistan", *Journal of Business Venturing*, 514.
- Stanger, A. (1990); "Female entrepreneurs in Australia: a review", *Asia Pacific International Management Forum*, 16 (4), pp. 18.
- Ufuk and Ozgen, (2001); "Interaction between the business and family lives of women entrepreneurs in the Turkey", *Journal of Business Ethics*, 31 (2), p. 100.
- Wray, T. Steven and Thronburgh B. David, et al (1998); "Women and Entrepreneurship in Greater Philadelphia", *Pennsylvania Economy League-Eastern Division*, November, p. 11.
- Ylienen Ppa, H. M. Chechurina (2000); "Perceptions of female entrepreneurship in RUSSIA", Paper to be presented at 30 *European Small Business Seminar in Ghent*, September.
- Zimny, Ewa Ruminska (2003); "Women's entrepreneurship in transition countries", *48th World Conference International Council for Small Business*, Belfast, Northern Ireland.