

مقاله پژوهشی

ارزیابی تاثیر عوامل فرهنگی و اجتماعی بر کارآفرینی زنان در خانه‌های کارآفرینی شهرداری تهران

محمد جواد ارشادی^۱نسا رضایی^۲رضا باقری حسین آبادی^۳

چکیده

این پژوهش با هدف ارزیابی تاثیر عوامل فرهنگی و اجتماعی بر کارآفرینی زنان در خانه‌های کارآفرینی شهرداری تهران انجام شده است. جامعه آماری، ۳۰ خانه کارآفرینی شهرداری تهران است که در هر خانه، ۱۰۰ کارآفرین وجود دارد. برای تعیین حجم نمونه از جدول مورگان استفاده شد که ۲۶۵ نفر برآورد گردید. برای سنجش پایایی ابزار اندازه‌گیری پژوهش از آزمون ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. نتایج نشان داد سه متغیر عوامل اجتماعی و فرهنگی بر کارآفرینی زنان تأثیر می‌گذارند که در طول ۳ گام وارد معادله رگرسیونی شدند. در نخستین گام ویژگی‌های شخصیتی وارد معادله رگرسیونی شد و ضریب آن برابر با ۰/۲۴۸ بود. در گام دوم ارتباط با انجمن‌های زنان وارد معادله رگرسیونی شد که ضریب آن برابر با ۰/۹۳۷ بود و در گام سوم الگوی نقش وارد معادله شد که ضریب آن برابر با ۰/۳۳۹ بود. از این

^۱ نویسنده مسئول: دکتری تخصصی مهندسی صنایع، استادیار پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک)، تهران، ایران

ershadi@irandoc.ac.ir

^۲ کارشناس ارشد مدیریت کارآفرینی، پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک)، تهران، ایران

rezaee@irandoc.ac.ir

^۳ کارشناس ارشد مدیریت کارآفرینی، گرایش کسب و کار جدید، دانشگاه آزاد اسلامی واحد الکترونیکی

rbagheri60@yahoo.com

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۹/۱

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۴/۲۸

روابط می‌توان نتیجه‌گرفت عوامل فرهنگی و اجتماعی نسبت به سایر متغیرها به مراتب تاثیر مهم‌تری بر کارآفرینی دارد.

واژگان کلیدی

کارآفرینی، کارآفرینی زنان، خانه‌های کارآفرینی، ارزیابی فرهنگی-اجتماعی، خانه‌های کارآفرینی شهرداری

مقدمه و بیان مسئله

در طول تاریخ زنان دوشادوش مردان در تولید و اشتغال فعالیت داشته‌اند و بخش مهمی از سرمایه انسانی تولید در روستاها و شهرها را تشکیل داده‌اند. همچنین، آن‌ها در بخش چشمگیری از تولیدات اقتصادی و اجتماعی سهم بوده‌اند، اما متأسفانه در آمارهای ارائه شده در حوزه اقتصاد کلان به آن‌ها آنچنان که شایسته است توجه نشده است. افزایش تعداد زنان شاغل واقعیت انکارناپذیر جامعه ایران است. با وجود این، شمار کمی از زنان شاغل، کارآفرین اند (کریمی و همکاران، ۱۳۹۲). در این میان شناخت توانمندی‌های زنان و هدایت استعدادهای خلاق آنان می‌تواند در بهره‌برداری از ظرفیت‌های این قشر عظیم جامعه موثر باشد (ملکی، ۱۳۷۷). به عبارتی شناسایی الگوهای موفق می‌تواند در ایجاد فضای مناسب برای شکل‌گیری فعالیت‌های کارآفرینانه از سوی زنان با وجود محدودیت‌های فردی و محیطی مفید باشد (نوابخش و همکاران، ۱۳۸۸). بدین‌گونه می‌توان علاوه بر شناخت موانع و محدودیت‌های گوناگون زنان کارآفرین، تدابیر و امکانات تجربه شده موجود را برای رفع موانع مورد مطالعه قرار داد.

نتایج این شناخت امکان مناسبی را برای برنامه‌ریزی و به‌کارگیری ظرفیت‌های کارآفرینی زنان و توسعه آن در سطح ملی فراهم خواهد کرد. از سوی دیگر، به عناصر موثر در امر اشتغال امکان خواهد داد تا برای اقدامات عملی و موثر نسبت به جذب و پرورش استعدادهای بالقوه زنان کشور در زمینه ایجاد کسب و کارهای تازه با دید علمی گام بردارند



و برای جستجوی راه‌هایی برای توسعه کارآفرینی زنان کوشش کنند (ذکریایی و مختارپور، ۱۳۸۹).

بر پایه گزارش دیده‌بان جهانی کارآفرینی (GEM) در ارزیابی شاخص اقدامات جامع کارآفرینانه (TEA^۱) در سال ۲۰۱۹، ۱۰٫۲ درصد از زنان ۱۸ تا ۶۴ ساله‌ای که مشغول به کار بوده‌اند یک کسب و کار تازه را راه‌اندازی کرده‌اند. این عدد حدود سه چهارم شاخص مشابه برای مردان است. در کشورهای با درآمد سالانه پایین این عدد ۱۵٫۱ درصد بوده در حالی‌که این عدد در کشورهای با درآمد سالانه بالا ۸٫۱ درصد است (گزارش دیده‌بانی جهانی کارآفرینی، ۲۰۱۹^۲). براساس همین گزارش تمایل زنان برای راه‌اندازی یک کسب و کار تازه در سه سال آتی به طور میانگین در کل دنیا ۱۷٫۶ درصد است در حالی‌که این شاخص برای مردان ۲۱٫۶ درصد است. همچنین گزارش دیده‌بان جهانی کارآفرینی نشان می‌دهد اگر یک مالک کسب و کار را کسی بدانیم که ۴۲ ماه یک کسب و کار را سرپا نگه داشته است تنها ۶٫۲ درصد از زنان کارآفرین مالک یک کسب و کار بوده‌اند. این شاخص در مورد مردان ۹٫۵ درصد است. زنان کارآفرین در آمریکا از ۱۹۹۷ تا ۲۰۰۳، ۹/۱ میلیون شغل تازه پدید آورده‌اند و سبب اشتغال ۲۷/۷ میلیون تن شده‌اند (باربوتو^۳، ۲۰۰۲). اکنون، زنان کمابیش ۴۰ درصد از همه مشاغل در بخش خصوصی را به دست گرفته‌اند و ۸۰ درصد از کارگران پر کار نیز از زنان اند که بیش از ۳/۶ تریلیون دلار درآمد حاصل از فروش ایجاد کرده‌اند (سیمون^۴، ۲۰۰۶). کارآفرینی زنان در بریتانیا ۳/۳ درصد در ۲۰۰۳ به ۳/۹ درصد در ۲۰۰۴ افزایش یافته است و از هر چهار زن یک تن به کاری تازه می‌پردازد (رینولدز^۵، ۲۰۰۳). در لهستان در سال ۱۹۸۹ سهم زنان دارای کسب و کار ۲/۷ درصد بوده است. در ۱۹۹۱ این رقم به ۳۳ درصد و در ۱۹۹۵ به ۳۹ درصد

^۱ Total Entrepreneurial Activity

^۲ برگرفته از سایت gemconsortium.org

^۳ Barboto

^۴ Simon

^۵ Reynolds

رسیده است که افزایشی چشمگیر است. زنان کارآفرین در کانادا نقش برجسته‌ای در اقتصاد کشور دارند.

در کشورهای در حال توسعه، زنان به دلایل گوناگونی چون بی‌کاری و کاهش دستمزدها و نارضایتی از شغل پیشین وارد کارآفرینی می‌شوند. با توجه به آمارهای رسمی، سهم اشتغال زنان فقط ۱۰ درصد است و میزان بیکاری در میان زنان به خصوص نیروی تحصیل کرده افزایش بسیاری داشته است. در اواخر دهه ۱۹۷۰ در بسیاری از کشورهای پیشرفته به علت تغییر در ارزش‌ها و گرایش‌های جامعه و تغییرات جمعیت‌شناختی، موجی از کسب و کارهای کوچک و افراد خوداشتغال به وجود آمد (ممیز و همکاران، ۱۳۹۲). با توجه به توسعه سهم زنان در اقتصاد ملی و مقابله با بحران بی‌کاری آن‌ها، ضروری است شرایط لازم برای توسعه و کارآفرینی زنان فراهم شود تا آنان با ایجاد کسب و کار و فرصت‌های شغلی برای خود و دیگران بتوانند معضل کنونی جامعه را پایان بخشند. (سنگولاگی و الگاوا دی^۱، ۲۰۱۶).

از سوی دیگر، خانه کارآفرینی، تشکلی مردمی، داوطلبانه و زیرمجموعه سرای محله است که در راستای اهداف کارآفرینی و توانمندسازی، مطابق با سیاست‌های کلان فرهنگی و اجتماعی شهرداری تهران و در چارچوب مقررات و قوانین سرای محله و رویکرد محله‌محوری با همکاری ساکنان و ذی‌نفعان محلی فعالیت می‌کند. محور فعالیت خانه کارآفرینی و توانمندسازی را می‌توان آموزش، ترویج و مشاوره، حمایت و توانمندسازی و مهارت‌آموزی برای رشد و توسعه خلاقیت در شغل و زمینه‌سازی کارآفرینی و اشتغال حداکثری و بهره‌وری دانست.

ارائه فرصت و امکانات اولیه و کم‌هزینه به شهروندان برای بروز ایده‌های کسب‌وکار خلاقانه و کارآفرینانه، یکی از رویکردهای شهرداری تهران است تا از این شیوه بتواند علاوه بر ایفای نقش تسهیل‌گر در حوزه کارآفرینی شهری، از طریق ایجاد فرصت‌های کاری گامی جدی در حمایت از اقشار آسیب‌دیده و در معرض آسیب بردارد. از این رو، می‌توان مهم‌ترین هدف و ضرورت تشکیل خانه کارآفرینی و توانمندسازی را چنین دانست:

¹ Sangolagi & Alagawadi



- استفاده از ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های موجود با اولویت محله در حوزه کارآفرینی و توانمندسازی؛
 - فراهم کردن زمینه لازم برای ساکنان محله برای پرورش مهارت‌های خلاقانه و کارآفرینی؛
 - ارتقای آگاهی‌های عمومی مردم در خصوص راه‌های کسب درآمد و ایجاد شبکه‌ها و خوشه‌های کارآفرینی؛
 - توانمندسازی افراد آسیب‌دیده و در معرض آسیب؛
 - رصد همیشگی وضعیت اشتغال و کارآفرینی در سطح محله؛
 - هم‌اندیشی و تبادل نظر در زمینه مطالعه، رصد و شناخت وضعیت کارآفرینی و اشتغال در سطح محله؛
 - ایجاد زمینه مناسب برای جلب مشارکت‌های گوناگون مردم در امور فرهنگی و اجتماعی.
- هدف اصلی این پژوهش ارزیابی میزان تاثیر عوامل فرهنگی - اجتماعی بر کارآفرینی زنان در خانه‌های کارآفرینی شهرداری تهران است، افزون بر آن، این پژوهش به دنبال شناسایی ویژگی‌های فردی، زمینه کارآفرینی، بررسی میزان تاثیر عوامل اجتماعی - فرهنگی، بررسی اهمیت نقش هر یک از متغیرهای اجتماعی فرهنگی بر میزان کارآفرینی زنان کارآفرین و شناسایی متغیرهای تشکیل‌دهنده عوامل اجتماعی فرهنگی است.

پیشینه پژوهش

کریم‌زاده (۱۳۹۸) در پژوهشی که به بررسی موانع کارآفرینی زنان بلوچ شهرستان سراوان پرداخته است، بیان می‌کند از بین موانع موثر بر کارآفرینی زنان بلوچ در شهرستان سراوان موانع شخصیتی-فرهنگی، موثرترین موانع فراروی کارآفرینی زنان بوده و موانع اقتصادی، موانع آموزشی و موانع حمایتی در مراتب بعدی قرار دارند. نتایج همچنین نشان داد که بین موانع شخصیتی-فرهنگی به عنوان اساسی‌ترین مانع پیشروی زنان شهرستان، محدودیت‌های فرهنگی در منطقه از قبیل تعصبات و تبعیضات مهم‌ترین بازدارنده به حساب می‌آیند.

کمائی و افشاری (۱۳۹۶) در تحقیقی دریافتند که میزان مشارکت زنان در نیروی کار در کشورهای مسلمان به طور معناداری کمتر از سایر کشورهاست. سایر ضرایب برآورد شده متغیرهای اقتصادی رگرسیون، از لحاظ آماری معنی دار نیستند.

سبکبار و همکاران (۱۳۹۶) در تحقیقی عوامل تاثیر گذار بر اشتغال زنان روستایی کشور در بخش صنعت را بررسی کردند و نتایج تحقیق آن‌ها نشان داد شمال غرب کشور شامل استان‌های آذربایجان شرقی و غربی و بخش‌هایی از استان مرکزی از نواحی پایه، همچنین استان‌های غربی، جنوب و جنوب شرقی شامل استان‌های ایلام، کرمانشاه، کردستان، خوزستان، سیستان و بلوچستان و بخش‌های جنوبی استان کرمان از نواحی غیرپایه در زمینه اشتغال زنان روستایی در بخش صنعت اند. همچنین یافته‌های این پژوهش نشان داد توزیع فضایی ضریب اقتصاد پایه (LQ) زنان روستایی کشاورز کشور به صورت اتفاقی یا پراکنده نبوده است بلکه به صورت خوشه‌ای توزیع شده است.

امینی و همکاران (۱۳۹۶)، در یک پژوهشی کیفی با عنوان "ویژگی‌های هوش کارآفرینانه زنان، بر روی زنان کارآفرین در استان گیلان" ویژگی‌های هوش کارآفرینانه زنان کارآفرین را در قالب شش مضمون اصلی بینش کارآفرینانه، هوش شناختی، هوش اجتماعی، هوش شهودی، هوش جسورانه و هوش برانگیزاننده استخراج و نام‌گذاری کردند. سپس از طریق روش‌های اعتباریابی کیفی، صحت اعتبار آن‌ها را تایید کردند. در نهایت، با استفاده از روش آنتروپی شانون، مقوله‌های ظهوریافته در هریک از مضامین اصلی اولویت‌بندی شدند.

یعقوبی‌فرانی و همکاران (۱۳۹۴)، در تحقیقی با عنوان "تحلیل عوامل موثر بر کارآفرینی زنان روستایی" نشان دادند عوامل فرهنگی- اجتماعی یکی از عوامل تاثیرگذار بر کارآفرینی زنان روستایی است، اثر این عامل بر کارآفرینی زنان روستایی ۰/۲۱۹ به دست آمده است.

افزون بر آن، روشن نیا و همکاران (۱۳۹۴)، در تحقیقی با عنوان "چالش‌ها و موانع اجتماعی کارآفرینی زنان" به این نتیجه رسیدند که بررسی موانع اشتغال و کارآفرینی زنان از دیدگاه‌های مختلف نشان می‌دهد نبود خلاقیت و خودباوری، مانع راه کارآفرینی زنان است. عمده فعالیت‌های لازم برای پرورش خلاقیت و خودباوری باید در سنین خردسالی انجام شود.



برچسب‌های جنسیتی که بر نوعی نابرابری میان مرد و زن دلالت دارد از خلال تعالیم خانواده، نظام تعلیم و تربیت، باورهای کلیشه‌ای، انتظارات نقشی و مناسبات حاکم بر کار به زنان منتقل می‌شود.

فیروز آبادی و نصرالهی وسطی (۱۳۹۴)، در تحقیقی با عنوان "بررسی رابطه میان اعتماد اجتماعی و روحیه کارآفرینی زنان روستایی دهستان شیروان از توابع شهرستان بروجرد"، روحیه کارآفرینی را در ابعاد خلاقیت و ریسک‌پذیری - به عنوان دو بعد مهم در رفتار کارآفرینان - بررسی کردند. نتایج مطالعه نشان داد که رابطه مثبت و معناداری میان ابعاد اعتماد اجتماعی (فردی، عمومی، و نهادی) و ابعاد روحیه کارآفرینی (خلاقیت و ریسک‌پذیری) وجود دارد.

نوابخش و زارع (۱۳۸۹) در بررسی عوامل فرهنگی - اجتماعی موثر بر فرهنگ کارآفرینی مطالعه موردی زنان کارآفرین تهران و حومه، به این نتیجه رسیدند که عوامل فردی و شخصیتی، عوامل محیطی و عوامل شبکه‌ای ۴۰ درصد از تغییرات متغیر وابسته کارآفرینی را تبیین می‌کنند که تاثیر عوامل فرهنگی بیشتر از سایر عوامل بود.

آراستی (۱۳۸۵) در تحقیق خود با عنوان "ساختارهای فرهنگی - اجتماعی موثر در ایجاد کسب و کارهای کارآفرینانه" نشان داد نگرش اطرافیان به زن کارآفرین، ارزش‌ها و باورهای جامعه، الگوهای نقش و برقراری تعادل بین خانواده و کار از عوامل موثر فرهنگی در توسعه کارآفرینی زنان اند. از آنجاکه مدل‌های نقش آفرینی تأثیر زیادی بر نسل جوان دارد، برجسته نشان دادن زنان کارآفرین موفق می‌تواند نقش عمده‌ای در تشویق سایر زنان برای شروع یک کسب و کار باشد.

رودبومو و همکاران^۱ (۲۰۲۰) دریافتند زنان کارآفرین برای کسب دانش و مهارت بیشتر نیاز به آموزش بیشتر در زمینه کارآفرینی تجاری دارند. خانه‌های کارآفرینی سازگاری بیشتری با مشاغل زنان دارند و می‌توانند به عنوان پتانسیل در توانمندسازی این افراد در مشاغل خود کمک کنند. همچنین، در صورت تدوین سیاست‌های کارآفرینی بیشتر در حمایت از زنان، این فعالیت‌ها

^۱ Rudhumbu

می‌تواند زنان کارآفرین را تقویت کند. همچنین در صورت حمایت‌های لازم، زنان می‌توانند به اندازه مردان در تجارت فعالیت کنند.

اوریاخوگبا^۱ (۲۰۲۰) در مطالعه‌ای با عنوان "توانمندسازی صنعتگران زن روستایی در کوازولو-ناتال پویایی مالکیت معنوی، اصطلاحات فرهنگی سنتی، نوآوری و کارآفرینی اجتماعی"، بیان کرد که شیوه‌های نوآوری مشارکتی و فراگیر و شیوه‌های کارآفرینی اجتماعی، توانمندی زیادی را برای صنعتگران ایجاد می‌کند، صرف نظر از این که سیستم مالکیت معنوی فرصت‌های در دسترسی را ارائه نمی‌دهد. بدین ترتیب، در این مورد، توجه به نوآوری فراگیر و کارآفرینی اجتماعی، سازوکارهای موثری برای توانمندسازی صنایع دستی زنان روستایی به نظر می‌رسد.

کاوالکانت و تاواریس^۲ (۲۰۰۵) در مطالعه خود نشان دادند عوامل فرهنگی-اجتماعی و آداب و سنن هر کشور در میزان مشارکت زنان در بازار کار مؤثر است. پروت و رومی^۳ (۲۰۰۸) در بررسی موانع توسعه و پیشرفت زنان کارآفرین در پاکستان دسترسی نداشتن به سرمایه، زمین، محل کسب و کار، فناوری اطلاعات، آموزش و نگرش‌های ذاتی را از موانع توسعه‌ی کارآفرینی زنان این کشور بیان کرده‌اند.

ساپلتون^۴ (۲۰۰۹) با استفاده از داده‌های تحقیق مرکز مطالعات اجتماعی اروپا به این نتیجه رسید زنانی که در حوزه‌های سنتی زنانه صاحب کسب‌وکار اند، از بالاترین سطح سرمایه اجتماعی برخوردارند. در مقابل، در حوزه‌هایی که مرد و زن در بخش‌های سنتی مردانه فعالیت دارند، زنان سطوح پایین‌تری از سرمایه اجتماعی را در ابعاد اعتماد، مشارکت اجتماعی و شبکه‌های اجتماعی از خود نشان می‌دهند. نتایج تحقیق وی نشان می‌دهد که خوداشتغالی در حوزه‌های سنتی بر اساس جنسیت یا غیرسنتی بودن، بر سطح سرمایه اجتماعی تاثیر می‌گذارد.

¹ Oriakhogba

² Cavalcant & Tavares

³ Parrott & Roomi

⁴ Sappleton



از نظر پون و دیگران^۱ (۲۰۱۲) در پژوهشی با عنوان "سرمایه اجتماعی و کارآفرینی زنان در مناطق روستایی: شواهدی از ویتنام، جغرافیای کاربردی" سرمایه اجتماعی خانواده، احتمال کارآفرینی در زنان را افزایش می‌دهد اما سرمایه اجتماعی نهادی تاثیر معکوسی دارد. همچنین فاصله تا بازارهای عمومی به طور چشمگیری احتمال کارآفرینی را در زنان بالا می‌برد و نیز دسترسی به سرمایه مانند وام‌های خرد مالی تاثیر مثبتی در این امر دارد.

کاستا و ریچکرز^۲ (۲۰۱۲) جنسیت و کارآفرینی غیرکشاورزی را در مناطق روستایی بنگلادش، اندونزی و سریلانکا به استثنای اتیوپی، بررسی کردند و دریافتند زنان نسبت به مردان تمایل کمتری به کارآفرینی غیرکشاورزی دارند. کارآفرینی غیرکشاورزی در زنان ارتباطی با ترکیب خانوار و دسترسی به امکانات آموزشی ندارد. به جز اندونزی بنگاه‌های اقتصادی ایجاد شده توسط زنان کوچک‌تر بوده و بهره‌وری پایین‌تری داشته است.

با توجه به پیشینه پژوهش می‌توان نتیجه گرفت که ویژگی‌های شخصیتی چون هوش، خلاقیت و خودباوری و عوامل فرهنگی اجتماعی چون مذهب، اعتماد اجتماعی و ساختار فرهنگی بر کارآفرینی زنان تاثیرگذار بوده است. افزون بر آن، به نظر می‌رسد پژوهش‌های اندکی به عوامل تاثیرگذار بر کارآفرینی زنان در خانه‌های کارآفرینی، به‌عنوان یک نهاد کلیدی این حوزه، پرداخته‌اند. بر این اساس، تاثیر عوامل فرهنگی و اجتماعی که در برگیرنده انگیزه‌ها و اهداف شخصی، ویژگی‌های فردی، سرمایه‌های انسانی زنان، الگوی نقش زنان، تضاد نقش زنان، عوامل رسمی و غیررسمی فرهنگی و ارتباط با انجمن‌های تخصصی بر کارآفرینی است در این پژوهش بررسی شدند. بدین ترتیب در ادامه به ارائه فرضیات پژوهش خواهیم پرداخت.

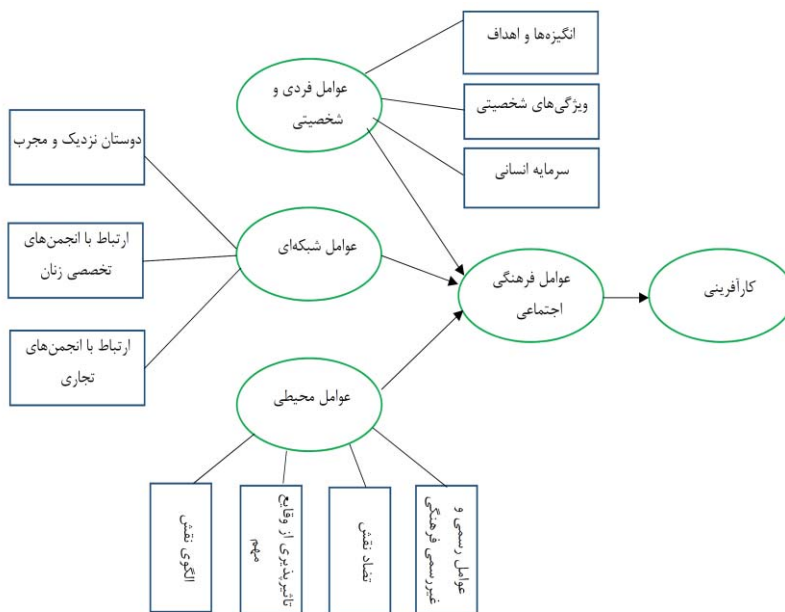
فرضیه‌های پژوهش

فرضیه کلی این پژوهش تاثیرگذاری عوامل فرهنگی - اجتماعی بر کارآفرینی زنان در خانه‌های کارآفرینی شهرداری تهران است. از سوی دیگر، فرضیات فرعی پژوهش شامل موارد زیرند:

^۱ Poon

^۲ Costa & Rijkers

- انگیزه‌ها و اهداف شخصی بر کارآفرینی زنان تأثیر دارد.
- ویژگی‌های فردی بر کارآفرینی زنان تأثیر دارد.
- سرمایه انسانی بر کارآفرینی زنان تأثیر دارد.
- الگوی نقش بر کارآفرینی زنان تأثیر دارد.
- تضاد در نقش بر کارآفرینی زنان تأثیر دارد.
- عوامل رسمی و غیررسمی فرهنگی بر کارآفرینی زنان تأثیر دارد.
- ارتباط با انجمن‌های تخصصی زنان بر کارآفرینی تأثیر دارد.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش



روش تحقیق

پژوهش حاضر به بررسی چگونگی اثرگذاری عوامل گوناگون فرهنگی و اجتماعی بر توسعه کارآفرینی زنان می‌پردازد. بافت مورد توجه در این پژوهش خانه‌های کارآفرینی زنان است که برپایه بررسی‌های انجام شده توانسته است تاثیرگذاری معناداری در کارآفرینی زنان داشته باشد. از سوی دیگر، افزون بر ایجاد زیرساخت‌هایی مانند خانه‌های کارآفرینی توجه به حوزه‌های فرهنگی و اجتماعی برای اثربخشی مناسب برنامه‌های کارآفرینی زنان اجتناب‌ناپذیر است. همچنین، همان‌گونه که در بخش پیشین اشاره شد مفهوم توسعه کارآفرینی جنبه‌های گوناگونی دارد که لازم است به درستی تعریف شود. برپایه مطالعات پیشین و متغیرهای مورد اشاره مدل مفهومی پژوهش (شکل ۱) تدوین گردید که در ادامه چارچوب آن معرفی می‌شود.

متغیر وابسته این پژوهش توسعه کارآفرینی در خانه‌های کارآفرینی شهرداری شهر تهران است. این متغیر در قالب ۹ گویه مورد ارزیابی قرار گرفته و مفاهیمی مانند استفاده از روش‌ها و شیوه‌های جدید تولید، سطح تولید و بهره‌وری سالانه، شیوه‌های خلاقانه، فناوری‌های جدید، بازاریابی، تنوع محصولات، جذب سرمایه و ایجاد فرصت‌های جدید شغلی را در بر می‌گیرد. متغیرهای مستقل این پژوهش عوامل اجتماعی-فرهنگی است که متغیرهای ویژگی‌های فردی و شخصیتی (انگیزه‌ها و اهداف، ویژگی‌های شخصیتی، سرمایه انسانی)، عوامل شبکه‌ای (دوستان، ارتباط با انجمن‌های تخصصی زنان، ارتباط با انجمن‌های تجاری) و عوامل محیطی (الگوی نقش، تضاد نقش، عوامل رسمی و غیررسمی فرهنگی) را شامل می‌شود.

در این پژوهش از روش پیمایشی برای جمع‌آوری داده استفاده شده است. جامعه آماری تحقیق شامل خانه‌های کارآفرینی فعال شهر تهران بود. ۳۰ خانه کارآفرینی که در هر خانه کارآفرینی ۱۰۰ کارآفرین وجود دارد جامعه آماری را تشکیل داد ($N=3000$). در پژوهش حاضر به منظور تعیین حجم نمونه از جدول مورگان استفاده شده و براساس این ابزار حجم نمونه مورد نیاز برابر ۲۶۵ نفر برآورد گردید که ۲۶۵ پرسش‌نامه توزیع و در نهایت ۲۵۰ پرسش‌نامه جمع‌آوری شد. روش نمونه‌گیری پژوهش نمونه‌گیری طبقه‌ای با انتساب متناسب است.

همچنین برای تعیین روایی (اعتبار) پرسش‌نامه از اعتبار محتوایی^۱ بهره برده شد. با توجه به اینکه اعتبار محتوایی بستگی به قضاوت و نظر افراد متخصص و کارشناس در موضوع مورد مطالعه دارد، برای تعیین اعتبار پرسش‌نامه در پژوهش حاضر، پرسش‌نامه در اختیار شمار مشخص شده‌ای از اعضای هیئت علمی گروه آموزشی مدیریت کارآفرینی و کسب و کار جدید در دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران قرار گرفت و پس از جمع‌بندی نظرات آنان نسبت به اصلاح و تنظیم پرسش‌نامه نهایی اقدام شد.

در این مطالعه به منظور سنجش پایایی ابزار اندازه‌گیری پژوهش از آزمون ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی^۲ استفاده شد. زمانی روش ضریب آلفای کرونباخ به کار می‌رود که پرسش‌های بیان شده به صورت طیف لیکرت از ۱ تا ۵ تعیین شده باشد. همچنین قابلیت اعتماد (پایایی) بخش‌های مختلف پرسش‌نامه از طریق آلفای کرونباخ در مرحله پیش‌آزمون با ۳۰ نفر از اعضای هیئت علمی داخل جامعه آماری پژوهش با استفاده از نرم‌افزار SPSSWin24 محاسبه شد و نتایج آن در جدول (۱) آمده است.

جدول ۱. مقدار آلفای کرونباخ متغیرهای پژوهش

متغیر	تعداد گویه‌ها	مقدار آلفای کرونباخ
ویژگی‌های فردی و شخصیتی	۲۶	۰/۷۵
عوامل شبکه‌ای	۲۲	۰/۸۶
عوامل محیطی	۲۹	۰/۷۵
توسعه کارآفرینی	۹	۰/۹۲

^۱ Content Validity

^۲ Composite Reliability



یافته‌ها

یافته‌های حاصل از پژوهش در دو بخش توصیفی و استنباطی ارائه شده است. در بخش توصیفی به توصیف و بررسی وضعیت موجود و تحلیل متغیرهای تحقیق پرداخته می‌شود و از آمارهای توصیفی نظیر فراوانی، میانگین، انحراف معیار، ضریب تغییرات، بیشینه و کمینه استفاده می‌شود. در بخش استنباطی به بررسی روابط میان متغیرهای مستقل و وابسته تحقیق پرداخته می‌شود و از تحلیل‌های استنباطی نظیر تحلیل همبستگی، تحلیل رگرسیون و تحلیل عاملی اکتشافی استفاده می‌شود.

الف) تحلیل‌های توصیفی

نتایج پژوهش نشان داد که میانگین سن پاسخگویان ۳۵/۷ سال با انحراف معیار ۹/۵۶ سال بود و در دامنه سنی ۱۸ تا ۶۷ سال قرار داشتند. با توجه به دامنه سنی، پاسخ‌گویان در ۶ طبقه دسته‌بندی گردیدند (جدول ۲). بر این اساس، بیشترین فراوانی مربوط به طبقه سنی ۴۰-۳۱ است. ۹۳ نفر (۳۷/۲ درصد) از نمونه مورد مطالعه در این طبقه سنی قرار دارند. همچنین ۲۰/۳ درصد از پاسخ‌گویان مجرد و ۷۷/۵ درصد از آن‌ها متأهل اند.

جدول ۲. توزیع فراوانی پاسخگویان بر اساس سن (سال)

طبقه سنی	فراوانی (نفر)	درصد	درصد تجمعی
کمتر از ۲۰	۶	۲/۴	۲/۴
۲۱-۳۰	۷۷	۳۰/۸	۳۳/۲
۳۱-۴۰	۹۳	۳۷/۲	۷۰/۴
۴۱-۵۰	۶۰	۲۴	۹۴/۴
۵۱-۶۰	۸	۳/۲	۹۷/۶
بالای ۶۰	۴	۱/۶	۹۹/۲
بدون پاسخ	۲	۰/۸	۱۰۰
جمع	۲۵۰	۱۰۰	-

بیشینه=۵۸ کمینه=۱۸ میانگین= ۳۷/۷ انحراف معیار=۹/۵۶

بر اساس یافته‌های پژوهش ۲۹/۲ درصد از پاسخ‌گویان با بیشترین فراوانی (۷۳ نفر) در منطقه ۱ شهر تهران سکونت داشتند. همچنین ۸۵/۶ درصد از پاسخ‌گویان با بیشترین فراوانی (۲۱۰ نفر) در شمال شهر تهران زندگی می‌کنند. (جدول ۳)

جدول ۳. توزیع فراوانی پاسخ‌گویان بر اساس محدوده منطقه سکونت

منطقه	فراوانی (نفر)	درصد
۱	۷۳	۲۹/۲
۲	۵۰	۲۰
۳	۵۸	۲۳/۴
۵	۱۸	۷/۵
۸	۹	۳/۳
۱۸	۶	۲/۵
۱۹	۲	۰/۸
۲۰	۴	۱/۷
گمشده	۲۳	۹/۲
جمع	۲۵۰	۱۰۰

نتایج پژوهش نشان داد میانگین درآمد خانواده کارآفرینان مورد مطالعه ۸/۵ میلیون (با انحراف معیار ۷/۲۴ سال) بود و درآمد خانواده آن‌ها در دامنه ۰/۸ تا ۲۸ میلیون قرار داشت. با توجه به دامنه درآمد، کارآفرینان مورد مطالعه در ۶ طبقه دسته‌بندی گردیدند (جدول ۴).

جدول ۴. توزیع فراوانی درآمد کارآفرینان مورد مطالعه (میلیون تومان)

طبقات درآمد خانواده	فراوانی (نفر)	درصد	درصد تجمعی
۱ میلیون و کمتر	۲۴	۹/۶	۹/۶
۱-۴	۱۰۲	۴۰/۸	۵۰/۴
۴-۷	۱۰	۴	۵۴/۴



۶۴/۴	۱۰	۲۵	۱۰-۷/۱
۶۵/۶	۱/۲	۳	۱۳-۱۰/۱
۷۹/۶	۳۲	۸۰	بالای ۱۳ میلیون
۱۰۰	۲/۴	۶	گمشده

بر اساس نتایج ارائه شده مشاهده می‌شود که بیشترین فراوانی مربوط به طبقه ۱-۱/۱ میلیون تومان است که ۱۰۲ نفر (۴۰/۸ درصد) از کارآفرینان مورد مطالعه در این طبقه قرار داشتند و میانگین درآمد کسب و کار کارآفرینان مورد مطالعه ۲/۴ میلیون (با انحراف معیار ۳/۸۱) بود که درآمد خانواده آن‌ها در دامنه ۰/۶ تا ۳۲ میلیون قرار داشت. با توجه به دامنه درآمد، کارآفرینان مورد مطالعه در ۶ طبقه دسته‌بندی گردیدند (جدول ۵).

جدول ۵. توزیع فراوانی درآمد کارآفرینان مورد مطالعه (میلیون تومان)

درصد تجمعی	درصد	فراوانی (نفر)	طبقات درآمد خانواده
۱۹/۱۶	۱۹/۱۶	۴۸	۱ میلیون و کمتر
۵۶/۳۶	۳۷/۵	۹۴	۲-۱/۱
۸۵/۲۵	۲۹/۱۶	۷۳	۳-۲/۱
۹۱/۹۱	۶/۶۶	۱۷	۴-۳/۱
۹۳/۵۷	۱/۶۶	۴	بالای ۴ میلیون
۱۰۰	۵/۸	۱۵	گمشده
-	۱۰۰	۲۵۰	جمع

بر اساس یافته‌های پژوهش، ۴۶/۶۶ درصد از پاسخگویان با بیشترین فراوانی (۱۷ نفر) بی‌سواد بودند. در جدول ۶ توزیع فراوانی پاسخ‌دهندگان برپایه میزان تحصیلات ارائه شده است.

جدول ۶. توزیع فراوانی پاسخگویان بر اساس میزان تحصیلات

تحصیلات	فراوانی (نفر)	درصد
بی سواد	۱۱۷	۴۶/۶۶
خواندن و نوشتن	۶۵	۲۵/۸
دیپلم	۸	۳/۳
فوق دیپلم	۱۵	۵/۸
کارشناسی	۲۵	۱
کارشناسی ارشد و بالاتر	۶	۲/۵
گمشده	۱۵	۵/۸
جمع	۲۵۰	۱۰۰

بر اساس یافته‌های پژوهش تحصیلات پدر یا همسر ۳۱/۱ درصد از پاسخگویان با بیشترین فراوانی (۷۷ نفر) فوق دیپلم بود. (جدول ۷).

جدول ۷. توزیع فراوانی پاسخگویان بر اساس میزان تحصیلات پدر خانواده یا همسر

تحصیلات	فراوانی (نفر)	درصد
بی سواد	۶	۲/۵
خوانده و نوشتن	۲۳	۹/۲
دیپلم	۶۰	۲۴/۴
فوق دیپلم	۷۷	۳۱/۱
کارشناسی	۶۹	۲۷/۷
کارشناسی ارشد و بالاتر	۱۳	۵
گمشده	۲	۰/۸
جمع	۲۵۰	۱۰۰



همچنین تحصیلات مادر خانواده ۳۵ درصد از پاسخگویان با بیشترین فراوانی (۸۸ نفر) دیپلم بود. (جدول ۸).

جدول ۸. توزیع فراوانی پاسخگویان بر اساس میزان تحصیلات

تحصیلات	فراوانی (نفر)	درصد
بی سواد	۱۰	۴/۲
خواندن و نوشتن	۵۲	۲۰/۸
دیپلم	۸۸	۳۵
فوق دیپلم	۵۲	۲۰/۸
کارشناسی	۳۳	۱۳/۳
کارشناسی ارشد و بالاتر	۸	۳/۳
گمشده	۶	۲/۵
جمع	۲۵۰	۱۰۰

افزون بر این، شغل پدر خانواده یا همسر ۳۱/۷ درصد از پاسخگویان با بیشترین فراوانی (۷۷ نفر) کارآفرین بود (جدول ۹) و ۶۵/۸ درصد از پاسخگویان با فراوانی (۱۶۵ نفر) در اقوام کارآفرین داشتند (جدول ۱۰).

جدول ۹. توزیع فراوانی پاسخگویان بر اساس شغل

شغل	فراوانی (نفر)	درصد
کارمند	۳۱	۱۲/۵
کارگر	۴۲	۱۶/۷
کارآفرین	۷۹	۳۱/۷
آزاد	۵۸	۲۳/۳
بازنشسته	۲۷	۱۰/۸
گمشده	۱۳	۴/۲
جمع	۲۵۰	۱۰۰

جدول ۱۰. توزیع فراوانی پاسخگویان بر اساس کارآفرینی اقوام

شغل	فراوانی (نفر)	درصد
بله	۱۶۵	۶۵/۸
خیر	۶۵	۲۵/۸
گمشده	۲۱	۸/۳
جمع	۲۵۰	۱۰۰

افزون بر این، ۴۹/۲ درصد از کارآفرینان در بخش صنعت و ۴۸/۳ درصد در بخش خدمات مشغول به کار بودند. (جدول ۱۱) و ۵۱/۷ درصد از پاسخگویان در کلاس‌های آموزش کارآفرینی شرکت نکرده‌اند. (جدول ۱۲)

جدول ۱۱. توزیع فراوانی پاسخگویان بر اساس حوزه اشتغال

شغل	فراوانی (نفر)	درصد
صنعت	۱۲۳	۴۹/۲
خدمات	۱۲۱	۴۸/۳
گمشده	۶	۲/۵
جمع	۲۵۰	۱۰۰

جدول ۱۲. توزیع فراوانی پاسخگویان بر اساس شرکت یا شرکت نکردن در کلاس‌های کارآفرینی

شرکت در کلاس‌های کارآفرینی	فراوانی (نفر)	درصد
بله	۱۱۷	۴۶/۷
خیر	۱۲۹	۵۱/۷
گمشده	۴	۱/۷
جمع	۲۵۰	۱۰۰

اولویت‌بندی گویه‌های ویژگی‌های فردی نتایج نشان می‌دهد: سخت کوشی را دوست دارم، کسب موفقیت در کار و زندگی (توفیق طلبی) برای من مهم است، تمایل به همکاری و کار



گروهی دارم. سه گویه ویژگی‌های فردی و آدمی سختگیر و بی‌گذشت هستم، تعهد و مسئولیت-پذیری بالایی دارم اولویت بالاتری دارند و ترجیح می‌دهم با دیگران همکاری کنم تا با آن‌ها به رقابت پردازم. پایین‌ترین رتبه‌ها را دارند. (جدول ۱۳)

جدول ۱۳. نتایج اولویت‌بندی گویه‌های فردی و شخصیتی

گویه	میانگین	انحراف معیار	ضریب تغییرات
سخت کوشی را دوست دارم.	۴/۱۲	۰/۷۹	۰/۱۹
کسب موفقیت در کار و زندگی (توفیق طلبی) برای من مهم است.	۴/۰۳	۰/۸۴	۰/۲
تمایل به همکاری و کار گروهی دارم.	۳/۸۹	۰/۸۱	۰/۲۱
معمولاً ترجیح می‌دهم کارهایم را به تنهایی انجام دهم.	۳/۷	۰/۷۸	۰/۲۱
اعتماد به نفس و خودباوری بالایی دارم.	۳/۸۶	۰/۸۱	۰/۲۱
اراده و پشتکار زیادی از خود نشان می‌دهم.	۴/۲	۰/۹۱	۰/۲۱
مهارت ارتباطی مناسب با دیگران دارم.	۳/۵۹	۰/۸۴	۰/۲۳
انعطاف‌پذیری در برابر مشکلات و تغییرات برای من اهمیت زیادی دارد.	۳/۷۹	۰/۸۹	۰/۲۳
توانایی سازگاری با دیگران دارم.	۳/۸۱	۰/۹۴	۰/۲۴
فرد دوراندیشی هستم.	۳/۸۹	۰/۹۷	۰/۲۵
برخورد مثبت با مشکلات دارم.	۳/۶۸	۰/۹۲	۰/۲۵
فرد ریسک‌پذیری هستم.	۳/۷۶	۰/۹۵	۰/۲۵
به انجام کارها به شیوه‌های جدید تمایل دارم.	۳/۸۱	۰/۹۷	۰/۲۵
به آینده خوش‌بین‌ام.	۳/۷۵	۰/۹۶	۰/۲۵
ترجیح می‌دهم دنبال کارهای خودم را بگیرم تا اینکه رهبر دیگران باشم.	۰/۷۵	۰/۹۷	۰/۲۵
شخص بسیار فعالی هستم.	۳/۷۲	۰/۹۹	۰/۲۶
استقلال طلبی را دوست دارم.	۳/۶۴	۰/۹۷	۰/۲۶
احساس نیاز به ایجاد تغییر در زندگی دارم.	۳/۶۷	۰/۹۹	۰/۲۷
هدف مشخصی در زندگی دارم.	۳/۸	۱/۰۷	۰/۲۸
توانایی تصمیم‌گیری سریع بالایی دارم.	۳/۶۳	۱/۰۴	۰/۲۸
آدم نامنظم و بی‌برنامه‌ای هستم.	۳/۳۳	۱/۲۳	۰/۳۷

همیشه وقتی قول انجام کاری را بدهم، مردم می‌توانند به انجام آن کار اطمینان کنند.	۲/۸۹	۱/۱	۰/۳۸
معمولاً درباره قصد و نیت دیگران بدبین و بدگمان هستم.	۳/۱۳	۱/۲۲	۰/۳۹
خودم را آدم خوشحال و سرزنده‌ای نمی‌دانم.	۲/۴۱	۱	۰/۴۱
از لحاظ نگرش‌های اجتماعی، آدمی سختگیر و بی‌گذشت هستم.	۲/۴۱	۱/۰۵	۰/۴۳
تعهد و مسئولیت‌پذیری بالایی دارم.	۲/۰۷	۱/۲۱	۰/۵۸
ترجیح می‌دهم با دیگران همکاری کنم تا با آن‌ها به رقابت پردازم.	۴/۰۴	۲/۹	۰/۷۲

اولویت‌بندی گویه‌های عوامل شبکه‌ای نشان می‌دهد؛ اقدامات فرهنگی در رابطه با کارآفرینی زنان تأثیر زیادی در من داشت، من زنان کارآفرین زیادی را می‌شناسم و قوانین تصویب شده در رابطه با کارآفرینی زنان کمک زیادی به ایجاد و رشد کسب و کار می‌کند، در سه اولویت اول گویه‌های عوامل شبکه‌ای قرار دارند و در جلسات انجمن‌های زنان شرکت می‌کنم، سعی دارم در هسته‌ی مرکزی این انجمن‌ها باشم و در انجمن‌های زنان مشارکت فعال دارم در رتبه‌های پایین قرار داشتند (جدول ۱۴).

جدول ۱۴. نتایج اولویت‌بندی گویه‌های عوامل شبکه‌ای

متغیر	میانگین	انحراف معیار	ضریب تغییرات
اقدامات فرهنگی در رابطه با کارآفرینی زنان تأثیری زیادی در من داشت.	۳/۴	۱/۰۸	۰/۳۱
من زنان کارآفرین زیادی را می‌شناسم.	۳/۳۶	۱/۰۷	۰/۳۱
قوانین تصویب شده در رابطه با کارآفرینی زنان کمک زیادی به ایجاد و رشد کسب و کار می‌کند.	۳/۴۴	۱/۱۱	۰/۳۲
تقدیر از زنان کارآفرین و نمونه انگیزه مرا برای کارآفرینی زیاد می‌کند.	۳/۳۹	۱/۱	۰/۳۲
با انجمن‌های تخصصی زنان در ارتباط هستم.	۳/۲۱	۱/۰۴	۰/۳۲
نگرش افراد خانواده به کسب و کار زنان تأثیر زیادی در کارآفرینی دارد.	۳/۲۴	۱/۱۲	۳/۳۴
همیشه به دنبال یادگیری از دوستانم در مورد کارآفرینی هستم.	۳/۲۳	۱/۱۲	۰/۳۴
نگاه جامعه به کسب و کار زنان اهمیت دارد.	۳/۰۸	۱/۱۵	۰/۳۷



رسانه‌های جمعی نقش مهمی در ایجاد انگیزش من داشتند.	۳/۱	۱/۱۸	۰/۳۸
جایگاه اجتماعی من باید بالاتر باشد.	۳/۰۱	۱/۱۹	۰/۳۹
با دوستان کارآفرینم ارتباط خوبی دارم.	۲/۸۵	۱/۱۶	۰/۴۱
حضور در انجمن‌های کسب و کار به تولید کمک می‌کند.	۲/۸۱	۱/۱۵	۰/۴۱
فعالیت زیادی در گروه‌های کسب و کار انجام می‌دهم.	۲/۶۳	۱/۱۳	۰/۴۳
با انجمن‌های تخصصی در رابطه با کسب و کار ارتباط دارم.	۲/۶۳	۱/۲۴	۰/۴۷
دوستان کارآفرین زیادی دارم.	۲/۵۲	۱/۲	۰/۴۷
در جلسات انجمن‌های زنان شرکت می‌کنم.	۲/۵۴	۱/۲۴	۰/۴۸
سعی دارم در هسته‌ی مرکزی این انجمن‌ها باشم.	۲/۴۴	۱/۲۱	۰/۴۹
در انجمن‌های زنان مشارکت فعال دارم.	۲/۴۴	۱/۲	۰/۵

نتایج به دست آمده از گویه‌های عوامل محیطی نشان می‌دهد گویه‌های: فعالیت اقتصادی زنان در جامعه باید در فرهنگ مردم وارد شود، احترام به نظرات و تصمیمات زنان در جامعه، اعتماد به توانایی زنان در مدیریت کسب و کار در سه اولویت اول قرار دارند و گویه‌های عوامل محیطی و دعوت به شراکت از سوی دوستان باعث شد من کارآفرین شوم، من باید شغل بهتری پیدا کنم و بیکاری برای من ناراحت‌کننده است در سه رتبه آخر قرار دارند. (جدول ۱۵)

جدول ۱۵. نتایج اولویت‌بندی گویه‌های عوامل محیطی

گویه	میانگین	انحراف معیار	ضریب تغییرات
فعالیت اقتصادی زنان در جامعه باید در فرهنگ مردم وارد شود.	۳/۹۲	۱/۰۸	۰/۲۷
احترام گذاشتن به نظرات و تصمیمات زنان در جامعه	۳/۷۶	۱/۰۴	۰/۲۷
اعتماد داشتن به توانایی زنان در مدیریت کسب و کار	۳/۶۹	۱/۰۳	۰/۲۷
میزان مشارکت در فعالیت‌های گروهی	۳/۵۳	۱	۰/۲۸
برای انجام کارهای خانه و خانواده نیز برنامه‌ریزی دارم.	۳/۷۱	۱/۰۸	۰/۲۹
نقش زنان در بیان راه حل برای مسائل جامعه	۳/۶	۱/۰۶	۰/۲۹
شغل قبلی برای من مناسب نبود.	۳/۵	۱/۰۶	۰/۳

رواج تفکرات سستی درباره زنان و توانایی‌های آنها	۳/۵	۱/۰۷	۰/۳
نوع شغل فرد نوع دیدگاه مردم به او را تعیین می‌کند.	۳/۶	۱/۱۲	۰/۳۱
میزان بهره‌مندی زنان از حقوق برابر در جامعه	۳/۵۹	۱/۱۳	۰/۳۱
کسب و کار فقط برای مردان نیست.	۳/۷۴	۱/۲	۰/۳۲
آموزش مهارت‌ها اثر مهمی بر ایجاد کسب و کار دارد.	۳/۴۴	۱/۱	۰/۳۲
جدا شدن از همسر باعث شد کسب و کار جدید راه بیندازم.	۳/۳۵	۱/۱	۰/۳۳
کمبود فرصت شغلی مرا به کارآفرینی تشویق کرد.	۳/۰۹	۱/۰۸	۰/۳۴
مناسب بودن فضا برای فعالیت اقتصادی زنان	۳/۵۴	۱/۲۵	۰/۳۵
درآمد ناکافی خانواده‌ام باعث شد تا من این راه‌حل را انتخاب کنم.	۳/۰۸	۱/۱	۰/۳۶
ایده‌ی ایجاد شده در ذهنم مرا به این کار علاقه‌مند ساخت.	۳/۰۷	۱/۲	۰/۳۹
روابط شغلی قبلی‌ام در ایجاد کسب و کار جدید تأثیر داشت.	۳/۰۳	۱/۱۹	۰/۳۹
پیشرفت نکردن در شغل قبلی‌ام باعث ایجاد کسب و کار جدید شد.	۳/۰۷	۱/۲	۰/۳۹
تشویق والدینم محرکی برای شروع کار من بود.	۳/۰۱	۱/۲۴	۰/۴۱
دعوت به شراکت از سوی دوستان باعث شد من کارآفرین شوم.	۲/۶۵	۱/۲	۰/۴۷
من باید شغل بهتری پیدا کنم.	۴/۱۵	۲/۷۱	۰/۶۵
بیکاری برای من ناراحت‌کننده است.	۳/۹۴	۳/۹۸	۰/۷۵

نتایج ارائه شده در جدول ۱۶ نشان می‌دهد در اولویت‌بندی گویه‌های توسعه کارآفرینی گویه‌های رشد سطح درآمد، استفاده از روش‌ها و شیوه‌های جدید تولید و افزایش سطح تولید و بهره‌وری سالانه در سه اولویت اول قرار دارند و جذب سرمایه و منابع مالی گوناگون، ایجاد فرصت‌های جدید شغلی و به‌کارگیری روش‌های متنوع و جدید در توزیع و فروش در رتبه‌های آخرند.



جدول ۱۶. نتایج اولویت‌بندی گویه‌های عوامل محیطی

ضریب تغییرات	انحراف معیار	میانگین	گویه
۰/۳۱	۱	۳/۱۷	رشد سطح درآمد
۰/۰۳۳	۱/۰۳	۳/۱۳	استفاده از روش‌ها و شیوه‌های جدید تولید
۰/۳۴	۱/۰۱	۲/۸۹	افزایش سطح تولید و بهره‌وری سالانه
۰/۳۶	۱/۱	۳/۰۷	استفاده از شیوه‌های خلاق و متفاوت نسبت به کسب و کارهای مشابه
۰/۳۸	۱/۱۳	۲/۹۸	استفاده از ابزار و فناوری جدید تولید
۰/۳۸	۱/۱	۲/۹۲	شناسایی و ورود به بازارهایی جدید
۰/۳۸	۱/۱۸	۳/۱	تولید و ارائه محصولات جدید و متنوع
۰/۳۸	۱/۱۳	۲/۹۲	جذب سرمایه و منابع مالی گوناگون
۰/۳۹	۱/۱۸	۳/۰۳	ایجاد فرصت‌های جدید شغلی
۰/۴۱	۱/۲۴	۲/۹۸	به کارگیری روش‌های متنوع و جدید در توزیع و فروش

ب) یافته‌های استنباطی

در این مطالعه برای بررسی روابط بین متغیرها از ضریب همبستگی اسپیرمن و ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد. نتایج ارائه شده در جدول ۱۷، نشان دهنده‌ی این است که رابطه‌ی مثبت و معنی‌داری بین سن و کارآفرینی زنان وجود دارد، افزایش سن زنان و مشکلات موجود باعث می‌شود زنان به دنبال پیدا کردن شغل باشند. اما بین درآمد خانواده، درآمد از کسب و کار، تحصیلات، تحصیلات پدر یا همسر، تحصیلات مادر با کارآفرینی زنان رابطه‌ای وجود ندارد.

جدول ۱۷. نتایج تحلیل همبستگی بین توسعه‌ی کارآفرینی و سایر متغیرها

متغیر	نوع ضریب همبستگی	سطح معنی‌داری	ضریب همبستگی (r)
درآمد خانواده	پیرسون	۰/۹۷	۰/۰۰۶
درآمد از کسب و کار	پیرسون	۰/۵۷	-/۰۵

۰/۲۳۷	۰/۰۱**	پیرسون	سن
۰/۰۷۵	۰/۴۲۵	اسپیرمن	تحصیلات
۰/۰۷۲	۰/۴۳۶	اسپیرمن	تحصیلات پدر یا همسر
-۰/۰۵۶	۰/۵۵	اسپیرمن	تحصیلات مادر

** معنی داری در سطح اطمینان ۹۹ درصد

یکی از مفروضات مهم اکثر آزمون‌ها به خصوص در آزمون‌های مربوط به فرضیه‌های علی این است که نباید رابطه هم‌خطی وجود داشته باشد. بدین معنی که هیچ یک از متغیرهای مستقل نباید رابطه خطی با یکدیگر داشته باشند. با توجه به این نکته و نتایج ارائه شده در جدول ۱۸ مشخص می‌شود که متغیرها دارای رابطه هم‌خطی نیستند، بنابراین مدل رگرسیونی دارای اعتبار است.

جدول ۱۸. آزمون هم‌خطی

VIF	Tolerance	متغیرهای وارد شده در مدل
۱/۲۴	۰/۸	ویژگی‌های فردی و شخصیتی
۱/۱۲	۰/۸۹۱	ارتباط با انجمن‌های تخصصی زنان
۰/۷۵	۱/۳۲	الگوی نقش

از سوی دیگر، در این پژوهش برای تعیین عوامل فرهنگی- اجتماعی موثر بر کارآفرینی از تحلیل رگرسیون به روش گام به گام استفاده شد. (جدول ۱۹) نتایج استفاده از این ابزار نشان داد سه متغیر عوامل اجتماعی و فرهنگی بر کارآفرینی زنان تاثیر می‌گذارند و طی ۳ گام وارد معادله رگرسیونی شدند.

جدول ۱۹. نتایج تحلیل رگرسیون

معنی داری	مقدار t	خطای	Beta	B	متغیر
۰/۱۳۳	-۱/۵۵	۲/۳۱		-۳/۴۵	ضریب ثابت
۰/۰۰۰	۵/۵۲	۰/۰۹۵	۰/۳۶۱	۰/۲۴۸	ویژگی‌های فردی و شخصیتی
۰/۰۰۰	۲/۹۵	۰/۱۶۹	۰/۳۷۴	۰/۹۳۷	ارتباط با انجمن‌های زنان
۰/۰۰۰۱	۳/۳۷۲	۰/۱	۰/۲۴۷	۰/۳۳۹	الگوی نقش



به بیان دیگر از هر یک از سه دسته اصلی عوامل فردی و شخصیتی، عوامل شبکه‌ای و عوامل محیطی یک متغیر اصلی معنادار است و در مدل رگرسیونی وارد خواهد شد. این سه عامل به ترتیب عبارت اند از: ویژگی‌های شخصیتی از عوامل فردی و شخصیتی، ارتباط با انجمن‌های تخصصی از عوامل شبکه‌ای و الگوی نقش از عوامل محیطی. مقادیر آماره t نشان می‌دهد هر ۳ عامل معنی دارند. در نخستین گام ویژگی‌های شخصیتی وارد معادله رگرسیونی شد و ضریب آن $۰/۲۴۸$ بود. در گام دوم ارتباط با انجمن‌های زنان وارد معادله رگرسیونی شد و ضریب آن $۰/۹۳۷$ بود و در گام سوم الگوی نقش وارد معادله شد و ضریب آن $۰/۳۳۹$ بود. لازم به توضیح است مقدار آزمون F برابر با $۴۳/۲۴$ بود که در سطح اطمینان ۹۹ درصد معنی‌دار بود. بنابراین براساس ضرایب استاندارد نشده می‌توان معادله‌ای را به صورت زیر نوشت:

$$Y = -3.45 + 0.248X_1 + 0.937X_2 + 0.339X_3$$

در رابطه بالا متغیر Y شاخص توسعه کارآفرینی بوده و متغیرهای X_1 تا X_3 نشان‌دهنده ویژگی‌های شخصیتی و ارتباط با انجمن‌های تخصصی زنان و الگوی نقش اند.

جدول ۲۰. واریانس تبیین شده

ضریب همبستگی چندگانه (R)	ضریب تعیین (R^2)	ضریب تعیین تعدیل شده
۰/۷۲۷	۰/۵۲۷	۰/۵۱۶

نتایج به دست آمده در جدول ۲۰ نشان داد، ضریب تعیین تعدیل شده برابر $۰/۵۱۶$ است و بدین معنی است که $۵۱/۶$ درصد از واریانس کارآفرینی از سوی ۳ متغیر مستقل وارد شده در مدل تبیین می‌شود. در ادامه به بحث بروی نتایج خواهیم پرداخت.

بحث و نتیجه گیری

نتایج به دست آمده نشان داد، سخت کوشی را دوست دارم، کسب موفقیت در کار و زندگی (توفیق طلبی) برای من مهم است و تمایل به همکاری و کار گروهی دارم در سه اولویت اول ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای کارآفرینان، و از لحاظ نگرش‌های اجتماعی، آدمی سخت‌گیر و

بی‌گذشت هستم، تعهد و مسئولیت‌پذیری بالایی دارم و ترجیح می‌دهم با دیگران همکاری کنم تا با آن‌ها به رقابت بپردازم در سه رتبه آخر قرار دارند. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت کارآفرینان دارای هدف موفقیت و پیشرفت در زندگی خود هستند و برای رسیدن به این موفقیت نیز تلاش می‌کنند. به لحاظ اجتماعی نیز روابط مناسبی دارند و سعی می‌کنند در تعاملات اجتماعی خود با ملایمت رفتار کرده و مسئولیت‌پذیر باشند.

افزون بر آن، اقدامات فرهنگی در رابطه با کارآفرینی زنان تأثیری زیادی در من داشت، من زنان کارآفرین زیادی را می‌شناسم و قوانین تصویب شده در رابطه با کارآفرینی زنان کمک زیادی به ایجاد و رشد کسب و کار می‌کند در سه اولویت اول ویژگی‌های فردی و شخصیتی قرار دارند و در جلسات انجمن‌های زنان شرکت می‌کنم، سعی دارم در هسته‌ی مرکزی این انجمن‌ها باشم، در انجمن‌های زنان مشارکت فعال دارم در سه رتبه آخر قرار داشتند. براین اساس می‌توان گفت، اقدامات فرهنگی در کارآفرینی اهمیت زیادی برای زنان دارد؛ همچنین ارتباط با زنان کارآفرین و شناختن آنان تأثیر خوب و مناسبی برای زنان دارد. با وجود مناسب بودن انجمن‌های زنان اما شرکت فعال در این انجمن‌ها از نظر زنان اولویت چندانی ندارد.

از دیگر سو، گویه‌های رشد سطح درآمد، استفاده از روش‌ها و شیوه‌های جدید تولید، افزایش سطح تولید و بهره‌وری سالانه در سه اولویت اول قرار دارند و جذب سرمایه و منابع مالی گوناگون، ایجاد فرصت‌های جدید شغلی و به‌کارگیری روش‌های متنوع و جدید در توزیع و فروش در سه رتبه آخر قرار داشتند. بنابراین نوآوری و افزایش درآمد برای زنان کارآفرین اهمیت زیادی دارد. به نظر کارآفرینان نوآوری باعث افزایش درآمد می‌شود. اما به کارگیری روش‌های مختلف بدون داشتن کارایی احتمالی از نظر کارآفرینان جذابیت چندانی ندارد. نتایج این بخش با پژوهش موحدی و فرانی (۲۰۱۵) و ممیز و همکاران (۱۳۹۲) همخوانی دارد.

افزون بر آن، ۳ متغیر عوامل اجتماعی و فرهنگی بر کارآفرینی زنان تأثیر می‌گذارند، در طی ۳ گام وارد معادله رگرسیونی شدند و مقادیر t نشان می‌دهد هر ۳ متغیر معنی‌دار اند. در نخستین گام ویژگی‌های شخصیتی وارد معادله رگرسیونی شد و ضریب آن برابر $0/248$ بود. با توجه به نتایج تحقیقات گوناگون قرار داشتن ویژگی‌های فردی مانند ریسک‌پذیری، هدف، نیاز به موفقیت



و مهم‌تر از آن داشتن مهارت‌های مناسب ارتباط با دیگران و توانایی تعامل با افراد جامعه از یک فرد کارآفرینی موفق می‌سازد. داشتن ویژگی‌های ارتباطی و تعاملی مناسب در عصر کنونی که پیشرفت تکنولوژی بسیار شتاب دارد مهم است (باستانی و همکاران^۱، ۲۰۱۵). فرد با ارتباط مناسب به سرعت با تکنولوژی‌های تازه آشنا شده و ایده‌های تازه‌ای نیز خواهد داشت. در عصر کنونی که شبکه‌های اجتماعی نقش بسیار مهمی دارند فرد باید بتواند وارد این شبکه‌ها شود و در عین حال اهداف و نیازهای اصلی خود را فراموش نکند. استفاده از ارتباطات توانایی موفقیت و پیشرفت فرد را لازم و ضروری می‌سازد (بارباتو و دنارتینو^۲، ۲۰۰۲). در گام دوم ارتباط با انجمن‌های زنان وارد معادله رگرسیونی شد که ضریب آن برابر ۰/۹۳۷ بود. در گام سوم الگوی نقش وارد معادله شد که ضریب آن برابر ۰/۳۳۹ بود. وجود الگوی نقش اهمیت بسیار زیادی دارد چراکه فرد الگویی در ذهن خود دارد و در صدد پیروی از راه خویش و تلاش برای همسانی خود با فرد مورد نظر است. با توجه به اینکه الگو مورد اعتماد فرد است از او یاد می‌گیرد و حتی به گفته‌های او نیز عمل می‌کند، پس وجود الگویی که مناسب باشد فرد را به کارآفرینی سوق خواهد داد.

بر پایه نتایج به دست آمده، در ذیل عوامل اجتماعی و فرهنگی، ویژگی‌های فردی و شخصیتی با ضریب ۰/۲۴۸ نشان داد که کارآفرینان دارای هدف موفقیت و پیشرفت در زندگی خود هستند و برای رسیدن به این موفقیت نیز تلاش می‌کنند. همچنین، به لحاظ اجتماعی روابط مناسبی دارند و سعی می‌کنند در تعاملات اجتماعی خود با ملایمت رفتار کرده و مسؤلیت پذیر باشند. متغیر ارتباط با انجمن‌های زنان با ضریب ۰/۹۳۷ نشان داد که اقدامات فرهنگی در کارآفرینی اهمیت زیادی برای زنان دارد، همچنین ارتباط با زنان کارآفرین و شناخت کافی از آن‌ها تاثیر مناسبی بر زنان دارد. با وجود مناسب بودن انجمن‌های زنان اما شرکت فعال در این انجمن‌ها از نظر زنان اولویت چندانی ندارد. افزون بر آن، متغیر الگوی نقش با ضریب ۰/۳۳۹ نشان داد که

¹ Bastani et al.

² Barboto, J and Denartino

نوآوری و افزایش درآمد برای زنان کارآفرین اهمیت زیادی دارد. به نظر کارآفرینان نوآوری باعث افزایش درآمد می‌شود.

پیشنهادها

- پیشنهادهای کاربردی براساس نتایج به‌دست آمده از این پژوهش در ادامه آمده است:
- گسترش انجمن‌های زنان و قرارگیری زنان در کنار بانوان کارآفرین و یادگیری از آنان در محیط غیررسمی و دوستانه؛
 - استفاده از مشاوران و روان‌شناسان برای مشخص ساختن الگوی نقش و ایده‌های کارآفرینی زنان؛
 - تلاش برای قرارگیری زنان در کنار بانوان کارآفرین و پرسش و پاسخ آنان در جلسات غیر رسمی؛
 - توصیه به قرار گرفتن زنان در محیط کارآفرینی اقوام و تعامل با آنان؛
 - استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای برقراری ارتباط زنان با یکدیگر و انجمن‌های تخصصی



منابع

- آراستی، زهرا. (۱۳۸۵)، ساختارهای فرهنگی- اجتماعی موثر در ایجاد کسب و کارهای کارآفرینانه. زن در توسعه و سیاست (پژوهش زنان)، ۴(۱-۲)، ۹۳-۱۲۰.
- احمدپور داریانی، محمود؛ نیک‌بین، حسین و کریمی، آصف. (۱۳۹۰). عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی در شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای فنی و مهندسی کشاورزی استان زنجان. فصلنامه تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران، ۲-۲، ۴۲-۴۳، ۵۳۵-۵۴۶.
- امینی، علیرضا و حسینی ماچک، سیده شیما. (۱۳۹۶). شناسایی ویژگی‌های هوش کارآفرینانه زنان کارآفرین: مطالعه‌ای کیفی با استفاده از تحلیل محتوای قراردادی. فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، ۱۰(۲)، ۳۵۲-۳۷۴. doi: 10.22059/jed.2017.231501.652190
- خداداد حسینی، سیدحمید و شفیع رودپشتی، میثم. (۱۳۹۲). بررسی تاثیر هوش هیجانی با گرایش به کارآفرینی دانشجویان: با تأکید بر ویژگی‌های جنسیتی و قومیتی، مدیریت فرایند توسعه، ۲۶(۲)، ۹۶-۱۱۷.
- ذکریایی، منیژه و مختاریپور، مهدی. (۱۳۸۹). بررسی عوامل فرهنگی اجتماعی موثر بر کارآفرینی زنان (مطالعه موردی شهرستان کرج)، پژوهش نامه علوم اجتماعی، ۴(۳)، ۱۵۵-۱۷۱.
- روشن نیا، داود؛ خادمی شهرپور، رقیه و قوتی، سعید. (۱۳۹۴). چالش‌ها و موانع اجتماعی کارآفرینی زنان، کار و جامعه، شماره ۱۸۸، ۶۴-۷۴.
- سبکبار، حسینعلی و دیگران. (۱۳۹۶). عوامل تاثیر گذار بر اشتغال زنان روستایی کشور در بخش صنعت، مطالعات اجتماعی روانشناختی زنان، ۱۵(۱)، ۷۳-۹۱.
- سلیمانپور، محمدرضا و حسینی، سید محمود. (۱۳۹۲). بررسی مقایسه‌ای دیدگاه دانشجویان کارشناسی ارشد پیرامون توسعه کارآفرینی در آموزش عالی کشاورزی (مطالعه موردی استان تهران)، مجله پژوهش‌های ترویج و آموزش کشاورزی، ۴(۱)، ۲۶-۱۱۶.
- صمدآقایی، جلیل. (۱۳۸۳). سازمان‌های کارآفرین. تهران: مرکز آموزش مدیریت دولتی.

- عربیون ابوالقاسم و زرنگاریان و زارعی. (۱۳۹۰). نقش آموزش کارآفرینی در ارتقای توان کارآفرینی به عنوان بخشی از سیاست‌های کلی اشتغال، اولین همایش ملی آموزش در ایران ۱۴۰۴، تهران، پژوهشکده سیاست علم، فناوری و صنعت.
- فیروز آبادی، سید احمد و نصرالهی وسطی، لیلا. (۱۳۹۴). بررسی رابطه میان اعتماد اجتماعی و روحیه کارآفرینی زنان روستایی مطالعه موردی: دهستان شیروان از توابع شهرستان بروجرد. پژوهش‌های روستایی، ۵(۱)، ۲۵-۴۴.
- کریمی موغاری، زهرا؛ نظیفی نائینی، مینو و عباسپور، سحر. (۱۳۹۲). عوامل اقتصادی موثر بر اشتغال زنان در ایران. مطالعات اجتماعی روانشناختی زنان، ۱۱(۳)، ۵۳-۸۰.
- کریم‌زاده، مجید. (۱۳۹۸). بررسی موانع کارآفرینی زنان بلوچ شهرستان سراوان. مطالعات اجتماعی روانشناختی زنان، ۱۷(۲)، ۷-۳۴.
- کمائی، رها و افشاری، زهرا. (۱۳۹۶). عوامل تعیین کننده مشارکت زنان در نیروی کار در کشورهای منتخب (تحلیل پنل)، مطالعات اجتماعی روانشناختی زنان، ۱۵(۱)، ۴۹-۷۷.
- گلرد، پروانه؛ حسینی، مریم و عسگری، الهه. (۱۳۹۶). رابطه شبکه‌های اجتماعی بر عملکرد کسب و کارهای زنان با نقش میانجی هوشیاری کارآفرینانه و تبعیض جنسیتی. فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، ۱۰(۲)، ۲۹۹-۳۱۸.
- ممیز، آیت اله؛ قاسمی، سیده عاطفه و قاسمی، سیده فاطمه. (۱۳۹۲). بررسی عوامل موثر در توسعه کارآفرینی زنان. رشد فناوری، ۹(۳۵)، ۱۵-۲۲.
- ملکی، گیلدا. (۱۳۷۷). کار زنان نادیدنی و ناشنیدنی. مجله پیام زن، شماره ۱۲، ۱-۲۳.
- نظریان زهرا و حدادی مقدم کبری. (۱۳۹۲). بررسی عوامل موثر بر رشد کارآفرینی در کسب و کارهای کوچک (SMEs) دانش بنیان مستقر در پارک علم و فناوری استان گیلان. نشریه صنعت و دانشگاه، ۶(۲۱)، ۵-۱۸.
- نوابخش، مهرداد و زارع، مرضیه. (۱۳۸۸). بررسی وضعیت کارآفرینی زنان در مراکز تولیدی تهران و حومه. مجله مدیریت فرهنگی، ۴(۱)، ۱-۲۳.
- هزارجریبی، جعفر. (۱۳۸۳). کارآفرینی. چاپ اول، تهران: انتشارات پژوهشکده امور اقتصادی.



یعقوبی فرانی، احمد و موحدی، رضا. (۱۳۹۴). تحلیل عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان روستایی، *مطالعات اجتماعی - روانشناختی زنان*، ۱۲(۴)، ۷-۴۲.

Al-Qasim, A., Zarnegarian., & Zarei (2011), *The Role of Entrepreneurship Education in Promoting Entrepreneurial Capacity as Part of General Employment Policies*, The First National Conference on Education in Iran 1404, Tehran, Research Institute for Science, Technology and Industry Policy. [Text in Persian]

Ahmadpour Dariani, M., Nikobin, Hussein., & Karimi, A. (1390). Factors affecting entrepreneurship development in Zanjan agricultural technical and engineering consulting services companies. *Iranian Journal of Agricultural Economics and Development Research*, (4), 546-535. [Text in Persian]

Amini, A., & Hosseini Machak, S. Sh. (1396). Identifying The Characteristics of Entrepreneurial Intelligence of Women Entrepreneurs: Qualitative Studies Using Contractual Content Analysis. *Journal of Entrepreneurship Development*, 10(2), 359-374. doi: 10.22059 / jed.2017.231501.652190. [Text in Persian]

Arasti, Z. (2006). Socio-cultural structures effective in creating entrepreneurial businesses. *Women in development and politics*, 14, 93-120. [Text in Persian]

Barboto, J., & Denartino, L. (2002). Studies of Women Entrepreneurship, *Journal of Management studies*, 50(2), 69-78.

Bastani, S., & Beheshti Zavareh, M. (2015). Social networks and corporate governance. *Empirical Research in Accounting*, 5(3), 13-37. [Text in Persian]

Bosma, N. S., Stam, E., & Wennekers, S. (2011). Intrapreneurship versus independent entrepreneurship: A cross-national analysis of individual entrepreneurial behavior. *Discussion Paper Series/Tjalling C. Koopmans Research Institute*, 11(4).

De V. Cavalcanti, T. V., & Tavares, J. (2008). Assessing the "Engines of Liberation": home appliances and female labor force participation. *The Review of Economics and Statistics*, 90(1), 81-88.

Firoozabadi, S. A., & Nasrollahi Vasti, L. (2015). Investigating the relationship between social trust and entrepreneurial spirit of rural women: Case study of Shirvan village of Boroujerd city. *Rural Research*, 1, 4-25. [Text in Persian]

Global Entrepreneurship Monitor (GEM) gemconsortium.org/report/gem-20182019-womens-entrepreneurship-report, Retrieved 2020.12.25

Gelrad, P., Hosseiny, M. H., & Asghari, E. (2017). The relationship between social networks and performance of women's businesses: the mediating role of

- entrepreneurial alertness and gender discrimination. *Journal of Entrepreneurship Development*, 10(2), 299-318. [Text in Persian]
- Hay, R. P., Bygrave, M., & Camp, W. M. (2006). SM, "Global Entrepreneurship Monitor, executive Report". Babson College. *Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership, London Business school*, P4-5.
- Hezar Jaribi, J. (2004) *Entrepreneurship*, First Edition, Tehran: Economic Affairs Research Institute Publications. [Text in Persian]
- Iacobucci, D., & Rosa, P. (2010). The growth of business groups by habitual entrepreneurs: The role of entrepreneurial teams. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(2), 351-377.
- Karimi Moghari, Z., Nazifi Naini, M., & Abbaspour, S. (2013). Economic factors affecting women's employment in Iran. *Women's Studies Sociological and Psychological*, 11(3). [Text in Persian]
- Karimi, S., Biemans, H. J., Lans, T., Chizari, M., Mulder, M., & Mahdei, K. N. (2013). Understanding role models and gender influences on entrepreneurial intentions among college students. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 93, 204-214.
- Karimzadeh, M. (2019). A study of barriers to entrepreneurship of Baluch women in Saravan. *Women's Studies Sociological and Psychological*, 17(2). [Text in Persian]
- Khodadad Hosseini, S. H., & Shafiee Rudpashti, M. (2013). Investigating the effect of emotional intelligence on students' entrepreneurial orientation: with emphasis on gender and ethnic characteristics. *Development Process Management*, 26(2), 96-117. [Text in Persian]
- Komaei, R., & Afshari, Z. (2017). Determinants of women's labor force participation in selected countries (Panel Analysis). *Women's Studies Sociological and Psychological*, 15(1), 49-77. [Text in Persian]
- Maleki, Gilda (1998). The work of invisible and invisible women. *Woman Message Journal*, 12, 1-23. [Text in Persian]
- Momayez, A., Ghasemi, S. A., & Ghasemi, S. F. (2013). Study of effective factors in the development of women entrepreneurship. *Technology Growth*, 9(35), 15 - 22. [Text in Persian]
- Mardanshahi, M. M., & Nezam Zade. S. E. (2015). Analysis of factors affecting rural women entrepreneurship. *Women's Studies Sociological and Psychological*, 12(4), 7-42. [Text in Persian]



- Nawaz, F. (2009). Critical factors of women entrepreneurship development in rural Bangladesh.
- Nawabakhsh, M., & Zarea, M. (2009). A study of women's entrepreneurship in production centers in Tehran and suburbs. *Journal of Cultural Management*, 4(1), 1-23. [Text in Persian]
- Nazarian, Z., & Haddadi Moghaddam, K. (2014). Investigating the factors affecting the growth of entrepreneurship in small businesses (SMEs) based on knowledge located in the Science and Technology Park of Guilan province. *Journal of Industry & University*, 1(7), 5-18. [Text in Persian]
- Norria, Z. (2016). Entrepreneurial opportunity recognition among Bumiputera SMEs entrepreneurs in Malaysia: The influential factors of social network, entrepreneurial alertness and creativity (Doctoral dissertation, Universiti Utara Malaysia).
- Oriakhogba, D. O. (2020). Empowering rural women crafters in KwaZulu-Natal: The dynamics of intellectual property, traditional cultural expressions, innovation and social entrepreneurship. *South African Law Journal*, 137(1), 145-172.
- Poon, J. P., Thai, D. T., & Naybor, D. (2012). Social capital and female entrepreneurship in rural regions: Evidence from Vietnam. *Applied Geography*, 35(1-2), 308-315.
- Rijkers, B., & Costa, R. (2012). *Gender and rural non-farm entrepreneurship*. The World Bank.
- Roomi, M. A., & Parrott, G. (2008). Barriers to development and progression of women entrepreneurs in Pakistan. *The Journal of Entrepreneurship*, 17(1), 59-72.
- Roshannia, D., Khademi Shahrivar, R., & Ghouti, S. (2015). Challenges and social barriers to women entrepreneurship. *Labor and Society*, 188. [Text in Persian]
- Rudhumbu, N., du Plessis, E. E., & Maphosa, C. (2020). Challenges and opportunities for women entrepreneurs in Botswana: revisiting the role of entrepreneurship education. *Journal of International Education in Business*.
- Faraji Sabokbar, H., Salmani, M., Hajari, B., & Torabi, Z. (2017). Spatial Analysis of Employment Patterns of Rural Women in Industrial Sector in Iran. *Women's Studies Sociological and Psychological*, 15(1), 73-94. doi: 10.22051/jwsp.2017.10948.1252. [Text in Persian]
- Sabkbar, H. A. (1396). Factors affecting the employment of rural women in the industrial sector. *Women's Studies Sociological and Psychological*, 15(1), 73-91. [Text in Persian]

- Samad Aghaei, J. (2004). *Entrepreneurial Organizations*, Tehran: Public Management Training Center. [Text in Persian]
- Sangolagi, K., & Alagawadi, K. (2016). Woman Entrepreneurs. *International Journal of Advancement in Engineering Technology Management & Applied Science*, 3(1), 216-222.
- Sapleton, N. (2009). Women non-traditional entrepreneurs and social capital. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*.
- Simon, J. (2006) Entrepreneurship news. *Journal of small Business Management*, 14-18.
- Soleimanpour, M. R., & Hosseini, S. M. (2013). A Comparative Study of Graduate Students' Perspectives on Entrepreneurship Development in Higher Agricultural Education (Case Study of Tehran Province). *Journal of Agricultural Extension and Education Research*, 1(1), 116-26. [Text in Persian]
- Yaghoubi Farani, A., Soleimani, A., & Movahedi, R. (2015). Analysis of effective factors on rural women entrepreneurship. *Women's Studies Sociological and Psychological*, 12 (4). [Text in Persian]
- Zakaria, M., & Mokhtarpour, M. (2010). A Study of Socio-Cultural Factors Affecting Women's Entrepreneurship: A Case Study of Karaj. *Social Sciences Research Journal*, 3, 155-171. [Text in Persian]



نویسندگان

ershadi@irandoc.ac.ir

دکتر محمد جواد ارشادی

ایشان دانش‌آموخته دکتری تخصصی مهندسی صنایع از دانشگاه علم و صنعت و استادیار پژوهشکده فناوری اطلاعات، گروه پژوهشی مدیریت فناوری اطلاعات پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک) اند و در زمینه‌هایی چون کنترل کیفیت آماری، مدیریت کیفیت جامع، بازمهندسی فرایندهای کسب و کار، الگوریتم‌های فراابتکاری و تجزیه و تحلیل سیستم‌ها فعالیت پژوهش می‌کنند.

rezaee@irandoc.ac.ir

نسا رضایی

ایشان دانش‌آموخته کارشناسی ارشد مدیریت کارآفرینی فناوری از دانشگاه تهران و کارشناس پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک) اند.

rbagheri60@yahoo.com

رضا باقری حسین آبادی

ایشان دانش‌آموخته کارشناسی ارشد مدیریت کارآفرینی، گرایش کسب و کار جدید، دانشگاه آزاد اسلامی واحد الکترونیکی اند.



Original Research

***Evaluating the Impact of Cultural and Social Factors on
Women's Entrepreneurship in Tehran Municipality
Entrepreneurship Houses***

Mohammad Javad Ershadi¹
Nesa Rezaee²
Reza Bagheri Hosein Abadi³

Abstract

In developing countries, women are the first hope for family development, growth, and development in their own countries. This research was conducted to evaluate the impact of cultural and social factors on women entrepreneurship in Tehran's municipality's entrepreneurial homes. The statistical population includes 30 municipal entrepreneurial houses in Tehran, each with 100 entrepreneurs. Morgan table was used to determine the sample size, estimated at 265 people. The Cronbach's alpha coefficient test was used to measure the reliability of the research instrument. The findings showed that three variables of social and cultural factors affect women's entrepreneurship, which entered the regression equation over the three stages. In the first step, the individual and personality traits entered the regression equation and its coefficient was 248/0. In the second step, the association with women's associations entered the regression equation, whose coefficient was equal to 9,377; in the third step, the role model entered the equation, which was equal to 339/0. From these relationships, it can be concluded that

¹ . Assistant professor; Information Technology Research Department (IranDoc).

Corresponding Author: ershadi@irandoc.ac.ir

² . Expert at Iran Institute of Information Science and Technology (IranDoc).
rezaee@irandoc.ac.ir

³ . M.S in Entrepreneurship Management, New Business Orientation, Islamic Azad University, Electronic Branch. rbagheri60@yahoo.com

Submit Date:18/07/2020

Accept Date:21/11/2020

DOI: 10.22051/JWSPS.2021.32288.2265



cultural and social factors have a far more important impact than entrepreneurs on other variables.

Keywords

Entrepreneurship- Women's Entrepreneurship- Socio-cultural evaluation- Municipal Entrepreneurship Homes

Introduction

Throughout history, women have worked alongside men and made up a significant portion of the human capital of production in rural and urban areas. The significant increase in the number of working women is an undeniable fact of Iranian society. However, a small number of employed women are entrepreneurs (Karimi et al., 2013). Meanwhile, recognizing the women's abilities and guiding their creative talents can be effective in using the potentials of this large segment of society (Maleki, 1998: 22). In this way, not only can we recognize various constraints and limitations of women entrepreneurs, but also figure out the existing measures and facilities that can be studied to remove the obstacles.

Providing citizens with basic and economic opportunities to express creative and entrepreneurial business ideas is one of the approaches of Tehran Municipality. So that along with playing a facilitating role in urban entrepreneurship, by creating job opportunities, will take a serious step in supporting the lower-class society.

This study aims to evaluate the impact of socio-cultural factors on women's entrepreneurship in entrepreneurship houses of Tehran Municipality. In addition, this study seeks to examine individual characteristics and socio-cultural factors on the entrepreneurship rate of women entrepreneurs.

Methodology

This is a survey research for which the statistical population included active entrepreneurship houses in Tehran, (N = 3000). The Morgan table was used to determine the sample size, estimating the required



sample size at 265 people, of whom 250 questionnaires were collected.

Results

The results revealed that for the relationship variable, cultural activities in entrepreneurship are very important. Also, the relationship and acquaintances with women entrepreneurs affect women. Despite the appropriateness of women's associations, active participation in these associations is not a high priority for women. The role model variable with a coefficient of 0.339 showed that innovation and income increase are very important for women entrepreneurs. According to entrepreneurs, innovation increases their income.

Discussion

The results showed that “I like hard work”, “Success in work and life (success) is important to me”, “I like cooperation and teamwork” are the first three priorities of individual and professional characteristics of entrepreneurs. In terms of social attitudes, “I am a strict and unforgiving person”, “I have a high level of commitment”, and “I prefer to work with others instead of competing with them” are the last three. Therefore, it can be concluded that entrepreneurs aim to succeed in their lives and strive to achieve this success. They also have good social relationships and try to be gentle and responsible in their social interactions.

References

- Abu al-Qasim; Zarnegarian and Zarei (2011), *The Role of Entrepreneurship Education in Promoting Entrepreneurial Capacity as Part of General Employment Policies*, The First National Conference on Education in Iran 1404, Tehran, Research Institute for Science, Technology and Industry Policy. [Text in Persian]
- Ahmadpour Dariani, M., Nikobin, Hussein., & Karimi, A. (1390). Factors affecting entrepreneurship development in Zanjan agricultural technical and engineering consulting services companies. *Iranian Journal of Agricultural Economics and Development Research*, (4), 546-535. [Text in Persian]
- Amini, A., & Hosseini Machak, S. Sh. (1396). Identifying The Characteristics of Entrepreneurial Intelligence of Women Entrepreneurs: Qualitative Studies Using



- Contractual Content Analysis. *Journal of Entrepreneurship Development*, 10(2), 359-374. doi: 10.22059 / jed.2017.231501.652190. [Text in Persian]
- Arasti, Z. (2006). Socio-cultural structures effective in creating entrepreneurial businesses in development and politics, 14, 93-120. [Text in Persian]
- Barboto, J., & Denartino, L. (2002). Studies of Women Entrepreneurship, *Journal of Management studies*, 50(2), 69-78.
- Bastani, S., & Beheshti Zavareh, M. (2015). Social networks and corporate governance. *Empirical Research in Accounting*, 5(3), 13-37. [Text in Persian]
- Bosma, N. S., Stam, E., & Wennekers, S. (2011). Intrapreneurship versus independent entrepreneurship: A cross-national analysis of individual entrepreneurial behavior. *Discussion Paper Series/Tjalling C. Koopmans Research Institute*, 11(4).
- De V. Cavalcanti, T. V., & Tavares, J. (2008). Assessing the “Engines of Liberation”: home appliances and female labor force participation. *The Review of Economics and Statistics*, 90(1), 81-88.
- Firoozabadi, S. A., & Nasrollahi Vasti, L. (2015). Investigating the relationship between social trust and entrepreneurial spirit of rural women: Case study of Shirvan village of Boroujerd city. *Rural Research*, 1, 4-25. [Text in Persian]
- Gelard, P., Hosseiny, M. H., & Asgari, E. (2017). The relationship between social networks and performance of women's businesses: the mediating role of entrepreneurial alertness and gender discrimination. *Journal of Entrepreneurship Development*, 10(2), 299-318.
- Hezar Jaribi, J. (2004) *Entrepreneurship*, First Edition, Tehran: Economic Affairs Research Institute Publications. [Text in Persian]
- Iacobucci, D., & Rosa, P. (2010). The growth of business groups by habitual entrepreneurs: The role of entrepreneurial teams. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(2), 351-377.
- Karimi Moghari, Z., Nazifi Naini, M., & Abbaspour, S. (2013). Economic factors affecting women's employment in Iran. *Women's Studies Sociological and Psychological*, 11(3). [Text in Persian]
- Karimi, S., Biemans, H. J., Lans, T., Chizari, M., Mulder, M., & Mahdei, K. N. (2013). Understanding role models and gender influences on entrepreneurial intentions among college students. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 93, 204-214.
- Karimzadeh, M. (2019). A study of barriers to entrepreneurship of Baluch women in Saravan. *Women's Studies Sociological and Psychological*, 17(2). [Text in Persian]
- Khodadad Hosseini, S. H., & Shafiee Rudpashti, M. (2013). Investigating the effect of emotional intelligence on students' entrepreneurial orientation: with emphasis



- on gender and ethnic characteristics. *Development Process Management*, 26(2), 96-117. [Text in Persian]
- Komaei, R., & Afshari, Z. (2017). Determinants of women's labor force participation in selected countries (Panel Analysis), 15(1). [Text in Persian]
- Momayez, A., Ghasemi, S. A., & Ghasemi, S. F. (2013). Study of effective factors in the development of women entrepreneurship. *Technology Growth*, 9(35), 15 - 22. [Text in Persian]
- Mardanshahi, M. M., & Nezam Zade. S. E. (2015). Analysis of factors affecting rural women entrepreneurship. *Women's Studies Sociological and Psychological*, 12(4), 7-42. [Text in Persian]
- Nawaz, F. (2009). Critical factors of women entrepreneurship development in rural Bangladesh.
- Nawabakhsh, M., & Zarea, M. (2009). A study of women's entrepreneurship in production centers in Tehran and suburbs. *Journal of Cultural Management*, 6. [Text in Persian]
- Nazarian, Z., & Haddadi Moghaddam, K. (2014). Investigating the factors affecting the growth of entrepreneurship in small businesses (SMEs) based on knowledge located in the Science and Technology Park of Guilan province. 1(7), 5-18. [Text in Persian]
- Norria, Z. (2016). Entrepreneurial opportunity recognition among Bumiputera SMEs entrepreneurs in Malaysia: The influential factors of social network, entrepreneurial alertness and creativity (Doctoral dissertation, Universiti Utara Malaysia).
- Oriakhogba, D. O. (2020). Empowering rural women crafters in KwaZulu-Natal: The dynamics of intellectual property, traditional cultural expressions, innovation and social entrepreneurship. *South African Law Journal*, 137(1), 145-172.
- Poon, J. P., Thai, D. T., & Naybor, D. (2012). Social capital and female entrepreneurship in rural regions: Evidence from Vietnam. *Applied Geography*, 35(1-2), 308-315.
- Hay, R. P., Bygrave, M., & Camp, W. M. (2006). SM, "Global Entrepreneurship Monitor, executive Report". Babson College. *Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership, London Business school*, P4-5.
- Rijkers, B., & Costa, R. (2012). *Gender and rural non-farm entrepreneurship*. The World Bank.
- Roomi, M. A., & Parrott, G. (2008). Barriers to development and progression of women entrepreneurs in Pakistan. *The Journal of Entrepreneurship*, 17(1), 59-72.
- Roshannia, D., Khademi Shahrivar, R., & Ghouti, S. (2015). Challenges and social barriers to women entrepreneurship. *Labor and Society*, 188. [Text in Persian]



- Rudhumbu, N., du Plessis, E. E., & Maphosa, C. (2020). Challenges and opportunities for women entrepreneurs in Botswana: revisiting the role of entrepreneurship education. *Journal of International Education in Business*.
- Faraji Sabokbar, H., Salmani, M., Hajari, B., & Torabi, Z. (2017). Spatial Analysis of Employment Patterns of Rural Women in Industrial Sector in Iran. *Women's Studies Sociological and Psychological*, 15(1), 73-94. doi: 10.22051/jwsp.2017.10948.1252. [Text in Persian]
- Samad Aghaei, J. (2004). *Entrepreneurial Organizations*, Tehran: Public Management Training Center. [Text in Persian]
- Sangolagi, K., & Alagawadi, K. (2016). Woman Entrepreneurs. *International Journal of Advancement in Engineering Technology Management & Applied Science*, 3(1), 216-222.
- Sapleton, N. (2009). Women non-traditional entrepreneurs and social capital. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*.
- Simon, J. (2006) Entrepreneurship news. *Journal of small Business Management*, 14-18.
- Soleimanpour, M. R., & Hosseini, S. M. (2013). A Comparative Study of Graduate Students' Perspectives on Entrepreneurship Development in Higher Agricultural Education (Case Study of Tehran Province). *Journal of Agricultural Extension and Education Research*, 1(1), 116-26. [Text in Persian]
- Yaghoubi Farani, A., Soleimani, A., & Movahedi, R. (2015). Analysis of effective factors on rural women entrepreneurship. *Women's Studies Sociological and Psychological*, 12 (4). [Text in Persian]
- Zakaria, M., & Mokhtarpour, M. (2010). A Study of Socio-Cultural Factors Affecting Women's Entrepreneurship: A Case Study of Karaj. *Social Sciences Research Journal*, 3, 155-171. [Text in Persian]