

طراحی الگوی کارآفرینی زنان

ایرج ثقفی^۱

یوسف بیگ زاده^۲

مجتبی رضانی^۳

یعقوب علوی متین^۴

یحیی داداش کریمی^۵

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۶/۲۸

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۴/۰۲

چکیده

از مجموع هفت واحد نهاد مردمی و کارآفرین موجود در استان آذربایجان غربی که در هر واحد حدود ۱۰ الی ۱۵ کارآفرین مشغول به کار هستند مجموع تعداد افراد مشارکت یافته در این پژوهش با احتساب خبرگان مدنظر به ۲۲۵ نفر رسیده است. لذا حجم نمونه آماری با استفاده از جدول مورگان ۱۴۱ نفر برآورد گردیده است. روش نمونه‌گیری نیز تصادفی طبقه‌ای است. در این تحقیق، به منظور گردآوری اطلاعات جهت تهیه و تدوین مبانی نظری تحقیق از روش کتابخانه‌ای استفاده شده و برای گردآوری داده جهت بررسی سؤالات تحقیق نیز از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شده است. بدیهی است که پرسشنامه طراحی شده از لحاظ روایی و پایایی نیز مورد بررسی قرار گرفته است. در این تحقیق، به منظور تحلیل مشخصات پاسخ‌دهندگان به پرسشنامه از جدول و نمودار بهره‌گیری شده است. برای تحلیل داده‌های گردآوری شده از تحلیل عاملی اکتشافی بهره‌گیری شده و مدل نهایی استخراج شده است. تحلیل عاملی تأییدی نیز از طریق نرم‌افزار SPSS و PLS انجام شده است. یافته‌های تحقیق، الگوی کارآفرینی زنان را مشخص می‌کند.

کلیدواژه‌ها: الگوی کارآفرینی زنان، شرایط علی، پدیده محوری، استراتژی، عوامل زمینه‌ای.

۱. دانشجوی دکتری مدیریت تطبیقی و توسعه واحد بناب، دانشگاه آزاد اسلامی، بناب، ایران
info@bonabiau.ac.ir

۲. استادیار گروه مدیریت، واحد بناب، دانشگاه آزاد اسلامی، بناب، ایران (نویسنده مسئول)

۳. استادیار، گروه مدیریت، دانشکده مدیریت، واحد بناب، دانشگاه آزاد اسلامی، بناب، ایران

۴. استادیار، گروه مدیریت، دانشکده مدیریت، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران

۵. مربی، گروه مدیریت، دانشکده مدیریت، واحد بناب، دانشگاه آزاد اسلامی، بناب، ایران

مقدمه

عصر حاضر، عصر تغییر و سرعت است. تغییرات سریع محیطی، پیچیدگی و رقابتی شدن جوامع در عرصه‌های جهانی و از سوی دیگر، رشد سریع جمعیت و افزایش نرخ بیکاری، اضطراب‌های اجتماعی ناشی از توزیع ناعادلانه ثروت و درآمد، کیفیت نامطلوب زندگی برای برخی از اقشار جامعه در عرصه ملی، معضلات و چالش‌های عصر حاضر است. موج این تغییرات، زندگی همه را نیز خواسته یا ناخواسته تحت تأثیر قرار می‌دهد. از این رو جامعه‌ای در جهت سازگاری با تغییرات و رقابت جهانی پیش‌تاز خواهد شد که از نیروی انسانی ماهر و متخصص، خلاق و خودباور برخوردار باشد. انسان کارآفرین به‌عنوان یک منبع نامحدود و محور اصلی توسعه، برای پاسخ‌گویی به این مشکلات معرفی شده است؛ برخورداری افراد جامعه از روحیه کارآفرینی فرآیند حل مشکلات را تسهیل می‌بخشد. جو ادراک اعضا از محیط را نشان می‌دهد و متأثر از سازمان رسمی و غیررسمی است. به‌عبارت‌دیگر، مجموعه ویژگی‌های درونی یک سازمان است که رفتار اعضا را تحت تأثیر قرار می‌دهد. آن‌ها را به کار اثربخش و خلاق تشویق می‌کند یا به‌عکس بی‌علاقگی و نبود تعهد و بی‌قیدی را در آن‌ها تقویت می‌کند. لذا جو مناسب برای پرورش روحیه خلاق و کارآفرین در اعضا ضروری است (۲، ۱۷).

کارآفرین و کارآفرینی اولین بار مورد توجه اقتصاددانان قرار گرفت و از قرن شانزدهم به‌نوعی کارآفرینی را در نظریه‌های اقتصادی خود تشریح کرده‌اند. در بین نظریات اقتصاددانان می‌توان به نظریه توسعه اقتصادی ژوزف شومپیتر (پدر علم کارآفرینی) در سال ۱۹۳۴ اشاره کرد. نظریات وی مبتنی بر آن‌که کارآفرینان را موتور محرکه توسعه اقتصادی تلقی و عملکرد آنان را تخریب خلاق می‌داند مورد توجه بسیاری از محققان قرار گرفته است (۳، ۱۵).

کارآفرینی از سوی روانشناسان با درک نقش کارآفرینان در اقتصاد و به‌منظور شناسایی ویژگی‌ها والگوهایی رفتاری آنها مورد توجه قرار گرفت و دانشمندان مدیریت نیز به کارآفرینی و ایجاد جو محیط کارآفرینانه در سازمان‌ها پرداخته‌اند. جامعه‌شناسان کارآفرینی را به‌عنوان یک پدیده اجتماعی در نظر گرفته و به بررسی رابطه متقابل بین کارآفرینان و سایر قسمت‌ها و گروه‌های جامعه می‌پردازند (۴، ۲۲).

در سال‌های اخیر زنان در راه‌اندازی کسب‌وکارهای خصوصی موفقیت‌های بزرگی کسب کرده‌اند، مثلاً در آمریکا از سال ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۵ کارهایی که توسط زنان اداره می‌شد از ۹,۱ میلیون، به ۲۷,۵ میلیون کار رسیده است. و بالغ بر ۴ تریلیون دلار در اقتصاد آمریکا مشارکت دارند. در حالی که این رقم در ایران بسیار ناچیز است. آمار سال ۱۳۷۵ نشان می‌دهد تنها ۱,۱۲٪ از زنان در اقتصاد فعال‌اند و بیشترین فعالیت آنها در خدمات است و در حوزه بهداشت و درمان و آموزش فعال می‌باشند نرخ اشتغال زنان در ایران بسیار پائین تر از کشورهای دیگر و دنیاست، زنان تحصیل کرده سال‌به‌سال

افزایش می‌یابند- به دلیل نوپایی بحث تحقیقات کمی در این زمینه انجام یافته است. کارآفرینی، فرایند ایجاد ارزش از راه تشکیل مجموعه منحصربه‌فرد منابع، به‌منظور بهره‌گیری از فرصت‌ها است. هر کارآفرین ویژگی‌های شخصی منحصربه‌فردی می‌تواند داشته باشد، اما درمجموع نکات قابل توجهی در شخصیت همه کارآفرینان وجود دارد که می‌توان آنها را در طبقه‌بندی‌های مشخص نشان داد. "میل به موفقیت" از مهم‌ترین مشخصات یک فرد کارآفرین است. کارآفرینان میل و علاقه شدید درونی برای دستیابی به اهداف والاتر دارند. بسیاری از مردم در آرزوی موفق شدن هستند، اما هیچ رفتاری در رسیدن به این آرزوهایشان انجام نمی‌دهند، درحالی‌که کارآفرینان با داشتن میل دستاوردگرایی بالا، پیوسته و مداوم برای رسیدن به آرزوهایشان تلاش می‌کنند. لذا کلیات پژوهش حاضر درصدد دستیابی به طراحی الگوی کارآفرینی زنان است تا با بررسی خصوصیات و ویژگی‌های خاص و مؤلفه‌ها و شاخص‌های مشترک در افراد به سؤال اصلی پژوهش دست یابیم. و به الگوی مناسب طراحی الگوی کارآفرینی زنان دست یابیم.

پیشینه داخلی و خارجی تحقیق

یا سوری و همکاران در سال ۱۴۰۰ در پژوهشی تحت عنوان "فرا تحلیل کیفیت ابعاد توسعه کارآفرینی زنان روستایی" به بررسی این موضوع پرداخته است. در این پژوهش آورده شده است که کارآفرینی از فعالیت‌هایی است که می‌تواند برطرف‌کننده بسیاری از چالش‌های اقتصادی در مناطق روستایی باشد. در این میان، زنان به‌عنوان یکی از گروه‌های تأثیرگذار در جامعه روستایی نقش مهمی دارند. فراگیری کارآفرینی بین زنان روستایی نیازمند برنامه‌ریزی برای شناسایی عوامل کلیدی تأثیرگذار در توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه است. بنابراین، برای تقویت هرچه بیشتر کارآفرینی زنان روستایی اهمیت فراوان دارد. بر این اساس، هدف تحقیق حاضر شناسایی عوامل تأثیرگذار بر کارآفرینی زنان روستایی و طبقه‌بندی آن‌ها از لحاظ ارزش و اهمیت است که به روش فراتحلیل کیفی بررسی شده است. در تحقیق حاضر، از مجموع ۱۱۲ مقاله علمی - پژوهشی انتشار یافته، تعداد ۴۶ مقاله کاملاً مرتبط با موضوع تحقیق، که به‌صورت پیمایشی و میدانی انجام شده‌اند، بررسی شده است؛ بازه زمانی تحقیقات نیز بین سال‌های ۱۳۸۴ تا ۱۳۹۹ است. طبق یافته‌های تحقیق، مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی عبارت‌اند از: سطح سواد و دانش فردی زنان روستایی، شرکت در دوره‌های آموزشی کارآفرینی، کسب درآمد، عامل عضویت در گروه‌های ثانویه، حمایت خانواده، حمایت نهادهای دولتی و عامل حمل‌ونقل. احمدی و همکاران در سال ۱۳۹۷ در پژوهشی تحت عنوان "فرا تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی" به بررسی فراتحلیل عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی پرداخته‌اند. توسعه کارآفرینی به‌عنوان راهبردی کارآمد برای حل معضل بیکاری، توسعه اقتصادی، فقرزدایی و عدالت اجتماعی به‌ویژه در جوامع روستایی ضرورت دارد. کارآفرینی و به‌تبع آن، توسعه کارآفرینی زنان روستایی

پدیده‌های پیچیده و چندبعدی است و تحت تأثیر عوامل مختلفی قرار می‌گیرد. در این تحقیق تلاش گردیده عوامل و مؤلفه‌های مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی کشور شناسایی شود. از آنجاکه راهبرد کارآفرینی زنان به‌عنوان بخش عظیمی از جامعه روستایی در توسعه اقتصادی و اجتماعی جوامع روستایی اهمیت ویژه‌ای دارد؛ بنابراین مطالعات تلفیقی و ترکیبی از نتایج پژوهش‌های انجام شده در زمینه توسعه کارآفرینی زنان روستایی، می‌تواند رویکرد جدیدی برای شناسایی راهکارهای جامع، فراروی پژوهشگران قرار دهد. جامعه آماری پژوهش شامل تمامی پژوهش‌های انجام یافته در رابطه با کارآفرینی زنان روستایی طی ده سال گذشته (از سال ۱۳۸۶ تاکنون) است. در این پژوهش با به‌کارگیری روش فراتحلیل و با استفاده از نرم‌افزار جامع فراتحلیل CMA ۲، ضرایب همبستگی و نمونه‌های آماری تحقیقات مورد بررسی قرار گرفته است. نتایج نشان می‌دهد که اندازه اثر متغیر بازاریابی (۰/۲۹۲) به استناد تفسیر اندازه اثر کوهن، تقریباً ضعیف ارزیابی می‌شود، و اندازه اثر سایر متغیرهای شاخص مورد بررسی (عوامل فردی، اجتماعی، اقتصادی، مالی (در حد متوسط و متوسط به بالا) بوده است. طبق نتایج تحقیق، توسعه کارآفرینی زنان روستایی امری پویا و چندوجهی بوده، نیازمند توجه همزمان به عوامل فردی چون نیروی انسانی خالق، حمایت‌های مالی و اقتصادی از زنان روستایی، عوامل فرهنگی و آموزشی و ارتقای زیرساخت‌های محیطی در روستاهای کشور است. داگلاس و همکاران در سال ۲۰۲۰ در پژوهشی تحت عنوان "استفاده از تجزیه و تحلیل مقایسه‌ای کیفی مجموعه‌ای فازی برای درک دقیق کارآفرینی" به بررسی این موضوع پرداخته‌اند. نظریه کارآفرینی تا حد زیادی با استفاده از روش‌های همبستگی متقارن توسعه داده شده، مورد آزمایش قرار گرفته است و به‌طور مؤثری پاسخ‌دهنده نمونه متوسط را نشان می‌دهد و تفاوت‌های فردی را زیر سؤال می‌برد. چنین روش‌هایی لزوماً بررسی عدم تقارن‌هایی که در کارآفرینی مشهود است، محدود می‌کند و فقط یک توضیح واحد ارائه می‌دهد که مسیرهای چندگانه را به کارآفرینی مشاهده می‌کند که در عمل وجود دارد. در این مقاله از یک رویکرد مبتنی بر موردی - تجزیه و تحلیل کیفی مقایسه‌ای فازی (fsQCA) استفاده شده است تا بتواند پیکربندی صفات پیشین افراد را در گروه‌ها در نمونه‌ها مشخص کند، بدین ترتیب عدم تقارن و مسیرهای کارآفرینی متعدد را نشان می‌دهد که در غیر این صورت در داده‌ها پنهان می‌شوند. ما کاربرد fsQCA را برای آشکار کردن این موضوعات متداول در کارآفرینی توضیح می‌دهیم. نشان می‌دهد که چگونه fsQCA روش‌های همبستگی را تکمیل می‌کند و درک ریزودرستی از رفتار کارآفرینی فردی ارائه می‌دهد. و یک دستور کار جامع پژوهشی برای ساختن تئوری جدید کارآفرینی ارائه می‌دهد. سی وان سین ۲۰۱۴، در تحقیقی به بررسی ارتباط بین سبک‌های مختلف رهبری و راهبردهای متفاوت کارآفرینی در سیستم‌های مدارس عمومی غیرانتفاعی پرداختند. این تحقیق بر روی یک نمونه ۱۳۹۵ نفری از معلمان که زیر نظر مدیران ۱۴۰ مدرسه کار می‌کردند، انجام شد. آن‌ها یک چارچوب مفهومی را برای درک راهبردهای گوناگون کارآفرینی سازمانی به وجود

آوردند. بر اساس نتایج تحقیق، رهبری تحولی می‌تواند یک «راهبرد کارآفرینی فعالی» را ترغیب کرده تا به یک تغییر بنیادی کمک کند. درحالی‌که رهبری کنترل‌گرا فقط می‌تواند تغییرات محدودی را به‌وسیله یک «راهبرد کارآفرینی سنجیده» ترویج دهد. سبک رهبری منفعل بازدارنده، به‌طور عمده با استفاده از «راهبرد محافظه‌کارانه» کارآفرینی سازمانی را در الزامات موجود، محدود می‌کند. نتیجه‌ی نهایی تحقیق این بود که اگرچه رهبری تحول‌گرا بیشترین شرایط مدیریتی سازگار را برای کارآفرینی سازمانی فراهم می‌کند، اما این ارتباط پیچیده است.

فرضیه‌های تحقیق

از آنجایی‌که این پژوهش به دنبال الگوی توسعه کارآفرینی زنان است بجای فرضیه از سؤال پژوهشی استفاده شده است.

سؤال اصلی تحقیق:

الگوی کارآفرینی زنان از چه ابعاد و مؤلفه‌هایی تشکیل شده است؟

سوالات فرعی تحقیق:

۱- شرایط علی کارآفرینی زنان ایران کدامند؟

۲- بستر و زمینه کارآفرینی زنان ایران کدامند؟

۳- استراتژی‌های کارآفرینی زنان ایران کدامند؟

۴- پدیده محوری کارآفرینی زنان ایران کدامند؟

-تعاریف مفهومی

مقوله‌های مدل پارادایمی

-مقوله‌های شرایط علی کد F1

شرایط علی مقوله‌هایی مربوط به شرایطی که بر مقوله محوری تأثیر می‌گذارند. شرایط علی رویدادهایی است که موقعیت‌ها، مباحث و مسائل مرتبط با پدیده را خلق و تا حدودی تشریح می‌کنند که چرا و چگونه افراد و گروه‌ها به این پدیده مبادرت می‌ورزند. درواقع، منظور از شرایط علی، رویدادها و اتفاقاتی است که بر این پدیده تأثیر گذاشته، منجر به بروز آن می‌شوند.

شرایط علی: این متغیر با شاخص‌های "ویژگی‌ها شخصیتی، سرمایه انسانی، انگیزه، اهداف، دوستان نزدیک، انجمن‌های تخصصی زنان، انجمن‌های تجاری، مشاوران تخصصی، حمایت مدیران، تشویق مدیریت، تفویض اختیار، فرصت زمانی، عوامل اقتصادی، عوامل اجتماعی، عوامل فرهنگی، عوامل تکنولوژیکی" مورد پرسش قرار گرفته است. کد ۱ تا ۱۶ برای سنجش محصول مورد استفاده قرار گرفته‌اند. با ضریب ۰/۸۶۴ مورد سنجش قرار گرفت.

-مقوله‌های شرایط زمینه‌ای کد F2

شرایط زمینه‌ای، شرایطی است که راهبردها و اقدامات تحت آن، به اداره پدیده می‌پردازند.

بستر و زمینه: این متغیر با شاخص‌های "نگرش موافق اطرافیان، ارزش‌ها در جامعه، انتخاب الگوهای نقش، برقراری ارتباط بین خانواده و کار، آموزش" مورد پرسش قرار گرفته است. کد ۱۷ تا ۲۱ برای سنجش محصول مورد استفاده قرار گرفته‌اند. با ضریب ۰/۷۶۳ مورد سنجش قرار گرفت.

-مقوله‌های استراتژیک کد F3

کنش‌ها یا برهم‌کنش‌های خاصی که از پدیده محوری منتج می‌شود. راهبردها و اقدامات، طرح‌ها و کنش‌هایی‌اند که به طراحی مدل کمک می‌نمایند. استراتژی: این متغیر با شاخص‌های "عوامل قانونی، عوامل خودکفایی، عوامل تسهیلات کسب‌وکار، سازمان‌های غیردولتی" مورد پرسش قرار گرفته است. کد ۲۲ تا ۲۵ برای سنجش محصول مورد استفاده قرار گرفته‌اند. با ضریب ۰/۷۷۲ مورد سنجش قرار گرفت.

-مقوله‌های پدیده محوری کد F ۴

مقوله محوری یک صورت ذهنی از پدیده‌ای که اساس فرآیند است. یک صورت ذهنی از پدیده‌ای است که اساس فرآیند پژوهش است. پدیده محوری: این متغیر با شاخص‌های "دانش کارآفرین، تجارب مرتبط، مشوق‌های دولتی، حمایت‌های محیط‌های نهادی، گرایش به کارآفرین بودن، انگیزش کارآفرین، التزام به تغییر در کارآفرین" مورد پرسش قرار گرفته است. کد ۲۶ تا ۳۲ برای سنجش محصول مورد استفاده قرار گرفته‌اند. با ضریب ۰/۸۳۷ مورد سنجش قرار گرفت.

جدول ۱: کدهای باز و کدهای محوری

کدهای باز	کدهای محوری
ویژگی‌ها شخصیتی	شرایط علی
سرمایه انسانی	

انگیزه	
اهداف	
دوستان نزدیک	
انجمن‌های تخصصی زنان	
انجمن‌های تجاری	
مشاوران تخصصی	
حمایت مدیران	
تشویق مدیریت	
تفویض اختیار	
فرصت زمانی	
عوامل اقتصادی	
عوامل اجتماعی	
عوامل فرهنگی	
عوامل تکنولوژیکی	
نگرش موافق اطرافیان	
ارزش‌ها در جامعه	
انتخاب الگوهای نقش	بستر و زمینه
برقراری ارتباط بین خانواده و کار	
آموزش	
عوامل قانونی	
عوامل خودکفایی	
عوامل تسهیلات کسب و کار	استراتژی
سازمان‌های غیردولتی	
دانش کارآفرین	
تجارب مرتبط	
مشوق‌های دولتی	
حمایت‌های محیط‌های نهادی	پدیده محوری
گرایش به کارآفرین بودن	
انگیزش کارآفرین	
التزام به تغییر در کارآفرین	

(استر اوس و کوربین، ۱۹۶۷).

روش تحقیق، فرایند نمونه‌گیری و شیوه تجزیه و تحلیل داده‌ها

این پژوهش به روش آمیخته (کمی - کیفی) انجام خواهد شد به نحوی که ابتدا در قسمت کیفی با مطالعه ادبیات و پیشینه نظری کارآفرینی از طریق تکنیک‌های مربوط به نظریه داده بنیاد، مدل اولیه طراحی خواهد شد.

-مقوله‌های شرایط علی کد F1

شرایط علی: این متغیر با شاخص‌های "ویژگی‌ها شخصیتی s1، سرمایه انسانی s2، انگیزه s3، اهداف s4، دوستان نزدیک s5، انجمن‌های تخصصی زنان s6، انجمن‌های تجاری s7، مشاوران تخصصی s8، حمایت مدیران s9، تشویق مدیریت s10، تفویض اختیار s11، فرصت زمانی s12، عوامل اقتصادی s13، عوامل اجتماعی s14، عوامل فرهنگی s15، عوامل تکنولوژیکی s16" مورد پرسش قرار گرفته است. کدهای ۱ تا ۱۶ برای سنجش شرایط علی مورد استفاده قرار گرفته‌اند.

-مقوله‌های شرایط زمینه‌ای کد F2

بستر و زمینه: این متغیر با شاخص‌های "نگرش موافق اطرافیان s17، ارزش‌ها در جامعه s18، انتخاب الگوهای نقش s19، برقراری ارتباط بین خانواده و کار s20، آموزش s21" مورد پرسش قرار گرفته است. کدهای ۱۷ تا ۲۱ برای سنجش شرایط زمینه‌ای مورد استفاده قرار گرفته‌اند.

-مقوله‌های استراتژیک کد F3

استراتژی: این متغیر با شاخص‌های "عوامل قانونی s22، عوامل خودکفایی s23، عوامل تسهیلات کسب‌وکار s24، سازمان‌های غیردولتی s25" مورد پرسش قرار گرفته است. کدهای ۲۲ تا ۲۵ برای سنجش مقوله‌های استراتژیک مورد استفاده قرار گرفته‌اند.

-مقوله‌های پدیده محوری کد F ۳

پدیده محوری: این متغیر با شاخص‌های "دانش کارآفرین s26، تجارب مرتبط s27، مشوق‌های دولتی s28، حمایت‌های محیط‌های نهادی s29، گرایش به کارآفرین بودن s30، انگیزش کارآفرین s31، التزام به تغییر در کارآفرین s32" مورد پرسش قرار گرفته است. کدهای ۲۶ تا ۳۲ برای سنجش مقوله‌های پدیده محوری مورد استفاده قرار گرفته‌اند.

پس از استخراج مدل نظری با استفاده از مصاحبه با خبرگان مطلع با ویژگی‌ها خاصی که برخوردارند به تعداد ۱۵-۱۰ نفر تا حد اشباع در قالب گروه کانونی که از طریق نمونه‌گیری قضاوتی تا حد اشباع ادامه خواهد یافت. یافته‌های حاصل از مصاحبه دسته‌بندی و اقدام به کدگذاری و نهایتاً اقدام به تدوین مبانی نظر خواهد شد.

در بخش کمی برای طراحی الگوی مناسب کارآفرینی زنان شاخص‌ها و مؤلفه‌های حاصل مرحله کمی (اکتشافی) در قالب پرسشنامه ۵ درجه‌ای لیگرت تدوین و پس از اطمینان از پایایی و روایی آن در نمونه آماری منتخب توزیع و اقدام به گردآوری اطلاعات لازم خواهد شد.

لذا از این پژوهش بر اساس لایه‌های پژوهش بر اساس لایه‌های پژوهش از حیث جهت‌گیری بنیادی، از نظر روش - توصیفی - استقرایی و از نظر استراتژی پژوهش جزو پژوهش‌های داده‌بنیاد و شیوه گردآوری اطلاعات مصاحبه نیمه ساختار یافته و نهایتاً میدانی است و به لحاظ افق زمانی مقطعی و از آنجایی که نتایج آن مورد استفاده افراد و سازمان‌ها قرار خواهد گرفت کاربردی محسوب می‌گردد. نظر به اینکه این پژوهش به روش آمیخته انجام می‌گیرد. جامعه آماری آن نیز به دو شکل انتخاب خواهد شد در بخش کیفی جامعه آماری شامل کلیه زنان کارآفرین با شرایط خاصی همچون اشتغال حداقل ۵ نفر به غیر از خودش، حداقل ۲ سال از کسب کار شروع فعالیتش سپری شده، نهایتاً در ۲ سال اخیر دارای سودآوری بوده باشد به صورت غیراحتمالی و هدفمند انتخاب می‌شود تعداد اعضای نمونه تا حد کفایت و تکراری بوده مؤلفه‌ها تداوم خواهد داشت تا جایی که محقق به این ادراک برسد که در مصاحبه‌های بعدی نیز همان مطالب تکراری می‌شود اما در قسمت کمی اعضای جامعه آماری شامل افراد و کارکنان سازمان‌هایی همچون بانک کارآفرین و سایر بانک‌های حامی کارآفرینیان - کارکنان استانداری بخش اقتصادی و ... که با این افراد ارتباط کاری دارند اقدام به توزیع پرسشنامه در بین آنها خواهد شد. از مجموع ۷ واحد نهاد مردمی و کارآفرین موجود در استان آذربایجان غربی ارومیه که در هر واحد حدود ۱۰ الی ۱۵ کارآفرین مشغول به کار هستند مجموع تعداد افراد مشارکت یافته در این پژوهش با احتساب خبرگان مدنظر به ۲۲۶ نفر رسیده است. لذا حجم نمونه آماری با استفاده از جدول مورگان ۱۴۱ نفر برآورد گردیده است. روش نمونه‌گیری نیز تصادفی طبقه‌ای است. پس‌ازاین که داده‌ها گردآوری شد و به صورت نوشتاری تنظیم شد باید به تحلیل آن‌ها پرداخت. برای این منظور گام‌هایی به شرح زیر برداشته شود:

۱- مرور متن نوشتاری داده‌ها، کسب احساس کلی نسبت به آنها و تعیین چگونگی بخش‌بندی متن نوشتاری.

۲- انتخاب بخش‌هایی از متن نوشتاری داده‌ها، مانند عبارت یا جمله و شماره‌گذاری آن‌ها به صورت اطلاعات کدگذاری شده.

۳- مرور کدهای تدوین شده و ادغام آن‌ها به صورت دسته‌های عمده‌تر اطلاعات.

۴- کاهش داده‌ها، حذف دسته‌های تکراری و ادغام دسته‌های کوچک‌تر در دسته‌های عمده‌تر (معقول‌تر).

۵- تبدیل دسته کارها (مقوله‌ها).

۶- انتخاب کدهایی (مقوله‌هایی) به‌عنوان موضوع بحث و مشخص کردن بقیه مقوله‌ها برای توصیف آن‌ها در گزارش تحقیق.

با توجه به فهرست بالا می‌توان ملاحظه نمود که یکی از مهم‌ترین گام‌ها در تحلیل کیفی تعیین ((موضوع)) است. به‌عبارت‌دیگر منظور از موضوع در داده‌های کیفی، عنصری اساسی از داده‌های گردآوری شده است که می‌توان آن را با سه تا چهار واژه نمایان ساخت.

اما قبل از تعیین موضوع‌های حاصل از کدگذاری و مقوله‌بندی، پژوهشگر متن مصاحبه‌ها را چندین دفعه به‌دقت مرور می‌کند. به درون آنها غور می‌کند تا به جزئیات بیان شده پی برد، سپس در حاشیه آنها به ذکر یادداشت‌های خود می‌پردازد تا با استفاده از آنها بتواند به کدگذاری بپردازد. به‌عبارت‌دیگر صفحات مختلف مصاحبه‌ها را مرور می‌کند تا بتواند متن آنها را به بخش‌هایی که حاوی اطلاعات است، تقسیم می‌کند. پس از آن هر بخش را نام‌گذاری می‌کند وقتی از متن نوشتاری کدها به دست آمد با مرور کدها آنچه تکراری است یا همپوشی دارد حذف می‌شود تا این‌که تعداد آن‌ها به حدود کفایت برسد.

۱- بعد از این عمل با پیوند دادن دسته‌هایی از این کارها (به هم مرتبط نمودن آنها) موضوع حاصل می‌شود. بنابراین به‌طور کلی با توجه به سؤالات تحقیق حاضر نحوه تحلیل آنها به این صورت خواهد بود: عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان کدامند؟ روش به‌کاررفته از طریق کانونی و پرسشنامه محقق ساخت (کمی).

۲- به منظور تأیید عوامل استخراج شده از این روش تکنیک تحلیل عاملی با استفاده از نرم‌افزار PLS استفاده خواهد شد.

۳- از مدل معادلات ساختاری برای آزمون مدل اصلی پژوهش استفاده خواهد شد.

۴- برای اطمینان از روایی سازه، محتوا و روایی بیرونی از روش‌های آماری استنباطی استفاده خواهد شد.

اعتبار و پایایی وسیله اندازه‌گیری

برای دستیابی به روایی یک پرسشنامه، در ابتدا بایستی اعتبار صوری پرسشنامه مورد سنجش قرار گیرد. اعتباری صوری یعنی به نظر می‌رسد سؤالات پرسشنامه آن چیزی را که برای آن در نظر گرفته شده‌اند، می‌سنجند. آیا جمله‌بندی سؤالات مناسب است؟ آیا گزینه‌های پاسخ کافی و مناسب است؟ لذا نظرات ارزشمند اساتید و صاحب‌نظران مورد توجه قرار گرفته است.

قابلیت اعتماد (پایایی) با این امر سروکار دارد که ابزار اندازه‌گیری در شرایط یکسان تا چه اندازه نتایج یکسانی را به دست می‌دهد. به عبارت دیگر همبستگی میان یک مجموعه از نمرات و مجموعه دیگری از نمرات در یک آزمون معادل که به صورت مستقل بر یک گروه آزمودنی به دست آمده است. (۹۹،۵). یکی از روش‌های محاسبه پایایی، ضریب آلفای کرونباخ است. چنانچه ضریب آلفای کرونباخ برای یک مقیاس بیش از ۰/۷ محاسبه گردد، پایایی آن مقیاس مطلوب ارزیابی می‌شود. بدین منظور یک نمونه اولیه شامل ۳۰ پرسشنامه پیش‌آزمون گردید سپس با استفاده از داده‌های به دست آمده از این پرسشنامه‌ها و به کمک نرم‌افزار آماری SPSS میزان آلفای کرونباخ محاسبه شد. ضریب آلفای کرونباخ پرسشنامه برای شرایط علی ۰/۸۶۴، برای بستر و زمینه ۰/۷۶۳ و برای استراتژی ۰/۷۷۲ و پدیده محوری ۰/۸۳۷ محاسبه گردید. بنابراین پایایی پرسشنامه مطلوب ارزیابی گردیده است و مقدار آلفای کل برابر ۰/۹۲۰ است.

یافته‌های توصیفی

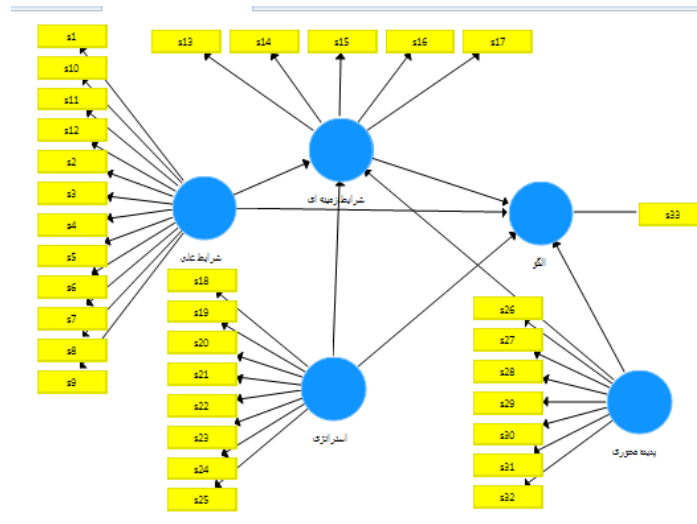
فراوانی جنسیت پاسخ‌دهندگان در این پژوهش، ۸۶،۵ درصد زن و ۱۳،۵ درصد مرد بوده‌اند. رده سنی بین ۳۱ تا ۳۵ سال تقریباً با ۷،۸ درصد و ۳۶ تا ۴۰ سال ۲۶،۲ درصد و ۴۱ تا ۴۵ سال ۱۷،۷ درصد و ۴۵ سال به بالاتر حدود ۴۸،۲ درصد دارند. سطح تحصیلات به چهار قسمت ۲،۸ درصد دیپلم، ۴،۳ درصد فوق‌دیپلم، ۵۲،۵ درصد کارشناسی و ۳۸،۳ درصد کارشناسی ارشد و ۲،۱ درصد دکتری تقسیم شده است. همچنین نمودار میله‌ای مربوط به سطح تحصیلی نیز گزارش شده است. در این بین مدرک تحصیلی لیسانس با ۵۲،۵ درصد بیشترین فراوانی را داشته است.

یافته‌های استنباطی

از آنجایی که این پژوهش به دنبال الگوی توسعه کارآفرینی زنان است بجای فرضیه از سؤال پژوهشی استفاده شده است.

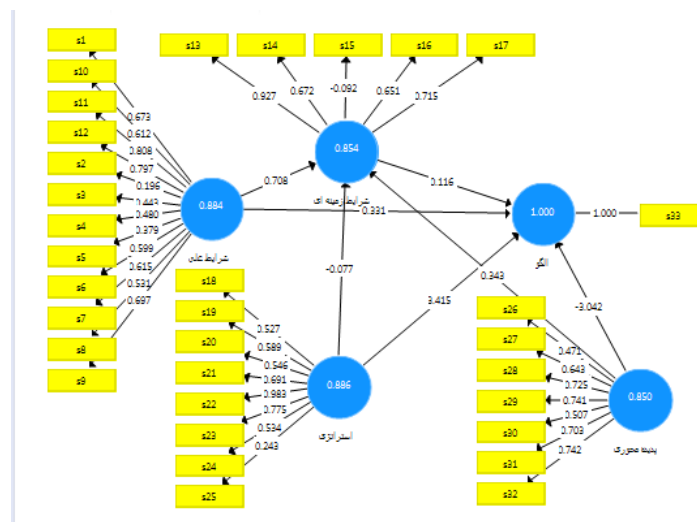
الگوی کارآفرینی زنان از چه ابعاد و مؤلفه‌هایی تشکیل شده است؟

لذا مدل اولیه پژوهش حاضر با در نظر گرفتن شرایط علی دارای ۱۲ گویه و شرایط استراتژی ۸ گویه و پدیده محوری شامل ۷ گویه و شرایط زمینه‌ای به عنوان عامل میانجی دارای ۵ گویه به صورت نمودار شماره (۱) است.



نمودار شماره (۱) مدل اولیه پژوهش

جهت بررسی سؤالات پژوهش با توجه به وجود نقش میانجی شرایط زمینه‌ای از مدل معادلات ساختاری با استفاده از نرم‌افزار PLS اسمارت استفاده شده است. بارهای عاملی و نتایج آزمون تی و سطح معنی‌داری سؤالات در دو مرحله مورد سنجش قرار گرفته است. در مرحله اول بدون هیچ پیش فرضی با استفاده از نرم‌افزار PLS اسمارت نتایج گزارش می‌گردد و پس از شناسایی گویه‌های دارای بار عاملی غیرقابل قبول دوباره مدل مورد ارزیابی مجدد توسط نرم‌افزار PLS اسمارت قرار می‌گیرد. و در نتیجه مدل نهایی گزارش می‌گردد. نمودار شماره (۲) مدل اولیه قبل از اصلاح گویه‌ها آورده شده است و نیز در جدول ۴-۴ بارعاملی، سؤالات مدل قبل از اصلاح گویه‌ها آورده شده است.

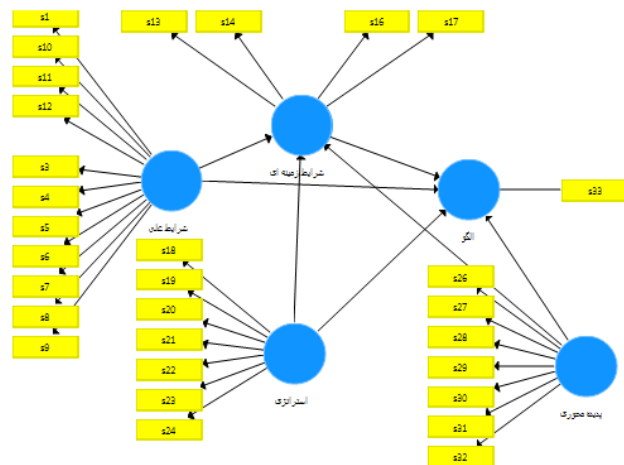


نمودار (۲) مدل اولیه قبل از اصلاح گویه‌ها

بارعاملی، آزمون تی و سطح معنی‌داری سؤالات شرایط علی و استراتژی و پدیده محوری و شرایط زمینه‌ای (میانجی) قبل از اصلاح نشان می‌دهد که، هر سؤال برای آنکه در فرآیند تحلیل عاملی مورد تأیید قرار گیرد، باید حداقل دارای بارعاملی $0/40$ باشد و نمره آزمون تی آن هم بالاتر از $1/96$ باشد. لذا سؤالاتی که در این دامنه قرار نمی‌گیرند باید از جریان کار حذف می‌شود. بر این اساس لازم است که سؤال ۲ دارای بارعاملی بسیار کم $0/196$ و سؤال ۵ دارای بارعاملی منفی $0/599$ - و سؤال ۱۵ دارای بارعاملی کم و منفی $0/092$ - و سؤال ۲۵ دارای بارعاملی کم $0/243$ می‌باشند. از جریان کار حذف شوند. در ادامه به منظور برآزش مدل، سؤالات نامناسب از مدل حذف شدند. سؤالات حذف شده طبق جدول شماره (۱) شامل موارد زیر می‌باشند. و در نمودار شماره (۳) مدل پس از حذف ترسیم شده است.

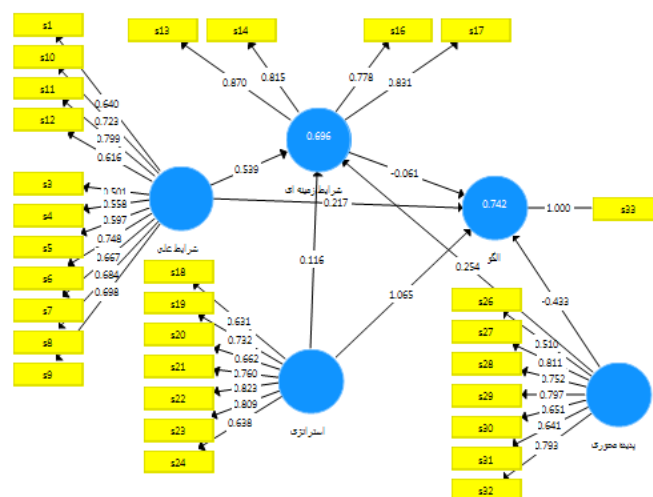
جدول (۱) سؤالات حذف شده در تحلیل عاملی تأییدی در هر سه متغیر

سؤالات حذف شده	مؤلفه
۵ و ۲	شرایط علی
۱۵	شرایط زمینه‌ای
۲۵	پدیده محوری



نمودار (۳) مدل اولیه بعد از اصلاح گویه‌ها و حذف سؤالات ۲ و ۵ و ۱۵ و ۲۵

با توجه به نمودار شماره (۳) مدل اولیه بعد از اصلاح گویه‌ها و حذف سؤالات ۲ و ۵ و ۱۵ و ۲۵ لذا از هر کدام از متغیرها مورد مطالعه چند سؤال حذف شدند تا برآزش مدل مناسب شود. در مرحله بعد به گزارش مدل اصلاحی و ارائه شاخص‌های باقی‌مانده پس از انجام اصلاحات در تحلیل عاملی تأییدی خواهیم پرداخت. و از نتایج گزارش شده از نرم‌افزار pls اسمارت نمودار شماره (۴) گزارش می‌گردد. این نمودار مقادیر بارعاملی گویه‌ها بعد از اصلاح را گزارش می‌نماید.



نمودار (۴) مقادیر بار عاملی گویه‌ها بعد از اصلاح

نمودار شماره (۴) بارعاملی، آزمون تی و سطح معنی‌داری سؤال‌های شرایط علی و استراتژی و پدیده محوری و شرایط زمینه‌ای (میانجی) بعد از اصلاح را نشان می‌دهد. بر این اساس بیشترین بار عاملی مربوط به سؤال 27 با بار عاملی 0/911 و کمترین بار عاملی مربوط به سؤال 3 با بار عاملی 0/501 است.

ارزیابی مدل ساختاری

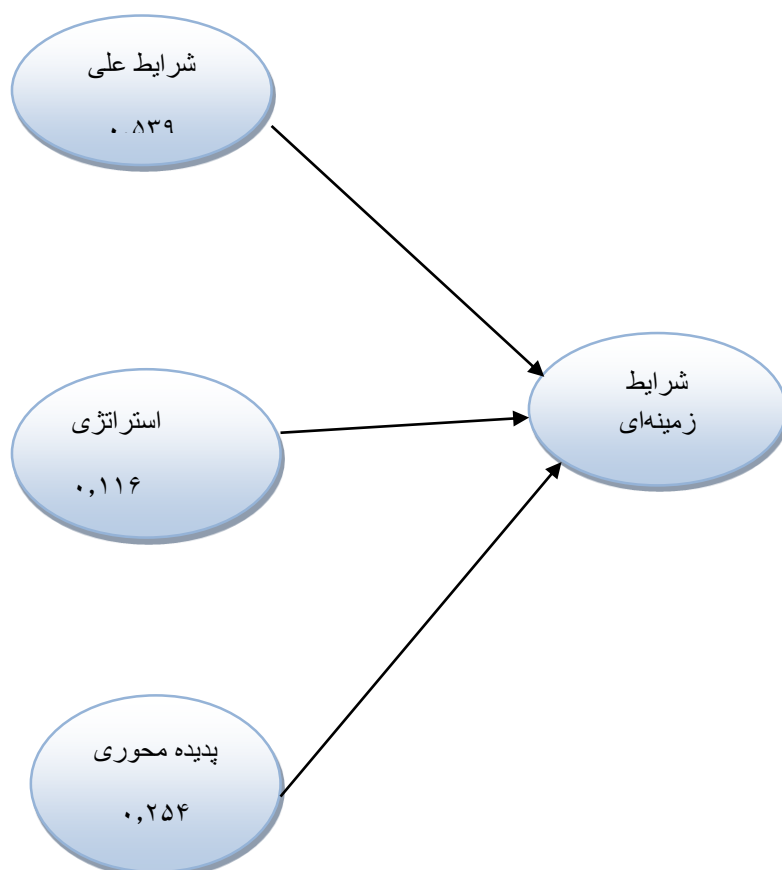
در بررسی مدل ساختاری، معیار ضریب تعیین R^2 و معیار Q^2 مدل ساختاری بررسی می‌شود. این دو معیار برای متغیرهای وابسته در نظر گرفته می‌شوند. اندازه R^2 و Q^2 برای تقسیم‌بندی آنها به صورت جدول شماره (۲) است.

جدول (۲) نتایج دو شاخص R^2 و معیار Q^2

متغیرها	R^2	Q^2
شرایط علی	0/884	0/322
استراتژی	0/886	0/322
پدیده محوری	0/850	0/354
شرایط زمینه‌ای	0/854	0/446

پس از تأیید مناسب بودن مدل اندازه‌گیری، باید به قابلیت اتکای مدل ساختاری اشاره کنیم که دو شاخص R^2 و معیار Q^2 برای دست‌یابی به این هدف است. با توجه به این توضیحات، میزان R^2 برای هر دو متغیر در حد قوی قرار دارد. چراکه مقدار R^2 عددی ایست بین صفر و مثبت

نمودار (۵) مدل نهایی الگوی کارآفرینی زنان الوات مؤلفه‌ها در جهت حرکت عقربه‌های ساعت است.



نمودار (۶) ارتباط بین متغیر میانجی و سایر متغیرها

سیاسگزاری

شکر شایان نثار ایزد منان که توفیق را رفیق راهم ساخت تا این مقاله را به پایان برسانم. از استاد فاضل و اندیشمند جناب آقای یوسف بیگ زاده به‌عنوان استاد راهنما که همواره نگارنده را مورد لطف و محبت خود قرار داده‌اند، و از سردبیر محترم نشریه زن و مطالعات خانواده دانشگاه آزاد اسلامی تبریز کمال تشکر رادارم.

بنا بر اظهار نویسندگان مقاله حاضر فاقد هر گونه تعارض منافع بوده است.

ش

منابع

احمدی ستور، کوهستانی حسین، یادآور حسین، شعبانعلی فمی حسین، ۱۳۹۷، فراتحلیل عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال هشتم، شماره اول، پیاپی ۲۷.

اکبری، کاظم، ۱۳۸۷، توسعه کارآفرینی (رویکرد آموزشی)، جهاد دانشگاهی، تهران.

اوجاقلی، ع، ۱۳۸۷، بررسی رابطه بین جو سازمانی و روحیه کارآفرینی دبیران مدارس متوسطه شهر ملایر، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی دانشگاه تهران.

خدمتی توسل، صمد، ۱۳۸۸، بررسی زمینه‌های بروز و پرورش کارآفرینی در دبیرستان‌های پسرانه دولتی کار و دانش شهرستان کرج از نظر مدیران، دبیران و دانش آموزان، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی دانشگاه تهران.

سرمدی، محمدرضا و شالباف، عذرا، ۱۳۸۶، اخلاق حرفه‌ای در مدیریت کیفیت فراگیر، نشریه علمی پژوهشی اخلاق در علوم و فناوری، سال دوم پائیز و زمستان، شماره ۳ و ۴، صص ۹۹-۱۱۰.

یاسوری مجید، نوروزی نژاد معصومه، ۱۴۰۰، فرا تحلیل تکنیکی ابعاد توسعه کارآفرینی زنان روستایی، نشریه زن در توسعه سیاست، دوره ۱۹، شماره ۱.

Daglas Eevan, Shepherd, Catherine Prentice, 2020, Using fuzzy-set qualitative comparative analysis for a finer-grained, understanding of entrepreneurship, *Journal of Business Venturing* 35 (2020) 105970 Available online 12 November 2020

Sivanesan, R., (2014), A Comparative Study on Rural and Urban Women Entrepreneurs Pros-pects and Challenges, *International Journal of Research in Management & Business Studies*, Vol. 1, No.3, pp.28-34. Downloaded from serd.khu.ac.ir at 18:58 +0330 on Friday January 29th 2021

Strauss, Anselm L., & Corbin, Juliet (1990), *Basics of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures and Techniques*, Sage.

Designing a women entrepreneurship model

Iraj Saghafi^۱

Yousef Beigzadeh^۲

Mojtaba Ramezani^۳

Yaqub Alavi Matin^۴

Yahya dadashkarimi^۵

Abstract

From a total of 7 units of public institutions and entrepreneurs in West Azerbaijan province of Urmia, which employ about 10 to 15 entrepreneurs in each unit, the total number of people participating in this study, including experts, has reached 225 people. Therefore, the statistical sample size using Morgan table was estimated to be 141 people. The sampling method was stratified random. In this research, in order to collect information to prepare and compile research literature, the library method has been used and in order to collect data to investigate research questions, a researcher-made questionnaire has been used. Obviously, the designed questionnaire has also been examined in terms of validity and reliability. In this research, in order to analyze the characteristics of the respondents to the questionnaire, tables and graphs have been used. Exploratory factor analysis was used to analyze the collected data and the final model was extracted. Confirmatory factor analysis was performed through SPSS and PLS software. Research findings show what the patterns of women entrepreneurship.

According to the authors of the present article, there was no conflict of interest.

۱. PhD Student in Comparative Management and Development, Bonab Branch, Islamic Azad University, Bonab, Iran

۲. Assistant Professor of Management, Bonab Branch, Islamic Azad University, Bonab, Iran

۳. Assistant Professor, Department of Management, Faculty of Management, Bonab Branch, Islamic Azad University, Bonab, Iran

۴. Assistant Professor, Department of Management, Faculty of Management, Tabriz Branch, Islamic Azad University, Tabriz, Iran

۵. Instructor, Department of Management, Faculty of Management, Bonab Branch, Islamic Azad University, Bonab, Iran

Keywords: Women's Entrepreneurship Pattern, Causal Conditions, Axis Phenomenon, Strategy, Underlying Factors.