

تحلیل عاملی عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی عضو صندوق های خرد سمنان

مهناز صابریان^۱، محمد صادق صبوری^۲

چکیده

این پژوهش با هدف بررسی ویژگی های کارآفرینی زنان روستایی عضو صندوق های اعتباری خرد سمنان صورت پذیرفته است. این مطالعه بر حسب هدف کاربردی و از لحاظ نوع انتخاب روش، سرشماری می باشد (N=170). از ابزار پرسشنامه برای جمع آوری اطلاعات استفاده گردیده است. برای سنجش روایی پرسشنامه با استفاده از نظرات اساتید راهنما و مشاور و متخصصین و صاحب نظران در امر ترویج و آموزش کشاورزی و همچنین مسئولین صندوق اعتباری استان سمنان استفاده شده است. برای بررسی پایایی، پرسشنامه در اختیار تعدادی از زنان عضو صندوق قرار گرفت و نتایج آن بررسی و آلفای کرونباخ ۰/۸۸۵/۵ به دست آمده که بیانگر آن است که قسمتهای مختلف پرسشنامه از اعتبار لازم برخوردار است. به منظور تجزیه و تحلیل داده های پژوهش از تحلیل عاملی استفاده شده است براساس نتایج به دست آمده، ویژگی های کارآفرینان در ۹ عامل دسته بندی شدند. سخت کوشی به عنوان عامل اول به تنهایی ۱۴/۳۳ درصد از واریانس کل را تبیین نمود که حاکی از اهمیت بالای این عامل دارد. سایر عوامل نیز به ترتیب اهمیت شامل: کانون کنترل درونی، ریسک پذیری روانی، ریسک پذیری مالی، نوآوری، تحمل ابهام، خلاقیت، پشتکار، فرصت طلبی بوده که به ترتیب ۱۱/۲۶، ۹/۴۹، ۸۵/۵۵، ۷/۸، ۷/۵۷، ۶/۹۸، ۶/۱۶، ۵/۳۹ درصد از واریانس کل را تبیین نمودند.

واژگان کلیدی: زنان روستایی، صندوق اعتباری خرد، کارآفرینی، ویژگی های کارآفرینان

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۳/۰۴/۱۳

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۳/۰۲/۱۶

^۱ دانشکده کشاورزی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد گرمسار، گرمسار، ایران

^۲ باشگاه پژوهشگران جوان و نخبگان، واحد گرمسار، دانشگاه آزاد اسلامی، گرمسار، ایران (نویسنده مسئول) Sabouri5413@yahoo.com

مقدمه

امروزه اشتغال به عنوان یکی از مهم ترین مسائل اقتصادی و اجتماعی، اهمیت فوق العاده ای پیدا کرده و با توجه به ساختار کنونی جمعیت که از نظر جنسی درصد بالایی از جمعیت فعال کشور را قشر زنان تشکیل می دهند.

طبق گزارشی از ILO (سازمان بین المللی کار) میانگین میزان کار زنان در جهان ۴۰ درصد است و ما در ایران یکی از پایین ترین درصد ها را داریم زنان ایران هم سهم درآمد کمتر و هم نرخ مشارکت پایین تر را دارند زنان ایران با توجه به میزان تحصیلات بالا، تنها ۱۳ درصد از آنها که می توانند فعال باشند، شاغل هستند و بزرگترین چالش، نرخ پایین مشارکت زنان است. لذا ضرورت دارد که تلاش کنیم این اختلافات را کم کنیم.

آمارهای برنامه توسعه سازمان ملل (UNDP, 2012) گویای آن است که مشارکت زنان ایران از مجموع ۱۶۶ کشور عضو رتبه ۱۳۲ می باشد از این رو ضرورت دارد که با تدابیری این رقم کاهش یابد.

و همچنین یکی از مسائلی که نتیجه مطالعات متعدد در کشورهای مختلف است پایین بودن نرخ کار آفرینی زنان در مقایسه با مردان است. (Gem, 2003)

از طرفی بحث اشتغال زنان روستایی از اهمیت ویژه ای برخوردار است زیرا زنان روستایی مولدانی فعال بوده و در فرایند توسعه ملی و محلی و ایجاد ثروت، سرمایه و رفاه سهم مهمی دارند و این امر در خصوص زنان روستایی کشورهای در حال توسعه که در پایداری نظام اقتصادی روستایی نقش اساسی را ایفا می کنند مشهودتر است به نحوی که سهم اشتغال زنان در بخش کشاورزی کشورمان ۳۰/۵ درصد است (مرکز آمار، ۱۳۸۸). طبق مرکز آمار ایران جمعیت زنان کل کشور ۷۴/۸ درصد می باشد و ۱۸/۵ درصد مربوط به زنان روستایی می باشد (مرکز آمار، ۱۳۸۸).

این نکته حائز اهمیت است که زنان فعال روستایی طیف وسیعی از خدمات را برای اعضایشان فراهم می کنند زنان روستایی فعال در اکثر موارد به تنهایی در بازارهای فعالیت می کنند که فقط محدود به منطقه محلی خود هستند. افزایش فروش محصولات آنها اغلب توسط دلالان محدود می گردد برنامه های تجارت الکترونیک پتانسیل بزرگی برای هر سازمان به منظور فروش محصولات محلی در بازار جهانی است (فلاح جلودار، ۱۳۸۶).

بنابراین راه اندازی و ارتقاء کسب و کار خرد و کوچک به طور فزاینده ای به عنوان ابزاری برای ایجاد فرصت های اشتغال پایدار به ویژه برای افراد حاشیه ای مانند زنان، فقرا و افراد معلول مورد توجه قرار می گیرد. با فراهم آوردن یک منبع درآمد و افزایش دسترسی و کنترل بر منابعی مانند زمین، زنان می توانند کنترل بیشتری بر زندگی خود داشته باشند. توانمندسازی اقتصادی موجب می گردد که تاثیر مثبت در اعتماد به نفس، مذاکره و موقعیت زنان در درون خانواده و افزایش زنان در فرایند تصمیم گیری بوجود آید. مزایای توانمندسازی اقتصادی زنان از طریق افزایش کار آفرینی نصیب زنان می شود (United Nations, 2006).

کسب و کار کوچک و متوسط مزایای قوی برای کاهش فقر در مناطق روستایی و توسعه روستایی ارائه داده است. در کشورهای با درآمد پایین در آسیا و اقیانوس آرام، جمعیت روستایی بیش از ۷۰ درصد از کل جمعیت را شامل می شود (همان)

ارائه پشتیبانی موثر برای کسب و کار زنان بسیار مهم است این پشتیبانی به منظور تسهیل کسب و کار زنان از جمله برنامه های آموزشی زنان و ارائه مهارت های کار آفرینی می باشد ایجاد مراکز رشد کسب و کار راه مهم دیگری برای کمک به اطمینان از کسب و کارهای زنان است (همان).

برای بهبود وضعیت زنان نهادهایی باید تاسیس شود که زنان در آن عضو شده و خودشان آنها را رهبری نمایند که این کار برای ترویج کار آفرینی زنان موثر است (دوستی، ۱۳۸۸).

ضرورت ایجاد می کند کارشناسان و برنامه ریزان زنان روستایی نیز توجه ویژه ای به موضوع آموزش کار آفرینی زنان و دختران روستایی و عشایری مبذول دارند امروزه به حضور زنان در اجتماع به دیده کفه دیگر موازنه اقتصادی نگریسته می شود نادیده گرفتن

تاثیر وجودی زنان در عرصه اجتماعی و اقتصادی برابر ناممکن شدن توسعه می باشد. نیروی انسانی که متشکل از زن و مرد می باشد اولین اهرم به حرکت درآوردن موتور توسعه است و از آنجا که زنان بزرگترین گروه محرومان در جهان هستند تلاش برنامه ریزان و کارشناسان زنان روستایی در گام نخست باید معطوف به جبران محدودیت ها و محرومیت ها و سوق دادن زنان روستایی به سوی تساوی اجتماعی و اقتصادی باشد و این امر جز با تواناسازی آنان از طریق کارآفرینی میسر نیست (Hisrich & et al, 2005).

از نظر شیخان (۱۳۹۰)، کشورهای پیشرفته از دهه های قبل و برخی از کشورهای در حال توسعه از دهه های اخیر با توجه به نقش موثر و مثبت کارآفرینان اقتصادی در توسعه جامعه، بهره برداری از پتانسیل را جهت مواجهه با معضلاتی نظیر رکود، تورم و عدم اشتغال مورد توجه قرار داده و جهت بسط و گسترش آن اقدامات زیادی را انجام داده اند. در شرایط فعلی جامعه ایران که نسبت قابل توجهی از جوانان به ویژه زنان بیکار و از نعمت اشتغال محرومند رویکرد توسعه کارآفرینی زنان در کشور امری ضروری می باشد تا نقطه آغازینی برای برنامه ریزی ترویج کارآفرینی زنان باشد. در حال حاضر ایران با داشتن جمعیتی هوشمند و مستعد و منابع طبیعی فراوان تولید ناخالص داخلی، نسبت قابل توجهی از نیروهای جوان و حتی تحصیل کرده از نعمت اشتغال محرومند، ولی وضع نیمی از بیکاران یعنی زنان بیکار بدتر می باشد. امروزه زنان نه تنها دیگر خانه نشین نیستند، بلکه متقاضیانی مهارت دیده و دارای تحصیلات دانشگاهی هستند که از این نظر بر مردان برتری یافته اند به گونه ای که اکنون بیش از ۶۰ درصد ظرفیت دانشگاه ها را به خود اختصاص داده اند اما در بازار کار ایران سهمی ناچیز دارند با توجه به محدود بودن دامنه سرمایه گذاری از سوی دولت، خوداشتغالی و افزایش کارآفرینی اگر نگوییم تنها راه پیش روست دست کم یکی از مهم ترین راه حل های معضل بیکاری است.

از طرفی نیروی بیکار در شرایط مناطق روستایی به تنهایی قادر به انجام کار نمی باشد بنابراین به نظری رسد بخش اعظم مشکل بیکاری فعلی نیاز به زمینه های کارآفرینی به عنوان ابزاری کارآمد در بهبود زندگی مردم روستایی می باشد (آقازاده و رضازاده، ۱۳۸۴). در دهه اخیر یکی از اساسی ترین دغدغه های مسئولان و متولیان امور، یافتن راه حلی برای مسئله بیکاری بوده است به ویژه در بخش کشاورزی که حجم و گستردگی آن در کشورهای در حال توسعه یک معضل به شمار می رود نیروی انسانی جویای کار بسیاری اعم از دانش آموخته و وجود دارد از طرفی تجارب دیگر کشورها به طور اعم و تجارب داخلی گذشته به طور اخص نشان داده است که از طریق سرمایه گذاری های مترکم و سنگین که تکیه اصلی را بر واردات کالا می گذارد و غالباً از منابع محلی کمتر بهره برداری می کند امکان اشتغالزایی تنها برای تعداد معدودی از افراد وجود دارد و طبعاً این روند پاسخگوی جمعیت کثیر جویای کار در کشور نیست (خسروی پور، ۱۳۸۷).

تجربه تعاونی های اعتبار کشاورزی در بتو سوانا نشان می دهد که آنها می توانند با همکاری دولت در زمینه های مختلفی چون تامین نهاده های کشاورزی، ایجاد پس انداز و اعتبارات خرد کوتاه مدت و دراز مدت، تجاری کردن تولید و بازاریابی فعالیت کنند و محیط مناسبی را برای توسعه کشاورزی از طریق کارآفرینی، تامین زیرساختها و... مهیا سازند (رکن الدین افتخاری و همکاران ۱۳۸۵) عموماً خانواده های فقیر برای ارائه وثیقه وام از دارایی های مادی برخوردار نیستند و از این روست که اعتبارات خرد به صورت جایگزین برای آنها گسترش داده می شود معمول ترین شکل جایگزینی وثیقه به صورت تشکیل گروه هایی از وام گیرندگان است که اعضای هر گروه وام هایی یکدیگر را تعهد می کنند و بدین ترتیب، تعدات مشترک ایجاد می شود (ماتیسون، ۲۰۰۳) از آنجا که واگذاری اعتبارات خرد در قالب گروه های داوطلب صورت می گیرد این شبکه در ارائه یک خط مش برای تبادل تجربیات و ایده ها نقشی موثر ایفا می کند. (ناجاراجان، ۲۰۰۱) همچنین اعتبارات خرد راهی برای رهایی از دام واسطه ها، افزایش مشارکت و دسترسی به فرصت های برابر به شمار می رود این اعتبارات روش کارآمدی برای توانمندسازی به ویژه توانمندسازی زنان روستایی، است که کمترین منابع اعتباری توسعه دسترسی دارند (سیبل، ۲۰۰۱) از دیدگاه گرامین بانک، هدف از اعطای خرد بهبود زندگی روستاییان از طریق فراهم ساختن دسترسی آنها به اعتبارات، پس انداز، تسهیلات رفاهی و برنامه های اجتماعی دیگر است (رابینسون، ۲۰۰۱) در کنار این طرح های روستایی ایفاد انگیزه خود را از اعطای اعتبارات مواردی چون ایجاد تحرک اجتماعی، بالا بردن آگاهی ها، آموزش

و قدرت دهی به فقرا - افزایش اعتماد به نفس فقرا - فراهم ساختن زمینه کار گروهی برای ایجاد دارایی و زیر ساخت های توسعه کشاورزی در راستای تولید محلی میداند. (IFAD, 2003) ^۳

بر طبق سالنامه آماری استان سمنان، کل بیکاری این استان برابر با ۸/۳ درصد می باشد و این امر موجب شده است که این استان جز بیکارترین استان ها باشد که بیشترین افراد بیکار این استان را زنان روستایی با ۲۲/۲ درصد تشکیل داده اند. لذا باتوجه به این آمار و وضعیت ضعیف اشتغال نقش صندوق اعتبار خرد و همچنین مولفه کارآفرینی دو متغیری است که در این استان ضروری به نظر می رسند. (سالنامه آماری استان سمنان، ۱۳۸۸)

و همچنین باتوجه به موقعیت استان سمنان در این نمودار و همچنین طرح صندوق در این استان طبق نمودار اعتبارات خرد زنان روستایی نسبت به استانهای دیگر ضرورت دارد که نقش صندوقها در این استان بیشتر مورد توجه قرار بگیرد.

در این مطالعه هدف از انجام تحلیل عاملی تلخیص عوامل موثر بر ویژگی های کارآفرینی بوده است که بدین منظور ۴۷ عامل موثر در قالب سوالات پرسشنامه با مقیاس لیکرت جمع آوری گردید. تحلیل عاملی کمک می کند تا عوامل در چندین عامل کلی دسته بندی شده و بتوان مهم ترین عوامل را شناسایی نموده و درصد تاثیر هر یک را نیز بیان نمود. در راستای انجام تحلیل عاملی در این تحقیق بطور کلی مراحل زیر طی شده است:

۱- تعیین و تشخیص مناسب بودن داده ها برای تحلیل عاملی با استفاده از آماره های KMO و آزمون بارتلت انجام شد (KMO=0.695) که مقادیر بدست آمده است نشان می دهد، داده ها برای تحلیل عاملی مناسب هستند.

جدول ۱. معنی داری انجام تحلیل عاملی

آماره	میزان
کیسر، میر والکین	۰,۶۹۵
کای اسکوئر	۴۶۲۱/۸۰۸
درجه آزادی	۵۲۸
سطح معنی داری	۰/۰۰۰

برای تعیین تعداد گروههای دخیل در توسعه کارآفرینی از معیار مقدار ویژه بزرگتر از ۱ استفاده شده است. بر اساس نتایج جدول ذیل ۹ عامل انتخاب شده است که در مجموع ۷۷/۵۶ درصد از واریانس کل را تبیین نمودند.

بر اساس نتایج به دست آمده، ویژگی های کارآفرینان در ۹ عامل دسته بندی شدند. سخت کوشی به عنوان عامل اول، به تنهایی ۱۴/۳۳ درصد از واریانس کل را تبیین نمود که حاکی از اهمیت بالای این عامل دارد. سایر عوامل نیز به ترتیب اهمیت شامل: کانون کنترل درونی، ریسک پذیری روانی، ریسک پذیری مالی، نوآوری، تحمل ابهام، خلاقیت، پشتکار، فرصت طلبی بوده که به ترتیب ۱۱/۲۶، ۹/۴۹، ۸/۵۵، ۷/۸۵۰، ۷/۵۷، ۶/۹۸، ۶/۱۶، ۵/۳۹ درصد از واریانس کل را تبیین نمودند.

جدول ۲. مقادیر ویژه و بار عاملی

³ International fund for agricultural development

ردیف	عاملین	ویژگی های کارآفرینی	بارعاملی	تبیین شده	درصد واریانس	درصد واریانس تجمعی
۱	سخت کوشی	موفقیت از طریق سخت کوشی نه شانس	۰/۸۵۰	۱۴/۳۳	۱۴/۳۳	
		تغییر از طریق سخت کوشی	۰/۸۲۸			
		شغل خوب شغلی است که مکان، نوع کار و نحوه انجام آن روشن باشد	۰/۷۴۶			
		به دست آوردن همه چیز از طریق سخت کار کردن	۰/۷۳۷			
		ادامه دادن کار با وجود موانع زیاد	۰/۵۹۵			
		کار کردن تا دیروقت	۰/۵۵۱			
۲	کانون کنترل درونی	بدبختی ها نتیجه نادانی و تنبلی است	۰/۸۹۸	۱۱/۲۶	۲۵/۵۸	
		موفقیت از طریق پشتکار	۰/۸۴۲			
		موفقیت از طریق تلاش	۰/۷۵۰			
۳	ریسک پذیری روانی	ریسک برای نتیجه جذاب	۰/۸۷۴	۹/۴۹	۳۵/۰۷	
		لذت بردن از ریسک	۰/۷۶۰			
		ریسک برای کسب و وضعیت بهتر	۰/۶۸۸			
		شروع یک کار جدید ارزش خطر را دارد	۰/۵۰۴			
۴	ریسک پذیری مالی	ریسک برای سود بالاتر	۰/۷۶۷	۸/۵۵	۴۳/۶۲	
		پذیرفتن ریسک با وجود احتمال شکست	۰/۷۴۰			
		حاضر بودن ریسک زمانیکه ارزش آنرا داشته باشد	۰/۵۹۹			
۵	نوآوری	بی طاقت شدن در موقعیت هایی که جواب روشنی وجود ندارد	۰/۷۸۱	۷/۸۵	۵۱/۴۷	
		روی آوردن به تخیل در مورد کارهایی که قبلا "هیچ کس آنرا انجام نداده است"	۰/۷۳۶			
		لذت بردن از بحث در مورد ایده های گوناگون	۰/۶۱۴			
۶	تحمل ابهام	ارجمت نبودن فعالیت آشنا بر ناآشنا	۰/۸۱۸	۷/۵۷	۵۹/۰۳	
		علاقتمندی به زندگی منظم	۰/۷۴۳			
		ارجمت ندادن کار یکنواخت در مکان آرام	۰/۷۳۶			
۷	خلاقیت	لذت بردن از صرف وقت بر روی ایده های جدید بدون استفاده از مزایا	۰/۸۰۲	۶/۹۸	۶۶/۰۱	
		دلیل تحقق و ارضای خواسته تلاش زیاد است	۰/۷۳۵			
		ارائه ایده خوب	۰/۶۶۵			
ردیف	عاملین	ویژگی های کارآفرینی	بارعاملی	تبیین شده	درصد واریانس	درصد واریانس تجمعی
		با تمام وجود کار کردن	۰/۸۹۸			

۷۲/۱۶	۶/۱۶	۰/۸۵۰	ادامه کار تا نتیجه حتی اگر زمان زیادی طول بکشد	پشتکار	۸
		۰/۷۶۰	ارجح بودن کارها به روش معمولی		
۷۷/۵۶	۵/۳۹	۰/۵۵۷	دانستن حقایق قبل از انجام هر تصمیمی	فرصت طلبی	۹

بحث و نتیجه گیری

همانطور که از نتایج تحلیل عاملی در جدول به دست آمده سخت کوشی جزء عامل اول، به تنهایی ۱۴/۳۳ درصد از واریانس کل را تبیین نمود که حاکی از اهمیت بالای این عامل دارد. و نشان می دهد که موفقیت کارآفرینی از طریق سخت کوشی حاصل می گردد به بیان ساده تر ۱۴,۳۳ درصد از ویژگی کارآفرینان زن عضو صندوق مربوط صفت سخت کوشی آنها می باشد. که این نتایج با مطالعات (بشارت، ۱۳۸۷) و (نصر اصفهانی، ۱۳۹۱) (زاکین، سولومون و نریا، ۲۰۰۳) مطابقت دارد. پژوهش نشان داده اند که افراد سخت کوش از مهارت های موثر تر استفاده می کنند. از ویژگی های افراد سخت کوش داشتن حس جهت گیری مشخص و رویکرد فعال می باشد (همان، ۲۰۰۳) از عوامل تقویت کننده سخت کوشی حمایت خانوادگی و حمایت اجتماعی و همچنین کاهش استرس می باشد. (بشارت، ۱۳۸۷) لذا بنا بر اهمیت این عامل که عامل نخست برای کارآفرینی زنان می باشد پیشنهاد می گردد توجه بیشتری به موارد فوق صورت پذیرد. از آنجا که این تحلیل نشان می دهد که افراد کارآفرین در این مطالعه دارای مشخصه سخت کوشی بالا می باشند لذا می توان از آنها به عنوان الگوی نقش برای کسانی که تمایل به کارآفرینی دارند معرفی نمود.

عامل دوم کانون کنترل درونی که ۱۱,۲۶ درصد از واریانس کل را تبیین نموده است. نتایج بدست آمده با نتایج (هوارد، ۲۰۰۴) و (راشید، ۲۰۰۰) و (مسعودنیا، ۱۳۸۶) و (احمدپور و عزیز، ۱۳۸۴)، (آراستی، زهرا) مطابقت دارد. به بیان دیگر کارآفرینان علت موفقیت و شکست خود را به دلایل درونی خود نسبت می دهند و کارآفرینان انگیزه موفقیت بالاتری را دارا هستند. احمدپور و عزیز (۱۳۸۴) اغلب کارآفرینان را دارای مرکز کنترل درونی توصیف کرده اند چنین افرادی به قدرت و توانایی خویش اعتماد دارند و سرنوشت خود را قابل کنترل می دانند. همینطور طی مطالعه ای از (شیبانی و اخوان تفتی، ۱۳۸۸) بین کانون کنترل درونی و اعتماد به نفس رابطه معنی داری به جهت کسب موفقیت وجود دارد. بنابراین داشتن اعتماد به نفس به دلیل اولویت بعدی تحلیل عاملی دارای اهمیت بوده و پیشنهاد می گردد که روحیه اعتماد به نفس برای دستیابی به این هدف تقویت گردد.

عامل سوم و چهارم ریسک پذیری روانی و مالی می باشد که به ترتیب ۱۱,۲۶ و ۹,۴۹ درصد از واریانس کل را تبیین نموده اند. نتایج به دست آمده با نتایج (هیسریچ و پیترز، ۲۰۰۲) و (گورل و آستن، ۲۰۰۶) و (لاوی، ۲۰۰۰) و (احمدپور و مقیمی، ۱۳۸۵) و (زالی و رضوی، ۱۳۸۷) مطابقت دارد. ریسک پذیری روانی که رتبه بالاتری نسبت به ریسک پذیری مالی در تحلیل عاملی دارد برای تقویت آن می توان از راهبردهای حمایت های فرهنگی و افزایش دادن دانش استفاده نمود ولیکن برای بالا بردن ریسک های مالی که ناشی از ترس از خسارت می باشد راهبردهای حمایتی سیاستگذاران دولتی از طریق دادن وام و تسهیلات مناسب و همچنین برقراری سیاستهای بیمه ای ضرورت دارد و همه اینها مستلزم برنامه ریزی های کلان دولتی می باشد.

عامل پنجم نوآوری که ۷,۸۵۰ درصد از واریانس کل را تبیین نموده. نتایج به دست آمده با نتایج (تاجدینی، ۲۰۰۶) و (فلاح جلودار، ۱۳۸۶) و (عزیزی، ۱۳۸۲) مطابقت دارد. نوآوری به عنوان یکی از مؤلفه های کارآفرینی، یک ضرورت اجتناب ناپذیر همه سازمان ها و یا شرکت ها تلقی می شود. بنابراین سازمان ها و یا شرکت ها باید برای موفقیت در عملکرد خود و دستیابی به مزیت های رقابتی پایدار، از طریق نوآوری، همواره به دنبال کشف فرصت های جدید باشند. شرکتها و یا اشخاص برای ادامه کسب و کار و

تداوم آن باید همواره هوشیار باشند که وقتی بازار رقابت اشباع شد مشتری دارای بی تفاوتی برای خرید کالا می گردد بنابراین اشخاص کارآفرین در این مرحله الزاما" باید نوآوری را در بازار ایجاد نمایند تا بتوانند از حمایت مشتریان بهره مند گردند.

عامل ششم تحمل ابهام که ۷,۵۷ درصد از واریانس کل را تبیین نموده. نتایج به دست آمده با نتایج (فرای، ۱۹۹۳) و (هزارجریبی، ۱۳۸۴) مطابقت دارد. قدرت تحمل ابهام خود حاصل ویژگی هایی نظیر اعتماد به نفس، قدرت پیش بینی، امیدواری و برخورد فعال با پدیده ها است که در نهایت فرد به امید دست یافتن به نتایج دلخواه، موقعیت مبهم را تحمل می کند. در واقع این عامل از کودکی باید در افراد تربیت گردد مثلا" اگر به والدین یا مربی به کودک بیاموزد که نتیجه قطعی از هر کاری وجود ندارد و قدری از ابهام را در زندگی طبیعی و غیرقابل اجتناب بدانند در چنین شرایطی کودک تصویری از توانایی خود در مواجهه با موقعیت های غیر قابل پیش بینی نخواهد داشت بنابراین به این نتیجه خواهد رسید که توانایی مواجهه را دارد و به توانمندی هایش اطمینان پیدا می کند. در سطح سازمانی و اجتماعی نیز اوضاع به همین منوال است. تا وقتی مدیران و سیاستگذاران چارچوب و ضوابط مشخص ترتیب دهند و این عقیده را القا کنند که تنها با گذر از این چارچوب ها و ضوابط می توان به موفقیت و هدف مطلوب رسید، دیگران قدرت تحمل ابهام، ریسک کردن و خلاقیت را از دست می دهند و در نتیجه، ظرفیت های متعالی افراد برای دست یافتن به راهکارهای ناب جدید از دست می رود و رشد سازمان متوقف می شود. (مدنی، ۱۳۹۱). بنابراین در این مرحله نقش مربیان و مدیران بیشتر نمود پیدا می کند و پیشنهاد می گردد تا مربیان و مدیران به آموزش های لازم در این زمینه دست یابند تا بتوانند آنها را به درستی انتقال دهند.

عامل هفتم، خلاقیت که ۶,۹۸ درصد از واریانس کل را تبیین نموده با نتایج مطالعات (سلمانی زاده و انصاری، ۱۳۸۸) و (ادوارد، ۲۰۰۳) و (ندایسی، ۲۰۰۷) و (بندزوسکا، ۲۰۰۷) و (گلرد، ۱۳۸۴) مطابقت دارد. خلاقیت توانایی تجسم، پیش بینی و ایجاد ایده می باشد. مسلما" با توجه به پیچیده شدن محیط، کارآفرینان به طور روز افزون تلاش می کنند در یابند که چگونه بتوانند باعث رشد و موفقیت بیشتر شوند زیرا اگر ایده نو وارد محیط کسب و کار نگردد زوال حتمی خواهد بود در واقع امروزه فکر خلاق برای ادامه کسب و کار ضروری است و به مثابه پله های نردبان ترقی هستند که باید با آگاهی کامل طی شود. (فرهنگی و صفری، ۱۳۸۷). همانطور که از نتایج تحلیل عاملی مشخص شده است که خلاقیت در اولویت های پایین جدول قرار گرفته و بنا بر اهمیت خلاقیت در مبحث کارآفرینی و ادامه کسب و کار باید تدابیری برای تقویت روحیه خلاقانه کارآفرینان اندیشید و بدانیم که پایان راه کارآفرینی و کسب و کار خاموشی انگیزه های خلاق خواهد بود.

عامل هشتم، پشتکار که ۶,۱۶ درصد از واریانس کل را تبیین نموده با نتایج مطالعات (مسعودنیا، ۱۳۸۶) و (احمدی و همکاران، ۱۳۹۰) مطابقت دارد. پشتکاریکی از ملزومات اولیه برای موفقیت و پیشرفت در زندگی است. پشتکار انسانها بستگی به نگرش آنها دارد لذا از آنجا که بررسی تحلیل عاملی در اولویت هشتم و در رده پایین جدول قرار گرفته پیشنهاد می گردد تا زمینه های لازم در جهت نگرش صحیح به عمل آید. که می تواند از طریق آموزشهای صحیح از طریق خانواده و مدارس و رسانه ها صورت پذیرد و دیگر اینکه از عوامل و موانعی که باعث سلب انگیزه افراد برای تلاش می شود شناسایی نمود و برای رسیدن به هدف اصلی برنامه ریزی نمود.

عامل نهم و عامل آخر، فرصت طلبی که ۵,۳۹۰ درصد از واریانس کل را تبیین نموده با نتایج مطالعات (حیسنی و مرادپور، ۱۳۸۷) و (هزارجریبی، ۱۳۸۴) مطابقت دارد. کارآفرینان شکارچیان فرصت هستند کارآفرین به سادگی می تواند میان یک اتفاق بدون خاصیت با دیگری که در دل آن فرصت شکوفایی نهفته است تمایز قائل شود و دومی را شکار کند. طبق تعریف فرصت کارآفرینی به هر موقعیتی اطلاق می گردد که در آن موقعیت ها بتوان محصولات، خدمات، موادخام، بازار و شیوه های سازماندهی جدیدی را ارائه نمود. (اسپارتر و تیچ، ۲۰۰۵) و در تعریفی به هر موقعیت سودمند اطلاق می گردد. لذا با توجه به اهمیت وجود مشخصه فرصت طلبی در مبحث کارآفرینی و با توجه به نتایج تحلیل عاملی جامعه آماری مورد مطالعه این مشخصه در اولویت آخر جدول قرار

گرفته لازم است زمینه ای برای به وجود آوردن فضای فرصت طلبی در جهت کارآفرینی صورت پذیرد. از آنجا که فرصت ها در مقابل تهدید ها قرار گرفته اند شناسایی عوامل تهدید کننده در کارآفرینی و دور کردن آنها خود راهی برای به وجود آوردن فرصت ها می باشد.

منابع

۱. احمدپور، م. و مقیمی، م. (۱۳۸۵)، مبانی کارآفرینی. تهران: نشرفراندیش.
۲. احمدی، پ. و باباشاهی، ح. و خداشناس، ل. (۱۳۹۰). بررسی رابطه بین عوامل شخصیتی و کارآفرینی (پژوهشی پیرامون کارکنان شرکت داده ورزی سداد). پژوهش های مدیریت منابع سازمانی. ۱. ۳. ص ۱-۲۲.
۳. اکبری، ک. (۱۳۸۵). توسعه کارآفرینی، چاپ اول، تهران: انتشارات جهاددانشگاهی
۴. آراستی، ز. (۱۳۸۵). زنان کارآفرین ایرانی. ساختارهای فرهنگی - اجتماعی موثر در ایجاد کسب و کارهای زنانه. مجله پژوهش زنان. ۴. ۲۰۱. ص ۹۳-۱۲۰
۵. آرامون، ه. غفوری، ح. زارع احمدآبادی، ح. (۱۳۹۰). تاثیر عوامل درونی و بیرونی بر بروز رفتارهای کارآفرینانه زنان. فصلنامه علمی و پژوهشی زن و فرهنگ. سال دوم. شماره هشتم. ص ۹-۲۲.
۶. بشارت، م. (۱۳۸۶). سخت کوشی و سبک های مقابله با استرس. مطالعات روانشناختی. دانشکده علوم تربیتی و روان شناسی الزهرا. ۳. ۲. ص ۱۰۹-۱۲۷
۷. حسینی، م. مرادپور، ک. (۱۳۸۷). زمینه ها و موانع توسعه کارآفرینی در ایران. سایت سازمان همیاری دانش آموختگان.
۸. رستخیزپایدار، ر. (۱۳۸۵)، رابطه سبک تفکر و کارآفرینی مدیران با سلامت سازمانی در دبیرستان های شهر تهران. پایان نامه کارشناسی ارشد تحقیقات علوم تربیتی و روان شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن.
۹. زالی، م. و رضوی، س. (۱۳۸۷). موانع توسعه کارآفرینی در ایران. دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران، تهران. ص ۹۵-۹۶.
۱۰. سلمانی زاده، ع. و انصاری، م. (۱۳۸۸). ویژگی های روانشناختی کارآفرینان کشور. فصلنامه علمی - پژوهشی رفاه اجتماعی، ۳۳. ۹. ص ۱۶۷-۱۸۸.
۱۱. شیبانی، ا. و اخوان تفتی، م. (۱۳۸۸). اثر بخشی آموزش "مکان کنترل" بر اساس رویکرد شناختی بر اعتماد به نفس دانش آموزان دختر دچار افت تحصیلی. مقاله پژوهشی تحقیقات علوم پزشکی زاهدان. ۱۲. ۵. ص ۸۴-۹۴.
۱۲. عزیزی، م. (۱۳۸۲). بررسی و مقایسه زمینه های بروز پرورش کارآفرینی در دانشجویان دانشگاه شهید بهشتی. طرح پژوهشی. تهران: دانشگاه شهید بهشتی.
۱۳. علیرضائزاد، سهیلا (۱۳۹۲). گونه شناسی صندوق های قرض الحسنه و توانمندی زنان: مدل سنتی اعتبارات خرد در ایران. فصلنامه مطالعات توسعه اجتماعی ایران، سال پنجم، شماره دوم.
۱۴. فرهنگی، ع. و صفرزاده، ح. (۱۳۸۷). کارآفرینی (مفاهمی، نظریه ها، مدلها، کاربردها). تهران: موسسه کار و تامین اجتماعی.
۱۵. فلاح جلودار، ر. (۱۳۸۶). تحلیل عوامل موثر بر موفقیت کارآفرینی زنان روستایی شمال کشور. رساله دکتری در رشته ترویج و آموزش کشاورزی. دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات.
۱۶. گلرد، پ. (۱۳۸۴). عوامل موثر در توسعه کارآفرینی زنان ایرانی. پژوهش زنان. ۱. ۳. ص ۱۰۱-۱۲۳.
۱۷. مدنی، بهار. (۱۳ بهمن ۱۳۹۱). سلامت و روان. تهران. روزنامه جام جم. شماره ۲۶۸. ص ۳.
۱۸. مسعود نیا، ا. (۱۳۸۶). بررسی اعتبار پارادایم های شخصیتی در مطالعه و پیش بینی کارآفرینی، دوماهنامه دانشور رفتار. سال چهاردهم. شماره ۲۳.
۱۹. مصلح شیرازی، ع. (۱۳۸۲). مشکلات و موانع اداری سرمایه گذاری طرح های صنعتی و کارآفرینانه، مجموعه مقالات اولین همایش ملی کارآفرینی، دانشگاه شیراز، مرکز کارآفرینی دانشگاه شیراز.
۲۰. نصر اصفهانی، ع. و غفاری، م. و دهقانی، م. و تسلیمی بابلی، ا. (۱۳۹۱). بررسی ویژگی های شخصیتی بر تمایل به کارآفرینی سازمانی در بین کارکنان دانشگاه اصفهان. اولین همایش ملی مدیریت و کارآفرینی. خوانسار: دانشگاه پیام نور. ص ۱۱.
۲۱. هزار جریبی، ح. (۱۳۸۴). کارآفرینی. چاپ اول. تهران: پژوهشکده امور اقتصادی.

22. Bendzovska, D., Blomqvist, M. and Bulic, Z. (2007), Do Entrepreneurial characteristics affect the choice of strategy?, FE 6103 Dissertation, Dep. Of Business Studies, Kristianstad University, Sweden.

23. Edward P.L (2003). Entrepreneurship . Hoover institution and Graduate School of business, Stanford University.

24. entrepreneurial firms opportunity recognition and product development Vol. 11 No. 4, pp. 315-329.
25. Fry .f (1993) ,“Entrepreneurship,A planning approach” ,Englewood cliffs NJ;Prentice- Hall, P.P.151.
26. Gurol, Y , Astan,N, (2006):”Entrepreneurial characteristics amongst university students,education + training” , vol.48,no.1,p.p 25-38
27. Hisrich, Robert D. & Peters, Michael P. (2002), Entrepreneurship; McGraw- Hill.
28. Howard, S. (2004);”Developing Entrepreneurial Potential in Youth: The Effects of Entrepreneurial Education.
29. Lavoie, Dina. (2000); Froum sur I entrepreneurhip feminine quebecois, mentreal, Ecoledes Hautes Etudes Commerciales Montral.
30. Ndubisi, N. O. (2007), Gender differences in entrepreneurial traits, perceptions and usage of information and communication technologies, Proceeding of the Academy of Entrepreneurship, Vol. 13, No. 2, Reno, Malaysia.
31. Rasheed.H.S.(2000), “ Developing Entrepreneurial Potential in youth “ the effect of Entrepreneurial Education and creation, Available at :WWW.coba.usf.edu/ Deportments/management/Faculty/ rasheed/ youth Entrepreneurship
32. Schwartz, R.G., Teach, R.D., Birch, N.J. (2005). “A longitudinal study of
33. strategies”, International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research,
34. Tajeddini, Kayhan et al., (2006). "Examining the Effect of Market Orientation on Innovativeness", Journal of marketing management, Vol. 22, No. 5-6, June, pp. 529-551.
35. Zakin, G., Solomon, S., & Neria, Y. (2003). Hardiness, attachment style, and long term psychological distress among Israeili POWs and combat veterans. Personality and Individual Differences, 34, 891-829.