

«زن و مطالعات خانواده»

سال دوازدهم - شماره چهل و ششم - زمستان ۱۳۹۸

ص ص: ۷۷-۹۶

تاریخ دریافت: ۹۸/۱۰/۲۸

تاریخ پذیرش: ۹۸/۱۲/۸

بررسی عوامل تأثیرگذار در موفقیت کسب و کار زنان کارآفرین در شهر تهران

زهرا هاشم زاده فروزان^۱

نازنین ملکیان^۲

چکیده

هدف اصلی این پژوهش، بررسی عوامل تأثیرگذار در موفقیت کسب و کار زنان کارآفرین در شهر تهران می‌باشد. جامعه‌ی آماری این پژوهش زنان کارآفرینی می‌باشند که در عرصه‌های مختلف اقتصادی و اجتماعی مشغول به فعالیت می‌باشند. با استفاده از فرمول کوکران و جدول مورگان، تعداد ۳۰۰ نفر به عنوان حجم نمونه تعیین شده است. به لحاظ روش‌شناسی، پژوهش از نوع پیمایشی - کاربردی بوده و مبتنی بر روش‌های توصیفی - همبستگی و همچنین اکتشافی است. داده‌های موردنیاز، از طریق پرسشنامه محقق - ساخته و بر اساس شاخص‌ها و مدل مفهومی، جمع‌آوری گردید. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که؛ بین خطرپذیری، توفیق‌طلبی، ایده‌پردازی، عمل‌گرایی و توسعه کارآفرینی زنان رابطه معنی‌داری وجود دارد. همچنین نتایج حاصل از آزمون فریدمن نشان می‌دهد که؛ متغیر خطرپذیری (ریسک‌پذیری) (۱۴/۶) و عمل‌گرایی (نتیجه‌گرا بودن) (۱۲/۷)، بیشترین میانگین و در مقابل کمترین میانگین نیز مربوط به متغیرهای ایده‌پردازی (ایده‌سازی ذهنی) (۱۰/۲) و توفیق‌طلبی (نیاز به موفقیت) (۸/۱) بوده است.

واژگان کلیدی: کارآفرینی زنان، خطرپذیری، توفیق‌طلبی، ایده‌پردازی، عمل‌گرایی

۱. ارشناس ارشد گروه علوم اجتماعی، واحد تهران شرق، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران
۲. استادیار، گروه علوم ارتباطات، واحد تهران شرق، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

مقدمه

کارآفرینی، مفهومی است که همراه با خلقت بشر وجود داشته است. کارآفرینی، کانون و مرکز ثقل کار و تلاش و پیشرفت در عصر مدرنیته تلقی می‌شود. ما بدون توجه کافی به مقوله «توسعه فرهنگ کارآفرینی» نمی‌توانیم به شاخص‌های رشد و توسعه که از طریق تغییر در روند تولید، بهره‌وری و توان‌افزایی فنی و صنعتی در عرصه اقتصاد حاصل می‌شود، دست یابیم. در گذر از مرحله سنتی به صنعتی باید به توانمندی‌ها و قابلیت‌های فردی کارآفرینان در بهره‌گیری از منابع طبیعی و بکارگیری تکنولوژی مدرن اهتمام ویژه‌ای قائل شویم. زیرا، آنها با بکارگیری روش‌های جدید در بازار، خود را برای استفاده بهینه از ابزار و دستیابی به کیفیت مطلوب کالا و خدمات آماده می‌سازند (مقیمی، ۱۳۸۳: ۷). کارآفرینی، فرآیندی اکتسابی است و خانواده در شکل‌گیری این فرآیند نقش اساسی را ایفاء می‌کند. زیرا، خانواده می‌تواند عنصر پویایی و تحرک را به ژرفای وجود افراد تحت نفوذ و وابسته به خود تزریق کند به شکلی که «فرد» و «جامعه» در محیطی هماهنگ به تعامل بپردازند و قالب‌های اجتماعی نوآورانه شکل گیرد. در عین حال شرایط محیطی و نوع جامعه ای که فرد در آن رشد و نمو می‌یابد، نیز در شکل‌گیری و ایجاد عادات و رفتارهای مختلف در فرد به میزان زیادی تأثیرگذار می‌باشد (جدی، ۱۳۸۰: ۲۲). در مجموع شناسایی ویژگی‌های منحصر کارآفرینان و نیز عوامل و فاکتورهای مؤثر بر فرهنگ کارآفرینی در جامعه و حتی در سازمان شغلی یک فرد می‌تواند، در دنیای امروزین به عنوان کلید و عنصر رشد و توسعه از ابعاد مختلف اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و سیاسی؛ محسوب شود. به گونه‌ای که عنصر کارآفرینی به عنوان موتور حرکت تولید و توسعه اقتصادی و از سویی پرورش دهنده و تقویت کننده روحیه سرمایه‌گذاری در نیروی انسانی تلقی گردد. با توجه به نقش کارآفرینی در توسعه همه جانبه در کشورهای صنعتی و پیشرفته، کشورهای در حال توسعه نیز در پی ایجاد موج گسترده و جدیدی از سازمان‌های کارآفرین می‌باشند. برای رسیدن به این مهم می‌بایستی نقش و اهمیت فرهنگ کارآفرینی و عوامل رشد و توسعه دهنده و یا موانع آن در سازمانها مشخص و معرفی شوند (Brockhaus, 2002: 36). مقوله کارآفرینی به سرعت در حال گسترش است و کارآفرینی زنان موضوع خاص و مورد توجه سراسر جهان است. بسیاری از محققان معتقدند که فعالیتهای کارآفرینی توسط زنان، نقش برجسته ای در سلامت اقتصاد ملتها دارد. زنان در زمان کوتاهی توانستند با ورود به عرصه کسب و کار تحولات عظیمی در توسعه اقتصادی کشورها ایجاد کنند. چنانچه آمارها نشان می‌دهد فعالیتهای اقتصادی زنان ۲۵ تا ۳۵ درصد کل فعالیتهای جهان را تشکیل می‌دهد (کاتر، ۲۰۰۲، ۱۱). فعالیتهای اقتصادی زنان در جهان و جهت گیری آنان به سمت فعالیتهای کارآفرینانه به دلایل متعددی از جمله بیکاری، استقلال، کسب درآمد، پایین بودن دستمزدها و عدم رضایت از شغل قبلی است. اما عوامل مختلفی در تسهیل و یا تضعیف این فعالیتهای موثرند. بررسی این عوامل می‌تواند در توسعه فعالیت کارآفرینانه زنان نقش مهمی ایفا نماید. در این پژوهش به منظور آرایه مدلی جامع از توسعه کارآفرینی زنان، تلاش شده است که مهمترین شاخصها و عوامل موثر شناسایی و رابطه بین آنها

تعیین گردد. بر این اساس لازم است که بررسی شود عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی زنان در جامعه، کدامند و درجه اهمیت هر یک از آنها به چه میزان است؟ در نهایت اینکه میزان تأثیر هر یک از این عوامل بر توسعه کارآفرینی زنان جامعه به چقدر است؟

در جامعه امروز، زنان نقش مهم و در حال گسترشی در زمینه کسب و کار دارند. در سال های اخیر، سهم زنان در کسب و کارهای خصوصی به اندازه کارهای دولتی روند رو به رشدی را طی کرده است. توجه به استعداد و نقش زنان در توسعه کشورها ضرورت دارد. بسیاری از دولت ها در بحران های اقتصادی توانسته اند با اتخاذ تدابیر و سیاست هایی و یا با بهره مندی از نیروی کارزنان بر بحران های جامعه خود فایق آیند و در مسیر توسعه موفق شوند. در حال حاضر، زنان در کشور ما، به عنوان نیمی از جامعه نه تنها دیگر خانه نشین نیستند بلکه متقاضیان مهارت دیده و دارای تحصیلات عالی ای هستند که از این نظر از مردان برتری یافته اند، با توجه به محدودیت های سرمایه گذاری از سوی دولت، بازاریابی کارآفرینی یکی از مهم ترین راه حل های معضل بیکاری زنان محسوب خواهد بود. کارآفرینی زنان پدیده در حال رشدی در سراسر جهان است. در جامعه امروز، زنان نقش مهم و در حال گسترشی در زمینه کسب و کار دارند و در سالهای اخیر، سهم زنان در کسب و کارهای خصوصی به اندازه کارهای دولتی روند رو به رشدی را طی کرده است و می توان گفت زنان نیمی از جمعیت فعال هر جامعه را تشکیل می دهند که نقش مهمی در رشد و توسعه اقتصادی دارند. البته میزان کارآفرینی زنان در جوامع مختلف متفاوت است و این موضوع به محیط جغرافیایی، اجتماعی و فرهنگی ملل مربوط می شود. علاوه بر این، ویژگی ها و خصوصیات زنان و مشاغل مناسب برای آنها موضوعی است که محققان در جوامع مختلف بدان پرداخته اند. چرا که زنان مسؤولیت های زیادی دارند که مهمترین نقش آنها در خانواده است و فرزند پروری و اداره خانه از وظایف اصلی آنان محسوب می شود. لذا توجه و ایجاد شرایطی که بتواند مسیر کارآفرینی و ایجاد کسب و کار را برای آنان هموار کند امری ضروری به نظر می رسد. در این راستا اقداماتی چون عدالت جنسیتی، توانمند سازی بانوان، آموزش و ایجاد زیر ساخت های لازم، ارایه تسهیلات و پشتیبانی مالی می تواند به بهبود فرایند کارآفرینی بانوان بیانجامد. لذا در این تحقیق که به روش اسنادی انجام می شود با واکاوی نظریه های موجود پیشنهاداتی جهت بهبود شرایط ایجاد کسب و کار برای بانوان ارایه می گردد (حسینی نیا، ۱۳۹۷).

در دنیای در حال تحول امروز، کامیابی از آن جوامع و سازمانهایی است که بین منابع کمیاب و قابلیت های مدیریتی و کارآفرینی منابع انسانی خود، رابطه معنی داری برقرار سازند. به عبارتی دیگر، جامعه و سازمانی می تواند در مسیر توسعه، حرکت رو به جلو و با شتابی داشته باشد که با ایجاد بسترهای لازم، منابع انسانی خود را به دانش و مهارت کارآفرینی مولد، تجهیز کند تا آنها با استفاده از این توانمندی ارزشمند، سایر منابع جامعه و سازمان را به سوی ایجاد ارزش و حصول رشد و توسعه، مدیریت و هدایت کنند. در حال حاضر سیر تحولات جهانی، کارآفرینان را در خط مقدم توسعه فناوری و توسعه اقتصادی قرار داده است (احمدپور و مقیمی، ۱۳۸۵: ۲۸). امروزه که کار و فعالیت، شکل تازه ای به خود گرفته است و به سوی خودکارفرمایی

و خوداشتغالی در حرکت است؛ کارآفرینی و کارآفرینان، نقش کلیدی در روند توسعه و پیشرفت اقتصادی جوامع مختلف ایفا می‌کنند. تجارب کشورهایمانند ژاپن، کره جنوبی، مالزی و هند؛ آکنده از فعالیتهای چشمگیر کارآفرینانی بوده است که امروز به توسعه یافتگی کشور خود می‌بالند. باید توجه داشت که کارآفرینان تنها به ایجاد فرصتهای شغلی جدید نمی‌پردازند بلکه با ساختار، تفکر، تحرک و فرهنگ لازم، دست به تخریب خلاق می‌زنند تا از دل ویرانه‌های کهن، بنای رفیع آبادانی و پیشرفت را برافرازند. با توجه به نقش و اهمیت کارآفرینی و سابقه درخشان کارآفرینان در توسعه بسیاری از کشورها و با توجه به مشکلات اقتصادی زیادی که کشور ما با آن مواجه بوده و دست یاری از هر سویی می‌طلبد؛ ترویج و اشاعه مفهوم کارآفرینی، بسترسازی برای فرهنگ حامی کارآفرینی و مهمتر از همه تربیت افراد (به ویژه تحصیلکردگان) کارآفرین سازمانی برای تمامی جوامع به خصوص برای جوامع در حال توسعه‌ای مانند ایران از اهمیت و ضرورت حیاتی برخوردار است. تجربه موفقیت‌آمیز اغلب کشورهای پیشرفته و نیز برخی از کشورهای در حال توسعه در عبور از بحرانهای اقتصادی به واسطه توسعه کارآفرینی در آن کشورها، موجب گردیده تا سایر کشورها نیز برای کارآفرینی، کارآفرینان و شکل‌گیری کسب و کارهای نوآورانه، اهمیت خاصی قائل گردند (اسکندانی، ۱۳۷۹: ۳۶).

توجه به نقش کارآفرینی در توسعه همه جانبه در کشورهای صنعتی و کشورهای در حال توسعه نیز در پی ایجاد موج گسترده و جدیدی از سازمانهای کارآفرین می‌باشند. که برای رسیدن به این مهم می‌بایستی نقش و اهمیت فرهنگ کارآفرینی و عوامل رشد و توسعه دهنده و یا موانع آن در سازمانها مشخص و معرفی شوند. به عبارتی دیگر کارآفرینی به عنوان یک الزام و رویکرد نوین و تدبیر جدید اقتصادی در پاسخ به واقعیتهای و شرایط جدید محیطی، یکی از راهکارهای ارزشمند در رویارویی و تقابل با ناکارآمدی اقتصادی و جلوگیری از پدیده‌های منفی اقتصادی مانند: بیکاری، محسوب می‌گردد (Cochran, 2004: 22). پژوهش حاضر نیز با توجه به ضرورت ایجاد و بسط توسعه کارآفرینی در بین زنان جامعه؛ سعی بر آن دارد تا به بررسی عوامل موثر بر کارآفرینی از دیدگاه زنان بپردازد و از این رهگذر، نقش کارآفرینی را در گسترش فرهنگ و روحیه کاری آنها تبیین و در قالب چارچوبی جامع، مشخص و تبیین نماید. بنابراین، اهمیت ویژه مطالعه حاضر، کاربردی بودن موضوع آن در جامعه می‌باشد که به عنوان موضوعی قلمداد می‌گردد که از یک سو، دامنه شناخت ما را از فرهنگ کارآفرینی و ادبیات مربوط به آن، گسترش داده و از سوی دیگر، موضوع از آنجا بدیع قلمداد گردیده است که مباحث دامنه‌دار و پیوسته‌ای را با توجه به شناسایی عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی، به دنبال خواهد داشت.

مرور مباحث نظری و پیشینه پژوهش

آسایش (۱۳۹۷) عوامل موثر بر کارآفرینی زنان در توسعه اقتصادی کشور ایران پرداختند. اشتغال زنان ایرانی در سالهای اخیر به دلایل مختلف حساسیت ویژه ای پیدا کرده است. از سوی دیگر مشکلات اشتغال

که به صورت عام در کشور ایران وجود دارد، در مورد زنان حادثه می شود و مسیله اشتغال زنان در آینده نه چندان دور را با بحران مواجه خواهد ساخت. علیرغم اینکه زنان ایرانی مطابق تحقیقات انجام شده بیشتر تمایل به مشاغل دولتی دارند ولی وضعیت خاص بازار کار در ایران و سیاست کاهش تصدی‌گری دولت باعث شده است که رویکرد کارآفرینی زنان بیشتر از گذشته مطرح شود. در این مقاله ابتدا کارآفرینی زنان و نقش آنها در توسعه اقتصادی کشور و حوزه‌های کارآفرینی آنان بررسی و سپس به موانع اشتغال و کارآفرینی زنان در ایران اشاره کرده و پیشنهادهای در این راستا ارائه می شود. بررسی‌ها نشان می دهد فعالیت زنان در عرصه کارآفرینی در جوامع مدرن، تحولات زیادی در کلیه فعالیت‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و غیره به وجود آورده است.

سلمانی (۱۳۹۷) تأثیر عوامل نهادی روی کارآفرینی زنان (مورد مطالعه: استان آذربایجان شرقی) پرداختند. در این تحقیق نقش نهادها در پیدایش فعالیت‌های کارآفرینانه با رویکرد نهادی و با دیدگاه نورث بررسی شده و عوامل نهادی تأثیرگذار بر پیدایش فعالیت‌های کارآفرینانه با استفاده از روش تحقیق کیفی از طریق مصاحبه با ۱۰ کارآفرین در شهر تبریز شناسایی شده است. نتایج تحقیق حاکی از آن است که سه عامل ناکارآمدی دولت، مناسبات فرهنگی-اجتماعی حاکم بر جامعه و عدم حمایت از کسب و کار تأثیر منفی روی فعالیت‌های کارآفرینان شهر تبریز داشته اند.

طرهانی (۱۳۹۷) نقش زنان در توسعه و ایجاد کارآفرینی و کسب و کارهای مجازی مطالعه موردی: انجمن ملی زنان کارآفرین و انجمن زنان مدیر کارآفرین پرداختند. پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر جمع‌آوری داده‌ها توصیفی-پیمایشی می‌باشد. همچنین یافته‌های تحقیق حاضر، حاصل مطالعات کتابخانه‌ای و با توجه به دیدگاه‌های ۹۷ نفر از انجمن ملی زنان کارآفرین (۵۵ نفر) و انجمن زنان مدیر کارآفرین (۴۲ نفر) توسط سرشماری، صورت گرفته است. تجزیه و تحلیل داده‌ها برای بررسی فرضیات تحقیق با استفاده از آزمون t تک نمونه‌ای و آزمون فریدمن انجام گرفت. به منظور افزایش سرعت و دقت، فرآیند تجزیه و تحلیل داده‌ها و آزمون‌های آماری از طریق نرم افزار SPSS انجام شده است. نتایج بدست آمده از این تحقیق نشان داد که عوامل فردی، محیطی و مهارتی در زنان به عنوان عوامل موثر بر بهبود کارآفرینی می‌باشند و همچنین عامل محیطی بیشترین تأثیر را در این میان دارد. همچنین عامل شبکه‌ای در زنان به عنوان عوامل موثر بر بهبود کارآفرینی شناخته نشد.

الهی زاده (۱۳۹۷) بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی و ابعاد آن بر کارآفرینی زنان (مطالعه موردی: زنان شهر یاسوج) پرداختند. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه زنان ساکن شهر یاسوج که براساس سرشماری نفوس و مسکن سال ۱۳۹۵، تعداد آنها ۶۶۱۰۵ نفر می‌باشد که براساس فرمول کوکران تعداد ۳۷۸ نفر برای حجم نمونه انتخاب گردید و پرسش‌نامه در میان آنها توزیع گردیده است پایایی پرسشنامه با مقدار آلفای کرونباخ ۰/۹۲ محاسبه شده است. اطلاعات جمع‌آوری شده به وسیله آمار توصیفی و استنباطی در

قالب ضریب همبستگی پیرسون با ضرایب رگرسیون با نرم افزار SPSS و مقدار سطح معنی داری $P > 0/05$ مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته شده است در نهایت یافته‌های پژوهش نشان داد که از دیدگاه پاسخ دهندگان ابعاد سرمایه اجتماعی شناختی، ارتباطی، ساختاری بر کارآفرینی زنان شهر یاسوج تاثیر مثبت و معنی داری وجود داشته است.

در تحقیقی دیگر که توسط گورول و آستان (۲۰۰۶) با هدف گسترش مقوله کارآفرینی دانشجویان ترکیه انجام شد، شش متغیر با عناوین نیاز به پیشرفت، کانون کنترل، ریسک‌پذیری، تحمل ابهام، نوآوری و اطمینان به خود برای تعریف کارآفرینی دانشجویان استفاده شد. به همین منظور پرسشنامه ۴۰ گویه‌ای با سؤالاتی در رابطه با متغیرهای جمعیت‌شناختی، تمایل به کارآفرینی و شش متغیر نامبرده استفاده شد. نتایج حاصل از آزمون تی نشان داد که به جز تحمل ابهام و اطمینان به خود، تمام متغیرهای در دانشجویان متمایل به کارآفرینی، بالاست. این امر نشان می‌دهد که این دانشجویان از ریسک‌پذیری بالا، کانون کنترل درونی، نیاز به موفقیت زیاد و نوآوری بالایی برخوردارند. بنابراین تحقیق نشان داد که کارآفرینان، ویژگی‌ها، نگرش‌ها و ارزش‌های منحصر به فردی دارند که محرکی برای آنان بوده و آنها را از دیگران مجزا می‌کند.

اسمیت^۳ و همکاران در سال ۲۰۰۶ تحقیقی دیگر را با هدف درک چالش‌ها و چگونگی برنامه‌های آموزش کارآفرینی در مؤسسات آموزش عالی انجام دادند. پژوهش، رویکردی عملی نسبت به ارائه دیدگاه‌هایی در آموزش کارآفرینی و ارزیابی موفقیت چنین برنامه‌هایی و همچنین بحث در مورد نقاط ضعف و چالش‌های موجود فراروی اجرای چنین برنامه‌هایی در دانشگاه داشت. نتایج مطالعه، حاکی از اثربخش بودن برنامه‌های کارآفرینانه دارد. اما مبین این واقعیت بود که اجرای چنین برنامه‌هایی در دانشگاه به دلیل محدودیت منابع، فقدان آموزش و یافتن کارآفرینان شایسته، کاری مشکل است. علاوه بر تحقیقات فوق‌الذکر، مطالعات زیر نیز در زمینه کارآفرینی در دانشگاه‌ها صورت گرفته است: «کارآفرینی در دانشگاه‌های فنلاند»، محققان: نورمی و پاسیو^۴، زمان پژوهش: ۲۰۰۷، «رویکرد مبتنی بر کارآفرینی به منظور تدریس کارآفرینی در سطح دانشگاه‌های فنلاند»، محقق: هینونن^۵، زمان پژوهش: ۲۰۰۷، «کارآفرینی آکادمیک»، محققان: برنان و مک‌گوان^۶، زمان: ۲۰۰۶، «ارتقاء کارآفرینی در دانشگاه گلامورگان^۷ از طریق یادگیری رسمی و غیررسمی»، محققان: ادواردز و مایر^۸، زمان: ۲۰۰۵.

۳ - Smith

۴ - Nurmi & Pasio

۵ - Heinonen

۶ - Brennan & McGowan

۷ - Glamorgan

۸ - Edwards & Muir

واگنر و استرنبرگ (۲۰۰۸) عوامل مؤثر بر فرآیند توسعه فرهنگ کارآفرینی سازمانی و تأسیس شرکت-های جدید را به سه گروه عوامل کلان، خرد و ویژگی‌های شخصی کارآفرینان تقسیم کرده و نتیجه گرفته‌اند که در سطح منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی، هر کدام آن‌ها و متغیرهای فرعی مربوط به آن‌ها اثرگذاری مختلفی بر فرآیند کارآفرینی داشته‌اند.

کیگوندو (۲۰۰۹) عامل ویژگی‌های شخصیتی فرد کارآفرین را که بر موفقیت و شکست فرآیند توسعه فرهنگ کارآفرینی سازمانی مؤثر هستند، می‌توان به چهار زیرگروه شامل ویژگی‌های جمعیت‌شناختی (با متغیرهای سن (+)، جنسیت (+)، وضعیت تأهل (+)، موقعیت اجتماعی (+)، تحصیلات (+)، تجربه (-)، نژاد (+/-)، ویژگی‌های روانشناختی (با متغیرهای توفیق‌طلبی (+)، خطرپذیری (+)، اعتماد به نفس (+)، عمل‌گرا بودن (+)، استقلال (+)، کانون کنترل درونی (+))، ویژگی‌های رفتارکاری (با متغیرهای سخت‌کوشی (+)، پراثری بودن (+)، پشتکار داشتن (+)، رهبر بودن و در دیگران نفوذ داشتن (+/-)، استراتژیک عمل کردن (+))، و شایستگی‌های اساسی (با متغیرهای مهارت‌های فنی (+)، هنری (+)، سیاسی (+)، اجتماعی (+)، روابط انسانی (+)، تیزهوشی و شم تجاری (+)، خلاقیت و نوآوری (+)، وظایف هفت‌گانه مدیریتی ۹ (+))، تقسیم کرد. هر کدام از این متغیرها بر حسب دو محدودیت زمان و مکان، دارای اثرات مثبت (+)، منفی (-) و مثبت/منفی (+/-) توأمان بر موفقیت و شکست فرآیند کارآفرینی هستند.

لرنر و هابر (۲۰۱۰) عوامل مؤثر بر فرآیند توسعه فرهنگ کارآفرینی سازمانی و موفقیت شرکت‌های کارآفرینانه را به چهار گروه ویژگی‌های شخصی و روانشناختی کارآفرینان، حمایت‌های مالی و مشورتی دولتی، جذابیت‌های محیطی محل فعالیت شرکت، و تنوع خدمات قابل ارائه تقسیم کرده‌اند.

روش تحقیق

پژوهش حاضر از لحاظ ماهیت، غیرتجربی و از نظر هدف، کاربردی؛ از نظر نحوه گردآوری داده‌ها نیز به روش، پیمایشی و از نوع تحقیقات اکتشافی-توصیفی و در عین حال همبستگی است. زیرا به دنبال شناسایی، تعیین، کشف و دسته‌بندی یکسری از عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان و در ادامه تعیین رابطه عوامل مؤثر و توسعه کارآفرینی زنان می‌باشد. در این نوع تحقیق به منظور توصیف جامعه‌ای که نمونه‌ای از آن انتخاب شده است، اطلاعات در مقطع زمانی معینی از نمونه جمع‌آوری می‌شود. همچنین، با توجه به موضوع مورد مطالعه که نتایج آن بلافاصله جهت حل مسایل و مشکلات مورد استفاده قرار خواهد گرفت، تحقیق حاضر از نوع مطالعات کاربردی می‌باشد. جامعه آماری پژوهش انجمن ملی زنان

۹- POSDCORB (P=Planning, O=Organizing, S=Staffing, D=Directing, CO=Coordinating, R=Reporting, B=Budgeting)

POSDCORB وظایف هفت‌گانه مدیریتی هستند که گیولیک (Guelick) و ارویک (Urwick) بیان کرده‌اند

کارآفرین و انجمن زنان مدیر کارآفرین توسط سرشماری، می‌باشند. با استفاده از فرمول کوکران و جدول مورگان، حجم نمونه تعیین خواهد شد. نحوه انتخاب افراد نیز به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای و نهایتاً تصادفی ساده می‌باشد.

$$n = \frac{1300 \times 1.96^2 \times 0.5(1-0.5)}{1299 \times 0.05^2 + 1.96^2 \times 0.5(1-0.5)} = 300$$

فرمول کوکران

n = حجم نمونه

N = تعداد کل جامعه آماری

Z = مقدار متغیر نرمال واحد استاندارد، که در سطح اطمینان ۹۵ درصد برابر ۱/۹۶ می‌باشد.

d^2 = تقریب در برآورد پارامتر جامعه، که برابر با 0.05^2 است.

P = احتمال وجود صفت

$(1-P)$ = احتمال عدم صفت

جدول ۱. ضرایب آلفا کرونباخ برای پرسشنامه عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی زنان

مقدار ضریب آلفای کرونباخ	متغیرهای عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی زنان
۰/۸۱	خطرپذیری (ریسک‌پذیری)
۰/۸۲	توفیق‌طلبی (نیاز به موفقیت)
۰/۷۹	ایده‌پردازی (ایده‌سازی ذهنی)
۰/۷۸	عمل‌گرایی (نتیجه‌گرا بودن)

با توجه به مقدار ضرایب بدست آمده برای پرسشنامه عوامل موثر بر توسعه فرهنگ کارآفرینی سازمانی شامل متغیرهای خطرپذیری (ریسک‌پذیری) (۰/۸۱)، توفیق‌طلبی (نیاز به موفقیت) (۰/۸۲)، ایده‌پردازی (ایده‌سازی ذهنی) (۰/۷۹) و عمل‌گرایی (نتیجه‌گرا بودن) (۰/۷۸) پرسشنامه از پایایی و قابلیت اعتماد بالایی برخوردار می‌باشد.

جدول ۲. شاخص‌های مرکزی، پراکندگی و توزیع متغیر توسعه کارآفرینی زنان

متغیر				شاخص	
فرهنگ استقلال‌طلبی و مسئولیت- پذیری	فرهنگ تحریک و پرورش انگیزه‌ها	فرهنگ خلاقیت و نوآوری	فرهنگ درک تغییر و کشف فرصتهای جدید		
5.1349	5.2464	5.1137	5.2320	میانگین	مرکزی
5.1064	4.9000	5.0000	5.0000	میانه	
.487611	.698311	۱.64876	.809861	انحراف معیار	پراکندگی
.1661	.4332	۲.415	.8283	واریانس	
.453	-.456	-.563	-.054	چولگی	شکل توزیع
.422	.355	.988	-.718	کشیدگی	
300	300	300	300	حجم نمونه	

با توجه به جدول بالا تحلیل شاخص‌های مرکزی، پراکندگی و توزیع متغیر توسعه کارآفرینی زنان به شرح زیر است: متغیر فرهنگ درک تغییر و کشف فرصتهای جدید؛ دارای میانگین (۵/۲۳)، میانه (۵/۰۰)، انحراف معیار (۱/۸۰) و واریانس (۳/۸۲) می‌باشد. ضریب چولگی این متغیر برابر (۰/۰۵۴-) است که نشان می‌دهد این متغیر دارای چوله به راست است ولی از آن جایی که قدر مطلق این ضریب کمتر از مقدار (۰/۵) است، از نظر قرینگی دارای تفاوت بسیار اندکی با توزیع نرمال است. ضریب کشیدگی این متغیر نیز برابر (۰/۷۱۸-) می‌باشد که نشان‌دهنده کوتاه‌تر بودن (پراکندگی بیشتر) توزیع این متغیر نسبت به توزیع نرمال است و باتوجه به اینکه قدرمطلق ضریب کشیدگی کمتر از مقدار (۰/۵) است؛ کشیدگی توزیع، تفاوت

زیادی با توزیع نرمال ندارد. متغیر فرهنگ خلاقیت و نوآوری؛ دارای میانگین (۵/۱۱)، میانۀ (۵/۰۰)، انحراف معیار (۱/۰۴) و واریانس (۲/۱۱) می‌باشد. ضریب چولگی این متغیر برابر (۰/۰۲۵-) است که نشان می‌دهد این متغیر دارای چوله به چپ است ولی از آن جایی که قدرمطلق این ضریب کمتر از مقدار (۰/۵) است، از نظر قرینگی دارای تفاوت بسیار اندکی با توزیع نرمال است. ضریب کشیدگی این متغیر نیز برابر (۱/۴۵-) می‌باشد که نشان‌دهنده کوتاه‌تر بودن (پراکندگی بیشتر) توزیع این متغیر نسبت به توزیع نرمال است و با توجه به اینکه قدر مطلق ضریب کشیدگی بیشتر از مقدار (۰/۵) است، کشیدگی توزیع، تفاوت زیادی با توزیع نرمال دارد. متغیر فرهنگ تحریک و پرورش انگیزه‌ها؛ دارای میانگین (۵/۱۱)، میانۀ (۵/۰۰)، انحراف معیار (۱/۶۴) و واریانس (۲/۴۱۵) می‌باشد. ضریب چولگی این متغیر برابر (۰/۵۶۳-) است که نشان می‌دهد این متغیر دارای چوله به راست است ولی از آن جایی که قدر مطلق این ضریب کمتر از مقدار (۰/۵) است، از نظر قرینگی دارای تفاوت بسیار اندکی با توزیع نرمال است. ضریب کشیدگی این متغیر نیز برابر (۰/۰۹۸-) می‌باشد که نشان‌دهنده بلندتر بودن (پراکندگی کمتر) توزیع این متغیر نسبت به توزیع نرمال است و با توجه به اینکه قدرمطلق ضریب کشیدگی کمتر از مقدار (۰/۵) است، کشیدگی توزیع، تفاوت زیادی با توزیع نرمال ندارد. متغیر فرهنگ استقلال‌طلبی و مسؤولیت‌پذیری؛ دارای میانگین (۵/۱۳)، میانۀ (۵/۱۰)، انحراف معیار (۱/۴۸۷) و واریانس (۱/۱۶) می‌باشد. ضریب چولگی این متغیر برابر (۰/۴۵۳) است که نشان می‌دهد این متغیر دارای چوله به راست است ولی از آن جایی که قدرمطلق این ضریب کمتر از مقدار (۰/۵) است، از نظر قرینگی دارای تفاوت بسیار اندکی با توزیع نرمال است. ضریب کشیدگی این متغیر نیز برابر (۰/۴۲۲-) می‌باشد که نشان‌دهنده بلندتر بودن (پراکندگی کمتر) توزیع این متغیر نسبت به توزیع نرمال است و با توجه به اینکه قدر مطلق ضریب کشیدگی کمتر از مقدار (۰/۵) است، کشیدگی توزیع، تفاوت زیادی با توزیع نرمال ندارد.

تحلیل عاملی اکتشافی سؤالات متغیر عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی زنان

جدول ۳. ماتریس عوامل چرخش یافته با روش تحلیل مولفه اصلی و روش چرخش واریماکس با

نرمال‌سازی کیسر متغیر عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی زنان

گویه ها / پرسش ها	عامل اول	عامل دوم	عامل سوم	عامل چهارم
	خطرپذیری (ریسک-پذیری)	توفیق‌طلبی (نیاز به موفقیت)	ایده‌پردازی (ایده‌سازی ذهنی)	عمل‌گرایی (نتیجه‌گرا بودن)
۱	.214	.023	.320	.688
۲	.181	.068	.262	.688

.798	.770	.210	.048	.150	۳
.623	.622	.200	.133	.059	۴
.780	.779	.094	.111	.147	۵
.794	.778	.120	.118	.120	۶
.802	.154	.805	.147	.170	۷
.749	.104	.740	.135	.122	۸
.615	.168	.612	.231	.023	۹
.639	.112	.636	.220	.068	۱۰
.633	.178	.638	.244	.048	۱۱
.717	.094	.712	.140	.133	۱۲
.634	.120	.636	.630	.111	۱۳
.647	.105	.185	.638	.207	۱۴
.661	.048	.178	.647	.195	۱۵
.641	.132	.168	.635	.176	۱۶
.756	-.013	.098	.758	.178	۱۷
.638	.043	.139	.637	.208	۱۸
.673	.243	.023	.152	.670	۱۹
.720	.151	.068	.135	.720	۲۰
.754	.126	.048	.159	.749	۲۱
.802	.146	.133	.181	.804	۲۲
.759	.094	.111	.150	.758	۲۳
.755	.243	.118	.214	.752	۲۴
.733	.151	.147	.191	.735	۲۵
--	۱,۲۰۰	۱,۶۳۱	۲,۸۰۰	۶,۸۲۰	مقدار ویژه عامل‌ها
--	2.807	3.109	3.245	3.289	واریانس تبیین شده توسط هر عامل

درصد واریانس تبیین شده	۱۶,۰۱۲٪	۱۴,۰۱۷٪	۱۴,۰۱۱٪	۱۳,۱۰۱٪	--
درصد تجمعی واریانس تبیین شده	۱۶,۰۱۲٪	۳۰,۰۲۹٪	۴۴,۰۴٪	۵۷,۱۴۱٪	--

با توجه به جدول بالا، مقدار اشتراک استخراجی برای تمام پرسشها و متغیرها بیشتر از (۰/۵) می باشد و هیچ سؤالی از پرسشنامه لازم نیست که کنار گذاشته شود. با توجه به جدول، پنج عامل با مقدار ویژه بالاتر از یک استخراج شده اند که تمام سؤالات مربوط به این متغیر در این چهار عامل جای گرفته اند. همچنین با توجه به بارهای عاملی سؤالات؛ هر یک از سؤالات بیشترین بار عاملی را در همان عاملی که از پیش تعیین شده بود، دارا هستند. پس هر پرسش دقیقاً همان عاملی را اندازه گیری می کند که برای آن طراحی شده است، بنابراین سؤالات متغیر عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان از روایی لازم برخوردار می باشد. با توجه به جدول؛ عامل یا مؤلفه اول؛ خطرپذیری می باشد که (۱۶/۰۱۲٪) از تغییرات (واریانس) متغیر عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان را تبیین می کند و پس از آن به ترتیب توفیق طلبی (۱۴/۰۱۷٪)، ایده پردازی (۱۴/۰۱۱٪) و عمل گرایی (۱۳/۱۰۱٪) از تغییرات متغیر عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان را تبیین می کنند و در کل؛ (۵۷/۱۴۱٪) از تغییرات متغیر عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان مربوط به این چهار عامل است که در پژوهش های علوم انسانی در صد قابل قبولی است.

جدول ۴. نتایج حاصل از تحلیل عاملی مرتبه دوم متغیر عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان

متغیر	ابعاد	عدد معنی داری (t-value)	ضریب مسیر (β)	رتبه	مجذور همبستگی چندگانه (R ²)	واریانس خطا (error var)
عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان سازمانی	خطرپذیری (ریسک پذیری)	۱۱/۹۹	۰/۹۲	۱	۰/۸۴	۰/۱۶
	توفیق طلبی (نیاز به موفقیت)	۷/۷۹	۰/۵۰	۴	۰/۲۵	۰/۷۵
	ایده پردازی (ایده سازی ذهنی)	۸/۲۱	۰/۵۳	۳	۰/۲۸	۰/۷۲
	عمل گرایی (نتیجه گرا بودن)	۸/۴۰	۰/۵۵	۲	۰/۳۱	۰/۶۹

مطابق با جدول، تفسیر نتایج حاصل از ارزیابی تحلیل عاملی مرتبه دوم متغیر عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان به شرح زیر است: سطح معنی داری بین متغیر عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان و بُعد

خطرپذیری برابر (۱۱/۹۹) می‌باشد که بزرگتر از مقدار (۱/۹۶) است و نشان‌دهنده این است که ارتباط میان متغیر عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی زنان و بُعد خطرپذیری در سطح اطمینان (۹۹٪) معنی‌دار است. مجذور همبستگی چندگانه این مسیر برابر (۰/۸۴) است و گویای این مطلب است که بُعد خطرپذیری (۸۴٪) از تغییرات متغیر عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی زنان را تبیین می‌کند. همچنین ضریب مسیر مابین این دو متغیر برابر (۰/۹۲) است و میزان اثرگذاری بعد خطرپذیری به عنوان عامل موثر بر توسعه کارآفرینی زنان را نشان می‌دهد و با مقایسه با ضرایب مسیر سایر ابعاد، بعد خطرپذیری از لحاظ اثرگذاری به عنوان عامل موثر بر توسعه کارآفرینی زنان، در رتبه اول قرار دارد. سطح معنی‌داری بین متغیر عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی زنان و بُعد توفیق طلبی برابر (۷/۷۹) می‌باشد که بزرگتر از مقدار (۱/۹۶) است و نشان‌دهنده این است که ارتباط میان متغیر عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی زنان و بُعد توفیق طلبی در سطح اطمینان (۹۹٪) معنی‌دار است. مجذور همبستگی چندگانه این مسیر برابر (۰/۲۵) است و گویای این مطلب است که بُعد توفیق طلبی (۲۵٪) از تغییرات متغیر عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی زنان را تبیین می‌کند. همچنین ضریب مسیر مابین این دو متغیر برابر (۰/۵۰) است و میزان اثرگذاری بعد توفیق طلبی به عنوان عامل موثر بر توسعه کارآفرینی زنان را نشان می‌دهد و با مقایسه با ضرایب مسیر سایر ابعاد، بعد توفیق طلبی از لحاظ اثرگذاری به عنوان عامل موثر بر توسعه کارآفرینی زنان، در رتبه چهارم قرار دارد. سطح معنی‌داری بین متغیر عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی زنان و بُعد ایده پردازی برابر (۸/۲۱) می‌باشد که بزرگتر از مقدار (۱/۹۶) است و نشان‌دهنده این است که ارتباط میان متغیر عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی زنان و بُعد ایده پردازی در سطح اطمینان (۹۹٪) معنی‌دار است. مجذور همبستگی چندگانه این مسیر برابر (۰/۲۸) است و گویای این مطلب است که بُعد ایده پردازی (۲۸٪) از تغییرات متغیر عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی زنان را تبیین می‌کند. همچنین ضریب مسیر مابین این دو متغیر برابر (۰/۵۳) است و میزان اثرگذاری بعد ایده پردازی به عنوان عامل موثر بر توسعه کارآفرینی زنان را نشان می‌دهد و با مقایسه با ضرایب مسیر سایر ابعاد، بعد ایده پردازی از لحاظ اثرگذاری به عنوان عامل موثر بر توسعه کارآفرینی زنان، در رتبه سوم قرار دارد. آزمون ناپارامتری فریدمن از جمله آزمون‌های آماری است که برای رتبه‌بندی و اولویت‌دهی به متغیرهای چندسطحی و یا چندمقوله‌ای با مقیاس رتبه‌ای (ترتیبی) انجام می‌گیرد. در این پژوهش نیز به منظور مقایسه عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی زنان از یک سو و در ادامه اولویت‌بندی میانگین هر کدام از این عوامل از طرف دیگر، آزمون ناپارامتری فریدمن استفاده شده است. آزمون فرضیه حکایت از آن داشت که از حیث آماری، با اطمینان ۰/۹۹ و سطح خطای کمتر از ۰/۰۱، تفاوت معنی‌داری بین عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی زنان وجود دارد. جدول زیر موید چنین نتیجه‌ای است:

جدول ۵. نتایج حاصل از آزمون فریدمن

عوامل	میانگین رتبه
خطرپذیری (ریسک پذیری)	۱۴/۶
عمل‌گرایی (نتیجه‌گرا بودن)	۱۲/۷
ایده‌پردازی (ایده‌سازی ذهنی)	۱۰/۲
توفیق‌طلبی (نیاز به موفقیت)	۸/۱

$$X^2 = 513/111 d.f = 3 P < .01$$

بنابراین مقایسه میانگین رتبه عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان از دیدگاه پاسخگویان نشان از آن دارد که متغیر خطرپذیری (ریسک‌پذیری) (۱۴/۶) و عمل‌گرایی (نتیجه‌گرا بودن) (۱۲/۷)، بیشترین میانگین را به لحاظ تأثیرپذیری بر توسعه کارآفرینی زنان داشته و در مقابل کمترین میانگین نیز مربوط به متغیرهای ایده‌پردازی (ایده‌سازی ذهنی) (۱۰/۲) و توفیق‌طلبی (نیاز به موفقیت) (۸/۱) بوده است.

نتیجه‌گیری

در مورد تحقیقاتی که از طریق کتابخانه‌ای انجام شد، به دلیل نبودن منابع معتبر در زمینه کارآفرینی در کتابخانه دانشگاه و کتابخانه‌های اطراف آن موجب شد تا ابتدا منابع اینترنتی مهمترین منبع تحقیق باشند. اما اینترنت نیز به دلیل محدودیت در دسترسی به منابع معتبر کافی نبود و به همین خاطر ادامه تحقیقات در کتابخانه‌های معتبر کشور یعنی کتابخانه ملی و کتابخانه مرکزی دانشگاه تهران انجام گرفت. کم بودن منابع مرتبط داخلی در زمینه کارآفرینی زنان که در این کتابخانه‌ها نیز مشهود بود، دوری راه، ساعات دسترسی کم بخصوص به کتابخانه دانشگاه تهران، موتور جستجوی ضعیف در کتابخانه دانشگاه تربیت مدرس سختی در استفاده از منابع (یادداشت برداری تنها با نوشتن امکان‌پذیر است) و ... از جمله سختیهای تحقیقات کتابخانه‌ای بود. برای تهیه پرسشنامه، باید دقت کرد که پرسشنامه مورد استفاده جامع و مطابق با نیازهای پژوهش باشد. بهتر است این پرسشنامه مطابق با فرهنگ و نیاز داخلی بوده تا نتایج به دست آمده از آن قابل اتکاتر باشد. برای پیدا کردن یک پرسشنامه جامع جستجوهای زیادی چه در منابع داخلی و چه در منابع خارجی انجام شد، اما حتی در معتبرترین دانشگاه ایران یعنی دانشگاه تهران نیز تمامی تحقیقات از یک پرسشنامه قدیمی که توسط محققین کانادایی برای بررسی کارآفرینی زنان در کشورهای آفریقایی استفاده کرده بودند، استفاده شد. بنابراین در تحقیق حاضر نیز به ناچار این پرسشنامه با تغییرات کمی مورد استفاده قرار گرفت. نیست و نمی‌تواند نیمی از نیروی انسانی خود یعنی زنان را نادیده بگیرد. از طرف دیگر کشور ما نیازمند به ایجاد اشتغال است. چون ظرفیتهای شغلی موجود نمی‌تواند جوابگوی همه جمعیت آماده به اشتغال باشد. بنابراین باید کارآفرینی صورت بگیرد. کشور ما در بسیاری از کالاها و خدمات وارد کننده به حساب می‌آید بنابراین می‌توان گفت که ظرفیت برای کارآفرینی

در کشورمان بسیار وجود دارد و این موضوع از طرف پژوهش‌هایی که در فصل دوم به آن اشاره شد تأیید شده است. شناسایی این ظرفیت‌ها و به کارگیری نیروی انسانی و سرمایه برای استفاده بهتر نیازمند همکاری تمام اقشار جامعه از جمله نخبگان و مردم است. همچنین به هیچ وجه نمی‌توان نقش دولت را در این زمینه نادیده گرفت. امروزه زنان نقش مهمی در زمینه کسب و کار دارند. یکی از مهم‌ترین این کسب و کارها کارآفرینی است که سهم بسزایی در رشد اقتصادی کشورها دارد و ضروری است که شرایط مناسب برای خوداشتغالی و توسعه کارآفرینی زنان فراهم گردد. بدیهی است که در مسیر توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه زنان، موانع و مشکلات گوناگونی وجود دارد که شناسایی و رفع آنها منجر به تسهیل کارآفرینی خواهد شد. مقوله کارآفرینی به سرعت در حال گسترش است و کارآفرینی زنان موضوع خاص و مورد توجه سراسر جهان است. بسیاری از محققان معتقدند که فعالیت‌های کارآفرینی توسط زنان، نقش برجسته‌ای در سلامت اقتصاد ملت‌ها دارد. زنان در زمان کوتاهی توانستند با ورود به عرصه کسب و کار تحولات عظیمی در توسعه اقتصادی کشورها ایجاد کنند. چنانچه آمارها نشان می‌دهد فعالیت‌های اقتصادی زنان ۲۵ تا ۳۵ درصد کل فعالیت‌های جهان را تشکیل می‌دهد. امروزه کشورها و سازمان‌های بین‌المللی به این نتیجه رسیده‌اند که توسعه کارآفرینی زنان تأثیری مثبت و مستقیم در بسیاری از فعالیت‌های مختلف کشورها داشته است. از یک طرف سبب توسعه اقتصادی و ایجاد فرصت‌های شغلی می‌شود و از طرف دیگر می‌تواند سبب بهبود وضعیت اجتماعی، فرهنگی و بهداشتی زنان و خانواده‌های آنان شود. توجه به استعداد و نقش زنان در توسعه کشورها ضرورت دارد. بسیاری از دولت‌ها در بحران‌های اقتصادی توانسته‌اند با اتخاذ تدابیر و سیاست‌هایی و با بهره‌مندی از نیروی کار زنان بر بحران‌های جامعه خود فائق آیند و در مسیر توسعه موفق شوند. اما زنان کارآفرین در بسیاری از کشورهای در حال توسعه با موانع متعدد و جدی روبه‌رو هستند که مانع موفقیت آنان در فعالیت‌های اقتصادی می‌شود. فعالیت‌های اقتصادی زنان در جهان و جهت‌گیری آنان به سمت فعالیت‌های کارآفرینانه به دلایل متعددی از جمله بیکاری، استقلال، کسب درآمد، پایین بودن دستمزدها و عدم رضایت از شغل قبلی است. اما عوامل مختلفی در تسهیل و یا تضعیف این فعالیت‌ها مؤثر است. بررسی این عوامل می‌تواند در توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه زنان نقش مهمی ایفا نماید. سطح معنی‌داری بین متغیر توسعه کارآفرینی زنان و بُعد فرهنگ درک تغییر و کشف فرصت‌های جدید برابر (۱۲/۵۰) می‌باشد که بزرگتر از مقدار (۱/۹۶) است و نشان‌دهنده این است که ارتباط میان متغیر توسعه کارآفرینی زنان و بُعد فرهنگ درک تغییر و کشف فرصت‌های جدید در سطح اطمینان (۹۹٪) معنی‌دار است. مجذور همبستگی چندگانه این مسیر برابر (۰/۷۸) است و گویای این مطلب است که بُعد فرهنگ درک تغییر و کشف فرصت‌های جدید (۷۸٪) از تغییرات متغیر توسعه کارآفرینی زنان را تبیین می‌کند. همچنین ضریب مسیر مابین این دو متغیر برابر (۰/۸۸) است و میزان اثرگذاری بعد فرهنگ درک تغییر و کشف فرصت‌های جدید بر متغیر توسعه کارآفرینی زنان را نشان می‌دهد و با مقایسه با ضرایب مسیر سایر ابعاد، بعد فرهنگ درک تغییر و کشف فرصت‌های جدید از لحاظ اثرگذاری بر متغیر توسعه کارآفرینی

زنان، در رتبه اول قرار دارد. سطح معنی‌داری بین متغیر توسعه کارآفرینی زنان و بُعد فرهنگ خلاقیت و نوآوری برابر (۸/۰۹) می‌باشد که بزرگتر از مقدار (۱/۹۶) است و نشان‌دهنده این است که ارتباط میان متغیر توسعه کارآفرینی زنان و بُعد فرهنگ خلاقیت و نوآوری در سطح اطمینان (۹۹٪) معنی‌دار است. مجذور همبستگی چندگانه این مسیر برابر (۰/۳۴) است و گویای این مطلب است که بُعد فرهنگ خلاقیت و نوآوری (۳۴٪) از تغییرات متغیر توسعه کارآفرینی زنان را تبیین می‌کند. همچنین ضریب مسیر مابین این دو متغیر برابر (۰/۵۸) است و میزان اثرگذاری بعد فرهنگ خلاقیت و نوآوری بر متغیر توسعه کارآفرینی زنان را نشان می‌دهد و با مقایسه با ضرایب مسیر سایر ابعاد، بعد فرهنگ خلاقیت و نوآوری از لحاظ اثرگذاری بر متغیر توسعه کارآفرینی زنان، در رتبه چهارم قرار دارد. سطح معنی‌داری بین متغیر توسعه کارآفرینی زنان و بُعد فرهنگ تحریک و پرورش انگیزه‌ها (۱۰/۴۵) می‌باشد که بزرگتر از مقدار (۱/۹۶) است و نشان‌دهنده این است که ارتباط میان متغیر توسعه کارآفرینی زنان و بُعد فرهنگ تحریک و پرورش انگیزه‌ها (۹۹٪) معنی‌دار است. مجذور همبستگی چندگانه این مسیر برابر (۰/۵۲) است و گویای این مطلب است که بُعد فرهنگ تحریک و پرورش انگیزه‌ها (۵۲٪) از تغییرات متغیر توسعه کارآفرینی زنان را تبیین می‌کند. همچنین ضریب مسیر مابین این دو متغیر برابر (۰/۷۲) است و میزان اثرگذاری بعد فرهنگ تحریک و پرورش انگیزه‌ها بر متغیر توسعه کارآفرینی زنان را نشان می‌دهد و با مقایسه با ضرایب مسیر سایر ابعاد، بعد فرهنگ تحریک و پرورش انگیزه‌ها از لحاظ اثرگذاری بر متغیر توسعه کارآفرینی زنان، در رتبه دوم قرار دارد. سطح معنی‌داری بین متغیر توسعه کارآفرینی زنان و بُعد فرهنگ استقلال‌طلبی و مسؤولیت‌پذیری برابر (۱۰/۸۰) می‌باشد که بزرگتر از مقدار (۱/۹۶) است و نشان‌دهنده این است که ارتباط میان متغیر توسعه کارآفرینی زنان و بُعد فرهنگ استقلال‌طلبی و مسؤولیت‌پذیری در سطح اطمینان (۹۹٪) معنی‌دار است. مجذور همبستگی چندگانه این مسیر برابر (۰/۴۹) است و گویای این مطلب است که بُعد فرهنگ استقلال‌طلبی و مسؤولیت‌پذیری (۴۹٪) از تغییرات متغیر توسعه کارآفرینی زنان را تبیین می‌کند. همچنین ضریب مسیر مابین این دو متغیر برابر (۰/۷۰) است و میزان اثرگذاری بعد فرهنگ استقلال‌طلبی و مسؤولیت‌پذیری بر متغیر توسعه کارآفرینی زنان را نشان می‌دهد و با مقایسه با ضرایب مسیر سایر ابعاد، بعد فرهنگ استقلال‌طلبی و مسؤولیت‌پذیری از لحاظ اثرگذاری بر متغیر توسعه کارآفرینی زنان، در رتبه سوم قرار دارد. پایایی ترکیبی سازه توسعه کارآفرینی زنان نیز با توجه به فرمول محاسبه پایایی ترکیبی به شرح زیر مقدار (۰/۷۱) به دست آمد و با توجه به این که پایایی به دست آمده بیش از (۰/۶) است، سازه توسعه کارآفرینی زنان از پایایی قابل قبولی برخوردار است. آزمون ناپارامتری فریدمن از جمله آزمون‌های آماری است که برای رتبه‌بندی و اولویت‌دهی به متغیرهای چندسطحی و یا چندمقوله‌ای با مقیاس رتبه‌ای (ترتیبی) انجام می‌گیرد. در این پژوهش نیز به منظور مقایسه عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی زنان از یک سو و در ادامه اولویت‌بندی میانگین هر کدام از این عوامل از طرف دیگر، آزمون ناپارامتری فریدمن استفاده شده است. آزمون فرضیه حکایت از آن داشت که از حیث آماری، با اطمینان ۰/۹۹ و سطح خطای کمتر از ۰/۰۱،

تفاوت معنی‌داری بین عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی زنان وجود دارد. بنابراین مقایسه میانگین رتبه عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی زنان از دیدگاه پاسخگویان نشان از آن دارد که متغیر خطرپذیری (ریسک‌پذیری) (۱۴/۶) و عمل‌گرایی (نتیجه‌گرا بودن) (۱۲/۷)، بیشترین میانگین را به لحاظ تأثیرپذیری بر توسعه کارآفرینی زنان داشته و در مقابل کمترین میانگین نیز مربوط به متغیرهای ایده‌پردازی (ایده‌سازی ذهنی) (۱۰/۲) و توفیق‌طلبی (نیاز به موفقیت) (۸/۱) بوده است.

- متغیر توسعه کارآفرینی زنان با توجه به نتیجه آزمون کلموگروف-اسمیرنف دارای توزیع نرمال می‌باشد چون سطح معنی‌داری به دست آمده از این آزمون برابر ۰,۱۰۵ بوده و این مقدار بزرگتر از ۰,۰۵ می‌باشد.

- متغیر عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی زنان با توجه به نتیجه آزمون کلموگروف-اسمیرنف دارای توزیع نرمال نمی‌باشد چون سطح معنی‌داری به دست آمده از این آزمون برابر ۰,۰۰۲ بوده و این مقدار کوچکتر از ۰,۰۵ می‌باشد. اما چون حجم نمونه برابر ۳۰۰ بوده و بیشتر از ۳۰ می‌باشد؛ طبق قضیه حد مرکزی توزیع این متغیر نرمال است. نتایج تحلیل عاملی مرتبه اول و دوم بر روی سازه‌های مورد مطالعه نشان داد که الگوی پیشنهادی عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی زنان دارای برازش خوب و قابل اتکایی می‌باشد.

منابع

- احمدپور داریانی، محمود و مقیمی، سید محمد (۱۳۸۵)، مبانی کارآفرینی، انتشارات فرا اندیش، چاپ سوم.
- احمدپور داریانی، محمود (۱۳۸۰)، کارآفرینی؛ تعاریف، نظریات، الگوها، انتشارات پردیس.
- اورند، مسعود (۱۳۸۲)، بررسی عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی سازمانی شرکت رجاء، پایان نامه فارغ‌التحصیلی در دوره آموزش روسای قطار مسافری.
- آسایش، حمید؛ صادق نامجو و اکرم فلاحی (۱۳۹۷)، عوامل موثر بر کارآفرینی زنان در توسعه اقتصادی کشور ایران، همایش تولید ملی و اشتغال پایدار، چالش‌ها و راهکارها، بروجرد، دانشگاه آیت اله بروجردی (ره)،
- بخشی، غلامرضا (۱۳۸۱)، بررسی موانع کارآفرین سازمانی در دانشگاه مازندران، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه مازندران.
- پاپزن، عبدالحمید (۱۳۸۰)، توسعه سخت افزار، پول و امکانات و یا مغزافزار کارآفرینی؛ مجموعه مقالات همایش توسعه.

جدی، سوسن (۱۳۸۰)، موانع توسعه کارآفرینی، ماهنامه تدبیر شماره ۱۲۰.

حسینی نیا، غلامحسین و نسیم خاورزاده (۱۳۹۷)، واکاوی تحلیلی بنیان های نظری کارآفرینی زنان، سومین کنفرانس ملی رویکردهای نوین در علوم انسانی، چالشها و راه حل ها، تهران، دانشگاه پیام نور،

سلمانی بی شک، محمدرضا و اولدوز معصومی (۱۳۹۷)، تاثیر عوامل نهادی روی کارآفرینی زنان (مورد مطالعه: استان آذربایجان شرقی)، همایش تولید ملی و اشتغال پایدار، چالش ها و راهکارها، بروجرد، دانشگاه آیت اله بروجردی (ره).

سیدحسینی، محمد (۱۳۸۱)، شناسایی عوامل و شاخصهای اولویت دار جهت دستیابی به سازمانهای کارآفرین در کشور، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه علم و صنعت.

طرهانی، فرزاد و مریم بانو پرچم آزاد، (۱۳۹۷)، نقش زنان در توسعه و ایجاد کارآفرینی و کسب و کار های مجازی مطالعه موردی: انجمن ملی زنان کارآفرین و انجمن زنان مدیر کارآفرین، دومین کنفرانس بین المللی تحولات نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری، تهران، موسسه آموزش عالی علامه خویی (ره) - شرکت بین المللی کوش

عزیزی زاده، سهیلا (۱۳۸۶)، بررسی اثر بخشی آموزش خلاقیت برافزایش نگرش کارآفرینانه بیکاران شهر تهران، کارشناسی ارشد رشته مشاوره شغلی در دانشگاه علامه طباطبایی دانشکده روان شناسی و علوم تربیتی.

فرهنگی، علی اکبر و صفرزاده، حسین (۱۳۸۶)، کارآفرینی (مفاهیم، نظریه ها، مدلها و کاربردها)، مؤسسه کارو تامین اجتماعی.

فرهنگی، علی اکبر، صفرزاده، حسین (۱۳۸۴)، طراحی و تبیین الگوی ارتباطات سازمانی در فرایند کارآفرینی سازمانی. ماهنامه علمی - پژوهشی دانشور رفتار دانشگاه شاهد: سال دوازدهم شماره ۱۴. مقیمی، سیدمحمد (۱۳۸۳)، کارآفرینی در نهادهای جامعه مدنی، انتشارات دانشگاه تهران.

ویسی، رضا و کریم زاده، پریسا (۱۳۸۹)، توسعه فرهنگ کارآفرینی؛ عوامل و راهکارها، فصلنامه برنامه و بودجه، سال پانزدهم، شماره ۲.

- Block, and S.A. Stump (2003); " Entrepreneurship Education Research: Experience and Challenge "; In Sexton, D.L., Kasarda, J. D. (Eds) the State of the Art of Entrepreneurship; PWS – Kent publishing company, Boston.

-Brennan, M., and McGowan, P. (2006). Academic entrepreneurship and exploratory case study, International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research, 3.

-Brockhaus, R. and Horwitz, P. (2000). The Psychology of the Entrepreneur, In D. Sexton & R. Smilor. The Art and Science of Entrepreneurship Cambridge, Mass: Ballinger.

-Cochran, T. (2004). Entrepreneurship, In D.L. Silles (Ed). International Encyclopedia of the Social Sciences, New York: Free Press.

-Cornwall Jeffrey & Perlman Baron, (2000) organizational entrepreneurship, Richard Irwin.

-Cornwall Jeffrey & Perlman Baron, (2000) organizational entrepreneurship, Richard Irwin.

-Duphy Steven & Herbig Paul & Golden James, (2004) "the relationship of entrepreneurial and innovative Success" marketing intelligence & planning, vol. 12. N. 9.

-Edwards, L.J., and Elizabeth J.M. (2005). Promoting entrepreneurship at the University of Glamorgan through formal and informal learning, Journal of small Business and Enterprise development, 8.

-Fry, F. (2001). Entrepreneurship: A Planinig Approach, Englewood Cliffs Nj: Prentice-Hall.

-Haug H.M & Pardy w. (1999) "community entrepreneurship in north eastland", international journal of entrepreneurial behavior & research, vol 5, N.4.

-Heinonen, J. (2007). An Entrepreneurial-directed approach to teaching corporate entrepreneurship at university level, Education + Training, 4.

-Kiggundo, M. N. (2009). "Entrepreneurs and entrepreneurship in Africa: What is known and what needs to be done", Journal of developmental entrepreneurship, 7(3).

-Lerners, M. and Haber, S. (2010). "Performance factors of small tourism ventures: The interface of tourism, entrepreneurship and the environment", Journal of business venturing, (16).

- Gurol, Y. and Astan, N. (2006). Entrepreneurship characteristics amongst university students, Education + Training, 1.

-Nurmi, P. and Passio, K. (2007). Entrepreneurship in Finnish universities, Education + Training, 1.

-Prokopenko Joseph & Pavlin Iger, (1999). Entrepreneurship development in pullice enterprises, international labour organization.

-Smith, A. et al (2006). Embedding new entrepreneurship programs in UK higher education institution, Education + Training, 8.

-Thompson John & Geoff ALVY & Lees Ann, (2005) "The worlds of the entrepreneur" vol. 38, No. 5.

-Wagner, J. and Sternberg, R. (2008). "Start-up activities, individual characteristics, and the regional milieu: Lessons for entrepreneurship support policies from German micro data", the annals of regional science, (38).

-Williams Care Elwood & Tse Eliza, (2005). "The relationship between strategy and entrepreneurship", international journal of contemporary hospitality management, vol.7, N.1.

-Zerbinati, S. and Souitaris, V. (2004). Entrepreneurship in the public sector: A framework of analysis in European local governments, Faculty of Management, UK.

Investigating the influential factors in the success of women's entrepreneurial business in Tehran

The main purpose of this study is to investigate the factors influencing the success of entrepreneurial women's business in Tehran. The statistical population of this study is women entrepreneurs who are active in various economic and social fields. Using the Cochran's formula and Morgan's table, 300 people were identified as sample sizes. In terms of design, the research is a survey-applied type and is based on descriptive-correlational as well as exploratory methods. The required data were collected

through a researcher-made questionnaire based on the indicators and conceptual model. The findings show that there is a significant relationship between risk-taking, success, ideation, pragmatism and women's entrepreneurship development. Also, the results of Friedman test show that the risk variability (risk-taking) (14.6) and pragmatism (being result-oriented) (12. have the highest average), the highest average and the lowest average are related to the of Ideation (mental ideation) (10.2) and success (need for success) (1.8).