

سنجش عوامل مؤثر بر عملکرد کسب و کارهای زنان کارآفرین در روستاهای شهرستان میانه

غلامحسین حسینی نیا^{۱*}، احمد یعقوبی فرانی^۲، سیدرضا سیدین^۳

چکیده

برنامه‌ریزی برای توسعه کسب و کارهای زنان روستایی در گام نخست نیازمند شناسایی عوامل بهبوددهنده عملکرد این‌گونه کسب و کارهاست. بر همین اساس، در پژوهشی پیمایشی به بررسی ماهیت و کیفیت اثرگذاری هریک از عوامل مؤثر بر ارتقای عملکرد کسب و کارهای زنان کارآفرین در روستاهای شهرستان میانه پرداخته شده است. جامعه آماری تحقیق را زنان روستایی دارای کسب و کار در روستاهای شهرستان میانه تشکیل دادند که از بین آن‌ها ۱۱۱ نفر برای حجم نمونه انتخاب شدند. داده‌های مورد نیاز تحقیق از طریق پرسشنامه به‌منزله ابزار اصلی تحقیق جمع‌آوری شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها و مدلیابی معادلات ساختاری نشان داد که ارتباط بین متغیرهایی نظیر اهداف، انگیزه‌ها، داشتن مهارت برنامه‌ریزی، مهارت‌های مختلف کسب و کار و درنهایت برخورداری زنان از برخی نقاط قوت در کسب و کار با عملکرد کسب و کار آن‌ها معنادار است و این متغیرها می‌توانند عملکرد کسب و کارهای کارآفرینان زنان روستایی را تبیین کنند. بر مبنای نتایج تحقیق می‌توان گفت تقویت متغیرهای مذکور می‌تواند روند توسعه کارآفرینی زنان روستایی را در این مناطق سرعت بخشد.

کلیدواژگان

زنان روستایی، کارآفرینی، کسب و کار، عملکرد.

hosseininia@ut.ac.ir
yaghoubi@basu.ac.ir
reza_sayed@yaho.com

۱. استادیار دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران
۲. استادیار دانشکده کشاورزی دانشگاه بوعلی سینا
۳. کارشناس ارشد مدیریت کارآفرینی
تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۱۰/۲۹، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۴/۳/۲۶

مقدمه

در جهان پیچیده و متحول امروز، تحولات اساسی وقوع یافته در دو دهه اخیر، در قالب انقلاب کارآفرینی، تأثیر عمده‌ای در میزان توسعه کشورها داشته است؛ تا آنجا که در حال حاضر، توسعه کارآفرینی هسته برنامه توسعه بسیاری از کشورهاست. در ایران نیز، توسعه و ترویج کارآفرینی، به‌ویژه در مناطق روستایی، به‌منزله مناطقی با سطح بالایی از ظرفیت‌های انسانی، مادی، و طبیعی، یکی از نیازهای جدی جامعه است و به اعتقاد کارشناسان و متخصصان، در شرایط فعلی کشور، بهترین روش ایجاد اشتغال و حل مسئله بیکاری در این مناطق، توسعه فرهنگ کارآفرینی است [۴]. در همین زمینه، توجه به مقوله کارآفرینی و تقویت روحیه کارآفرینی در بین زنان روستایی موضوعی درخور توجه است. با توجه به اینکه زنان روستایی قشر عظیم جمعیت روستاها را تشکیل می‌دهند، در صورتی که به سمت کارآفرینی سوق داده شوند و روحیه کارآفرینی و ایجاد اشتغال و همچنین مشارکت اجتماعی در آن‌ها تقویت شود، نیل به توسعه روستایی، که زیرمجموعه توسعه پایدار کشور است، سریع‌تر و سهل‌تر محقق خواهد شد [۱۵]. بررسی شرایط موجود حکایت از این واقعیت دارد که به‌رغم وجود ظرفیت‌ها و قابلیت‌های فراوان در مناطق روستایی و توانایی زنان روستا برای بهره‌گیری از این ظرفیت‌ها، به دلیل برخی محدودیت‌ها، هنوز امکان بروز توانمندی‌های زنان در حد شایسته فراهم نشده است [۱۶].

در بسیاری از کشورهای در حال توسعه، از جمله ایران، حضور زنان در بازار کار متناسب با افزایش سطح تحصیلات و توانمندی‌های آنان رشد نیافته است و موانع بسیاری بر سر راه فعالیت‌های اقتصادی زنان در خارج از منزل وجود دارد. نگاهی به فرایند رشد تعداد زنان صاحب کسب‌وکار در سال‌های مختلف نشان‌دهنده موج حرکت زنان ایرانی در راه‌اندازی کسب‌وکار است. با این حال و به‌رغم تمایل زنان ایرانی به مشارکت در فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی، جامعه قادر به بهره‌مندی کامل از مشارکت آنان در امور اقتصادی نبوده است [۱]. بنابراین، بنا به ضرورت توسعه سهم زنان در اقتصاد ملی و مقابله با بحران بیکاری زنان، ضروری است شرایط لازم برای توسعه کسب‌وکار زنان کارآفرین در محیط‌های روستایی فراهم شود تا زنان با ایجاد کسب‌وکار و فرصت‌های شغلی برای خود و دیگران بتوانند در رفع معضلات کنونی جامعه همکاری کنند [۱۳]. بر همین اساس، با توجه به حساسیت و میزان اهمیت کارآفرینی زنان در جوامع روستایی، در این پژوهش ابتدا به بررسی نقش عوامل مؤثر بر توسعه کسب‌وکارهای زنان کارآفرین روستایی پرداخته شده است. سؤال اصلی تحقیق این است که چه عواملی بر عملکرد کسب‌وکارهای زنان روستایی تأثیرگذار است؟

پیشینه تحقیق

حضور زنان در بازار کار بر حسب شرایط محیطی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، و سیاسی هر کشور متفاوت بوده و توسعه مشارکت زنان در فعالیت‌های اقتصادی اجتماعی به عوامل گوناگونی از جمله مشارکت‌پذیری زنان، سیاست‌های دولت، توزیع درآمد و هزینه خانوار، نرخ بیکاری، نرخ باروری، شرایط محیطی خانواده، میزان سواد، و سایر عوامل فرهنگی و اجتماعی بستگی دارد [۲۳]. سازمان توسعه و همکاری‌های اقتصادی از جمله نهادهایی است که تحقیقات گسترده‌ای را در حوزه کارآفرینی و اشتغال در کشورهای مختلف انجام داده است. از دیدگاه این سازمان، در برنامه‌های توسعه کارآفرینی و ترغیب تعداد افراد برای راه‌اندازی کسب و کارهای کارآفرینانه توجه به سه جنبه حائز اهمیت است: افزایش علاقه و انگیزه در افراد، دسترسی به عوامل فرصت‌ساز (شامل دسترسی به منابع اطلاعاتی برای یافتن ایده‌های کسب و کار، خدمات آموزشی و مشاوره‌ای، تماس با صاحبان کسب و کار، زیرساخت‌های حمایتی مورد نیاز کارآفرینان، مشوق‌ها، و حمایت‌های مالی)، کسب مهارت‌های مورد نیاز (مهارت فنی و مهارت مدیریتی) [۳۳]. سیدهو و کائور [۳۶] در پژوهشی به منظور تبیین راهکارهای توسعه کارآفرینی در جوامع روستایی، برنامه‌های توسعه کارآفرینی را نیازمند چهار بعد اساسی شامل: آگاه‌سازی، انگیزش، توسعه مهارت‌های حرفه‌ای و پیگیری مستمر دانسته‌اند. لرنر و همکارانش [۳۰] در بررسی شبکه اجتماعی زنان کارآفرین به این نتیجه رسیدند که وابستگی به شبکه‌های اجتماعی و سرمایه انسانی در عملکرد بنگاه‌های اقتصادی تحت مدیریت زنان تأثیر بسزایی دارد. یافته‌های آن‌ها نشان داد عضویت در یک انجمن یا شبکه تجاری زنان، تأثیر درخور توجهی بر میزان سودآوری واحد تجاری زنان کارآفرین دارد. بر این اساس، دسترسی به کانال‌های اطلاعاتی برای زنان بسیار مهم‌تر از مردان است. بر مبنای نتایج پژوهش قلی‌پور و رحیمیان [۱۰]، رشد درآمد و به تبع آن بروز خوداتکایی مالی در زنان روستایی به‌منزله یکی از پیامدهای مثبت کسب و کارهای اقتصادی زنان روستایی است که به طور مستقیم و غیرمستقیم به رشد اقتصادی جامعه کمک می‌کند. اوزکن تاکلی و اردوگان [۳۴] نیز در مطالعات خود در زمینه عملکرد کسب و کارهای کارآفرینانه زنان در محیط‌های روستایی در کشور ترکیه، به شاخص‌هایی نظیر بهبود وضعیت درآمد و پس‌انداز زنان روستایی و رشد در اندازه کسب و کارهای آن‌ها به‌عنوان مهم‌ترین تأثیرات این‌گونه کسب و کارها اشاره کردند.

گلرد [۱۳]، عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی زنان را در چهار بخش عوامل فردی، شبکه‌ای، سازمانی، و محیطی در نظر گرفته و توسعه عملکرد کارآفرینی را با شاخص‌های رشد، ایجاد، و نوآوری تبیین کرده است. به نظر وی، عوامل فردی (شامل انگیزه‌ها و اهداف، سرمایه انسانی و ویژگی‌های شخصیتی به ترتیب اولویت) در توسعه کسب و کار زنان از سایر عوامل، مؤثرترند. همچنین، مهم‌ترین انگیزه‌ها و اهداف زنان در کسب و کار، رضایت شغلی و کسب اعتبار و قدرت

در جامعه و مهم‌ترین ویژگی آنان توفیق‌طلبی و خلاقیت است. در حوزه مطالعات مرتبط با کسب‌وکارهای زنان روستایی می‌توان به پژوهش سلیمانی [۶] اشاره کرد که در آن به تأثیر عوامل و ویژگی‌های فردی، شرایط اقتصادی، شرایط فرهنگی-اجتماعی حاکم بر روستا، وضعیت نظام خانوادگی، شرایط عوامل نهادی سازمانی و نیز کیفیت برنامه‌های آموزشی به‌منزله مهم‌ترین عوامل اثرگذار بر توفیق کسب‌وکارهای زنان اشاره شده است. در تحقیق مذکور، عملکرد کسب‌وکارهای زنان با استفاده از شاخص‌هایی نظیر رشد کسب‌وکار (فروش، سود، رشد در تعدد کارکنان، و منابع انسانی) و نوآوری در کسب‌وکار (نوآوری در محصول و خدمات، روش، فرایند و فناوری تولید، بازار و روش‌های بازاریابی، توزیع و فروش، جذب منابع مالی جهت سرمایه‌گذاری اولیه، یا توسعه سرمایه موجود) مورد سنجش قرار گرفته است. در همین زمینه، نتایج پژوهش یعقوبی و همکاران [۲۲] مبین آن است که عملکرد کسب‌وکارهای کارآفرینانه زنان روستایی تابع متغیرهایی نظیر بهره‌مندی زنان روستایی از فرصت‌های آموزشی و یادگیری و دسترسی به شبکه مناسب نهادی سازمانی بوده و این متغیرها به طرز معناداری موفقیت کسب‌وکارهای زنان روستایی را تحت تأثیر قرار می‌دهند.

در پژوهش دیگری، گلرد [۱۴] حمایت عاطفی خانواده، فوت همسر، متارکه، حمایت مالی، و درنهایت حمایت شبکه‌ای خانواده را به‌منزله عوامل مهم و تأثیرگذار در توسعه کارآفرینی زنان بیان می‌کند. موریس و لوئیس [۳۱] معتقدند که پیشینه خانواده، قرار گرفتن در معرض کسب‌وکار دیگران و تجربه قبلی در زمینه کارآفرینی در نگرش افراد نسبت به توسعه کارآفرینی تأثیرگذار خواهد بود. میرکزاده و بهرامی [۱۸] نیز دریافته‌اند که بین برخی توانایی‌های شخصیتی زنان روستایی از قبیل اعتماد به نفس و پنداشت از خود و نرخ اشتغال و کارآفرینی از سوی آن‌ها رابطه وجود دارد؛ به‌طوری‌که پنداشت از خود و اعتماد به نفس بالا تأثیر مستقیم بر اشتغال زنان و موقعیت شغلی آنان دارد. نتایج به‌دست‌آمده از تحقیق رازقندی و درانی [۵] در مورد عوامل فردی و محیطی مؤثر بر موفقیت کسب‌وکارهای کارآفرینانه نشان داد بین موفقیت کسب‌وکارها با برخی از ویژگی‌های صاحبان آن‌ها نظیر برخورداری از کانون کنترل درونی، خطرپذیری حساب‌شده، خلاقیت، توفیق‌طلبی، استقلال‌طلبی، و اراده رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. همچنین، شرایط آموزشی، اقتصادی، و اجتماعی- فرهنگی بر توفیق صاحبان کسب‌وکارها تأثیر معناداری دارد. فلاح جلودار و همکاران [۹] در تحقیق خود درباره عوامل مؤثر بر موفقیت کسب‌وکارهای کارآفرینانه زنان روستایی در شمال کشور نشان دادند که عواملی چون حمایت‌های مالی و اعتباری، راه‌اندازی دوره‌های فنی و حرفه‌ای، شبکه‌های خانوادگی، سیاست‌های حمایتی دولتی شامل تسهیلات بانکی، خدماتی، اطلاعاتی و مشاوره‌ای، و دسترسی و استفاده از کانال‌ها و منابع اطلاعات جمعی و فردی و عضویت در تشکل‌های صنفی و روستایی از مهم‌ترین عوامل موفقیت کسب‌وکارهای زنان روستایی استان‌های شمالی

کشور بودند. صابر [۸] نیز در تحقیقی پیرامون راه‌های توسعه کارآفرینی زنان در ایران، چهار راهکار اساسی را در این زمینه معرفی کرده است که عبارت‌اند از: قابلیت کارآفرینی از طریق افزایش دانش و مهارت؛ ایجاد فرصت‌های کسب و کار در بخش‌های مختلف اقتصادی؛ واگذاری امکانات کسب و کار از جمله تسهیلات مالی و تشکیل شبکه‌های محلی، منطقه‌ای و جهانی.

یعقوبی [۱۹] در مطالعه خود پیرامون عوامل مؤثر بر کارآفرینی در جوامع روستایی و کشاورزی نشان داد که به ترتیب چهار عامل فردی شامل میزان دانش و اطلاعات، خوش‌بینی و تفکر مثبت، مهارت در مدیریت مالی، و اعتماد به نفس بیشترین تأثیر را در موفقیت کارآفرینی در بخش کشاورزی دارا هستند. نواز [۳۲] عوامل اساسی مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی در بنگلادش را در سه گروه شامل عوامل قانونی، عوامل هنجاری و عوامل شناختی طبقه‌بندی کرده است. در مجموع، نتایج پژوهش‌های انجام‌شده در حوزه توسعه کارآفرینی بیانگر آن است که عوامل بسیاری در توسعه و بهبود کارآفرینی مؤثرند. از بین این عوامل می‌توان به مواردی همچون فرهنگ جامعه [۳۶]، منابع و امکانات [۲۵]، و شرایط محیطی [۹] اشاره کرد. با وجودی که عوامل بسیاری در ایجاد و توسعه کارآفرینی نقش دارند، محققان هنوز معتقدند که ویژگی‌های فردی کارآفرین عنصر اصلی در فرایند پیچیده کارآفرینی محسوب می‌شود [۲۷]. شانه و همکارانش [۳۵] نیز معتقدند انگیزش افراد عامل بسیار مهمی در تصمیم‌گیری برای فعالیت‌های کارآفرینانه است. همچنین در پژوهش یعقوبی و موحدی [۲۰] بر نقش عامل انگیزش در کارآفرینی زنان تأکید شده است. از دیگر تحقیقات انجام‌شده برای شناسایی عوامل اثرگذار بر موفقیت کسب و کارهای کارآفرینانه زنان و دختران می‌توان به پژوهش گلستانی و همکاران [۱۱] اشاره کرد که در آن به تأثیر عوامل اقتصادی در کنار عوامل آموزشی و فرهنگی به‌منزله عوامل مهم و تعیین‌کننده در توفیق کسب و کارهای زنان اشاره شده است.

به‌طور کلی، پدیده کارآفرینی و توسعه آن در جوامع از جمله مفاهیمی است که از دیدگاه‌های مختلف بررسی شده و بر مبنای مطالعات انجام‌شده، شرایط، ویژگی‌ها، و رفتارهای خاصی به‌منزله عوامل و مؤلفه‌های مؤثر بر توسعه کارآفرینی معرفی شده‌اند. بر همین اساس، مدل‌های متعددی نیز از سوی پژوهشگران و نظریه‌پردازان ارائه شده است که مدل‌های محتوایی و فرایندی را می‌توان دو دسته مدل کلی در این زمینه دانست. بر همین اساس، در این تحقیق از مدل لرنر و همکاران [۳۰] بهره گرفته شده است (شکل ۱). در این مدل، عملکرد زنان صاحب کسب و کار با تأثیرپذیری از شش عامل شامل انگیزه‌های فردی، عوامل جمعیت‌شناختی، یادگیری اجتماعی، ارتباطات شبکه‌ای، سرمایه انسانی و عوامل محیطی بررسی شده است. برای ارزیابی عملکرد کسب و کار زنان نیز شاخص‌هایی مانند درآمد حاصل از فروش سالیانه، سود سالیانه، تعداد کارکنان، و سودآوری کسب و کار در نظر گرفته شده است.



شکل ۱. مدل عملکرد زنان صاحب کسب و کار [۳۰]

روش‌شناسی تحقیق

تحقیق حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر نحوه گردآوری داده‌ها، پیمایشی است. در این تحقیق، برای بررسی مسئله، با تدوین ابزار اندازه‌گیری به مشاهده متغیرهای کمی پرداخته شده است. به منظور تبیین نقش عوامل اثرگذار بر عملکرد زنان روستایی کارآفرین از مدل معادلات ساختاری استفاده شده است. جمع‌آوری داده‌ها از طریق پرسشنامه بسته و پاسخ با مقیاس لیکرت پنج‌تایی ارائه‌شده به زنان صاحب کسب و کار در روستاهای میانه انجام شد.

پرسشنامه تحقیق برگرفته از ادبیات تحقیق و با توجه به مدل لرنر و همکاران [۳۰] است. روایی ابزار تدوین شده با نظرخواهی از خبرگان برای روایی صوری و همچنین ارزیابی روایی همگرا انجام شده است.

برای سنجش پایایی از ضرایب پایایی ترکیبی (بزرگ‌تر از ۰/۷)، و آلفای کرونباخ (بزرگ‌تر از ۰/۷) استفاده می‌شود که در صورت مناسب بودن این ضرایب می‌توان گفت، ابزار پژوهش پایاست. آلفای کل به صورت جداگانه از طریق نرم‌افزار spss به دست آمده است و سایر موارد گزارش نرم‌افزار PLS است.

جدول ۱. پایایی ابزار تحقیق

| متغیر | پایایی ترکیبی | آلفای کرونباخ |
|----------------------|---------------|---------------|
| اهداف | ۰/۹۷۸ | ۰/۷۷۷۱ |
| انگیزه | ۰/۹۸ | ۰/۷۳۶۳ |
| شبکه | ۰/۹۶۶ | ۰/۸۵۷۲ |
| عملکرد | ۰/۸۷۶ | ۰/۷۴۲۵ |
| توان برنامه‌ریزی | ۰/۹۶۲ | ۰/۷۰۶۷ |
| مهارت | ۰/۹۸۳ | ۰/۹۲۱۴ |
| قدرت رقابتی کسب‌وکار | ۰/۹۵۸ | ۰/۸۷۴۳ |
| مقدار آلفای کل | | ۰/۷۸۴۳ |

به منظور بررسی رابطه متغیرهای اسمی تحقیق از آزمون همبستگی اتا و متغیرهای ترتیبی از آزمون همبستگی اسپیرمن استفاده شد و برای بررسی ارتباط بین متغیرهایی که در مقیاس لیکرت‌اند از مدل‌یابی معادلات ساختاری استفاده شده است.

متغیرهای مستقل تحقیق در شش دسته کلی شامل عوامل جمعیت‌شناختی (نظیر سن، وضعیت تأهل، تعداد فرزندان، وضعیت اقتصادی دوران کودکی)، سرمایه انسانی (نظیر سطح سواد، رشته تحصیلی، تجربه راه‌اندازی کسب‌وکار، توان مدیریت، توان برنامه‌ریزی، قدرت رقابت یا مزیت رقابتی کسب‌وکار، مهارت‌های شغلی، و...) اهداف و انگیزه‌ها (نظیر انگیزه پیشرفت، انگیزه استقلال، انگیزه‌های اقتصادی، اهداف)، شبکه‌های ارتباطی (شامل تعداد شبکه‌های ارتباطی، تعداد مشاوران، عضویت در انجمن‌ها، گروه‌ها، و سازمان‌های اجتماعی)، عوامل محیطی (وضعیت بخش صنعت، منابع مالی، تسهیلات) و یادگیری اجتماعی (نظام‌های آموزشی و یادگیری، داشتن پدر کارآفرین) بررسی و اندازه‌گیری شدند و عملکرد کسب‌وکار نیز به منزله متغیر وابسته و پنهان تحقیق بررسی شد.

جامعه آماری مطالعه حاضر را زنان کارآفرین روستاهای شهرستان میانه تشکیل می‌دهد. زنان کارآفرین در این تحقیق، زنانی هستند که در مناطق روستایی سکونت داشتند و دارای ویژگی‌هایی هستند که عبارت‌اند از: دارای حداقل مدرک تحصیلی سیکل باشند؛ کسب‌وکاری را

ایجاد کرده و آن را اداره کنند؛ حداقل یک سال از فعالیت آن‌ها گذشته باشد؛ تعداد کارکنان آنان حداقل از یک نفر بیشتر باشد؛ و دارای فروش یا سود یا نوآوری در محصولات خود باشند. در این پژوهش، برای انتخاب حجم نمونه، از فرمول کوکران استفاده شده است. همچنین از روش نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای برای انتخاب نمونه‌ها استفاده شده است. با توجه به اینکه تعداد کل زنان روستایی شهرستان میانه، که صاحب کسب‌وکارند، ۱۵۶ نفر بود، تعداد ۱۱۱ نفر برای نمونه تحقیق در نظر گرفته شد.

یافته‌های تحقیق

براساس یافته‌های تحقیق، ۹۵ درصد افراد متأهل و حدود ۵ درصد مجرد بودند. حدود ۷۰ درصد از زنان، پدری غیرکارآفرین و ۳۰ درصد پدری کارآفرین داشتند. از نظر وضعیت اقتصادی، ۲۱ درصد از افراد وضعیت اقتصادی ضعیفی در دوران کودکی داشتند و ۳۳ درصد متوسط، ۲۹ درصد خوب، و ۱۵ درصد وضعیت اقتصادی عالی داشتند. همچنین، تحصیلات بیشتر افراد مطالعه‌شده در حد ابتدایی بود. حدود ۵۱ درصد از افراد سابقه راه‌اندازی کسب‌وکاری را نداشته‌اند. سابقه کسب‌وکار افراد نشان می‌دهد اکثریت افراد مطالعه‌شده کمتر از ۵ سال در این زمینه سابقه داشتند و ۳۳ درصد از افراد سابقه‌ای بیش از ۵ سال در زمینه کسب‌وکار حاضر دارند. تأمین منابع مالی کسب‌وکار بیشتر از طریق وام انجام گرفته است. سرمایه‌گذاری خصوصی و شراکت به میزان ۲۰ درصد و منابع مالی شخصی و خانوادگی نیز به ترتیب ۱۶ و ۱۸ درصد بوده است. حدود ۲۳ درصد از کسب‌وکارهای زنان، خدماتی و ۲۱ درصد تولیدی هستند.

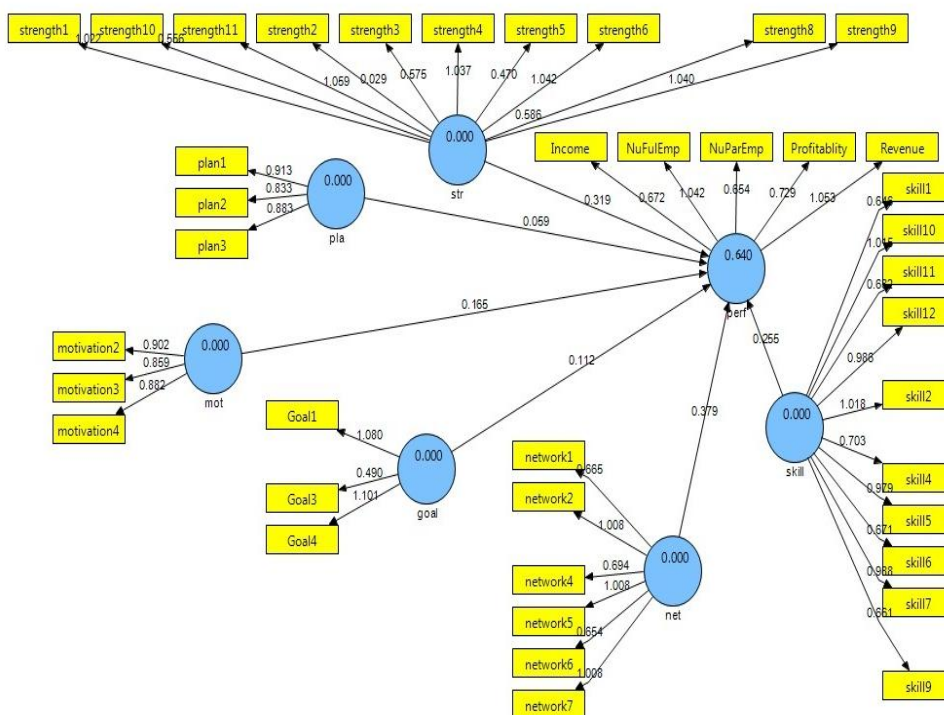
مدل‌یابی معادلات ساختاری

قبل از بررسی بخش اندازه‌گیری و ساختاری مدل معادلات ساختاری، برای اطمینان از طبقه‌بندی صحیح متغیرهای تحقیق، تحلیل عاملی متغیرها انجام شد. تحلیل عاملی به منظور پی بردن به متغیرهای زیربنایی یک پدیده یا تلخیص مجموعه‌ای از داده‌ها انجام می‌شود. با توجه به اینکه از تحلیل عاملی می‌توان تعداد عامل‌ها، میزان واریانس کل تبیین‌شده، و اشتراک‌های سؤالات را استخراج کرد، در این قسمت از تحقیق، هدف محاسبه میزان اشتراک‌ها و حذف سؤالات دارای اشتراک کم بود. نتایج تحلیل عاملی نشان داد که عوامل در نظر گرفته شده برای هر یک از متغیرها بیشترین همبستگی را با عامل خود داشته و با سایر عوامل ارتباط چندانی ندارند. بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت طبقه‌بندی عوامل به‌طور مناسب انجام شده است. در این پژوهش، نتایج بخش اندازه‌گیری نشان داد که همه متغیرها بار عاملی بزرگ‌تر از ۰/۴ دارند و عدد معناداری آن‌ها بزرگ‌تر ۱/۹۶ است که در این صورت می‌توان نتیجه گرفت بین

شاخص‌های عوامل و آن‌ها ارتباط معنادار وجود داشته و قابلیت تبیین متغیر متناظر را دارند. شکل ۲. نشان‌دهنده ضرایب استاندارد مدل است.

بخش ساختاری مدل

در بخش ساختاری، ارتباط متغیرهای پنهان با یکدیگر بررسی می‌شود. در این زمینه، بار عاملی بین متغیرها نشان‌دهنده میزان ارتباط و بیشتر بودن عدد معناداری دلیل وجود ارتباط معنادار بین متغیرها در سطح اطمینان ۹۵ درصد است. جدول ۲ نشان‌دهنده نتایج بخش ساختاری مدل است.

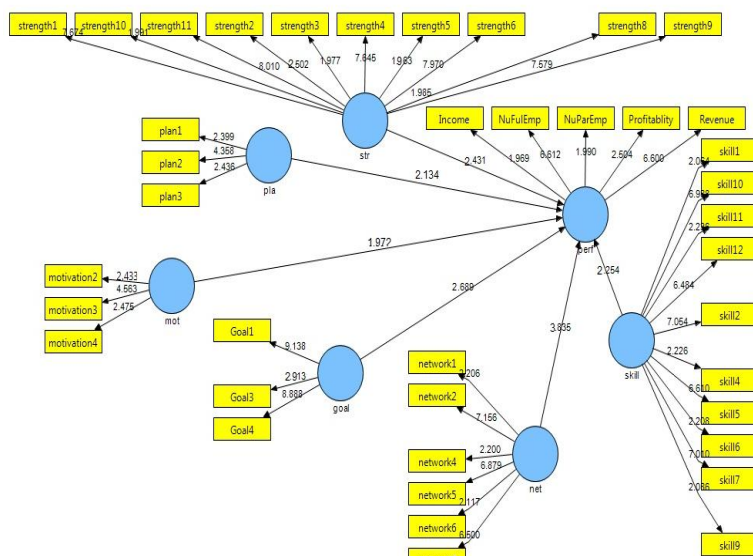


شکل ۲. ضرایب استاندارد مدل تحقیق

جدول ۲. بخش ساختاری مدل

| Statistics T | Error Standard | (O) Sample | Original |
|----------------|----------------|------------|---------------------|
| ۲,۶۸۹ | ۰,۱۹۲ | ۰,۱۱۲ | هدف- عملکرد |
| ۱,۹۷۲ | ۰,۲ | ۰,۱۶۵ | انگیزه- عملکرد |
| ۳,۸۳۵ | ۰,۲۷۴۹ | ۰,۳۷۹ | شبکه- عملکرد |
| ۲,۱۳۴ | ۰,۲۱۰۸ | ۰,۰۵۹ | برنامه‌ریزی- عملکرد |
| ۲,۲۵۴ | ۰,۳۲۷۸ | ۰,۲۵۵ | مهارت- عملکرد |
| ۲,۴۳۱ | ۰,۳۵۴۱ | ۰,۳۱۹ | قدرت رقابتی- عملکرد |
| R ² | | | ۰,۶۴ |

طبق نتایج ارائه شده در جدول ۲، ارتباط بین متغیر اهداف و عملکرد به میزان ۰/۱۱ است که با توجه به مقدار تی ۲/۶۸ این ارتباط معنادار است. همچنین، متغیر انگیزه کارآفرینان به میزان ۰/۱۶ با متغیر عملکرد آن‌ها ارتباط دارد و این میزان برای متغیر شبکه ۰/۳۷ است. داشتن توان برنامه‌ریزی در کسب‌وکار به میزان ۰/۰۵ با عملکرد ارتباط دارد که نشان‌دهنده ارتباطی در سطح پایین است. همچنین، مهارت‌های مختلف کسب‌وکار به میزان ۰/۲۵ با عملکرد ارتباط دارد و در نهایت داشتن نقاط قوت مختلف در کسب‌وکار یا مزیت رقابتی کسب‌وکار به میزان ۰/۳ با عملکرد ارتباط دارد. همه روابط در سطح اطمینان ۹۵ درصد با توجه به مقدار تی بزرگ‌تر از ۱/۹۶ معنادارند. شکل ۳ نشان‌دهنده مقادیر تی روابط مدل است.



شکل ۳. مقادیر تی

برازش کلی مدل تحلیل مسیر

برای محاسبه شاخص تناسب مدل در پی ال اس می توان از رابطه ۱ استفاده کرد:

$$GOF = \sqrt{\text{communality} \times \bar{R}^2}$$

$$GOF = \sqrt{0.9177 \times 0.64} = 0.76$$

با توجه به اینکه حداقل میزان قابل قبول برای سنجش این شاخص ۰.۳۶ است و امتیاز به دست آمده ۰.۷۶ می توان گفت مدل از برازش مناسب برخوردار است.

بحث و پیشنهادها

بر مبنای نتایج تحقیق، عملکرد کسب و کارهای کارآفرینانه زنان روستایی تحت تأثیر متغیرهای متعددی است. بر مبنای مدل استفاده شده در این تحقیق (لرنر و همکاران ۱۹۹۷)، متغیرهایی نظیر اهداف و انگیزه های کارآفرینان، توانایی برنامه ریزی، برخورداری از مهارت های کسب و کار، مزیت رقابتی کسب و کار، و نیز وضعیت شبکه های ارتباطی آن ها از جمله متغیرهای مهم هستند که می توانند تعیین کننده میزان عملکرد کسب و کارهای کارآفرینانه باشند. با توجه به داده های به دست آمده مشخص شد که عملکرد کسب و کارهای زنان روستایی مطالعه شده در این تحقیق نیز به طرز معناداری تابع این مدل بوده و می توان متغیرهای مستقل مورد نظر در این پژوهش را عواملی اثرگذار بر میزان عملکرد کسب و کارهای کارآفرینانه زنان روستایی مطالعه شده دانست. نتایج مدل بایبی معادلات ساختاری نیز تطبیق وضعیت متغیرهای اثرگذار بر عملکرد کسب و کارهای زنان مطالعه شده را با مدل استفاده شده در تحقیق تأیید کرد.

با دقت در یافته های تحقیق می توان دریافت که برخورداری زنان روستایی از اهداف و انگیزه های قوی، یکی از عوامل مهم و مؤثر بر میزان عملکرد کسب و کارها آن هاست. این وضعیت نشان می دهد که انگیزه قوی برای کارآفرینی و در نظر داشتن اهداف بلند، نه تنها عاملی مهم در راه اندازی کسب و کار از سوی کارآفرینان است، بلکه این عامل به نحو مؤثری عملکرد کسب و کار را نیز تحت تأثیر قرار می دهد. این نکته مؤید توجه به انگیزه ها و اهداف صاحبان کسب و کار و تلاش برای حفظ و تقویت آن در مسیر تداوم و توسعه کسب و کار است. همچنین، این یافته تأکیدی بر ضرورت تدوین و اجرای نظام های حمایتی مناسب برای تقویت انگیزه ها و اهداف مورد نظر صاحبان کسب و کار است. نتایج این تحقیق مبنی بر اهمیت اهداف و انگیزه های کارآفرینان به منزله یکی از عوامل توسعه و تقویت عملکرد کسب و کار با تحقیقات متعددی از جمله میرک زاده و بهرامی [۱۸]، گلرد [۱۳]، لرنر و همکاران [۳۰]، شانه و همکاران [۳۵]، و نواز [۳۲] همخوانی دارد.

با وجود تأکید نتایج تحقیق بر تأثیر معنادار اهداف و انگیزه‌های شخصی زنان و نیز برخورداری زنان از برخی ویژگی‌ها و قابلیت‌های شخصی و ظرفیت‌های خانوادگی به‌منزله عواملی مهم بر عملکرد کسب‌وکار آن‌ها، ارتباط بین سایر عوامل و متغیرها با میزان عملکرد کسب‌وکارهای زنان، گویای وجود تأثیر معنادار عوامل و شرایط محیطی و وجود شبکه‌ای از ارتباطات اجتماعی و فرصت‌های یادگیری بر عملکرد کسب‌وکار زنان روستایی است. این موضوع در تحقیقات احمدپور داریانی و همکاران [۳]، صابر [۸]، یعقوبی و موحدی [۲۰]، و لرنر و همکاران [۲۹] نیز تأکید شده است. بر این اساس، می‌توان گفت کارآفرینی زنان روستایی به طرز معناداری تابع بستر اجتماعی بوده و توسعه ظرفیت‌های کارآفرینانه بدون توجه به شرایط اجتماعی و حمایت اجتماعی از کارآفرینان به‌منزله افرادی مؤثر بر فرایند تغییرات اجتماعی اقتصادی روستا امکان‌پذیر نیست. بر این مبنا، پیشنهاد می‌شود با شناسایی زنان صاحب کسب‌وکار و کارآفرین در جوامع روستایی و تلاش برای معرفی آن‌ها به‌منزله الگوهای موفق در بین سایر زنان، زمینه‌سازی برای افزایش جایگاه اجتماعی زنان کارآفرین و جلب توجه اقشار مختلف جامعه به آن‌ها و به تبع آن بهبود حمایت‌های اجتماعی از زنان کارآفرین صورت گیرد. با توجه به نتایج این تحقیق مبنی بر نقش نظام یادگیری اجتماعی و نیز ارتباطات شبکه‌ای در بهبود سطح عملکرد کسب‌وکارهای زنان روستایی، توصیه می‌شود با تدارک برنامه‌های آموزشی و ترویجی برای زنان صاحب کسب‌وکار، ترویج فرهنگ کارآفرینی به‌منزله زمینه اصلی برای پیشبرد برنامه‌های توسعه کارآفرینی مد نظر قرار گیرد و با جلب مشارکت زنان صاحب کسب‌وکار در تشکیل و ساماندهی انجمن‌ها و گروه‌های فعال اجتماعی، به نحو مناسبی از این‌گونه ظرفیت‌های اجتماعی برای افزایش و بهبود فرصت‌های یادگیری و به تبع آن توسعه سرمایه‌های انسانی و اجتماعی در جامعه روستایی بهره‌گیری شود.

منابع

- [۱] آراستی، زهرا (۱۳۸۵). «زنان کارآفرین ایرانی، ساختارهای فرهنگی- اجتماعی مؤثر در ایجاد کسب‌وکارهای کارآفرینانه»، *مجله زن در توسعه و سیاست*، ش ۱۴، ص ۹۳-۱۲۰.
- [۲] آراستی، زهرا؛ اکبری جوکار، محمدرضا (۱۳۸۵). «بررسی شیوه‌های ارتباط شبکه‌ای زنان کارآفرین ایرانی و تأثیر آن در راه‌اندازی کسب‌وکار»، ش ۴، ص ۲۲-۵.
- [۳] احمدپور داریانی، محمود؛ نیک‌بین، حسین؛ کریمی، آصف (۱۳۹۱). «عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای فنی مهندسی کشاورزی استان زنجان»، *فصلنامه تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران*، ش ۴۲، ص ۵۳۵-۵۴۶.
- [۴] حیدری مکرر، حمید؛ محبی، زهرا (۱۳۹۱). «بررسی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در مناطق»، کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب‌وکارهای دانش‌بنیان.
- [۵] رازقندی، ناهدی؛ درانی، کمال (۱۳۸۸). «شناسایی عوامل فردی و محیطی مؤثر بر

- موفقیت کارآفرینان برتر استان تهران جهت ارائه الگوی آموزشی»، نشریه توسعه کارآفرینی، دوره ۲، ش ۶، ص ۳۹-۵۵.
- [۶] سلیمانی، عطیه (۱۳۹۱). «عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی در استان همدان»، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته ترویج و آموزش کشاورزی»، دانشکده کشاورزی دانشگاه بوعلی سینا، چاپ نشده.
- [۷] شهبازی، اسماعیل (۱۳۷۶). توسعه و ترویج روستایی، تهران: دانشگاه تهران.
- [۸] صابر، فیروزه (۱۳۸۵). «راه‌های توسعه کارآفرینی زنان در ایران، راهکارهای توانسازی زنان در راستای برابری اقتصادی، اجتماعی و سیاسی در ایران»، ص ۱۷۴-۱۷۶.
- [۹] فلاح جلودار، ربیع؛ فرج الله حسینی، سید جمال؛ حسینی، سید محمود؛ میردامادی، محمد (۱۳۸۶). «عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینی زنان روستایی شمال کشور»، فصلنامه روستا و توسعه، س ۱۰، ش ۴، ص ۸۷-۱۱۵.
- [۱۰] قلی پور، آرین؛ رحیمیان، اشرف (۱۳۸۸). «رابطه عوامل اقتصادی، فرهنگی، و آموزشی با توانمندسازی زنان سرپرست خانوار»، فصلنامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی، س ۱۱، ش ۴۰، ص ۳۰-۶۲.
- [۱۱] گلستانی، سید هاشم؛ سعادت‌مند، زهره؛ قلی‌زاده، آذر؛ رجائیان، محمد حسین؛ احتشامی، طیبه (۱۳۸۹). «عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان و دختران دانشجو»، کارآفرین ناب، ش ۱۲، ص ۶۱-۶۵.
- [۱۲] گلرد، پروانه (۱۳۸۴). «عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی زنان ایرانی»، مجله زن در توسعه و سیاست، ش ۱۱، ص ۱۰۱-۱۲۴.
- [۱۳] _____ (۱۳۸۴). «عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی زنان ایرانی»، پژوهش زنان، س ۳، ش ۲، ص ۱۰۱-۱۲۳.
- [۱۴] _____ (۱۳۸۸). «خانواده و راهکارهای توسعه کارآفرینی زنان ایرانی»، پژوهش زنان، س ۷، ش ۲۱، ص ۱۳۱-۱۴۹.
- [۱۵] گلیج، زهرا (۱۳۸۴). «کارآفرینی روستایی و توسعه پایدار»، ماهنامه سروش بانوان، ش ۶۳، ص ۱۲-۱۳.
- [۱۶] مرادی، گیتی (۱۳۹۰). «نقش زنان در فرایند توسعه روستایی»، دوهفته‌نامه پژوهشی-آموزشی-خبری و تحلیلی گیلان.
- [۱۷] موحد محمدی، حمید؛ لشگرآرا، فرزاد؛ کرکه‌آبادی، نیره (۱۳۸۵). «تحلیل جنسیتی و زنان روستایی»، ماهنامه جهاد، س ۲۶، ش ۲۷۳، ص ۲۶۶-۲۹۱.
- [۱۸] میرک‌زاده، علی‌اصغر؛ بهرامی، مجید (۱۳۸۹). «گسترش کارآفرینی زنان از طریق کاربرد ICT»، اولین کنفرانس بین‌المللی مدیریت و نوآوری.
- [۱۹] یعقوبی، جعفر (۱۳۸۷). «راهکارهایی تقویت کارآفرینی و حمایت از کارآفرینان از طریق تعاونی‌ها»، اولین همایش ملی تعاون و کارآفرینی.

- [۲۰] یعقوبی فرانی، احمد؛ موحدی، رضا (۱۳۹۱). «بررسی و تحلیل موانع و محدودیت‌های توسعه کارآفرینی زنان روستایی در ایران»، ماهنامه کار و جامعه، ش ۱۴۲، ص ۳۸-۵۰.
- [۲۱] _____ (۱۳۹۱). «بررسی و تحلیل موانع و محدودیت‌های توسعه کارآفرینی زنان روستایی در ایران»، مجله کار و جامعه، ش ۱۴۲، ص ۳۸-۵۰.
- [۲۲] یعقوبی فرانی، احمد؛ سلیمانی، عطیه؛ موحدی، رضا؛ فرزاد اسکندری (۱۳۹۲). «تأثیر عوامل آموزشی و نهادی بر کارآفرینی زنان روستایی (مورد مطالعه: استان همدان)»، توسعه کارآفرینی، دوره ۶، ش ۲، ص ۱۱۵-۱۳۴.
- [23] Aly, Y.H. and Quisi, I.A. (1996). "Determinants of women labor force participation in Kuwait: a logit analyses". *The Middle East Business and Economic Review*, 8(2):1-9.
- [24] Ambiga, S. & Ramasamy, M. (2013). "Rural Women Entrepreneurship-A Step towards Self Contained Economy", Tenth AIMS International Conference on Management, pp 6-9.
- [25] Bergmann Lichtenstein, B.M., Brush, C.G. (2001). How do "resource bundles" develop and change in new ventures? A dynamic model and longitudinal exploration. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 25 (spring), pp 37-58.
- [26] Hisrich R. & C. Brush (1998). "The woman entrepreneur: Management Skill and business problems", *Journal of small Business Management*, Vol.22, pp.30-37.
- [27] Gaglio, C.M., Katz, J.A.(2001). The psychological basis of opportunity identification: entrepreneurial alertness. *Small Business Economics*, 16 (2) pp 95-111.
- [28] Kantor, P. (2002). "Promoting Women s Entrepreneurship Development Based on Good Practice Programmes: Some Experience From *the North to the South*". ILO S in Focus Programme, Working paper, (9): p 79.
- [29] Lerner, M., Brush, C.G and Hisrich, R.D. (1995). "Factors affecting performance of Israeli women entrepreneurs: An examination of alternative perspectives". In: W.D. Bygrave, B.J. Bird, S. Bireley, N.C. Churchill, M. Tlay, R.H. Keeley, and W.E.Wetzel, Jr. (Eds), *Frontiers of Entrepreneurial Research*. pp 308-322. Boston, MA: Babson College.
- [30] Lerner M.; Brush C.; Hisrich R. (1997). "Israeli women entrepreneurs: an examination of factors affecting performance, *Journal of Business Venturing*, Volume 12, Number 4, pp 315-339 (25).
- [31] Morris, M. and Lewis, P. (1995). "The Determinants of Entrepreneurial [26] Activity: Implication for Marketing". *European Journal of Marketing*", 29(7).
- [32] Nawaz, F. (2009). "Critical Factors of Women Entrepreneurship Development in Rural Bangladesh". U.S.A: Bangladesh Development Research Center (BDRC).
- [33] OECD. (1998). "Fostering Entrepreneurship". Paris.
- [34] Ozkan, S. and Erdogan, Z., (2008). "The change that handicrafts of turkey have Gone Through", *the social science* 3: pp 41-44.
- [35] Shane, S. Locke, E. A. and Collins, C. J.(2003). Entrepreneurial motivation. *Human Resource Management Review*, 13 (3), pp 257-279.
- [36] Sidhu, K., and Kaur, S. (2006). "Development of Entrepreneurship among Rural women". *Journal of social science*, 13(2): pp 147-149.
- [37] Thomas, A.S. & Mueller, S.L. (2000). "A case for comparative entrepreneurship: Assessing the relevance of culture". *Journal of International Business Studies*, 31 (2), pp 287-301.