

فصلنامه روستا و توسعه، سال ۱۴، شماره ۴، زمستان ۱۳۹۰، صفحات ۱۴۷-۱۶۴

## ویژگی‌های شخصیتی و انگیزه‌های زنان خوداشتغال روستای کندوان

پیمان پوررجب میان‌دوآب، محمدرضا محمدی، و هدایت تاجیک\*

تاریخ دریافت: ۱۳۹۰/۷/۱۷ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۰/۱۲/۱۳

### چکیده

پژوهش حاضر، با هدف مطالعه ویژگی‌های شخصیتی و انگیزه‌های شروع کسب و کار در زنان خوداشتغال روستای کندوان، به روش توصیفی - پیمایشی در سال ۱۳۸۹ انجام شده است. بدین منظور، ۵۲ نفر از زنان خوداشتغال این روستا به صورت تمام‌شماری انتخاب شدند و از طریق پرسشنامه ساخت‌مند، اطلاعات مربوط به آنها گردآوری شد. نتایج تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد که زنان خوداشتغال، در ویژگی‌های مخاطره‌پذیری، کانون کنترل درونی، نیاز به موفقیت، خلاقیت و چالش‌طلبی، از میانگین بالاتر از حد متوسط و در ویژگی تحمل ابهام نیز از میانگین پایین‌تر از حد متوسط برخوردارند؛ همچنین، انگیزه‌های کمک به رفع بیکاری جامعه و کسب درآمد مستقل به صورت مهم‌ترین و کم‌اهمیت‌ترین محرک شروع خوداشتغالی عمل می‌کنند. با ارائه و گسترش آموزش‌های فنی و حرفه‌ای و کارآفرینی به زنان روستایی، می‌توان به ایجاد زمینه‌های توانمندسازی و نیز تقویت انگیزه‌های خوداشتغالی آنها کمک کرد.

کلیدواژه‌ها: خوداشتغالی / زنان روستایی / ویژگی‌های شخصیتی / انگیزه‌ها / کندوان (روستا).

\*\*\*

---

\* به ترتیب، نویسنده مسئول و کارشناس ارشد توسعه روستایی دانشگاه تهران (peyman.azar@gmail.com)؛ کارشناس ارشد توسعه روستایی دانشگاه تهران؛ و دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت کارآفرینی دانشگاه تهران.

## مقدمه

اشتغال و کارآفرینی زنان از اهرم‌های مؤثر در توسعه اقتصادی و مشارکت اجتماعی به- شمار می‌رود (نصیری، ۱۳۸۴: ۱۸۹). مشارکت زنان در بازار کار به کاهش نرخ باروری، افزایش سطح تولید، افزایش درآمد سرانه و در نتیجه، افزایش رفاه اجتماعی کل جامعه می‌انجامد (یزدخواستی و احمدی، ۱۳۸۶: ۲). فعالیت‌های اقتصادی زنان و روی آوردن آنها به فعالیت‌های کارآفرینانه بر دو گونه است: بر پایه ضرورت یا بر پایه فرصت، که البته در کشورهای توسعه‌یافته، بیشتر بر پایه فرصت و در کشورهای رو به توسعه، بیشتر بر پایه ضرورت است. به هر روی، هر دو گروه کارآفرینان به دلایل گوناگون از جمله بیکاری و کاهش دستمزدها وارد عرصه کارآفرینی می‌شوند (گلرد، ۱۳۸۶: ۲۰۴).

امروزه، گردشگری به‌مثابه ابزار مکمل برای تجدید ساختار اقتصادی و اجتماعی نواحی روستایی به حساب می‌آید (Briedenhann and Wickens, 2004: 71). از آنجا که اغلب کسب و کارهای گردشگری (مانند تهیه غذا و صنایع دستی) مختص زنان است، گردشگری روستایی می‌تواند در کارآفرینی زن روستایی مؤثر باشد (ATSI, 1996: 56). زنان به دلایلی مشابه با مردان وارد کارآفرینی می‌شوند، دلایلی که از آن جمله‌اند: بهبود شرایط زندگی خود و خانواده، پیشرفت در زندگی و توسعه دوره شغلی، و استقلال مالی (Global Entrepreneurship Monitor, 2010: 35).

بر طبق نتایج سرشماری ۱۳۸۵، نرخ بیکاری مناطق روستایی ۱۴/۷۴ درصد و نرخ مشارکت نیروی کار ۴۰/۸۵ درصد است (مرکز آمار ایران، ۱۳۸۵). نتایج طرح آمارگیری نیروی کار تابستان ۱۳۹۰ نیز نشان‌دهنده نرخ پایین‌تر مشارکت اقتصادی در میان زنان (۱۲/۴ درصد) نسبت به مردان (۶۱/۳ درصد) و در نقاط شهری (۳۵/۵ درصد) نسبت به نقاط روستایی (۴۱/۱ درصد) و نیز نرخ بیشتر بیکاری در میان زنان (۲۰ درصد) نسبت به مردان (۹/۳ درصد) و در نقاط شهری (۱۲/۵ درصد) نسبت به نقاط روستایی (۷/۶ درصد) است؛ همچنین، بررسی اشتغال به تفکیک جنسیت در بخش‌های عمده اقتصادی نشان می‌دهد که سهم زنان از اشتغال در بخش کشاورزی نسبت به مردان بیشتر است (۳۱ درصد زنان در مقایسه با ۱۸/۱ درصد مردان) و سهم زنان از اشتغال در

بخش صنعت نیز نسبت به مردان بیشتر است (۳۴/۷ درصد زنان در مقایسه با ۲۲/۹ درصد)؛ همچنین، سهم مردان از اشتغال در بخش خدمات اندکی بیش از زنان است (۴۷/۱ درصد مردان در مقایسه با ۴۶/۲ درصد زنان) (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۰: ۵-۶). از این رو، شناخت ویژگی‌های شخصیتی، انگیزه‌های شروع کارآفرینی و مجموعه عواملی که مشارکت هر چه بیشتر زنان ایرانی در فعالیتهای کارآفرینی و خوداشتغالی را موجب می‌شود، ضروری به نظر می‌رسد.

پژوهش حاضر در پاسخ به دو پرسش زیر صورت گرفته است:

- ۱- وضعیت هر کدام از ویژگی‌های شخصیتی (ویژگی‌های کارآفرینی) زنان خوداشتغال روستای کندوان چگونه است؟
- ۲- چه انگیزه‌هایی سبب ورود زنان خوداشتغال روستای کندوان به کسب و کار می‌شود؟

### پیشینه تحقیق

نتایج تحقیق سایمونین نشان می‌دهد که اکثر زنان کارآفرین از ویژگی‌های خوداتکایی، استقلال‌طلبی، انعطاف‌پذیری، کانون کنترل درونی و مخاطره‌پذیری برخوردارند (Simonin, 2006؛ به نقل از: گلرد، ۱۳۸۶: ۲۷۸). همچنین، بر اساس نتایج برخی دیگر از پژوهش‌ها، مهم‌ترین انگیزه‌های زنان برای آغاز کسب و کار عبارت‌اند از تلاش برای گسترش توسعه شغلی، انتظارات عملکردی از شغل خود، فرایند شناسایی فرصت‌های شغلی، رضایت شغلی، علایق شخصی، خودشکوفایی<sup>(۱)</sup>، و خودتصمیم‌سازی<sup>(۲)</sup> (Brush et al., 2006; Van Stel et al., 2003; Georgellis and Wall, 2004; Jurik ) (1998; Buttner and Moore, 1997).

بر اساس نتایج تحقیقات بنیاد کافمن<sup>(۳)</sup> در ایالات متحده روی ۵۴۹ زن و مرد کارآفرین در سال‌های ۲۰۰۸ و ۲۰۰۹، عمده‌ترین راه‌های تأمین منابع مالی زنان و مردان کارآفرین برای آغاز کسب و کار عبارت‌اند از: پس‌انداز شخصی<sup>(۴)</sup> (زنان ۶۸ درصد و مردان ۶۱)، شریک کاری<sup>(۵)</sup> (زنان ۲۹ درصد و مردان ۱۶ درصد)، وام بانکی<sup>(۶)</sup> (زنان ۲۲

درصد و مردان ۱۷ درصد)، و خانواده و دوستان (زنان ۲۰ درصد و مردان ۱۸ درصد) (7: Cohoon et al., 2010); همچنین، مهم‌ترین انگیزه‌های شروع کسب و کار عبارت‌اند از: سرمایه‌گذاری روی ایده کسب و کار و عملیاتی کردن آن (زنان ۷۳ درصد و مردان ۷۱ درصد)، انباشت سرمایه (زنان ۷۶ درصد و مردان ۷۳ درصد)، ایجاد کسب و کار متعلق به خود (زنان ۷۰ درصد و مردان ۶۵ درصد)، خویش‌فرمایی<sup>(۷)</sup> و کار نکردن برای دیگری (زنان ۷۰ درصد و مردان ۶۰ درصد)، و وجود مدل‌های نقش خانواده یا دوستان کارآفرین (زنان ۵۵ درصد و مردان ۴۰ درصد) (5: ibid).

نتایج تحقیقات گلرد (۱۳۸۶) نیز نشان می‌دهد که از ویژگی‌های شخصیتی زنان کارآفرین ایرانی می‌توان نیاز به موفقیت، خلاقیت، انعطاف‌پذیری، استقلال‌طلبی و مخاطره‌پذیری و همچنین، از انگیزه‌های مؤثر آنها می‌توان دستیابی به رضایت شغلی، کسب قدرت و اعتبار در جامعه، و نیاز اقتصادی را یادآور شد (گلرد، ۱۳۸۶: ۲۸۵-۲۸۸).

### چارچوب نظری

کارآفرینی مفهومی است که از آغاز خلقت بشر، با او همراه بوده است، چنان‌که آغازگر آن را ابزارسازی و کشاورزی دانسته‌اند. ادبیات کارآفرینی را نخست، اقتصاددانان مطرح کردند (32: Anderson et al., 2001). دانشکده بازرگانی هاروارد کارآفرینی را روش مدیریت فرصت‌های در حال گذر می‌داند (28: Forter, 2006). فرصت کارآفرینی یک فرصت غیرقابل‌پیش‌بینی به‌مثابه فرصت اقتصادی است که تاکنون ارزش‌گذاری نشده است (75: Alvarez and Busenitz, 2001).

از نظر شومپتر<sup>(۸)</sup>، کارآفرین<sup>(۹)</sup> شخصیتی مخاطره‌پذیر است که فرصت و امکان خلق روش‌ها و فنون جدید، سازمان‌دهی و یا توسعه منابع جدید را به‌خوبی تشخیص می‌دهد (متوسلی، ۱۳۸۴: ۲۸۵). به باور پیتز دراکر<sup>(۱۰)</sup>، کارآفرین کسی است که یک فعالیت اقتصادی کوچک و جدید را با سرمایه خود شروع می‌کند (هزارجریبی، ۱۳۸۴: ۱۴).

- همچنین، کارآفرین کسی است که فرصت‌های بازار را درک و برای استفاده از آن فرصت‌ها، سرمایه و دارایی لازم را فراهم می‌آورد (ربانی و انصاری، ۱۳۸۴: ۱۲۱).
- ویژگی‌های کارآفرینان دربرگیرنده طیفی گسترده است که با عملکرد کارآفرینانه ارتباط دارد (مقیم، ۱۳۸۳: ۷۹). مهم‌ترین این ویژگی‌ها عبارت‌اند از:
- ۱- نیاز به موفقیت<sup>(۱۱)</sup>: در ۱۹۶۰، مک‌کله‌لند<sup>(۱۲)</sup> کلید رشته‌رفتارهای کارآفرینانه را در انگیزه‌های موفقیت می‌داند. از نظر وی، نیاز به موفقیت محرکی است که فرد را وادار به صرف زمان قابل ملاحظه می‌کند تا چگونگی انجام کار یا چیزی مهم به بهترین نحو را دریابد. مک‌کله‌لند چنین شخصیتی را توفیق‌طلب بزرگ می‌نامد (Chell, 2008: 88).
  - ۲- کانون کنترل<sup>(۱۳)</sup>: این مفهوم را روتر، در ۱۹۶۶، در نظریه یادگیری اجتماعی جای داد. کانون کنترل بدین معنی است که به باور مردم، پیامد رویدادها در درون (کنترل درونی) یا در ورای کنترل شخصی (کنترل بیرونی) آنهاست (Harper, 2003: 39).
  - ۳- مخاطره‌پذیری<sup>(۱۴)</sup>: مخاطره‌پذیری به حالتی گفته می‌شود که فرد برای انجام کاری یا پذیرش مسئولیتی با وجود احتمال شکست در آن اعلام آمادگی می‌کند (Burns, 2001: 3).
  - ۴- تحمل ابهام<sup>(۱۵)</sup>: از نظر نایت<sup>(۱۶)</sup> در ۱۹۲۱، ابهام حقیقت اساسی زندگی است. تحمل ابهام (عدم قطعیت) به معنی اتخاذ تصمیمات قاضی‌گونه در برخورد با مخاطرات کسب و کارهایی است که غیرقابل محاسبه و غیرقابل اطمینان است (Wennekers et al., 2005: 8).
  - ۵- خلاقیت<sup>(۱۷)</sup>: خلاقیت همانا توانایی خلق افکار جدید است، افکاری که ممکن است به تولیدها یا خدمات جدید بینجامد (Edward, 2003).
  - ۶- چالش‌طلبی<sup>(۱۸)</sup>: این ویژگی شخصیتی در کارآفرینان نقش برانگیزاننده و تشویق‌کننده آنها برای ورود به حوزه‌های ناشناخته کسب و کار را دارد (احمدی، ۱۳۸۷: ۴۵). چالش‌ها عبارت‌اند از فرصت‌هایی که به شکل یک کار یا وظیفه

ظاهر شده، موجب شکوفایی ویژگی‌ها و مهارت‌های بالقوه و ارزشمند می‌شوند. پیتراکرا کارآفرینی را بر محوریت چالش‌طلبی تعریف کرده و از نظر وی، کارآفرینی به معنی جستجوی دائمی برای تغییر، واکنش در برابر آن و بهره‌برداری از آن به‌مثابه یک فرصت است (پوررجب میاندوآب، ۱۳۸۸: ۷۵).

امروزه، با رشد کسب و کار در میان زنان، این پرسش پیش آمده است که «زنان با چه انگیزه‌هایی وارد کسب و کار می‌شوند؟». در ادبیات کلاسیک کارآفرینی، از دلایلی مشابه مردان برای زنان سخن به میان می‌آید؛ مانند نیاز به استقلال بیشتر، چالش‌طلبی، و بهبود فرصت‌های اقتصادی. اما تحقیقات چند دهه اخیر آشکار کرده است که زنان کارآفرین در زمان بیکاری یا مواجه شدن با مشکلات پیدا کردن کار، خوداشتغالی را آغاز کرده‌اند (Hughes, 2006: 7-9). احتمالاً زنان بیش از مردان، برای تعادل کار-خانواده<sup>(۱۹)</sup>، خوداشتغالی را آغاز می‌کنند (Brush et al., 2006). در تحقیقات، زنان آرزوی انعطاف‌پذیری<sup>(۲۰)</sup> و تعادل کار-خانواده را دلیل آغاز کسب و کار خود بیان کرده‌اند (Boden, 1999; Carter et al., 2003). جایگاه والدین نقشی مهم در آرزوهای زنان برای روی آوردن به خوداشتغالی بازی می‌کند (Birley, 1989: 35). زنان کارآفرین نسبت به مردان از کسب و کار خود انتظارات کمتری دارند: اول آنکه انتظار زنان برای سود و استخدام کارکنان کمتر است، زیرا کمتر با انگیزه کسب درآمد و بیشتر برای رسیدن به سایر اهداف، کسب و کار را آغاز می‌کنند (Brush, 1992: 11)؛ دوم آنکه اطمینان مردان به برخورداری از قابلیت‌های کارآفرینی خود نسبت به زنان باعث اشکال متنوع انتظارات در کسب و کار می‌شود؛ سوم آنکه زنان کارآفرین به انجام انواع کسب و کارهایی تمایل نشان می‌دهند که درآمد و رشد بالقوه کمتری دارد و در نتیجه، انتظارات زنان کارآفرین کمتر از مردان است؛ چهارم آنکه احتمال محدودسازی توسعه کسب و کار در مورد زنان کارآفرین بیشتر است، زیرا می‌خواهند اطمینان حاصل کنند که این تنوع بر زندگی خصوصی آنها تأثیر نمی‌گذارد (Cliff, 1998: 528)؛ و سرانجام، پنجم آنکه زنان کارآفرین کسب و کارهای کوچک‌مقیاس را آغاز می‌کنند و از این‌رو، معمولاً از میزان انتظارات اولیه آنها در کسب‌وکار کاسته می‌شود (Anna et al., 2000: 283).

نظریه توقع یا انتظار<sup>(۲۱)</sup> یک چارچوب مهم نظری برای توضیح انگیزه انسانی است. مفهوم توقع اساس رفتار بشری را تشکیل می‌دهد. در این نظریه، فرض بر این است که کنش یا عمل زمانی به وقوع خواهد پیوست که فردی باور داشته باشد تلاش‌های او به عملکردی موفق و در پی آن، به نتایج معین یا نتایجی همراه با ارزش مثبت و مستقیم برای او خواهد انجامید (Olson et al., 1996: 215). در نظریه توقع، انگیزه بر اساس سه رابطه بیان می‌شود: توقع یا احتمال ذهنی، مبنی بر آنکه تلاش‌ها به نتیجه یا عملکرد منجر خواهد شد؛ قابلیت یا ظرفیت<sup>(۲۲)</sup>، که به صورت اهمیت، جذابیت، محبوبیت یا رضایت مورد انتظار همراه با نتایج تفسیر می‌شود؛ و سودمندی<sup>(۲۳)</sup>، یا ارتباط میان یک نتیجه و نتیجه دیگر (ibid: 216).

### روش‌شناسی

پژوهش حاضر از جهت ماهیت و روش، توصیفی و از نظر بررسی متغیرها، از نوع سنجش تفاوت و اولویت‌بندی میانگین‌هاست؛ از لحاظ هدف نیز به دلیل قابل اجرا بودن آن، کاربردی به‌شمار می‌رود.

در بخش اول، متغیرهایی نظیر وضعیت سنی، تحصیلات، وضعیت تأهل، تجربه قبلی راه‌اندازی کسب و کار، دارا بودن گواهی مهارت فنی و حرفه‌ای و کارآفرینی، میزان تردد به شهر در هفته، منابع مالی برای شروع کسب و کار، و نوع کسب و کار مورد پرسش قرار گرفت.

همچنین، در بخش دوم، برای سنجش ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان، پرسشنامه-ای شامل سی سؤال پنج‌گزینه‌ای در طیف لیکرت (کاملاً موافقم، موافقم، نظری ندارم، مخالفم، کاملاً مخالفم) تنظیم و به ترتیب، با امتیازدهی ۵، ۴، ۳، ۲، ۱ در نظر گرفته شد. در متغیر تحمل ابهام، امتیازدهی به صورت معکوس ۱، ۲، ۳، ۴، ۵ انجام شده است<sup>(۲۴)</sup>. برای پی بردن به انگیزه‌های شروع کسب و کار در زنان خوداشتغال نیز پرسشنامه‌ای با هفت عبارت (انگیزه) در طیف لیکرت (خیلی زیاد، زیاد، متوسط، کم، خیلی کم) تنظیم و به ترتیب، با نمره‌دهی ۵، ۴، ۳، ۲، ۱ مرتب شد.

### تجزیه و تحلیل داده‌ها

به منظور تحلیل داده‌ها بر حسب مورد برای پرسش اول، از آزمون t تک‌نمونه‌ای و برای رتبه‌بندی میانگین‌ها، از آزمون فریدمن استفاده شده است. در پرسش دوم، از آماره‌های توصیفی نظیر میانگین و انحراف معیار بهره‌برده‌ایم.

### یافته‌های پژوهش

یافته‌های بخش اول پژوهش در زمینه متغیرهای مورد مطالعه به شرح زیر است:

سن: ترکیب سنی زنان کارآفرین در هفت رده سنی نشان می‌دهد که محدوده سنی چهارده نفر (۲۶/۹ درصد) ۲۰ تا ۲۴ سال، ده نفر (۱۹/۲ درصد) ۲۵ تا ۲۹ سال، ده نفر (۱۹/۲ درصد) ۳۰ تا ۳۴ سال، شش نفر (۱۱/۵ درصد) ۳۵ تا ۳۹ سال، چهار نفر (۷/۷ درصد) ۴۰ تا ۴۴ سال، و دو نفر (۳/۸ درصد) نیز ۵۰ تا ۵۴ سال است.

تحصیلات: بررسی وضعیت تحصیلی زنان کارآفرین نشان می‌دهد که سطح تحصیلات ۳۸ نفر (۷۳/۱ درصد) ابتدایی، ده نفر (۱۹/۲ درصد) راهنمایی، و چهار نفر (۸ درصد) نیز متوسطه است؛ و در میان آنها، افراد دارای تحصیلات عالی دیده نمی‌شود.

وضعیت تأهل: نگاهی به وضعیت تأهل زنان کارآفرین نشان می‌دهد که ۳۵ نفر (۶۷ درصد) متأهل و هفده نفر (۳۳ درصد) مجرد بوده‌اند.

تجربه قبلی راه‌اندازی کسب و کار: بر اساس بررسی‌های انجام‌شده، تنها هشت نفر (۱۵/۴ درصد) دارای تجربه قبلی راه‌اندازی کسب و کار بوده و سایر افراد شامل ۴۴ نفر (۸۴/۶ درصد) تجربه قبلی نداشته‌اند.

گواهی مهارت فنی و حرفه‌ای: اطلاعات به دست آمده از زنان کارآفرین نشان می‌دهد که یازده نفر (۲۱ درصد) در دوره‌های مهارت فنی و حرفه‌ای شرکت و گواهی مربوط را دریافت کرده و ۴۱ نفر (۷۹ درصد) نیز گواهی مهارت فنی و حرفه‌ای نداشته‌اند.



گواهی کارآفرینی: اطلاعات به دست آمده از زنان خوداشتغال نشان می‌دهد که هیچ-کدام از آنها دارای گواهی شرکت در دوره‌های راه‌اندازی کسب و کار (کارآفرینی) نیستند.

تردد به شهر: پاسخ‌های اخذ شده نشان می‌دهد که دو نفر (۴ درصد) با چهار بار و هفت نفر (۱۳ درصد) با سه بار تردد در هفته بیشترین میزان تردد به شهر را دارند؛ در همین حال، پانزده نفر (۲۹ درصد) با دو بار و ۲۸ نفر (۵۴ درصد) با یک بار تردد به شهر در هفته، در رده‌های بعدی قرار دارند.

منابع مالی برای شروع کسب و کار: بر اساس اطلاعات به دست آمده، منابع مالی برای شروع کسب و کار ۳۶ نفر (۶۹/۲ درصد) پس‌انداز شخصی، ده نفر (۱۹/۲ درصد) کمک‌های مالی خانواده و دوستان، و شش نفر (۱۱/۵ درصد) نیز اخذ وام از بانک یا مؤسسات اعتباری بوده است.

نوع کسب و کارهای زنان کارآفرین: بر اساس اطلاعات به دست آمده، نوع کسب و کار ۲۵ نفر (۴۸ درصد) قالی‌بافی، گلیم‌بافی، حصیربافی، و جوراب و شال‌بافی، دوازده نفر (۲۳ درصد) نان و غذاهای سنتی، ترشی، و لبنیات، یازده نفر (۲۱ درصد) خشکبار، و چهار نفر (۸ درصد) نیز سفال‌گری و عروسک‌سازی بوده است.

### فرضیات تحقیق

در بخش دوم، فرضیات تحقیق در قالب دو پرسش مطرح شده است:

۱- وضعیت هر کدام از ویژگی‌های شخصیتی (ویژگی‌های کارآفرینی) زنان خوداشتغال روستای کندوان چگونه است؟

برای مشخص شدن چگونگی کارآفرینی و مؤلفه‌های آن، از آزمون t تک‌نمونه‌ای استفاده شد.

جدول ۱- میانگین و انحراف استاندارد و نتایج آزمون t تک‌نمونه‌ای زنان خوداشتغال در هر کدام از ویژگی‌های شش‌گانه کارآفرینی

ویژگی‌های شخصیتی	میانگین	انحراف معیار	t	معنی‌داری
مخاطره‌پذیری	۱۸/۳۴	۳/۰۶	۴۳/۱۳	۰/۰۵
کانون کنترل درونی	۲۰/۱۱	۶/۵۳	۲۲/۲۰	۰/۰۵
نیاز به موفقیت	۲۰/۶۱	۳/۲۶	۴۵/۵۰	۰/۰۵
خلاقیت	۱۹/۸۰	۳/۶۷	۳۸/۸۸	۰/۰۵
تحمل ابهام	۹/۸۸	۴/۵۳	۱۵/۷۱	۰/۰۵
چالش‌طلبی	۱۸/۸۸	۴/۲۷	۳۱/۸۳	۰/۰۵
کارآفرینی	۱۰۷/۶۵	۱۳/۵۵	۵۷/۲۹	۰/۰۵

منبع: یافته‌های تحقیق

در جدول ۱، میانگین ویژگی‌های شش‌گانه یا همان مؤلفه‌های کارآفرینی و نیز میانگین کل پرسشنامه، که نمایانگر کارآفرینی به‌طور کلی است، آمده است. همان‌گونه که در جدول ۱ مشاهده می‌شود، بالاترین میانگین مربوط به نیاز به موفقیت (۲۰/۶۱) و کانون کنترل درونی (۲۰/۱۱) در مقایسه با سایر ویژگی‌هاست؛ و کمترین مقدار نیز مربوط به ویژگی تحمل ابهام (۹/۸۸) است. از سوی دیگر، میزان کارآفرینی که میانگین کل پرسشنامه است، برابر با ۱۰۷/۶۵ به‌دست آمده است. آزمون t تک‌نمونه‌ای مشخص کرده است که بین میانگین کارآفرینی و حد متوسط هر پرسشنامه که ۹۰ است (با توجه به پنج‌درجه‌ای بودن هر سؤال و نمره ۳ به عنوان نمره متوسط و نیز سی سؤالی بودن پرسشنامه) تفاوت معنی‌دار وجود دارد ( $p < 0/05$ ). به دیگر سخن، کارآفرینی زنان خوداشتغال بالاتر از حد میانگین است. همچنین، بر اساس نتایج آزمون t تک‌نمونه‌ای، تفاوت بین میانگین هر کدام از مؤلفه‌های کارآفرینی و حد میانگین هر مؤلفه که ۱۵ است (با توجه به پنج سؤالی بودن هر مؤلفه و میانگین نمره ۳ در هر سؤال) معنی‌دار است. با دقت در جدول ۱ درمی‌یابیم که میانگین تحمل ابهام پایین‌تر از حد متوسط و میانگین پنج مؤلفه دیگر به‌گونه‌ای معنی‌دار بالاتر از حد متوسط است ( $p < 0/05$ ).

برای تعیین اهمیت ویژگی‌ها، میانگین ویژگی‌های کارآفرینی بر اساس آزمون فریدمن رتبه‌بندی شده و در نتیجه، ویژگی‌های مهم به ترتیب رتبه بدین صورت مشخص شده است: نیاز به موفقیت (۴/۵۴)، خلاقیت (۴/۱۳)، کانون کنترل درونی (۳/۸۱)، چالش‌طلبی (۳/۷۱)، مخاطره‌پذیری (۳/۴۶)، و تحمل ابهام (۱/۳۵)؛ و آزمون فریدمن این تفاوت‌ها را معنی‌دار نشان داد ( $p < 0/05$ ).

#### جدول ۲- نتایج آزمون تحلیل واریانس فریدمن درباره ویژگی‌های کارآفرینی زنان خوداشتغال

کی‌دو محاسبه شده	درجه آزادی	سطح معنی‌داری	میزان خطا	نتیجه آزمون
۹۸/۲۰	۵	۰/۰۰۰	۰/۰۵	عدم پذیرش H.

منبع: یافته‌های تحقیق

۲- چه انگیزه‌هایی سبب ورود زنان خوداشتغال روستای کندوان به کسب و کار می‌شود؟

برای شناخت مهم‌ترین انگیزه‌های شروع کسب و کار، از آماره‌های توصیفی نظیر میانگین و انحراف معیار استفاده شده است.

#### جدول ۳- آمار توصیفی مهم‌ترین انگیزه‌های شروع کسب و کار در زنان خوداشتغال روستای کندوان

ردیف	انگیزه	میانگین	انحراف معیار
۱	کمک به رفع بیکاری جامعه	۶/۰۷	۹/۷
۲	ارتقای پایگاه اجتماعی	۵/۰۷	۸/۱۶
۳	فرار از بیکاری شخصی	۴/۸۸	۱/۰۸
۴	کمک به بهبود شرایط زندگی خانوادگی	۴/۴۳	۰/۸۸
۵	تلاش برای رسیدن به اهداف و برنامه‌های آینده خود	۴/۳۰	۰/۷۸
۶	استقلال‌طلبی و اتکا به خود	۳/۹۲	۱/۱۸
۷	کسب درآمد مستقل	۳/۹۲	۸/۹۶

منبع: یافته‌های تحقیق

همان‌گونه که در جدول ۳ مشاهده می‌شود، انگیزه «کمک به رفع بیکاری جامعه» با میانگین ۶/۰۷ مهم‌ترین محرک شروع کسب و کار بوده است؛ به دنبال آن، «ارتقای پایگاه اجتماعی» (۵/۰۷) و «فرار از بیکاری شخصی» (۴/۸۸) در رده‌های دوم و سوم قرار دارند؛ همچنین، سه انگیزه بعدی شامل «بهبود شرایط زندگی خانوادگی» (۴/۴۳)، «تلاش برای رسیدن به اهداف و برنامه‌های آینده خود» (۴/۳۰)، و «استقلال‌طلبی و اتکا به خود» (۳/۹۲) بوده و «کسب درآمد مستقل» (۳/۹۲) نیز در آخرین رده انگیزه‌های خوداشتغالی ذکر شده است.

### نتیجه‌گیری

در جامعه روستایی، زنان با انجام فعالیت در درون و بیرون منزل نقشی مهم در روند توسعه روستایی بر عهده دارند. می‌توان از گردشگری روستایی به‌مثابه ابزاری برای افزایش اشتغال محلی و بهبود کیفیت زندگی جامعه روستایی سود جست. چنان‌که نتایج پژوهش حاضر نشان می‌دهد:

- زنان خوداشتغال در ویژگی‌های نیاز به موفقیت، کانون کنترل درونی، خلاقیت، چالش‌طلبی، و مخاطره‌پذیری میانگین بالاتر (از حد متوسط) دارند و در ویژگی تحمل ابهام از کمترین میانگین برخوردارند. در مجموع، میانگین کارآفرینی زنان خوداشتغال بالاتر از حد متوسط است. در رتبه‌بندی میانگین‌ها نیز نیاز به موفقیت و تحمل ابهام، به ترتیب، مهم‌ترین و کم‌اهمیت‌ترین ویژگی‌های زنان مورد بررسی شناخته شده‌اند، که با نتایج تحقیقات سایمونین (Simonin, 2006) و گلرد (۱۳۸۶) همخوانی دارد.

- بر اساس بررسی انگیزه‌های شروع کسب و کار، انگیزه‌های کمک به رفع بیکاری و کسب درآمد مستقل، به ترتیب، مهم‌ترین و کم‌اهمیت‌ترین محرک شروع کسب و کار بوده، که به‌نوعی تاییدی بر نتایج تحقیقات براش (Brush, 1992) و باتنر و مور (Buttner and Moore, 1997) و نیز نتایج تحقیق گلرد (۱۳۸۶) در ایران است.

- همچنین، پس‌انداز شخصی مهم‌ترین منبع مالی محرک شروع کسب و کار بوده، که نتایج این یافته نیز منطبق بر نتایج تحقیق بنیاد کارآفرینی کافمن در آمریکاست.
- انتظارات زنان از شروع کسب و کار با مردان متفاوت است؛ زنان خوداشتغال می‌کوشند میان نیازهای خانواده و کار تعادل برقرار کنند. از این‌رو، ماهیت خانگی و کوچک‌مقیاس بودن کسب و کارهای زنان نمایانگر این موضوع است که: ۱- زنان در راه‌اندازی کسب و کار انتظارات و انگیزه‌های دیگری غیر از کسب سود و درآمد مستقل را نیز برای خود متصورند، انگیزه‌هایی مانند: کسب پایگاه اجتماعی، رضایت شغلی، خودتصمیم‌گیری، بهبود شرایط زندگی خانوادگی، و رسیدن به آرزوها و برنامه‌های خود؛ و ۲- مشاغل خوداشتغال سنتی می‌تواند در بالفعل کردن این احتمال ذهنی مؤثر است که تلاش‌های این قشر به نتیجه مورد علاقه بینجامد، چرا که این مشاغل با حمایت‌های عاطفی، اجتماعی و اقتصادی خانواده و دوستان است؛ و از این‌رو، چه‌بسا نتیجه مثبت حاصل از موفقیت شغلی در زندگی خانوادگی نیز بسیار مؤثر باشد.
- ورود زنان روستایی به عرصه کارآفرینی و خوداشتغالی نیازمند زمینه‌های مساعد فرهنگی، اقتصادی و آموزشی است، به‌گونه‌ای که وجود موانع اجتماعی و فرهنگی در کشورهای در حال توسعه و از آن جمله باور غلط مبنی بر عدم مشارکت زنان در فعالیت‌های اقتصادی و تأکید بر نقش‌ها و مشاغل مبتنی بر جنسیت از عوامل کاهش انگیزه به‌شمار می‌رود. زن روستایی از سنین پایین در فعالیت‌های اجتماعی و اقتصادی محیط روستایی مشارکت می‌کند؛ و بنابراین، تقویت انگیزه‌ها، ویژگی‌های شخصیتی و اهداف آنها از دوران کودکی ضروری است. در همین راستا، می‌توان با توجه به راهکارهای پیشنهادی زیر، به ایجاد انگیزه‌های خوداشتغالی پرداخت:
- توانمندسازی زنان با ارائه آموزش‌های فنی و حرفه‌ای و کارآفرینی و نیز گسترش این آموزش‌ها به نقاط روستایی؛
- گنجاندن دروس مرتبط با مفاهیم کارآفرینی، فنی و حرفه‌ای، آشنایی با مشاغل در کتاب‌های مقاطع پایین‌تر تحصیلی و معرفی توان‌ها و قابلیت‌های محیط روستایی برای ایجاد اشتغال پایدار و متنوع؛

- معرفی چهره‌های برتر کارآفرینی و خوداشتغالی زنان در قالب جشنواره‌های ملی، استانی و شهرستانی، و روستایی با توجه ویژه به زنان خوداشتغال روستاهای کشور؛
- بازدید سازمان‌یافته دانش‌آموزان در قالب اردوهای آموزشی از نقاط روستایی دارای زنان خوداشتغال و کارآفرین و از این رهگذر، تقویت انگیزه‌های خوداشتغالی در دانش‌آموزان؛
- تسهیل دریافت منابع مالی برای زنان خلاق و صاحب ایده روستایی با تأکید بر راه‌اندازی کسب و کارهای کوچک و خانگی؛ و
- حمایت‌های بیمه‌ای و بازاریابی محصولات زنان خوداشتغال روستایی به منظور تقویت ویژگی مخاطره‌پذیری در آنها.

#### یادداشت‌ها

1. self-fulfillment
2. self-determination
3. Kauffman, the Foundation of Entrepreneurship
4. personal saving
5. business partner
6. bank loan
7. own boss
8. Shumpeter
9. entrepreneur
10. Druker, P.
11. need for achievement
12. McClelland
13. locus of control
14. risk-taking
15. tolerance of ambiguity
16. Knight
17. creativity
18. challenge-seeking
19. work-family balance
20. flexibility
21. expectancy
22. valence

## 23. instrumentality

۲۴- این پرسشنامه پیش‌ساخته و اعتبار آن ۰/۹۲ است (کردنائیج و همکاران، ۱۳۸۶).

## منابع

- احمدی، سیدروح‌الله (۱۳۸۷)، *تبیین ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان اینترنتی شهر تهران*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت کارآفرینی، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران.
- پوررجب میان‌دوآب، پیمان (۱۳۸۸)، *بررسی ویژگی‌ها و توانمندی‌های کارآفرینی در دهیاران: مطالعه موردی دهیاران روستاهای شهرستان میان‌دوآب*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد توسعه روستایی، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.
- ربانی، رسول و انصاری، محمداسماعیل (۱۳۸۴)، *جامعه‌شناسی کار و مشاغل: دیدگاه‌ها و نظریه‌ها*. اصفهان: دانشگاه اصفهان.
- کردنائیج، اسدالله، زالی، محمدرضا، هومن، حیدرعلی و شمس، شهاب‌الدین (۱۳۸۶)، *اینتر سنجش ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان ایرانی*. تهران: دانشگاه تربیت مدرس.
- گلرد، پروانه (۱۳۸۶)، «ویژگی‌ها، انگیزه‌ها و اهداف ترغیب‌کننده زنان ایرانی در توسعه کسب و کار». *فصلنامه پژوهش‌های بازرگانی*. سال ۱۱، شماره ۴۴، صص ۲۶۷-۲۹۵.
- متوسلی، محمود (۱۳۸۴)، *توسعه اقتصادی*. تهران: سمت.
- مرکز آمار ایران (۱۳۹۰)، *چکیده نتایج طرح آمارگیری نیروی کار، تابستان ۱۳۹۰*. تهران: مرکز آمار ایران.
- مرکز آمار ایران (۱۳۸۵)، *نتایج سرشماری عمومی نفوس و مسکن، سال ۱۳۸۵*. تهران: مرکز آمار ایران.
- مقیمی، سیدمحمد (۱۳۸۳)، *کارآفرینی در نهادهای جامعه مدنی*. تهران: مرکز کارآفرینی دانشگاه تهران.
- نصیری، معصومه (۱۳۸۴)، «فقر، تبعیض: علت‌های محدودیت توسعه اجتماعی زنان ایرانی». *ماهنامه اطلاعات سیاسی-اقتصادی*. سال ۱۹، شماره ۷ و ۸، صص ۱۸۶-۱۹۵.
- هزارجریبی، جعفر (۱۳۸۴)، *کارآفرینی*. تهران: پژوهشکده امور اقتصادی.
- یزدخواستی، بهجت و احمدی، وکیل (۱۳۸۶)، «بررسی وضعیت فعالیت و اشتغال زنان در ایران با تأکید بر سرشماری ۱۳۸۵». *مجله علمی و پژوهشی مطالعات زنان*. سال ۱، شماره ۳، صص ۱-۲۴.
- Alvarez, S. A. and Busenitz, L. W. (2001), "The entrepreneurship of resource-based theory". *Journal of Management*. Vol. 27, No. 6, pp. 755-775.

- Anderson, Gosta, Myles, John, Gallie, Duncen, and Hemerjick, Anton (2001), "New welfare architecture for Europe?". *Lesson for Canada*. University of Oxford.
- Anna, L., Chandler, G., Jansen, E., and Mero, N. (2000), "Women business owners in traditional and nontraditional industries". *Journal of Business Venturing*. Vol. 15, No. 3, pp. 279-303.
- ATSIC (1996), *On Our Own Terms: Promoting Aboriginal and Torres Strait Islander Involvement in the Australian Tourism Industry*. Canberra: Aboriginal and Torres Strait Islander Commission.
- Birley, S. (1989), "Female entrepreneurs: are they really any different?". *Journal of Small Business Management*. Vol. 27, No. 1, pp. 32-37.
- Boden, R. (1999), "Flexible working hours, family responsibilities, and female self-employment". *American Journal of Economics and Sociology*. Vol. 58, No. 11, pp. 71-83.
- Briedenhann, J. and Wickens, E. (2004), "Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas: vibrant hope or impossible dream?". *Tourism Management*. Vol. 25, No. 1, pp. 71-79.
- Brush, C. (1992), "Research on women business owners: past trends, a new perspective and future directions". *Entrepreneurship Theory and Practice*. Vol. 16, No. 4, pp. 5-30.
- Brush, C., Carter, N., Gatewood, E., Greene, P., and Hart, M. (2006), "Women's entrepreneurship in the United States". In: Brush, C., Carter, N., Gatewood, E., Greene, P., and Hart, M. (Eds.), *Growth-Oriented Women Entrepreneurs and Their Businesses*. Cheltenham, UK: Edward Elgar.
- Burns, Paul (2001), *Entrepreneurship and small Business*. England: Hampshire Palgrave.
- Buttner E. and Moore, D. (1997), "Women's organizational exodus to entrepreneurship: self-reported motivations and correlates with success". *Journal of Small Business Management*. Vol. 35, No. 1, pp. 34-46.



- Carter, N., Gartner, W., Shaver, K., and Gatewood, E. (2003), "The career reasons of Nascent entrepreneurs". *Journal of Business Venturing*. Vol. 18, No. 2, pp. 13-39.
- Chell, Elizabeth (2008), *The Entrepreneurial Personality: A Social Construction*. London: Routledge.
- Cliff, J. (1998), "Does one size fit all? Exploring the relationship between attitudes towards growth, gender, and business size". *Journal of Business Venturing*. Vol. 13, No. 6, pp. 523-542.
- Cphoon, J. McGrath, Wadhwa, Vivek, and Mitchell, Lesa (2010), "The anatomy of an entrepreneur: are successful women entrepreneurs different from men?" Kansas City, MO: Ewing Marion Kauffman Foundation. Available on: <http://www.kauffman.org/research-and-policy/the-anatomy-of-an-entrepreneur.aspx>. Retrieved at: 7/8/2009.
- Edward, P. L. (2003), *Entrepreneurship*. Stanford: Hoover Institution and Graduate School of Business, Stanford University.
- Forster, L. Marian (2006), *Entrepreneurs and Their Social Network: Motivations, Expectation and Outcomes*. The Faculty of Graduate School of Education and Human Development of the George Washington University, Ph.D Dissertation.
- Georgellis, Y. and Wall, H. (2004), "Gender differences in self-employment". *Working Paper*, No. 8, The Federal Reserve Bank of Saint Louis. Also available on: <http://research.stlouisfed.org/wp/1999/1999-008.pdf>. Retrieved at: 11/02/2010.
- Global Entrepreneurship Monitor (2010), *Global Report*. Sponsoring Babson College, Babson Park, MA, United States, Universidad del Desarrollo, Santiago, Chile, London Business School, London, United Kingdom.
- Harper, A. David (2003), *Foundations of Entrepreneurship and Economic Development*. London: Routledge.

- Hughes, K. D. (2006), *Does Motivation Matter? Women's Entrepreneurship and Economic Success*. Edmonton: University of Alberta.
- Jurik N. (1998), "Getting away and getting by: the experiences of self-employed homemakers". *Work and Occupations*. Vol. 25, No. 11, pp. 7-35.
- Olson, J. M., Rose N. J., and Zanna, M. P. (1996), "Expectancies". In: Higgins, E. T. and Kuglanski, A. W. (Eds.), *Social Psychology: Handbook of Basic Principles*. New York: Guilford.
- Simonin, M. (2006), "Women in entrepreneurship". *Research Paper for Seminar in Business Strategy & International Business, 14 March 2006*. Boston: Harvard Business School.
- Van Stel, A., Wennekers, A., Thurik, A., and Reynolds, P. (2003), "Explaining nascent entrepreneurship across countries". *Working Paper*, No. 1, Zoetermeer, Netherlands: EIM Business and Policy Research.
- Wennekers, Sandra, Thurik, Roy, Van Stel, Andre, and Noorderhaven, Niels (2005), "Uncertainty avoidance and the rate of business ownership across 22 OECD countries, 1976-2000". *Netherlands Journal of Small Business Management*. Vol. 26, No. 1, pp. 31-35.