

## بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت زنان کارآفرین شهر تهران

دکتر ولی‌اله رستمعلی‌زاده<sup>۱</sup> و پروین علی‌جمعه‌زاده<sup>۲</sup>

تاریخ وصول: ۹۵/۱۲/۲

تاریخ پذیرش: ۹۶/۸/۳۰

### چکیده:

هدف اصلی این تحقیق بررسی عوامل تأثیرگذار در موفقیت کسب و کار زنان کارآفرین در شهر تهران می‌باشد. این تحقیق با روش کمی پیمایش صورت گرفته است. جامعه‌ی آماری این پژوهش زنان کارآفرینی می‌باشند که در عرصه‌های مختلف اقتصادی و اجتماعی مشغول به فعالیت می‌باشند و حجم نمونه ۱۵۰ نفر بوده است. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که ویژگی‌ها و شرایط اقتصادی و اجتماعی شامل سن، وضعیت تأهل، سطح تحصیلات، سابقه‌ی کار و میزان درآمد نقش مهمی در میزان کارآفرینی زنان تهرانی دارند. یعنی با افزایش سن، میزان کارآفرینی زنان اندکی کاهش می‌یابد. افراد مجرد و افراد دارای تحصیلات لیسانس، روحیه‌ی کارآفرینی بالاتری دارند؛ همچنین با افزایش سابقه‌ی کار به روحیه‌ی کارآفرینی زنان افزوده می‌شود. در نهایت تلاش برای ارتقای درآمد، روحیه‌ی کارآفرینی را در زنان ارتقاء می‌دهد. بر اساس نتایج تحلیل رگرسیونی، متغیرهای انگیزه‌ی پیشرفت، نوآوری، مهارت‌های مدیریتی، فرهنگ همکاری، والدین کارآفرین، تجربه‌ی تبعیض جنسیتی در کار، حمایت نهادهای دولتی، ساختارهای قانونی مناسب و روابط اجتماعی گسترده توانسته‌اند که ۷۳/۷ درصد از تغییرات متغیر کارآفرینی را تبیین کنند.

**مفاهیم کلیدی:** کارآفرینی، زنان کارآفرین، استقلال طلبی، ریسک‌پذیری، خلاقیت

---

<sup>۱</sup> استادیار گروه جامعه‌شناسی توسعه مؤسسه مطالعات و مدیریت جامع و تخصصی جمعیت کشور  
vali.rostamalizadeh@psri.ac.ir

<sup>۲</sup> کارشناسی ارشد مطالعات زنان، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران (نویسنده‌ی مسئول)  
parvin.jomehzadeh@gmail.com

### مقدمه و بیان مسأله

کارآفرینی فرآیندی است که نقش حیاتی در تداوم رشد و توسعه ملی و حتی اقتصاد جهانی ایفاء می‌کند (میرغفوری و همکاران، ۱۳۸۸: ۶۴-۴۷). با توسعه کارآفرینی، فرصت‌های اقتصادی جدید ظهور می‌یابد، کسب و کارهای جدیدی در جامعه پدید می‌آید و کل اقتصاد شکوفا می‌شود؛ همچنین با توجه به اینکه در دنیای امروز ما با تحولات سریع در حوزه‌ی کسب و کار و اقتصاد مواجه هستیم و به نوعی از جامعه‌ی صنعتی به جامعه‌ی اطلاعاتی و از اقتصاد ملی به اقتصاد جهانی در حرکت هستیم، در این شرایط کارآفرینی می‌تواند به‌عنوان یک موتور محرک قدرتمند برای توسعه‌ی اقتصادی بکار رود و باعث رشد و توسعه‌ی اقتصادی در کشور و افزایش بهره‌وری و ایجاد اشتغال و رفاه در جامعه شود. در این میان کارآفرینی زنان با توجه به این که زنان نیمی از جمعیت فعال جوامع را تشکیل می‌دهند، هم می‌تواند به رشد تولید و فروش، افزایش سرمایه، رفاه اقتصادی، قدرت رقابت و صادرات، و در کل به توسعه‌ی اقتصادی کمک نماید، هم می‌تواند به رشد و شکوفایی خود زنان نیز کمک نماید. جامعه‌ای که خواهان توسعه‌ی همه‌جانبه است، باید امکان رشد و شکوفایی استعدادها را برای همه‌ی اعضای جامعه از جمله زنان فراهم نماید. امروزه خود زنان نیز نقش مهم و رو به رشدی در زمینه‌ی توسعه‌ی کسب و کار به عهده گرفته‌اند. چنانچه آمارها نشان می‌دهد، فعالیت‌های اقتصادی زنان ۲۵ تا ۳۰ درصد کل فعالیت‌های اقتصادی جهان را تشکیل می‌دهد (کانتور<sup>۱</sup>، ۲۰۰۱: ۱۱؛ نقل از ربیعی و سرابی، ۱۳۹۲). بنابراین می‌توان گفت که در دهه‌های اخیر فعالیت‌های کارآفرینانه زنان اهمیت وافری در سطح جهانی یافته است.

در ایران نیز با توجه به این که در سال‌های اخیر رشد قابل توجهی در سطح تحصیلات و اشتغال زنان در جامعه به وجود آمده است، توجه به فعالیت‌های کارآفرینانه در این قشر از جامعه می‌تواند به رشد و توسعه‌ی اقتصادی کشور کمک شایانی نماید (میرغفوری و همکاران، ۱۳۸۸: ۶۴-۴۷). مضافاً اینکه زنان با کارآفرینی می‌توانند توانایی‌های خود را آشکار سازند و موانعی که در بروز استعدادهای خود دارند رفع نموده و هر روز بیشتر و بیشتر بر جسارت‌های خود بیفزایند (گلرد، ۱۳۸۴: ۱۲۳-۱۰۱)، فرصت‌های جدیدی برای کسب و کار ایجاد نموده و به کسب درآمد، استقلال مالی و اشتغال‌زایی خود کمک نمایند. "حتی زنان در ایران، خوداشتغالی را راهی برای غلبه بر مشکل جداسازی

<sup>۱</sup> Kantor

مشاغل و مشارکت در توسعه اقتصادی می‌بینند. جوان بودن جمعیت، گرایش بیشتر زنان به تحصیلات عالی و سنتی بودن جامعه اهمیت این موضوع را نمایان می‌سازد" (آراستی، ۱۳۸۵: ۱۱۹-۹۳).

با افزایش فرصت‌های شغلی برای زنان سطح فرهنگ و آموزش جامعه ارتقاء می‌یابد. زنان درآمد مستقل کسب می‌کنند و وضعیت بهداشت و تغذیه خانواده بهبود می‌یابد. پس موفقیت زنان کارآفرین در جوامع نه تنها سبب ایجاد سود اقتصادی می‌شود، بلکه منافع اجتماعی و فرهنگی نیز ایجاد می‌کند (کالینگ و تایلر<sup>۱</sup>، ۲۰۰۱). حتی امروزه میزان حضور زنان در بازار کار و مشارکت آنها در فعالیت‌های اجتماعی و اقتصادی به یکی از شاخص‌های مهم توسعه‌ی انسانی مبدل گردیده است. چرا که فعالیت اقتصادی زنان رابطه‌ی مستقیم با فقر و رفاه اجتماعی دارد (یعقوبی فرانی و همکاران، ۱۳۹۳: ۴۲-۷).

با همهی شرایط گفته شده و با اینکه زنان در عصر حاضر نه تنها دیگر خانه‌نشین نیستند، بلکه متقاضیانی مهارت‌دیده و دارای تحصیلات دانشگاهی هستند، اما در بازار کار ایران سهمی ناچیز دارند. بطوریکه با وجود اینکه زنان ۴۹/۶ درصد از جمعیت کشور را تشکیل می‌دهند، نرخ مشارکت اقتصادی آنها حدود ۱۱/۴ درصد است<sup>۲</sup>؛ همچنین نرخ بیکاری در میان زنان تحصیل کرده تا حدودی بالا است. بنابراین یکی از راهکارهای مهم در جهت حل این مسئله توسعه‌ی کارآفرینی در بین زنان و دختران می‌باشد. از این رو در تحقیق حاضر به بررسی و تحلیل عوامل مؤثر بر موفقیت زنان کارآفرین شهر تهران پرداخته شده است. بنابراین سؤالات کلیدی این تحقیق به شرح زیر است:

- ۱- چه عواملی باعث سوق دادن زنان به سمت کارآفرینی می‌شود؟
- ۲- موانع موجود بر سر راه زنان کارآفرین چه چیزهایی می‌باشد؟
- ۳- روحیات و شخصیت زنان کارآفرین چگونه است؟
- ۴- نقش محیط و خانواده بر کارآفرینی زنان چگونه است؟

### تعریف و مفهوم کارآفرینی و کارآفرینی زنان

دابسون<sup>۳</sup> (۲۰۰۱)، بر اساس تعریف دیده‌بان جهانی کارآفرینی معتقد است: هر تلاشی برای ایجاد کسب و کارهای جدید یا گسترش کسب و کارهای موجود توسط افراد، یا

<sup>۱</sup> Cowling & Taylor

<sup>۲</sup> نتایج سرشماری عمومی نفوس و مسکن ۱۳۹۰

<sup>۳</sup> Dabson

گروهی از افراد را کارآفرینی می‌نامد. به اعتقاد دابسون این اشخاص کسانی هستند که نوآوری را با فعالیت‌های کسب و کار برای تجاری‌سازی تولیدات و خدمات ترکیب می‌کنند که نتیجه‌ی آن شرکت‌های با رشد بالا می‌باشد (دابسون، ۲۰۰۱: ۲۹). از نظر هندرسون<sup>۱</sup> (۲۰۰۲)، کارآفرینی فرایند کشف یا توسعه‌ی فرصت برای خلق ارزش از طریق نوآوری است. کارآفرینان اغلب با افزودن ثروت به اقتصاد محلی باعث رشد و گسترش آن می‌شوند. هندرسون و ویلر (۲۰۰۵)، می‌گویند کارآفرینان تنها ایجادکننده‌ی فرصت‌های جدید محلی نیستند، بلکه همچنین تولیدکننده‌ی ثروتی نو و ارزشی جدید می‌باشند. کارآفرینان بهره‌گیران نوآور از منابع و دارائی‌های محلی می‌باشند (نقل از هندرسون، ۲۰۰۶).

کارآفرینان کسانی هستند که همراه با خطرپذیری، فرصت‌ها را غنیمت می‌شمرند و با تکیه بر اندیشه‌ها و تجربه‌های خویش راهکارهای تازه برای سودآوری جستجو می‌کنند، ویلیام بای‌گریو معتقد است کارآفرین کسی است که یک فرصت را در می‌یابد و برای پیگیری آن فرصت، سازمانی را راه‌اندازی می‌کند. فرآیند کارآفرینی نیز تمام وظایف، فعالیت‌ها و عملیات را در بر می‌گیرد که با درک فرصت و ایجاد یک سازمان به منظور پیگیری آن فرصت‌ها ارتباط می‌یابد (ریببی و نظریان، ۱۳۹۲: ۲۵-۱).

لاوی دینا (۱۹۹۵)، زنان کارآفرین را زنانی تعریف می‌کند که به تنهایی و یا با مشارکت [دیگران]، کسب و کاری را ایجاد کرده و یا از طریق ارث پذیرفته‌اند و با قبول ریسک‌های مالی، اجتماعی، اخلاقی و روانی در اداره‌ی امور روزانه شرکت می‌جویند و با خلاقیت و نوآوری محصولات جدیدی را تولید می‌کنند تا در بازار بر رقبا غلبه کنند (نقل از گلرد، ۱۳۸۴). می‌توان گفت که زنان کارآفرین زنانی هستند که با خلق ایده‌های نو و یا با نوآوری و ابتکارات شخصی و استفاده‌ی بهینه از فرصت‌ها و منابع و با قبول خطرپذیری به تولید محصولات یا خدمات جدید اقدام می‌کنند که باعث خوداشتغالی و ایجاد مشاغل جدید می‌شود.

فعالیت‌های تولیدی زنان، بویژه در حوزه‌ی صنعت، آنها را از لحاظ اقتصادی توانمند می‌کند و قادر می‌سازد که تا بیشتر به توسعه‌ی کلی خود و جامعه کمک نمایند. اگر چه که آنها درگیر در فعالیت‌های تولیدی مقیاس کوچک و متوسط هستند، و یا در بخش‌های رسمی و غیر رسمی فعالیت می‌کنند، با این حال فعالیت‌های کارآفرینی زنان نه تنها

<sup>۱</sup> Henderson

وسيله‌ای برای بقای اقتصادی بلکه همچنین پیامدهای مثبت اجتماعی برای خود زنان و جامعه‌شان دارد (UNIDO<sup>۱</sup>، ۲۰۰۱؛ نقل از چان ووب<sup>۲</sup>، ۲۰۱۰: ۱۴).

### چشم‌انداز نظری پژوهش

پدیده‌ی کارآفرینی یک مفهوم بین رشته‌ای است و از نظرگاه‌های مختلفی مورد بررسی قرار گرفته است (گلرد، ۱۳۸۴؛ جمشیدی و همکاران، ۱۳۹۳). اقتصاددانان شرایط و عوامل اقتصادی را موجب کارآفرینی می‌دانند. کارآفرینی و نوآوری مرکزی برای فرایندهای خلاق در اقتصاد به منظور ارتقای رشد، افزایش بهره‌وری و ایجاد مشاغل هستند (بال<sup>۳</sup>، ۲۰۰۵). بر طبق نظر باردوس (۲۰۱۰)، موفقیت کسب و کارها وابسته به در دسترس بودن سرمایه در شروع فعالیت‌های کارآفرینانه و همچنین کنترل مالی مناسب یا کافی و استفاده از روش‌های مناسب برای هزینه کرد منابع مالی، هستند. همچنین شرایط اقتصادی بر نوع فرصت‌های در دسترس مؤثر هستند: شرایطی چون ثبات شرایط اقتصادی کلان و سطح رشد اقتصادی جامعه، سطوح اشتغال، نابرابری درآمدی، در دسترس بودن سرمایه و مالیات‌ها (داسکین<sup>۴</sup>، ۲۰۱۶).

در مقابل روان‌شناسان با هدف ارائه‌ی نظریه‌هایی مبتنی بر ویژگی‌های شخصیتی و همچنین با تفاوت قائل شدن بین کارآفرینان، مدیران و غیر کارآفرینان، به بررسی ویژگی‌های روان‌شناختی کارآفرینان می‌پردازند. از مهم‌ترین ویژگی‌های مورد توافق آنان می‌توان به میل به پیشرفت بالا، تمایل به پذیرش خطر یا مخاطره، تحمل ابهام، استقلال طلبی، کنترل داخلی، انرژی، انگیزه و تعهد اشاره کرد. عدم توانایی روان‌شناسان در ارائه‌ی معیارهای معین و روشن برای ارزیابی ویژگی‌ها در افراد سبب شده تا جامعه‌شناسان دیدگاه‌های جدیدی را نسبت به کارآفرینی ارائه کنند. با روی آوردن جامعه‌شناسان و دیگر اندیشمندان علوم مدیریت به مطالعه‌ی کارآفرینی، نظریه‌های اجتماعی فرهنگی شکل گرفتند. آنان با در نظر گرفتن خصوصیات فرد کارآفرین و با استفاده از رویکرد رفتاری، کارآفرینی را همچون فرآیندی معرفی نمودند که سرانجام به ایجاد شرکت‌های جدید می‌انجامد (گلرد، ۱۳۸۴). در رویکرد رفتاری، علاوه بر ویژگی‌های شخصیتی، عوامل محیطی و ویژگی‌های رفتاری فرد نیز مورد توجه قرار می‌گیرد (آراستی، ۱۳۸۵). بنابراین

<sup>۱</sup> United Nations Industrial Development Organization

<sup>۲</sup> Chane Wube

<sup>۳</sup> Ball

<sup>۴</sup> Dascin

در نظریه‌های جامعه‌شناسی شاهد تأثیر ساختارها و عوامل محیطی بر فرایند کارآفرینی هستیم. در نظریه‌های جامعه‌شناسی، چنین بحث می‌شود که ساختارهای اجتماعی در دسترسی زنان به فرصت‌های کارآفرینی تأثیر می‌گذارند. جداسازی مشاغل، حضور کم زنان در سطح بالای مدیریتی و توقعات در رابطه با نقش‌های خانوادگی، زنان را در برخی زمینه‌های شغلی محدود می‌کند. همچنین در انگیزه و اهداف آنان در کسب و کار تأثیر می‌گذارد (آلدریچ، ۱۹۸۹؛ نقل از آراستی، ۱۳۸۵). در نهایت شرایط محیطی یا محیط کارآفرینی از قبیل عوامل اقتصادی، سیاسی، صنعتی، جمعیتی و فرهنگی شناخته شده، در جهت ایجاد یا تضعیف فرصت‌های کارآفرینی (فودوریک<sup>۱</sup>، ۲۰۰۸) و دسترسی به تسهیلات و خدمات حمایتی که فرایند راه‌اندازی را تسهیل می‌کنند (آراستی، ۱۳۸۵) مؤثر هستند.

### پیشینه پژوهش

در زمینه عوامل موثر بر کارآفرینی و کارآفرینی زنان تحقیقات زیادی انجام گرفته است و هر کدام از دیدگاه‌ها و چشم‌اندازهای نظری متفاوت این موضوع را بررسی کرده‌اند. بخشی از این تحقیقات به بررسی موانع کارآفرینی، بخشی دیگر به بررسی عوامل مؤثر بر کارآفرینی و معدودی نیز هر دو را مطالعه کرده‌اند.

### الف) تحقیقات داخلی

در بخش تحقیقات مربوط به موانع کارآفرینی، میرغفوری و همکاران (۱۳۸۸)، در پژوهشی با عنوان «تبیین و تحلیل موانع مؤثر بر کارآفرینی» که به مطالعه بر روی زنان کارآفرین استان یزد پرداخته‌اند به این نتایج می‌رسند که عوامل خانوادگی، مالی، شخصیتی و علمی - تحصیلی از مهم‌ترین موانع در کارآفرینی زنان بوده است. نیازکار و عرب‌مقدم (۱۳۸۹)، نیز در پژوهشی به بررسی موانع توسعه‌ی کارآفرینی زنان از منظر کارآفرینان زن دانشگاهی پرداخته‌اند. یافته‌های آنها نیز نشان می‌دهد که مهم‌ترین موانع بر سر راه کارآفرینان موانع اقتصادی - مالی و تجاری و بعد از آن موانع ساختاری و سپس موانع اجتماعی - فرهنگی می‌باشد. پس بطور کلی موانع کارآفرینی زنان شامل موانع شخصیتی، خانوادگی، اجتماعی - فرهنگی، مالی، تجاری و ساختاری است (نیازکار و عرب‌مقدم، ۱۳۸۹: ۲۵-۵).

<sup>1</sup> Fuduric

در بخش پیشینه مربوط به عوامل مؤثر بر کارآفرینی، محمدی و همکاران (۱۳۹۰)، نشان دادند که ویژگی‌ها و خصایص شخصیتی در زنان روحیه‌ی کارآفرینی را در آنها تقویت نموده است (محمدی و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۱۹-۹۹).

یعقوبی فرانی و همکاران (۱۳۹۳)، نیز به این نتایج می‌رسند که بین ویژگی‌های شخصیتی، وضعیت اقتصادی و شرایط اجتماعی - فرهنگی زنان با سطح کارآفرینی آنها رابطه معناداری وجود دارد (یعقوبی فرانی و همکاران، ۱۳۹۳: ۷-۴۲).

نتایج پژوهش ابوالقاسمی و همکاران (۱۳۸۸)، نشان می‌دهد که افزایش نمره در متغیرهای عوامل فردی و شخصیتی چون منبع کنترل درونی، عزت نفس، خودکارآمدی، خود شکوفایی، خطرپذیری، نوآوری و تحمل ابهام، موفقیت مدیران را در کارآفرینی پیش‌بینی می‌کند (ابوالقاسمی و همکاران، ۱۳۸۸: ۱۵۲-۱۲۹).

نتایج پژوهش گلرد (۱۳۸۴)، نیز نشان می‌دهد که نقش عوامل فردی در توسعه‌ی کسب و کار زنان ایرانی از سایر عوامل بیشتر است. همچنین وی عنوان می‌کند که زنان کارآفرین با شبکه‌ی اولیه‌ی ارتباطی، رابطه‌ی قوی دارند و عوامل و شرایط محیطی کشور، شرایط مساعد و سوق دهنده‌ای برای توسعه‌ی کسب و کار زنان محسوب نمی‌شود و زنان ایرانی در توسعه‌ی کارآفرینی با موانع جدی محیطی رو به رو هستند (گلرد، ۱۳۸۴: ۱۲۳-۱۰۱).

گلرد (۱۳۸۸)، همچنین در پژوهشی تحت عنوان «خانواده و راهکارهای توسعه‌ی کارآفرینی زنان ایرانی» به مطالعه بر روی شرایط خانوادگی زنان کارآفرین و حمایت‌های خانوادگی زنان پرداخته است. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که نیازهای اقتصادی خانواده مهم‌ترین عامل در ورود زنان به کارآفرینی محسوب می‌شود و بعد از آن، خانواده‌ی کارآفرین، حمایت عاطفی خانواده، فوت همسر، متارکه، حمایت مالی و در نهایت حمایت شبکه‌ای خانواده از عوامل مهم و تأثیرگذار در توسعه‌ی کارآفرینی زنان هستند (گلرد، ۱۳۸۸: ۱۴۹-۱۳۱).

#### ب) تحقیقات خارجی

شابیر و گریگوریو<sup>۱</sup> (۱۹۹۶)، نیز به بررسی ارتباط بین اهداف فردی زنان و عوامل ساختاری مؤثر برای تصمیم به شروع کسب کارشان پرداختند. این مطالعه به صورت کیفی با رویکرد گراند تئوری با مصاحبه با زنان کارآفرین انجام شده است. هدف از این مطالعه

<sup>۱</sup> Shabbir and Gregorio

نگاه دقیق تر به اینکه زنان کارآفرین چگونه مزیت‌ها و محدودیت‌های اهداف و دیدگاه‌شان را در مواجهه با شروع کسب و کار به صورت واقعی و بالقوه تعریف می‌کنند یافته‌های این مطالعه نشان داد که عوامل ساختاری که زنان نیاز دارند (صلاحیت/ تجربه‌ی کاری و حمایت خانوادگی) موجب عملیاتی شدن اهداف و تصمیمات کسب و کار آنان می‌شود. نتایج این تحقیق همچنین نشان می‌دهد که در زنان کارآفرین برخی صفات یا ویژگی‌های شخصیتی مشابه‌ای وجود دارد. زنان کارآفرین موفق به‌عنوان مقاوم بودن و مصمم بودن، صبور، افکار ایده‌آلی، از لحاظ ذهنی قدرتمند و نوآور شناخته شدند. به عبارت دیگر، یافته‌ها نشان داد که مدیریت سرمایه‌گذاری به‌عنوان مهم‌ترین مسئله برای زنان کارآفرین علیرغم وجود مکانیزم‌های حمایتی مختلف می‌باشد. <sup>۱</sup> (۲۰۱۵)، در پژوهش خود به بررسی نگاه جنسیتی بر کارآفرینی زنان در کشور ترکیه پرداخته است. این مطالعه به شکل کیفی با استفاده از مصاحبه‌ی نیمه ساختار یافته با زنان کارآفرین موفق در ترکیه انجام گرفته است. چهار حوزه‌ی کلیدی که موضوع مصاحبه‌ها را تشکیل می‌دادند عبارت بودند از: نیمرخ، نیازها، مشکلات و مکانیزم‌های حمایتی. نتایج این مطالعه نشان داد که در زنان کارآفرین ترکیه‌ای برخی صفات یا ویژگی‌های شخصیتی مشابهی وجود دارد. زنان کارآفرین موفق در ترکیه، به‌عنوان مقاوم بودن و مصمم بودن، صبور، افکار ایده‌آلی، از لحاظ ذهنی قدرتمند و نوآور شناخته شدند. مصاحبه همچنین نشان داد که فرصت‌های منحصر به فرد در محیط کسب و کار، کار کردن برای یک جامعه‌ی مناسب و مستقل بودن در تصمیمات فردی و فعالیت‌ها از جمله عوامل اصلی برای تصمیم به کارآفرین بودن در زنان کارآفرین ترکیه‌ای است. به عبارت دیگر، یافته‌ها نشان داد که مدیریت سرمایه‌گذاری به‌عنوان مهم‌ترین مسئله برای زنان کارآفرین در کشور ترکیه علیرغم وجود مکانیزم‌های حمایتی مختلف می‌باشد. در نهایت، یافته‌ها نشان داد که اکثریت زنان کارآفرین در ترکیه از شیوه‌های سنتی (یعنی مکانیزم‌های حمایت دولتی، غیر دولتی و بانکی) برای گرفتن حمایت مالی استفاده می‌کنند. اعضای خانواده و شریکان اقتصادی از دیگر منابع حمایتی بودند که ممکن است حمایت اخلاقی برای زنان کارآفرین فراهم کنند.

لی<sup>۲</sup> (۱۹۹۶)، در مطالعه‌ای با عنوان انگیزه‌های زنان کارآفرین در سنگاپور، انگیزه‌هایی که زنان را به صاحبان کسب و کار تبدیل می‌کنند را بررسی کرده است. اهداف این تحقیق کشف خصوصیات یک زن کارآفرین معمولی در سنگاپور، نیازهای انگیزشی

<sup>۱</sup> Maden

<sup>۲</sup> Jean Lee



زنان کارآفرین و عوامل مؤثر بر نیازهای انگیزشی زنان کارآفرین بوده است. از نظریه‌ی نیاز به‌عنوان چارچوب نظری برای مطالعه‌ی انگیزه‌ی زنان کارآفرین استفاده شده است. فرض است که مالکیت کسب و کار برآیند ظهور چهار نیاز موفقیت، وابستگی، استقلال و سلطه<sup>۱</sup> است. نتایج نشان می‌دهد که زنان کارآفرین انگیزه‌ی نیاز بالایی برای دستیابی به موفقیت، انگیزه‌ی نیاز کمی برای سلطه و انگیزه نیاز متوسطی به وابستگی و استقلال را دارند. رامن و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۱۳)، در مطالعه‌ای با عنوان عوامل محیطی، شخصیتی و انگیزشی: مطالعه‌ی مقایسه‌ای بین زنان کارآفرین و زنان غیر کارآفرین در مالزی به بررسی عوامل محیطی، شخصیتی و انگیزشی که می‌تواند به تصمیم کارآفرینی منجر شود، پرداخته‌اند. مقایسه‌ی این سه عامل در میان زنان کارآفرین در شرکت‌های کوچک و متوسط با زنان غیر کارآفرین صورت گرفته است. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که تفاوت عوامل محیطی، شخصیتی و انگیزشی در زنان کارآفرین و غیر کارآفرین قابل توجه است. عوامل محیطی، حمایت روانی، بهره‌مندی از محیط و شرایط کار قبلی به مثابه عوامل معنی‌دار در کارآفرینی زنان بوده است. تفاوت‌های شخصیتی نیز در این مطالعه نشان می‌دهد که کارآفرینان مهارت‌های استدلالی، ثبات احساسی، هوشیاری و انتزاع بیشتری را به تصویر می‌کشند. علاوه بر این، کارآفرینان همچنین دارای خصوصیات بالایی همچون انعطاف‌پذیری برای تغییر، کمال‌گرایی، تنش بیشتر و سرزندگی کمتری هستند. بطور کلی می‌توان گفت که عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان در این پژوهش‌ها عبارتند از: ویژگی‌ها و خصایص شخصیتی و فردی، شرایط اجتماعی و فرهنگی، نیازهای اقتصادی و عوامل ساختاری.

در بخش مربوط به هر دو مورد یعنی بررسی عوامل و موانع، جمشیدی و همکاران (۱۳۹۳)، در پژوهشی به بررسی عوامل پیش‌برنده و بازدارنده‌ی توسعه‌ی کارآفرینی زنان در روستاهای شهرستان اردل پرداخته‌اند. در این پژوهش شش عامل اقتصادی، اجتماعی، زیرساختی، ترویجی، فردی - رفتاری و محیطی به‌عنوان عوامل پیش‌برنده در توسعه‌ی کارآفرینی زنان شناسایی شدند. همچنین بیشترین اثرگذاری مربوط به عوامل اقتصادی و سپس مربوط به عوامل اجتماعی بوده که بر روی توسعه‌ی کارآفرینی زنان مؤثر هستند. در نهایت عوامل آموزشی و مدیریتی، روان‌شناختی، فنی و سیاست‌گذاری به‌عنوان عوامل بازدارنده شناسایی شده‌اند (جمشیدی و همکاران، ۱۳۹۳: ۹۴-۷۵).

<sup>۱</sup> achievement; affiliation; autonomy and dominance

<sup>۲</sup> Kavitha Raman and et. al.

### چارچوب مفهومی پژوهش

با تکیه بر ادبیات مرور شده می‌توان گفت که عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان را می‌توان از ابعاد متنوعی بررسی کرد. در این تحقیق با تأکید بر جامعیت‌نگری، مجموعه عوامل شناختی - رفتاری، فرهنگی - اجتماعی، ساختاری، سازمانی، شبکه‌ای و زمینه‌ای در کارآفرینی زنان مورد بررسی قرار گرفته است.

بعد شناختی - رفتاری: در این بعد بیشتر انگیزه‌ها، ویژگی‌های شخصیتی و ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مد نظر هستند. می‌توان گفت میان توانایی‌های شخصیتی از قبیل اعتماد به نفس، انگیزه‌ی پیشرفت (یوسف‌پور و همکاران، ۱۳۹۱؛ گلرد، ۱۳۸۴ و مسعودنیا، ۱۳۸۱: ۹۱-۸۶) و نوآوری، و اشتغال زنان رابطه‌ی متقابل وجود دارد.

بعد اجتماعی - فرهنگی: هنجارهای رایج در زمینه‌ی تقسیم کار، وجود نوعی مرزبندی طبیعی میان کار زنان (خانه‌داری) و مردان (امور بیرون منزل)، مسئله‌ی تعدد نقش زنان به طوری که انتظار انجام مسئولیت‌های متفاوت زنان در قالب همسر، مادر، خانه‌دار، شاغل و ... آنها را دچار تنش و نوعی تضاد نقش و فشارهای ناشی از آن می‌کند (یوسف‌پور و همکاران، ۱۳۹۱)؛ همچنین وجود فرهنگ اقتدارگرا و مردسالار همواره رواج‌دهنده‌ی باورهای سنتی و کلیشه‌های جنسیتی بوده و از ابتدا، تربیت و اجتماعی شدن دختران، در نظر گرفتن خویش به‌عنوان جنس دوم و تضعیف اعتماد بنفیس و تعمیق حس حقارت و خود کم‌بینی توانایی‌های خویش را در پی داشته است؛ همچنین کمبود آگاهی زنان در ابعاد حقوق فردی، خانوادگی و اجتماعی، حرفه‌ای و عدم شرکت در تشکل‌های صنعتی حرفه‌ای و فعالیت‌های اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، به استمرار ساخت نابرابر کمک می‌رساند. بدلیل نگاه جنسیتی، فرصت‌های اجتماعی و شغلی کمتر بطور برابر با توجه به شایستگی‌ها به افراد، فارغ از جنسیتشان اعطا گشته است، همواره شاهد تبعیض‌های جنسیتی در اشتغال هستیم (یوسف‌پور و همکاران، ۱۳۹۱). بنابر عقیده‌ی ویلیام بایگرو (۱۹۹۴)، تصمیم‌گیری یا فقدان تصمیم‌گیری برای ورود به کسب و کار و تعقیب ایده‌ی کارآفرینی به عواملی نظیر شرایط کودکی، وضعیت نظام خانواده، دوستان، الگوی نقش و وضعیت اقتصادی تجارب قبلی بستگی دارد (احمدپور، ۱۳۷۸)؛ همچنین در این بخش داشتن والدین کارآفرین یا مشوق کارآفرینی اهمیت بسزایی در خوداشتغالی و کارآفرینی زنان دارد.

بعد عوامل سازمانی: داگلاس لوبر<sup>۱</sup> از صاحب‌نظران کارآفرینی بر این باور است که سه دسته عوامل باعث توسعه کارآفرینی می‌شوند که عبارتند از: عوامل درون سازمانی، محیط بیرونی و ویژگی‌های شخصیتی (محمدی و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۱۹-۹۹). عوامل درون‌سازمانی عواملی هستند که مدیریت بر روی آنها کنترل دارد. حمایت مدیریت، آزادی عمل و استقلال کاری، پاداش - تقویت، دسترسی زمانی و مرزهای سازمانی در این دسته عوامل هستند که ناشی از مهارت‌های مدیریتی هستند. همچنین وجود روحیه همکاری در داخل سازمان از عوامل مهم در موفقیت‌های سازمان و افراد داخل سازمان هستند. بنابراین در اینجا دو مؤلفه‌ی مهارت‌های مدیریتی و فرهنگ همکاری مورد بررسی قرار می‌گیرد.

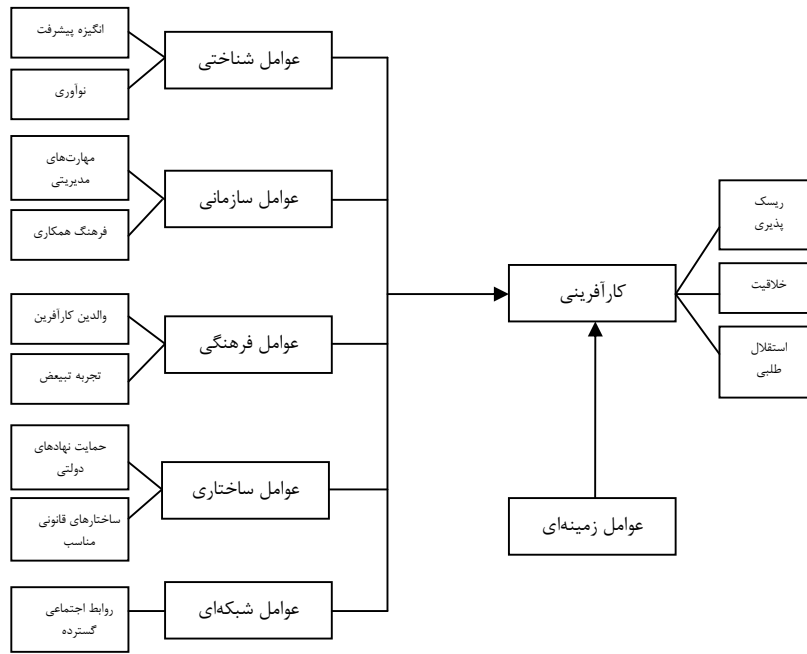
بعد عوامل ساختاری: حمایت نهادهای دولتی و ساختارهای قانونی مناسب در این بعد قرار می‌گیرند. تأثیر مقررات قانونی بر کارآفرینی را می‌توان شامل مقررات قانونی که توسعه کارآفرینی را تشویق می‌کنند و یا نوآوری را محدود می‌کنند، در رابطه این دو مؤلفه جستجو کرد (سرافیموسکا و سوتیروسکا<sup>۲</sup>، ۲۰۱۴). قوانین صدور مجوز، ورشکستگی و مواردی از این قبیل در مقررات قانونی قرار می‌گیرند.

بعد شبکه‌ای: از دیگر تلاش‌های اندیشمندان علوم اجتماعی ارائه‌ی نظریه‌ی شبکه‌های اجتماعی است. طبق این دیدگاه، کارآفرینی فرآیندی است که در شبکه‌هایی از روابط اجتماعی واقع شده است. این روابط می‌توانند رابطه‌ی کارآفرین را با منابع و فرصت‌ها محدود یا تسهیل کنند (احمدپور، ۱۳۷۸). کارآفرین در هر مرحله از فعالیت کارآفرینانه‌اش به یک نظام مشاوره‌ای و پشتیبانی نیرومند نیاز دارد؛ این شبکه‌ها به ویژه، در نخستین مراحل فعالیت برای به دست آوردن اطلاعات و مشاوره نقش مؤثری ایفا می‌کنند. بر پایه‌ی این دیدگاه وجود یا نبود شبکه‌های پشتیبانی در توسعه کارآفرینی زنان بسیار تأثیرگذار می‌باشد (گلرد، همایش آموزش عالی، ۱۳۸۶: ۲۱۳-۲۰۴؛ نقل از ربیعی و سرابی، ۱۳۹۲: ۶۸-۳۳).

در نهایت باید اشاره کرد که در این تحقیق خود کارآفرینی نیز در سه بعد ریسک‌پذیری، خلاقیت و استقلال‌طلبی مورد بررسی قرار گرفته است.

<sup>۱</sup> Douglas Lober

<sup>۲</sup> Serafimovska and Sotirosk



شکل ۱: مدل تحلیلی تحقیق

### روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر به لحاظ روش، کمی، و به لحاظ اجرا، پیمایشی و از نظر هدف، کاربردی است. روش جمع‌آوری اطلاعات در این تحقیق، پیمایشی بوده است. جامعه آماری این تحقیق، کلیه زنان کارآفرین شهر تهران می‌باشد اما با توجه به اینکه آمار دقیقی از زنان کارآفرین شهر تهران در دسترس نبود و پیگیری‌های متعدد هم نتیجه‌بخش نبود، محققین با در نظر گرفتن وقت و زمان، هزینه‌های تحقیق، محدودیت‌ها و سایر شرایط، از بهمن ماه ۹۴ تا خرداد ماه ۹۵ کار تکمیل پرسشنامه‌ها را در نشست‌ها و جلسات زنان کارآفرین در تهران انجام دادند و با رجوع به ۱۰ جلسه، از مجموع پرسشنامه‌های توزیع شده در این بازه‌ی زمانی ۱۵۰ پرسشنامه پر گردید. داده‌ها بعد از گردآوری در نرم‌افزار SPSS مورد بازبینی و تجزیه و تحلیل قرار گرفته‌اند. روش‌های آماری جهت تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیات به این ترتیب هستند. آزمون پیرسون جهت شناخت همبستگی

بین دو متغیر، آزمون‌های زیرمجموعه‌ی تفاوت میانگین جهت شناخت معنی‌داری تفاوت میانگین بین دو یا چند گروه و در نهایت در تحلیل چند متغیره از تکنیک آماری رگرسیون استفاده شده است.

### یافته‌های پژوهش

#### مشخصات عمومی پاسخگویان

از مجموع ۱۵۰ نمونه‌ی تحقیق ۵۵/۳۴ درصد از پاسخگویان پایین‌تر از ۳۰ سال، ۲۴ درصد از پاسخگویان بین ۳۰ تا ۴۰ سال و ۲۰/۶ درصد از پاسخگویان بالای ۴۰ سال داشتند. در خصوص وضعیت تأهل، ۳۹/۳ درصد از پاسخگویان مجرد و بقیه (۶۰/۷ درصد) متأهل بودند. میزان تحصیلات پاسخگویان نیز به چهار طبقه دیپلم، فوق دیپلم، لیسانس و بالاتر از لیسانس طبقه‌بندی شده است. توزیع درصد آنها به ترتیب عبارت از: ۳۷/۳۳، ۸/۶۷، ۴۰/۶۶ و ۱۳/۳۴ درصد است. در اینجا مشخص می‌شود که افراد دارای تحصیلات لیسانس دارای بیشترین فراوانی در بین پاسخگویان هستند. در خصوص سابقه‌ی کار نیز، ۶۰ درصد پاسخگویان تا ده سال سابقه‌ی کار داشته، ۳۰/۶۶ درصد ۱۰ تا ۲۰ سال و ۹/۳۴ درصد نیز بالای ۲۰ سال سابقه‌ی کار دارند. یافته‌ها همچنین نشان می‌دهند که بیشتر پاسخگویان یعنی ۷۶ نفر معادل ۵۰/۷ درصد دارای درآمد ماهیانه بین پانصد هزار تا یک میلیون تومان بوده، ۳۴/۰ درصد (۵۱ نفر) بین یک تا دو میلیون و ۱۵/۳ درصد (۲۳ نفر) بیش از دو میلیون درآمد ماهیانه داشته‌اند.

#### بررسی ابعاد کارآفرینی بر حسب ویژگی‌های اجتماعی و اقتصادی

ویژگی‌های کارآفرینی پاسخگویان در سه بعد خلاقیت، استقلال‌طلبی و ریسک‌پذیری سنجیده شده است. یافته‌های جدول ۱ نشان می‌دهد که میانگین خلاقیت در بین پاسخگویان ۴/۲۷ بوده که حداکثر خلاقیت ۵ و حداقل خلاقیت ۲/۳۳ می‌باشد. میانگین استقلال‌طلبی نیز در بین پاسخگویان ۴/۶ بوده که حداکثر خلاقیت ۵ و حداقل خلاقیت ۲/۶۷ می‌باشد؛ همچنین میانگین ریسک‌پذیری در بین پاسخگویان ۴/۰۳۸ بوده و در اینجا نیز حداکثر خلاقیت ۵ و حداقل خلاقیت ۲/۵۰ می‌باشد. بنابراین مشخص می‌شود که پاسخگویان از میانگین استقلال‌طلبی بیشتری به نسبت دیگر ابعاد کارآفرینی برخوردار بودند.

جدول ۱: میانگین و انحراف استاندارد ویژگی‌های کارآفرینی (به ترتیب رتبه) ( $n=150$ )

ویژگی‌های کارآفرینی	میانگین	انحراف استاندارد	حداقل	حداکثر
خلاقیت	۴/۳۷	۰/۶۱۱۱۳	۲/۳۳	۵
استقلال‌طلبی	۴/۶	۰/۵۶۱۹۰	۲/۶۷	۵
ریسک‌پذیری	۴/۰۳۸	۰/۵۱۷۹۱	۲/۵۰	۵

ویژگی‌های کارآفرینی پاسخگویان در بعد خلاقیت با توجه به متغیرهای سن، تأهل، تحصیلات، سابقه‌ی کار و درآمد در جدول ۲ نشان داده شده است. یافته‌های جدول نشان می‌دهند که بالاترین سطح خلاقیت مربوط به گروه سنی پایین‌تر از ۳۰ سال با میانگین خلاقیت ۴/۳۲ می‌باشد بطوریکه با افزایش سن میزان خلاقیت به ترتیب کاهش می‌یابد. همچنین میزان خلاقیت در میان زنان مجرد با میانگین ۴/۳۸ بیشتر از زنان متأهل با میانگین ۴/۲۰ است. در مورد سطح تحصیلات، افراد با درجه‌ی تحصیلی لیسانس با میانگین ۴/۴۰ درصد از سطح خلاقیت بالاتری نسبت به سایر گروه‌های تحصیلی برخوردار هستند. در سابقه‌ی کار نیز افراد با سابقه‌ی کار متوسط (۱۰ تا ۲۰ سال) با میانگین ۴/۳۹ بیشترین وضعیت خلاقیت را نشان می‌دهند که در اینجا نیز با افزایش سابقه‌ی کار، میزان خلاقیت افزایش می‌یابد. در نهایت افراد دارای درآمد بالا (بالاتر از ۲ میلیون) با میانگین ۴/۳۴ دارای بیشترین میزان خلاقیت بودند.

ویژگی‌های کارآفرینی پاسخگویان در بعد استقلال‌طلبی نیز بر حسب متغیرهای سن، تأهل، تحصیلات، سابقه‌ی کار و درآمد ماهانه نشان داده شده است. بالاترین سطح استقلال‌طلبی مربوط به گروه سنی ۳۰ تا ۴۰ سال با میانگین خلاقیت ۴/۱۱ است. همچنین میزان استقلال‌طلبی در زنان مجرد با میانگین ۴/۱۸ بیش از زنان متأهل با میانگین ۳/۹۸ می‌باشد. از لحاظ سطح تحصیلات، افراد با درجه‌ی تحصیلی لیسانس با میانگین ۴/۲۹ از استقلال‌طلبی بالاتری نسبت به سایر گروه‌های تحصیلی برخوردار هستند. در سابقه‌ی کار نیز افراد با سابقه‌ی کار تا ۱۰ سال (پایین) با میانگین ۴/۳۷ بیشترین وضعیت استقلال‌طلبی را نشان می‌دهند. نکته‌ی قابل توجه در مورد درآمد این بود که افراد با درآمد ماهیانه‌ی متوسط با میانگین ۴/۲۱ دارای بیشترین میزان استقلال‌طلبی بودند. در خصوص ریسک‌پذیری نیز، بالاترین سطح ریسک‌پذیری مربوط به گروه سنی پایین‌تر از ۳۰ سال با میانگین ۴/۱۹ می‌باشد؛ همچنین میزان ریسک‌پذیری در زنان مجرد با میانگین ۴/۱۰ بیش از زنان متأهل با میانگین ۳/۹۹ می‌باشد. در مورد سطح تحصیلات،

جدول ۲ نشان می‌دهد که افراد با درجه‌ی تحصیلی فوق دیپلم با میانگین ۴/۱۱ و لیسانس با ۴/۰۵ از ریسک‌پذیری بالاتری نسبت به سایر گروه‌های تحصیلی برخوردار هستند. در سابقه‌ی کار نیز افراد با سابقه‌ی زیاد با میانگین ۴/۱۰ بیشترین وضعیت ریسک‌پذیری را نشان می‌دهند. در اینجا نکته‌ی مهم این است که با افزایش سابقه‌ی کار، میزان ریسک‌پذیری به ترتیب افزایش می‌یابد. در نهایت در مورد درآمد هم افراد با درآمد متوسط با میانگین ۴/۱۰ دارای بیشترین میزان ریسک‌پذیری می‌باشند.

**جدول ۲:** توزیع نسبی پاسخگویان بر حسب میزان خلاقیت به تفکیک متغیرهای زمینه‌ای

متغیرها	مقوله‌ها	تعداد	درصد	میانگین ابعاد کارآفرینی	
				خلاقیت	ریسک‌پذیری
سن	کمتر از ۳۰ سال	۸۳	۵۵/۳۳	۴/۳۲	۴/۱۰
	۳۰ تا ۴۰ سال	۳۶	۲۴/۰	۴/۳۱	۴/۱۱
	بالای ۴۰ سال	۳۱	۲۰/۶۷	۴/۱۱	۴/۰۱
وضعیت تأهل	مجرد	۵۹	۳۹/۳۳	۴/۳۸	۴/۱۸
	متأهل	۹۱	۶۰/۶۷	۴/۲۰	۳/۹۸
سطح تحصیلات	دیپلم	۵۶	۳۷/۳۳	۴/۲۳	۳/۹۲
	فوق دیپلم	۱۳	۸/۶۷	۴/۱۲	۳/۹۲
	لیسانس	۶۱	۴۰/۶۶	۴/۴۰	۴/۲۹
	بالاتر از لیسانس	۲۰	۱۲/۳۴	۴/۱۵	۳/۹۰
سابقه‌ی کار	کم	۹۰	۶۰/۰	۴/۱۸	۴/۳۷
	متوسط	۴۶	۳۰/۶۶	۴/۳۹	۴/۳۲
	زیاد	۱۴	۹/۳۴	۴/۳۴	۴/۳۶
میزان درآمد ماهانه	کم	۷۶	۵۰/۶۶	۴/۲۷	۳/۹۷
	متوسط	۵۱	۳۴/۰	۴/۲۴	۴/۱۸
	زیاد	۲۳	۱۵/۳۴	۴/۳۴	۴/۱۷

عوامل اقتصادی و اجتماعی همچون سن، وضعیت تأهل، سطح تحصیلات، سابقه‌ی کار و میزان درآمد به‌عنوان عوامل مؤثر بر میزان کارآفرینی در نظر گرفته شده‌اند. نتایج حاصل از آزمون آماری نشان‌دهنده‌ی آن است که متغیرهای مذکور بر میزان کارآفرینی زنان نقش مهمی دارند. بررسی وضعیت سنی پاسخگویان نشان می‌دهد که ۷۲/۳ درصد از زنانی که سن آنها پایین‌تر از ۳۰ سال است از میزان کارآفرینی بالایی برخوردار هستند که این عدد برای افراد بالای ۴۰ سال ۶۷/۷ درصد است. نکته‌ی مهم این است که با افزایش

سن از میزان کارآفرینی زنان تا حدودی کاسته می‌شود. نتایج حاصل از آزمون نیز نشان‌دهنده‌ی آن است که سن بر میزان کارآفرینی زنان اثرگذار است. بررسی وضعیت تأهل نشان می‌دهد که افراد مجرد روحیه‌ی کارآفرینی بالایی به نسبت متأهلین دارند. بطوریکه ۶۸/۲ درصد از مجردین در مقابل ۶۰/۴ درصد از متأهلین روحیه‌ی کارآفرینی بالا دارند. البته ممکن است بخشی از این قضیه به منظور رسیدن به استقلال مالی در میان زنان مجرد باشد. نتایج حاصل از بررسی تأثیر میزان تحصیلات بر میزان کارآفرینی هم نشان‌دهنده‌ی آن است که زنان با تحصیلات لیسانس دارای بالاترین میزان کارآفرینی هستند و البته نتایج حاصل از آزمون نیز نشان‌دهنده‌ی آن است که میزان تحصیلات بر میزان کارآفرینی زنان اثرگذار است. بررسی وضعیت سابقه‌ی کار نیز نشان داد که با افزایش سابقه‌ی کار زنان به میزان کارآفرینی آنها افزوده می‌شود بطوریکه میزان کارآفرینی بالا در میان زنان با سابقه‌ی کار پایین، متوسط و بالا به ترتیب ۵۲/۵، ۵۸/۷ و ۷۱/۴ درصد است و بدین ترتیب نتایج حاصل از آزمون نیز نشان‌دهنده‌ی آن است که سابقه‌ی کار بر میزان کارآفرینی زنان اثرگذار است. در نهایت مشخص شد که بیشترین روحیه‌ی کارآفرینی در میان زنان با درآمد ماهیانه‌ی متوسط است بطوریکه ۵۸/۸ درصد این زنان دارای میزان کارآفرینی بالایی بودند. نتایج حاصل از آزمون نیز نشان داد که میزان درآمد بر میزان کارآفرینی زنان اثرگذار است.

**جدول ۳:** بررسی ابعاد کلی (ریسک‌پذیری، خلاقیت و استقلال‌طلبی) به‌عنوان ویژگی‌های

#### کارآفرین

متغیرها	مقوله‌ها	میزان کارآفرینی			تعداد	میانگین	آماره‌ی آزمون
		پایین	متوسط	بالا			
سن	پایین‌تر از ۳۰ سال	-	۲۷/۷	۷۲/۳	۸۲	۴/۲۲	<i>Kendall's tau_b</i> = -۰/۰۵۷ <i>Sig</i> = ۰/۰۳۰
	۳۰ تا ۴۰ سال	۱۱/۱	۱۶/۷	۷۲/۲	۳۶	۴/۳۰	
	بالای ۴۰ سال	۹/۷	۲۲/۶	۶۷/۷	۳۱	۴/۱۲	
تأهل	مجرد	۶/۸	۲۵/۰	۶۸/۲	۴۴	۴/۲۲	<i>Cramer's V</i> = ۰/۴۵۹ <i>Sig</i> = ۰/۲۰۵
	متأهل	۶/۶	۳۳/۰	۶۰/۴	۹۱	۴/۰۶	
سطح تحصیلات	دیپلم	۸/۶	۲۴/۳	۶۰/۰	۳۵	۴/۱۶	<i>Kendall's tau_b</i> = ۰/۰۶۶ <i>Sig</i> = ۰/۰۴۳
	فوق دیپلم	۱۵/۴	۳۸/۵	۴۶/۱	۱۳	۴/۲۴	
	لیسانس	۸/۲	۱۶/۴	۷۵/۴	۶۱	۴/۲۶	
	بالتر از لیسانس	۵/۰	۴۲/۵	۵۲/۵	۴۰	۴/۱۰	
سابقه‌ی کار	پایین	۱۷/۵	۳۰/۰	۵۲/۵	۸۰	۴/۰۱	<i>Kendall's tau_b</i> = ۰/۱۶۸
	متوسط	۱۰/۹	۳۰/۴	۵۸/۷	۴۶	۴/۲۱	



متغیرها	مقوله‌ها	میزان کارآفرینی			تعداد	میانگین
		پایین	متوسط	بالا		
درآمد ماهانه	زیاد	۱۴/۳	۱۴/۳	۷۱/۴	۱۴	۴/۴۸
	متوسط	۱۱/۸	۳۵/۵	۵۲/۶	۷۶	۴/۲۷
	بالا	۱۳/۷	۲۷/۴	۵۸/۸	۵۱	۴/۲۴
						۴/۱۰

### بررسی روابط بین ابعاد کارآفرینی و متغیرهای مستقل

در این قسمت به بررسی روابط بین ابعاد کارآفرینی و متغیرهای مستقل پرداخته می‌شود. همان‌گونه که یافته‌های جدول ۴ نشان می‌دهند بین انگیزه‌ی پیشرفت و ابعاد کارآفرینی رابطه‌ی مثبت معنادار وجود دارد. این روابط نشان می‌دهند که هر چه قدر انگیزه‌ی پیشرفت در بین زنان کارآفرین بیشتر باشد، انگیزه‌ی کارآفرینی نیز در آنها بالا می‌رود این امر بخصوص در بعد استقلال‌طلبی یک رابطه‌ی قوی مثبت را نشان می‌دهد بطوریکه این رابطه ۰/۵۹ است پس با احتمال ۹۵ درصد می‌توان گفت که در میان زنان کارآفرین شهر تهران انگیزه‌ی پیشرفت بعد استقلال‌طلبی کارآفرینی را افزایش داده است. در خصوص نوآوری و ابعاد کارآفرینی نیز یک رابطه‌ی مثبت متوسط به بالا در همه‌ی ابعاد کارآفرینی مشاهده می‌شود. زنان با ویژگی‌های نوآور، توانسته‌اند که انگیزه‌ی کارآفرینی بالایی را به نمایش بگذارند. رابطه‌ی بین نوآوری و ریسک‌پذیری ۰/۳۴۵، نوآوری و خلاقیت ۰/۴۲۴ و نوآوری و استقلال‌طلبی ۰/۴۹ است؛ و همه‌ی اینها با احتمال ۹۹ درصد رابطه را نشان می‌دهند. بنابراین می‌توان گفت که نوآوری زنان کارآفرین تهرانی نقش مهمی در ریسک‌پذیری، خلاقیت و استقلال‌طلبی آنها دارد.

در بخشی از یافته‌ها که به عوامل سازمانی در کارآفرینی زنان تهرانی مربوط می‌شود، رابطه‌ی بین مهارت‌های مدیریتی و ابعاد کارآفرینی یک رابطه‌ی مثبت و معنادار بود. یعنی نتایج نشان می‌دهند مهارت‌های مدیریتی زنان در کارآفرینی آنها نقش مثبتی دارد و با افزایش مهارت‌های مدیریتی به ریسک‌پذیری، خلاقیت و استقلال‌طلبی زنان افزوده می‌شود. همین‌طور نیز نتایج نشان دادند که بین فرهنگ همکاری در بین زنان کارآفرین تهرانی و ابعاد کارآفرینی رابطه‌ی مثبت معنادار وجود داشت. یعنی به هر میزان که فرهنگ همکاری در بین زنان نهادینه و بالا باشد روحیه‌ی کارآفرینی نیز در آنها بالا می‌رود.

در بخش عوامل فرهنگی - اجتماعی، رابطه‌ی بین والدین با روحیات کارآفرینی و کارآفرینی زنان نشان می‌دهد که یک رابطه‌ی مثبت معنادار در بین این دو متغیر وجود

دارد. والدین کارآفرین بخصوص خود را در بعد استقلال طلبی با مقدار ۰/۴۷۰ نشان می‌دهد که یک رابطه‌ی متوسط به بالا است یعنی می‌توان گفت که به احتمال ۹۹ درصد بین والدین کارآفرین و استقلال طلبی رابطه وجود دارد. بنابراین ملاحظه می‌شود که والدینی که روحیات کارآفرینی دارند توانسته‌اند که انگیزه‌های کارآفرینی را در میان فرزندان خود بالا ببرند این امر بخصوص خود را در ویژگی استقلال طلبی به خوبی نشان می‌دهد. در خصوص تجربه‌ی تبعیض جنسیتی نیز که جزء ابعاد فرهنگی اجتماعی مؤثر بر کارآفرینی زنان بوده است یافته‌ها نشان می‌دهند که این تجربه رابطه‌ی مثبت و معنادار متوسط به بالا با روحیه‌ی کارآفرینی زنان داشته است بخصوص نقش مهمی که این عامل با ریسک‌پذیری و استقلال طلبی زنان دارد. بنابراین می‌توان گفت که زنانی که تجربه‌ی تبعیض در کار داشته‌اند، سعی کرده‌اند خود به سمت کارآفرینی حرکت کنند.

در بخش عوامل ساختاری مؤثر بر کارآفرینی زنان، بین حمایت نهادهای دولتی و ابعاد کارآفرینی زنان رابطه‌ی مثبت معناداری وجود دارد. در اینجا نیز قوی‌ترین رابطه‌ی میان حمایت نهادهای دولتی با ریسک‌پذیری زنان با ۰/۶۰۷ است که یک رابطه‌ی قوی و مثبت است. یعنی می‌توان گفت که به احتمال ۹۹ درصد بین حمایت نهادهای دولتی و ریسک‌پذیری زنان رابطه وجود دارد. در اینجا مشخص می‌شود که حمایت نهادهای دولتی نقش مهمی در کارآفرینی زنان دارد و شایسته است به این امر توجه شود؛ همچنین ساختارهای قانونی مناسب نیز رابطه‌ی معنادار مثبتی با کارآفرینی زنان دارند. این یک رابطه‌ی بسیار قوی بین همه‌ی ابعاد کارآفرینی و ساختارهای قانونی مناسب بوده است. بطوریکه رابطه بین ساختارهای قانونی مناسب و ریسک‌پذیری ۰/۵۱۸، ساختارهای قانونی مناسب و خلاقیت ۰/۷۸۷ و ساختارهای قانونی مناسب و استقلال طلبی ۰/۳۴۷ است؛ و همه‌ی اینها با احتمال ۹۹ درصد رابطه را نشان می‌دهند. بنابراین می‌توان گفت که ساختارهای قانونی مناسب نقش مهمی در ریسک‌پذیری، خلاقیت و استقلال طلبی زنان کارآفرین دارد. بخصوص این رابطه بین ساختارهای قانونی مناسب و خلاقیت بسیار قوی است.

در نهایت بخش آخر عوامل به عوامل شبکه‌ای مربوط می‌شود. در اینجا نیز یافته‌ها نشان می‌دهند که بین روابط اجتماعی گسترده و روحیات کارآفرینی زنان رابطه‌ی مثبت معناداری وجود دارد. این روابط نشان می‌دهند که هر چه قدر روابط اجتماعی در بین زنان کارآفرین بیشتر باشد، انگیزه‌ی کارآفرینی نیز در آنها بالا می‌رود این امر در هر سه بعد کارآفرینی خود را با یک رابطه‌ی متوسط نشان می‌دهد بطوریکه این رابطه بین روابط

اجتماعی و ریسک‌پذیری ۰/۳۶۱، خلاقیت ۰/۳۲۶ و استقلال‌طلبی ۰/۳۹۷ است؛ و هم‌هی اینها با احتمال ۹۹ درصد رابطه را نشان می‌دهند. بنابراین می‌توان گفت که روابط اجتماعی گسترده نقش مهمی در ریسک‌پذیری، خلاقیت و استقلال‌طلبی زنان کارآفرین دارد.

**جدول ۴:** آزمون معنی‌داری رابطه‌ی بین ابعاد کارآفرینی و متغیرهای مستقل

عوامل	متغیر مستقل	متغیر وابسته	ضریب همبستگی	معناداری
شناختی - رفتاری	انگیزه‌ی پیشرفت	ریسک‌پذیری	۰/۰۹۱	۰/۰۲۶
		خلاقیت	۰/۱۲۱	۰/۰۱۳
		استقلال‌طلبی	۰/۵۹	۰/۰۴۷
	نوآوری	ریسک‌پذیری	۰/۳۴۵	۰/۰۰۰
		خلاقیت	۰/۴۲۴	۰/۰۰۰
		استقلال‌طلبی	۰/۴۹۰	۰/۰۰۰
سازمانی	مهارت‌های مدیریتی	ریسک‌پذیری	۰/۲۶۹	۰/۰۰۱
		خلاقیت	۰/۲۴۰	۰/۰۰۳
		استقلال‌طلبی	۰/۳۰۹	۰/۰۰۱
	فرهنگ همکاری	ریسک‌پذیری	۰/۱۷۴	۰/۰۳۳
		خلاقیت	۰/۰۹۹	۰/۰۳۳
		استقلال‌طلبی	۰/۲۶۷	۰/۰۰۱
فرهنگی - اجتماعی	والدین کارآفرین	ریسک‌پذیری	۰/۲۶۱	۰/۰۰۱
		خلاقیت	۰/۱۷۵	۰/۰۳۳
		استقلال‌طلبی	۰/۴۷۰	۰/۰۰۰
	تجربه‌ی تبعیض جنسیتی در کار	ریسک‌پذیری	۰/۴۸۰	۰/۰۰۰
		خلاقیت	۰/۱۵۳	۰/۰۰۶
		استقلال‌طلبی	۰/۴۶۳	۰/۰۰۰
ساختاری	حمایت نهادهای دولتی	ریسک‌پذیری	۰/۶۰۷	۰/۰۰۰
		خلاقیت	۰/۳۸۱	۰/۰۰۰
		استقلال‌طلبی	۰/۲۸۶	۰/۰۱
	ساختارهای قانونی مناسب	ریسک‌پذیری	۰/۵۱۸	۰/۰۲
		خلاقیت	۰/۷۸۷	۰/۰۰۰
		استقلال‌طلبی	۰/۳۴۷	۰/۰۰۰
شبکه‌ای	روابط اجتماعی گسترده	ریسک‌پذیری	۰/۳۶۱	۰/۰۰۰
		خلاقیت	۰/۳۲۶	۰/۰۰۰
		استقلال‌طلبی	۰/۳۹۷	۰/۰۰۰

در ادامه به منظور پیش‌بینی تغییرات متغیر وابسته‌ی کارآفرینی و تعیین سهم هر یک از متغیرهای مستقل در تبیین متغیر وابسته از تحلیل رگرسیون استفاده شد و متغیرهای انگیزه‌ی پیشرفت، نوآوری، مهارت‌های مدیریتی، فرهنگ همکاری، والدین کارآفرین، تجربه‌ی تبعیض جنسیتی، حمایت نهادهای دولتی، ساختارهای قانونی مناسب و روابط اجتماعی گسترده را به‌عنوان متغیرهای پیش‌بین و متغیر کارآفرینی را به‌عنوان متغیر ملاک در مدل آماری رگرسیون خطی قرار دادیم که نتایج در جدول ۵ مشاهده می‌شود.

**جدول ۵:** خلاصه تحلیل رگرسیون متغیرهای مؤثر بر کارآفرینی

ضریب همبستگی $R$	ضریب تعیین $R^2$	ضریب تعیین تصحیح شده	خطای استاندارد
۰/۸۷۰	۰/۷۵۶	۰/۷۳۷	۰/۲۲۷۱۶

با توجه به نتایج جدول فوق ضریب همبستگی ۰/۸۷۰ می‌باشد و متغیرهای انگیزه‌ی پیشرفت، نوآوری، مهارت‌های مدیریتی، فرهنگ همکاری، والدین کارآفرین، تجربه‌ی تبعیض جنسیتی در کار، حمایت نهادهای دولتی، ساختارهای قانونی مناسب و روابط اجتماعی گسترده می‌توانند ۷۳/۷ درصد از تغییرات متغیر کارآفرینی را تبیین کنند.

**جدول ۶:** نتایج تحلیل واریانس مربوط به عوامل پیش‌بین

مدل	مجموع مجزورات	درجه‌ی آزادی	میانگین مجزورات	$F$	سطح معناداری
رگرسیون	۲۲/۰۷۳	۱۱	۲/۰۰۷	۳۸/۸۸۸	۰/۰۰۰
خطا	۷/۱۲۱	۱۳۸	۰/۰۵۲		
کل	۲۹/۱۹۴	۱۴۹			

نتایج به دست آمده از جدول تحلیل واریانس نشان می‌دهد (با توجه به سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵) که متغیرهای مستقل توانایی تبیین متغیر وابسته را دارند به عبارتی متغیرهای انگیزه‌ی پیشرفت، نوآوری، مهارت‌های مدیریتی، فرهنگ همکاری، والدین کارآفرین، تجربه‌ی تبعیض جنسیتی در کار، حمایت نهادهای دولتی، ساختارهای قانونی مناسب و روابط اجتماعی گسترده بر متغیر کارآفرینی مؤثر می‌باشند.

جدول ۷: ضرایب رگرسیون

سطح معنی داری	آماره‌ی آزمون <i>t</i>	ضرایب استاندارد شده (Beta)	ضرایب استاندارد نشده رگرسیونی		مدل
			برآورد پارامترهای مدل (B)	برآورد انحراف استاندارد	
۰/۰۰۱	۳/۴۶۹		۰/۸۳۸	۰/۳۴۱	مقدار ثابت
۰/۰۴۵	۰/۴۳۴	۰/۰۲۰	۰/۰۱۳	۰/۰۲۹	انگیزه‌ی پیشرفت
۰/۰۲۰	۰/۱۶۴	۰/۰۰۷	۰/۰۰۵	۰/۰۲۸	نوآوری
۰/۰۰۱	۳/۳۱۷	۰/۱۶۲	۰/۱۱۸	۰/۰۳۶	مهارت‌های مدیریتی
۰/۰۳۵	۰/۹۲۸	۰/۰۴۴	۰/۰۲۱	۰/۰۲۲	فرهنگ همکاری
۰/۰۴۱	۲/۰۶۱	۰/۱۰۸	۰/۰۷۰	۰/۰۳۴	والدین کارآفرین
۰/۰۰۱	۳/۳۸۳	۰/۳۱۲	۰/۱۱۵	۰/۰۳۴	تجربه‌ی تبعیض جنسیتی
۰/۰۰۰	۴/۸۵۸	۰/۲۳۸	۰/۱۴۷	۰/۰۳۰	حمایت نهادهای دولتی
۰/۰۰۰	۱۱/۳۴۲	۰/۵۱۲	۰/۱۹۵	۰/۰۱۷	ساختارهای قانونی مناسب
۰/۰۰۳	۳/۰۵۷	۰/۱۴۵	۰/۰۹۲	۰/۰۳۰	روابط اجتماعی گسترده

همان‌طور که در جدول ۷ مشاهده می‌شود، رابطه‌ی متغیرهای مستقل و کارآفرینی معنادار است و ساختارهای قانونی مناسب (۰/۵۱۲) و حمایت نهادهای دولتی (۰/۲۳۸) یعنی عوامل ساختاری (با توجه به مقادیر بتا) تأثیر بیشتری نسبت به سایر متغیرها بر کارآفرینی دارند و پس از آن تجربه‌ی تبعیض جنسیتی در کار، مهارت‌های مدیریتی، روابط اجتماعی گسترده، والدین کارآفرین، فرهنگ همکاری، انگیزه‌ی پیشرفت و نوآوری به ترتیب در رده‌های بعدی عوامل تأثیرگذار در موفقیت زنان کارآفرین قرار دارند.

### جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که ویژگی‌ها و شرایط اقتصادی و اجتماعی همچون سن، وضعیت تأهل، سطح تحصیلات، سابقه‌ی کار و میزان درآمد نقش مهمی در میزان کارآفرینی زنان تهرانی دارند. این نتایج نشان می‌دهند که با افزایش سن، میزان کارآفرینی زنان اندکی کاهش می‌یابد. افراد مجرد از روحیه‌ی کارآفرینی بالایی به نسبت متأهلین برخوردار هستند که شاید یکی از دلایل آن رسیدن به استقلال مالی باشد. افراد دارای تحصیلات لیسانس که احتمالاً باید دارای رنج سنی کمتری باشند روحیه‌ی کارآفرینی بالاتری دارند بعلاوه با افزایش سابقه‌ی کار به روحیه‌ی کارآفرینی زنان افزوده می‌شود. در نهایت تلاش برای ارتقای درآمد، روحیه‌ی کارآفرینی را در زنان را ارتقاء می‌دهد.

همچنین نتایج تحلیلی این تحقیق نشان می‌دهد که بین عوامل شناختی - رفتاری از جمله انگیزه‌ی پیشرفت و نوآوری با کارآفرینی رابطه‌ی معنادار و مثبتی وجود دارد. این نتایج با نتایج حاصل از مطالعات میرغفوری و همکاران (۱۳۸۸)، محمدی و همکاران (۱۳۹۰)، فرانی و همکاران (۱۳۹۳)، ابوالقاسمی و همکاران (۱۳۸۸) و گلرد (۱۳۸۴)، که دریافتند بین ویژگی‌های شخصیتی و کارآفرینی رابطه‌ی معنادار و مثبتی وجود دارد همسو است. اهمیت این یافته در این است که برای ترغیب و تشویق کارآفرینی در میان زنان، نیاز است که از سنین کودکی و در دوران تحصیلات پایه و دانشگاهی، روحیه‌ی پیشرفت و نوآوری در آنها تقویت شود. تقویت این عوامل شناختی و رفتاری باعث می‌شود که ما در آینده با موج گسترده‌ای از زنان کارآفرین در جامعه روبرو باشیم.

یکی دیگر از عواملی که توسعه‌ی کارآفرینی زنان از آن تأثیر می‌پذیرد داشتن مهارت‌های مدیریتی می‌باشد؛ همچنین در کنار مهارت‌های مدیریتی، داشتن فرهنگ همکاری نیز می‌تواند افراد را به مشارکت و همکاری در ایجاد فضاهای کسب و کار جدید یاری رساند. در این دو بعد نیز مشخص گردید که هم مهارت‌های مدیریتی و هم وجود فرهنگ همکاری در کارآفرینی زنان مؤثر بوده است.

از دیگر عوامل تأثیرگذار در جهت ایجاد روحیه‌ی کارآفرینی در زنان، نقش ویژگی‌های کارآفرینانه‌ی والدین این افراد می‌باشد. رفتار و ویژگی‌های پدر و مادر، اثری مثبت در این زمینه دارد. این نتایج با نتیجه‌ی مطالعه‌ی گلرد (۱۳۸۸)، که نشان داد افرادی که یک والد به‌طور مثال پدر یا مادر کارآفرین دارند، به گونه‌ای قابل توجه موفق‌تر از افرادی هستند که بدون داشتن مدل‌های نقش ظاهر می‌شوند، همسو است؛ همچنین یکی دیگر از عوامل اثرگذار در کارآفرینی زنان تجربه‌ی تبعیض‌های جنسیتی و نابرابری در مشاغل می‌باشد، یافته‌های این تحقیق نشان داد که زنان به منظور غلبه بر این تبعیض‌ها بیشتر به کارآفرینی رو می‌آورند و هم در برخی مواقع برای برآوردن نیازهای اقتصادی خود و یا کسب استقلال مالی سعی در کارآفرینی دارند.

حمایت نهادهای دولتی و ساختارهای قانونی مناسب از دیگر عواملی می‌باشند که رابطه‌ای تنگاتنگ با کارآفرینی دارند و نتایج این تحقیق با مطالعات نیازکار و عرب‌مقدم (۱۳۸۹)، که نشان دادند موانع فوق به شکل معنادارتری مهم‌تر از موانع فردی و خانوادگی بوده است، همسو می‌باشد. نکته‌ی مهم این است که در تحلیل‌های رگرسیونی نیز این دو عامل اثرگذار مهم‌ترین عامل در کارآفرینی زنان بودند.

در نهایت وجود روابط گسترده‌ی زنان کارآفرین با هم باعث می‌شود تا زنان در شبکه‌های اجتماعی کارآفرینی، ترغیب به کارآفرینی شوند و از تجارب همدیگر در این زمینه یاد بگیرند، از حمایت همدیگر برخوردار شوند و ایده‌های جدید برای کسب و کار پیدا نمایند.

بطور کلی در تحلیل رگرسیونی مشخص گردید که ساختارهای قانونی مناسب و حمایت نهادهای دولتی یعنی عوامل ساختاری تأثیر بیشتری نسبت به سایر متغیرها بر کارآفرینی زنان داشتند و پس از آنها تجربه‌ی تبعیض جنسیتی در کار، مهارت‌های مدیریتی، روابط اجتماعی گسترده، والدین کارآفرین، فرهنگ همکاری، انگیزه‌ی پیشرفت و نوآوری به ترتیب در رده‌های بعدی عوامل تأثیرگذار در موفقیت زنان کارآفرین قرار داشتند.

این یافته‌ها نشان می‌دهند که مهم‌ترین بستر برای کارآفرینی زنان، بسترهای ساختاری است که باید مورد توجه قرار گیرند. یعنی در این بستر هم باید به ساختارهای قانونی مناسب و هم حمایت نهادهای دولتی در کارآفرینی زنان توجه شود. بعد از این، ابعاد فرهنگی اجتماعی چون خروج از تبعیض جنسیتی در کار و عوامل سازمانی چون مهارت‌های مدیریتی قرار دارند. پس می‌توان گفت که برای نهادینه کردن فرهنگ کارآفرینی در جامعه یک نظام حمایتی برای زنان کارآفرین لازم است تا بتوانند از طریق نهادهای دولتی و ساختارهای قانونی مناسب حمایت شوند. بعد از چنین حمایتی نیاز است که برخی ویژگی‌های کارآفرینی چون انگیزه‌ی پیشرفت، نوآوری و مهارت‌های مدیریتی و همکاری به آنها آموزش داده شود.

**فهرست منابع:**

- ابوالقاسمی، عباس؛ عباسی، مسلم؛ نریمانی، محمد و قمری، حسین (۱۳۸۸). "بررسی نقش برخی از متغیرهای شخصیتی به‌عنوان پیش‌بین‌های موفقیت و شکست مدیران در کارآفرینی"، مجله‌ی دستاوردهای روان‌شناختی، دوره‌ی ۴، شماره‌ی ۲.
- احمدپور، محمود (۱۳۸۸). کارآفرینی، تعاریف، نظریات، الگوها، تهران: انتشارات پردیس، چاپ ششم.
- جمشیدی، علیرضا؛ جمینی، داود و نظری سرمایه، حمید (۱۳۹۳). "بررسی عوامل پیش‌برنده و بازدارنده‌ی توسعه‌ی کارآفرینی زنان روستایی: مطالعه‌ی موردی زنان روستایی بخش میان‌کوه شهرستان اردل"، فصلنامه‌ی زن و جامعه، سال پنجم، شماره‌ی ۱.
- ربیعی، علی و سرابی، سولماز (۱۳۹۲). "بررسی تأثیر سرمایه‌ی اجتماعی و ابعاد آن بر کارآفرینی زنان: مطالعه‌ی موردی انجمن زنان مدیر کارآفرین"، فصلنامه‌ی مطالعات توسعه‌ی اجتماعی - فرهنگی، دوره‌ی اول، شماره‌ی ۴.
- ربیعی، علی و نظریان، زهرا (۱۳۹۲). "بررسی موانع کارآفرینی زنان تحصیل‌کرده‌ی دانشگاهی ایران"، نشریه‌ی ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، دوره‌ی دوم، شماره‌ی ۴.
- گلرد، پروانه (۱۳۸۴). "عوامل مؤثر در توسعه‌ی کارآفرینی زنان ایرانی"، پژوهش زنان، دوره‌ی ۳، شماره‌ی ۱.
- گلرد، پروانه (۱۳۸۸). "خانواده و راهکارهای توسعه‌ی کارآفرینی زنان ایرانی"، پژوهش زنان، دوره‌ی ۷، شماره‌ی ۲۱.
- محمدی، حمیدرضا؛ احمدی، عبادالله و امین شایان جهرمی، شاپور (۱۳۹۰). "بررسی ویژگی‌های شخصیتی با تمایل به کارآفرینی"، فصلنامه‌ی جامعه‌شناسی زنان، سال دوم، شماره‌ی اول.
- مسعودنیا، ابراهیم (۱۳۸۱). "ارزیابی رویکرد شخصیتی، خصیصه‌ای برای سنجش کارآفرینی"، مدیریت و توسعه، شماره‌ی ۱۵.
- میرغفوری، حبیب‌الله؛ صیادی تورانلو، حسین و طاهری دمنه، محسن (۱۳۸۸). "تبیین و تحلیل موانع مؤثر بر کارآفرینی زنان: مطالعه‌ی موردی استان یزد"، پژوهش‌نامه‌ی مدیریت تحول، سال اول، شماره‌ی ۲.
- نیازکار، فاطمه و عرب‌مقدم، نرگس (۱۳۸۹). "زنان کارآفرین دانشگاهی نسبت به موانع توسعه‌ی کارآفرینی زنان"، نشریه‌ی تحقیقات زنان، سال چهارم، شماره‌ی اول.



یعقوبی فرانی، احمد؛ سلیمانی، عطیه و موحدی، رضا (۱۳۹۳). "تحلیل عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان روستایی"، مطالعات اجتماعی روانشناختی زنان، سال ۱۲، شماره ۴. یوسف‌پور، مائده؛ حسین‌زاده، مریم؛ حسین‌زاده، حامد؛ طالب‌نژاد، سید رمضان و اکبری، یاسر (۱۳۹۱). بررسی عوامل کارآفرینی زنان در توسعه اقتصادی کشور، کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان، دانشگاه مازنداران.

Ball, S. (2005). "The importance of entrepreneurship to hospitality, leisure, sport and tourism, Hospitality, Leisure", Sport and Tourism Network, Vol.1 No. pp. 1-14.

Burdus, E. (2010). "Fundamentals of Entrepreneurship", Review of International Comparative Management, Vol. 11 No. 1, pp. 33-42.

Chane Wube, Mulugeta (2010). Factors Affecting the Performance of Women Entrepreneurs in Micro and Small Enterprises (the Case of Dessie Town), MA Thesis in Technical and Vocational Education Management, Bahir Dar University.

Cowling Marc, Taylor, Mark (2001). "Entrepreneurial Women and Men: Two different species?", Small Business Economics, Vol 16. Iss 3, pp: 167-175.

Dabson, Brian. (2001). "Supporting Rural Entrepreneurship", Exploring Policy Options for a New Rural America. Proceeding of a conference sponsored by Federal Reserve Bank of Kansas City, Center for the Study of Rural America 35-48.

Daskin, Mustafa (2016). "Investigating the Influential Factors on Small and Medium-Sized Hospitality Entrepreneurs at the Start-Up Process: A Preliminary Study from Ipoh/Malaysia", Journal of Entrepreneurship and Innovation Management, Vol 5, Issue 1, pp 51-69.

Fuduric, N. (2008). The sources of entrepreneurial opportunities: Individuals & the environment, Doctoral Research Paper, Department of Planning and Development, Aalborg University, Denmark.

Henderson, Jason (2006). Understanding Rural Entrepreneurs at the County Level: Data Challenges, Federal Reserve Bank of Kansas City–Omaha Branch - U.S. Bureau of the Census, Working Paper- October 2006.

Lee, Jean (1996). "The motivation of women entrepreneurs in Singapore", *Women in Management Review*, Volume 11, pp: 18–29.

Maden, Ceyda (2015). "A gendered lens on entrepreneurship: women entrepreneurship in Turkey", *Gender in Management, An International Journal*, Vol. 30 Iss: 4, pp.312 – 331.

Raman, Kavitha, Anantharaman, R.N., Ramanathan, Santhi (2013). "Environmental, Personality and Motivational Factors: A Comparison Study between Women Entrepreneurs and Women Non Entrepreneurs in Malaysia", *International Journal of Business and Management*, Vol. 8, No. 13, pp: 15-23.

Serafimovska, H. and Sotiroski, J. (2014). "Implications of the Legal Framework for the Development of Entrepreneurship", *International Review of Social Sciences and Humanities*, Vol. 7 No. 1, pp. 263-273.

Shabbier, Amama, Di Gregorio, Silvana (1996). "An examination of the relationship between women's personal goals and structural factors influencing their decision to start a business: the case of Pakistan", *Journal of Business Venturing*, Vol 11, Iss 6, pp: 507-529.