

ارائه مدلی جهت ارتقای توانمندیهای مهارتی زنان تولید کننده خانگی

از طریق میکرو کارآفرینی

سید مجتبی موسویان^۱

دکتر رضا یوسفی سعیدآبادی^۲

دکتر سعید صفاریان همدانی^۳

چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی ارائه مدلی جهت ارتقای توانمندیهای مهارتی زنان تولید کننده خانگی از طریق میکرو کارآفرینی می باشد. پژوهش حاضر از نظر هدف بنیادی و رویکرد کاربردی دارد و روش پژوهش آمیخته است و برای شناسایی شاخص ها از الگوی تحلیل محتوا استفاده شد، و روابط بین متغیرهای پژوهش و ارزش آن را از روش معادلات ساختاری (SEM) بدست آمد. جامعه آماری بخش کیفی شامل کلیه اساتید و خبرگان که در زمینه ی میکرو کارآفرینی فعال در ایران می باشند و روش نمونه گیری در این پژوهش از نوع روش نمونه گیری گلوله برفی می باشد، بدین صورت که جمع آوری داده تا رسیدن به نقطه اشباع ادامه پیدا کرد که تعداد آن ۱۸ نفر می باشند و همچنین جامعه آماری در بخش کمی شامل کلیه کارآفرینان زن فعال در حوزه ی مشاغل خانگی در ایران می باشند و روش نمونه گیری در این پژوهش از نوع تصادفی ساده می باشد که تعداد حجم نمونه بر اساس جدول مورگان ۳۱۳ نفر می باشد. روش و ابزار گردآوری اطلاعات در بخش کیفی بصورت مصاحبه نیمه ساختار و در بخش کمی بصورت پرسشنامه محقق ساخته می باشد. در پژوهش حاضر جهت تحلیل داده‌ها و دست‌یابی به اهداف مذکور از روش‌های آمار توصیفی و آمار استنباطی استفاده شد. یکی از روش‌های آماری برای تجزیه و تحلیل اطلاعات موجود در مجموعه داده‌ها روش تجزیه عامل‌ها یا تحلیل عاملی می‌باشد. با استفاده از نرم افزار Lisrel مورد استفاده قرار گرفت، در نهایت الگوی پژوهش سنجش و برازش قرار گرفت. نتایج نشان داد که مدل پژوهش برای ضرایب تی بالای $1/96 \pm$ تا $2/58 \pm$ در سطح $0/05$ معنی دار می باشند و ضرایب تی بالاتر از $2/58 \pm$ در سطح $0/01$ معنی دار هستند. ضرایب مسیر و واریانس تبیین شده متغیرهای پژوهش و شاخص های برازش بدست آمده برای مدل آزمون شده نشان می دهد که شاخص RMSEA در مدل برآورد شده با میزان $0/064$ از سطح قابل قبولی برخوردار بوده و دیگر شاخص برازش مانند CFI، GFI، NFI، و AGFI به ترتیب برابر با $0/97$ ، $0/94$ ، $0/95$ و $0/92$ همگی در سطح مناسبی هستند و این مشخصه های نکویی برازش نشان می دهد داده‌های این پژوهش با ساختار عاملی این مدل برازش مناسبی دارد.

کلیدواژگان: مدل، توانمندیهای مهارتی، زنان، تولید کننده خانگی، میکرو کارآفرینی.

۱ دانشجوی دکتری کارآفرینی، گروه مدیریت، واحد ساری، دانشگاه آزاد اسلامی، ساری، ایران.

۲ استادیار گروه مدیریت آموزشی، واحد ساری، دانشگاه آزاد اسلامی، ساری، ایران.

۳ استادیار گروه مدیریت آموزشی، واحد ساری، دانشگاه آزاد اسلامی، ساری، ایران.

توسعه‌ی پایدار جوامع و به تبع آن، توسعه‌ی منابع انسانی وابسته به آن است که دولت‌ها به عنوان قدرتمندترین عامل اقتصادی و اجتماعی بتوانند، ضمن بستر سازی مناسب و ایجاد فضای لازم جهت رشد و شکوفایی استعدادهای انسانی، از توان کل جمعیت فعال اقتصادی اعم از زن و مرد بهره‌جسته و آن توان را اثربخش نمایند. باتوجه به پیچیدگی و رقابت روبه‌رشد موجود در دنیای امروز که البته با تحولات سریع محیط بین‌الملل و گذر از جامعه‌ی صنعتی به جامعه‌ی اطلاعاتی و نیز تغییر اقتصاد ملی به اقتصاد جهانی همراه است، از میکرو کارآفرینی به عنوان موتور محرک توسعه‌ی اقتصادی یاد می‌شود، زیرا می‌تواند باعث رشد و توسعه‌ی اقتصادی کشورها، افزایش بهره‌وری، ایجاد اشتغال و رفاه اجتماعی شود (احمدپور و دیگران، ۱۳۸۳). کارآفرینی نیازمند به کارگیری انرژی و شور جهت خلق و اجرای ایده‌ها و راهکارهای خلاق است (کراتکو، ۲۰۰۵).

مقوله‌ی میکرو کارآفرینی به سرعت در حال گسترش است و میکرو کارآفرینی زنان موضوع خاص و مورد توجه سراسر جهان است. بسیاری از محققان معتقدند که فعالیت‌های کارآفرینی توسط زنان، نقش برجسته‌ای در ارتقای خانواده‌ها و رشد و توسعه‌ی کشورهای خود هستند. موفقیت زنان کارآفرین در این جوامع، نه تنها موجب سود اقتصادی می‌شود، بلکه منافع اجتماعی و فرهنگی هم ایجاد می‌کند (سیمور، ۲۰۰۳). امروزه کشورها و سازمانهای بین‌المللی به این نتیجه رسیده‌اند که توسعه‌ی کارآفرینی زنان تأثیری مثبت و مستقیم در بسیاری از فعالیت‌های مختلف کشورها داشته است. از یک طرف، سبب توسعه‌ی اقتصادی و ایجاد فرصت‌های شغلی می‌شود و از طرف دیگر، می‌تواند سبب بهبود وضعیت اجتماعی، فرهنگی و بهداشتی زنان و خانواده‌های آنان شود (براش، بروین و ولتر، ۲۰۰۳). توجه به استعداد و نقش زنان در توسعه‌ی کشورها ضرورت دارد. بسیاری از دولت‌ها در بحران‌های اقتصادی توانسته‌اند، با اتخاذ تدابیر و سیاستهایی و با بهره‌مندی از نیروی کار زنان بر بحران‌های جامعه‌ی خود فائق آیند و در مسیر توسعه موفق شوند. اما زنان کارآفرین در بسیاری از کشورهای در حال توسعه با موانع متعدد و جدی روبه‌رو هستند، که مانع موفقیت آنان در فعالیت‌های اقتصادی می‌شود. فعالیتهای اقتصادی زنان در جهان و جهت‌گیری آنان به سمت فعالیت‌های کارآفرینانه به دلایل متعددی از جمله بیکاری، استقلال، کسب درآمد، پایین بودن

۱- kuratko

۲- Seymore

۳- Brush & Bruin & Welter

دستمزدها و عدم رضایت از شغل قبلی است (هاشمی و پورامین زاد، ۱۳۸۹). زنان در کشورهای درحال توسعه امید اول برای ارتقای خانواده ها و رشد و توسعه ی کشورهای خود هستند. بنابه ضرورت توسعه ی سهم زنان در اقتصاد ملی، رویکرد اصلی و خودجوش جامعه، برای غلبه بر مشکلات و بحران های موجود، توجه به کارآفرینی است تا از این طریق زنان جوان، خصوصاً فارغ التحصیلان دانشگاهی به راه اندازی کسب و کارهای مستقل ترغیب و تشویق شوند و با ایجاد فرصت های شغلی برای خود و دیگران برای ارائه ی چنین الگویی بتوانند معضل کنونی جامعه (بیکاری) را پایان بخشند (گلرد، ۱۳۸۴).

قبل از سال ۱۹۷۵، میکرو کارآفرینی زنان موضوع با اهمیتی محسوب نمی شد. اما بعد از این که آمریکا سال ۱۹۷۵ را "سال جهانی زنان" نام گذاری کرد، رویکردها به سمت کارآفرینی دچار تغییر شد و دولت ها برنامه هایی را به وجود آوردند که بتوان زنان را وارد جریان اصلی توسعه ی صنعتی کرد (شاه علم و مهد جانی، ۲۰۱۱). یکی از مهم ترین معیارها، جهت سنجش درجه ی توسعه یافتگی یک کشور، میزان اهمیت و اعتباری است که زنان در آن کشور دارا می باشند. اکنون نگاه جهان، بیشتر به سوی زنان معطوف شده است، زیرا امروزه برای تحقق توسعه ی اجتماعی، تسریع فرآیند توسعه ی اقتصادی و محقق شدن عدالت اجتماعی به حضور بیشتر زنان در جامعه نیاز است. چنانچه به زن به عنوان نیروی فعال و سازنده نگریسته شود، قطعاً تأثیر بسیاری در روند توسعه و افزایش کمی و کیفی نیروی انسانی آن جامعه خواهد داشت. نقش زنان در توسعه، مستقیماً با هدف توسعه ی اجتماعی و اقتصادی بستگی داشته و از این رو در تحول همه ی جوامع انسانی، عاملی بنیادی محسوب می گردد. از سوی دیگر، تمایل زنان و دختران به تحصیلات دانشگاهی در سال های اخیر افزایش یافته و بیش از ۶۵ درصد از ورودی دانشگاه ها را دختران به خود اختصاص داده اند. این در حالی است که دولت توان جذب این تعداد نیروی آماده به کار ندارد و بخش خصوصی موجود نیز با گستره ی محدود خود در کشور، ظرفیت پذیرش این تعداد نیروی انسانی را دارا نمی باشد. بنابراین توسعه ی کارآفرینی، اگر نگوئیم تنها راه پیش رو است، دست کم در شرایط امروزی به عنوان یکی از بهترین راه حل های معضل بیکاری مطرح است (صابر، ۱۳۸۱). با وجود این که زنان در اکثریت جوامع نزدیک به نیمی از جمعیت کشور را تشکیل می دهند، متأسفانه در جوامع توسعه نیافته و در حال توسعه ی زنان در حاشیه قرار گرفته و سهم آنها در مشارکت در انواع فعالیتهای اجتماعی بسیار ناچیز است (فلدمن، ۲۰۰۴). نمونه ی این امر، کم تر بودن نرخ کارآفرینی زنان نسبت به مردان در این جوامع و حتی در جوامع توسعه یافته می باشد. زنان برای کسب استقلال مالی و به کارگیری استعداد و توان خود، به نحو فزاینده ای وارد بازار کار

می‌شوند. بخشی از زنان فعال ترجیح می‌دهند که به‌طور مستقل کار کنند و با پذیرش مشکلات و ناطمینانی‌های فضای کسب و کار، به ایجاد واحد اقتصادی دست بزنند. اما باتوجه به این که شمار زنان کارآفرین در دهه‌های اخیر روبه‌افزایش است، ولی هنوز زنان سهم کوچکی را در کل کارآفرینان کشورهای مختلف به خود اختصاص می‌دهند، که این امر به دلیل وجود چالش‌هایی است که بر سر راه میکرو کارآفرینی زنان در این جوامع قرار دارد (صابر، ۱۳۸۱).

توانمندی‌های زنان، سطح فکری و فرهنگی جامعه را به‌طور فزاینده‌ای بالا می‌برد و زنان به‌عنوان پرورش‌دهندگان نسل‌های آتی هرچه توانمندتر، آگاه‌تر و در عرصه‌ی دانش و فن‌آوری مفیدتر باشند، نسل آتی از آن بیشتر بهره‌مند می‌شود و توسعه‌ی جوامع تنها با فعالیت در عرصه‌ی تفکر و خدمت معنی می‌یابد. برای توسعه و گسترش کارآفرینی، نخست باید چالش‌ها و موانع موجود را شناسایی کنید و سپس با وضع قوانین مناسب، شرایط و بستری لازم برای فعالیت زنان کارآفرین را فراهم نمود (مسجدیان، ۱۳۷۱). توسعه‌ی میکرو کارآفرینی از خانه باعث توسعه‌ی اشتغال و ارتقای سطح کارآفرینی در یک جامعه می‌شود.

محاسنی که بر کسب و کارهای خرد مترتب است (هم‌چون چابکی و انعطاف‌پذیری) در کنار مزایایی که خانه به‌عنوان محل کسب و کار در اختیار افراد قرار می‌دهد (هم‌چون حذف هزینه‌های محل فعالیت) انگیزه‌های مضاعفی را در افراد برای گرایش به سمت چنین کسب و کارهایی را ایجاد کرده است، به طوری که پژوهش‌ها نشان می‌دهد که این‌گونه فعالیت‌ها در سال‌های اخیر، نرخ رشد بالاتری نسبت به کسب و کارهای کوچک داشته‌اند (والکر و وبستر، ۲۰۰۴). با افزایش میزان آگاهی و تحصیلات دانشگاهی، جایگاه و موقعیت زنان در خانواده و اجتماع دگرگون شده است، اما کماکان فقدان تعادل جنسیتی و نابرابری‌های بازار کار - هم در عرضه و هم در تقاضا که ریشه در هنجارها، نگرش‌ها و ساختارهای اجتماعی و خانوادگی کشور دارند. به قوت خود باقی است. بنابراین اگر سیاست‌ها و برنامه‌های کارآفرینی مناسب با این ساختارها نباشد، با شکست مواجه خواهد شد. با توجه به سهم غیرقابل‌انکار زنان در تولید ملی و توسعه‌ی اقتصادی ضروری است، که شرایط مناسب برای خوداشتغالی و توسعه‌ی کارآفرینی زنان در ایران با توجه به شرایط خانوادگی فراهم شود، تا زنان با ایجاد شغل و فرصت‌های شغلی برای خود و دیگران بتوانند معضل جامعه یعنی بیکاری را پایان بخشند. تجربه‌ی بسیاری از کشورها نشان می‌دهد، مشاغل خانگی راهکاری مناسب برای کاهش نرخ بیکاری و فراهم ساختن زمینه‌ی توسعه‌ی اشتغال محسوب می‌شود. از آن جایی که متغیرهای محیطی، رابطه‌ی بین وضعیت میکرو کارآفرینی و عملکرد زنان را تعدیل می‌نماید، مطالعه‌ی

عوامل محیطی باید نقطه ی آغازین مطالعات میکرو کارآفرینی زنان باشد. لذا باتوجه به مطالب فوق و ضرورت توسعه ی میکرو کارآفرینی میان زنان جامعه، شناسایی عوامل تأثیرگذار بر کسب و کار زنان، چالش های کارآفرینی زنان و ارائه ی راهکارهایی ضروری و الزامی به نظر می رسد. با توجه به مطالب ارائه شده هدف از پژوهش حاضر بررسی ارائه مدلی جهت ارتقای توانمندیهای مهارتی زنان تولید کننده خانگی از طریق میکرو کارآفرینی می باشد.

مبانی نظری پژوهش

کارآفرینی زنان

با توجه به نقش حساس زنان در تولید و توسعه ی اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی، کارآفرینی به عنوان مهم ترین عامل در به عرصه ظهور رساندن توانایی های زنان می باشد و هر قدر میزان مشارکت زنان افزایش یابد، روند رشد و توسعه تسهیل می گردد. نقش بسیار مؤثر و حیاتی کارآفرینان زن به عنوان بخش عظیمی از جمعیت انسانی جامعه بسیار چشمگیر و حائز اهمیت است، به گونه ای که می توان ادعا نمود در آغاز هزارهی سوم، آنان با شناسایی توانمندی خود و یافتن جایگاه واقعی خود در عرصه های متنوع و مختلف اجتماعی، پیش قراولان حرکت و خیزش عظیم کارآفرینی جهانی قلمداد گردیده و می روند تا آفریدگار شگفتی های نوین در عرصه ی جهانی گردند. امروزه کشورها و سازمان های بین المللی به این نتیجه رسیده اند که توسعه ی کارآفرینی زنان تاثیر مثبت و مستقیم در بسیاری از فعالیت های مختلف کشورها دارد، به طوری که از یک طرف سبب توسعه ی اقتصادی و ایجاد فرصت های شغلی می شود و از طرف دیگر می تواند سبب بهبود وضعیت اجتماعی، فرهنگی زنان و خانواده آنان شود (شائمی و همکاران، ۱۳۹۰).

اشتغال و کارآفرینی زنان از اهرم های مؤثر در توسعه ی اقتصادی و مشارکت اجتماعی به شمار می رود (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 می انجامد (یزدخواستی و احمدی، ۱۳۸۶: ۲).

فعالیت های اقتصادی زنان و روی آوردن آنها به فعالیت های کارآفرینانه بر دو گونه است: بر پایه ی ضرورت یا بر پایه ی فرصت، که البته در کشورهای توسعه یافته، بیشتر بر پایه ی فرصت و در کشورهای رو به توسعه، بیشتر بر پایه ی ضرورت است. به هر روی هر دو گروه کارآفرینان به دلایل گوناگون از جمله بیکاری و کاهش دستمزدها وارد عرصه ی کارآفرینی می شوند (گلرد، ۱۳۸۶: ۲۰۴).

براساس گزارش سازمان همکاری و توسعه‌ی اقتصادی (OECD)، استفاده‌ی بهینه از نیروی زنان جهان می‌تواند در افزایش رشد اقتصادی، کاهش فقر، ارتقاء سطح سلامت اجتماع و کمک به تضمین توسعه‌ی مناسب در همه‌ی کشورها تأثیرگذار باشد (خانی، ۱۳۸۵: ۱۰۱).

توانمندیهای مهارتی زنان

توانمندیهای مهارتی برای هر گروه، فرد یا جامعه‌ای که به دنبال فعالیت‌های نظام دار یا راه اندازی مؤسسات است، هدف مناسبی است (سولومون، ۱۹۷۶) و گروهی در شرایط متفاوت و فاقد قدرت زندگی می‌کنند. بنابراین توانمندیهای مهارتی زنان، بخش مهم و مورد نیاز حوزهی کار مددکاران اجتماعی، مشاوران توانبخشی و مشاوران شغلی و سازمانی است.

زنان از جنبه‌های گوناگونی در جامعه تحت فشار هستند. یکی از این جنبه‌ها، بیگانگی از خود است. این از خودبیگانگی دارای دو جنبه است. ابتدا میزان از خودبیگانگی یک زن از خود درونی‌اش - خودی که نیازها، خواسته‌ها، توانایی‌ها و ارزش وجودی اشخاص را از یکدیگر متمایز می‌نماید. دومین جنبه‌ی از خودبیگانگی، بیگانگی از خود شخص است: شرایط اولی از خودبیگانگی عمیقاً به دومی وابسته است، به این معنی که افکار خود شخص به طور کامل به ناتوانایی در شناخت خود درونی و ارزش‌گذاری به طور عینی منجر می‌شود. از خودبیگانگی توسط سایر نظریه‌های فمینیستی (گلدبرگر و هاگز، ۱۹۸۹؛ کالینز، ۱۹۹۰)، مورد بررسی قرار گرفته است. کلیشه‌های فرهنگی و تاریخی بسیار تعیین‌کننده است، کلیشه‌هایی که عملکرد جنسیتی را تقویت می‌کند که در کل به حفظ برتری مردان و حقارت و ضعف زنان منجر می‌شود. کلیشه‌های زنانه به خوبی بیانگر این است که کلیه‌ی اعضای جامعه می‌توانند آن را داشته باشند. بارتکی (۱۹۹۰) خاطر نشان ساخته است که کلیشه‌ها انتخاب مقتدرانه و سازمان اخلاقی را محدود می‌سازد، زیرا خود ضعیف و حقیر به صورت یک سایه درآمده و ظهور خود مقتدر را متوقف می‌سازد. البته سازمان‌ها نیز از این کلیشه‌ها برای جلوگیری از رشد و انتخاب زنان بهره می‌برند. این ایده‌ها رفتار مخصوص زنانه و همچنین استانداردهای قابل قبول اجتماعی را برای پیشرفت و عزت نفس زنان فراهم ساخته است.

1 Organisation for Economic Co-operation and Development

1 Solomon

1 Goldberger & Hocks

1 Collins

1 Bartky

دومین جنبه‌ی موقعیت بن‌بست مضاعف زنان است. زنان هنگام تصمیم‌گیری خود را در یک موقعیت بن‌بست مضاعف ببینند. برای مثال زنانی که شغلی پیدا می‌کنند به‌خاطر ترک فرزندانشان مورد سرزنش هستند. این در حالی است که مادرانی که در خانه می‌مانند نیز برچسب تنبلی و بیکاری می‌گیرند. از این‌رو احساس گناه، بی‌کفایتی و شکست می‌نمایند. سومین جنبه، سازمان و ساختار جنسیتی است. به‌نظر می‌رسد که نیروهای نظام‌مند و دارای سازمان جنسیتی به‌طور آشکاری با عنوان پدرسالاری، غلبه‌ی مردانه، پدرگرایانه و برتری مردان مشخص می‌شود. براساس این اصطلاح جنسیت دو مکانیسم نیرومند که در آن «مردان در تمام سازمان‌های اجتماعی مهم قدرت را در دست دارند و زنان از دستیابی به این قدرت منع می‌شوند» مقایسه می‌شود (لرنر، ۱۹۸۶)؛ این سهم نابرابر از قدرت در قوانین، منابع اقتصادی، وضعیت فردی و در کلیه‌ی مواردی که زنان به لحاظ جسمی و جنسی توسط مردان قربانی می‌شوند، آشکار می‌شود. در الگوهای توانمندیهای مهارتی زنان، ادبیات تحقیقی نشان می‌دهد که روش‌هایی برای توانمندیهای مهارتی زنان وجود دارد. گاتیرز (۱۹۸۷)، چهار زیر‌فرآیند را شناسایی کرد که در انجام توانمندیهای مهارتی نقش به‌سزایی دارد، شامل: رشد خود-کارآمدی، کاهش خود-سرزنشی، قبول مسئولیت شخصی برای تغییر و تشکیل گروه و خودآگاهی نقادانه.

مشاغل خانگی

کار از خانه قدمت دیرینه‌ای داشته و شاید بتوان گفت که پیشینه‌ی آن به‌ظهور مفهوم خانه و یک‌جانشینی انسان باز می‌گردد. بخش اعظم فعالیت‌های اقتصادی مردمان قبل از عصر صنعتی شدن در خانه‌ها و محل زندگی‌شان انجام می‌شده و خلط مفهوم خانه و کسب‌وکار مفهوم غریبی نبوده است. با انقلاب صنعتی و گسترش نظام کارخانه‌ای رفته‌رفته مرز میان خانه و محل کار پررنگ‌تر شده به‌طوری که مراکز صنعتی و تجاری به‌عنوان محلی برای فعالیت اقتصادی و خانه به کانونی گرم و آرام‌بخش برای مردمان خسته از کار روزانه در این مراکز تبدیل شد. وقوع یک شوک اقتصادی در اثر بحران انرژی اپک در سال ۱۹۷۳ باعث شد که توجهی دوباره نسبت به خانه به‌عنوان محل کار جلب شود.

Lerner

Gatirez

به‌طوری که توصیه‌های کارشناسان و سیاست‌گذاران عرصه‌ی اقتصادی به‌ویژه کارهایی که نایلز (۱۹۷۷) در این زمینه انجام داد، به بازگشت دوباره ی بخشی از فعالیت‌های اقتصادی به خانه‌ها برای صرفه‌جویی‌های هزینه و انرژی به‌ویژه رفت‌وآمد معطوف شد (رابرتز، ۱۹۹۸). اما این تنها شروع ماجرا نبود. صاحب‌نظران این حوزه معتقدند که سه عامل دیگر باعث شده است که کسب‌وکارهای خانگی در سال‌های اخیر روند روبه‌رشدی را طی کند (والکر و ویستر، ۲۰۰۴).

۱. ظهور و گسترش فناوری‌های جدید به‌ویژه فناوری اطلاعات و ارتباطات که باعث رونق و توسعه‌ی کارهای از راه دور و کسب‌وکارهای اینترنتی از قبیل خرید و فروش اینترنتی شده است.

۲. تغییر ساختار صنعتی و کوچک‌تر شدن سازمان‌ها و برون‌سپاری‌هایی که از یک‌سو موجب افزایش احساس ناامنی شغلی در افراد و تلاش بیشتر برای خوداشتغالی و کسب‌وکار مستقل و از سوی دیگر توجه به کسب‌وکارهای خانگی که می‌تواند مرجع مناسبی برای این برون‌سپاری‌ها باشد.

۳. تغییر ارزش‌های اجتماعی از یک‌سو همچون تمایل افراد به آزادی و استقلال بیشتر در کار و حضور بیشتر در کنار خانواده و از سوی دیگر ارتقای سطح استاندارد زندگی در میان خانواده‌های امروزی که نیاز به درآمد بیشتر را طلب می‌کند دو نیروی متضادی است که برآیند آن‌ها راهاندازی یک کسب‌وکار در خانه را سبب می‌شود.

پیشینه پژوهش

تیبیل (۲۰۰۶)، پژوهش نیز با عنوان «مقایسه ی کسب و کارهای خانگی و مشاغل دولتی در چهار کشور در حال توسعه» نشان می‌دهد که زنان در جوامع با فرهنگ غالب اسلامی و هندو، گرایش بیشتری به کسب و کارهای خانگی داشته به گونه ای که بیش از ۷۰ درصد زنان شاغل در این جوامع در خانه کار کرده یا دارای کسب و کار خانگی اند. مردان هنگام ورود به فعالیت های خوداشتغالی بیشتر از سرمایه های شخصی، قرض از بستگان و اعضای خانواده و دوستان بهره می گیرند. زنان در این کشور دسترسی محدودی به منابع مالی بانکی دارند و برای تأمین مالی به بانک خانگی متکی می شوند.

Niles

Roberts

اورهان و اسکات (۲۰۰۱)، نتایج مطالعه ی اکتشافی که با هدف بررسی عوامل موفقیت زنان کارآفرین فرانسوی بر نمونه ی ۲۵ نفری از این زنان صورت گرفت، عوامل انگیزاننده ی زنان برای کارآفرینی را نبودن گزینه ای دیگر، کارآفرینی اجباری، کارآفرینی آگاهانه، کارآفرینی ناب و خالص، کارآفرینی به صورت تصادفی، موفقیت سلسله مراتبی و موفقیت طبیعی بیان کرد.

هارلی (۱۹۹۹)، در ارتباط با «ترکیب نظریه های فمینیستی در ارتباط با کارآفرینی زنان» نشان می دهد، که مشاغل خانگی اغلب به وسیله ی افرادی ایجاد می شود که سرمایه ی زیادی نداشتند، ۴۰٪ آنها از سرمایه های شخصی استفاده کردند و ۲۰٪ از پول ها و وجوهات خانواده و فقط ۵٪ از وام های بانکی به عنوان یک منبع ایجاد سرمایه استفاده کرده اند، هم چنین ایجاد سرمایه، آموزش های حرفه ای و بازاریابی می تواند مشوق های مهمی در گرایش افراد باشد و کمبود تعهد، نبودن سرمایه با سرمایه ی اندک یک ریسک برای این نوع کسب و کارها است.

هیسریچ و براش (۱۹۸۴)، نتایج پژوهشات بر روی ۶۶۸ زن کارآفرین در ۱۸ ایالت آمریکا نشان داد که زنان کارآفرین، بزرگ ترین مشکلاتشان در طی راه اندازی کسب و کار را فقدان آموزش کسب و کار و آموزش مالی، تأمین اعتبار و فقدان مزایای جانبی می دانستند. هیسریچ و براش معتقدند که این مشکلات به دلیل فقدان آموزش های تجاری و تجربه ی کاری زنان می باشد. لذا زنان نیازمند دسترسی به طیف وسیعی از برنامه های آموزشی هستند، که شامل آموزش های عمومی از قبیل آموزش های مالی، مدیریتی، بازاریابی، جریانات نقدی، برنامه ی کسب و کار، چگونگی درخواست وام و سازمان دهی کسب و کار می شود.

یعقوبی و موحدی (۱۳۹۱)، در پژوهش خود با عنوان: «بررسی و تحلیل موانع و محدودیت های ارتقای توانمندیهای مهارتی میکرو کارآفرینی زنان روستایی در ایران»، نتایج تحقیق نشان داد که موانع و محدودیت های ارتقای توانمندیهای مهارتی میکرو کارآفرینی زنان روستایی در نه مقوله قرار می گیرند، که عبارتند از: شرایط و ویژگی های فردی، شخصیتی و رفتاری زنان روستایی، شرایط و ویژگی های خانوادگی، دانش و مهارت زنان روستایی، شرایط فرهنگی- اجتماعی، دسترسی به امکانات و خدمات مورد نیاز زنان روستایی، عوامل قانونی و حقوقی، عوامل مالی و اقتصادی، عوامل نهادی و سازمانی، شرایط جغرافیایی و عوامل محیطی.

رودگر نژاد و همکاران (۱۳۸۹)، در مطالعاتی با عنوان «چالش‌ها و موانع توسعه‌ی کسب و کارهای خانگی» از جمله مهم‌ترین راهکارهای توسعه‌ی این نوع کسب و کارها را به کارگیری سیاست‌های تشویقی و حمایتی از صنایع کوچک به ویژه تولیدات خانگی، اتخاذ راهکارها و راهبردهای توسعه‌ی صادرات تولیدات خانگی، سیاست‌های حمایتی در بازاریابی، بازاریابی و تبلیغات در سطح جهانی، توسعه‌ی همه‌جانبه‌ی توانمندی‌های فنی و تکنولوژیکی از راه برنامه‌های اجرایی در سطح کلان کشور، استفاده از شیوه‌های آموزشی جدید، تشویق و ترغیب کارآفرینان خانگی به استفاده از نوآوری و خلاقیت‌های تولید محصولات ویژه و منحصر به فرد، تأمین نیازهای مالی و اعتباری از راه تعدیل سیاست‌های مالی و پولی برای تأمین نیازهای مالی، محدودیت‌های بازرگانی، صادراتی و قوانین حقوقی.

برادران نصیری (۱۳۸۸)، نیز در مطالعات خود با عنوان «توجه به مشاغل خانگی زنان» به بررسی مزایای کسب و کارهای خانگی پرداخته‌اند. نتایج این مطالعه نشان داد، مهم‌ترین مزایای مشاغل خانگی کسب پایگاه و نقش اقتصادی زنان در خانواده، بدون حضور در بیرون از منزل، حفظ کیهان و حرمت، جایگاه و کرامت بانوان، بالا بردن کیفیت زندگی خانواده و افراد، ارتقاء روحیه‌ی آزادی و استقلال عمل، کاهش فشارها و استرس‌ها و حضور در محیطی آرام‌تر برای انجام کار، عدم نیاز به سرمایه‌گذاری زیاد، مبتنی بر مهارت افراد می‌شود، عدم نیاز به تکنولوژی، عدم نیاز به کارخانه و سوله و تشکیلات خاص، کاهش هزینه‌ی رفت و آمد، آلودگی هوا و ترافیک، استفاده‌ی بهینه از زمان.

معین‌الغریبانی، بهاء‌لو هوره (۱۳۸۶)، در مطالعه‌ای با عنوان «آگاهی، نگرش و عملکرد زنان درباره‌ی کارآفرینی، انگیزه‌ها و موانع» بررسی آگاهی ۱۵۰ نفر از زنان کارآفرین تهران نشان داد که آگاهی کمی از زمینه‌ها، اطلاعات و امکانات موجود برای کارآفرینی زنان در ایران وجود دارد. همچنین بیش از ۶۰ گروه مورد مطالعه، کمبود اطلاعات را یکی از موانع کارآفرینی دانسته‌اند. بررسی نگرش زنان مورد مطالعه نشان داد که اعتقاد کمی نسبت به کارآفرینی در آنها وجود دارد و موانع متعددی را بر سر راه کارآفرینی زنان می‌پندارند. این نگرش می‌تواند از موانع عمده‌ی اقدام به کارآفرینی در زنان ایران باشد.

روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف بنیادی و رویکرد کاربردی دارد و روش پژوهش آمیخته (کیفی-کمی) است و برای شناسایی شاخص‌های از الگوی تحلیل محتوا استفاده شد. در این پژوهش برای شناسایی مؤلفه‌های روش داده بنیاد استفاده شد است؛ و برای تعیین روابط ساختاری متغیرهای مدل و برازش مدل از مدل‌سازی

معادلات ساختاری (SEM): جامعه آماری بخش کیفی شامل کلیه اساتید و خبرگان که در زمینه ی میکرو کارآفرینی فعال در ایران می باشند و روش نمونه گیری در این پژوهش از نوع روش نمونه گیری گلوله برفی می باشد، بدین صورت که جمع آوری داده تا رسیدن به نقطه اشباع ادامه پیدا کرد که تعداد آن ۱۸ نفر می باشند و همچنین جامعه آماری در بخش کمی شامل کلیه کارآفرینان زن فعال در حوزه ی مشاغل خانگی در ایران می باشند و روش نمونه گیری در این پژوهش از نوع تصادفی ساده می باشد که تعداد حجم نمونه بر اساس جدول مورگان ۳۱۳ نفر می باشد. روش و ابزار گردآوری اطلاعات در بخش کیفی بصورت مصاحبه نیمه ساختار و در بخش کمی بصورت پرسشنامه محقق ساخته می باشد. در پژوهش حاضر جهت تحلیل داده‌ها و دست‌یابی به اهداف مذکور از روش‌های آمار توصیفی و آمار استنباطی استفاده شد. یکی از روش‌های آماری برای تجزیه و تحلیل اطلاعات موجود در مجموعه داده‌ها روش تجزیه عامل‌ها یا تحلیل عاملی می‌باشد. با استفاده از نرم افزار Lisrel مورد استفاده قرار گرفت، در نهایت الگوی پژوهش سنجش و برازش قرار گرفت.

پرسشنامه پژوهش

پرسشنامه محقق ساخته پژوهش با هدف بررسی ارائه مدلی جهت ارتقای توانمندیهای مهارتی زنان تولید کننده خانگی از طریق میکرو کارآفرینی تهیه شده است، که شامل ۶۸ گویه است می باشد. نمره گذاری پرسشنامه بصورت طیف لیکرت ۵ گزینه ای می باشد که برای گزینه های «خیلی زیاد»، «زیاد»، «متوسط»، «کم»، «خیلی کم»، به ترتیب امتیازات ۵، ۴، ۳، ۲، ۱ در نظر گرفته شد.

روایی و پایایی پرسشنامه

در این تحقیق برای بررسی روایی پرسشنامه های پژوهش از نظر خبرگان استفاده شده است و بدین منظور در ابتدا ۳۰ پرسشنامه بین پاسخ دهندگان توزیع و جمع آوری شد و پس از کسب نظر متخصصان، مورد تایید قرار گرفته است و پرسشنامه های پژوهش از روایی برخوردار می باشد. همچنین پایایی پژوهش از طریق ضریب آلفای کرونباخ و تعداد گویه های مربوط به متغیرهای پرسشنامه انجام گردید. از آن جایی که مقدار آلفای کرونباخ بزرگتر از ۰/۷ است، لذا پرسشنامه از پایایی قابل قبولی برخوردار می‌باشد که بر اساس جدول (۱) می باشد.

جدول ۱: نتایج آزمون پایایی پرسشنامه

گویه‌ها	ضریب آلفای کرونباخ
مشتری مداری	۰,۷۶
مدیریت منابع	۰,۸۴
منابع مالی	۰,۷۹
عوامل اجتماعی	۰,۹۱
عوامل فناوری	۰,۸۸
سیاست گذاری دولت	۰,۸۲
معرفی کارآفرینی سازمانی	۰,۹۴
ویژگی سازمان بنگاه کارآفرین	۰,۹۱
ویژگی کارکنان بنگاه کارآفرین	۰,۹۳
ویژگی مدیران بنگاه کارآفرین	۰,۸۹
قابلیت های درون سازمانی	۰,۷۷
عملکرد سازمان	۰,۸۵
اشتغال	۰,۸۷

یافته‌های پژوهش

در مرحله کیفی ارائه مدل از روش تحلیل محتوای کیفی و کدگذاری نظری استفاده شده است. برای جمع آوری داده برای بخش کیفی با ۱۸ نفر از اساتید و خبرگان که در زمینه ی میکرو کارآفرینی فعال در ایران مصاحبه شد. در مرحله کدگذاری باز، مصاحبه‌ها پیاده سازی شده و خلاصه نویسی‌های صورت گرفته از اسناد و مدارک مورد مطالعه مجدد قرار می گیرد که ۱۰۰ مفهوم استخراج شد.

در بخش کدگذاری محوری کدهای بدست آمده در بخش کدگذاری آزاد مورد بررسی و مطالعه قرار می‌گیرد و کدهای مرتبط و مشابه با هم در دسته‌ها یا مقوله‌های بزرگتری دسته بندی می‌شوند. مقوله‌ها و مفاهیم استخراج شده از مصاحبه‌ها که تحت ۱۳ مقوله قرار گرفته‌اند، در جدول (۲) به تفکیک ارائه می‌شوند:

جدول ۲: مقوله‌ها و مفاهیم استخراج شده از مصاحبه‌ها

مقوله ۱: مشتری مداری	
داشتن دانش درباره مراجعه کنندگان	مفاهیم
جلب رضایت مراجعه کنندگان	
تمرکز بر نیازهای مراجعه کنندگان	
شناخت نیازهای و تقاضاهای مراجعه کنندگان	
نزدیکی و ساخت روابط شخصی با مراجعه کننده	
تماس‌های مستمر با مصرف کننده	
ارائه و بهبود محصول با نظر مصرف کنندگان	
مقوله ۲: مدیریت منابع	
سازمان‌دهی منابع	مفاهیم
بهره‌وری منابع	
کنترل منابع	
ارتقاء کیفی منابع انسانی	
مقوله ۳: منابع مالی	
سرمایه در دسترس	مفاهیم
اختصاصی بودجه	
دسترسی به منابع ارزی	

مقوله ۴: عوامل اجتماعی	
مقبولیت اجتماعی	مفاهیم
رضایت گروه‌های مرتبط	
افزایش سود اجتماعی	
مقوله ۵: عوامل فناوری	
قابلیت حصول فناوری	مفاهیم
زیرساخت‌های فنی	
وجود مراکز آموزش فناوری	
به روز رسانی تکنولوژی	
مقوله ۶: سیاست‌گذاری دولت	
سیاست‌های کلان دولت	مفاهیم
فراهم کردن شرایط محیطی باثبات	
سیاست‌های حمایتی	
فراهم کردن زیرساخت‌ها	
مقوله ۷: معرفی کارآفرینی سازمانی	
گردآوری اطلاعات سازمان	مفاهیم
نظارت بر عملکرد بازار یابی	
کانال‌های توزیع	
حضور در شبکه‌های اجتماعی	
خلق ارزش از طریق شبکه‌های اجتماعی	
حضور در نمایشگاه‌های تخصصی	

توانایی نفوذ در بازار	
حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی	
مقوله ۸: ویژگی‌های سازمانی بنگاه کارآفرین	
شهرت سازمانی	مفاهیم
اندازه بنگاه	
برندسازی شرکتی	
اهداف بنگاه	
ظرفیت جذب دانش	
فرهنگ سازمانی کارآفرینانه	
مقوله ۹: ویژگی‌های کارکنان بنگاه کارآفرین	
تحصیلات کارکنان	مفاهیم
همکاری تیمی	
دانش محور بودن کارکنان	
مهارت تولید کارکنان	
خودکارآمدی کارکنان	
قابلیت حل مسئله	
تحمل ابهام	
مقوله ۱۰: ویژگی‌های مدیران بنگاه کارآفرین	
داشتن شهرت	مفاهیم
خوشنامی و میزان مقبولیت	
خلق رویدادها	

تدوین راهبردهای برنامه‌ریزی، نظارت و کنترل	
ذهنیت کارآفرینانه	
نگرش کارآفرینانه	
مخاطره‌پذیری	
خلق ارزش	
شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه	
خلاق و نوآور بودن	
داشتن هوش کسب و کار	
استقلال‌طلبی	
مقوله ۱۱: قابلیت‌های درون‌سازمانی	
نزدیکی و ساخت روابط شخصی با کارکنان	مفاهیم
روابط شخصی میان کارکنان	
جلسات دوستانه با کارکنان	
ارتباطات غیراداری	
مقوله ۱۲: عملکرد سازمان	
قابلیت پاسخگویی به رقبا	مفاهیم
افزایش سهم سازمان	
گسترش سازمان	
توانایی رقابت	
قابلیت انتخاب	
مقوله ۱۳: اشتغال	

افزایش اشتغال	مفاهیم
تولید و اشتغال	

در گام بعدی تلاش گردید مقوله‌های مشابه و مقارن در تم‌های اصلی جای گیرند بر اساس اشتراک مفهومی که مقولات با یکدیگر داشتند، تم‌ها، به شکل مفاهیم انتزاعی تری استخراج شدند. ایجاد ارتباط بین مقوله‌های مختلف شناسایی شده را در قالب مدل پارادایم در شکل (۱) نمایش داده شده است:



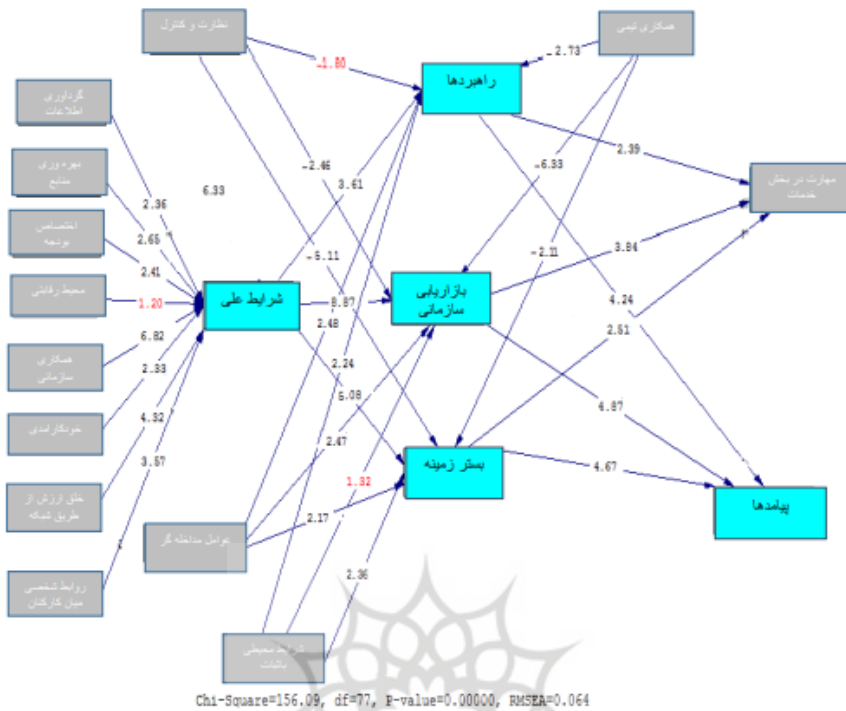
شکل ۱: کدگذاری محوری بر اساس مدل پارادایمی پژوهش

پرتال جامع علوم انسانی

به منظور تعیین اعتبار متغیرهای شرایط علی، راهبردی، زمینه‌ای، محوری، مداخله‌گر و پیامدهی مدل از روش تحلیل عاملی تأییدی استفاده شد. نتایج نشان داد تمام بارهای عاملی بالاتر از ۰/۳ هستند. همچنین شاخص‌های مربوط به آمار توصیفی برای نمونه مورد بررسی شامل میانگین و انحراف استاندارد برای متغیرهای مورد بررسی در این پژوهش آورده شده است. که در جدول (۳) آورده شده است.

جدول ۳: شاخص‌های توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیرها	میانگین	انحراف استاندارد
کارافرینی سازمانی	۳/۵۹	۰/۸۰
گردآوری اطلاعات هوشمند	۳/۰۵	۰/۹۶
بهره‌وری منابع	۳/۱۸	۰/۷۸
اختصاص بودجه	۳/۰۸	۰/۹۰
محیط رقابتی	۲/۸۵	۰/۹۳
همکاری سازمانی	۲/۷۴	۰/۹۱
خودکارآمدی	۲/۸۰	۰/۸۵
خلق ارزش از طریق شبکه	۳/۰۷	۰/۹۲
روابط شخصی میان کارکنان	۲/۸۶	۱/۰۴
همکاری تیمی	۲/۷۵	۱/۱۲
مهارت در بخش خدمات	۲/۸۲	۰/۹۶
نظارت و کنترل	۲/۹۴	۰/۹۴
فرصت محوری	۳/۳۴	۰/۸۰
شرایط محیطی با ثبات	۲/۵۹	۰/۴۸
مخاطره‌پذیری	۳/۴۵	۰/۸۷



شکل ۳: ضرایب تی مدل آزمون شده پژوهش (* $p < 0.01$ ** $p < 0.05$)

طبق خروجی نرم افزار لیزرل ضرایب تی بالای $\pm 1/96$ تا $\pm 2/58$ در سطح $0/05$ معنی دار می باشند و ضرایب تی بالاتر از $\pm 2/58$ در سطح $0/01$ معنی دار هستند. همچنین در جدول ۴ ضرایب مسیر و واریانس تبیین شده متغیرهای پژوهش آورده شده است.

جدول ۴: نتایج ضرایب مسیر و واریانس تبیین شده

مسیر	ضرایب مسیر	واریانس تبیین شده
کارافرینی سازمانی	$0/15^*$ (۲/۳۹)	
گردآوری اطلاعات هوشمند	$0/24^*$ (۳/۸۴)	۲۲٪
بهره وری منابع	$0/16^*$ (۲/۵۱)	

۳۱٪	۰/۲۴***(۴/۲۴)	اختصاص بودجه
	۰/۲۸***(۴/۸۷)	محیط رقابتی
	۰/۲۶***(۴/۶۷)	همکاری سازمانی
۲۸٪	-۰/۱۸***(۲/۷۳)	خود کارآمدی
	-۰/۰۷*(۱/۸۰)	خلق ارزش از طریق شبکه
	۰/۱۶*(۲/۴۸)	روابط شخصی میان کارکنان
	۰/۱۴*(۲/۲۴)	همکاری تیمی
۴۶٪	۰/۲۱***(۳/۶۱)	مهارت در بخش خدمات
	-۰/۳۷***(۶/۳۳)	نظارت و کنترل
۳۴٪	۰/۱۲*(۲/۱۷)	شرایط محیطی با ثبات
	۰/۲۹***(۵/۰۸)	مخاطره پذیری
۵۳٪	۰/۱۵*(۲/۳۶)	ارتباط نزدیک با مراجعه کننده
	۰/۱۷***(۲/۶۵)	رضایت عمومی از عملکرد سازمان ها
	۰/۱۵*(۲/۳۳)	اشتغال
	۰/۲۴***(۴/۳۲)	عملکرد بهینه سازمان

* p < 0.05 ** p < 0.01

شاخص‌های برازش بدست آمده برای مدل آزمون شده در جدول (۵) نشان می‌دهد که شاخص RMSEA در مدل برآورد شده با میزان ۰/۰۶۴ از سطح قابل قبولی برخوردار بوده و دیگر شاخص برازش مانند CFI، GFI، NFI، و AGFI به ترتیب برابر با ۰/۹۷، ۰/۹۴، ۰/۹۵، و ۰/۹۲ همگی در سطح مناسبی هستند و این مشخصه های نکویی برازش نشان می‌دهد داده‌های این پژوهش با ساختار عاملی این مدل برازش مناسبی دارد.

جدول ۵: مشخصه‌های برازندگی مدل برازش شده

مشخصه	برآورد	ملاک
نسبت مجذور خی به درجه آزادی (χ^2/df)	۲/۰۳	$\chi^2/df < ۰.۵$
جذر برآورد واریانس خطای تقریب (RMSEA)	۰/۰۶۴	$RMSEA < ۰/۰.۸$
شاخص نکویی برازش (GFI)	۰/۹۴	$GFI > ۰/۹$
شاخص تعدیل شده ی نکویی برازش (AGFI)	۰/۹۲	$AGFI > ۰/۹$
شاخص برازندگی تطبیقی (CFI)	۰/۹۷	$CFI > ۰/۹$
شاخص نرم شده برازندگی (NFI)	۰/۹۵	$NFI > ۰/۹$

برای اولویت‌بندی مؤلفه‌های مدل از آزمون فریدمن استفاده شده است. در این آزمون پس از محاسبات لازم به هر کدام از مؤلفه‌های تأثیرگذار یک نمره اختصاص داده شد. هر چه این نمره به دست آمده از آزمون بالاتر باشد می‌توان گفت که مؤلفه مورد بررسی از اولویت بالاتری برخوردار است. جدول ۶ رتبه‌بندی متغیرهای پژوهش‌الگویی پژوهش را نشان می‌دهد.

جدول ۶: رتبه‌بندی متغیرهای پژوهش

مقوله‌ها	نتیجهٔ آزمون	رتبه
اشتغال	۱۱/۱۲	۱
عملکرد سازمان	۱۱/۶۳	۲
قابلیت‌های درون‌سازمانی	۱۰/۱۷	۳
ویژگی‌های مدیران بنگاه کارآفرین	۸/۸۱	۴
ویژگی‌های کارکنان بنگاه کارآفرین	۸/۳۸	۵
ویژگی‌های سازمانی بنگاه کارآفرین	۸/۳۳	۶

۷	۸/۱۸	معرفی کارآفرینی سازمانی
۸	۷/۹۴	سیاست گذاری دولت
۹	۷/۲۸	عوامل فناوری
۱۰	۶/۸۸	عوامل اجتماعی
۱۱	۶/۷۴	منابع مالی
۱۲	۶/۲۶	مدیریت منابع
۱۳	۶/۱۵	مشتری مداری
آماره آزمون (آزمون فریدمن):		
سطح معنی داری	درجه آزادی	خی دو
۰/۰۰۱	۱۴	۵۹۵/۷۹۴

با توجه به نتایج بدست آمده برای اولویت بندی مؤلفه های مدل، اولویت بندی مؤلفه اشتغال با ۱۱/۱۲ رتبه اول، مؤلفه عملکرد سازمانی با ۱۱/۶۳ رتبه دوم و مؤلفه قابلیت های درون سازمانی با ۱۰/۱۷ رتبه سوم را در اختیار دارد و مؤلفه مشتری مداری با ۶/۱۵ و مؤلفه مدیریت منابع ۶/۲۶ در رتبه های آخر قرار دارند. همچنین آزمون خی دو با ۵۹۵/۷۹۴ با درجه آزادی ۱۴ و سطح معنی داری ۰/۰۰۱ می باشد.

نتیجه گیری

پژوهش حاضر با هدف بررسی ارائه مدلی جهت ارتقای توانمندیهای مهارتی زنان تولید کننده خانگی از طریق میکرو کارآفرینی می باشد. تجزیه و تحلیل اطلاعات در این پژوهش بر مبنای روش کدگذاری باز، محوری و گزینشی انجام شد. در مرحله کدگذاری باز، مصاحبه ها پیاده سازی شده و خلاصه نویسی های صورت گرفته از اسناد و مدارک مورد مطالعه مجدد قرار می گیرد. بدین ترتیب برای تجزیه و تحلیل داده ها از روش تحلیل تفسیری رویکرد مقایسه مداوم استرواس و کوربین استفاده شد. در گام اول از تحلیل اطلاعات که کدگذاری باز است ابتدا داده ها خط به خط خوانده و کدهای باز استخراج گردید. در بخش کدگذاری

محوری کدهای بدست آمده در بخش کدگذاری آزاد مورد بررسی و مطالعه قرار گرفت و کدهای مرتبط و مشابه با هم در دسته‌ها یا مقوله‌های بزرگتری دسته بندی شدند. یافته های پژوهش برای الگوی پارادایمی بصورت عوامل ذیل دسته بندی شدند:

مقوله محوری: کارافرینی سازمانی؛ که در پژوهش حاضر بازاریابی کارآفرینی سازمانی به عنوان پدیده کانونی یا مقوله محوری مطرح شده‌اند.

شرایط علی: گردآوری اطلاعات هوشمند، بهره وری منابع، اختصاص بودجه، محیط رقابتی، همکاری سازمانی، خود کارآمدی، خلق ارزش از طریق شبکه، روابط شخصی میان کارکنان؛ که از میان مقوله‌های موجود، گردآوری اطلاعات هوشمند، بهره وری منابع، اختصاص بودجه، محیط رقابتی، همکاری سازمانی، خود کارآمدی، خلق ارزش از طریق شبکه، روابط شخصی میان کارکنان، به عنوان عللی تلقی می‌شوند که نقش فعال در ارائه مدل و تا این عوامل مهیا نشوند الگوی پیشنهادی شکل نمی‌گیرد.

راهبردها: همکاری تیمی، مهارت در بخش خدمات، نظارت و کنترل؛ که منظور از راهبردها در رویکرد زمینه بنیاد اقدامات هدفمندی هستند که راه‌حل‌هایی برای پدیده مورد نظر فراهم می‌سازند و منجر به ایجاد پیامدها و نتایج می‌شوند. مهمترین راهبردهای اتخاذ شده در این پژوهش عبارتند از: همکاری تیمی، مهارت در بخش خدمات، نظارت و کنترل.

بستر زمینه: شرایط محیطی با ثبات و مخاطره پذیری؛ که شرایط بستر در پژوهش کنونی شامل شرایط محیطی با ثبات و مخاطره پذیری هستند.

شرایط مداخله‌گر: ارتباط نزدیک با مراجعه کننده و رضایت عمومی از عملکرد سازمان‌ها؛ در پژوهش حاضر ارتباط نزدیک با مراجعه کننده و رضایت عمومی از عملکرد سازمان‌ها به عنوان شرایط مداخله‌گر مدل پارادایمی مورد توجه قرار گرفته‌اند.

پیامدها: اشتغال و عملکرد بهینه سازمان؛ که پیامد پژوهش حاضر عبارتند از: اشتغال و عملکرد بهینه سازمان.

برای اولویت‌بندی مؤلفه‌های مدل از آزمون فریدمن استفاده شده است. در این آزمون پس از محاسبات لازم به هر کدام از مؤلفه‌های تأثیرگذار یک نمره اختصاص داده شد. اولویت بندی مؤلفه اشتغال با ۱۱/۱۲ رتبه اول، مؤلفه عملکرد سازمانی با ۱۱/۶۳ رتبه دوم و مؤلفه قابلیت های درون سازمانی با ۱۰/۱۷ رتبه سوم را در اختیار دارد و مؤلفه مشتری مداری با ۶/۱۵ و مؤلفه مدیریت منابع ۶/۲۶ در رتبه های آخر قرار دارند. همچنین آزمون خی دو با ۵۹۵/۷۹۴ با درجه آزادی ۱۴ و سطح معنی داری ۰/۰۰۱ می باشد.

نتایج تحلیل عاملی تاییدی نشان می دهد؛ که به منظور تعیین اعتبار متغیرهای شرایط علی، راهبردی، زمینه ای، محوری، مداخله گر و پیامدهی مدل از روش تحلیل عاملی تاییدی استفاده شد. خروجی نرم افزار لیزرل نشان می دهد تمام بارهای عاملی بالاتر از ۰/۳ هستند. در شرایط علی χ^2/df محاسبه شده ۲/۰۷ است، وجود χ^2/df کوچکتر از ۵ نشان دهنده برازش مناسب مدل می باشد همچنین جذر برآورد واریانس خطای تقریب (RMSEA) می بایستی کمتر از ۰/۰۸ باشد که در مدل ارائه شده این مقدار برابر ۰/۰۶۶ است. میزان شاخص های GFI ، $AGFI$ ، CFI و NFI نیز باید بیشتر از ۰/۹ باشد که در مدل تحت بررسی به ترتیب بالاتر از میزان تعیین شده است. بنابراین داده های این پژوهش با ساختار عاملی این مقیاس برازش مناسبی دارد و این بیانگر همسویی سؤالات با متغیرهای شرایط علی است. یافته ها مربوط به راهبردها نشان می دهد، مقدار χ^2/df محاسبه شده ۱/۸۰ است، وجود χ^2/df کوچکتر از ۵ نشان دهنده برازش مناسب مدل می باشد همچنین جذر برآورد واریانس خطای تقریب (RMSEA) می بایستی کمتر از ۰/۰۸ باشد که در مدل ارائه شده این مقدار برابر ۰/۰۵۷ است. میزان شاخص های GFI ، $AGFI$ ، CFI و NFI نیز باید بیشتر از ۰/۹ باشد که در مدل تحت بررسی به ترتیب بالاتر از میزان تعیین شده است. بنابراین داده های این پژوهش با ساختار عاملی این مقیاس برازش مناسبی دارد و این بیانگر همسویی سؤالات با متغیرهای راهبردها است. یافته ها مربوط به عوامل زمینه ای نشان می دهد، مقدار χ^2/df محاسبه شده ۱/۵۴ است، وجود χ^2/df کوچکتر از ۵ نشان دهنده برازش مناسب مدل می باشد همچنین جذر برآورد واریانس خطای تقریب (RMSEA) می بایستی کمتر از ۰/۰۸ باشد که در مدل ارائه شده این مقدار برابر ۰/۰۴۷ است. میزان شاخص های GFI ، $AGFI$ ، CFI و NFI نیز باید بیشتر از ۰/۹ باشد که در مدل تحت بررسی به ترتیب بالاتر از میزان تعیین شده است. بنابراین داده های این پژوهش با ساختار عاملی این مقیاس برازش مناسبی دارد و این بیانگر همسویی سؤالات با متغیرهای زمینه پدیده است. یافته های مربوط به شاخصهای برازش عوامل مداخله گر حاکی از آن است که شاخص CFI ، GFI ، NFI ، RMR و $RMSEA$ از سطح قابل قبولی برخوردار بوده و این مشخصه های نکویی برازش نشان می دهد داده های این پژوهش با ساختار عاملی این مقیاس برازش مناسبی دارد و این بیانگر همسویی سؤالات با سازه عوامل مداخله گر است. یافته های مربوط به شاخصهای برازش پیامد حاکی از آن است که شاخص CFI ، GFI ، NFI ، RMR و $RMSEA$ مربوط به شاخصهای برازش پیامد حاکی از آن است که شاخص CFI ، GFI ، NFI ، RMR و $RMSEA$ از سطح قابل قبولی برخوردار بوده و این مشخصه های نکویی برازش نشان می دهد داده های این پژوهش با ساختار عاملی این مقیاس برازش مناسبی دارد و این بیانگر همسویی سؤالات با سازه های پیامدها است.

یافته ها نشان می دهد طبق خروجی نرم افزار لیزرل مدل پژوهش برای ضرایب تی بالای $\pm 1/96$ تا $\pm 2/58$ در سطح ۰/۰۵ معنی دار می باشند و ضرایب تی بالاتر از $\pm 2/58$ در سطح ۰/۰۱ معنی دار هستند. شاخصهای برازش بدست آمده برای مدل آزمون شده شاخص $RMSEA$ در مدل برآورد شده با میزان ۰/۰۶۴ از سطح

قابل قبولی برخوردار بوده و دیگر شاخص برازش مانند CFI، GFI، NFI و AGFI به ترتیب برابر با ۰/۹۷، ۰/۹۴، ۰/۹۵ و ۰/۹۲ همگی در سطح مناسبی هستند و این مشخصه‌های نکویی برازش نشان می‌دهد داده‌های این پژوهش با ساختار عاملی این مدل برازش مناسبی دارد.

علیرغم تلاش صورت گرفت جهت افزایش پراکندگی افراد شرکت کننده در پژوهش، نمی‌توان با اطمینان در مورد معرف بودن نمونه صحبت کرد و لازم است این مسئله در تعمیم یافته‌های پژوهش مورد توجه قرار گیرد. توجه به ابعاد و شاخصهای مدیریت و رهبری تحول آفرین و کارآفرینانه از ضرورت بالایی در توانمندیهای مهارتی زنان تولید کننده خانگی از طریق میکرو کارآفرینی برخوردار است و نیازمند وجه بیشتری است. ضعف فرهنگ کار تیمی و مقاومت های شدید در برابر تغییرات از جمله مهمترین نارسایی ها در زمینه توانمندیهای مهارتی زنان تولید کننده خانگی از طریق میکرو کارآفرینی در سازمان های مورد مطالعه به شمار می آیند و از آنجا که این دو شاخص از ویژگی های اصلی توانمندیهای مهارتی زنان تولید کننده خانگی از طریق میکرو کارآفرینی می باشند لذا باید مورد توجه بیشتری قرار گیرند. همچنین شناخت و تقویت انگیزه ها و ویژگی های توانمندیهای مهارتی زنان تولید کننده خانگی از طریق میکرو کارآفرینی، رشد و توسعه سرمایه انسانی آنان و حمایت از شبکه سازی و فراهم ساختن امکانات و زمینه ی لازم در برخورداری کارآفرین از مشاوران متخصص، مشاوره ی موسسات و انجمن های تخصصی، تجاری و صنفی پیشنهاد می شود.

منابع

- احمدپور داریانی، محمود (۱۳۹۱). کارآفرینی، تعاریف، نظریات، الگوها. تهران: پردیس.
- احمدپور، محمود و مقیمی، سید محمد. (۱۳۹۵). مبنای کارآفرینی. تهران: دانشگاه تهران.
- امامی، محمدرضا، سعیدی، معصومه (۱۳۸۷). ابعاد و راهکارهای پرورش و توسعه فرهنگ بازرگان، عباس (۱۳۹۲)، ارزشیابی آموزشی، مفاهیم، الگوها و فرآیند عملیاتی. تهران: مدیریت سازمان.
- بهرنگی، محمدرضا؛ طباطبایی، بهار (۱۳۸۸). بررسی رابطه ویژگی های کارآفرینانه مدیران با اثر بخشی آنان در مدارس متوسطه دخترانه شهر کرمان. فصلنامه رهبری و مدیریت آموزشی دانشگاه آزاد اسلامی.
- پسندیده فرد، کبری و رضا کیانی ماوی، (۱۳۹۷)، شناسایی و اولویت بندی معیارهای موفقیت آموزش کارآفرینی و توسعه اقتصادی بر اساس مدل تصمیم گیری چندمعیاره، فصلنامه مطالعات نوین کاربردی در مدیریت و اقتصاد ۱ (۱)

پیران نژاد، علی، افخمی اردکانی، مهدی. (۱۳۹۴). 'بررسی عوامل مؤثر بر کارآفرینی در سازمان‌های دولتی (مورد مطالعه: پژوهشگاه صنعت نفت ایران)', مدیریت فرهنگ سازمانی، ۱۳(۳)

تبریزی، مصطفی (۱۳۹۳). درمان اختلالات خواندن، انتشارات گفتمان خلاق، چاپ اروین، چاپ اول.

حجازی، اسد (۱۳۹۱). بررسی رابطه ویژگی‌های گرایش کارآفرینانه با کارآفرینی. تهران: توسعه کارآفرینی. حسن زاده، رمضان (۱۳۹۳). روش‌های تحقیق در علوم رفتاری تهران: ساوالان.

حسینی نیا، غلامحسین و معصومه بیطرف، (۱۳۹۴)، دولت کارآفرین، اصول و مفاهیم، سومین کنفرانس بین المللی پژوهشهای نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری، ترکیه - استانبول، موسسه سرآمد همایش کارین

دانایی فرد، حسن، عباسی، طیبه، صالحی، علی اکبر. (۱۳۹۱). 'ارتقای کارآفرینی در بخش دولتی؛ بررسی عوامل ساختاری'، فصلنامه مدیریت توسعه و تحول، ۱۳۹۱(۱۰)، ص ۷-۱۳

رجبی دازبینی، سمیه و فاطمه السادات رباطی، (۱۳۹۷)، بررسی رابطه یادگیری سازمانی و کارآفرینی با عملکرد شغلی کارکنان اداره کل میراث فرهنگی صنایع دستی و گردشگری شهرستان کرمان، ششمین همایش علمی پژوهشی علوم تربیتی و روانشناسی، آسیب‌های اجتماعی و فرهنگی ایران، تهران، انجمن توسعه و ترویج علوم و فنون بنیادین

ساکي، رضا؛ مریم سادات و حمیدی، فریده (۱۳۹۵). رابطه بین اخلاق سازمانی و عملکرد شغلی مدیران. فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، ۱۱(۱)، ۱۲۶-۱۱۷.

شیری، محمد؛ پیری، مهران؛ رضایی، اسد و امینی، علی (۱۳۹۴). پیش‌بینی عملکرد مدیران بر اساس هوش سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی مدیران دوره ابتدایی پسرانه شهرستان خرم‌آباد. فصلنامه رهیافتی نودمدیریت آموزشی ۱۰ (۲): ۳۳-۴۸.

صفری جعفرلو، حمیدرضا؛ محمدحسین قربانی و حسین زارعیان، (۱۳۹۶)، مدل یابی تاثیر هوش معنوی و نگرش به کارآفرینی، بر قصد کارآفرینی در دانشجویان علوم ورزشی، دوماهنامه مطالعات مدیریت ورزشی ۹ (۶): ۴۶)

طبرسا، غلامعلی؛ محمد یزدانی زیارت و اسدالله طاهری، (۱۳۸۹)، درآمدی بر کارآفرینی در بخش دولتی: رویکردی مفهومی، اولین کنفرانس بین المللی مدیریت و نوآوری، شیراز

عبداللهی، حسین؛ (۱۳۹۴). تحلیل ویژگیهای عمومی و حرفه ای مدیران مدارس متوسطه ایران از منظر اسناد و مصوبات وزارت آموزش و پرورش. مجله تعلیم و تربیت، شماره ۱۲۳ صص ۱۱۷-۱۳۶.

غیاثی، عبدالرحیم. (۱۳۹۵). 'تأثیر باور به خودکارآمدی و نگرش کارآفرینی با قصد کارآفرینی دانشجویان کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه زابل، پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی

فرقانی، محمدعلی؛ طیاری، عبدالله؛ پورامیری، مصطفی (۱۳۹۴). بررسی تأثیر رفتار افراد و ساختار سازمان بر موفقیت کارآفرینی سازمانی در اداره کل راه و شهرسازی استان کرمان، اولین کنفرانس بین‌المللی حسابداری و مدیریت و نوآوری در کسب و کار گیلان.

قنبری، سیروس؛ محمد حسین دهقان و حسین میرکی اناری، (۱۳۹۶)، تبیین و ارزیابی نقش کارآفرینی در توسعه روستایی با تأکید بر صنایع دستی (مطالعه موردی: روستاهای بخش مرکزی در شهرستان انار)، فصلنامه پژوهش و برنامه ریزی روستایی ۶ (۱)

کاظمی، مهدی؛ محمدعلی فرقانی و عبدالله طیاری، (۱۳۹۶)، شناسایی و اولویت بندی موانع کارآفرینی سازمانی در سازمان های دولتی استان کرمان از دیدگاه مدیران عالی استانداری کرمان، کنفرانس کارآفرینی دانشگاه صنعتی شریف، تهران، مرکز کارآفرینی دانشگاه صنعتی شریف

گلرد، پروانه؛ مریم خلعتبری معظم و امیر قاعدی، (۱۳۹۶)، توسعه کارآفرینی سازمانی از طریق توانمندسازهای دانش، فصلنامه مطالعات منابع انسانی ۷ (۲۳)

محسنی، عادل؛ موسوی، سیدحسین و جمالی، محمد (۱۳۹۲). نقش آموزش کارآفرینی در نگرش کارآفرینانه و باور خودکارآمدی عمومی دانشجویان. فصلنامه پژوهش و برنامه ریزی در آموزش عالی، شماره ۶۹، ۱۳۹۲، صص ۸۰-۶۳.

مدملی، زهرا، (۱۳۹۶)، تبیین کیفی موانع کارآفرینی در سازمان های دولتی، پنجمین همایش علمی پژوهشی یافته های نوین علوم مدیریت، کارآفرینی و آموزش ایران، تهران، انجمن توسعه و ترویج علوم و فنون بنیادین معنیان، داود و مداحی، حجت و جمالی، حمیدرضا (۱۳۸۸)، مبانی کارآفرینی، چاپ اول، تهران: نشر سفیر اردهال.

موذن، زینب؛ موحدمحمدی، حمید؛ رضوانفر، احمد و پورآنتشی، مهتاب (۱۳۹۲). بررسی عملکرد شغلی مدیران هنرستان های کشاورزی استان تهران از دیدگاه آموزشگران. تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران، ۴۴ (۲)، ۲۲۰-۲۱۱.

نصیری زنگ آباد، عباس، رسولی، رضا، الوداری، حسن، محمدزاده، علی. (۱۳۹۵). 'طراحی مدل دولت کارآفرین برای سازمان های اداری ایران'، فصلنامه علمی - پژوهشی مدیریت سازمان های دولتی، ۵ (شماره ۱ (پیاپی ۱۷))، ص ۹۱ - ۱۰۶

و ثوقی نیری، عبدالله؛ حامد گنجی زاده مرادلو و علی ابدالی، (۱۳۹۶)، نقش مدیریت دانش در ارتقای ظرفیت کارآفرینی کارکنان و توسعه سازمان یادگیرنده مورد مطالعه: کارکنان ستاد گروه بهمن در تهران و کرج، فصلنامه مطالعات منابع انسانی ۷ (۲۴)

همتی نوع دوست، مهناز و هادی رمسانی پور، (۱۳۹۵)، عوامل موثر بر کارآفرینی دولتی، اولین کنفرانس بین المللی مدیریت، حسابداری، علوم تربیتی و اقتصاد مقاومتی؛ اقدام و عمل، ساری، شرکت علمی پژوهشی باران اندیشه

یعقوبی فرانی، معتقد؛ مهسا، و کریمی، سعید (۱۳۹۴). نقش دانش و مهارت کارآفرینانه در توسعه قصد کارآفرینی دیجیتال دانشجویان. فصلنامه علمی پژوهشی پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران.

Abu Zafar M. Shahriar, (2018), Gender differences in entrepreneurial propensity: Evidence from matrilineal and patriarchal societies, *Journal of Business Venturing*, Volume 33, Issue 6, Pages 762-779, ISSN 0883-9026

Alirezaie N, Masah H & Akrami N. (2013) Relationship work ethic and job performance. *Journal of Ethics in Science and Technology*,

Angelo Riviezzo, Susana C. Santos, Francisco Liñán, Maria Rosaria Napolitano, Floriana Fusco, (2018), European universities seeking entrepreneurial paths: the moderating effect of contextual variables on the entrepreneurial orientation-performance relationship, *Technological Forecasting and Social Change*, ISSN ۰۰۴۰-۱۶۲۵

Brownhilder Ngek Neneh, (2019), From entrepreneurial alertness to entrepreneurial behavior: The role of trait competitiveness and proactive personality, *Personality and Individual Differences*, Volume 138, Pages 273-279, ISSN 0191-8869

Colmant, Melchior, Matina, Ekaterina (2008). Exploring entrepreneurial attitudes towards change throughout the development of the start-up project. Unpublished master's thesis, Umeå School of Business, Sweden.

Erlend Nybakk, Eric Hansen, 2008, Entrepreneurial attitude, innovation and performance among Norwegian nature-based tourism enterprises, *Forest Policy and Economics*, Volume 10, Issues 7-8, Pages 473-479, ISSN 1389-9341

Griffin, R.W. (2012). *Management*. Mason, USA: South-Western College Pub.
Johnson S, Cooper C, Cartwright S, Donald I, Taylor P, Millet C. (2005). The experience of work-related stress across occupations. *J Managl Psychol*, 20(2): ۱۷۸-۸۷.

Jiang K, Lepak DP, Han K, Hong Y, Kim A & Winkler AL.(2012) Clarifying the construct of human resource systems: Relating human resource management to employee performance. *Human Resource Management Review* 2012; 22

Louise Manning, Patricia Parrott, (2017) "The impact of workplace placement on Martin.J.Organization and Time Management Newyork: McGraw- Hill.

Miguel Tavares-Gärtner, Paulo J. Pereira, Elísio Brandão,(2018),Optimal contingent payment mechanisms and entrepreneurial financing decisions,*European Journal of Operational Research*,Volume 270, Issue 3,Pages ۱۱۸۲-۱۱۹۴,ISSN 0377-2217

Muzaffar Ahunov, Nurmukhammad Yusupov,(2017),Risk attitudes and entrepreneurial motivations: Evidence from transition economies,*Economics Letters*,Volume 160,Pages 7-11,ISSN 0165-1765

Olga Iatsevich, Tatiana Semenovskikh and Zhanna Bruk.(2016). The Study of Social Intelligence of Students Majoring in "Industrial and civil construction. Web of Conferences 106. DOI: 10.1051/mateconf/20171060.

Robert A. Baron, Jintong Tang, Zhi Tang, Yuli Zhang,(2018),Bribes as entrepreneurial actions: Why underdog entrepreneurs feel compelled to use them,*Journal of Business Venturing*,Volume 33, Issue 6,Pages 679-690,ISSN ۰۸۸۳-۹۰۲۶

