

فصلنامه روستا و توسعه، سال ۱۸، شماره ۳، پاییز ۱۳۹۴، صفحات ۱-۲۰

بررسی مؤلفه‌های تأثیرگذار بر موفقیت زنان کارآفرین قالی‌باف استان مازندران

مهديه قاسمی و امیر احمدپور*

تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۱۰/۱ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۴/۵/۲۷

چکیده

هدف تحقیق حاضر بررسی مؤلفه‌های مؤثر بر موفقیت زنان کارآفرین مجتمع‌های قالی‌بافی و ابزار تحقیق پرسشنامه بود. جامعه آماری تحقیق شامل دویست نفر از زنان کارآفرین مجتمع‌های قالی‌بافی استان مازندران بود که ۱۲۷ نفر به عنوان نمونه بر اساس جدول کرجسی و مورگان با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. در نهایت، ۱۲۰ پرسشنامه جمع‌آوری و تحلیل شد. نتایج توصیفی تحقیق نشان داد که اکثر پاسخ‌گویان میزان موفقیت زنان کارآفرین مجتمع‌های قالی‌بافی را در سطح متوسط ارزیابی کردند. همچنین، نتایج آزمون همبستگی نشان‌دهنده مثبت و معنی‌دار بودن رابطه درآمد سالانه، سابقه فعالیت قالی‌بافی، عوامل شخصیتی، مشارکت اجتماعی، عوامل قانون‌گذاری، منابع اطلاعاتی، مدت زمان آموزش بازاریابی و سن با موفقیت زنان کارآفرین مجتمع‌های قالی‌بافی بود؛ همچنین، میزان تأثیر تسهیلات بانکی در کارآفرینی، میزان ساعات دوره آموزشی مدیریت مالی، میزان ساعات دوره آموزشی کسب‌وکار و میزان ساعات دوره آموزشی

* به ترتیب، دانش‌آموخته ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه آزاد اسلامی واحد ساری؛ و نویسنده مسئول و استادیار ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه آزاد اسلامی واحد ساری (ahmadpour@iausari.ac.ir).

مدیریت راهبردی با موفقیت زنان کارآفرین رابطه منفی و معنی دار داشتند. نتایج رگرسیون چندگانه نیز نشان داد که مشارکت اجتماعی، عوامل شخصیتی، درآمد سالانه، عوامل قانون گذاری، منابع اطلاعاتی و ساعات دوره آموزشی کسب و کار ۹۸/۹۰ درصد از تغییرات میزان موفقیت زنان کارآفرین قالی باف را تبیین می کنند.

کلیدواژه‌ها: کارآفرینی، زنان کارآفرین، صنعت قالی بافی، مازندران (استان).

مقدمه

صنایع دستی، به ویژه صنعت قالی بافی، بخشی مهم از اشتغال کشور را به خود اختصاص داده است. بر اساس ارقام منتشر شده، از این نظر، ایران پس از چین و هند رتبه سوم جهانی را داراست. در ابعاد داخلی، این صنعت بعد از کشاورزی و دامداری مهم ترین منبع درآمد روستانشینان محسوب می شود. در دهه های اخیر، فقدان توجه کافی به هنرهای ملی، ظهور رقبای خارجی، تعدد مراکز دولتی و عمومی در این حوزه، اطلاع ناقص از بازارهای جهانی، پایین آمدن کیفیت، عدم حضور جهانگردان خارجی، نبود سرمایه گذاری مناسب بانکی و کمبود قوانین و مشوق ها صنایع دستی ایران به ویژه صنعت قالی بافی را با چالش های جدی مواجه ساخته است (افراخته و همکاران، ۱۳۸۸). در این راستا، توجه به موضوع کارآفرینی می تواند پاسخی مناسب به چالش های پیش رو باشد.

کارآفرینی به عنوان پدیده ای نوین در اقتصاد نقشی مؤثر در توسعه و پیشرفت اقتصادی کشورها یافته است. امروزه، کارآفرینی در اقتصاد رقابتی و مبتنی بر بازار دارای نقش کلیدی است. به دیگر سخن، در یک اقتصاد پویا، ایده ها، محصولات، و خدمات همواره در حال تغییرند و در این میان، کارآفرین است که الگویی را برای مقابله و یا سازگاری با شرایط جدید به ارمغان می آورد. از این رو، در یک گستره وسیع، تمام عناصر فعال در صحنه اقتصاد (مصرف کنندگان، تولیدکنندگان، و سرمایه گذاران) باید به کارآفرینی بپردازند و آنها نیز به سهم خود کارآفرین باشند. مفهوم کارآفرینی در سراسر خلقت بشر همواره وجود داشته

است. امروزه، کارآفرینی اصطلاحی متداول در میان بسیاری از مردم است و موضوعی با جایگاه ممتاز و برجسته در دستور کار محققان به‌شمار می‌رود که توجه افراد را نیز بسیار برانگیخته است (Mokaya et al., 2012). به‌طور کلی، اصطلاح «کارآفرینی» برگرفته از واژه فرانسوی *Entreprendre* به معنی «متعهد شدن» است. بنا به تعریف بنیاد کلمن (Coleman Foundation, 2014)، کارآفرینی عبارت است از «خوداشتغالی از طریق مالکیت کسب‌وکار که عناصر قابل توجهی از خطر، کنترل و پاداش را به همراه دارد». همچنین، بنا به تعریف هیسریچ (Hisrich, 1985)، کارآفرینی عبارت است از فرآیند نوآوری و بهره‌گیری از فرصت‌ها، با تلاش و پشتکار بسیار و همراه با پذیرش مخاطرات مالی، روانی و اجتماعی که با انگیزه کسب سود مالی، توفیق‌طلبی، رضایت شخصی و استقلال صورت می‌پذیرد. در این راستا، کارآفرین کسی است که متعهد می‌شود مخاطرات یک فعالیت اقتصادی را سازمان‌دهی، اداره و تقبل کند (احمدپور داریانی، ۱۳۸۱). کاسون^(۱) کارآفرین را فردی می‌داند که تخصص وی تصمیم‌گیری عقلایی و منطقی در خصوص ایجاد هماهنگی در منابع کمیاب است؛ وی داشتن «توان داوری و قضاوت» را عنصری مشترک در تمامی کارآفرینان می‌داند (احمدپور داریانی، ۱۳۸۴).

کارآفرینی مقوله‌ای وابسته به جنسیت نیست و هر دو گروه مردان و زنان را شامل می‌شود. با توجه به بررسی وضعیت و شرایط موجود، ایجاد و توسعه شرایط کارآفرینی بسیار اهمیت دارد. بدیهی است یکی از مهم‌ترین معیارهای سنجش درجه توسعه‌یافتگی یک کشور میزان اهمیت و اعتباری است که زنان در آن کشور دارند. امروزه، اگر به زنان به عنوان نیروی فعال و سازنده - چه‌بسا در صنعت قالی‌بافی - نگریسته شود، قطعاً در روند توسعه و افزایش کمی و کیفی نیروی انسانی آن جامعه بسیار تأثیرگذار خواهد بود (احمدپور داریانی و گلرد، ۱۳۸۹)، چرا که موفقیت زنان در جوامع نه تنها سبب سودهای

اقتصادی می‌شود، بلکه منافع اجتماعی و فرهنگی هم ایجاد می‌کند (Seymour, 2003). از این‌رو، نقش زنان در توسعه با هدف توسعه اجتماعی و اقتصادی ارتباط مستقیم دارد و در تحول همه جوامع انسانی، عاملی بنیادی محسوب می‌شود (احمدپور داریانی و گلرد، ۱۳۸۹). در کشورهای در حال توسعه از جمله ایران نیز زنان امید اول برای ارتقای خانواده‌ها و رشد و توسعه محسوب می‌شوند (Seymour, 2003).

کارآفرینی در جامعه به عوامل مختلف وابسته است و نمی‌توان کلیت فرآیند آن را مد نظر قرار داد، بلکه منشأ آن در تک تک فعالیت‌هایی است که در طول این فرآیند انجام می‌شود. از این‌رو، برای تدوین نقشه راه و سیاست‌گذاری، شناسایی عوامل مؤثر بر کارآفرینی و نحوه تعامل آنها با یکدیگر ضروری است (هانسن و برکینشاو، ۱۳۸۶).

در همین راستا، در پژوهش حاضر، برای شناخت مؤلفه‌های مؤثر بر موفقیت زنان کارآفرین مجتمع‌های قالی‌بافی استان مازندران، بررسی و تحلیل تحقیقات گذشته صورت گرفت.

احمدپور داریانی و گلرد (۱۳۸۹)، در تحقیقی با موضوع تأثیر ساختارهای اجتماعی در توسعه کارآفرینی زنان ایرانی، به بررسی عوامل اجتماعی مؤثر در کسب‌وکار زنان ایرانی کارآفرین پرداخته‌اند. نتایج تحقیق بیانگر آن است که وجود پدر، مادر، همسر و دوست و در نهایت نیز آموزش جامعه از عوامل اجتماعی مؤثر در توسعه کارآفرینی زنان محسوب می‌شوند. گلرد (۱۳۸۶) در پژوهشی نشان داد که دستیابی به رضایت شغلی مؤثرترین عامل برای زنان در ورود به کسب‌وکار است. همچنین، توفیق‌طلبی در قالب یک جنبه شخصیتی از مؤثرترین ویژگی‌ها در موفقیت کسب‌وکار زنان شناسایی شده است. نوابخش و زارع هرته (۱۳۸۹)، در پژوهشی با موضوع بررسی عوامل فرهنگی - اجتماعی مؤثر بر فرهنگ کارآفرینی، نشان دادند که عوامل فردی، محیطی و نیز عوامل شبکه‌ای با شاخص‌های موفقیت کارآفرینی رابطه معنی‌دار دارند؛ و در این میان، اهمیت عوامل محیطی بیشتر است.

ری و چارلز (Ray and Charles, 2005) به بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینی را در دو بعد کلی عوامل درونی و بیرونی پرداخته‌اند؛ در بعد درونی، انگیزش درونی، عزت نفس و اعتماد به نفس، قدرت و توانایی یادگیری مهارت‌های کارآفرینی، برون‌گرایی یا درون‌گرایی شخصیت کارآفرینان و میزان مخاطره‌پذیری و در بعد بیرونی، سطح سرمایه‌گذاری، نوآوری فردی و سازمانی، بهره‌مندی از خدمات مشاوره‌ای کارآفرینان مجرب و سطح تحصیلات کارآفرینان را از عوامل موفقیت در کارآفرینی برشمرده‌اند. کوی و همکاران (Coy et al., 2007)، در تحقیق میدانی روی کارآفرینان در صنایع مختلف پاکستان، عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینان را به دو دسته درونی و بیرونی دسته‌بندی کرده‌اند؛ در بعد درونی، مهارت‌های تصمیم‌گیری، آموزش در سطوح عالی، مهارت‌های برقراری ارتباط با دیگران، حمایت خانوادگی و ساعات طولانی کار و در بعد بیرونی، بانک‌ها، برنامه‌ها و سیاست‌های حکومتی، برنامه‌های آموزشی، و گستردگی تجارت را یادآور شده‌اند. فریس و همکاران (Ferris et al., 2002)، در مطالعه میدانی روی کارآفرینان صنایع کوچک در نامیبیا، راهبردهای فرصت، نوآوری، افکار و تمایل به مخاسره، جنسیت و سن مشارکت‌کننده، و زمینه‌های اخلاقی را بر موفقیت کارآفرینان تأثیرگذار می‌دانند.

به باور پاپزن و همکاران (Papzan et al., 2008)، باید عوامل تأثیرگذار بر موفقیت کارآفرینان روستایی در نوآوری، نیاز به پیشرفت، دیوان‌سالاری، کنترل تغییرات داخلی و فرصت‌های بازاریابی جست‌وجو کرد. شبیر و گرگوریو (Shabbir and Gregorio, 1996) نیز عوامل شبکه‌ای را در توسعه کارآفرینی مؤثر دانسته‌اند.

سارکر و پالیت (Sarker and Palit, 2014) عوامل اصلی موفقیت کارآفرینان زن را در دسترسی به فناوری، مهارت‌های فردی، آموزش و انگیزش، آزادی و امنیت اجتماعی،

خصوصیت تجاری، کمک و مقررات آسان، حمایت خانواده و تضمین کیفیت، و مواجه شدن با خطر شناسایی کرده‌اند.

بر اساس نتایج کاوش و بررسی‌های متعدد، عوامل گوناگون از جمله ویژگی‌های روان‌شناختی - شخصیتی (گلرد، ۱۳۸۶؛ Ray and Charles, 2005؛ Ferris et al., 2002؛ Papzan et al., 2008؛ Sarker and Palit, 2014)، عوامل اقتصادی (نوابخش و زارع هرفته، ۱۳۸۹؛ گلرد، ۱۳۸۶؛ Coy et al., 2007)، عوامل جمعیت‌شناختی (Ferris et al., 2002)، عوامل شبکه‌ای / ارتباطات (Sarker and Palit, 2014؛ Shabbir and Gregorio, 1996)، عوامل اجتماعی (نوابخش و زارع هرفته، ۱۳۸۹؛ Sarker and Palit, 2014) و عوامل قانونی (Sarker and Palit, 2014؛ Coy et al., 2007) در موفقیت زنان کارآفرین مؤثر است.

از آنجا که تاکنون تحقیقی در راستای ارزیابی موفقیت زنان کارآفرین فعال در عرصه صنعت قالی‌بافی و عوامل مؤثر بر آن در استان مازندران انجام نشده است، لذا هدف اصلی تحقیق حاضر بررسی مؤلفه‌های تأثیرگذار بر موفقیت زنان کارآفرین مجتمع‌های قالی‌بافی استان مازندران است. اهداف اختصاصی تحقیق عبارت‌اند از:

- بررسی ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای زنان کارآفرین مجتمع‌های قالی‌بافی؛ و
- بررسی میزان موفقیت زنان کارآفرین مجتمع‌های قالی‌بافی.

روش تحقیق

تحقیق حاضر از لحاظ هدف کاربردی، از نظر گردآوری داده‌ها توصیفی و از نظر میزان کنترل جزو تحقیقات میدانی و نیز از نظر سطح تحقیق، از نوع علی-ارتباطی است. جامعه آماری تحقیق شامل دویست نفر از زنان کارآفرین مجتمع‌های قالی‌بافی استان مازندران در سال ۱۳۹۳ بود که از آن میان، تعداد ۱۲۷ نفر به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده با استفاده از

جدول کرجسی و مورگان (Krejcie and Morgan, 1970) انتخاب شدند؛ و در نهایت، ۱۲۰ پرسشنامه جمع‌آوری و تحلیل شد.

برای گردآوری داده‌ها و اطلاعات مورد نظر، پرسشنامه‌ای شامل سه بخش بر اساس مرور ادبیات پژوهش و نظرخواهی از صاحب‌نظران این حوزه تهیه و تدوین شد. بخش اول پرسشنامه به بررسی میزان موفقیت زنان کارآفرین در مجتمع‌های قالی‌بافی (۳۳ گویه) با استفاده از طیف لیکرت پنج‌قسمتی (از خیلی کم تا خیلی زیاد) می‌پرداخت. به‌منظور بررسی میزان موفقیت زنان قالی‌باف، از متغیرهای ارزیابی‌کننده موفقیت برگرفته از ادبیات تحقیق و نظرات متخصصان کارآفرینی در قالب چهار عامل کلی استفاده شد، که عبارت‌اند از: عامل اقتصادی (متغیرهای کسب درآمد، برگشت سرمایه، گسترش بازار، میزان سود، میزان فروش، افزایش تعداد کارکنان، افزایش سود سالانه، بقا و ماندگاری)؛ عامل حرفه‌ای (خلاصیت و نوآوری، رضایت مشتری و کارمندان، یادگیری، به‌روز بودن اطلاعات، محیط کاری سالم، داشتن مهارت فنی و حرفه‌ای، تعادل بین کار و زندگی، شرایط کاری مناسب، آزادی عملکرد، امنیت شغلی)؛ عامل اجتماعی (به‌وجود آوردن محیط سالم کاری، تصدیق اجتماعی، مشارکت در جامعه و تأثیرگذاری در جامعه، کاستن از نیاز افراد با حمایت اجتماعی، رضایت کارمندان، دستیابی به اهداف شخصی)؛ و عامل فردی (عام‌گرایی، سنت‌گرایی، نوع‌دوستی، امنیت-طلبی، هیجان‌طلبی، پیشرفت حرفه‌ای، خودمختاری). بخش دوم پرسشنامه به سنجش ویژگی‌های شخصیتی (نه گویه)، مشارکت اجتماعی (پنج گویه)، عوامل قانون‌گذاری (پنج گویه)، و منابع اطلاعاتی (هفت گویه) در قالب طیف لیکرت پنج‌قسمتی (از خیلی کم تا خیلی زیاد) اختصاص داشت. بخش پایانی پرسشنامه نیز به بررسی ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای پاسخ‌گویان در قالب سن، سطح تحصیلات، درآمد و مانند اینها می‌پرداخت. برای تعیین روایی پرسشنامه، چندین نسخه از آن در اختیار گروهی از متخصصان شامل اساتید گروه کشاورزی دانشگاه‌های آزاد اسلامی و پیام نور و همچنین، تعدادی از کارشناسان صنعت قالی‌بافی قرار

داده شد و اصلاحات لازم بر حسب پیشنهادهای آنها صورت گرفت. برای تعیین ضریب اعتبار، تعداد سی پرسشنامه در میان گروهی خارج از پاسخ‌گویان جامعه آماری توزیع شد. پس از جمع‌آوری پرسشنامه‌های تحقیق، اعتبار پرسشنامه با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ بین ۰/۷۹ تا ۰/۹۵ به دست آمد. شایان یادآوری است که به منظور توصیف کیفی میزان موفقیت، از روش فاصله انحراف معیار از میانگین^(۲) و برای بررسی مؤلفه‌های تأثیرگذار بر موفقیت زنان کارآفرین مجتمع‌های قالی‌بافی، از رگرسیون چندگانه به روش رگرسیون گام به گام استفاده شده است. همچنین به منظور بررسی رابطه میان متغیرهای مستقل تحقیق با میزان موفقیت زنان کارآفرین مجتمع‌های قالی‌بافی از آزمون‌های همبستگی پیرسون و اسپیرمن استفاده شده است. تجزیه و تحلیل اطلاعات با استفاده از نرم‌افزار آماری SPSS نسخه ۱۹/۵ صورت گرفته است.

نتایج و بحث

ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای پاسخ‌گویان

ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای پاسخ‌گویان در جدول ۱ آمده است. بر اساس نتایج این جدول، میانگین سن پاسخ‌گویان ۳۸/۲۱ سال با انحراف معیار ۱۰/۲۶ بوده و تعداد اعضای خانواده آنها حدود چهار نفر است. همچنین، سطح تحصیلات اکثریت پاسخ‌گویان (۶۵/۸۰ درصد) کارشناسی و بالاتر بوده و میانگین سابقه فعالیت قالی‌بافی آنها تقریباً هشت سال با انحراف معیار ۳/۶۹ است. میانگین میزان درآمد پاسخ‌گویان سیزده میلیون تومان است. همچنین، بیشتر پاسخ‌گویان (۴۶/۱۰ درصد) میزان تأثیر تسهیلات بانکی در کارآفرینی را در سطح متوسط ارزیابی کرده‌اند. سایر نتایج نشان می‌دهند که میانگین ساعات شرکت در دوره‌های آموزشی بازاریابی، کسب‌وکار، مدیریت مالی، و مدیریت راهبردی، به ترتیب، ۳۷، ۱۹، ۲۲ و ۲۳ ساعت است.

جدول ۱- ویژگی‌های فردی، حرفه‌ای و آموزشی پاسخ‌گویان

متغیر	میانگین	انحراف معیار	کمینه	بیشینه
سن (سال)	۳۸/۲۱	۱۰/۲۶	۲۳	۵۷
تعداد اعضای خانواده (نفر)	۳/۵۹	۱/۱۱	۲	۶
سابقه فعالیت قالی‌بافی (سال)	۶/۸۲	۳/۶۹	۱	۲۰
میزان درآمد سالانه (میلیون تومان)	۱۳	۳/۹۱	۷	۲۰
میزان شرکت در دوره‌های آموزشی بازاریابی (ساعت)	۳۷/۱۲	۱۱/۷۹	۴	۷۰
میزان شرکت در دوره‌های آموزشی کسب‌وکار (ساعت)	۱۹/۲۸	۸/۲۰	۱۰	۳۸
میزان شرکت در دوره‌های آموزشی مدیریت مالی (ساعت)	۲۱/۵۳	۷/۷۴	۸	۳۶
میزان شرکت در دوره‌های آموزشی مدیریت راهبردی (ساعت)	۲۳/۰۹	۵/۵۸	۴	۳۸
	سطوح تغییر	فراوانی	درصد	
	بی‌سواد	۶	۵/۰۰	
	ابتدایی	۱۰	۸/۴۰	
	سیکل	۶	۵/۰۰	
	دیپلم	۶	۵/۰۰	
	فوق دیپلم	۱۳	۱۰/۸۰	
	کارشناسی و بالاتر	۷۹	۶۵/۸۰	
	خیلی کم	۱۷	۱۴/۸۰	
	کم	۲۸	۲۴/۳۰	
	متوسط	۵۳	۴۶/۱۰	
	زیاد	۱۲	۱۰/۴۰	
	خیلی زیاد	۵	۴/۳۰	

مأخذ: یافته‌های تحقیق

رتبه‌بندی عوامل شخصیتی

بر اساس نتایج جدول ۲، میزان سخت‌کوشی در کسب‌وکار (میانگین ۳/۷۰ و انحراف معیار ۰/۷۸)، به‌دست آوردن قدرت و اعتبار (میانگین ۳/۱۰ و انحراف معیار ۰/۷۰) و میزان خلاقیت در کسب‌وکار (میانگین ۳/۸۰ و انحراف معیار ۰/۸۷) در بالاترین اولویت و نیز نیاز مالی برای داشتن کسب‌وکار موفق (میانگین ۲/۷۰ و انحراف معیار ۱/۰۱)، نیاز برای دستیابی به درآمد سالانه (میانگین ۲/۹۰ و انحراف معیار ۱/۰۵) و میزان انعطاف‌پذیری (میانگین ۳/۶۰ و انحراف معیار ۱/۰۲) در پایین‌ترین اولویت عوامل شخصیتی قرار گرفته‌اند.

جدول ۲- رتبه‌بندی عوامل شخصیتی

رتبه	درصد ضریب تغییرات	انحراف معیار	میانگین رتبه‌ای*	گویه‌ها
۱	۲۱/۱۸	۰/۷۸	۳/۷۰	میزان سخت‌کوشی در کسب‌وکار
۲	۲۲/۶۷	۰/۷۰	۳/۱۰	به‌دست آوردن قدرت و اعتبار
۳	۲۳/۰۲	۰/۸۷	۳/۸۰	میزان خلاقیت در کسب‌وکار
۴	۲۵/۵۵	۰/۹۲	۳/۶۰	میل درونی به پیروزی
۵	۲۷/۲۷	۱/۰۱	۳/۷۰	نیاز به امنیت شغلی
۶	۲۷/۳۹	۰/۹۰	۳/۳۰	میزان مخاطره‌پذیری
۷	۲۸/۴۴	۱/۰۲	۳/۶۰	میزان انعطاف‌پذیری
۸	۳۶/۱۳	۱/۰۵	۲/۹۰	نیاز برای دستیابی به درآمد سالانه
۹	۳۷/۳۷	۱/۰۱	۲/۷۰	نیاز مالی برای داشتن کسب‌وکار موفق

* مقیاس: ۱=خیلی کم، ۲=کم، ۳=متوسط، ۴=زیاد، ۵=خیلی زیاد

مأخذ: یافته‌های تحقیق

رتبه‌بندی عوامل مشارکت اجتماعی

بر اساس نتایج جدول ۳، مشارکت در جلسات انجمن‌های اجتماعی زنان (میانگین ۳/۴۰ و انحراف معیار ۰/۹۰) و مشارکت در جلسات مشاوران حرفه‌ای (میانگین ۲/۹۰ و انحراف معیار ۰/۸۳) در بالاترین اولویت و نیز مشارکت در جلسات انجمن تخصصی زنان کارآفرین (میانگین ۲/۴۰ و انحراف معیار ۰/۱۲) در پایین‌ترین اولویت عوامل مشارکت اجتماعی قرار گرفته‌اند.

جدول ۳- رتبه‌بندی عوامل مشارکت اجتماعی

رتبه	گویه‌ها	میانگین رتبه‌ای*	انحراف معیار	درصد ضریب تغییرات
۱	مشارکت در جلسات انجمن‌های اجتماعی زنان	۳/۴۰	۰/۹۰	۲۶/۵۲
۲	مشارکت در جلسات مشاوران حرفه‌ای	۲/۹۰	۰/۸۳	۲۸/۷۵
۳	حضور در جلسات محلی بانوان	۳/۲۳	۰/۹۶	۲۹/۶۲
۴	مشارکت در جلسات انجمن‌های تجاری	۳/۱۰	۰/۹۵	۳۰/۵۴
۵	مشارکت در جلسات انجمن تخصصی زنان کارآفرین	۲/۴۰	۱/۱۲	۴۶/۵۸

* مقیاس: ۱= خیلی کم، ۲= کم، ۳= متوسط، ۴= زیاد، ۵= خیلی زیاد
 مأخذ: یافته‌های تحقیق

رتبه‌بندی عوامل قانون‌گذاری

بر اساس نتایج جدول ۴، قوانین حمایت‌کننده زنان کارآفرین برای به‌دست آوردن منابع بانکی (میانگین ۳/۴۳ و انحراف معیار ۰/۸۸) و قوانین حمایت‌کننده مالیاتی از زنان کارآفرین (میانگین ۳/۲۳ و انحراف معیار ۰/۹۴) در بالاترین اولویت و نیز حمایت نهادهای دولتی از فعالیتهای کسب‌وکار (میانگین ۲/۵۰ و انحراف معیار ۰/۹۳) در پایین‌ترین اولویت عوامل قانون‌گذاری قرار گرفته‌اند.

جدول ۴- رتبه‌بندی عوامل قانون‌گذاری

رتبه	درصد ضریب تغییرات	انحراف معیار	میانگین رتبه‌ای*	گویه‌ها
۱	۲۵/۵۳	۰/۸۸	۳/۴۳	قوانین حمایت‌کننده زنان کارآفرین برای به‌دست آوردن منابع بانکی
۲	۲۹/۱۳	۰/۹۴	۳/۲۳	قوانین حمایت‌کننده مالیاتی از زنان کارآفرین
۳	۲۹/۹۳	۰/۹۰	۳/۰۰	وجود مقررات شفاف در رابطه با فعالیت‌های کارآفرینی
۴	۳۳/۸	۱/۰۵	۳/۱۰	میزان آگاهی از قوانین و مقررات
۵	۳۷/۰۴	۰/۹۳	۲/۵۰	حمایت نهادهای دولتی از فعالیت‌های کسب‌وکار

* مقیاس: ۱= خیلی کم، ۲= کم، ۳= متوسط، ۴= زیاد، ۵= خیلی زیاد

مأخذ: یافته‌های تحقیق

رتبه‌بندی عوامل منابع اطلاعاتی

بر اساس نتایج جدول ۵، مراکز کارآفرینی (میانگین ۳/۴۲ و انحراف معیار ۰/۸۷)، مراکز خرید و فروش و مواد اولیه فروش (میانگین ۳/۴۱ و انحراف معیار ۰/۸۷) و همسر و اعضای خانواده (میانگین ۳/۴۰ و انحراف معیار ۰/۹۲) در بالاترین اولویت و نیز برنامه‌های کارآفرینی تلویزیون و رادیو (میانگین ۲/۷۰ و انحراف معیار ۱/۱۱) و اینترنت و شبکه‌های مجازی اجتماعی (میانگین ۲/۷۰ و انحراف معیار ۱/۰۱) در پایین‌ترین اولویت عوامل منابع اطلاعاتی قرار گرفته‌اند.

جدول ۵- رتبه‌بندی عوامل منابع اطلاعاتی

رتبه	درصد ضریب تغییرات	انحراف معیار	میانگین رتبه‌ای*	گویه‌ها
۱	۲۵/۳۲	۰/۸۷	۳/۴۲	مراکز کارآفرینی
۲	۲۵/۶۳	۰/۸۷	۳/۴۱	مراکز خرید و فروش و مواد اولیه فروش
۳	۲۷/۰۵	۰/۹۲	۳/۴۰	همسر و اعضای خانواده
۴	۲۷/۹۷	۰/۹۱	۳/۲۶	مجلات و روزنامه‌ها
۵	۲۹/۳۸	۰/۹۵	۳/۲۵	سازمان صنایع دستی و گردشگری
۶	۳۷/۳۷	۱/۰۱	۲/۷۰	اینترنت و شبکه‌های مجازی اجتماعی
۷	۴۰/۹۲	۱/۱۱	۲/۷۰	برنامه‌های کارآفرینی تلویزیون و رادیو

* مقیاس: ۱=خیلی کم، ۲=کم، ۳=متوسط، ۴=زیاد، ۵=خیلی زیاد
 مأخذ: یافته‌های تحقیق

ارزیابی میزان موفقیت زنان کارآفرین مجتمع‌های قالی‌بافی

بر اساس نتایج جدول ۶، به‌طور کلی، ۳۸/۳ درصد پاسخ‌گویان موفقیت را در سطح متوسط، ۲۳/۳ درصد در سطح خوب، ۲۰ درصد در سطح عالی، و ۱۸/۳ درصد در سطح ضعیف ارزیابی کرده‌اند.

جدول ۶- توزیع فراوانی سطوح موفقیت زنان کارآفرین مجتمع‌های قالی‌بافی

سطوح موفقیت	فراوانی	درصد فراوانی	درصد فراوانی تجمعی
ضعیف	۲۲	۱۸/۳	۱۸/۳
متوسط	۴۶	۳۸/۳	۵۶/۷
خوب	۲۸	۲۳/۳	۸۰/۰
عالی	۲۴	۲۰/۰	۱۰۰
مجموع	۱۲۰	۱۰۰	

مأخذ: یافته‌های تحقیق

رابطه متغیرهای مستقل تحقیق با میزان موفقیت زنان کارآفرین مجتمع‌های قالی‌بافی بررسی ضرایب همبستگی نشان داد که متغیرهای درآمد سالانه (نوابخش و زارع هرفته، ۱۳۸۹؛ گلرد، ۱۳۸۶؛ Coy et al., 2007)، سابقه فعالیت قالی‌بافی و عوامل شخصیتی (گلرد، ۱۳۸۶؛ Ray and Charles, 2005؛ Ferris et al., 2002؛ Papzan et al., 2008)، مشارکت اجتماعی (نوابخش و زارع هرفته، ۱۳۸۹)، قانون‌گذاری (Coy et al., 2007)، منابع اطلاعاتی (Shabbir and Gregorio, 1996)، سن (Ferris et al., 2002) و میزان ساعت دوره آموزشی بازاریابی با موفقیت زنان کارآفرین مجتمع‌های قالی‌بافی رابطه مثبت و معنی‌دار دارند؛ به دیگر سخن، با افزایش سن، درآمد و سابقه فعالیت قالی‌بافی، بهبود عوامل شخصیتی، مشارکت اجتماعی، استفاده از منابع اطلاعاتی، مدت آموزش بازاریابی و سن، میزان موفقیت زنان کارآفرین مجتمع‌های قالی‌بافی بیشتر می‌شود.

جدول ۷- همبستگی بین متغیرهای مستقل و میزان موفقیت زنان کارآفرین مجتمع‌های قالی‌بافی

متغیر	ضریب همبستگی	سطح معنی‌داری	نوع آزمون
عوامل شخصیتی	۰/۹۳۹**	۰/۰۰۰	پیرسون
مشارکت اجتماعی	۰/۸۹۲**	۰/۰۰۰	پیرسون
قانون‌گذاری	۰/۸۷۴**	۰/۰۰۰	پیرسون
منابع اطلاعاتی	۰/۷۸۵**	۰/۰۰۰	پیرسون
سن	۰/۴۱۳**	۰/۰۰۰	پیرسون
درآمد سالانه	۰/۱۹۰*	۰/۰۴۱	پیرسون
سابقه فعالیت قالی‌بافی	۰/۲۵۱*	۰/۰۳۹	پیرسون
میزان ساعت دوره آموزشی بازاریابی	۰/۳۱۶**	۰/۰۰۱	پیرسون
میزان ساعت دوره آموزشی کسب‌وکار	-۰/۲۸۸**	۰/۰۰۲	پیرسون
میزان ساعت دوره آموزشی مدیریت راهبردی	-۰/۲۴۷**	۰/۰۰۸	پیرسون
میزان ساعات دوره آموزشی مدیریت مالی	-۰/۲۳۱*	۰/۰۱۳	پیرسون
تعداد اعضای خانواده	۰/۰۲۶	۰/۷۸۰	پیرسون
میزان تأثیر تسهیلات بانکی در کارآفرینی	-۰/۲۱۷*	۰/۰۲۰	اسپیرومن

**P ≤ ۰/۰۱

*P ≤ ۰/۰۵

مأخذ: یافته‌های تحقیق

از سوی دیگر، میزان ساعت دوره آموزشی کسب‌وکار و مدیریت راهبردی، مدیریت مالی و تأثیر تسهیلات بانکی در کارآفرینی با موفقیت زنان رابطه منفی و معنی‌دار در سطح یک درصد دارند. این موضوع نمایانگر تأثیر معکوس این متغیرها در میزان موفقیت زنان است. نتیجه محاسبه ضریب همبستگی نشان می‌دهد که رابطه تعداد اعضای خانواده پاسخ‌گویان با موفقیت زنان کارآفرین مجتمع‌های قالی‌بافی معنی‌دار نیست.

مؤلفه‌های تأثیرگذار بر موفقیت زنان کارآفرین مجتمع‌های قالی‌بافی

در تحقیق حاضر، برای بررسی مؤلفه‌های تأثیرگذار بر موفقیت زنان کارآفرین مجتمع‌های قالی‌بافی، از رگرسیون چندگانه گام به گام استفاده شده است. پس از ورود کلیه متغیرهای مستقل دارای همبستگی معنی‌دار، متغیرهای "مشارکت اجتماعی، عوامل شخصیتی، سطح تحصیلات، درآمد سالانه، عوامل قانون‌گذاری، منابع اطلاعاتی و ساعات شرکت در دوره‌های آموزشی کسب‌وکار" در مدل باقی ماندند.

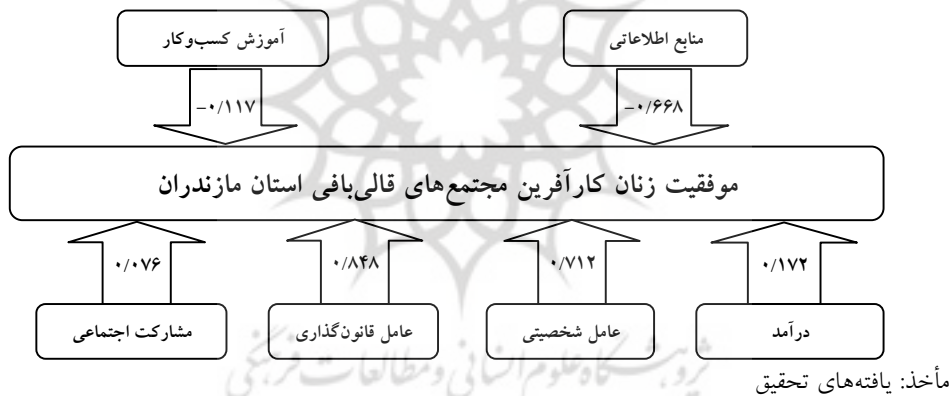
جدول ۸- ضرایب رگرسیون چندگانه گام به گام

متغیرهای مستقل	ضریب (B)	ضریب استاندارد (B)	آماره t	سطح معینداری
ضریب ثابت	-۸/۰۳۳	-	-۱/۵۳۱	-
مشارکت اجتماعی (X _۱)	۰/۵۲۹	۰/۰۷۶	۲/۰۰۵	۰/۰۵۰
عوامل شخصیتی (X _۲)	۲/۶۴۰	۰/۷۱۲	۱۶/۰۹۸	۰/۰۰۰
درآمد سالانه (X _۳)	۱/۰۳۶	۰/۱۷۲	۵/۶۷۶	۰/۰۰۰
عوامل قانون‌گذاری (X _۴)	۶/۳۳۷	۰/۸۴۸	۱۱/۴۴۱	۰/۰۰۰
منابع اطلاعاتی (X _۵)	-۳/۴۴۴	-۰/۶۶۸	-۶/۶۶۱	۰/۰۰۰
میزان ساعت شرکت در دوره آموزشی کسب‌وکار (X _۶)	-۰/۳۷۷	-۰/۱۱۷	-۳/۱۶۲	۰/۰۰۳
	F= ۰/۹۸۹	P= ۸۳۲/۲۳۱	R= ۰/۰۰۰	R ^۲ = ۰/۹۹۵

مأخذ: یافته‌های تحقیق

این متغیرها ۹۸/۹۰ درصد از تغییرات متغیر «موفقیت زنان کارآفرین مجتمع‌های قالی‌بافی» را تبیین می‌کنند. همچنین، با بررسی ضرایب استاندارد شده (β)، مشخص شد که در تبیین موفقیت زنان کارآفرین مجتمع‌های قالی‌بافی در استان مازندران، سهم و نقش عوامل قانون‌گذاری ($\beta=۰/۸۴۸$) بیش از سایر عوامل است.

سهم نسبی تأثیر هر کدام از عوامل بر موفقیت زنان کارآفرین مجتمع‌های قالی‌بافی در شکل ۱ نشان داده شده است.



شکل ۱- مدل عملیاتی تحقیق

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

با توجه به اهمیت نقش زنان در توسعه کشور، تحقیق حاضر با هدف بررسی مؤلفه‌های مؤثر بر موفقیت زنان کارآفرین مجتمع‌های قالی‌بافی استان مازندران تدوین و به اجرا درآمد. نتایج آمار توصیفی نشان داد که بیشتر پاسخ‌گویان میزان این موفقیت را در سطح متوسط ارزیابی کردند. از مهم‌ترین عوامل شخصیتی پاسخ‌گویان می‌توان به میزان سخت‌کوشی در کسب‌وکار، به‌دست آوردن قدرت و اعتبار و میزان خلاقیت در کسب‌وکار اشاره کرد.

مشارکت در جلسات انجمن‌های اجتماعی زنان، مشارکت در جلسات مشاوران حرفه‌ای و حضور در جلسات محلی بانوان از مهم‌ترین عوامل مشارکت اجتماعی زنان کارآفرین محسوب می‌شود. همچنین، مهم‌ترین عوامل قانون‌گذاری شامل قوانین حمایت‌کننده زنان کارآفرین برای به‌دست آوردن منابع بانکی، قوانین حمایت‌کننده مالیاتی از زنان کارآفرین و وجود مقررات شفاف در زمینه فعالیت‌های کارآفرینی بوده است. مراکز کارآفرینی، مراکز خرید و فروش و مواد اولیه فروش، و همسر و اعضای خانواده از مهم‌ترین منابع اطلاعاتی زنان کارآفرین به‌شمار می‌روند.

بررسی ضرایب همبستگی نشان داد که متغیرهای درآمد سالانه، سابقه فعالیت قالی‌بافی و عوامل شخصیتی، مشارکت اجتماعی، قانون‌گذاری، منابع اطلاعاتی، سن و میزان ساعت دوره آموزشی بازاریابی با موفقیت زنان کارآفرین مجتمع‌های قالی‌بافی رابطه مثبت و معنی‌دار دارند. همچنین، رابطه میزان تأثیر تسهیلات بانکی در کارآفرینی، میزان ساعات دوره آموزشی مدیریت مالی، کسب‌وکار و مدیریت راهبردی با موفقیت زنان کارآفرین مجتمع‌های قالی‌بافی منفی و معنی‌دار بوده است.

نتایج تحلیل رگرسیون چندگانه نیز نشان داد که متغیرهای "مشارکت اجتماعی، عوامل شخصیتی، سطح تحصیلات، درآمد سالانه، عوامل قانون‌گذاری، منابع اطلاعاتی و ساعات شرکت در دوره‌های آموزشی کسب‌وکار" ۹۸/۹۰ درصد از تغییرات متغیر موفقیت زنان کارآفرین مجتمع‌های قالی‌بافی را تبیین می‌کنند. همچنین، با بررسی ضرایب استاندارد شده مشخص شد که سهم و نقش عوامل قانون‌گذاری در تبیین موفقیت زنان کارآفرین مجتمع‌های قالی‌بافی استان مازندران بیش از سایر عوامل است.

در پایان با توجه به یافته‌های تحقیق، پیشنهاد می‌شود که:

- با توجه به نتایج رگرسیون چندمتغیره، متغیر مشارکت اجتماعی بهترین پیش‌بینی‌کننده میزان موفقیت زنان کارآفرین قالی‌باف است و مشارکت در جلسات انجمن‌های اجتماعی

زنان، مشارکت در جلسات مشاوران حرفه‌ای و حضور در جلسات محلی بانوان باعث بهبود میزان موفقیت می‌شود؛ از این رو، لازم است راهکارهایی مناسب برای بالا بردن سطح مشارکت اتخاذ شود، که ایجاد انگیزه برای حضور در جلسات از آن جمله است. همچنین، آگاهی دادن به منظور ایجاد باور و توانمندی‌های زنان برای جلب مشارکت آنها در جلسات از طریق آموزش نیز از دیگر الزامات بدیهی به‌شمار می‌رود؛

- با توجه به تأثیر عوامل شخصیتی بر موفقیت زنان، لازم است در راستای تقویت انگیزه زنان و ارتقای خصوصیات و ویژگی‌های شخصیتی از قبیل بهبود خلاقیت، قدرت و اعتبار و سخت‌کوشی آنها، دوره‌ها و کارگاه‌های آموزشی با حضور زنان کارآفرین موفق برگزار شود؛
- با توجه به نقش منابع اطلاعاتی در موفقیت زنان کارآفرین، با مهیا کردن زیرساخت‌ها و بهبود سطح دسترسی زنان به منابع اطلاعاتی موجود به‌ویژه فناوری‌های نوین ارتباطی، می‌توان بستر توسعه موفقیت سایر زنان را در این مسیر فراهم ساخت؛ و
- عوامل قانون‌گذاری از عوامل تبیین‌کننده موفقیت زنان کارآفرین قالی‌باف به‌شمار می‌روند؛ از این رو، در همین راستا، لازم است نهادها و مؤسسات متولی به تدوین و اجرای سیاست‌ها و قوانین تسهیل‌کننده و حمایت‌کننده فعالیت زنان - به‌ویژه زنان کارآفرینان - بیش از پیش اهتمام ورزند تا از این رهگذر، زمینه پیشرفت و توسعه روزافزون در بخش‌های اقتصادی مناسب برای فعالیت‌های زنان مهیا و تسهیل شود.

یادداشت‌ها

1. Casson

۲- Interval of Standard Deviation from the Mean (ISDM): در این روش، ابتدا امتیازات حاصل از پاسخ اعضا در زمینه کلیه گویه‌های مربوط به ابعاد مختلف میزان موفقیت تعاونی‌ها با هم جمع شد و پس از محاسبه میانگین و انحراف معیار ستون داده جدید، برآورد امتیازات به‌دستده به چهار سطح به‌شرح زیر صورت گرفت و پس از کدبندی مجدد داده‌ها، فراوانی هر طبقه محاسبه شد:

A = ضعیف : $A < \text{Mean} - \text{Sd}$

C = خوب : $\text{Mean} < C < \text{Mean} + \text{Sd}$

B = متوسط : $\text{Mean} - \text{Sd} < B < \text{Mean}$

D = عالی : $\text{Mean} + \text{Sd} < D$

منابع

- احمدپور داریانی، محمود (۱۳۸۱)، *کارآفرینی*. چاپ چهارم. تهران: پردیس.
- احمدپور داریانی، محمود (۱۳۸۴)، *کارآفرینی، تعاریف، نظریه‌ها و مدل‌ها*. چاپ ششم. تهران: پردیس.
- احمدپور داریانی، محمود و گلرد، پروانه (۱۳۸۹)، «تأثیر ساختارهای اجتماعی در توسعه کارآفرینی زنان ایرانی». *مدیریت و پیشرفت رفتار*، سال ۱۷، شماره ۴۴، صص ۲۲۱-۲۳۳.
- افراخته، حسن؛ اسکندری ثانی، محمد؛ و اسمعیل نژاد، مرتضی (۱۳۸۸)، «نقش قالی‌بافی در توسعه روستایی: مطالعه موردی کارگاه قالی‌بافی دهستان بالا ولایت کاشمر». *فصلنامه روستا و توسعه*، سال ۱۲، شماره ۱، صص ۱-۲۸.
- گلرد، پروانه (۱۳۸۶)، «ویژگی‌ها، انگیزه‌ها و اهداف ترغیب‌کننده زنان ایرانی در توسعه کسب‌وکار». *پژوهش‌نامه بازرگانی*، شماره ۴۴، صص ۲۶۷-۲۹۵.
- نوابخش، مهرداد و زارع هرفته، مرضیه (۱۳۸۹)، «بررسی عوامل فرهنگی-اجتماعی مؤثر بر فرهنگ کارآفرینی (مطالعه موردی زنان کارآفرین تهران و حومه)». *مدیریت فرهنگی*، دوره ۴، شماره ۷، صص ۱-۲۳.
- هانسن، مورتون و برکینشاو، جولیان (۱۳۸۶)، «زنجیره ارزش نوآوری». ترجمه محسن قدمی و مسعود نیازمند. *گزیده مدیریت*، سال ۷، شماره ۷۳، صص ۸۶-۹۸.
- Coleman Foundation (2014), "Entrepreneurship education". Available on: http://www.colemanfoundation.org/what_we_fund/entrepreneurship/overview.html.
- Coy, S.; Shipley, P.; Margaret, F.; Khursheed, O.; and Khan, R. N. (2007), "Factors contributory to success: a study of Pakistan's small business owners". *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 12(2).
- Ferris, G. R.; Adams, G.; Kolodinsky, R. W.; Hochwarter, W. A.; and Ammeter, A. P. (2002), "Perceptions of organizational politics: theory and research directions". *Research in Multi Level Issues*, 1: 179-254.
- Hisrich, R. D. (1985), "The woman entrepreneur: minding her own business". *Annual*, pp. 52-58.

- Krejcie, R. V. and Morgan, D. V. (1970), "Determining sample size for research activities". *Educational and Psychological Measurement*, 30: 608.
- Mokaya, S. O.; Namusonge, M.; and Sikalieh, D. (2012), "The concept of entrepreneurship; in pursuit of a universally acceptable definition". *International Journal of Arts and Commerce*, 1(6): 128-135.
- Papzan, A.; Zarafshani, K.; Tavakoli, M.; and Papzan, M. (2008), "Determining factors of rural entrepreneurs' success: a case study of Mahidasht township in Kermanshah province of Iran". *African Journal of Agricultural Research*, 3(9): 597-600.
- Ray, D. and Charles, W. L. (2005), *Hill Strategic Alliances and the Rate of New Product Development: An Empirical Study of Entrepreneurial Biotechnology Firms*, pp. 41-55.
- Sarker, S. and Palit, M. (2014), "Determinants of success factors of women entrepreneurs in Bangladesh: a study based on Khulna region". *Business and Economic Research*, 4(2): 237-250.
- Seymour, N. (2003), *Women entrepreneurs in developing world*, p. 3.
- Shabbir, A. and Gregorio, S. D. (1996), "An examination of the relationship between women's personal goals and structural factors". *Journal of Business Venturing*, 11(6): 507-529.