

بررسی عوامل فرهنگی مؤثر بر روحیه کارآفرینی زنان (مطالعه موردی دانشجویان زن دانشگاه آزاد اسلامی جهرم)

سوسن سهامی^۱

مریم دهقان^۲

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۱/۱۰/۰۵

تاریخ تصویب: ۱۳۹۲/۰۱/۲۹

چکیده

هدف این تحقیق بررسی عوامل فرهنگی مؤثر بر روحیه کارآفرینی زنان در میان دانشجویان دختر دانشگاه آزاد اسلامی جهرم بود. تحقیق از نوع توصیفی بوده است و در اجرای آن از فن پیمایش استفاده شد. ابزار گردآوری داده ها پرسشنامه های استاندارد شده ارزشی شوارتز، تمایل به کارآفرینی گرجیوسکی. ام، سرمایه فرهنگی سهامی، پایگاه اقتصادی اجتماعی نیازی، و باورهای قالبی جنسیتی احمدی بود. داده ها به روش خود پاسخگویی و تکمیل پرسشنامه از پاسخگویان جمع آوری گردید. جمعیت مورد مطالعه دانشجویان دانشگاه آزاد جهرم در کلیه رشته ها بوده و نمونه با استفاده از روش نمونه گیری خوشه ای تصادفی طبقه بندی شده از بین ۲۱۰۶ نفر از دانشجویان ورودی ۱۳۸۹-۱۳۸۸ مقطع کارشناسی و کارشناسی ارشد انتخاب شد که با استفاده از فرمول کوکران نمونه به دست آمده ۳۳۵ نفر می باشد. نتایج حاصل از پژوهش بیانگر وجود رابطه معنادار متغیرهای خودتکایی، آمادگی برای تغییر، انگیزش، سرمایه فرهنگی خانواده با روحیه کارآفرینی در سطح اطمینان ۰/۹۹ و متغیر سطح تحصیلات مادر با روحیه کارآفرینی در سطح اطمینان ۰/۹۵ را نشان می دهد. همچنین رابطه باورهای قالبی جنسیتی بر روحیه کارآفرینی از لحاظ آماری معنا دار نبودند. در نهایت نتایج حاصل از رگرسیون چندگانه گام به گام نشان داد که متغیرهای خودتکایی، سرمایه فرهنگی و سطح تحصیلات مادر ۱۷/۹ درصد از تغییرات روحیه کارآفرینی را تبیین می کنند.

واژگان کلیدی: روحیه کارآفرینی، خودتکایی، آمادگی برای تغییر، سرمایه فرهنگی، باورهای قالبی جنسیتی.

^۱ - هیأت علمی گروه جامعه شناسی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد مرودشت، ایران. Email:ssahami@miau.ac.ir

^۲ - دانشگاه آزاد اسلامی، واحد جهرم، گروه جامعه شناسی، مرودشت، ایران.

مقدمه

در عصر حاضر همزمان با پیشرفت‌های علمی، گرایش و علاقه‌ی روز افزونی نسبت به کارآفرینی به وجود آمده است و کارآفرینی را به امری جهانی مبدل کرده است (McDougall & Oviatt, ۲۰۰۳) در همین راستا مجامع بین‌المللی نیز به این پدیده توجه ویژه داشته‌اند از جمله سازمان علمی آموزشی ملل متحد معتقد است در قرن بیست یکم دانشگاه‌ها جایگاهی برای آموختن مهارت و کارآفرینی است (UNESCO Report, ۲۰۰۳). توجه جهانی به این امر ناشی از دو رویداد مهم است: "توسعه و بهبود اقتصادی" (Chrisman, ۲۰۰۶) و "معضل بیکاری" که تقریباً همه کشورهای جهان با آنها سخت در چالش هستند و بدین سیاق دانشکده‌های آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌های معتبر جهان از جمله MIT و کلمبیا افزایش چشمگیری داشته (Kuratko, ۲۰۰۴) به عبارتی کارآفرینی یک ثروت و منبع با توانایی باز یابی بسیار است. اجزای اصلی فرآیند به کار بردن و استفاده از نیرو و انگیزه‌ی افراد در جهت خلق و اجرای ایده‌های نو شامل میل به خطرپذیری، توانایی تشکیل یک تیم، مهارت خلاق در نظم بخشیدن به منابع مورد نیاز، طراحی یک طرح منسجم و پایدار شغلی، یافتن فرصت‌هایی در یک موقعیت پر آشوب است (Kuratko & Hodgetts, ۲۰۰۴). از نظر تیمونز، کارآفرینی ایجاد یک چیز ارزشمند از هیچ و کارآفرین کسی است که دارای قدرت درک بالا و توانایی یافتن فرصت‌ها را دارد و می‌تواند از طریق پرورش اندیشه و ایده خود و تبدیل آن به محصول یا خدمتی جدید؛ اقدام به ارزش آفرینی از هیچ نماید (کلاتتری و همکاران: ۱۳۸۳، ۱۶۵). مطالعات انجام شده در ارتباط با کارآفرینی در ابتدا اغلب بر جنبه‌های اقتصادی و نقش متغیرهای منسوب به آن متکی بوده است پس از آن سال‌های متمادی اندیشمندان به دنبال یافتن ویژگی‌های روانشناختی متناسب با کارآفرینی و توسعه آنها بودند به باور آنها عوامل روانشناختی و خصوصیات شخصیت وجود دارد که کارآفرین را از غیر کارآفرین متمایز می‌کند (Begley & Boyd, ۱۹۸۷; Singh & Denoble, ۲۰۰۳; Drucker, ۱۹۸۵; Gartner, ۱۹۸۹) (Burch, ۲۰۰۷). بخش از تحقیقات نیز بر خلاقیت متمرکز بوده است (Nayag, ۲۰۰۱; Ufvk & Ozlen, ۲۰۰۸; Castiglione, ۲۰۰۵; Maclean, ۲۰۰۵; Prochaska, ۲۰۰۲; Robinson, ۲۰۰۷; & Vuuren, ۲۰۰۵).

کارآفرینی به عنوان یک رفتار اجتماعی مطلوب نمی‌تواند صرفاً از خلاقیت یا ویژگی‌های شخصیتی فرد ناشی شود بلکه بسترهای اجتماعی و فرهنگ سازمانی زمینه‌سکوفایی ظرفیت بالقوه خلاقیت فردی را مهیا می‌کند در کشور ما ضمن آنکه مطالعات و بررسی‌های علمی در موضوع کارآفرینی قدمت چندانی ندارد و آنچه یافت می‌شود محصول سال‌های اخیر است. در عین حال در این مجموعه کارشناسی و پژوهشی نیز مباحث فرهنگی و اجتماعی بسیار کمتر از مباحث و جنبه‌های دیگر مطرح شده است (ملک پور، ۱۳۸۴: ۴۲۸). دژوزف مک گوایر نقش کارآفرینی در جوامع مختلف را با توجه به تنوع فرهنگی متفاوت می‌داند و به نظر وی منابع طبیعی و سرمایه نقدی ممکن است یکسان باشد اما آنچه باید در درک تفاوت رفتار مورد توجه قرار داد عواملی همچون عقاید اجتماعی، هنجارها، پاداش

بررسی عوامل فرهنگی مؤثر بر روحیه کارآفرینی زنان (مطالعه موردی دانشجویان زن دانشگاه آزاد اسلامی جهرم)

رفتارها، آرمان‌های فردی و ملی، مکاتب دینی و تعلیم و تربیت است. بنابراین اگر چه کارآفرینان، ارزش‌ها و باورهای متمایز از افراد جامعه دارند، ولی فرهنگ کارآفرینی متأثر از فرهنگ حاکم بر جامعه است. در واقع هر چه ارزش‌ها و عقاید موجود در جامعه، افراد جامعه را به کار، تولید مداوم فکر و اندیشه خلاق و یادگیری و کسب دانش سوق دهد، در این جامعه فرهنگ کارآفرینی اشاعه یافته و درون افراد نهادینه می‌شود. یا به عبارتی در این جامعه افراد بیشتری دست به خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی می‌زنند و افراد کارآفرین بیشتری موفق می‌شوند که ایده‌ای نوین خود را در جامعه محقق سازند (فدایی کیوانی و همکاران، ۱۳۸۷، ۱۲۹).

در سال‌های اخیر زنان گرایش بیشتری به تحصیلات دانشگاهی پیدا کرده‌اند بدین ترتیب میزان بیکاری در میان زنان تحصیل کرده به صورت قابل توجهی در حال افزایش است (اخوان صراف و همکار، ۱۳۸۷؛ بدری و همکاران، ۱۳۸۳؛ کلانتری و همکاران، ۱۳۸۳). به دنبال این مسأله کارآفرینان گروه‌های اقلیت و به ویژه کارآفرینان زنان به طور کاملاً بی‌سابقه در داخل و خارج از کشور افزایش داشته و مورد توجه قرار گرفته است (مردانیان دهکردی، ۱۳۸۵؛ فلاح جلودار و همکاران، ۱۳۸۶؛ Hirshi, ۱۹۸۵; ۲۰۰۳; Greene and colleges, ۱۹۹۷; Buttner, ۱۹۹۷; Cooper & Goby, ۱۹۹۹; Gundry & Welsch, ۲۰۰۱). به علاوه در عصر حاضر کشورها و سازمان‌های بین‌المللی به این نتیجه رسیده‌اند که توسعه کارآفرینی زنان تأثیری مثبت و مستقیم در بسیاری از فعالیت‌های مختلف کشور داشته است. از یک طرف سبب توسعه اقتصادی و ایجاد فرصت‌های شغلی می‌شود و از طرف دیگر می‌تواند سبب بهبود وضعیت اجتماعی، فرهنگی و بهداشتی زنان و خانواده‌های آنان شود. زنان در زمانی کوتاه توانستند قابلیت‌ها و توانایی‌های خود را در زمینه‌های مختلف به ظهور برسانند و با ورود به عرصه کسب و کار، تحولاتی عظیم در توسعه اقتصادی کشورها ایجاد کنند. در حال حاضر نیمی از جمعیت ۲/۴ میلیارد نیروی کار در جهان را زنان تشکیل می‌دهند. براساس نتایج به دست آمده از تحقیقات دیده بان جهانی کارآفرینی از هر ۱۰۰ نفر در جهان ۷ زن کارآفرین می‌شوند (گلرد، ۱۳۸۸، ۱۳۲). بنابراین سؤال اصلی ما در این پژوهش این است که عوامل فرهنگی مؤثر بر روحیه کارآفرینی دانشجویان زن کدام است؟ و آیا عواملی مانند خوداتکایی، آمادگی برای تغییر، سرمایه فرهنگی، باورهای قالبی جنسیت، ویژگی‌های جمعیت‌شناختی، و با کارآفرینی مرتبط است؟ و اگر تأثیرگذار است کدام عامل یا متغیر نقش بنیادی‌تر را در این خصوص ایفا می‌کند.

ثبات نسبی در تفاوت‌های موجود بین وضعیت کارآفرینی کشورهای مختلف بیانگر این است که عواملی غیر از عوامل اقتصادی در این بین دخیل می‌باشد این بینش که فرهنگ می‌تواند با کارآفرینی ارتباط داشته و محرک رشد اقتصادی باشد دارای سابقه دیرینه‌ای است. در این زمینه که چگونه فرهنگ بر کارآفرینی تأثیر می‌گذارد؟ دو دیدگاه اصلی وجود دارد:

دیدگاه اول: که خصیصه‌های توده نام دارد. به این مفهوم است که اگر جامعه ای افراد بیشتری با ارزش‌های کارآفرینانه و خصیصه‌های کارآفرینانه داشته‌باشد افراد بیشتری کارآفرین خواهند شد . دیدگاه دوم : به میزان مشروعیت اجتماعی یا تأیید اخلاقی کارآفرینی در درون یک فرهنگ اشاره دارد. سطح بالاتر مشروعیت درون یک جامعه ، معیار رفتار در آن جامعه محسوب می شود . در جوامعی که کارآفرینی مشروعیت اجتماعی دارد ، به کارآفرینی در نظام آموزشی توجه بیشتری شده و به آن به عنوان یک مقوله مطلوب در جامعه نگریسته می شود و به طور مثال مشوق های مالیاتی بیشتری برای کسب و کار های کارآفرینانه در نظر گرفته می شود . بنابراین محیط ، شامل فرهنگ اجتماعی حامی کارآفرینان می گردد ، در حالی که دیدگاه خصیصه توده با این اعتقاد که فرهنگ یعنی ارزش های یکپارچه ، منطبق است و دیدگاه مشروعیت اجتماعی با این تفکر که فرهنگ یعنی عادات اجتماعی ، مرتبط می باشد .

فعالیت‌های پارسونز با ارائه نظریات خود در باب سیستم ، آشکارا بر نقش حیاتی فرهنگ در نظریه سیستم اجتماعی تأکید دارد. پارسونز تلاش دارد تا با تئوریزه کردن فرهنگ به منزله حوزه یا نظامی مستقل ، نهادهای فرهنگی و اجتماعی را از یکدیگر متمایز کند و معتقد است بنابراین فرهنگ به عنوان سیستم نمادین معنادار (الگوهای ایده ها ، ارزش ها) هم رفتار انسان و هم نتایج حاصل از آن را شکل می دهد وی استقلال فراوانی برای فرهنگ نسبت به جامعه به لحاظ تجربی قائل است (صالحی امیری، ۱۳۸۶:۱۰۶) .

مک کله لند^۱ (۱۹۹۲) ، روانشناس اجتماعی معاصر، نظریه نیاز به موفقیت را برای اولین بار در مباحث اجتماعی مطرح کرد وی معتقد بود جوامعی که دارای نیاز به موفقیت پایین هستند ، میزان سرمایه گذاری و خطرپذیری در آنها پایین است و به تبع آن توسعه نیافته هستند و در جوامعی که نیاز به موفقیت بالاست ، میزان سرمایه‌گذاری و خطر پذیری نیز بالاست در این جوامع ، افرادی پیدا می شوند که کسب و کار جدیدی راه اندازی می کنند ، شرکت یا واحد اقتصادی را سازماندهی می کنند و ظرفیت تولیدی و بهره وری آن را افزایش و بهبود می بخشند . مک کله لند چنین افرادی را کارآفرین می نامد و عواملی نظیر شیوه جامعه پذیری ، شیوه های تربیتی والدین ، طبقه اجتماعی والدین، ایدئولوژی حاکم ، مذهب و تحرک اجتماعی را عوامل مؤثر بر توسعه فرهنگ کارآفرینی می داند . توجه خاص او به فرهنگ در امر کارآفرینی است و مناسبترین نوع جامعه پذیری را تقویت استقلال فردی و ایجاد اعتماد به نفس می داند که موجب کارآفرینی می شود (ویسی و همکاران ، ۱۳۸۶:۲) .

ماکس وبر در کتاب مشهور خود در اخلاق پروتستان و روح سرمایه داری به وضوح میان اصول پروتستانیزم و رشد سرمایه داری ارتباط تأثیرات مستقیم فکری و فرهنگی ترسیم می کند وبر ((مفهوم

¹McClelland

فرهنگ)) را مفهوم ارزش می داند و می گوید فرهنگ از یک سلسله روش و زمینه ها متأثر است که آن روش ها و زمینه ها افراد یک جامعه را به هم می پیوندند و در رفتار و کردار و روابط اجتماعی آن ها منعکس می شود. ولی برای درک این تعریف باید به وابستگی عمیق ارزش ها و سمبل ها و به تغییرات مادی و نتایجی که ارزش ها و سمبل به دنبال می آورند و یا خود از آنها زاده می شوند توجه کرد (صالحی امیری، ۱۳۸۶: ۲۳).

بدین سان نظام فرهنگی موجبات تحصیل، رشد و تکامل نظام های اقتصادی و سیاسی را از طریق بهره برداری از طبیعت، ابداعات، فردگرایی و تولید و بازاریابی و در نتیجه افزایش قدرت و ثروت را فراهم می آورد. وبر در تشریح تبیین چگونگی شکل گیری تمدن نوین صنعتی و سرمایه داری در مغرب زمین به مفهومی اشاره می کند که این مفهوم به زبان امروزی، همان فرهنگ کارآفرینی است و بر توسعه فرهنگ کارآفرینی را متأثر از چهار عامل تشویق به کار برای سعادت، خطرپذیری برای تغییر سرنوشت، برنامه ریزی برای آینده و صرفه جویی می داند. نظر وبر درباره تأثیر ارزش های فرهنگی و اجتماعی بر توسعه تأثیر علی و تعیین کننده نیست بلکه تأثیر اجتماعی یا عامل مؤثر است (ویسی و همکاران، ۱۳۸۶: ۲). عابدی (۱۳۸۱) و مقیمی (۱۳۸۰) نیز بر ارزش ها به عنوان عاملی محرک در کار آفرینی می نگرند. به عبارتی توسعه فرهنگ خلاقیت، ابتکار و کارآفرینی محصول نظام اجتماعی و تحت تأثیر نهاده خانواده و مدرسه می داند که در پرتو آن، انگیزه کنشگران برای به عهده گرفتن نقش های آفرینندگی بالا می رود در همین خصوص باید به شیوه جامعه پذیری، میزان رشد و انسجام شخصیت، استقلال فردی، طرز تلقی از کار در جامعه، سخت کوشی، پشتکار و وقت شناسی اشاره کرد.

احمدپور داریانی (۱۳۸۰) از پیشگامان بحث کارآفرینی در کشور می باشد که برای اولین بار در سال ۱۳۷۵ به بررسی علمی موضوع کارآفرینی در منابع داخلی و خارجی پرداخت و با توجه به اینکه در حوزه کارآفرینی در کشور پژوهش و مطالعه ای تا آن زمان صورت نگرفته بود وی با اتکاء بر مدل های ارائه شده از سوی محققین دیگر، به طراحی و تبیین الگوی پرورش مدیران کارآفرین پرداخت و بنابر سابقه پژوهشی و با در نظر گرفتن کلیه عوامل مشترک از سوی دیگر محققان، نهایتاً الگوی نظری پرورشی مدیر کارآفرین را ارائه داد.

برومند نسب (۱۳۸۱) نیز به بررسی رابطه انگیزه پیشرفت، مخاطره پذیری، خلاقیت و عزت نفس با کارآفرینی در دانشجویان دانشگاه چمران اهواز پرداخت. پژوهش وی نشان داد که بین انگیزه پیشرفت و خلاقیت با کارآفرینی دانشجویان رابطه معناداری وجود دارد.

هزارجریبی (۱۳۸۲) به بررسی میزان کارآفرینی دانش آموختگان علوم انسانی در عرصه نشریات فرهنگی و اجتماعی شهر تهران پرداخته است. و ویژگی های مختلف کارآفرین را مورد آزمون قرار داده است سپس رابطه ی آنها را با متغیرهایی نظیر مهارت های فردی، انگیزه فردی، ریسک پذیری، نیاز به توفیق، خلاقیت از طریق آزمون های مختلف سنجیده و به نتایجی رسیده است که می توان از جمع آنها دریافت که با تعیین ویژگی های کارآفرینان متغیرهای فوق بین ۳۰-۲۰ سال مورد تأیید قرار

گرفته است. از نظر سنی، جوانان فرهیخته در فعالیت‌های اندیشه‌سازی و اطلاع‌رسانی بیشترین حضور را داشته ولی از لحاظ جنسیتی تفاوت نداشته‌اند. مدرک تحصیلی دانشگاهی نیز نقش مؤثری در این عرصه داشته و حدود ۷۰ درصد از پاسخگویان دارای مدرک علمی دانشگاهی بوده‌اند.

شریف زاده (۱۳۸۲) به بررسی نیازهای آموزشی دانشجویان کشاورزی در راستای تقویت روحیه کارآفرینی در دانشکده کشاورزی دانشگاه شیراز پرداخته‌است. نتایج این پژوهش نشان داد که در حدود ۷۵ درصد از دانشجویان که در پژوهش شرکت داشتند در حداقل یکی از انگیزه‌ها ضعیف بودند که می‌توان با برنامه‌های مناسب این انگیزه‌ها را تقویت کرد. همچنین همبستگی منفی بین توفیق طلبی و ریسک‌پذیری تایید شد. بدین معنی که فرد ریسک‌پذیر، نیاز به توفیق کمتری از خود نشان می‌دهد در حالی که همبستگی بین قدرت طلبی، موقعیت رقابتی و ریسک‌پذیری در جهت مثبت معنی‌دار بود. عزیزی (۱۳۸۲) در بررسی زمینه‌های بروز و پرورش کارآفرینی در دانشجویان سال آخر کارشناسی و کارشناسی ارشد دانشگاه شهید بهشتی نتیجه گرفته‌است که بین متغیرهای اعتقاد به کنترل درونی، انگیزه پیشرفت، ریسک‌پذیری، استقلال طلبی و خلاقیت دانشجویان رابطه معناداری وجود دارد.

یارائی (۱۳۸۳) در مطالعه دیگری با بررسی برخی روحیات کارآفرینی در دانشجویان دانشگاه شیراز و مقایسه آن با مدیران صنایع به این نتیجه رسید که مدیران از انگیزه پیشرفت بالاتری نسبت به دانشجویان برخوردارند و ریسک‌پذیری دانشجویان از مدیران صنایع بالاتر بوده‌است همچنین بین ویژگی‌های کارآفرینی دانشجویان با جنسیت، سن، محل تولد و سطح تحصیلات والدین رابطه معناداری وجود نداشته.

مردانیان دهکردی (۱۳۸۴) به منظور موفقیت زنان کارآفرین در استان چهارمحال بختیاری پژوهشی انجام داده و به نتایج زیر رسیده‌است: که بیشترین کارآفرینان زن مورد مطالعه دارای تحصیلات دانشگاهی، مجرد، سن زیر ۲۵ سال دارند و این امر می‌تواند بدان معنا باشد که گرایش به فعالیت‌های کارآفرینانه در نسل جوان هم به لحاظ شرایط خاص اجتماعی هم به لحاظ آگاهی آنها، بیش از نسل قدیم است. یکی دیگر از عوامل مورد بررسی پژوهش این است که متغیرهایی از قبیل پایگاه اجتماعی بالاتر، احساس مفید و مؤثر بودن، رسیدن به استقلال مالی، نگرش مساعد مردم و اطرافیان در علاقه مندی و فعالیت زنان مؤثر بوده‌است.

صابر (۱۳۸۵) به منظور بررسی راه‌های توسعه کارآفرینی زنان در ایران مطالعه‌ای در مورد ۲۰ زن کارآفرین انجام داده‌است. محدودیت‌ها و تدابیر و ابتکارات کارآفرینان را مشخص و ضمن تعریف کارآفرین؛ ویژگی‌های او را بر می‌شمرد و محدودیت‌های کارآفرینان را به سه دسته فردی، سازمانی و محیطی تقسیم می‌کند. کارآفرینان مورد مطالعه علیرغم محدودیت‌های فوق توانستند از حصار موانع موجود عبور کنند و با خلق اثر و بکارگیری تدابیری نو، مسیر کارآفرینی خویش را هموار نمایند. تجارب آنان نشان می‌دهد که می‌توان در شرایط محیطی موجود نیز مؤسس، خلاق، مبتکر و نوآور و اثربخش بود، اما تصویر محدودیت‌ها نشان از آن دارد که چنانچه کوششی اجتماعی در جهت رفع و حذف آنها

صورت نگیرد؛ موجبات اتلاف ظرفیت‌های مستعد نیمی از جمعیت کشور را فراهم خواهد ساخت. مشاهده و ورود داوطلبان دختر به دانشگاه‌ها به نسبت ۶۲ درصد، ضرورت توسعه سهم زنان در اقتصاد ملی، مقابله با بحران بیکاری و گشودن سر فصل کارآفرینی در برنامه های اقتصادی کشور نیازمند بصیرتی عمیق تر در شناخت مسأله و اراده ای قوی تر در سازماندهی آن باشد.

مقصودی (۱۳۸۵) به بررسی ویژگی‌های شخصیتی و روانشناختی مؤثر در کارآفرینی پرداخته است که برخی از این ویژگی‌ها عبارتند از: قاطعیت در کار، فرصت شناسی، تیزفهمی، مثبت اندیشی، قدرت برنامه ریزی، پیش بینی آینده، تلاش و پشتکار قوی، استقلال طلبی و ... می باشد. وی به رابطه بین هوش هیجانی و کارآفرینی پی برده و به این نتیجه رسیده که کارآفرینان گروه تحقیق وی در مقایسه با افراد عادی مورد تحقیق از هوش هیجانی بالاتری برخوردار بودند. وی همچنین به رابطه بین خلاقیت و کارآفرینی اشاره نموده و به این مطلوب دست یافته است که کارآفرینان گروه تحقیق وی در مقایسه با افراد عادی مورد تحقیق از میزان خلاقیت بالاتری برخوردارند.

نتایج مطالعات پیتر دراکر^۱ (۱۹۸۵) در مورد نقش کارآفرین در ایجاد اشتغال در آمریکا نشان می دهد که افزایش اشتغال در آمریکا را نمی توان به فناوری برتر نسبت داد. بلکه عامل اصلی افزایش اشتغال، کارآفرینی در صنایع کوچک و متوسط بوده است. همچنین نتایج مطالعات وی نشان می دهد که خلاقیت و نوآوری با کارآفرینی لازم و ملزوم یکدیگرند. نوآوری و خلاقیت به دانش، قوه ابتکار و تمرکز نیاز دارد عده ای از افراد استعداد بیشتری برای نوآوری نسبت به بقیه دارند.

در مطالعه انجام شده روی ۱۲۹ زن کارآفرین در آمریکا، توسط باتنر^۲ (۱۹۹۷) تعدادی از زنان کارآفرین ابراز داشتند که به علت زن بودن قادر به ورود به برخی از محافل اجتماعی نبوده اند، به نظر می رسد که در زمینه ایجاد شبکه های ارتباطی و تماس، مردان از امتیاز و امکانات بیشتری برخوردارند این مسأله خاص در مورد زنان سیاه پوست تشدید می شود.

کوپر و گوبی^۳ (۱۹۹۹) با پژوهش توصیفی روی زنان کارآفرین با هدف بررسی ویژگی های زنان کارآفرین سنگاپور به این نتیجه رسیدند که انگیزه زنان کارآفرین برای راه اندازی کسب و کار مستقل عمدتاً "رئیس خود بودن است". آنها غالباً "تحصیل کرده، دارای تجربه و خواهان آزادی و انعطاف پذیری برای برخورد با مسؤولیت‌های کاری و خانوادگی، و دارای کسب و کارهای کوچک بودند و عمدتاً" با سرمایه فردی و وام گیری از خانواده و دوستان کسب و کار خود را راه اندازی کرده بودند.

^۱ Druker

^۲ Buttner

^۳ Cooper And Coby

دیورتز و هنرکسون^۱ (۲۰۰۰) به مطالعه عملکرد و رشد واحدهای کسب و کار زنان در سوئیس پرداختند شاخص های بررسی عملکرد این واحدها عبارتند بودند از میزان فروش ، میزان سودآوری و نرخ اشتغال، یافته های این پژوهش نشان داد که واحدهای کسب و کار زنان عمدتاً کوچک و دارای مشتریان کمتری نسبت به واحدهای کسب و کار مردان است . همچنین معلوم شد که رشد عملکرد واحدهای کسب و کار زنان نسبت به واحدهای کسب و کار مردان پایین تر است .

یوفاک و اوزلان^۲ (۲۰۰۱) در مطالعه ای که بر روی ۲۲۰ زن کارآفرین ترکیه انجام شد ، ارتباط متقابل میان زندگی خانوادگی و کسب و کار مورد بررسی قرار گرفت ، آنها در گزارش های خود چنین بیان کردند که کارآفرینان زن، در خانواده های خود با مشکلات فراوانی مواجه می باشند که به عواملی چون گرایش به استرس، انتظارات زیاد اعضای خانواده و فقدان تعادل بین زندگی خانوادگی و کسب و کار آنها مربوط می شود ، اما به هر حال این زنان معتقد بودند که کارآفرینی، اثر مثبتی در زندگی اجتماعی و اقتصادی آنها دارد.

هوارد^۳ (۲۰۰۴) در پژوهشی تاثیر توسعه قابلیت های کارآفرینی (استقلال طلبی ، ریسک پذیری ، انگیزه پیشرفت ، کنترل درونی و اعتماد به نفس و جسارت خلاقیت) را برای کارآفرینی ۴۵۰ نفر از دانش آموزان مورد بررسی قرار داد و به این نتیجه رسید که رابطه مستقیمی بین این قابلیت ها و توانایی کارآفرینی افراد وجود دارد . همچنین هوارد بیان می کند که ما می توانیم کارآفرینی را از طریق گسترش و بسط دادن آگاهی افراد درباره شدنی بودن کارآفرینی و شرایط مطلوب کارآفرینی از طریق آموزش دادن ازسین کودکی افزایش دهیم . وی نتیجه می گیرد دانش آموزانی که آموزش های کارآفرینی دیده اند دارای انگیزه پیشرفت بالاتر ، کنترل شخصی بیشتر و اعتماد به نفس زیادتری هستند و همچنین دانش آموزانی که کارهای مخاطره آمیز را آغاز می کنند دارای انگیزه پیشرفت بالاتر ، کنترل شخصی بالاتر و اعتماد به نفس بالاتر و خلاقیت بیشتری هستند .

- فرضیات پژوهش

- ۱- به نظر می رسد که بین خوداتکایی و روحیه کارآفرینی زنان رابطه معناداری وجود دارد .
- ۲- به نظر می رسد که بین انگیزش و روحیه کارآفرینی زنان رابطه معناداری وجود دارد .
- ۳- به نظر می رسد که بین آمادگی برای تغییر و روحیه کارآفرینی زنان رابطه معناداری وجود دارد .
- ۴- به نظر می رسد که بین باورهای قالبی جنسیتی و روحیه کارآفرینی زنان رابطه معناداری وجود دارد.
- ۵- به نظر می رسد که بین سرمایه فرهنگی خانواده و روحیه کارآفرینی زنان رابطه معناداری وجود دارد.
- ۶- کدامیک از متغیرها پیش بینی کننده قوی تری برای روحیه کارآفرینی زنان است.

^۱ Dureitz And Henrekson

^۲ Ufak , Hatun And Ozlen Ozgen

^۳ Howard , S

ابزار و روش پژوهش

این پژوهش همبستگی است. ابزار جمع آوری اطلاعات پرسشنامه است. برای برآورد پایایی پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ (جدول یک) استفاده شد. پرسشنامه شوارتز (۲۰۰۶) همراه با پرسشنامه تمایل به کارآفرینی، گرجیوسکی، ام (۱۳۸۷) و پرسشنامه باورهای قالبی جنسیتی گروسی و پرسشنامه سرمایه فرهنگی سهامی (سهامی، ۱۳۸۷) را به طور همزمان در اختیار دانشجویان قرار داده شد سپس نمرات هر پرسشنامه را در هر کدام از مقیاس ها به طور جداگانه محاسبه گردید و پس از سنجش پایایی مفاهیم مورد نظر، مقادیر زیر برای آلفای کرونباخ به دست آمد. در این پژوهش برای تعیین روایی ابزار اندازه گیری از روایی محتوا و صوری استفاده شده است.

جدول شماره ۱ آزمون پایایی پرسشنامه ها

مفهوم	تعداد گویه	آلفای کرونباخ
روحیه کارآفرینی	۳۷	۰/۸۴۴
خودانگیزی	۵	۰/۶۸۸
انگیزش	۵	۰/۷۲۳
سرمایه فرهنگی	۱۰	۰/۷۲۱
باورهای قالبی جنسیت	۳۰	۰/۸۸۱
آمادگی برای تغییر	۱۰	۰/۷۶

جامعه آماری و حجم نمونه و روش نمونه گیری، در این پژوهش جامعه آماری شامل دانشجویان دختر دانشگاه آزاد اسلامی واحد جهرم بوده است که تعداد آنها برابر ۲۱۰۶ نفر می باشند. حجم نمونه نیز با استفاده از فرمول حجم نمونه ۳۳۵ نفر می باشد. در این پژوهش جهت انتخاب نمونه ها از روش نمونه گیری خوشه ای تصادفی استفاده شده است. روش تجزیه و تحلیل داده ها، تجزیه و تحلیل داده ها در سطح "استنباطی" با استفاده از نرم افزار (SPSS) صورت گرفته است. برای آزمون فرضیه ها از آزمون های تحلیل واریانس، ضریب همبستگی، آزمون t، آزمون f و رگرسیون چند گانه به روش گام به گام استفاده شده است.

یافته های پژوهش

فرضیه نخست: به نظر می رسد که بین خود انگیزی و روحیه کارآفرینی زنان رابطه معناداری وجود دارد.

جدول شماره ۲ آزمون همبستگی و تحلیل رگرسیون متغیر خود انگیزی و روحیه کارآفرینی زنان

نام متغیر	R	R ²	R ² Ad	خطای	ضریب	Beta	t	F	Sig
				ی	B				

معیار									
خود	۰/۳۵۷	۰/۱۲۸	۰/۱۲۵	۰/۲۶۴	۱/۸۴	۰/۳۶	۶/۹	۴۸/۷	۰/۰۰۰
اتکایی	۰								

به منظور بررسی رابطه بین خوداتکایی و روحیه کارآفرینی زنان از تکنیک آماری رگرسیون استفاده شده است. بر اساس یافته ها، همبستگی ($R = ۰/۳۵۷$) بین خود اتکایی و روحیه کارآفرینی زنان وجود دارد. این مدل رگرسیونی ($R^2 = ۰/۱۲۸$) نشان می‌دهد که ۲۸ درصد از تغییرات روحیه کارآفرینی توسط خود اتکایی تبیین می‌شود. ضریب بتا $Beta = ۰/۳۶$ جهت مثبت و رابطه مستقیم بین دو متغیر را نشان می‌دهد. ضریب $B = ۱/۸$ حاکی از این است که به ازای هر واحد افزایش در متغیر مستقل (خود اتکایی)، $۱/۸$ واحد به متغیر وابسته (روحیه کارآفرینی زنان) افزوده می‌شود. در مورد دار بودن رابطه فوق با توجه به مقادیر $T = ۶/۹$ ، $F = ۴۸/۷$ ، و $Sig = ۰/۰۰۰$ رابطه فوق با ۹۹ درصد اطمینان معنی دار می‌باشد، لذا فرضیه فوق تأیید می‌شود.

فرضیه دوم: به نظر می‌رسد که بین انگیزش و روحیه کارآفرینی زنان رابطه معنا داری وجود دارد.

جدول شماره ۳. آزمون همبستگی و تحلیل رگرسیون متغیر انگیزش و روحیه کارآفرینی زنان

نام متغیر	R	R'	R'	خطای	ضریب	Beta	t	F	Sig
			Ad	معیار	B				
انگیزش	۰/۱۵۲	۰/۰۳۳	۰/۰۲	۰/۲۸۹	۰/۸۱	۰/۱۵	۲/۸	۷/۹	۰/۰۰۵

به منظور بررسی رابطه بین انگیزش و روحیه کارآفرینی زنان از تکنیک آماری رگرسیون استفاده شده است. بر اساس نتایج حاصل، همبستگی ضعیفی ($R = ۰/۱۵$) بین انگیزش و روحیه کارآفرینی زنان وجود دارد. مقدار $R^2 = ۰/۰۳۳$ نشان می‌دهد که متغیر مستقل تاثیر ناچیزی در تبیین تغییرات مشاهده شده در جمعیت نمونه از نظر روحیه کارآفرینی، داشته است. ضریب بتا $Beta = ۰/۱۵$ جهت مثبت و رابطه مستقیم بین دو متغیر را نشان می‌دهد. ضریب $B = ۰/۸$ حاکی از این است که به ازای هر واحد افزایش در متغیر مستقل (انگیزش)، $۰/۸$ واحد به متغیر وابسته (روحیه کارآفرینی زنان) افزوده می‌شود. در مورد معنی دار بودن رابطه فوق با توجه به مقادیر $T = ۲/۸$ ، $F = ۷/۹$ ، و $Sig = ۰/۰۰۵$ رابطه فوق با ۹۹ درصد اطمینان معنی دار می‌باشد، لذا فرضیه فوق تأیید می‌شود.

فرضیه سوم: به نظر می‌رسد که بین باورهای قالبی جنسیتی و روحیه کارآفرینی زنان رابطه معناداری وجود دارد.

جدول شماره ۴. آزمون همبستگی و تحلیل رگرسیون متغیر باورهای قالبی و روحیه کارآفرینی زنان

بررسی عوامل فرهنگی مؤثر بر روحیه کارآفرینی زنان (مطالعه موردی دانشجویان زن دانشگاه آزاد اسلامی جهرم)

نام متغیر	R	R ²	R ² Ad	خطای معیار	ضریب B	Beta	t	F	Sig
باورهای قالبی	۰/۰۵	۰/۰۰۳	۰/۰	۰/۶۳	۰/۰۶	۰/۰۵	۰/۹۱	۰/۸۴	۰/۳۶۱

به منظور بررسی رابطه بین باورهای قالبی و روحیه کارآفرینی زنان از تکنیک آماری رگرسیون استفاده شده است. بر اساس نتایج حاصل، همبستگی ($R = ۰/۰۵$) بین باورهای قالبی و روحیه کارآفرینی زنان وجود دارد. مقدار $R^2 = ۰/۰۰۳$ نشان می‌دهد که متغیر مستقل تأثیر ناچیزی در تبیین تغییرات مشاهده شده در جمعیت نمونه از نظر روحیه کارآفرینی، داشته است. ضریب بتا $Beta = ۰/۰۵$ جهت مثبت و رابطه مستقیم بین دو متغیر را نشان می‌دهد. ضریب $B = ۰/۰۶$ حاکی از این است که به ازای هر واحد افزایش در متغیر مستقل (باورهای قالبی)، $۰/۰۶$ واحد به متغیر وابسته (روحیه کارآفرینی زنان) افزوده می‌شود. در مورد معنی دار بودن رابطه فوق با توجه به مقادیر $T = ۰/۹$ ، $F = ۰/۸$ و $Sig = ۰/۳۶۱$ رابطه فوق با ۹۵ درصد اطمینان معنی دار نمی‌باشد، لذا فرضیه فوق تأیید نمی‌شود. فرضیه چهارم: به نظر می‌رسد که بین سرمایه فرهنگی خانواده و روحیه کارآفرینی زنان رابطه معناداری وجود دارد.

جدول شماره ۵ آزمون همبستگی و تحلیل رگرسیون متغیر سرمایه فرهنگی و روحیه کارآفرینی زنان

نام متغیر	R	R ²	R ² Ad	خطای معیار	ضریب B	Beta	t	F	Sig
سرمایه فرهنگی	۰/۲۸	۰/۰۷۹	۰/۰۷۷	۰/۲۱۴	۱/۱۵	۰/۲۸	۵/۳	۲۸/۷	۰/۰۰۰

به منظور بررسی رابطه بین سرمایه فرهنگی و روحیه کارآفرینی زنان از تکنیک آماری رگرسیون استفاده شده است. بر اساس نتایج حاصل، همبستگی ضعیفی ($R = ۰/۲۸$) بین سرمایه فرهنگی و روحیه کارآفرینی زنان وجود دارد. مقدار $R^2 = ۰/۰۸$ نشان می‌دهد که متغیر مستقل تأثیر کمی در تبیین تغییرات مشاهده شده در جمعیت نمونه از نظر روحیه کارآفرینی، داشته است. ضریب بتا $Beta = ۰/۲۸$ جهت مثبت و رابطه مستقیم بین دو متغیر را نشان می‌دهد. ضریب $B = ۱/۱۵$ حاکی از این است که به ازای هر واحد افزایش در متغیر مستقل (سرمایه فرهنگی)، $۱/۱۵$ واحد به متغیر وابسته (روحیه کارآفرینی زنان) افزوده می‌شود. در مورد معنی دار بودن رابطه فوق با توجه به مقادیر $T = ۵/۳$ ، $F = ۲۸/۷$ ، و $Sig = ۰/۰۰۰$ رابطه فوق با ۹۹ درصد اطمینان معنی دار می‌باشد، لذا فرضیه فوق تأیید می‌شود.

فرضیه پنجم: به نظر می‌رسد که بین آمادگی برای تغییر و روحیه کارآفرینی زنان رابطه معناداری وجود دارد.

جدول شماره ۶ آزمون همبستگی و تحلیل رگرسیون متغیر آمادگی برای تغییر و روحیه کارآفرینی زنان

نام متغیر	R	R ²	R ²	خطای معیار	ضریب B	Beta	t	F	Sig
آمادگی برای تغییر	۰/۳	۰/۰۹۲	۰/۰۹	۰/۱۶	۰/۹۵	۰/۳	۰/۸	۳۳/۹	۰/۰۰۰

به منظور بررسی رابطه بین آمادگی برای تغییر و روحیه کارآفرینی زنان از تکنیک آماری رگرسیون استفاده شده است. بر اساس نتایج حاصل، همبستگی متوسطی ($R = 0/304$) بین آمادگی برای تغییر و روحیه کارآفرینی زنان وجود دارد. این مدل رگرسیونی (مقدار $R^2 = 0/09$) نشان می‌دهد که ۹ درصد از تغییرات روحیه کارآفرینی توسط آمادگی برای تغییر تبیین می‌شود. ضریب $Beta = 0/3$ جهت مثبت و رابطه مستقیم بین دو متغیر را نشان می‌دهد. ضریب $B = 0/95$ حاکی از این است که به ازای هر واحد افزایش در متغیر مستقل (آمادگی برای تغییر) $0/95$ واحد به متغیر وابسته (روحیه کارآفرینی زنان) افزوده می‌شود. در مورد معنی‌دار بودن رابطه فوق با توجه به مقادیر $T = 5/8$ ، $F = 33/9$ ، $Sig = 0/000$ رابطه فوق با ۹۹ درصد اطمینان معنی‌دار می‌باشد، لذا فرضیه فوق تأیید می‌شود.

فرضیه ششم - کدامیک از متغیرها پیش‌بینی کننده قوی تری برای روحیه کارآفرینی زنان است

برای آزمون این فرضیه از تحلیل رگرسیون چندگانه به روش گام به گام جداول شماره ۷ با استفاده از معادله رگرسیون چند متغیره به روش گام به گام، به تبیین متغیر وابسته (روحیه کارآفرینی) می‌پردازند. در تحلیل رگرسیون چندگانه متغیرهای پیش‌بینی کننده بر اساس اهمیت آنها در تبیین متغیر وابسته، وارد معادله می‌شوند. سه متغیر خود اتکایی، سرمایه فرهنگی و سال‌های تحصیل مادر به ترتیب توانسته‌اند $17/9$ درصد از تغییرات متغیر وابسته را پیش‌بینی کنند.

جدول شماره ۷ عناصر اصلی تحلیل چند متغیره به روش گام به گام از مرحله اول تا سوم برای پیش‌بینی متغیر وابسته (روحیه کارآفرینی)

مرحله	نام متغیر	R	R ²	B	Beta	مقدار T	سطح معنی داری
اول	خود اتکایی	۰/۳۵۷	۱/۶۲	۱/۶۲	۰/۳۱	۶/۱	۰/۰۰۰
دوم	سرمایه فرهنگی	۰/۴۱۱	۰/۱۶۹	۰/۷۷	۰/۱۹	۳/۶	۰/۰۰۰
سوم	سطح تحصیلات مادر	۰/۴۲۳	۰/۱۷۹	۰/۶۶	۰/۱۰	۲/۱	۰/۰۴۰

$$F = 24/1, Sig = 0/000, R = 0/423, R^2 = 0/179$$

مقدار R^2 برای متغیر روحیه خود اتکایی در مرحله یک عبارت است از $0/128$. این مقدار نشان می‌دهد که با ورود متغیر به معادله رگرسیون در هر کدام از مراحل چند درصد از تغییرات متغیر

بررسی عوامل فرهنگی مؤثر بر روحیه کارآفرینی زنان (مطالعه موردی دانشجویان زن دانشگاه آزاد اسلامی جهرم)

وابسته تبیین شده است. در مرحله دوم با ورود متغیر سرمایه فرهنگی، $0/41$ به مقدار تبیین افزوده شده است. در مرحله سوم با ورود متغیر سطح تحصیلات مادر، $0/01$ به مقدار تبیین افزوده شده است. با توجه به مقدار ضریب رگرسیون مشخص می شود که متغیرهای روحیه خود اتکایی و سرمایه فرهنگی و متغیر سطح تحصیلات مادر در سطح 99 درصد با متغیر وابسته رابطه ای مستقیم و مثبت دارند. مقدار T و سطح معنی داری معادله چند متغیره نشان میدهد که رابطه دو متغیر روحیه خود اتکایی و سرمایه فرهنگی در سطح 95 درصد و رابطه متغیر سطح تحصیلات مادر در سطح 99 درصد با متغیر وابسته درصد معنادار می باشد.

بنابراین بر اساس نتایج حاصل، معادله رگرسیون چند متغیره ای که برای پیش بینی متغیر وابسته به دست می آید عبارت است از:

$$Y = 0/34X_1 + 0/16X_2 + 0/77(X_3) + 0/66(X_4)$$

بحث و نتیجه گیری

درخصوص رابطه بین خود اتکایی و روحیه کارآفرینی دانشجویان مورد مطالعه نتایج حاصل از تحقیق نشان می دهد که متغیر خود اتکایی بیشترین تأثیر را در روحیه کارآفرینی زنان داشته است. یافته های این تحقیق با تحقیقاتی که سولومون و وینسلون (۱۹۸۷) مینی بر این که کارآفرینان افرادی مطمئن، خوشبین، مستقل، خوداتکاء، بی پروا هستند و تمایل به ارزیابی شدن به وسیله دیگران را دارند همخوانی دارد. و همچنین با تحقیق ویسی (۱۳۸۷) همخوانی دارد. به علاوه یافته ها نشان می دهد که بین انگیزش و روحیه کارآفرینی زنان همبستگی وجود دارد. ضریب $B = 0/8$ حاکی از این است که به ازای هر واحد افزایش در متغیر مستقل (انگیزش) $0/8$ واحد به متغیر وابسته (روحیه کارآفرینی) افزوده می شود. اگر واقعا" به طور جدی به دنبال توسعه هستیم بایستی به مسأله ای انگیزشی نیروی انسانی توجه کافی مبذول داریم. به طور کلی انگیزش را نیروی محرک فعالیت های انسان و عامل جهت دهنده آن و یا در تعبیر دیگری آن را به عنوان نیروی محرکه کار آفرینی می دانند در تایید یافته های این تحقیق پژوهش های زیادی وجود دارند که ارتباط بین انگیزش را با کار و موفقیت نشان داده اند در این باره اگورگولو و والبرگ (۱۹۷۹) همبستگی بالایی را بین انگیزش و پیشرفت تحصیلی گزارش نموده اند همچنین در نظریه نیاز گفته می شود انگیزش ناشی از ارضای یک نیاز فرد را در انجام رفتار ترغیب می کند.

با توجه به یافته ها همبستگی ضعیفی بین باورهای قالبی جنسیتی و روحیه کارآفرینی زنان وجود دارد و این به خاطر به وجود آمدن بسترهای مناسب فرهنگی - اجتماعی برای مشارکت زنان در صحنه های اجتماعی است که باورهای قالبی جنسیتی نمی تواند تأثیر زیادی بر روی روحیه کارآفرینی

زنان داشته باشد. البته تحقیقی که توسط فاطمه جواهری و سرور قضاتی در مورد موانع کار آفرینی زنان انجام گرفته است عکس این قضیه را تأیید می‌کند آنان در طی تحقیقی به این نتیجه رسیدند که که بسیاری از قابلیت‌ها و توانمندی‌هایی که لازمه امر کارآفرینی است تحت تأثیر نابرابری جنسیتی و باورهای قالبی جنسیتی کمتر در زنان قوام پیدا می‌کند. با توجه به تغییرات صورت گرفته در زمینه مشارکت زنان در عرصه‌های عمومی این تناقض با تحقیقات پیشین قابل تبیین است به عبارتی اقدامات فرهنگی جهت پالایش نابرابری و تبعیض جنسی تأثیر خود را گذاشته است، بنا براین شرکت در فعالیت‌های اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی زنان در سال‌های اخیر به کمرنگ شدن ساخت‌های نابرابر در ذهن زنان کمک کرد و باورهای قالبی جنسیتی نتوانسته با روحیه کارآفرینی زنان مرتبط باشد یا آن را پیش‌بینی کند.

یافته‌ها نشان داد که بین سرمایه فرهنگی و روحیه کارآفرینی زنان رابطه معنی وجود دارد. به این معنا که هرچه سرمایه فرهنگی خانواده بالاتر می‌رود روحیه کارآفرینی زنان بالاتر می‌رود. ایجاد تسهیلات لازم جهت دسترسی زنان به تحصیلات و کسب مهارت و دانش یک بستری مناسب جهت بهبود روحیه کار آفرینی زنان ایجاد می‌کند یافته‌های این تحقیق با نظریه بوردیو (۲۰۰۲) و گیدنز (۱۹۹۰) مبنی بر اینکه خانواده‌ها به تناسبی که سرمایه فرهنگی‌شان بیشتر و وزن نسبی سرمایه فرهنگی آنها در قیاس با سرمایه اقتصادی‌شان بزرگتر باشد، سرمایه بیشتری به امر آموزش و پرورش فرزندان خود تخصیص می‌دهند و همچنین کسانی که مجهز به فرهنگ و تربیت پایگاه‌های اجتماعی بالاتری باشند، در کسب مشاغل پر وجهه موفق‌ترند، همخوانی دارد. همبستگی متوسطی بین آمادگی برای تغییر و روحیه کارآفرینی زنان وجود دارد. به عبارتی هر چه آمادگی برای تغییر در زنان بیشتر می‌شود روحیه کارآفرینی در آنان نیز زیاد تر می‌شود. برخی پژوهش‌ها نشان می‌دهند که در افراد قابلیت‌هایی وجود دارد که پرورش این قابلیت‌ها موجب کارآفرینی آنان می‌شود. از مهمترین این ویژگی‌ها خلاقیت، آمادگی برای تغییر، ریسک‌پذیری، انگیزه پیشرفت و استقلال طلبی است مک کله‌لند (۱۹۶۱) ویژگی‌های افراد کارآفرین را شامل انگیزه پیشرفت، ریسک‌پذیری، کنترل درونی، خلاقیت و استقلال طلبی می‌داند. همچنین هوارد (۲۰۰۴) در پژوهشی تأثیر توسعه قابلیت‌های کارآفرینی را بر کارآفرینی ۴۵۰ نفر از دانش‌آموزان مورد بررسی قرار داد و به این نتیجه رسید که رابطه مستقیمی بین این قابلیت‌ها و توانایی کارآفرینی افراد وجود دارد. متغیرهای خود اتکایی و سرمایه فرهنگی و متغیر سطح تحصیلات مادر روحیه کارآفرینی را پیش‌بینی می‌کنند. هر سه به نوعی عامل فرهنگی را انعکاس می‌دهد به عبارتی دانشجویان زن که از سرمایه فرهنگی بیشتری برخوردار بودند. به عبارتی با بالا رفتن تحصیلات مادر، خود اتکایی و سرمایه فرهنگی علاوه بر اینکه استقلال و توانایی‌ها و سطح آگاهی زنان را افزایش می‌دهند می‌توانند تعهد آنان رانسبت به جامعه و داشتن یک روحیه کار آفرینی بالا ببرد. در راستای تأیید ادبیات ارایه شده در مقاله ارزش و سرمایه فرهنگی توانسته روحیه کارآفرینی زنان را پیش‌بینی کند.

منابع

منابع فارسی

۱. اخوان صراف، ا و دیگری. (۱۳۸۷). توسعه کار آفرینی زنان و نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات، فصلنامه علمی ترویجی مدیریت و توسعه، سال نهم، شماره سی و شش.
۲. احمد پور داریانی، م. (۱۳۸۱). «کارآفرینی» انتشارات پردیس، چاپ چهارم.
۳. بدری، احسان و لیاقتدار، محمد جواد و عابدی، محمد رضا و جعفری، ابراهیم. (۱۳۸۳). بررسی قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان دانشگاه اصفهان.
۴. برومند نسب، محمد. (۱۳۸۱). بررسی رابطه ساده و چند گانه وضعیت اجتماعی - اقتصادی، انگیزه پیشرفت، مخاطره پذیری، جایگاه مهار، خلاقیت و عزت نفس با کارآفرینی در دانشجویان شهید چمران اهواز، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم تربیتی دانشگاه شهید چمران اهواز.
۵. سهامی، س. (۱۳۸۷). اولویت های ارزشی دانشجویان، پژوهش نامه علوم اجتماعی گرمسار، سال دوم، شماره دوم. ۷- شریف زاده، مریم و زمانی، غلامحسین، (۱۳۸۴)، روحیه کارآفرینی در دانشجویان کشاورزی: مطالعه موردی دانشگاه شیراز، مجله علوم کشاورزی ایران، جلد ۲، شماره ۱.
۶. سهامی، س. (۱۳۸۷). بررسی رابطه پایگاه اقتصادی- اجتماعی زنان با ارزش های معطوف به توسعه. پایان نامه دکتری، جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات تهران.
۷. شاه حسینی، ع. (۱۳۸۳). «کارآفرینی»، نشر: آبیژ.
۸. صالحی امیری، ر. (۱۳۸۶). مفاهیم و نظریه های فرهنگی، تهران: ققنوس.
۹. عابدی، ر. (۱۳۸۱). مروری بر مکاتب کارآفرینی، مجله علوم انسانی (ویژه نامه اقتصاد و مدیریت) دانشگاه سیستان و بلوچستان، ۲۳، ۱۷۲-۱۵۵.
۱۰. عزیزی، م. (۱۳۸۲). بررسی زمینه های بروز و پرورش کارآفرینی در دانشجویان سال آخر کارشناسی و کارشناسی ارشد دانشگاه شهید بهشتی، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه شهید بهشتی.
۱۱. صابر، ف. (۱۳۸۵). راههای توسعه کارآفرینی زنان در ایران، تهران: روشنگران و مطالعات زنان.

۱۲. فلاح جلودار و دیگری. (۱۳۸۶). عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینی زنان روستایی شمال کشور، فصلنامه روستا و توسعه، سال ۱۰، شماره چهارم.
۱۳. فدائی کیوانی، ر و دیگری. (۱۳۸۷). کارآفرینی، نشر: حق شناس.
۱۴. کلانتری، ص و دیگری. (۱۳۸۳). بررسی میزان کارآفرینی دانش آموختگان در عرصه نشریات و مطبوعات، فصلنامه علوم اجتماعی، شماره ۲۳.
۱۵. گرجیوسکی، ام، لئون، جی، ای. ام. (۱۳۷۸). کارآفرینی، ترجمه: زرافشانی، کیومرث و علی بیگی، امیرحسین و اسکندری، فرزاد، ناشر: دانشگاه رازی.
۱۶. گلرد، پ. (۱۳۸۳). عوامل مؤثر در کارآفرینی زنان ایرانی، ماهنامه سیاسی، اقتصادی، شماره ۲۴۰-۲۳۹.
۱۷. ملک پور، ع. (۱۳۸۴). زمینه ها و موانع فرهنگی توسعه کارآفرینی در ایران، مجموعه مقالات همایش های ملی کارآفرینی، دانشگاه آزاد واحد رودهن.
۱۸. مردانیان دهکردی، ت. (۱۳۸۵). بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینی زنان در استان چهارمحال بختیاری، پایان نامه کارشناسی ارشد، رشته مدیریت آموزشی.
۱۹. مقصودی، ج. (۱۳۸۵). بررسی ویژگی های شخصیت کارآفرینان، مجله رویش، جلد ۱۴، سال چهارم.
۲۰. مقیمی، م. (۱۳۸۰). سازمان و مدیریت رویکرد پژوهشی - تهران: ترمه.
۲۱. ویسی، ر و دیگری. (۱۳۸۶). فرهنگ کارآفرینی سازمانی، ماهنامه تدبیر، شماره ۱۸۸.
۲۲. هزار جریبی، ج. (۱۳۸۲). بررسی میزان کارآفرینی دانش آموختگان علوم انسانی در عرصه نشریات فرهنگی و اجتماعی شهر تهران، رساله دکتری رشته جامعه شناسی.
۲۳. یارائی، ع. (۱۳۸۳). بررسی برخی روحیات کارآفرینی در بین دانشجویان و مقایسه آن با مدیران صنایع، پایان نامه کارشناسی ارشد، رشته مدیریت صنعتی، دانشگاه شیراز.

منابع انگلیسی

- Baumol, W.J. (۲۰۰۴). Entrepreneurial cultures and countercultures. Academy of Management Learning and Education, ۳(۳), ۳۱۶-۳۲۶.
- Begley, T.M., & Boyd, D.P. (۱۹۸۷). Psychological characteristics associated with performance in entrepreneurial firms & smaller businesses. Journal of Business venturing, ۲: pp.۷۹-۹۳.
- Buttner, E. Holly, (۱۹۹۷), Women entrepreneurs moving Beyond The Class ceiling Dorothy, Moore - SAGE.
- Castiglione, J. (۲۰۰۸). Facilitating employee creativity in the library environment: An important managerial concern for library administrators. (۳), ۱۵۹-۱۷۲.

- Chrisman, James (۲۰۰۶). Entrepreneurship. In Michael Hitt & Duane Ireland, Entrepreneurship, Victoria: Blackwell Publishing, pp. ۱۲۰ - ۱۲۲.
- Cooper , R. and Goby , V.P. (۱۹۹۹) , " Female business owners in Singapore and elsewhere: a review of studies". Journal of small business Management, ۳۷.
- Drucker, peter (۱۹۸۵) . Innovation and Entrepreneurship: practice and principles. -New York: Intarper Business, ۱۹۸۵.
- Du Rietz , A. and Henrekson , M. (۲۰۰۰). Testing the female under performance hypothesis . Small Business Economics, ۱۴(۱).
- Dimov, D.P. & Shepherd, D.A. (۲۰۰۵). Human capital theory and venture capital firms: Exploring "home runs" and "strike outs ". Journal of Business Venturing, ۲۰(۱), ۱-۲۱.
- Gartner, Willian B. "Who Is an Entrepreneur? is the Wrong Question.", Entrepreneurship Theory & Practice, V.I.۱۳, No. ۴۷-۶۸. ۱۹۸۹
- Greene, P.G., Hart, M.M., Gatewood, E.J., Brush, C.G., & Carter, N.M.(۲۰۰۳). Women entrepreneurs: Moving front and center: An overview of research and theory. Coleman White Paper Series, ۳, ۱-۴۷. Retrieved June ۲۰۰۵, from <http://www.usasbe.org>
- Gundry, L.K. & Welsch, H.P. (۲۰۰۱). The ambitious entrepreneur: High growth strategies of women-owned enterprises. Journal of Business Venturing, ۱۶(۵), ۴۵۳-۴۷۰.
- Hisrich, Robert D. and Candida G. Brush(۱۹۸۵). The woman Entrepreneur: Starting, Financing, and Managing a successful New Business, Lexington books, p. ۱۸.
- Howard , S. (۲۰۰۴) . Developing Enterpreneurial Potential in Youth : The Effects of Entrepreneurial Education and Venture Creation . University of South Florida Report , pp . ۳-۱۷ .
- Kuratko, Donald F. and Hodgetts, M.(۲۰۰۴). Entrepreneurship: theory and Process Practice. Mason, ohio ,south westem publishers .
- McDougall, P.P. & Oviatt, B.M. (۲۰۰۳). Some fundamental issues in international entrepreneurship. Coleman White Paper Series, ۲, ۱-۲۷. Retrieved June ۲۰۰۵, from <http://www.usasbe.org>
- McClelland, D.C., & Koestner, R.(۱۹۹۲).The achievement motive. In Charles, P.Smith(Ed.), Motivation & personality: Handbook of Thematic Content Analysis: ۱۴۳-۱۵۲. New York,NY: Cambridge University Press.

-McLean, L. D. (۲۰۰۵). **Organizational Culture's Influence on Creativity and Innovation: A Review of the Literature and Implications for Human Resource Development Advances in Developing Human Resources**, ۷ (۲), ۲۲۶-۲۴۶.

-Nayager T., Vuuren J. (۲۰۰۵). **An Analysis of an Organizational Strategy, Structure & Culture that Supports Corporate Entrepreneurship in Established Organization** . SAJEMS, Vol. ۸, ۲۹-۳۸.

-Prochaska, J. (۲۰۰۲). **A New View of Creativity and Innovation**. Prochaska Company, Willmar, Minnesota, Vol. ۲۲, No. ۲.

-Robinson R.B. (۲۰۰۷). **"Creating a ۲۱st Century Entrepreneurial Organization**, Academy of Entrepreneurship Journal, Vol. ۸, No. ۱, ۳۲۱-۳۳۲.

-Scott, M.G. & Twomey, D.F. (۱۹۹۸). **The long-term supply of entrepreneurs: Student's career aspirations in relation to entrepreneurship**. Journal of Small Business Management, ۲۶(۴), ۵-۱۳.

-Schwartz, Shalom H. (۲۰۰۶). **Basic Human Values: Theory, Measurement, and Applications**. The Hebrew University of Jerusalem.

-Singh, Gangaram & Denoble, Aley (۲۰۰۳) **views on Self-employment and Personality: An exploratory study**. Journal of Development Entrepreneurship, Dec ۲۰۰۳.

-Shan. S. Locke, E. & Collin, C. (۲۰۰۳). **Entrepreneurial motivation Human resource**. management Review. Vol. ۱۳. pp. ۲۵۷-۲۷۹.

-Ufuk , Hatun and Ozlen ozgen , (۲۰۰۱) , **The profile of women entrepreneurs : a sample from .** Turk international journal of consumer studies, December, pp, ۲۹۹-۳۰۸.

- UNESCO (۲۰۰۳). **World Declaration on Higher Education for the ۲۱st Century: Vision and Action**. Available at: www.Cepes.ro/hed/meeting/gelsenkirchen/pdf.

