

نیاز سنجی آموزشی زنان کارآفرین شهر اصفهان

علی شائمی*، اکبر اعتباریان**، مرضیه خیرمند***

چکیده: این پژوهش با هدف نیازسنجی آموزشی زنان کارآفرین شهر اصفهان انجام شده است که از نظر هدف، کاربردی و از نظر ماهیت، توصیفی-پیمایشی می‌باشد. جامعه‌ی آماری این تحقیق از زنان کارآفرین شهر اصفهان هستند که به دلیل محدود بودن حجم موارد، نمونه برابر با کل جامعه در نظر گرفته شد. برای جمع آوری اطلاعات از ابزار پرسشنامه استفاده شده که پایایی آن توسط ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۰ محاسبه گردید. جهت آزمون سؤالات تحقیق و به دست آوردن نتایج آن از آزمون‌های تحلیل واریانس و فریدمن استفاده شده است. نتایج نشان می‌دهد که بیشترین نیاز آموزشی زنان کارآفرین در حوزه‌ی بازاریابی، آشنایی با بازاریابی بین‌الملل و کمترین نیاز آنها، آشنایی با چهار اصل بازاریابی می‌باشد. بیشترین نیاز آموزشی زنان کارآفرین در حوزه‌ی مدیریت مالی و حسابداری، مربوط به آشنایی با انواع نسبت‌های مالی و کمترین نیاز آنها مربوط به شیوه‌های تأمین مالی از بانک‌ها و مؤسسات مالی است. در زمینه‌ی حقوقی و قانونی نیز بیشترین نیاز آموزشی زنان کارآفرین، آشنایی با قانون کار و کمترین نیاز آنها مربوط به بیمه و قراردادهای بیمه است. همچنین بیشترین نیاز آموزشی زنان کارآفرین در حوزه‌ی مدیریت تولید و عملیات، مربوط به تکنیک‌های اندازه‌گیری کار و زمان و کمترین نیاز آنها مربوط به استانداردهای کیفیت است. سرانجام در زمینه‌ی مدیریت منابع انسانی و امور کارکنان، بیشترین نیاز آموزشی زنان کارآفرین، تعیین شرایط احراز شغل و کمترین نیاز آنها شیوه‌های ایجاد انگیزش در کارکنان بود. همچنین نتایج نشان می‌دهد که میان نیازهای آموزشی زنان کارآفرین بر حسب سابقه خدمت و میزان تحصیلات تفاوت معناداری وجود ندارد.

کلید واژه: نیاز سنجی آموزشی، کارآفرینی، زنان کارآفرین.

مقدمه و طرح مسئله

امروزه جوامع با تحولات و تهدیدات گسترده بین‌المللی روبرو هستند. تحولات و دگرگونی‌های نظام‌های اقتصادی-اجتماعی در عصر حاضر ناشی از پیشرفت‌های علمی و تکنولوژیک است که به نوبه خود منجر به

shaemi@ase.ui.ac.ir

etebarian@khuirf.ac.ir

marziehkheimand@gmail.com

تاریخ پذیرش مقاله: ۹۰/۱۰/۴

* استادیار دانشگاه اصفهان

** استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد خوراسگان

*** کارشناس ارشد مدیریت دولتی دانشگاه آزاد خوراسگان

تاریخ دریافت مقاله: ۸۹/۵/۳۰

دیدگاه‌ها، ضرورت‌ها و نیازهای جدیدی شده است. برای پاسخ به این نیازها و همراهی با تحولات و دگرگونی‌های مزبور، دیگر نمی‌توان به روش‌ها و فرآیندهای موجود اکتفا کرد. از این رو تضمین و تداوم حیات و بقای جوامع نیازمند تأمین راه‌ها و روش‌های جدید به منظور مقابله با مشکلات است. در این تغییرات و تحولات، افراد یا سازمان‌هایی توانسته‌اند موفق‌تر از دیگران عمل کنند و از فرصت‌ها بهره‌برداری نمایند (آراستی، ۱۳۸۳: ۲۴).

اگر کارآفرینی را یک ضرورت حیاتی زمان بدانیم، به مهم‌ترین عامل کارآفرینی یعنی تواناسازی نیز باید اعتقاد داشته باشیم. نیروی انسانی متشکل از زن و مرد، اولین اهرم به حرکت درآوردن موتور توسعه است. یکی از مباحث اساسی در زمینه‌ی توسعه، میزان بهره‌گیری درست و منطقی از توانایی‌ها و استعداد‌های نیروی انسانی هر جامعه است. به عبارت دیگر میزان بهره‌گیری منابع انسانی از فرصت‌های مناسب توسعه برای بانوان همواره یکی از پارامترهای اساسی برای توسعه بوده و هست. روند کارآفرینی مردان رشد ثابت دارد زیرا پتانسیل اقتصادی هر کشوری برای کارآفرینی مردان ثابت است و مورد استفاده قرار گرفته است اما در مورد زنان وضع کاملاً فرق می‌کند. زنان به دلیل فراهم نبودن زمینه، تاکنون از بسیاری از پتانسیل‌ها برای کارآفرینی بهره نبرده‌اند اگرچه در کشورهای پیشرفته، گام‌های اساسی در رابطه با کارآفرینی زنان برداشته شده است اما در برخی از کشورهای در حال توسعه نظیر ایران هنوز اقدامات بنیادی انجام نشده است. با شناخت دقیق و واقعی امکانات توسعه کارآفرینی زنان، تواناسازی، شناسایی نیازهای آموزشی و رفع آنها در جهت کسب مهارت‌های لازم، امکان مشارکت هرچه بیشتر زنان برای فعالیت‌های مرتبط با استعدادها و قابلیت‌های آنان در بخش‌های مختلف فراهم آمده و سهم حاصل از فعالیت آنان در تولید ملی افزایش چشمگیری خواهد یافت. بنابراین یکی از مسائل قابل توجه در حوزه‌ی کارآفرینی زنان، تعیین نیازهای آموزشی زنان کارآفرین می‌باشد. وضعیت اقتصادی کشور ما و ترکیب جمعیتی آن که حدود نیمی از جمعیت کشور را زنان به خود اختصاص داده‌اند، بیش از پیش ما را نیازمند یافتن زمینه‌های پیشرو در صحنه اقتصادی می‌کند و در این راستا تعیین نیازهای آموزشی زنان کارآفرین و ارائه‌ی راهکارهای لازم جهت رفع این نیازها می‌تواند در بهره‌برداری از ظرفیت این قشر عظیم اجتماعی مؤثر واقع شود. پژوهش حاضر نیازهای آموزشی زنان کارآفرین شهر اصفهان را در زمینه‌های بازاریابی، مدیریت مالی و حسابداری، حقوقی و قانونی، مدیریت تولید و عملیات و مدیریت منابع انسانی تعیین و راهکارهای لازم را جهت رفع این نیازها ارائه می‌دهد.

سؤالات اصلی

- مهم‌ترین نیازهای آموزشی زنان کارآفرین شهر اصفهان چیست؟
- نیازهای آموزشی زنان کارآفرین شهر اصفهان در زمینه بازاریابی چیست؟
- نیازهای آموزشی زنان کارآفرین شهر اصفهان در زمینه مدیریت مالی و حسابداری چیست؟
- نیازهای آموزشی زنان کارآفرین شهر اصفهان در زمینه حقوقی و قانونی چیست؟
- نیازهای آموزشی زنان کارآفرین شهر اصفهان در زمینه مدیریت تولید و عملیات چیست؟
- نیازهای آموزشی زنان کارآفرین شهر اصفهان در زمینه مدیریت منابع انسانی و امور کارکنان چیست؟

سؤال فرعی

آیا میان نیازهای آموزشی زنان کارآفرین شهر اصفهان بر حسب ویژگی‌هایی همچون میزان تحصیلات و سابقه فعالیت تفاوت وجود دارد؟

پیشینه‌ی پژوهش

از سال ۱۹۷۰ تا ۱۹۸۰، هنگامی که زنان اقدام به تأسیس کسب و کار در بعد وسیعی نمودند، تحقیقات در مورد کارآفرینی زنان بسیار محدود بود و بیشترین تحقیقات در زمینه کارآفرینی، بر کارآفرینی مردان متمرکز بود. طی چند دهه اخیر به دلیل رشد سریع کسب و کارهای متعلق به زنان، علاقه فزاینده‌ای به تحقیق در حوزه کارآفرینی زنان به وجود آمد و یکی از عمده‌ترین دلایل علاقه به پژوهش در حوزه کارآفرینی زنان این بود که زنان با مشکلات و مسائلی در راه‌اندازی و اداره کسب و کار خود روبرو می‌شدند که متفاوت از مشکلاتی بود که مردان کارآفرین با آنها مواجه بودند. پاره‌ای از تحقیقات در زمینه کارآفرینی زنان، نیازهای آموزشی زنان کارآفرین را مورد توجه قرار دادند. «پلگرینو و ریس»^۱ در سال ۱۹۸۲ مصاحبه‌ای با ۲۰ زن کارآفرین که به طور تصادفی در ویرجینیا انتخاب شده بودند انجام دادند که نتیجه مصاحبه نشان داد، تهیه بودجه، کنترل هزینه‌ها، برنامه‌ریزی جریان‌ات نقدی و تجزیه و تحلیل ثبت‌ها و حساب‌های مالی به منظور تصمیم‌گیری تجاری، از مهم‌ترین مشکلات و مسائل زنان کارآفرین بودند. در سال ۱۹۸۳ «دیفلی»^۲ در تحقیقی با ۱۶۰ زن کارآفرین قابلیت‌های کارآفرینی زنان را مطالعه نمود. دیفلی در این مطالعه، ۱۰ قابلیت

1. Pellegrino & Reece

2. Diffley

عمده را که برای زنان کارآفرین حائز اهمیت بود عنوان نمود: ۱. آگاهی از نیازهای مشتریان ۲. توانایی کاربرد مهارت‌های ارتباطی کتبی و شفاهی ۳. آگاهی از عوامل مؤثر بر روابط انسانی ۴. درک اهمیت مدیریت زمان و نیازهای شغلی ۵. توانایی بررسی صورت‌های مالی ۶. دانش مربوط به حساب‌های دریافتی و پرداختی ۷. آگاهی از گام‌های اساسی برای آغاز یک کسب و کار ۸. توانایی خود ارزیابی از دانش، مهارت و توانایی‌های فردی ۹. دانش عمومی تجاری و صنعتی ۱۰. آگاهی از اجزای سود خالص و ناخالص. همچنین نتایج تحقیق «هیسریچ و براش»^۱ در سال ۱۹۸۴ بر روی ۴۶۸ زن کارآفرین در ۱۸ ایالت آمریکا نشان داد که زنان کارآفرین بزرگترین مشکلاتشان در طی راه‌اندازی کسب و کار را فقدان آموزش کسب و کار و آموزش مالی، تأمین اعتبار و فقدان مزایای جانبی می‌دانستند. هیسریچ و براش معتقدند که این مشکلات به دلیل فقدان آموزش‌های تجاری و تجربه کاری زنان می‌باشد. لذا زنان نیازمند دسترسی به طیف وسیعی از برنامه‌های آموزشی هستند که شامل آموزش‌های عمومی از قبیل آموزش‌های مالی، مدیریتی، بازاریابی، جریان‌ات نقدی، برنامه کسب و کار، چگونگی درخواست وام و سازماندهی کسب و کار می‌شود. «هافتل و مارتین»^۲ نیز در سال ۱۹۸۶ در یک بررسی از زنان و مردان کارآفرین نتایج مشابهی با تحقیق هیسریچ و پیترز به دست آوردند. آنها دریافتند که مشکلات عمده زنان و مردان در راه‌اندازی کسب و کار شامل: تأمین اعتبار، فقدان آموزش کسب و کار، فقدان تجربه در برنامه‌ریزی مالی، عدم توانایی در توسعه یک طرح کسب و کار و فقدان راهنمایی و مشاوره می‌باشد. در یک بررسی توسط «نلسون»^۳ (۱۹۸۷) از ۵۹ نفر عضو انجمن زنان کارآفرین دالاس انجام داد، پاسخ‌های زنان کارآفرین در مورد نیازهای آموزشی آنان در راه‌اندازی کسب و کار، به طبقه بندی نیازهای زیر منجر گردید که عبارتند از: چگونگی تأمین بودجه، اطلاعات مالیاتی، چگونگی تهیه برنامه کسب و کار، چگونگی تعریف و پیش بینی بازار، ثبت مالی و حسابداری، جنبه‌های قانونی کسب و کار، منابع مالی، نیازهای بیمه‌ای، نیازهای مربوط به اخذ پروانه، مدیریت پرسنل، روش‌های سرپرستی و تکنیک‌های تولید. همچنین محققانی چون «کارتز»^۴ (۲۰۰۰) و «بریندلی»^۵ (۲۰۰۵) تفاوت نیازهای آموزشی زنان کارآفرین با مردان کارآفرین را مورد توجه قرار دادند. کارتز بیان می‌کند که برنامه‌های آموزشی زنان کارآفرین، نیازمند این است که بر قسمت‌هایی متمرکز شود که زنان خود را در آن زمینه‌ها

1. Hisrich & Brush

2. Hoftel & Martin

3. Nelson

4. Carter

5. Brindley

ضعیف می‌پندارند؛ از قبیل بازاریابی، فروش، برنامه‌ریزی و اعتماد به نفس. او بیان می‌کند که برخی از زنان نیازمند پرورش اعتماد به نفس و خود شکوفایی به همان اندازه مهارت‌های شغلی هستند و همچنین به حمایت‌های مداوم پس از اتمام برنامه‌های آموزشی خود نیاز دارند. بریندلی نیز بیان می‌کند که آموزش کارآفرینی بایستی برای زنان دانش ریسک‌پذیری و توانایی ارزیابی از ریسک و مخاطره را فراهم آورد و این امر به زنان کمک می‌کند که تعیین کنند آیا کارآفرینان خوبی هستند و در حقیقت قادر به حفظ کسب و کار خود در آینده می‌باشند یا نه. بنابراین طراحی خط‌مشی‌های توسعه کارآفرینی زنان بایستی متناسب با نیازهای آموزشی آنها باشد. «راجنا»^۱ (۲۰۰۸) در مطالعه خود با عنوان مدیریت نیازهای آموزشی زنان کارآفرین، با بررسی کیفیت مدیریت کسب و کارهای کوچک نشان داد که درک زنان کارآفرین، بینش‌های مریبان‌موجب، جلب اعتماد، شایستگی، ارتباطات و سرمایه به عنوان اصول اساسی در مدیریت نیازهای آموزشی زنان کارآفرین می‌باشند. اولین تحقیقی که به موضوع کارآفرینی زنان در ایران پرداخته است، مطالعه‌ای است که توسط صابر (۱۳۷۹) با عنوان راه‌های توسعه کارآفرینی زنان در ایران انجام گرفت. هدف این تحقیق مطالعه کارآفرینی زنان در ایران به منظور کشف موانع گوناگون و جستجوی راهکارهای امیدبخش در راه توسعه آن می‌باشد. در این تحقیق، پژوهشگر به مطالعه موردی وضعیت زندگی و کار ۲۰ زن کارآفرین پرداخته است و پس از شرح روند زندگی آنها از دوران کودکی تا زمان انجام تحقیق با تحلیل مطالب جمع‌آوری شده به بررسی موانع کارآفرینان مورد مطالعه و شرح تدابیر کارآفرینان در رفع یا کاهش این موانع پرداخته است. تحقیقی نیز با عنوان تأثیر آموزش‌های آگاه‌سازی و کارآفرینی بر مشارکت زنان، توسط طباطبایی یحیی آبادی (۱۳۸۳) انجام گرفت که در این پژوهش اثرات آموزش‌های آگاه‌سازی (فردی و شغلی) و کارآفرینی بر عزت نفس و گرایش‌های کارآفرینی زنان سرپرست خانواده در شهر تهران مورد بررسی قرار گرفت. نتایج این مطالعه نشان داد که برنامه‌های آموزش کارآفرینی و آگاهی‌های حرفه‌ای و فردی بر روی خودشکوفایی و تمایلات کارآفرینی زنان سرپرست خانواده مؤثر می‌باشند و همچنین رابطه مثبتی بین عزت نفس و گرایش‌های کارآفرینی زنان سرپرست خانواده وجود دارد. تحقیقی نیز با عنوان بررسی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان و دختران دانشجو از دیدگاه دانشجویان سال آخر و فارغ التحصیلان دانشگاه آزاد اسلامی واحد خوراسگان توسط گلستانی و همکاران (۱۳۸۹) انجام گرفت. نتایج بررسی آنها نشان داد که عوامل آموزشی، فرهنگی و اقتصادی بیش از سطح متوسط بر توسعه کارآفرینی

1. Rjna

زنان و دختران دانشجو مؤثر است. بیشترین نقش مربوط به عوامل اقتصادی و کمترین مربوط به عوامل آموزشی بوده است. همچنین بین عوامل مؤثر بر کارآفرینی بر حسب جنسیت، وضعیت تحصیل و گروه آموزشی تفاوت وجود داشت.

حوزه مفهومی و مبانی نظری پژوهش

مبانی نظری مرتبط با کارآفرینی

اکثر کشورهای توسعه یافته در حال انتقال از حالت اداری یا بوروکراتیک به وضعیت کارآفرینی هستند. کارآفرینان به ویژه در ایجاد واحدهای اقتصادی کوچک و متوسط که منجر به اشتغال زایی بالایی می‌گردد، نقش کلیدی دارند. سیر تکامل فعالان اقتصادی یا کارآفرینان نشان می‌دهد که کارآفرینی در نظریه‌های اقتصادی تبلور یافته و به عنوان عامل ایجاد ثروت یا موجد ارزش اقتصادی شناخته شده است و از قرن پانزدهم تاکنون، در کانون مکاتب مختلف اقتصادی قرار داشته است. اولین بار فردی به نام شومپتر^۱ مقوله کارآفرینی را مطرح کرد و آن را به عنوان موتور توسعه اقتصادی معرفی کرد. با وجود اینکه کارآفرینی علم جدیدی است، امروزه در تمامی ابعاد توسعه مطرح است و مهم‌ترین دستاوردهای کارآفرینی برای توسعه کشور، ایجاد رفاه، اشتغال و ثروت و شناخت فرصت‌های مناسب است و حتی عده‌ای معتقدند که کارآفرینی می‌تواند به عنوان یک مکانیزم موجب افزایش بهره‌وری در سازمان شود. به‌طوری‌که امروزه کشورهای توسعه یافته از یک زاویه‌ی جدید شرکت‌های خود را در یک محیط کاملاً متغیر، پویا نگه داشته‌اند و علت آن کشف و پرورش انسان‌های خاصی است که کارآفرینی می‌کنند و موجب ایجاد بستر موفقیت‌ها می‌شوند.

تعریف کارآفرینی: واژه‌ی کارآفرینی از کلمه‌ی فرانسوی^۲ گرفته شده است که مفهوم تعهد کاری را دربرمی‌گیرد. کارآفرین کسی است که تعهد می‌کند تا سازماندهی و مدیریت کسب و کار جدیدی توأم با ریسک را بپذیرد (کوراتکو و هاجتس^۳، ۲۰۰۱: ۲۸). در آغاز کارآفرین در زبان فرانسه به کسی اطلاق می‌شد که گروه موزیک یا دیگر فعالیت‌های تفریحی و سرگرم کننده را سازماندهی می‌کرد. سپس در اوایل قرن شانزدهم میلادی این مفهوم برای کسانی به کار برده شد که به مأموریت‌های نظامی اعزام می‌شدند. به

1. Schumpeter

2. Entrepender

3. Koratko & Hodgettes

تدریج این واژه در قرن هفدهم کاربرد بیشتری پیدا کرد و فعالیت‌های مهندسی، همچون امور ساختمانی و سنگرسازی را نیز شامل شد. با شروع قرن هجدهم این اصطلاح برای فعالیت‌های اقتصادی نیز به کار گرفته شد. در این قالب مفهوم کارآفرین، بیش از چهار قرن سیر تکاملی خود را پیمود. از این زمان به بعد بود که واژه‌ی کارآفرین برای فعالیت‌های متنوع در قالب دیدگاه‌های مختلف مطرح شد (خانکا^۱، ۲۰۰۳: ۱). کارآفرینی فرآیندی از ارائه‌ی اندیشه‌های تازه و نو، بهره‌گیری از امکانات و فرصت‌های موجود با تکیه بر دانش، پیشه و کار مربوط به آن و پذیرش خطر است (رحیمی، ۱۳۸۰). کارآفرینی منجر به ایجاد ابتکار و تنوع می‌شود (دافت^۲، ۲۰۰۰)، توانایی مورد نیاز برای سازگاری و تمرکز بر نیاز مشتری را افزایش می‌دهد (قنات آبادی، ۲۰۰۵) و تکنولوژی‌ها و روش‌های جدید مدیریتی را معرفی می‌نماید. به‌علاوه کارآفرینی، به دلیل اینکه محصولات و خدمات جدیدی را به همراه دارد، برای جامعه سودمند می‌باشد (لاو^۳، ۲۰۰۴).

زمان‌بندی مطالعات کارآفرینی: امروزه بر همگان آشکار شده است که کارآفرینان از ابتدا تاکنون وجود داشته‌اند و به احتمال زیاد در آینده نیز تغییراتی توسط کارآفرینان صورت خواهد پذیرفت. به‌طور کلی کارآفرینی، به خلق کسب و کار جدید یا توسعه‌ی کسب و کار قدیمی، به کوشش فرد یا گروه‌های کوچک گفته می‌شود. تا دهه‌ی ۱۹۸۰، سه موج وسیع، کارآفرینی را به جلو رانده است:

موج اول: انفجار عمومی مطالعه و تحقیق در چارچوب انتشار کتاب‌هایی درباره‌ی زندگی کارآفرینان و تاریخچه‌ی شرکت‌های آنها و چگونگی ایجاد کسب و کار شخصی و شیوه‌های خلق ثروت که از اواسط دهه‌ی ۱۹۵۰ شروع شد.

موج دوم: این موج که به تدریج ایجاد گردید، ارائه‌ی رشته‌های آموزشی کارآفرینی در مقاطع تحصیلی گوناگون است. این دوره‌ها از اواخر دهه‌ی ۱۹۶۰ در چند دانشکده آغاز شد.

موج سوم: این موج شامل افزایش علاقمندی دولت‌ها به تحقیقات وسیع‌تر در زمینه‌ی کارآفرینی و بنگاه‌های کوچک، نشر آموزش‌ها به شاخه‌های دیگر علوم اقتصادی، روان‌شناسی و مدیریتی، تشویق رشد شرکت‌های کوچک و انجام تحقیقات در خصوص نوآوری‌های صنعتی است که از اوایل دهه‌ی ۱۹۸۰ آغاز شد.

1. Khanka

2. Daft

3. Low

اهمیت کارآفرینی در اقتصاد: بیشتر اقتصاددانان توافق دارند که کارآفرینی برای حیات هر اقتصادی لازم و ضروری است، چه اقتصاد توسعه یافته و چه در حال توسعه. بر طبق نتایج سال ۲۰۰۶ سازمان دیده بان جهانی کارآفرینی^۱: بدون توجه به سطح توسعه و اندازه‌ی شرکت، رفتار کارآفرینانه به عنوان یک موتور حیاتی برای نوآوری و رشد اقتصاد و شرکت‌های خصوصی افراد به‌شمار می‌رود و مستلزم این است که به تمایل و گرایشی که به استفاده از مزایای فرصت‌های کشف نشده وجود دارد، توجه شود. کارآفرینی به عنوان یک مقوله‌ی مهم و ابزار سیاستی برای رشد اقتصادی (ونکاتارامان^۲، ۱۹۹۷) و توسعه‌ی اقتصادی (شین^۳، ۲۰۰۸) به‌شمار می‌رود، چرا که تغییرات ساختاری و توسعه‌ی منطقه‌ای را امکان‌پذیر می‌سازد (موریس^۴، ۲۰۰۱)، ایجاد اشتغال می‌کند، نوآوری را ارتقاء داده، رقابت ایجاد می‌نماید و منجر به ایجاد رفاه اقتصادی می‌گردد (چایلز و همکاران^۵، ۲۰۰۷).

انواع کارآفرینی

الف) کارآفرینی مستقل (فردی)^۶: کارآفرینی فردی یا مستقل، فعالیت در یک محیط آزاد و عاری از مقررات بوروکراسی و دست و پاگیر است تا فرد امکان درک و تشخیص نیاز بازار را با توجه به منابع، تکنولوژی و امکانات موجود به‌دست آورده و اقدامات مخاطره‌پذیر را برای به نتیجه رساندن ایده‌ی خود بپذیرد (براون^۷، ۲۰۰۳: ۲).

ب) کارآفرینی سازمانی^۸: بینکات^۹ در سال ۱۹۸۵، واژه‌ی کارآفرین سازمانی را ابداع نمود و کارآفرین سازمانی را فردی تعریف کرد که در سازمان‌های بزرگ همچون یک کارآفرین مستقل فعالیت می‌نماید و فعالیت وی، ایجاد واحدهای جدید در سازمان، ارائه‌ی محصولات، خدمات و فرآیندهای جدید می‌باشد که شرکت‌ها را به سوی رشد و سودآوری سوق می‌دهد (بینکات، ۱۹۸۵: ۴).

1. Global Entrepreneurship Monitor (GEM)

2. Venkataraman

3. Shane

4. Morris

5. Chiles et al

6. Individual Entrepreneurship

7. Brown

8. Intrapreneurship

9. Pinchot

ج) کارآفرینی شرکتی (سازمان کارآفرین)^۱: کارآفرینی شرکتی فرآیندی است که یک شرکت طی می‌کند می‌کند تا همه‌ی افراد آن به کارآفرینی تشویق شده و فعالیت‌های کارآفرینانه فردی و گروهی به‌طور مستمر، سریع و راحت در شرکت انجام می‌پذیرد. در این فرآیند هر یک از کارکنان در نقش کارآفرین انجام وظیفه می‌کنند (سعیدی کیا، ۱۳۸۶: ۲۴).

د) کارآفرینی اجتماعی^۲: مفهوم کارآفرینی اجتماعی، اصول کارآفرینی را با تمرکز بر روی کسب و کارهای سودآور، هم برای توسعه‌ی اقتصادی و هم برای کالاهای عمومی به کار می‌گیرد (لاری شاین^۳، ۲۰۰۰، ص ۱). تامپسون^۴ معتقد است که کارآفرینان افرادی هستند که از روی عادت و برای ایجاد ارزش، از فرصت‌های به دست آمده به نوآوری روی می‌آورند و کارآفرینان اجتماعی قادرند فرصتی را برای ارضای یک نیاز که در سیستم رفاه اجتماعی ارضا نشده تشخیص دهند و منابع لازم برای آن را (مردم، پول و مکان) جمع‌آوری نمایند (تامپسون، ۲۰۰۲: ۲).

ه) کارآفرینی بین‌المللی^۵: کارآفرینی بین‌المللی اصطلاحی است که در اوایل دهه‌ی ۱۹۹۰ میلادی وارد وارد ادبیات کارآفرینی شده است و به فرآیند هدایت فعالیت‌های اقتصادی در فراسوی مرزهای ملی اطلاق می‌شود. شاید جدیدترین تعریف از کارآفرینی بین‌المللی، تعریفی باشد که توسط اویات و مک دوگال^۶ (۲۰۰۵) ارائه شده و کارآفرینی بین‌المللی را اینگونه تعریف می‌کنند: «کشف، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌ها در آن سوی مرزهای ملی برای خلق کالاها و خدمات آتی».

مبانی نظری مرتبط با کارآفرینی زنان و نیازهای آموزشی آنها: زنان کسب و کار خود را به دلیل تمایل و گرایشی که به خود مختاری و به چالش کشیدن حرفه و شغل خود دارند راه‌اندازی می‌کنند. آنها انتظار دارند که مورد تأیید و احترام قرار گیرند و خود شکوفایی آنها ارضا گردد که کارآفرینی و خود مختاری، می‌تواند همه‌ی این عوامل را تأمین نماید. زنان کارآفرین علی‌رغم بسیاری از موانع، به هر طریق و هر طوری که شده راهی می‌یابند تا در فعالیت‌های کارآفرینانه درگیر شوند. برای یک زن کارآفرین، فرآیند راه‌اندازی یک کسب و کار، فوق‌العاده مشکل است، زیرا او با کمبود مهارت‌ها، آموزش و سیستم حمایتی

1. Corporate Entrepreneurship

2. Social Entrepreneurship

3. Shinn Larry

4. Thompson

5. International Entrepreneurship

6. Oviatt and McDougall

اجتماعی که تلاش‌های او را تسهیل نمایند، مواجه است. اگرچه تلاش‌های زنان به روش‌های مختلف خنثی شده و آنها را با موانع زیادی مواجه ساخته است، اما تمایل به کارآفرینی در میان زنان یک تمایل قوی است. به طوری که امروزه زنان صاحب کسب و کار نقش مهمی در سلامت اقتصاد جهان و تجارت میان جوامع دارند. در حال حاضر نیمی از جمعیت ۲/۴ میلیاردی نیروی کار فعال در جهان را زنان تشکیل می‌دهند. بر اساس مرکز کارآفرینی جهانی، از هر ۱۰۰ نفر در جهان، ۷ زن کارآفرین می‌شوند (دیده بان جهانی کارآفرینی، ۲۰۰۷). یکی از شاخص‌های نوسازی اقتصاد ملی و توسعه اجتماعی، مشارکت زنان و نحوه ایفای نقش آنان در ساختارهای اقتصادی است. با توجه به نقش حساس زنان در تولید و توسعه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی، کارآفرینی به عنوان مهم‌ترین عامل در به عرصه ظهور رساندن توانایی‌های زنان می‌باشد و هر قدر میزان مشارکت زنان افزایش یابد، روند رشد و توسعه تسهیل می‌گردد. نقش بسیار مؤثر و حیاتی کارآفرینان زن به عنوان بخش عظیمی از جمعیت انسانی جامعه بسیار چشمگیر و حائز اهمیت است به گونه‌ای که می‌توان ادعا نمود در آغاز هزاره‌ی سوم، آنان با شناسایی توانمندی‌های خود و یافتن جایگاه واقعی خود در عرصه‌های متنوع و مختلف اجتماعی، پیش‌قراولان حرکت و خیزش عظیم کارآفرینی جهانی قلمداد گردیده و می‌روند تا آفریدگار شگفتی‌های نوین در عرصه‌ی جهانی گردند. با توجه به محدود بودن تحقیقات درباره‌ی کارآفرینی زنان، تعاریف کارآفرینی زنان نیز بسیار محدود است. براش^۱ (۱۹۹۰) کارآفرینی زنان را شامل کلیه‌ی فعالیت‌های زنان در زمینه‌ی خوداشتغالی مشارکتی، خوداشتغالی مستقل، کارفرمایی و کلیه‌ی کسب و کارهای تک مالکیتی و جدید می‌داند (دجیور^۲، ۲۰۰۶: ۳). امروزه کشورها و سازمان‌های بین‌المللی به این نتیجه رسیده‌اند که توسعه‌ی کارآفرینی زنان تأثیری مثبت و مستقیم در بسیاری از فعالیت‌های مختلف کشورها دارد به طوری که از یک طرف سبب توسعه‌ی اقتصادی و ایجاد فرصت‌های شغلی می‌شود و از طرف دیگر می‌تواند سبب بهبود وضعیت اجتماعی، فرهنگی زنان و خانواده‌های آنان شود.

اهمیت آموزش کارآفرینی برای زنان: اهمیت کارآفرینی انکارناپذیر و پرداختن به آن از ضروریات حال حاضر کشورهاست. بر اساس بررسی‌های به عمل آمده نقش و جایگاه کارآفرینی کاملاً مشخص و پرداختن به آن جزو برنامه‌های اصلی طرح‌های توسعه‌ی کارآفرینی کشورهاست. آموزش کارآفرینی به برنامه‌هایی

1. Brush

2. Djiver

اشاره دارد که دانش و آگاهی‌های مربوط به کارآفرینی را برای اهداف شغلی ارتقاء می‌دهد و مهارت‌هایی را فراهم می‌کند تا افراد بتوانند با اعتماد به نفس و آگاه به فرصت‌ها، توانایی راه‌اندازی کسب و کاری جدید را به دست آورند. هنری، هیل و لیچ^۱ معتقدند که آموزش کارآفرینی، مهارت‌های عملی را برای کارآفرینانی که در صدد راه‌اندازی کسب و کار هستند، فراهم می‌کند. اهدافی که در آموزش کارآفرینان پیگیری می‌شود عبارتند از: تربیت کارآفرینان جدید، هدایت کارآفرینان به سمت کسب مهارت‌های لازم و ارائه‌ی مهارت‌های مورد نیاز به آنان برای بالا بردن میزان موفقیت آنان در کسب و کارهایی که راه‌اندازی می‌نمایند. آموزش فقط در مورد ایجاد سرمایه‌گذاری جدید نیست، بلکه مهارت‌ها، ارتباطات و فرصت‌هایی را فراهم می‌کند که برای بیشتر کسب و کارهای موفق لازم و ضروری است. آنان بیان می‌کنند که آموزش‌های کارآفرینی نه تنها آگاهی‌های اولیه برای راه‌اندازی کسب و کار را فراهم می‌نماید بلکه مهارت‌های عملی مورد نیاز فعالیت‌های کارآفرینی را نیز تأمین می‌کنند (هنری، هیل و لیچ، ۲۰۰۳: ۱۲). نیمن و وان وارن^۲ بیان می‌کنند که انتقال دانش و مهارت‌های مورد نیاز، آسان‌ترین بخش آموزش است و در بیشتر برنامه‌های آموزشی وجود دارد اما آنچه بسیار ضروری است تغییر رفتار است که در بیشتر برنامه‌ها وجود ندارد. ادبیات کارآفرینی زنان بیانگر این است که، بر اساس گزینه‌های کارآفرینانه (انتخاب‌های شغلی و حرفه‌ای) و منابع کارآفرینانه (منابع سرمایه و آموزش)، زنان نسبت به مردان وضع نامساعدتری دارند (نیمن و وان وارن، ۲۰۰۵: ۴۲۴). در مطالعه‌ای که توسط لنکر، دریزلر و نیلسن^۳ در زمینه‌ی اینکه چگونه کارآفرینی می‌تواند رشد و توسعه یابد، آنها دریافته‌اند که اطلاعات و آموزش مشکل بیشتر زنان کارآفرین می‌باشد (لنکر، دریزلر و نیلسن، ۲۰۰۳: ۳۵۸). همچنین مطالعه‌ای که توسط اونیل و ویلجوئن^۴ در آفریقای جنوبی انجام گرفت نشان داد که آموزش می‌تواند باعث پیشرفت و ارتقاء زنان کارآفرین شود (اونیل و ویلجوئن، ۲۰۰۱: ۴۱). گرین و همکاران^۵ (۲۰۰۱) از روش‌های آموزشی حمایت می‌کنند که زنان کارآفرین را برای فعالیت در سطح وسیعی از صنایع با رشد بالا آموزش دهند تا بتوانند افق‌های مورد نظرشان را توسعه دهند و آرزوها و تمایلاتشان را برانگیزانند. در حالی که طراحی دوره‌های توسعه‌ی کارآفرینی برای زنان بایستی با نیازهای خاص آموزشی آنها متناسب باشد، روش ارائه‌ی دوره‌های آموزشی بایستی این امر را که زنان کارآفرینی را متفاوت از مردان

1. Henry, Hill & Leitch

2. Van Vurren & Nieman

3. Nielsen, Dreisler & Lenker

4. O Neil & Viljoen

5. Greene et al

درک می‌کنند را نیز مورد توجه قرار دهد. آموزش و مدیریت آموزش برای زنان کارآفرین، پیچیدگی‌های خاص خود را داراست. برای نمونه انواع زنان کارآفرین با تحصیلات و درجات مختلف وجود دارند. از زنان روستایی فقیر در جوامع سنتی گرفته تا زنان شهری تحصیل کرده و پیشرفته در جوامع اینترنتی. برخورد مناسب با این تفاوت‌ها مستلزم تجزیه و تحلیل عمیق است و از طرف دیگر سؤالی وجود دارد در این مورد که آیا تفاوت‌های عمده‌ای از نظر جنسیت، در نیازهای آموزشی و شاخص‌های کارآفرینی از قبیل میزان دانش و تحصیلات وجود دارد؟ در پاسخ می‌توان گفت که تفاوت‌های جنسیتی وجود دارد و این تفاوت‌های جنسیتی عموماً ناشی از جامعه‌پذیری و نگرش‌های غالبی است که زنان نیز آنها را پذیرفته‌اند. برای بسیاری از زنان فرآیند تصمیم‌گیری جهت دنبال نمودن فعالیت کارآفرینی، طولانی و سخت است. جایی که ترس از شکست به‌طور عمده از دور نمایان است و تهدیدات، شور و اشتیاق و هیجان فرصت‌های کسب و کار را محاصره می‌کنند. زمانی فرا می‌رسد که یک زن ممکن است احساس یأس و ناامیدی در فعالیت خود داشته باشد. اما سؤالی که وجود دارد این است که نیازهای خاص زنان کارآفرین چه هستند و این نیازها چگونه بایستی از طریق آموزش برآورده شوند؟ برای پاسخ دادن به این سؤال، بایستی به این نکته توجه نمود که آیا تفاوت‌های واقعی میان زنان و مردان قابل قبول است؟ در حالی که شباهت‌های مسلمی در عواملی که موفقیت کارآفرینان را به عنوان زن و مرد شکل می‌دهد وجود دارد، اما تجارب نشان داده است که تفاوت‌های جنسیتی وجود دارد. شاید مروری بر موانعی که زنان کارآفرین با آنها مواجه هستند، می‌تواند به پاسخ سریع‌تر به سؤال فوق کمک نماید. این موانع به شرح زیر می‌باشند:

- ترس از شکست: دشواری و سختی در ورود به دنیای کارآفرینی
 - ملاحظات خانوادگی: نگرش همسر و نیازهای مربوط به فرزندان
 - کمبود سرمایه: شکست در تأمین سرمایه و دریافت وام
 - عدم توانایی در تفکیک نیازهای عاطفی، فردی و اجتماعی از نیازهای کسب و کار
 - شکست در جلب اعتماد بانک‌ها و آژانس‌های حمایتی
 - عدم توانایی در تمرکز بر مشکلات کسب و کار و توسعه‌ی راه‌حل‌ها
 - گرایش زنان به اینکه در جستجوی به تصویب و تأیید رساندن تصمیماتشان از جانب دیگران باشند
- به‌جای اینکه خود به‌طور مستقل تصمیم بگیرند و فقدان اعتماد به توانایی‌های شخصی خود

هرکدام از موانع بالا قابل مدیریت هستند، از طریق برنامه‌های توسعه و رشد فردی که باعث آگاهی بیشتر از خودشان می‌شود و همچنین منجر به استقلال فکری و عاطفی خواهد شد. برنامه‌های آموزشی زنان کارآفرین از نظر محتوا و روش باید به گونه‌ای باشد که این موانع را مورد توجه قرار دهند. زنان همچنین نقاط قوتی هم دارند، در یادگیری از طریق تجربه دارای برتری هستند و این به زنان کمک می‌کند که اعتماد به نفس خود را حفظ کنند و بر ترس از شکست غلبه نمایند. تمرکز بر آموزش کارآفرینی و به‌طور خاص توسعه‌ی وضع نامساعد گذشته‌ی افراد، به‌ویژه زنان کارآفرین امری ضروری می‌باشد. تنها راه تشویق شمار زیادی از زنان به خود اشتغالی، تأیید این امر است که نیاز آشکاری به دسترسی وسیع‌تر به آموزش‌های راه‌اندازی و رشد کسب و کار وجود دارد و وقتی زنان فاقد تجربه‌ی مدیریت و اداره کسب و کار هستند، آنها به حمایت مداوم نیاز دارند و آموزش می‌تواند برای زنان کارآفرین، مهارت‌ها و فرصت‌هایی را که برای یک کسب و کار موفقیت آمیز حیاتی است را فراهم نماید (کارتز^۱، ۲۰۰۰: ۳۳۱). همان‌گونه که لادزانی و وارن^۲ نیز معتقدند که فقدان آموزش مهارت‌های مورد نیاز کارآفرینی مهم‌ترین دلیل شکست کسب و کارهای کوچک است و اولین گام در توسعه‌ی کارآفرینی، شناسایی نیازها و آموزش مهارت‌های کارآفرینی می‌باشد (لادزانی و وارن، ۲۰۰۲: ۱۵۶). با توجه به اینکه در سال‌های اخیر، زنان بیشتری اقدام به شروع کسب و کارهایی نموده‌اند، مطالعات بیشتری را در زمینه‌ی کارآفرینی زنان می‌طلبند و این امر به خصوص حائز اهمیت است که برای کارآفرینان برنامه‌های آموزشی فراهم شود که به آنها فرصت بیشتری برای موفقیت بدهد. بنابراین برای توسعه‌ی مشارکت زنان از طریق فعالیت‌های کارآفرینانه شرایطی لازم است تا زنان از نیازهای آموزشی خود آگاهی یافته و با افزایش توانایی‌های خود در زمینه‌های مختلف بتوانند همپای مردان در تعیین سرنوشت جامعه نقش مؤثری ایفا کنند. زنان کارآفرینی که آموزش دیده و مورد حمایت و پشتیبانی قرار گرفته‌اند، دارای پتانسیلی هستند که به‌طور آشکار بر تجارت رقابتی، خلق مشاغل و رشد اقتصادی تأثیر می‌گذارند و بنابراین بایستی مشارکت زنان کارآفرین را ارزش‌نیمیم و توان بالقوه‌ی آنها را جهت مشارکت بیشتر در توسعه‌ی اقتصادی و منطقه‌ای تشخیص دهیم. لذا اهمیت این پژوهش هم این است که بخش اصلی دانش مورد نیاز زنان کارآفرین را از طریق تعیین نیازهای آموزشی آنها تشکیل داده و

1. Carter

2. Ladzani & Vuuren

در نتیجه با رفع نیازها و کمبودهای آموزشی زنان کارآفرین، زمینه برای توسعه‌ی کارآفرینی زنان فراهم خواهد شد.

روش پژوهش

با توجه به اینکه هدف از انجام این پژوهش، نیازسنجی آموزشی زنان کارآفرین است، می‌توان گفت این تحقیق از نظر هدف، کاربردی است و از نظر نوع، توصیفی-پیمایشی می‌باشد. تحقیقات پیمایشی اصولاً برای کسب اطلاعات در مورد عقاید، افکار، ادراکات، خصوصیات فردی و اجتماعی و نیز ترجیح افراد مورد نظر به کار می‌رود. ابزار جمع‌آوری داده‌ها در این پژوهش، مطالعات کتابخانه‌ای، مقالات اینترنتی و پرسشنامه‌ی محقق ساخته می‌باشد.

جامعه آماری و نمونه تحقیق

اولین مرحله در انجام هر تحقیق، شناسایی جمعیت یا جامعه‌ای است که در مورد آن مطالعه صورت می‌گیرد. جامعه‌ی آماری در این تحقیق، زنان کارآفرین شهر اصفهان می‌باشند. یکی از تصمیمات مهمی که پیش روی پژوهشگر قرار دارد، انتخاب نمونه است. نمونه‌ای که باید نماینده‌ی جامعه‌ای باشد که پژوهشگر قصد تعمیم یافته‌های تحقیق را به آن دارد، انتخاب روش نمونه‌گیری، به نوع جامعه‌ی آماری از نظر پراکندگی و ویژگی‌های جمعیتی جامعه بستگی دارد که در این تحقیق به دلیل محدودیت جامعه‌ی آماری، نمونه‌ی آماری برابر با جامعه در نظر گرفته شد. در این پژوهش حدود ۱۰۰ کارآفرین زن، شناسایی و پرسشنامه‌ها در اختیار آنها قرار گرفت اما محقق توانست فقط ۹۱ پرسشنامه‌ی تکمیل شده دریافت نماید. این زنان کارآفرین که جامعه‌ی آماری ما را تشکیل می‌دهند، در فعالیت‌های گوناگون، از جمله صنعتی، خدماتی و کشاورزی اشتغال دارند که اکثر آنها (۶۸/۱ درصد) کسب و کار مستقلی راه‌اندازی کرده‌اند و افرادی را نیز استخدام نموده‌اند و بقیه (۲۱/۹ درصد) در پارک علمی-تحقیقاتی اصفهان فعالیت کارآفرینانه‌ی خود را سازماندهی نموده‌اند و تحت حمایت‌های این مرکز می‌باشند.

ابزار سنجش و گردآوری اطلاعات

با توجه به اینکه تحقیق حاضر از نوع توصیفی-پیمایشی می‌باشد، لذا جهت سنجش و گردآوری اطلاعات از پرسشنامه به عنوان ابزاری عملی و معتبر استفاده شده است. پرسشنامه‌ی حاضر، حاوی

مجموعه‌ای از سؤالات بوده که پاسخ دهنده با ملاحظه‌ی آنها، پاسخ لازم را ارائه می‌دهد. تعداد ۱۰۰ پرسشنامه بین زنان کارآفرین شهر اصفهان توزیع گردید و پس از ارائه‌ی توضیحات لازم از طریق تماس تلفنی و یا ملاقات حضوری، ۹۱ پرسشنامه‌ی تکمیل شده، جمع‌آوری شد. پرسشنامه‌ی این پژوهش شامل دو قسمت می‌باشد، قسمت اول دربرگیرنده‌ی اطلاعات فردی پاسخ دهندگان (تحصیلات، سابقه‌ی فعالیت و نوع فعالیت) و قسمت دوم شامل ۴۱ سؤال بسته پاسخ (که مجموعاً نیازهای آموزشی زنان کارآفرین شهر اصفهان را تعیین خواهد کرد) و یک سؤال باز، (نظرخواهی در خصوص راهکارهایی است که پاسخ دهندگان برای رفع نیازهای آموزشی زنان کارآفرین توصیه می‌کنند)، می‌باشد. برای پاسخ به سؤالات قسمت دوم، از طیف لیکرت استفاده شده است که شامل پنج گزینه (خیلی زیاد، زیاد، تا حدودی، کم، خیلی کم) می‌باشد

اعتبار پرسشنامه

یکی از روش‌های محاسبه‌ی اعتبار پرسشنامه، استفاده از ضریب آلفای کرونباخ است که در تحقیق حاضر از این روش استفاده شده است. روش آلفای کرونباخ برای محاسبه هم‌هنگی درونی ابزار اندازه‌گیری از جمله پرسشنامه یا آزمون‌هایی که خصیصه‌های مختلف را اختیار می‌کنند، به کار می‌رود. در این‌گونه ابزارها، پاسخ هر سؤال می‌تواند مقادیر عددی مختلف را اختیار کند. برای محاسبه آلفای کرونباخ ابتدا باید واریانس نمره‌های هر زیر مجموعه سؤال پرسشنامه (یا زیر آزمون) و واریانس کل را محاسبه نمود و سپس با استفاده از فرمول زیر، مقادیر ضریب آلفا را محاسبه کرد:

$$r_a = \frac{j}{j-1} \left(1 - \frac{\sum S_j^2}{S^2} \right)$$
$$= \frac{41}{40} \left(1 - \frac{87/07}{398/45} \right) = 0/801$$

اعتبار پرسشنامه بر اساس مطالعه‌ی مقدماتی ۰/۸ برآورد گردید که حاکی از اعتبار بالای ابزار اندازه

گیری می‌باشد.

روایی پرسشنامه

مقصود از روایی آن است که وسیله‌ی اندازه‌گیری به واقع بتواند خصیصه‌ی مورد نظر را اندازه‌گیری نماید و نه خصیصه‌ی دیگری را. روایی محتوایی یک ابزار اندازه‌گیری به سؤال‌های تشکیل دهنده‌ی آن

بستگی دارد. اگر سؤال‌های ابزار معرف و ویژگی‌ها و مهارت‌های ویژه‌ای باشد که محقق قصد اندازه‌گیری آن را داشته باشد، آزمون دارای روایی محتوا است. برای اطمینان یافتن از اینکه پرسشنامه محقق مقیاس مناسبی برای اندازه‌گیری متغیر مورد نظر است، او ممکن است با تعدادی از متخصصان مشورت کند اگر در میان متخصصان توافق وجود داشته باشد، محقق اطمینان می‌یابد که پرسشنامه دارای اعتبار (روایی) صوری است. در این پژوهش به منظور آگاهی از اشکالات سؤالات و چگونگی برداشت پاسخ دهندگان از سؤالات و رفع نواقص، پرسشنامه که دارای ۴۱ سؤال بسته پاسخ در مقیاس پنج گزینه‌ای طیف لیکرت و گزینه‌ای تحت عنوان سؤال مبهم است و یک سؤال باز (نظرخواهی)، طراحی و بین تعدادی از زنان کارآفرین توزیع گردید و پس از بررسی پاسخ‌ها، تعدادی به برخی سؤالات پاسخ مبهم دادند و برخی نیز به سؤال باز (نظرخواهی) پاسخی ارائه ندادند و پس از انجام اصلاحات لازم پرسشنامه‌ی اصلاح شده بین چند تن از کارشناسان توزیع و پس از اصلاحات نهایی مورد تأیید و توافق جمعی کارشناسان قرار گرفت. بنابراین ابزار جمع‌آوری اطلاعات از روایی صوری و محتوایی برخوردار است.

روش‌های تجزیه و تحلیل آماری

از بین ۱۰۰ پرسشنامه‌ی توزیع شده، ۹۱ نفر به سؤالات پاسخ دادند و داده‌های گردآوری شده در این تحقیق، توسط نرم افزار آماری پردازش شده و به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از شیوه‌های آمار توصیفی و استنباطی استفاده شده است. در سطح توصیفی با استفاده از مشخصه‌های آماری نظیر فراوانی، میانگین و انحراف معیار به تجزیه و تحلیل اطلاعات پرداختیم و در سطح استنباطی، متناسب با سطح سنجش داده‌ها و مفروضه‌های اساسی، از آزمون‌های تحلیل واریانس و فریدمن، استفاده شده است.

محدودیت‌های پژوهش

- نتایج تحقیق حاضر، مربوط به زنان کارآفرین شهر اصفهان می‌باشد و تعمیم آن به سایر شهرها باید با احتیاط صورت گیرد.
- عدم همکاری برخی زنان کارآفرین در تکمیل پرسشنامه
- کمبود پایان نامه و تحقیقات در حوزه کارآفرینی، به ویژه کارآفرینی زنان در ایران.

نیازسنجی آموزشی زنان کارآفرین شهر اصفهان ۱۶۷

تحلیل یافته‌های پژوهش: ابتدا زنان کارآفرین بر حسب میزان تحصیلات از یکدیگر تفکیک شدند. به طوری که ۸ نفر آنها دارای تحصیلات دیپلم، ۱۳ نفر فوق دیپلم و ۷۰ نفر دارای تحصیلات لیسانس و بالاتر بودند. سپس آنها بر حسب سابقه‌ی فعالیت طبقه‌بندی شدند، ۲۹/۷ درصد آنها دارای سابقه‌ی فعالیت کمتر از ۲ سال، ۳۳ درصد بین ۲-۵ سال و ۳۷/۴ درصد آنها دارای سابقه‌ی فعالیت بیش از ۵ سال بودند.

سؤال اصلی: مهم‌ترین نیازهای آموزشی زنان کارآفرین شهر اصفهان چیست؟

جدول شماره (۱): مقایسه میانگین نمره نیازهای آموزشی کارآفرینان

نیازهای آموزشی	میانگین	انحراف معیار
بازاریابی	۲/۹۷	۰/۷۷۹
مدیریت مالی و حسابداری	۳/۲۴	۰/۶۴۰
حقوقی و قانونی	۳/۱۴	۰/۶۱۱
مدیریت تولید و عملیات	۳/۱۰	۰/۹۷۴
مدیریت منابع انسانی	۲/۹۳	۰/۷۵۶

بر اساس یافته‌های جدول شماره (۱) بیشترین نیاز آموزشی زنان کارآفرین مربوط به مدیریت مالی و حسابداری با میانگین ۳/۲۴ و کمترین نیاز مربوط به مدیریت منابع انسانی با میانگین ۲/۹۳ می‌باشد.

سؤال اول پژوهش: نیازهای آموزشی زنان کارآفرین شهر اصفهان در زمینه بازاریابی چیست؟

جدول شماره (۲): مقایسه میانگین رتبه‌ی نیازهای آموزشی زنان کارآفرین در زمینه بازاریابی

نیازهای آموزشی	میانگین	میانگین رتبه‌ای	اولویت بندی
بازاریابی بین الملل	۳/۴۱	۵/۶۲	۱
شیوه‌های انتخاب عامل توزیع و پخش محصول	۳/۲۷	۵/۲۸	۲
روش‌های تحقیقات بازاریابی	۳/۲۵	۵/۲۵	۳
شیوه‌های ترویج و تبلیغات	۳/۰۵	۴/۸۶	۴
روش‌های افزایش فروش	۲/۶۴	۳/۸۶	۵
مدیریت ارتباط با مشتری	۲/۶۴	۳/۷۷	۶
آشنایی با چهار اصل بازاریابی	۲/۶۳	۳/۷۷	۷
آگاهی از نیازها و خواسته‌های مشتریان	۲/۸۴	۳/۵۹	۸

$$\text{Chisqr} = ۸۷/۶ \quad \text{df} = ۷ \quad \text{Sig} = ۰/۰۰$$

یافته‌های جدول شماره (۲) نشان می‌دهد بیشترین میانگین نمره پاسخها مربوط به «بازاریابی

بین‌المللی» به میزان ۳/۴۱ و کمترین میانگین مربوط به «آشنایی با چهار اصل بازاریابی» با میانگین ۲/۶۳

می‌باشد. بر این اساس زنان کارآفرین مورد مطالعه در حوزه‌ی بازاریابی، کمترین آشنایی را در زمینه‌ی بازاریابی بین‌الملل و بیشترین آشنایی را در زمینه‌ی چهار اصل بازاریابی دارا می‌باشند. (بیشترین نیاز آموزشی زنان کارآفرین در زمینه‌ی بازاریابی بین‌الملل و کمترین نیاز آموزشی زنان کارآفرین در زمینه‌ی آشنایی با چهار اصل بازاریابی می‌باشد).

نتایج آزمون فریدمن در مورد مقایسه میانگین رتبه‌ای نیازهای آموزشی زنان کارآفرین در زمینه بازاریابی نشان می‌دهد که با توجه به اینکه آماره فریدمن در سطح $p \leq 0/05$ معنادار بوده، بنابراین بین میانگین رتبه نیازهای زنان در زمینه‌ی بازاریابی تفاوت وجود دارد و میزان نیاز آموزشی زنان کارآفرین در مؤلفه‌های بازاریابی متفاوت می‌باشد.

سؤال دوم پژوهش: نیازهای آموزشی زنان کارآفرین شهر اصفهان در زمینه مدیریت مالی و حسابداری چیست؟

جدول شماره (۳): مقایسه‌ی میانگین رتبه‌ی نیازهای آموزشی زنان کارآفرین در زمینه‌ی مدیریت مالی و

حسابداری

اولویت بندی	میانگین رتبه‌ای	میانگین	نیازهای آموزشی
۱	۴/۴۳	۳/۳۸	آشنایی با انواع نسبت‌های مالی
۲	۴/۳۸	۳/۴۵	آشنایی با بورس
۳	۴/۱۳	۳/۲۸	صورت‌های مالی اعم از (سود و زیان، تراز نامه و غیره)
۴	۴/۱۲	۳/۲۸	شیوه‌ی تنظیم بودجه
۵	۳/۹۶	۳/۲۴	دفاتر روزنامه، کل و معین
۶	۳/۴۷	۳/۱۲	تجزیه و تحلیل وضعیت مالی مؤسسه
۷	۳/۲۵	۲/۹۱	روش‌های تأمین مالی

$$\text{Chisq} = 23/85 \quad \text{df} = 6 \quad \text{Sig} = 0/001$$

یافته‌های جدول شماره (۳) نشان می‌دهد بیشترین میانگین نمره پاسخها مربوط به «آشنایی با انواع نسبت‌های مالی» به میزان ۳/۳۸ و کمترین میانگین مربوط به «شیوه‌های تأمین مالی از بانکها و مؤسسات مالی» با میانگین ۲/۹۱ می‌باشد. بر این اساس زنان کارآفرین مورد مطالعه در حوزه‌ی مدیریت مالی و حسابداری، کمترین آشنایی را از انواع نسبت‌های تجاری و بیشترین آشنایی را از شیوه‌های تأمین مالی از بانکها و مؤسسات مالی دارا می‌باشند. (بیشترین نیاز آموزشی زنان کارآفرین در زمینه‌ی انواع نسبت‌های

تجاری و کمترین نیاز آموزشی آنها در زمینه‌ی شیوه‌های تأمین مالی می‌باشد). نتایج آزمون فریدمن در مورد مقایسه میانگین رتبه‌ای نیازهای آموزشی زنان کارآفرین در زمینه مدیریت مالی و حسابداری نشان می‌دهد که با توجه به اینکه آماره‌ی فریدمن در سطح $p \leq 0/05$ معنا دار است و بنابراین بین میانگین رتبه‌ای نیازهای آموزشی زنان کارآفرین در زمینه‌ی مدیریت مالی و حسابداری تفاوت وجود دارد.

سؤال سوم پژوهش: نیازهای آموزشی زنان کارآفرین شهر اصفهان در زمینه حقوقی و قانونی

چیست؟

جدول شماره (۴): مقایسه‌ی میانگین رتبه‌ی نیازهای آموزشی زنان کارآفرین در زمینه حقوقی و

قانونی

اولویت بندی	میانگین رتبه ای	میانگین	نیازهای آموزشی
۱	۵/۳۰	۳/۴۵	قانون کار
۲	۴/۸۲	۳/۰۵	قوانین مربوط به اجاره نامه‌ها
۳	۴/۵۱	۳/۲۶	قوانین مالیاتی
۴	۴/۴۵	۲/۹۶	بیمه و انواع قراردادهای بیمه
۵	۴/۳۵	۳/۱۰	قانون شرکتها
۶	۴/۳۱	۳/۱۴	قوانین و مقررات سرمایه گذاری
۷	۴/۲۵	۳/۰۶	آشنایی با مبانی تنظیم قراردادها

Chisqu = ۲۱/ ۲۱

df = ۷

sig = ۰/۰۰۳

یافته‌های جدول شماره (۴) نشان می‌دهد بیشترین میانگین نمره پاسخ‌ها مربوط به «قانون کار» به میزان ۳/۴۵ و کمترین میانگین مربوط به «بیمه و قراردادهای بیمه» با میانگین ۲/۹۶ می‌باشد. بر این اساس زنان کارآفرین مورد مطالعه در حوزه حقوقی و قانونی، بیشترین آشنایی را از بیمه و قراردادهای بیمه‌ای و کمترین آشنایی را از قانون کار دارند. (بیشترین نیاز آموزشی زنان کارآفرین در زمینه‌ی قانون کار و کمترین نیاز آموزشی آنها در زمینه‌ی بیمه می‌باشد). نتایج آزمون فریدمن در مورد مقایسه میانگین رتبه‌ای نیازهای آموزشی زنان کارآفرین در زمینه حقوقی و قانونی نشان می‌دهد که با توجه به اینکه آماره‌ی فریدمن در سطح $p \leq 0/05$ معنا دار بوده و بنابراین بین میانگین رتبه‌ای نیازهای آموزشی زنان کارآفرین در زمینه حقوقی و قانونی تفاوت وجود دارد.

سؤال چهارم پژوهش: نیازهای آموزشی زنان کارآفرین شهر اصفهان در زمینه مدیریت تولید و

عملیات چیست؟

جدول شماره (۵): مقایسه‌ی میانگین رتبه‌ای نیازهای آموزشی زنان کارآفرین در زمینه‌ی مدیریت تولید

و عملیات

اولویت بندی	میانگین رتبه‌ای	میانگین	نیازهای آموزشی
۱	۲/۸۳	۳/۳۲	روش‌های اندازه‌گیری کار و زمان
۲	۲/۴۲	۳/۰۶	برنامه‌ریزی ظرفیت تولیدی و خدماتی
۳	۲/۴۲	۳/۰۲	مدیریت کیفیت جامع
۴	۲/۳۳	۳/۰	استانداردهای کیفیت

$$\text{Chisquare} = ۱۱/۲۵$$

$$\text{df} = ۳$$

$$\text{sig} = ۰/۰۱۰$$

یافته‌های جدول شماره (۵) نشان می‌دهد بیشترین میانگین نمره پاسخ‌ها مربوط به «تکنیک‌های اندازه‌گیری کار و زمان» به میزان ۳/۳۲ و کمترین میانگین مربوط به «استانداردهای کیفیت» با میانگین ۳/۰۲ بوده است. بر این اساس زنان کارآفرین مورد مطالعه در حوزه‌ی مدیریت تولید و عملیات، بیشترین آشنایی را از استانداردهای کیفیت و کمترین آشنایی را از تکنیک‌های اندازه‌گیری کار و زمان دارا می‌باشند. (بیشترین نیاز آموزشی زنان کارآفرین در زمینه‌ی تکنیک‌های اندازه‌گیری کار و زمان و کمترین نیاز آموزشی آنها در زمینه‌ی استانداردهای کیفیت می‌باشد). نتایج آزمون فریدمن در مورد مقایسه میانگین رتبه‌ای نیازهای آموزشی زنان کارآفرین در زمینه مدیریت تولید و عملیات نشان می‌دهد که با توجه با اینکه آماره‌ی فریدمن در سطح $p \leq ۰/۰۵$ معنا دار است و بنابراین بین میانگین رتبه‌ای نیازهای آموزشی زنان کارآفرین در زمینه‌ی مدیریت تولید و عملیات تفاوت وجود دارد.

سؤال پنجم پژوهش: نیازهای آموزشی زنان کارآفرین شهر اصفهان در زمینه مدیریت منابع انسانی

و امور کارکنان چیست؟

جدول شماره (۶): مقایسه میانگین رتبه‌ای نیازهای آموزشی زنان کارآفرین در زمینه مدیریت منابع

انسانی و امور کارکنان

اولویت بندی	میانگین رتبه‌ای	میانگین	نیازهای آموزشی
۱	۵/۳۰	۳/۰۲	تعیین شرایط احراز شغل
۲	۵/۲۹	۲/۸۱	توانمندسازی منابع انسانی
۳	۵/۲۰	۲/۹۸	ارزشیابی کارکنان
۴	۵/۱۶	۲/۹۴	آشنایی با نحوه ی انجام شغل
۵	۵/۱۰	۲/۹۶	شیوه‌های کارمندیابی
۶	۵/۰۵	۲/۹۳	توانایی رهبری فعالانه افراد
۷	۴/۷۹	۲/۸۶	فرآیند استخدام
۸	۴/۶۳	۲/۹۸	شیوه‌های مختلف پرداخت حقوق و دستمزد
۹	۴/۴۸	۲/۷۸	شیوه‌های انگیزش کارکنان
۱۰	۴/۴۰	۳/۰۱	اعمال مقررات انضباطی

Chisquare= ۱۱/۷۹

df= ۸

sig= ۰/۱۶

یافته‌های جدول شماره (۶) نشان می‌دهد بیشترین میانگین نمره پاسخها مربوط به «تعیین شرایط احراز شغل» به میزان ۳/۰۲ و کمترین میانگین مربوط به «شیوه‌های انگیزش کارکنان» با میانگین ۲/۸۱ بوده است. بر این اساس زنان کارآفرین مورد مطالعه، در حوزه‌ی منابع انسانی بیشترین آشنایی را از شیوه‌های انگیزش کارکنان و کمترین آشنایی را از نحوه‌ی مشخص کردن شرایط احراز شغل دارند. (بیشترین نیاز آموزشی زنان کارآفرین در مورد تعیین شرایط احراز شغل و کمترین نیاز آموزشی آنها در مورد شیوه‌های انگیزش کارکنان می‌باشد). نتایج آزمون فریدمن در مورد مقایسه میانگین رتبه‌ای نیازهای آموزشی زنان کارآفرین در زمینه مدیریت منابع انسانی و امور کارکنان نشان می‌دهد که با توجه با اینکه آماره فریدمن در سطح $p \leq 0.05$ معنادار نبوده بنابراین بین میانگین رتبه‌ای نیازهای آموزشی زنان کارآفرین در زمینه‌ی مدیریت منابع انسانی و امور کارکنان تفاوت وجود ندارد. بنابراین میزان نیاز آموزشی زنان کارآفرین در شاخص‌های مدیریت منابع انسانی یکسان است.

سؤال فرعی پژوهش: آیا میان نیازهای آموزشی زنان کارآفرین شهر اصفهان بر حسب ویژگی‌هایی

همچون میزان تحصیلات و سابقه فعالیت، تفاوت وجود دارد؟

جدول شماره (۷): مقایسه میانگین نمره نیازهای آموزشی زنان کارآفرین برحسب میزان تحصیلات

P	F	لیسانس به بالا		فوق دیپلم		دیپلم		میزان تحصیلات آماره نیاز آموزشی
		انحراف معیار	میانگین	انحراف معیار	میانگین	انحراف معیار	میانگین	
۰/۵۳۸	۰/۶۲۳	۰/۸۱۵	۲/۹۸	۰/۶۲۸	۳/۰۵	۰/۶۸۴	۲/۶۸	بازاریابی
۰/۸۱۷	۰/۲۰۳	۰/۶۷۸	۳/۲۲	۰/۴۹۸	۳/۲۵	۰/۵۳۴	۳/۳۷	مدیریت مالی و حسابداری
۰/۷۹۷	۰/۲۲۸	۰/۶۰۸	۳/۱۲	۰/۴۹۳	۳/۱۹	۰/۸۴۳	۳/۲۶	حقوقی و قانونی
۰/۴۳۶	۰/۸۳۸	۱/۰۴	۳/۰۶	۰/۶۷۸	۳/۰۵	۰/۷۱۲	۳/۵۳	مدیریت تولید و عملیات
۰/۹۸۸	۰/۰۱۲	۰/۷۴۴	۲/۹۳	۰/۷۸۲	۲/۹۵	۰/۹۲۱	۲/۹۰	مدیریت منابع انسانی

یافته‌های جدول شماره (۷) نشان می‌دهند که بر اساس آزمون تحلیل واریانس، f مشاهده شده در سطح $p \leq 0.05$ معنی‌دار نبوده است، بنابراین بین نیازهای آموزشی زنان کارآفرین برحسب میزان تحصیلات تفاوت وجود ندارد. به این معنی که زنان کارآفرین با سطوح تحصیلات متفاوت، نیازهای آموزشی مشابهی داشتند.

جدول شماره (۸): مقایسه میانگین نمره نیازهای آموزشی زنان کارآفرین برحسب سابقه فعالیت

P	F	بیش از ۵ سال		۲-۵ سال		کمتر از ۵ سال		سابقه‌ی فعالیت آماره نیاز آموزشی
		انحراف معیار	میانگین	انحراف معیار	میانگین	انحراف معیار	میانگین	
۰/۷۴۹	۰/۲۹۰	۰/۹۹۶	۲/۹۹	۰/۵۵۹	۳/۰۳	۰/۶۹۲	۲/۸۷	بازاریابی
۰/۹۴۲	۰/۰۶۰	۰/۶۴۲	۳/۲۱	۰/۵۱۷	۳/۲۳	۰/۷۷۲	۳/۲۷	مدیریت مالی و حسابداری
۰/۶۱۹	۰/۴۸۲	۰/۶۵۵	۳/۰۸	۰/۵۳۵	۳/۱۲	۰/۶۴۳	۳/۲۴	حقوقی و قانونی
۰/۶۱۴	۰/۴۹۰	۱/۰۹	۳/۱۰	۰/۹۸۶	۲/۹۸	۰/۷۹۸	۳/۲۴	مدیریت تولید و عملیات
۰/۹۰۴	۰/۱۰۱	۰/۷۸۳	۲/۸۸	۰/۶۹۴	۳/۹۷	۰/۸۱۳	۲/۹۴	مدیریت منابع انسانی

یافته‌های جدول شماره (۸) نشان می‌دهند، بر اساس آزمون تحلیل واریانس، f مشاهده شده در سطح $p \leq 0.05$ معنی‌دار نبوده است، بنابراین بین نیازهای آموزشی کارآفرینان برحسب سابقه خدمت تفاوت وجود ندارد.

بحث و نتیجه گیری

نتایج حاصله نشان داد که مهم‌ترین نیاز آموزشی زنان کارآفرین شهر اصفهان، مدیریت مالی و حسابداری می‌باشد و کمترین نیاز آموزشی آنها مربوط به مدیریت منابع انسانی می‌باشد. بیشترین نیاز آموزشی زنان کارآفرین در حوزه بازاریابی بر اساس رتبه‌بندی آزمون فریدمن، در زمینه‌هایی چون شیوه‌های تبلیغات، بازاریابی بین‌الملل، شیوه‌های انتخاب عامل توزیع و روش‌های تحقیقات بازاریابی می‌باشد که با تحقیق صابر (۱۳۷۹) همسویی دارد، او در تحقیق خود با عنوان راه‌های توسعه کارآفرینی زنان در ایران، تبلیغات و صادرات را به عنوان موانع زنان کارآفرین مورد مطالعه در حوزه بازاریابی به دست آورد. همچنین نلسون (۱۹۸۷) در تحقیقی که بر روی ۵۹ عضو اتحادیه زنان کارآفرین انجام داد، چگونگی افزایش میزان فروش را به‌عنوان مهم‌ترین نیاز زنان کارآفرین در حوزه بازاریابی به دست آورد. زنان کارآفرین در اغلب موارد شناخت کافی از بازار صنعت و کسب و کار خود، کانال‌های ارتباطی، مراحل ورود به بازار و راه‌های توسعه بازار ندارند و یا ممکن است برخی از زنان کارآفرین به دلیل کمبود منابع مالی شرکت و یا تأخیر در دریافت تعهدات مالی بخصوص از طرف مشتریان انحصاری که عمدتاً دولتی هستند، نتوانسته‌اند حضور فعال‌تری در ایجاد بازارهای جدید برای محصولات و خدماتشان داشته باشند. صادرات و واردات به عنوان یکی از ابعاد بازاریابی بین‌المللی از نیازهای مهم زنان در حوزه بازاریابی می‌باشد چرا که بسیاری از آنها توان تولید محصولات صادراتی را دارند اما قادر به ارائه ی آنها در سطح بین‌المللی نیستند. در زمینه تبلیغات، زنان کارآفرین باید در نظر داشته باشند که تبلیغات باید پاسخ‌محور، زیرکانه، مطمئن، مؤثر، ساده و متمرکز باشد و از انواع ابزارهای تبلیغاتی و کاربرد آنها آگاهی داشته باشند. در زمینه تحقیقات بازاریابی که شامل فعالیت‌هایی است که ارتباطات بازار را بین مصرف‌کنندگان، خریداران، عامه مردم و مدیران بازاریابی از طریق تبادل اطلاعات برقرار می‌کند، یکی از ارکان اصلی فعالیت‌های بازاریابی است که زنان کارآفرین باید با مجهز شدن به سیستم کامپیوتری بتوانند به‌طور سریع اطلاعات به دست آمده را پردازش و به طرق مختلف عرضه کنند. همچنین زنان کارآفرین بایستی از انواع واسطه‌های توزیع و گزینش بهترین شیوه توزیع

و مدیریت آن آگاهی لازم را داشته باشند. همچنین مهم‌ترین نیاز آموزشی زنان کارآفرین در حوزه مدیریت مالی و حسابداری بر حسب اولویت، آشنایی با نحوه تنظیم بودجه، صورت‌های مالی، دفاتر روزنامه، کل و معین و تجزیه و تحلیل وضعیت مالی مؤسسه به‌دست آمد که نتایج حاصل با تحقیق نلسون (۱۹۸۷) همسو است چرا که در طبقه‌بندی نیازهای آموزشی زنان کارآفرین، تنظیم بودجه، تأمین مالی از بانک‌ها و چگونگی کاربرد صورت‌های مالی به عنوان نیازهای مهم زنان کارآفرین در حوزه مدیریت مالی و حسابداری بیان گردید و نیز با تحقیق پلگرینو و ریس (۱۹۸۲) همسو است، چرا که نتایج تحقیق آنها نشان داد که زنان بایستی اطلاعات بیشتری در مورد عملیات مالی کسب و کار خود داشته باشند و این عملیات مالی در تحقیق آنها شامل تهیه صورت‌های مالی و تجزیه و تحلیل وضعیت مالی مؤسسه می‌شود. برای بسیاری از زنان کارآفرین فقدان تجربه در تنظیم بودجه (تجزیه و تحلیل مالی و کنترل هزینه‌ها) به عنوان مشکل جدی است که آنها در مرحله راه‌اندازی با آن مواجه می‌باشند. همچنین نتایج حاصل با تحقیق دیفلی (۱۹۸۳) همسو است. او در تحقیق خود در مورد تعیین شایستگی‌ها و قابلیت‌های زنان کارآفرین که در چهار مجموعه با عنوان قابلیت‌های عمومی، قابلیت‌های مدیریتی، قابلیت‌های بازاریابی و فروش و قابلیت‌های مالی و حسابداری قرار گرفتند، آگاهی از روش‌های حسابداری دریافت‌ها و پرداخت‌ها، آشنایی با صورت‌های مالی و اجزای سود خالص و ناخالص را به عنوان مهم‌ترین نیازهای زنان در حوزه مدیریت مالی و حسابداری عنوان نمود. بنابراین مباحث مالی همچون تهیه صورت‌های مالی، یکی از نیازهای مهمی است که بیشتر زنان تجربه قبلی در خصوص آنها ندارند و بسیاری از زنان کارآفرین در بحث و مشورت با مشاورین در زمان راه‌اندازی کسب و کار از موضوعات مالی اجتناب می‌ورزند در حالی که آنها بایستی از صورت‌های مالی و جریان‌ات نقدی آگاهی کامل داشته باشند. در زمینه حقوقی و قانونی، بیشترین نیاز آموزشی زنان کارآفرین بر اساس اولویت، در مواردی چون آشنایی با قانون کار، قوانین و مقررات سرمایه‌گذاری و قوانین مربوط به اجاره نامه‌ها می‌باشد. اما نلسون (۱۹۸۷) در تحقیق خود آشنایی با قوانین مالیاتی و قانون شرکت‌ها را به عنوان مهم‌ترین نیازهای آموزشی زنان کارآفرین در حوزه حقوقی و قانونی به دست آورد. دیفلی (۱۹۸۳) نیز آشنایی با مراحل قانونی راه‌اندازی کسب و کار و اخذ مجوز را به عنوان مهم‌ترین نیاز آموزشی زنان کارآفرین در حوزه حقوقی و قانونی به دست آورد. لذا زنان کارآفرین بایستی بر قوانین و مقررات فوق تسلط کافی داشته باشند و با برقراری ارتباط مؤثر با سازمان‌های ذی‌ربط بر شرایط حقوقی و قانونی حاکم بر حرفه خود اشراف پیدا کنند و همچنین برخورد فعال زنان کارآفرین در جهت پیشنهادهای اصلاحی و

بازنگری در قانون کار و قوانین مربوطه، به طوری که در اصلاح و بازنگری قوانین مرتبط با حرفه خود مشارکت جدی داشته باشند حائز اهمیت است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که مهم‌ترین نیاز آموزشی زنان کارآفرین در حوزه مدیریت تولید و عملیات بر حسب اولویت، شامل روش‌های اندازه‌گیری کار و زمان (روش سنجی و زمان سنجی)، برنامه‌ریزی ظرفیت تولیدی یا خدماتی به دست آمد که نلسون (۱۹۸۷) نیز در مطالعه خود نیازهای آموزشی زنان کارآفرین در حوزه مدیریت تولید و عملیات را آشنایی با اصول سرپرستی، انبارداری و تکنیک‌های تولیدی به دست آورد. برای رفع نیازهای آموزشی زنان کارآفرین در حوزه مدیریت تولید و عملیات ایجاد مراکز رشد یا انکوباتور^۱ برای حمایت در تبدیل ایده به محصول و خدمات و توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه زنان و در نتیجه کمک به زنان در برنامه‌ریزی ظرفیت تولیدی و خدماتی و نیز فراهم نمودن دسترسی زنان به استفاده از امکانات مناسب به منظور بهبود دانش و مهارت فنی بسیار مؤثر است. نتایج تحقیق در زمینه نیازهای آموزشی زنان کارآفرین در حوزه مدیریت منابع انسانی نشان می‌دهد که نیاز آموزشی زنان در زمینه‌هایی همچون نحوه تعیین شرایط احراز شغل، ارزشیابی عملکرد کارکنان، روش‌های پرداخت حقوق و دستمزد و نحوه اعمال مقررات انضباطی می‌باشد که بیانگر توجه بیشتر زنان کارآفرین به اصول و روش‌های مدیریت منابع انسانی و امور کارکنان است تا به گونه‌ای صحیح به جذب و استخدام، بهسازی، نگهداری و پرورش و کاربرد نیروی انسانی در اختیار خود بپردازند. نتایج حاصل از تحقیق با تحقیق دیلفی (۱۹۸۳) همسو است. او در تحقیق خود مهم‌ترین نیاز آموزشی زنان در حوزه مدیریت منابع انسانی را در زمینه‌هایی مانند توانایی برقراری ارتباط کتبی و شفاهی، آگاهی از عوامل مؤثر در روابط انسانی و ارزیابی عملکرد کارکنان می‌داند که این امر نیز مستلزم آشنایی زنان با اصول مدیریت منابع انسانی و نحوه برخورد با کارکنان می‌باشد. می‌توان چنین بیان کرد که مدیریت منابع انسانی در کسب و کارهای کوچک به لحاظ نبودن سیستم و سیاست‌های رسمی منابع انسانی، متفاوت است. شرکت‌های کوچک با هزینه‌های سر بار ناشی از اندازه کوچک خود مواجه هستند که چالش‌هایی را برای مدیریت منابع انسانی ایجاد می‌کند، لذا مدیریت منابع انسانی در شرکت‌های کارآفرین به لحاظ ویژگی‌های خاص این قبیل شرکت‌ها از جمله کمبود منابع، ویژگی‌های خاص خود را داراست و اهمیت کیفی نیروی انسانی در سازمان‌های کوچک محسوس‌تر

^۱. Incubator

انکوباتور: مراکزی هستند که با در اختیار قرار دادن امکانات، خدمات و مشاوره‌های لازم در زمینه‌های مدیریتی می‌توانند باعث پرورش و توسعه‌ی شرکت‌های نوپا شوند. انکوباتورها می‌توانند در یک پارک علمی یا دانشگاه مستقر شده یا مستقل باشند.

است. در این تحقیق میان نیازهای آموزشی زنان کارآفرین بر حسب سابقه خدمت تفاوت وجود نداشت و سابقه خدمت تأثیری بر تفاوت نیازهای آموزشی آنان نداشت. اما داج و رایبسون^۱ (۱۹۹۲) در تحقیق خود به این نتیجه رسیدند که میان نیازهای آموزشی زنان کارآفرین بر حسب سابقه خدمت تفاوت وجود دارد به طوری که زنانی که در سالهای اولیه کسب و کار خود هستند نیازهای آموزشی آنها بیشتر در زمینه‌های بازاریابی و مدیریت تولید و عملیات است و به تدریج در سالهای بعد نیازهای آنان در ارتباط با مدیریت مالی و حسابداری و مدیریت منابع انسانی است. همچنین در این تحقیق، میان نیازهای آموزشی زنان کارآفرین بر حسب میزان تحصیلات تفاوتی یافت نشد. می‌توان چنین بیان کرد که در تحقیق حاضر درصد بالایی از زنان کارآفرین دارای میزان تحصیلات مشابه و عمدتاً در سطح لیسانس و بالاتر بودند و همچنین اکثر آنان دارای رشته‌های دانشگاهی مشابه و به خصوص در رشته‌های فنی و مهندسی بودند و بنابراین تفاوتی میان تحصیلات و نیازهای آموزشی زنان کارآفرین وجود ندارد.

پیشنهاد‌های ارائه شده جهت رفع نیازهای آموزشی زنان کارآفرین

- جهت رفع نیازهای آموزشی زنان کارآفرین در حوزه بازاریابی، راهکارهای زیر پیشنهاد می‌شود:
 - ۱- افزایش نمایشگاه‌های تجاری برای زنان و آموزش آنها به عنوان وسیله‌ای برای دسترسی وسیع‌تر به بازارها
 - ۲- تشکیل بانک‌های اطلاعاتی مشاوره‌ای و بازاریابی بین الملل
 - ۳- طراحی و ایجاد سازمان‌هایی جهت آموزش زنان در امر صادرات تولیدات محدود
 - ۴- مشارکت فکری زنان با تأمین کننده‌ها، چرا که آنها باید در جریان اهداف و استراتژی‌ها باشند.
 - ۵- آموزش شیوه‌های بازاریابی و تبلیغات به زنان جهت کسب مزیت رقابتی در برابر رقبا
 - ۶- ایجاد این امکان که زنان کارآفرین اینترنت و تسهیلات تجارت الکترونیک را مورد استفاده بهینه قرار دهند، در حالی که هزینه‌های خرید، فروش و بازاریابی را کاهش می‌دهند.
- جهت رفع نیازهای آموزشی زنان کارآفرین در زمینه مدیریت مالی و حسابداری، راهکارهای زیر پیشنهاد می‌گردد:

- ۱- توسعه و گسترش برنامه‌های آموزش مالی و حسابداری برای زنان کارآفرین

1. Dodge & Robinson

- ۲- گنجاندن واحدهای درسی مدیریت مالی و حسابداری در رشته‌های دانشگاهی
 - ۳- تشویق بخش خصوصی و دولتی به طراحی برنامه‌هایی برای زنان به طوری که پیچیدگی‌ها و چالش‌های مالی را در ایجاد و اداره‌ی یک کسب و کار به زنان معرفی کرده و آنها را با مهارت‌های حسابداری آشنا ساخته و نیز نقش یک مشاوره‌ی دائمی داشته باشند.
 - ۴- ایجاد شبکه‌ها و تقویت مبادلات اطلاعات میان زنان کارآفرین شامل کنفرانس‌ها و پایگاه‌های اطلاعاتی آنلاین که زنان به مبادله‌ی تجارب خود در زمینه‌های مالی و حسابداری بپردازند.
- برای رفع نیازهای آموزشی زنان کارآفرین شهر اصفهان در زمینه‌ی حقوقی و قانونی، راهکارهای زیر ارائه می‌گردد:

- ۱- شناخت و تسلط زنان کارآفرین بر قوانین و مقررات فوق
 - ۲- زنان بایستی ارتباط مؤثر با سازمان‌های ذی‌ربط برقرار نمایند تا اشراف بیشتر بر شرایط حقوقی و قانونی حاکم بر حرفه‌ی خود پیدا کنند.
 - ۳- توسعه و گسترش یک چارچوب آئین نامه‌ای و قانونی که دسترسی زنان را به منابع مالی، تکنولوژی، اطلاعات و بازارها تقویت می‌کند.
- برای رفع نیازهای آموزشی زنان کارآفرین در زمینه‌ی مدیریت تولید و علمیات، راهکارهای زیر ارائه می‌گردد:

- ۱- برگزاری دوره‌های آشنایی زنان با مباحث مدیریت تولید و عملیات از قبیل تکنیک‌های اندازه‌گیری کار و زمان (کارسنجی و روش سنجی)، برنامه‌ریزی ظرفیت و غیره توسط سازمان‌های فعال در توسعه‌ی کارآفرینی زنان
 - ۲- ایجاد مراکز رشد یا انکوباتور برای حمایت در تبدیل ایده به محصول و خدمات و توسعه‌ی فعالیت‌های کارآفرینانه‌ی زنان و در نتیجه کمک به زنان در برنامه‌ریزی مناسب ظرفیت تولیدی و خدماتی.
- برای رفع نیازهای آموزشی زنان کارآفرین در زمینه‌ی مدیریت منابع انسانی، راهکار زیر ارائه می‌گردد:
- ۱- تشکیل کلاس‌های آموزشی در زمینه‌ی مدیریت منابع انسانی به منظور ارتقاء آگاهی زنان کارآفرین از انواع روش‌های جبران خدمت، ارزیابی عملکرد کارکنان و شیوه‌های آن، روش‌های تجزیه و تحلیل شغل به منظور تعیین ویژگی‌های شغل و شرایط احراز شغل

منابع

آراستی، زهرا (۱۳۸۳) توسعه کارآفرینی زنان و دختران دانشگاهی، اولین همایش کارآفرینی زنان و چالش‌های پیش رو، تهران: ایران.

رحیمی، حسین (۱۳۸۰) ضرورت آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها، چکیده‌ی مقالات چهل و چهارمین نشست رؤسای دانشگاه‌ها و مراکز علمی-تحقیقاتی کشور، تهران: مؤسسه‌ی پژوهش و برنامه‌ریزی آموزش عالی، ص ۶۱.

صابر، فیروزه (۱۳۷۹) راه‌های توسعه کارآفرینی زنان در ایران، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت، سازمان مدیریت صنعتی.

سعیدی کیا، مهدی (۱۳۸۶) اصول و مبانی کارآفرینی. یزد: انتشارات بصیر کوهسار.

طباطبایی یحیی آبادی، شهناز (۱۳۸۳) توانمندسازی زنان ایرانی از طریق پاداش‌های تشویقی و توسعه کارآفرینی، پایان نامه دکتری، دانشگاه الزهرا.

گلستانی، سید هاشم و همکاران (۱۳۸۹) عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان و دختران دانشجو از دیدگاه دانشجویان سال آخر و فارغ التحصیلان دانشگاه آزاد اسلامی واحد خوراسگان، طرح تحقیقاتی معاونت پژوهشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد خوراسگان.

Blenker, P. Dreisler, P. & Nielsen, K. (2003) Promiting entrepreneurship – changing attitudes or behavior?, *Journal of Small Business and Enterprise Development* , 10(4): 383-393.

Brindley, C. (2005) Barriers to women achieving their entrepreneurial potential: women and risk, *Journal of Women Entrepreneurship*, 11(2):144-161.

Brown P.J. (2003) Entrepreneurial Programming: Home Based and micro business, *Family development and Resource management* .

Brush, C.G. (1990) Women and enterprise creation: Barriers and opportunities. In S. Gould & J. Parzen (eds.) *Enterprising women: Local initiatives for job creation*. Paris: OECD, 37-58.

Carter, S. (2000) Improving the numbers and performance of women-owned business:some implications for training and advisory services. *Education and Training*, 42(4/5): 326-334.

Chiles, T. H., Bluedorn, A.C., & Gupta, V.K. (2007) Beyond creative destruction and entrepreneurial discovery: A radical Austrian approach to entrepreneurship. *Organization Studies*, 28(4): 467-93.

Daft, R.L. (2000). *Management* (5 th ed). TX. The Dryden Press.

Diffley, J.H. (1983) Important business competencies for the woman entrepreneur, *Business Education Forum*, 37(7): 31-33.

- Djivre, J.** (2006) Female Entrepreneurs of the North: Breaking Ground, Current Research Issue in Small Business Development Comm 6926 EA, 1-12.
- Dodge, H. R., and Robinson, J. E.** (1992) An Empirical Investigation of the Organization Growth Model for Small Business Development and survival. *Journal of Small Business Management*, 30(1):27-37.
- Ghanatabadi, F.** (2005) Internationalization of small and medium-sized enterprises in Iran. Unpublished doctoral dissertation, Lulea University of Technology, Lulea, Sweden.
- Greene, Patricia G., Candida G. Brush, Myra Hart, and Patrick Saporito.** (2001) Patterns of Venture Capital Funding: Is Gender a Factor? *Venture Capital* 3, 63-83.
- Henry, C. ; Hill, F. & Leitch, C.** (2003) *Entrepreneurship Education and Training*, Ashgate publishing : Aldershot.
- Hisrich, R. D. and Brush, C.** (1984) The women entrepreneur: Management skills and business problems. *Journal of Small Business Management*, 22(1): 30-38.
- Hofel, S., & Martin, L.R.** (1986) Is the female entrepreneur at a disadvantage? *The Journal of for Employment and Training Professional*, 7(1/2): 49-64.
- Khanka S.** (2003) *Entrepreneurial Development*, New Delhi: Chand an Company Ltd.
- Kuratko Donald and Hodgetts Richard** (2001) *Entrepreneurship: A contemporary Approach*, Philadelphia: Harcourt College Publishers.
- Ladzani, W.M. & Vuuren, J.J.** (2002) Entrepreneurship training for emerging SMEs in south africa. *Journal of Small Business Management*, 40(2): 154-161.
- Low, K. C. P.** (2006) Cultural obstacles in growing entrepreneurship: A study in Singapore *Journal of Management Development*, 25 (2): 169-182.
- Morris, M.H.** (2001) Entrepreneurship is economic development is entrepreneurship . *Journal of Developmental Entrepreneurship* , 6 (3): v-vi.
- Nelson, G. W.** (1987) Information needs of female entrepreneurs. *Journal of Small Business Management* 25(3): 38-44.
- O'Neill, R.C. & Viljoen, L.** (2001) Support for female entrepreneurs in South Africa: improvement or decline? *Journal of Family Ecology and Consumer Sciences*, 29: 37- 44.
- Oviatt, B.M. and McDougall, P.P.** (2005) Toward a Theory of International new Ventures. *Journal of International Business Studies* , 36(1): 9-41.
- Pellegrino, E. T., & Reece, B. L.** (1982) Perceived formative and operational problems encountered by female entrepreneurs in retail and service firms. *Journal Of Small Business Management*, 20(2): 15-24.
- Pinchot, G.,** (1985) *Entrapreneuring*, New york: Harper & Row Publish.
- Pretorius, M. Nieman, G.H. & Van Vuuren, J.J.** (2005) Critical evaluation of two model through integration. *The International Journal of Education Management*, 19(5):413-427.
- Rajani, N.** (2008) Management training needs of women entrepreneurs, *Journal of Anthropologist*, 10(4): 277-281.

Shane, S. (2008) The illusions of entrepreneurs: The costly myths that entrepreneurs , investors and policy makes live by. CT: Yale University Press.

Shinn, Larry. (2000) Entrepreneurship for appalachias future: The Brushy fork institute.

Thompson, J. (2002) The word of the social entrepreneur, The international journal of public sector management, 15(5).

Venkataraman, S. (1997) Value at risk for a mixture of normal distributions: The use of quasi- Bayesian estimation techniques. Economic Perspectives, 21 (2): 2-14.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی