

بررسی عوامل مؤثر بر تمایل به کارآفرینیدر بین زنان تحصیل کرده شهر ایلام

ماریارحیمی^۱

چکیده

کارآفرینی در تحقق توسعه پایدار و افزایش رقابت پذیری جوامع نقشی حیاتی دارد و نیازمند استفاده کامل از ظرفیت های انسانی، به ویژه نقش زنان، به عنوان نیمی از این سرمایه است. با وجود پتانسیل بالای زنان در زمینه نوآوری و خلق ارزش اقتصادی، استعداد کارآفرینانه بسیاری از زنان تحصیل کرده که به عرصه فعالیت اقتصادی وارد نشده اند و «طلای پنهان» جامعه محسوب می شوند، اغلب نادیده گرفته شده است. این گروه از زنان با وجود برخورداری از توانمندی، با موانع ساختاری و فرهنگی نامرئی مانند «سقف شیشه ای» روبه رو هستند؛ بنابراین، دستیابی به توسعه پایدار، نیازمند شناسایی، توانمندسازی و تسهیل نقش آفرینی آنان در عرصه کارآفرینی است. در راستای این هدف، در پژوهش حاضر، ۳۸۴ بانوی تحصیل کرده بالای ۲۵ سال در شهر ایلام با استفاده از روش پیمایشی و نمونه گیری خوشه ای چندمرحله ای مورد بررسی قرار گرفتند. داده ها از طریق پرسشنامه، جمع آوری و با نرم افزار SPSS تحلیل شدند. یافته ها نشان می دهد که تمایل زنان ایلام به کارآفرینی عمدتاً از عوامل درونی مانند ویژگی های شخصیتی و انگیزه های فردی سرچشمه می گیرد. در مقابل، موانع بیرونی، به ویژه مسائل ساختاری و اقتصادی، از جمله کمبود سرمایه، پیچیدگی های قانونی، بی ثباتی اقتصادی، ضعف زیرساخت ها و حمایت از کسب و کارهای بزرگ، این تمایل را به شدت کاهش می دهند؛ بنابراین توسعه کارآفرینی زنان در ایلام مستلزم رفع موانع اقتصادی و ساختاری، تسهیل دسترسی به منابع مالی، مهارت افزایی و توانمندسازی تخصصی است؛ امری که می تواند به شکوفایی کسب و کارهای زنان و توسعه محلی پایدار منجر شود.

واژگان کلیدی: کارآفرینی زنان، موانع کارآفرینی زنان، شهر ایلام، توسعه کارآفرینی زنان، توسعه محلی، توسعه پایدار.



مقدمه و بیان مسئله

در عصر حاضر که رقابت اقتصادی به اوج خود رسیده است، کارآفرینی نه تنها یک ضرورت اجتماعی، بلکه اهرمی کلیدی برای توسعه پایدار به شمار می‌رود. این پدیده با پیامدهای مثبت خود، راهکاری مؤثر برای مقابله با مشکلات اقتصادی و اجتماعی و حفظ جایگاه کشورها در عرصه رقابت جهانی است. ایجاد فضای مناسب برای کارآفرینی موجب افزایش اشتغال، کاهش بیکاری، بهبود بهره‌وری و رشد اقتصادی می‌شود (کشاورز و زیودار، ۱۴۰۰: ۳).

بهربرداری کامل از ظرفیت‌های کارآفرینی نیازمند توجه به گروه‌های مختلف اجتماعی، به‌ویژه زنان است که نیمی از سرمایه انسانی جامعه را تشکیل می‌دهند. باید دانست که میزان مشارکت زنان در فعالیت‌های اقتصادی، از شاخص‌های مهم توسعه محسوب می‌شود (گلرد، ۱۳۸۴: ۱۰۲؛ محمدی‌دوست و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۱۰). در دهه‌های اخیر نیز کارآفرینی زنان به عنوان منبعی ارزشمند برای رشد اقتصادی و توسعه فراگیر شناخته شده است؛ چراکه آنان علاوه بر ایجاد اشتغال، راه‌حل‌های نوآورانه‌ای برای بهره‌برداری از فرصت‌ها ارائه می‌دهند (رای و کایرن^۱، ۲۰۲۰: ۲۷). با وجود این، در بسیاری از کشورهای در حال توسعه، از جمله ایران، محدودیت‌های فرهنگی و ساختاری قابل توجهی بر فعالیت اقتصادی زنان حاکم است (گلرد، ۱۳۸۴: ۱۰۲). پژوهش‌ها نشان می‌دهند که زنان منابع بالقوه اقتصادی‌اند که نقش مهمی در توسعه دارند (غفاری و همکاران، ۱۳۹۸؛ محمدی‌دوست و همکاران، ۱۳۹۵)، اما با موانع فرهنگی، اجتماعی، دولتی و خانوادگی روبه‌رو هستند که توسعه فعالیت‌های آنان را محدود می‌کند (کشاورز و زیودار، ۱۴۰۰؛ طباطبایی حکیم و همکاران، ۱۳۹۵). مطالعات بین‌المللی نیز حاکی از وجود «سقفی شیشه‌ای» است که مانع دستیابی زنان به حداکثر توانمندی‌هایشان می‌شود؛ در حقیقت قشر زنان، به‌ویژه بخش تحصیل‌کرده آنها به عنوان «طلای پنهان» جامعه، ظرفیت بالایی برای ایجاد ارزش افزوده دارند؛ اما میزان مشارکت اقتصادی آنان هنوز محدود مانده است. یافته‌های گزارش‌های «برابری جنسیتی و توسعه» از بانک جهانی (۲۰۱۲) و «پیگیری برابری جنسیتی» از سازمان همکاری و توسعه اقتصادی (۲۰۱۷)، تأییدکننده این مسئله هستند که افزایش دسترسی زنان به آموزش عالی به‌تنهایی به ارتقای معنادار مشارکت آنان در بازار کار منجر نمی‌شود. بر اساس این گزارش‌ها، شکاف میان تحصیلات زنان و مشارکت اقتصادی آنان عمدتاً ناشی از محدودیت‌های ساختاری، هنجارهای اجتماعی و تبعیض‌های نهادی است؛ به طوری که حتی در جوامع با تحصیلات بالای زنان، سیاست‌های حمایتی ناکافی و انتظارات فرهنگی، مانع تبدیل آموزش به فرصت‌های شغلی پایدار می‌شوند. بر اساس این شواهد، تحصیلات هرچند شرط لازم برای توانمندسازی اقتصادی زنان است؛ اما تحقق اثرات آن مستلزم اصلاحات ساختاری و فرهنگی گسترده در سطح جامعه و بازار کار است. همین توجهات و ارائه نتایج تحقیقات مختلف در این خصوص، باعث شده است که درک اهمیت حضور زنان در رشد اقتصادی در حال افزایش باشد و گسترش مالکیت کسب‌وکارهای آنان، به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه مشهود باشد (رادوویچ-مارکوویچ^۲، ۲۰۱۳). رفع موانع جنسیتی نیز می‌تواند به افزایش بهره‌وری،

1. Rai & Kiran

2. Radović-Marković



رقابت‌پذیری و رشد اقتصادی کشورها منجر شود (همان؛ بارداسی^۱ و همکاران، ۲۰۰۷).

با وجود گستره مطالعات مرتبط با کارآفرینی، تاکنون پژوهشی به طور مشخص بر «زنان ایرانی تحصیل کرده، اما غیرکارآفرین» تمرکز نکرده است؛ قشری که شناسایی ظرفیت‌ها و توانمندی‌های آنان می‌تواند نقش مهمی در توسعه ملی ایفا کند. از این رو، ضروری است در شهرهای مختلف ایران، به عنوان کشوری در حال توسعه، پژوهش‌هایی نظام‌مند در این حوزه انجام شود. در این چارچوب، پژوهش حاضر درصدد است به عنوان یکی از نخستین تلاش‌های نظام‌مند در این حوزه، شکاف دانشی موجود را هدف قرار دهد. بدین منظور، شهر ایلام با توجه به ویژگی‌های متمایز فرهنگی، قومی و اقتصادی و همچنین ساختارهای مشخص شبکه‌های اجتماعی محلی، به عنوان جامعه آماری انتخاب شد تا داده‌های کمی مورد نیاز از این جمعیت گردآوری شود و امکان سنجش الگوهای آماری مرتبط با متغیرهای پژوهش فراهم گردد. انتظار می‌رود توسعه و تکرار پژوهش‌های مشابه در سایر شهرها و استان‌های کشور، ضمن تولید شواهد تجربی متناسب با زمینه‌های بومی هر منطقه، زمینه‌ساز بهره‌برداری مؤثر از ظرفیت‌های نهفته این گروه اجتماعی در فرایند توسعه ملی شود.

به طور کلی، این پژوهش با هدف ارائه داده‌های بومی برای سیاست‌گذاری در حوزه توانمندسازی زنان، ارتقای عدالت جنسیتی و بهره‌برداری از ظرفیت‌های انسانی، درصدد تبیین شرایط و موانع موجود در مسیر کارآفرینی زنان این منطقه است. در راستای این هدف، پژوهش حاضر به بررسی قابلیت‌های کارآفرینانه زنان تحصیل کرده ایلام می‌پردازد و به دنبال پاسخ به این پرسش است که: «چه عواملی بر تمایل زنان تحصیل کرده ایلام به کارآفرینی تأثیر می‌گذارند؟» در همین زمینه، هدف اصلی پژوهش، شناسایی عوامل مؤثر بر تمایل به کارآفرینی در میان زنان تحصیل کرده شهر ایلام است. اهداف فرعی نیز شامل شناسایی تأثیر عوامل درونی و بیرونی بر تمایل به کارآفرینی و بررسی موانع کسب‌وکار در مسیر فعالیت اقتصادی زنان می‌باشد.

مبانی تجربی پژوهش

به منظور تبیین جایگاه پژوهش حاضر، مروری نظام‌مند بر مطالعات داخلی و خارجی برجسته در حوزه کارآفرینی زنان ضروری است. این پژوهش‌ها با رویکردها و یافته‌های متنوع خود، ابعاد مختلف این پدیده را روشن می‌سازند و چارچوبی نظری برای تحلیل قابلیت‌ها و تمایلات کارآفرینانه زنان تحصیل کرده در بستر فرهنگی - اجتماعی خاص فراهم می‌کنند. در این بخش، به مهمترین پژوهش‌های انجام شده در این حوزه اشاره می‌شود.

۱. مطالعات داخلی

ثقفی و همکاران (۱۴۰۱) در پژوهشی با عنوان «طراحی الگوی کارآفرینی زنان»، با بهره‌گیری از روش آمیخته کمی-کیفی، الگویی برای کارآفرینی زنان ارائه دادند. در بخش کیفی با استفاده از



نظریه داده‌بنیاد، مدل اولیه طراحی کردند و در بخش کمی، پرسشنامه‌ای بر اساس یافته‌های کیفی تدوین و تحلیل نمودند. نتایج پژوهش آنان نشان داد که الگوی کارآفرینی زنان شامل شرایط علی (ویژگی‌های شخصی، سرمایه انسانی، انگیزه‌ها و حمایت اجتماعی)، پدیده محوری (دانش، تجربه، مشوق‌ها و گرایش به کارآفرینی)، استراتژی‌ها (عوامل قانونی و تسهیلات کسب‌وکار) و عوامل زمینه‌ای (نگرش‌های اجتماعی و آموزش) است. این الگو می‌تواند در توسعه و تسهیل فعالیت‌های کارآفرینانه زنان نقش آفرین باشد. کشاورز و زیودار (۱۴۰۰) در مطالعه خود با عنوان «ارزیابی موانع فعالیت‌های کارآفرینانه زنان در شهرستان زاهدان»، با رویکرد کمی و تحلیل ۱۴۸ پرسشنامه، شش دسته مانع را شناسایی کردند که عبارتند از: موانع فردی، انگیزشی، خانوادگی، دسترسی به امکانات، دولتی و فرهنگی-اجتماعی. نتایج مطالعه آنها نشان داد که موانع فردی بیشترین تأثیر را دارند و پس از آن، به ترتیب انگیزشی، خانوادگی، دسترسی به امکانات، دولتی و فرهنگی-اجتماعی قرار می‌گیرند. طباطبایی حکیم و همکاران (۱۳۹۵) نیز در پژوهش خود با عنوان «بررسی وضعیت کارآفرینی زنان، چالش‌ها و راهکارها» تأکید کردند که زنان ظرفیت بالایی برای مشارکت در توسعه اقتصادی دارند؛ اما با موانع فرهنگی، اجتماعی، مالی و قانونی روبه‌رو هستند که موجب افزایش نرخ بیکاری آنان نسبت به مردان شده است. یافته‌های آنان نشان داد شناسایی عوامل مؤثر بر کارآفرینی و ارائه الگوهای مناسب می‌تواند زمینه‌ساز کاهش این موانع و بهره‌گیری مؤثر از توانمندی زنان در توسعه اقتصادی باشد.

۲. مطالعات خارجی

بیلی^۱ (۲۰۲۳) در مطالعه خود با عنوان «فرصت‌ها و چالش‌های زنان کارآفرین در ایالات متحده» بیان می‌کند که کارآفرینی زنان طی سال‌های اخیر رشد چشمگیری داشته و به یکی از سریع‌ترین گروه‌های در حال رشد تبدیل شده است. زنان با ایجاد مشاغل جدید و افزایش تولید ناخالص داخلی می‌توانند نقش مهمی در توسعه اقتصادی و کاهش فقر ایفا کنند. با این حال، سهم آنان از کارآفرینی همچنان کمتر از مردان است و این شکاف در کشورهای توسعه‌یافته بیشتر مشاهده می‌شود. آرویند و رانجیت^۲ (۲۰۲۳) در پژوهش «کارآفرینی زنان: چالش‌ها و راهکارها» به مشکلات زنان در آغاز و مدیریت کسب‌وکار پرداخته‌اند. مهمترین چالش‌ها عبارتند از: مسائل اجتماعی، کمبود آموزش و نبود حمایت مالی. نتایج اولیه پرسشنامه‌ها نشان داد که تأمین منابع مالی و دریافت حمایت از دولت و نهادها از اساسی‌ترین موانع زنان کارآفرین است. همچنین نقش خانواده و گروه‌های حامی در حمایت از آنان برجسته شده است. این پژوهش با رویکرد اکتشافی انجام شده است و یافته‌ها می‌تواند مبنایی برای تحقیقات کمی در آینده باشد. رای و کایرن (۲۰۲۰) نیز در پژوهشی با تمرکز بر شهر لکنو هند، چالش‌های کارآفرینان زن را بررسی کردند. نتایج این پژوهش نشان داد که زنان با مشکلاتی چون اختلافات خانوادگی، کمبود تحصیلات و آگاهی، حمایت محدود دولت، موانع مدیریتی، محدودیت جابجایی، موانع اجتماعی - فرهنگی و دشواری در تأمین مالی و مواد اولیه مواجه هستند. با وجود اهمیت

1. Billy

2. Arvind & Ranjith



ویژگی‌هایی مانند نوآوری، ریسک‌پذیری و مهارت‌مدیریتی، بسیاری از زنان هندی در مشاغل کم‌درآمد و سنتی مانند صنایع دستی فعالیت دارند. این مطالعه بر ضرورت توجه به کارآفرینی زنان به عنوان عاملی کلیدی در رشد اقتصادی و اجتماعی هند تأکید دارد.

بررسی مطالعات داخلی نشان می‌دهد که پژوهش‌های انجام‌شده عمدتاً به طراحی الگوهای کلی کارآفرینی زنان یا شناسایی موانع پیش روی آنان پرداخته و ابعاد گوناگونی نظیر شرایط فردی، اجتماعی و قانونی را مورد توجه قرار داده‌اند؛ اما تمرکز آنها بیشتر بر زنان کارآفرین فعال یا موانع عمومی در سطح منطقه‌ای بوده است. در نتیجه، مرحله ابتدایی ورود به فعالیت؛ یعنی تمایل به ورود به کارآفرینی، به‌ویژه در میان زنان تحصیل‌کرده، کمتر مورد توجه قرار گرفته است. بسترهای فرهنگی-اجتماعی خاص مناطق مختلف، مانند ایلام نیز در این تحقیقات چندان برجسته نشده است.

در مطالعات خارجی نیز یافته‌ها بیانگر آن است که کارآفرینی زنان در سطح ملی و بین‌المللی به عنوان عاملی مؤثر در توسعه اقتصادی، ایجاد اشتغال و کاهش فقر شناخته می‌شود و هم‌زمان با موانعی همچون کمبود منابع مالی، حمایت ناکافی دولتی و مسائل اجتماعی و فرهنگی روبه‌روست. با این حال، تمرکز اصلی این پژوهش‌ها بیشتر بر شرایط کلان یا بر مشکلات زنان پس از ورود به فعالیت‌های کارآفرینانه بوده است و کمتر به عوامل مؤثر بر تمایل ذهنی و انگیزشی زنان برای شروع کارآفرینی پرداخته‌اند؛ بنابراین، خلأ اصلی پژوهش‌های پیشین را می‌توان در سه بعد خلاصه کرد: عدم توجه به زنان تحصیل‌کرده به عنوان گروهی با ظرفیت بالا، کم‌توجهی به مرحله تمایل به کارآفرینی و نبود بررسی زمینه‌های فرهنگی-اجتماعی بومی ایلام. پژوهش حاضر با تمرکز بر این ابعاد می‌تواند این شکاف مطالعاتی را پر کند و راهکارهایی کاربردی برای سیاست‌گذاری منطقه‌ای ارائه دهد.

مبانی نظری پژوهش

در گذشته، برخی از نویسندگان و فعالان حوزه کارآفرینی تصور می‌کردند که اصول و شیوه‌های کارآفرینی در همه جای دنیا یکسان است؛ اما این دیدگاه در سال‌های اخیر تغییر کرده است. مطالعات نشان داده‌اند که کارآفرینی در کشورهای در حال توسعه با کارآفرینی در کشورهای توسعه‌یافته، تفاوت‌هایی اساسی دارد. این تفاوت‌ها، به‌ویژه در حوزه کارآفرینی زنان، بسیار چشمگیر است. نویسندگان متعددی تأکید کرده‌اند که عوامل اقتصادی و اجتماعی، نقش مهمی در شکل‌گیری تمایلات کارآفرینانه و موفقیت زنان در این عرصه ایفا می‌کنند (رادوویچ-مارکوویچ، ۲۰۱۳: ۳). اعتقاد بر آن است که همه ما باید کارآفرین باشیم نه جویای کار. این امر برای زنان در هر کشوری نیز صادق است و چالش‌هایی که این قشر برای شروع کسب و کار خود با آن روبه‌رو هستند، نیازمند مطالعه است (آرویند و رانجیت، ۲۰۲۳: ۲۷۷).

کارآفرینی مقوله‌ای چندوجهی و میان‌رشته‌ای است که رشته‌های مختلفی همچون اقتصاد، روانشناسی، مردم‌شناسی، جامعه‌شناسی و مدیریت در تکامل آن نقش اساسی داشته‌اند (منصوری

و همکاران، ۱۴۰۰: ۸). ژوزف شومپیتر یا پدر کارآفرینی، تعریف کاملی را از کارآفرینی در سال ۱۹۳۴ ارائه می‌دهد. او می‌گوید: هر فرایندی در شرکت که منجر به کالایی جدید، ایجاد روشی جدید، بازار جدید و منابع جدیدی می‌شود، می‌گوییم که کارآفرینی رخ داده است. این تعریف چهار جنبه اساسی دارد:

۱- کارآفرینی مستلزم فرایند خلق است؛ خلق هر چیز ارزشمند و جدید. این خلق باید برای کارآفرین و مخاطبی که این خلق برای او انجام شده است، ارزش داشته باشد.

۲- کارآفرینی مستلزم وقف زمان و تلاش کافی است.

۳- در نظر گرفتن ریسک‌های اجتناب‌ناپذیر، لازمه کارآفرینی است.

۴- در کارآفرینی، رضایت شخصی از استقلال به وجود می‌آید.

چند جنبه مشترک در همه تعاریف کارآفرینی وجود دارد: ریسک‌پذیری، خلاقیت، استقلال و پاداش. در قرن شانزدهم میلادی، واژه فرانسوی ENTREPRENDRE (کارآفرین)، اولین بار برای افرادی به کار برده شد که در مأموریت‌های نظامی خود را به خطر می‌انداختند (قربانی، ۱۳۸۹: ۱۱).

همانطور که پیشتر گفته شد، پدیده کارآفرینی مفهومی بین رشته‌ای است که صاحب‌نظران از دیدگاه‌های مختلف آن را ارزیابی کرده‌اند. اقتصاددانان شرایط اقتصادی را موجب کارآفرینی می‌دانند و در تئوری‌های اقتصادی، نقش کارآفرینی مورد توجه قرار گرفته است. در مقابل، روانشناسان با هدف ارائه نظریه‌هایی مبتنی بر ویژگی‌های شخصیتی و با ایجاد تمایز بین کارآفرینان، مدیران و غیرکارآفرینان، به بررسی ویژگی‌های روان‌شناختی کارآفرینان می‌پردازند و وجود ویژگی‌های مشخص را شرط لازم برای تحقق کارآفرینی می‌دانند. از مهمترین ویژگی‌های مورد توافق آنان می‌توان به توفیق‌طلبی، تمایل به پذیرش مخاطره‌های معتدل، تحمل ابهام، استقلال‌طلبی، مرکز کنترل داخلی، پرنرژی، با انگیزه و متعهد اشاره کرد. ناتوانی روانشناسان در ارائه مدلی جامع و عدم ارائه معیارهای معین و روشن برای ارزیابی ویژگی‌ها در افراد سبب شده است تا جامعه‌شناسان هم وارد عرصه شوند و دیدگاه‌های جدیدی را نسبت به کارآفرینی ارائه دهند (گلرد، ۱۳۸۴: ۱۰۳).

از عوامل ساختاری تا شبکه‌های اجتماعی: چارچوبی برای درک کارآفرینی زنان

شبیر و گریگوری^۱ (۱۹۹۶) در مطالعه‌ای به بررسی توانایی زنان در ورود به دنیای کسب‌وکار پرداخته و در نظریه خود، تأثیر عوامل ساختاری گوناگون را بر این توانایی مورد توجه قرار داده‌اند. به باور آنها، این عوامل ساختاری بسته به اهداف فردی زنان، اثرات متفاوتی از خود نشان می‌دهند. این عوامل در سه گروه اصلی جای می‌گیرند: منابع داخلی (مانند مهارت‌ها و تجربیات فردی)، منابع خارجی (مانند شرایط اقتصادی و قوانین) و منابع ارتباطی (شامل روابط با خانواده، کارکنان، مشتریان و تأمین‌کنندگان). زنان کارآفرین با باورهای راسخ خود، نه تنها به ایده‌های کسب‌وکاری خود اطمینان دارند؛ بلکه اغلب از حمایت و تشویق خانواده و دوستان نیز

برای عملی کردن این ایده‌ها برخوردارند. نظریه شبیر و گریگوری (۱۹۹۶) نیز اشاره می‌کند که در فرهنگ‌های شرقی و کشورهای در حال توسعه، تأیید بزرگان خانواده، نقش مهمی در اجرای تصمیمات دارد و نقش خانوادگی اغلب بر نقش فردی اولویت می‌یابد. این امر، به‌ویژه در مورد زنانی که قصد راه‌اندازی کسب‌وکار دارند، صادق است و میزان حمایت خانواده تأثیر بسزایی در موفقیت آنها ایفا می‌کند. نتایج تحقیقات شبیر و گریگوری در پاکستان نشان داد زنانی که به دنبال کسب آزادی و استقلال هستند، معمولاً از سوی خانواده‌هایشان تشویق می‌شوند. در مقابل، زنانی که هدفشان خودابرازی و اقتناع شخصی است، اغلب با مخالفت همسران خود روبه‌رو می‌شوند. جالب آنکه، زنانی که به دنبال تأمین مالی خانواده هستند، بیشتر از سوی همسرانشان مورد حمایت قرار می‌گیرند (شبیر و گریگوری، ۱۹۹۶: ۵۱۸).

لرنر و همکاران^۱ (۱۹۹۷) نیز در مطالعه عملکرد زنان کارآفرین، پنج جنبه تئوریک را مد نظر قرار داده‌اند. یکی از این تئوری‌ها، تئوری یادگیری اجتماعی است. بر اساس این تئوری، یادگیری از طریق مشاهده و الگوگیری از رفتار دیگران، به‌ویژه خانواده و دوستان، نقش مهمی در شکل‌گیری تمایل افراد به کارآفرینی دارد. در این دیدگاه، زمینه‌های خانوادگی و نقش پدر و مادر در توسعه نگرش‌ها و مهارت‌های کارآفرینانه تأثیرگذار شناخته می‌شوند (لرنر و همکاران، ۱۹۹۷). ارهان و دان^۲ (۲۰۰۱: ۱۴) نیز در نظریه خود، عوامل محیطی مؤثر بر کارآفرینی زنان را به دو دسته عوامل کششی و عوامل رانشی تقسیم می‌کنند. عوامل رانشی، شامل نیازهایی نظیر ناکافی بودن درآمد خانواده، بیکاری، نارضایتی شغلی و تمایل به انتخاب مشاغل با انعطاف‌پذیری بیشتر به دلیل مسئولیت‌های خانوادگی است. این عوامل اغلب زنان را به سمت کارآفرینی سوق می‌دهند.

با روی آوردن جامعه‌شناسان و دیگر اندیشمندان علوم مدیریت به مطالعه کارآفرینی، نظریه‌های اجتماعی - فرهنگی هم شکل گرفت. آنان با در نظر گرفتن خصوصیات فرد کارآفرین و با استفاده از رویکرد رفتاری، کارآفرینی را همچون فرایندی معرفی نمودند که سرانجام به ایجاد شرکت‌های جدید می‌انجامد. از جمله مهمترین عوامل مورد بررسی در رویکرد رفتاری، می‌توان به سوابق و تجربیات فردی و تأثیرات محیطی و فرهنگی بر فرد اشاره کرد. از دیگر تلاش‌های دانشمندان علوم اجتماعی، ارائه نظریه شبکه‌های اجتماعی است. طبق این دیدگاه، کارآفرینی فرایندی است که در شبکه‌ای از روابط اجتماعی واقع شده است. این روابط می‌توانند رابطه کارآفرین را با منابع و فرصت‌ها، محدود یا تسهیل کنند. با توجه به اهمیت فرهنگ و بافت اجتماعی در کارآفرینی زنان، مطالعه زنان تحصیل‌کرده غیرکارآفرین در شهر ایلام از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. شهر ایلام به دلیل داشتن ویژگی‌های فرهنگی، قومی، اقتصادی و شبکه‌های اجتماعی خاص، محیط مناسبی را برای بررسی موانع و فرصت‌های کارآفرینی زنان فراهم می‌کند. عواملی نظیر بافت سنتی، نقش خانواده و جامعه محلی، انتظارات هنجاری و نگرش‌های فرهنگی نسبت به زنان، همگی می‌توانند در تصمیم‌گیری زنان برای ورود به فعالیت‌های اقتصادی و کارآفرینی، نقش تسهیل‌کننده یا محدودکننده داشته باشند. بررسی این گروه از زنان در ایلام، امکان شناسایی عوامل فرهنگی و اجتماعی مؤثر بر تمایل آنها به کارآفرینی و مشارکت اقتصادی را فراهم می‌آورد.

1. Lerner

2. Orhan & Don



و می‌تواند مبنایی برای طراحی سیاست‌ها و برنامه‌های حمایتی متناسب با شرایط بومی باشد. بر این اساس و با توجه به ابعاد و نظریه‌های مختلف کارآفرینی که بر ویژگی‌ها یا رفتار کارآفرینان تمرکز دارند، محققان دو دسته مدل اصلی را ارائه کرده‌اند: مدل‌های محتوایی که با دیدگاه روانشناسانه تدوین شده و مدل‌های فرایندی که بر اساس فرایند فعالیت‌های کارآفرینان و با در نظر گرفتن تأثیر عوامل محیطی بر کارآفرینی شکل گرفته‌اند. مدل‌های فرایندی خود به دو دسته رویدادی و چندبعدی تقسیم می‌شوند (گلرد، ۱۳۸۴: ۱۰۴).

در مدل‌های رویدادی کارآفرینی، فرد کلیه فعالیت‌های کارآفرینانه را برنامه‌ریزی، اجرا و کنترل می‌کند. طرفداران این دیدگاه معتقدند که بروز برخی عوامل محیطی، تأثیر تعیین‌کننده‌ای در اتخاذ تصمیم فرد برای کارآفرین شدن دارد و در مدل‌های چندبعدی، کارآفرینی یک چارچوب پیچیده است که کلیه عوامل شامل خود فرد کارآفرین، ویژگی‌ها، مهارت‌ها و سبک‌های مدیریتی او، فرهنگ، استراتژی، ساختار نظام و سازمان را در بر می‌گیرد (همان).

کارآفرینی زنان: انگیزه‌ها، چالش‌ها و ویژگی‌ها

مطالعات اولیه در زمینه زنان کارآفرین، بیشتر بر شناخت پیشینه آنها و ویژگی‌های سازمان‌هایشان متمرکز بوده است (رادوویچ - مارکوویچ، ۲۰۱۳: ۳). عوامل مؤثر بر ایجاد کسب‌وکارهای نوپا در میان زنان و مردان کارآفرین متفاوت است. این تفاوت‌ها، به‌ویژه در زمینه حمایت‌های خانوادگی و اجتماعی، دسترسی به منابع مالی و چالش‌های پیش رو نمایان می‌شود (همان). البته در مراحل اولیه توسعه، زنان نقش چندانی در بازار کار ندارند. از دلایل این امر، علاوه بر تبعیض‌های جنسیتی، می‌توان به مسائل فرهنگی، سطح پایین دستاوردهای آموزشی زنان و محدودیت منابع فیزیکی (اقتصادی) اشاره کرد (غفاری و همکاران، ۱۳۹۸: ۲۱). پژوهش‌های متعددی نشان می‌دهند که زنان صاحب کسب‌وکار در تأمین سرمایه با موانع بیشتری مواجه هستند. به نظر می‌رسد این امر ناشی از بی‌اعتمادی‌ای باشد که از سوی بانک‌ها، تأمین‌کنندگان و مشتریان ابراز می‌شود. در منابع علمی همچنین اشاره شده است که زنان کارآفرین، دیدگاه واقع‌بینانه‌تری نسبت به کسب‌وکار خود دارند و تلاش می‌کنند آن را در محیط‌های خانوادگی توسعه دهند. در مقابل، مردان بیشتر به دنبال ایجاد ساختارهای تجاری سلسله‌مراتبی با قوانین و رویه‌های کاری مشخص هستند (رادوویچ - مارکوویچ، ۲۰۱۳: ۴).

اگرچه زنان نیز مانند مردان با انگیزه‌دستیابی به موفقیت در تجارت، به راه‌اندازی کسب‌وکار خود اقدام می‌کنند؛ اما انگیزه‌های آنها برای ورود به این عرصه متفاوت است. بر اساس رویکردهای نوین، عوامل مرتبط با تصمیم زنان برای کارآفرین شدن را می‌توان به دو دسته شرایط و انگیزه‌ها تقسیم کرد تا بین عوامل بیرونی و درونی مرتبط با زنان کارآفرین تمایز قائل شویم. در نوشته‌های پیشین، انگیزه‌های زنان کارآفرین برای شروع کسب‌وکارشان اغلب از طریق عوامل فشار، کشش و محیط خانوادگی تبیین شده است (همان: ۵).

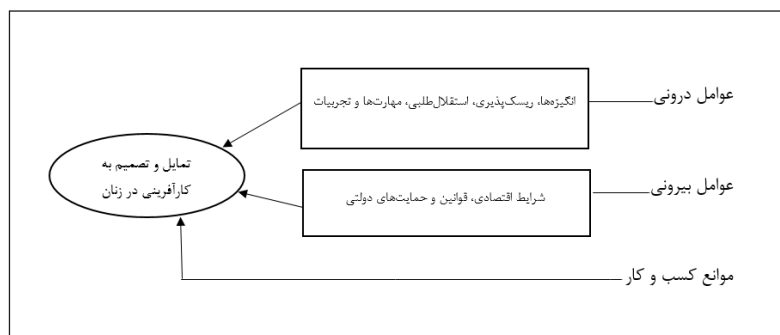
به ندرت اتفاق می‌افتد که تنها یک انگیزه یا شرایط بر تصمیم یک زن برای انتخاب

فعالیت کارآفرینی تأثیر بگذارد. کارآفرینی نتیجه ترکیبی از چندین انگیزه یا شرایط است؛ به این معنا که این عوامل را نمی‌توان مستقل از هم در نظر گرفت و یک فرد می‌تواند همزمان تحت تأثیر شرایط و انگیزه‌های متعددی قرار گیرد.

تفاوت‌های مهم دیگری نیز بین زنان و مردان در این حرفه وجود دارد که مهمترین آنها عبارتند از:

زنان کسب‌وکارها را با هدف دستیابی به انعطاف‌پذیری، استقلال و رهایی از محدودیت‌های شرکت‌ها راه‌اندازی می‌کنند. علاوه بر این، بسیاری از زنان از طریق مدیریت مستقل یک کسب‌وکار و ایجاد فضایی برای پیشرفت در شغل خود، به دنبال رضایت شخصی هستند. همچنین، یکی از انگیزه‌های اساسی که زنان را به سوی راه‌اندازی کسب‌وکار خود سوق می‌دهد، ایجاد آینده‌ای امن و امکان انتخاب سبک زندگی و کاری دلخواه است. زنان اغلب به دلیل نارضایتی از موقعیت شغلی خود، احساس پیشرفت کندتر نسبت به مردان و دست نیافتن به جایگاه شایسته، انگیزه پیدا می‌کنند تا کسب‌وکار خود را ایجاد کنند (همان).

در نهایت، بر اساس مبانی نظری استفاده شده در این مطالعه، مدل پژوهش به شکل زیر طراحی شده است:



بر اساس مدل نظری بالا، فرضیه‌های پژوهش هم به شرح زیر طراحی شدند:

- بین تأثیر عوامل درونی (از جمله اعتماد به نفس، انگیزش فردی و نگرش مثبت نسبت به خوداشتغالی) و تمایل به کارآفرینی در بین زنان شهر ایلام، رابطه وجود دارد.
- بین تأثیر عوامل بیرونی (مانند حمایت‌های اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی) و تمایل به کارآفرینی در بین زنان شهر ایلام، رابطه وجود دارد.
- وجود موانع کسب‌وکار (از جمله محدودیت‌های مالی، ساختاری و قانونی) بر تمایل به کارآفرینی در بین زنان شهر ایلام، تأثیر منفی دارد.

روش تحقیق

در این پژوهش، ضمن استفاده از روش اسنادی، از روش مطالعه پیمایشی^۱ نیز بهره گرفته شده است. در پژوهش پیمایشی، محقق با هنر، علم پرسش و مشاهده رفتارها به منظور کسب



اطلاعات سروکار دارد. در این گونه پژوهش‌ها، محقق شرایط فعلی را بررسی می‌کند تا مسائل جاری در پرتو آن روشن شود و در پی آن است تا گردآوری داده‌های کامل‌تر و مناسب‌تر درباره شرایط فعلی، به شناخت کامل‌تری از وضعیت در زمان حال و آینده برسد (ازکیا و دربان آستانه، ۱۳۸۲: ۲۹۴).

جامعه آماری پژوهش، شامل زنان تحصیل کرده غیرکارآفرین شهر ایلام در بازه سنی ۲۵ تا ۶۵ سال است. علت انتخاب این بازه سنی این بود که زنان در این دوره، اغلب تحصیلات خود را تکمیل کرده‌اند و در مرحله‌ای از زندگی قرار دارند که به طور فعال به دنبال فرصت‌های شغلی، توسعه فردی یا تغییر مسیر حرفه‌ای هستند. برخی از آنها تجربه کاری قبلی دارند و ممکن است تمایل به استقلال و راه‌اندازی کسب‌وکار داشته باشند؛ در حالی که برخی دیگر، با تغییرات زندگی شخصی مانند بزرگ شدن فرزندان، فرصت بیشتری برای پرداختن به ایده‌های کارآفرینانه پیدا می‌کنند. ثبات نسبی در زندگی شخصی و حرفه‌ای در این سن می‌تواند زمینه پذیرش ریسک و شروع کسب‌وکار جدید را فراهم کند و اطلاعات ارزشمندی را درباره عوامل مؤثر بر تمایل به کارآفرینی ارائه دهد.

حجم نمونه به تعداد ۳۸۴ نفر تعیین شد که با استفاده از فرمول کوکران و روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای انتخاب گردید. از آنجا که فهرست جامعی از زنان مورد مطالعه در دسترس نبود، این روش برای شناسایی و دسترسی به جامعه هدف به کار گرفته شد. در مرحله اول، شهر ایلام به دو خوشه بزرگ شامل منطقه شهرداری ۱ و ۲ تقسیم شد. در مرحله دوم، واحدهای جغرافیایی کوچکتر، شامل کوچه‌ها و خیابان‌ها به صورت تصادفی انتخاب شدند. در مرحله سوم، زنان واجد شرایط ساکن در این کوچه‌ها و خیابان‌ها از طریق مراجعه حضوری، شبکه‌های محلی و معرفی‌های زنجیره‌ای شناسایی گردیدند و برای شرکت در پژوهش دعوت شدند. ترکیب این روش‌ها امکان دسترسی به جامعه هدف را فراهم نمود و به گردآوری داده‌های نماینده و معتبر کمک کرد.

ابزار گردآوری داده‌ها، پرسشنامه بود. پرسشنامه مورد استفاده به صورت اختصاصی و برای دستیابی به اهداف مطالعه طراحی گردید. در فرایند طراحی پرسشنامه، از نظرات چندین تن از متخصصان و همکاران در این زمینه بهره گرفته شد تا از روایی و پایایی آن اطمینان حاصل شود. این پرسشنامه با هدف سنجش رابطه میان عوامل درونی، عوامل بیرونی و موانع کسب‌وکار با تمایل به کارآفرینی در بین زنان شهر ایلام تدوین گردید و کار گردآوری داده صورت گرفت.

نتیجه آلفای کرونباخ پرسشنامه نیز به تفکیک مؤلفه‌های آن به شرح زیر است:



جدول (۱). نتایج مربوط به پایایی (آلفای کرونباخ) پرسشنامه بر اساس ابعاد و مؤلفه‌های پژوهش

ابعاد	مؤلفه	گویه	آلفای کرونباخ
عوامل درونی	انگیزه‌ها	تمایل زیادی به استقلال و خودگردانی در کارم دارم.	۰/۷۲۷
		به دنبال ایجاد تأثیری مثبت و معنادار از طریق کسب‌وکارم هستم.	
		چالش‌های موجود در راه‌اندازی و اداره یک کسب‌وکار برای من جذاب هستند.	
		برای من دستیابی به موفقیت مالی در کارم اهمیت زیادی دارد.	
		تمایل زیادی به خودشکوفایی و تحقق ایده‌هایم از طریق کسب‌وکارم دارم.	
		ایجاد انعطاف‌پذیری در زندگی شخصی و کاری‌ام، از انگیزه‌های اصلی من برای کارآفرینی است.	
عوامل درونی	ریسک‌پذیری	در صورت مواجهه با فرصت‌های جدید کسب‌وکار، تمایل زیادی به پذیرش ریسک‌های احتمالی دارم.	۰/۸۳۶
		معمولاً در تصمیم‌گیری‌های مالی و کاری‌ام ریسک‌پذیر هستم.	
		در مواجهه با ابهامات و عدم قطعیت‌ها، رویکردی فعال و جستجوگرانه دارم.	
عوامل درونی	استقلال‌طلبی	ترجیح می‌دهم رئیس خودم باشم و تصمیمات مستقل بگیرم.	۰/۷۹۵
		تمایل دارم رویکردها و روش‌های کاری خودم را تعیین کنم.	
		برای من داشتن کنترل بر نحوه انجام کارهایم اهمیت زیادی دارد.	
عوامل درونی	مهارت‌ها و تجربیات	سطح مهارت‌های مدیریتی خود را بالا ارزیابی می‌کنم.	۰/۷۱۵
		در شناسایی فرصت‌های جدید کسب‌وکار توانمند هستم.	
		شبکه ارتباطی قوی و مفیدی در حوزه کاری خود دارم.	
		با صنعت و بازار کسب‌وکار خود آشنایی زیادی دارم.	
عوامل درونی	مهارت‌ها و تجربیات	به طور مداوم در حال یادگیری و ارتقای مهارت‌های مرتبط با کسب‌وکارم هستم.	۰/۷۱۵
		با صنعت و بازار کسب‌وکار خود آشنایی زیادی دارم.	
		شبکه ارتباطی قوی و مفیدی در حوزه کاری خود دارم.	
		در شناسایی فرصت‌های جدید کسب‌وکار توانمند هستم.	

۰/۷۰۶	وضعیت کلی اقتصاد کشور را برای شروع و توسعه کسب و کار مناسب نمی دانم.	عوامل بیرونی
	آگاهی زیادی از قوانین و مقررات مربوط به کسب و کارها دارم.	
	به نظر من، میزان حمایت‌های دولتی (مانند تسهیلات و آموزش‌ها) از کارآفرینان زن زیاد است.	
	دسترسی من به منابع مالی (مانند وام، سرمایه‌گذاری) برای شروع و توسعه کسب و کار آسان است.	
	به نظر می‌رسد سیاست‌های اقتصادی دولت، بیشتر به نفع کسب و کارهای بزرگ و تثبیت‌شده است تا کارآفرینان جدید.	
۰/۷۳۴	کمبود سرمایه اولیه	موانع کسب و کار
	پیچیدگی‌های قانونی و مقررات دولتی	
	ترس از شکست	
	مشکلات مربوط به مدیریت زمان و تعادل بین کار و زندگی	
	حمایت ناکافی از طرف خانواده و دوستان	
	مشکلات مربوط به بازاریابی و فروش محصولات/ خدمات	
	بی‌اعتمادی به ثبات اقتصادی کشور در بلندمدت	
	نبود زیرساخت‌های مناسب برای کسب و کار (مانند اینترنت پرسرعت، حمل و نقل)	
	عدم آگاهی کافی از فرایندهای راه‌اندازی کسب و کار	
	فشار اجتماعی یا خانوادگی برای انتخاب مسیر شغلی سنتی‌تر	

بر اساس جدول بالا، میزان پایایی پرسشنامه از طریق آلفای کرونباخ برای هر یک از مؤلفه‌ها بررسی شده است. نتایج نشان می‌دهد که همه مؤلفه‌ها ضریب آلفای بالاتر از ۰/۷ دارند که نشان‌دهنده پایایی قابل قبول ابزار اندازه‌گیری است. مقدار آلفای کرونباخ کلی پرسشنامه نیز برابر با ۰/۷۳۶ می‌باشد که بیانگر قابلیت اعتماد مناسب کل پرسشنامه برای تحلیل‌های بعدی است.

برای دستیابی به اهداف پژوهش و بررسی دقیق داده‌های جمع‌آوری شده از طریق پرسشنامه، از نرم‌افزار آماری SPSS بهره گرفته شد. پس از وارد کردن داده‌ها به نرم‌افزار و انجام مراحل پاکسازی و کدگذاری، تحلیل‌های توصیفی شامل محاسبه فراوانی، درصد، میانگین و انحراف استاندارد برای توصیف ویژگی‌های نمونه انجام گرفت. در ادامه، برای آزمون فرضیه‌های پژوهش و بررسی روابط بین متغیرها، از آزمون‌های آماری مناسب استفاده شد. نتایج حاصل از این تحلیل‌ها، به درک بهتر پدیده مورد مطالعه و ارائه پاسخ‌های دقیق‌تر به سؤالات و فرضیه‌های پژوهش کمک کرد و زمینه را برای ارائه پیشنهادات کاربردی فراهم آورد.



یافته‌ها

بر اساس نتایج آمارهای توصیفی، بیشترین (۵۷٪) گروه سنی پاسخ‌دهندگان این پژوهش در بازه سنی ۲۵ تا ۳۴ سال قرار دارد که نشان‌دهنده غالب بودن قشر جوان در جمعیت آماری پژوهش است. از نظر سطح تحصیلات، بیشترین درصد (۴۲,۷٪) مربوط به دارندگان مدرک کارشناسی و پس از آن کارشناسی ارشد (۳۱,۵٪) است. این امر نشان می‌دهد که اغلب پاسخ‌دهندگان از تحصیلات دانشگاهی برخوردارند. از حیث وضعیت تأهل نیز ۵۹,۹٪ مجرد و ۴۰,۱٪ متأهل هستند. در مجموع، نتایج آمارهای توصیفی حاکی از آن است که بیشتر پاسخ‌دهندگان جوان و تحصیل‌کرده هستند؛ ویژگی‌هایی که می‌تواند بر نگرش آنها نسبت به کارآفرینی تأثیرگذار باشد.

جدول (۲). آماره‌های توصیفی وضعیت عوامل درونی، بیرونی و موانع کسب‌وکار

انگیزه‌ها	تعداد نمونه	میانگین	انحراف معیار	میانگین خطای استاندارد
انگیزه‌ها	۳۸۴	۴,۶۵۱۹	۱,۶۶۲۳	۰,۰۸۴۸
ریسک‌پذیری	۳۸۴	۴,۰۰۰۰	۰,۰۰۰۰	۰,۰۰۰۰
استقلال‌طلبی	۳۸۴	۴,۳۳۳۳	۰,۰۰۰۰	۰,۰۰۰۰
مهارت‌ها و تجربیات	۳۸۴	۳,۲۹۱۱	۰,۹۹۷۴	۰,۰۵۰۹
عوامل بیرونی	۳۸۴	۲,۸۰۰۰	۰,۰۰۰۰	۰,۰۰۰۰
موانع کسب‌وکار	۳۸۴	۳,۸۸۸۵	۰,۶۶۸۱	۰,۰۳۴۱

بر اساس آمار توصیفی به‌دست آمده، بیشترین میانگین، مربوط به متغیر انگیزه‌ها با مقدار ۴,۶۵۱۹ است که نشان‌دهنده نقش بسیار پررنگ انگیزه‌های فردی در تمایل زنان شهر ایلام به کارآفرینی است. استقلال‌طلبی با میانگین ۴,۳۳۳۳ و ریسک‌پذیری با مقدار ۴,۰۰۰۰ نیز در رتبه‌های بعدی قرار دارند که بیانگر اهمیت ویژگی‌های شخصیتی در گرایش به فعالیت‌های کارآفرینانه است. مهارت‌ها و تجربیات هم با میانگین ۳,۲۹۱۱، نقش متوسطی در تمایل به کارآفرینی داشته‌اند که می‌تواند نشان‌دهنده نیاز به آموزش و توانمندسازی بیشتر در این حوزه باشد. از سوی دیگر، عوامل بیرونی با میانگین ۲,۸۰۰۰ کمترین نقش را در تمایل به کارآفرینی ایفا کرده‌اند. این امر حاکی از آن است که محیط بیرونی (شامل حمایت‌های نهادی، سیاست‌های دولتی و شرایط بازار) نتوانسته انگیزه کافی برای زنان ایجاد کند. همچنین، موانع کسب‌وکار با میانگین ۳ نشان می‌دهند که این موانع، تأثیر قابل توجهی در کاهش تمایل به کارآفرینی دارند. در مجموع، عوامل درونی با میانگین ۴ نقش پررنگ‌تری نسبت به عوامل بیرونی دارند؛ امری که تأکید می‌کند تمایل به کارآفرینی در میان زنان ایلامی بیشتر ریشه در ویژگی‌ها و انگیزش‌های فردی دارد تا شرایط بیرونی.

فرض صفر (H_0): بین میانگین تمایل به کارآفرینی در میان گروه‌های مختلف ویژگی‌های فردی (سن، تحصیلات، تأهل و شغل)، تفاوتی وجود ندارد.

فرض مقابل (H_1): بین میانگین تمایل به کارآفرینی در میان گروه‌های مختلف ویژگی‌های فردی، تفاوت وجود دارد.

جدول (۳). آماره‌های توصیفی و مقایسه میانگین تمایل به کارآفرینی زنان شهر ایلام برحسب ویژگی‌های فردی

ویژگی فردی	گروه‌ها	N	میانگین	انحراف معیار	آماره آزمون F	Sig.
سن (سال)	۲۵-۳۴	۲۱۹	۳.۶۷۶۶	۰.۳۵۷۰	۲۱۶.۴۷۱	۰.۰۰۰
	۳۵-۴۴	۱۲۱	۳.۶۰۵۶	۱.۰۵۰۷۶		
	۴۵-۵۴	۳۳	۳.۶۰۵۶	۱.۰۶۱۸۴		
	۵۵-۶۵	۱۱	۳.۶۰۵۶	۰.۹۹۹۵۶		
تحصیلات	دیپلم	۲۲	۳.۶۹۴۴	۱.۰۷۳۰۴	۶۰.۲۲۳	۰.۰۰۰
	کارشناسی	۱۶۴	۳.۶۶۴۶	۰.۰۴۲۰۹		
	کارشناسی ارشد	۱۲۱	۳.۶۳۷۹	۰.۰۴۲۹۴		
	دکتری و بالاتر	۷۷	۳.۶۰۵۶	۰.۰۰۰۰۰		
وضعیت تأهل	مجرد	۲۳۰	۳.۶۶۴۷	۰.۰۴۲۰۴	۱۳۷.۱۹۴	۰.۰۰۰
	متاهل	۱۵۴	۳.۶۱۸۳	۰.۰۳۱۲۱		
	جویای کار	۱۷۵	۳.۶۶۰۹	۰.۰۴۳۲۱		
وضعیت شغلی	شاغل	۱۲۱	۳.۶۲۱۷	۰.۰۳۴۴۳	۷۷.۴۴۴	۰.۰۰۰
	دانشجو	۴۴	۳.۶۹۴۴	۰.۰۵۰۰۷		
	خانه‌دار	۴۴	۳.۶۰۵۶	۰.۰۵۳۲۹		
میانگین کلی تمایل به کارآفرینی	کل نمونه	۳۸۴	۳.۶۴۶۱	۰.۰۴۴۳۳	—	۰/۰۰۰

نتایج آزمون تحلیل واریانس (ANOVA) نشان می‌دهد که بین گروه‌های سنی مختلف از نظر تمایل به کارآفرینی، تفاوت معناداری وجود دارد (Sig=۰/۰۰۰) بر اساس مقایسه میانگین‌ها، زنان در گروه سنی ۲۵ تا ۳۴ سال با میانگین ۳,۶۷، بیشترین تمایل را به کارآفرینی دارند؛ در حالی که گروه‌های ۳۵ تا ۴۴، ۴۵ تا ۵۴ و ۵۵ تا ۶۵ سال همگی دارای میانگین یکسان ۳,۶۰ هستند. این یافته بیانگر آن است که زنان جوان‌تر، تمایل بیشتری به ورود به فعالیت‌های کارآفرینانه دارند؛ زیرا معمولاً در این سن، انرژی، انگیزه و روحیه نوآوری بیشتری وجود دارد و مسئولیت‌های خانوادگی کمتری نیز بر عهده دارند.

نتایج مربوط به متغیر تحصیلات نشان داد که تفاوت میانگین تمایل به کارآفرینی بین سطوح تحصیلی مختلف معنادار است (Sig=۰/۰۰۰). بالاترین میانگین مربوط به دارندگان مدرک دیپلم با مقدار ۳,۶۹ و کمترین میانگین مربوط به دارندگان مدرک دکتری و بالاتر با مقدار ۳,۶۰ است. این یافته نشان می‌دهد که با افزایش سطح تحصیلات، تمایل به کارآفرینی اندکی کاهش می‌یابد؛ احتمالاً به این دلیل که افراد با تحصیلات بالاتر بیشتر به مشاغل تخصصی و کارمندی گرایش پیدا می‌کنند تا اینکه به دنبال ایجاد کسب‌وکار شخصی باشند.

بر اساس نتایج آزمون (Sig=۰/۰۰۰)، بین زنان مجرد و متأهل از نظر تمایل به کارآفرینی، تفاوت معناداری وجود دارد؛ چنانکه این میانگین در میان زنان مجرد (۳,۶۶) بالاتر از زنان متأهل (۳,۶۱) است. این نتیجه نشان می‌دهد که زنان مجرد تمایل بیشتری به کارآفرینی دارند و این امر می‌تواند ناشی از آزادی عمل بیشتر، مسئولیت‌های خانوادگی کمتر و تمایل به استقلال اقتصادی باشد.



نتایج آزمون همچنین نشان داد که بین گروه‌های مختلف از نظر وضعیت شغلی، تفاوت معناداری وجود دارد ($Sig=0/000$). دانشجویان با میانگین ۳,۶۹ بیشترین تمایل و خانه‌داران با میانگین ۳,۶۰ کمترین تمایل را نشان دادند. گروه‌های جوای کار (۳,۶۶) و شاغل (۳,۶۲) در جایگاه میانی قرار دارند. این یافته نشان می‌دهد افرادی که در مرحله تحصیل هستند به دلیل برخورد با ایده‌های جدید، امید به آینده و نداشتن تعهدات شغلی یا خانوادگی، گرایش بیشتری به کارآفرینی دارند.

میانگین کلی تمایل به کارآفرینی در کل نمونه برابر با ۳,۶۶۶۱ است که سطح نسبتاً بالای گرایش به کارآفرینی در میان زنان شهر ایلام را نشان می‌دهد. این مقدار، بالاتر از حد متوسط مقیاس و بیانگر آن است که به طور کلی، نگرش مثبت و تمایل درونی نسبت به کارآفرینی در میان زنان وجود دارد؛ هرچند تفاوت‌هایی بر اساس عوامل جمعیت‌شناختی مشاهده می‌شود.

جدول (۴). نتایج آزمون تحلیل واریانس مرتبط با نقش عوامل درونی در تمایل به کارآفرینی در بین زنان شهر ایلام

عدد تی	درجه آزادی	سطح معناداری	تفاوت میانگین	حد پایین	حد بالا
۳۱۵,۰۷۷	۳۸۳	.۰۰۰	۱,۰۶۹۱۰	۱,۰۶۲۴	۱,۰۷۵۸

بر اساس جداول بالا، میانگین نمره عوامل درونی مؤثر بر تمایل به کارآفرینی در بین زنان شهر ایلام برابر با ۴,۰۶۹۱ است که ارزیابی نسبتاً بالایی از این عوامل را نشان می‌دهد. همچنین، انحراف معیار (۰,۰۶۶۴۹) حاکی از پراکندگی کم داده‌ها نسبت به میانگین است و پاسخ‌ها تا حد زیادی همگن هستند. میانگین خطای استاندارد نیز برابر با ۰,۰۳۳۹ و بیانگر دقت بالا در برآورد میانگین جامعه آماری است. این نتایج نشان می‌دهند که عوامل درونی، نقش مهم و مثبتی در گرایش زنان ایلامی به کارآفرینی دارند. بر اساس جدول (۴)، نتایج آزمون تحلیل واریانس نشان می‌دهد که عوامل درونی، تأثیر معناداری بر تمایل به کارآفرینی در بین زنان شهر ایلام دارند. مقدار عدد تی (۳۱۵,۰۷۷) بسیار بالا و سطح معناداری ($Sig=0/000$) کمتر از ۰,۰۵ است که معنادار بودن نتایج در سطح آماری قابل قبول را نشان می‌دهد. همچنین، تفاوت میانگین (۱,۰۶۹۱۰) با فاصله اطمینان ۹۵ درصدی بین ۱,۰۶۲۴ تا ۱,۰۷۵۸ قرار دارد که مثبت و قابل توجه بودن این تأثیر را تأیید می‌کند. این یافته‌ها حاکی از آن است که عوامل درونی نقش قابل ملاحظه‌ای در گرایش زنان ایلامی به کارآفرینی دارند؛ بنابراین فرضیه مطرح‌شده در این زمینه (بین تأثیر عوامل درونی و تمایل به کارآفرینی در بین زنان شهر ایلام رابطه وجود دارد) تأیید می‌شود.

جدول (۵). آماره‌های توصیفی مرتبط با وضعیت نقش عوامل بیرونی

تعداد نمونه	میانگین	انحراف معیار	میانگین خطای استاندارد
۳۸۴	۲,۸۰۰۰	۰,۶۴۳	۰,۰۲۴۹

جدول (۶). نتایج آزمون تحلیل واریانس نقش عوامل بیرونی

عدد تی	درجه آزادی	سطح معناداری	تفاوت میانگین	حد پایین	حد بالا
۳۱۵,۰۷۷	۳۸۳	.۰۰۰	-۲,۰۰۰	-۲,۰۰۰	-۲,۰۰۰

بر اساس آزمون تی تک‌نمونه‌ای، میانگین نمره عوامل بیرونی در تمایل به کارآفرینی در بین زنان شهر ایلام برابر با ۲,۸۰ بوده است که به طور معناداری، کمتر از مقدار فرضی ۳ است (عدد تی = ۳۱۵,۰۷۷؛ سطح معناداری = ۰,۰۰۰). تفاوت میانگین منفی (-۰,۲۰۰۰) و فاصله اطمینان

دقیق و ثابت بین -۲۰۰۰ تا +۲۰۰۰ نشان می‌دهد که پاسخ‌دهندگان به طور یکنواخت، عوامل بیرونی را کمتر از حد متوسط در تمایل به کارآفرینی مؤثر دانسته‌اند. این نتایج نشان می‌دهد که برخلاف عوامل درونی، عوامل بیرونی از دیدگاه زنان ایلامی، نقش مثبتی در گرایش به کارآفرینی ندارند و حتی می‌توانند مانع آن باشند.

جدول (۷). آماره‌های توصیفی وضعیت نقش موانع کسب‌وکار در کاهش تمایل به کارآفرینی در بین زنان شهر ایلام

میانگین خطای استاندارد	انحراف معیار	میانگین	تعداد نمونه	موانع کسب‌وکار
.۰۳۴۱	.۰۶۶۸۱	۳۸۸۸۵	۳۸۴	

جدول (۸). نتایج آزمون تحلیل واریانس نقش موانع کسب‌وکار در کاهش تمایل به کارآفرینی در بین زنان شهر ایلام

عدد تی	درجه آزادی	سطح معناداری	تفاوت میانگین	حد پایین	حد بالا
۳۶۰.۶۱۴	۳۸۳	.۰۰۰	۸۸۸۵۴	۸۸۱۸	۸۹۵۲

بر اساس آزمون تی تک‌نمونه‌ای، میانگین مشاهده‌شده برای نقش موانع کسب‌وکار (۳۸۸۸۵) به طور معناداری با مقدار مفروض (معمولاً عدد ۳ به عنوان مقدار متوسط نظری یا حد میانه در مقیاس لیکرت) تفاوت دارد. عدد تی بسیار بالا (۲۶۰,۶۱۴) و سطح معناداری برابر با ۰,۰۰۰ ($<0,05$) نشان می‌دهد که این تفاوت از نظر آماری معنادار است؛ به عبارت دیگر، زنان شهر ایلام، تأثیر موانع کسب‌وکار را در کاهش تمایل خود به کارآفرینی، قابل توجه ارزیابی کرده‌اند. این یافته، فرضیه سوم پژوهش مبنی بر «وجود رابطه بین نقش موانع کسب‌وکار در کاهش تمایل به کارآفرینی در بین زنان شهر ایلام» را تأیید می‌کند؛ در نتیجه، موانع موجود در محیط کسب‌وکار یکی از عوامل بازدارنده مهم در مسیر کارآفرینی زنان محسوب می‌شود.

جدول (۹). نتایج آزمون فریدمن در خصوص اولویت‌بندی موانع تأثیرگذار بر کاهش تمایل به کارآفرینی در بین زنان شهر ایلام

رتبه‌بندی	رتبه‌گذار	میانگین رتبه
رتبه ۱	کمبود سرمایه اولیه	۸
رتبه ۱	پیچیدگی‌های قانونی و مقررات دولتی	۸
رتبه ۱	بی‌اعتمادی به ثبات اقتصادی کشور در بلندمدت	۸
رتبه ۱	نبود زیرساخت‌های مناسب (مانند اینترنت پرسرعت، حمل و نقل) برای کسب‌وکار	۸
رتبه ۱	ناکافی بودن آگاهی از فرایندهای راه‌اندازی کسب‌وکار	۸
رتبه ۲	مشکلات مربوط به بازاریابی و فروش محصولات/خدمات	۴.۹۹
رتبه ۳	ترس از شکست	۳.۵۳
رتبه ۴	ناکافی بودن حمایت از طرف خانواده و دوستان	۳.۴۹
رتبه ۵	مشکلات مربوط به مدیریت زمان و تعادل بین کار و زندگی	۱.۵
رتبه ۶	فشار اجتماعی یا خانوادگی برای انتخاب مسیر شغلی سنتی‌تر	۱.۵
نتیجه آماری		$N=384$ Chi-Square= 3453.98 $df=9$ sig= $0/0000$



نتایج آزمون فریدمن نشان می‌دهد که بین موانع مختلف کارآفرینی از نظر اولویت تأثیرگذاری بر کاهش تمایل به کارآفرینی در بین زنان شهر ایلام، تفاوت معناداری وجود دارد. بر اساس میانگین رتبه‌ها، موانعی مانند کمبود سرمایه اولیه، پیچیدگی‌های قانونی و مقررات دولتی، بی‌ثباتی اقتصادی، نبود زیرساخت‌های مناسب و آگاهی نداشتن از فرایندهای راه‌اندازی کسب‌وکار، همگی با میانگین رتبه ۸,۰۰ بالاترین اولویت تأثیرگذاری را از نظر زنان داشته‌اند. در مقابل، موانعی نظیر مشکلات مدیریت زمان و تعادل بین کار و زندگی و فشار اجتماعی یا خانوادگی برای انتخاب مسیر شغلی سنتی‌تر، با پایین‌ترین میانگین رتبه (۱,۵۰)، کمترین تأثیر را داشته‌اند. ترس از شکست، ناکافی بودن حمایت از طرف خانواده و دوستان و مشکلات بازاریابی و فروش، در رتبه‌های میانی قرار گرفته‌اند. این عوامل نیز در تصمیم‌گیری زنان برای ورود به عرصه کارآفرینی نقش دارند؛ اما به اندازه موانع ساختاری و اقتصادی اثرگذار نیستند.

جدول (۱۰). نتایج آزمون فریدمن در خصوص اولویت‌بندی موانع بیرونی تأثیرگذار بر کاهش تمایل به کارآفرینی در بین زنان شهر ایلام

میانگین رتبه	موانع بیرونی تأثیرگذار
۴.۵۰	وضعیت کلی اقتصاد کشور را برای شروع و توسعه کسب‌وکار مناسب نمی‌دانم.
۳.۰۰	آگاهی زیادی از قوانین و مقررات مربوط به کسب‌وکارها دارم.
۱.۵۰	به نظر من، میزان حمایت‌های دولتی (مانند تسهیلات، آموزش‌ها) از کارآفرینان زن زیاد است.
۱.۵۰	دسترسی من به منابع مالی (مانند وام، سرمایه‌گذاری) برای شروع و توسعه کسب‌وکار آسان است.
۴.۵۰	به نظر می‌رسد سیاست‌های اقتصادی دولت، بیشتر به نفع کسب‌وکارهای بزرگ و تثبیت‌شده است تا کارآفرینان جدید.
N=۳۸۴ Chi-Square=۱۵.۳۶ df= ۴ sig=۰/۰۰۰۰	نتیجه آماری

نتایج آزمون فریدمن نشان می‌دهد که میان موانع بیرونی مختلف، در میزان تأثیرگذاری آنها بر کاهش تمایل به کارآفرینی در بین زنان شهر ایلام، تفاوت معناداری وجود دارد. بر اساس میانگین رتبه‌ها، نامناسب بودن وضعیت کلی اقتصاد کشور و جانب‌داری سیاست‌های اقتصادی از کسب‌وکارهای بزرگ، بالاترین رتبه را با میانگین رتبه ۴,۵۰ کسب کرده‌اند. در مقابل، میزان حمایت‌های دولتی از کارآفرینان زن و دسترسی به منابع مالی با پایین‌ترین میانگین رتبه (۱,۵۰)، کمترین تأثیر را نشان داده‌اند و این امر بیانگر ادراک ضعیف پاسخ‌دهندگان نسبت به این دو عامل است. آگاهی از قوانین و مقررات مربوط به کسب‌وکارها نیز با میانگین رتبه ۳,۰۰، در سطح میانی قرار گرفته است. این نتایج نشان می‌دهند که عوامل کلان اقتصادی و سیاست‌گذاری‌های دولتی، بیش از سایر موانع بیرونی، بر کاهش تمایل زنان به کارآفرینی تأثیرگذار هستند.

جدول (۱۱). نتایج آزمون فریدمن در خصوص اولویت بندی موانع درونی تأثیرگذار بر کاهش تمایل به کارآفرینی در بین زنان شهر ایلام

میانگین رتبه	موانع درونی تأثیرگذار
۴.۰۰	انگیزه‌ها
۲.۰۰	ریسک‌پذیری
۳.۰۰	استقلال‌طلبی
۱.۰۰	مهارت‌ها و تجربیات
نتیجه آماری N=۳۸۴ Chi-Square=۱۱.۵۲ df= ۳sig=۰/۰۰۰۰	

نتایج آزمون فریدمن نشان می‌دهد که میان موانع درونی مختلف، در میزان تأثیرگذاری بر کاهش تمایل به کارآفرینی در بین زنان شهر ایلام، تفاوت معناداری وجود دارد. براساس میانگین رتبه‌ها، کاهش سطح انگیزه‌ها با میانگین رتبه ۴،۰۰، بیشترین تأثیر را در بین موانع درونی داشته است. پس از آن، استقلال‌طلبی با رتبه ۳،۰۰ و ریسک‌پذیری با رتبه ۲،۰۰ در سطوح میانی قرار گرفته‌اند. در این میان، مهارت‌ها و تجربیات با پایین‌ترین میانگین رتبه (۱،۰۰)، به عنوان کم‌تأثیرترین موانع درونی شناخته شده است. این یافته‌ها نشان می‌دهد که نارسایی‌های مرتبط با انگیزش فردی، نسبت به سایر عوامل روانی یا مهارتی، نقش پررنگ‌تری در تضعیف گرایش زنان به فعالیت‌های کارآفرینانه ایفا می‌کند.

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف بررسی عوامل مؤثر بر تمایل به کارآفرینی در میان زنان تحصیل کرده و غیرکارآفرین شهر ایلام انجام شده و ابعاد مختلفی از انگیزه‌ها، ویژگی‌های فردی، مهارت‌ها، عوامل بیرونی و موانع کسب‌وکار را مورد واکاوی قرار داده است.

نتایج آمارهای توصیفی نشان می‌دهد که اکثریت پاسخ‌دهندگان در بازه سنی جوان (۲۵ تا ۳۴ سال) قرار دارند و دارای تحصیلات عالی (کارشناسی و کارشناسی ارشد) هستند. این ویژگی جمعیتی حائز اهمیت است؛ زیرا جوانان تحصیل کرده معمولاً از پتانسیل بالایی برای نوآوری و پذیرش ایده‌های جدید برخوردارند و می‌توانند نیروی محرکه مهمی برای توسعه کارآفرینی باشند. وضعیت تأهل اکثریت پاسخ‌دهندگان (مجرد بودن) نیز می‌تواند به عنوان یک عامل تسهیل‌کننده در نظر گرفته شود؛ زیرا ممکن است این گروه از زنان، تعهدات خانوادگی کمتر و آمادگی بیشتری برای پذیرش ریسک‌های مرتبط با کارآفرینی داشته باشند؛ از این رو، پتانسیلی قوی برای توسعه کارآفرینی محسوب می‌شوند. با توجه به اینکه «توسعه کارآفرینی زنان یکی از حیاتی‌ترین موضوعات دستور کار توسعه در بسیاری از کشورهای در حال پیشرفت است» (احسانی‌فر و همکاران، ۱۴۰۱: ۱۱)، توجه به این منبع عظیم سرمایه انسانی در شهری مانند ایلام که در مسیر توسعه گام بر می‌دارد، ضروری است.

یافته‌های پژوهش به وضوح نشان می‌دهد که عوامل درونی، به‌ویژه انگیزه‌ها و استقلال‌طلبی، نقش بسیار پررنگی در تمایل زنان ایلامی به کارآفرینی ایفا می‌کنند. این یافته با



نتایج مطالعه تفنی و همکاران (۱۴۰۱) هم‌مسیر است؛ چراکه آنها نیز در طراحی الگوی کارآفرینی زنان، بر اهمیت ویژگی‌های شخصیتی، انگیزه‌ها و حمایت‌های اجتماعی به عنوان شرایط علی مؤثر بر کارآفرینی تأکید دارند. در پژوهش حاضر، میانگین بالای این متغیرها حاکی از آن است که زنان مورد مطالعه از انگیزه قوی برای پیشرفت، خودشکوفایی و کسب استقلال مالی و شغلی برخوردارند و این انگیزه‌ها نیروی محرکه اصلی برای ورود آنها به عرصه کارآفرینی محسوب می‌شود. ریسک‌پذیری نیز به عنوان یکی دیگر از ویژگی‌های شخصیتی مهم، در سطح نسبتاً بالایی قرار دارد و نشان‌دهنده آمادگی نسبی این زنان برای پذیرش عدم قطعیت‌ها و چالش‌های مسیر کارآفرینی است. تأثیر معنادار عوامل درونی بر تمایل به کارآفرینی نیز از طریق آزمون تی تک‌نمونه‌ای تأیید شد.

گفتنی است که مهارت‌ها و تجربیات، نقش متوسطی در تمایل به کارآفرینی داشته‌اند. این موضوع می‌تواند نشان‌دهنده آن باشد که اگرچه زنان تحصیل کرده از سطح دانش نسبتاً خوبی برخوردارند؛ اما ممکن است در زمینه‌های تخصصی کارآفرینی، مدیریت کسب‌وکار و مهارت‌های عملی مورد نیاز، نیازمند آموزش و توانمندسازی بیشتری باشند.

در مقابل، نتایج نشان می‌دهد که عوامل بیرونی نقش چندانی مثبتی در تمایل زنان ایلامی به کارآفرینی ایفا نمی‌کنند. میانگین پایین این متغیر حاکی از آن است که محیط کسب‌وکار فعلی (شامل حمایت‌های نهادی، سیاست‌های دولتی و شرایط بازار) نتوانسته است انگیزه کافی برای زنان ایجاد کند. این یافته با نتایج آزمون تی تک‌نمونه‌ای که نشان می‌دهد میانگین عوامل بیرونی به طور معناداری کمتر از حد متوسط است، همخوانی دارد. این امر می‌تواند نشان‌دهنده ضعف در زیرساخت‌های حمایتی، پیچیدگی‌های اداری و قانونی و نبود سیاست‌های تشویقی مؤثر برای کارآفرینی زنان در منطقه باشد.

جالب است اشاره شود که پژوهش کشاورز و زیودار (۱۴۰۰) در شهرستان زاهدان نشان داد که موانع فردی مهمترین مانع پیش روی کارآفرینی زنان است و پس از آن، موانع انگیزشی، خانوادگی، دسترسی به امکانات، دولتی و فرهنگی - اجتماعی قرار دارند. در پژوهش حاضر، اگرچه عوامل درونی (که شامل انگیزه‌ها و ویژگی‌های فردی می‌شود) نقش مثبتی در تمایل به کارآفرینی دارند؛ اما موانع کسب‌وکار به طور کلی، به عنوان یک عامل بازدارنده مهم شناسایی شده‌اند. اولویت‌بندی موانع در پژوهش ما نشان می‌دهد که موانع ساختاری و اقتصادی (مانند کمبود سرمایه، پیچیدگی‌های قانونی و بی‌ثباتی اقتصادی) در اولویت بالاتری نسبت به موانع فردی و انگیزشی قرار دارند. این تفاوت ممکن است به تفاوت در نوع جامعه آماری (زنان کارآفرین در زاهدان در مقابل زنان تحصیل کرده غیرکارآفرین در ایلام) و تفاوت در ابعاد مورد سنجش مربوط باشد.

یافته‌های پژوهش حاضر با نتایج مطالعه طباطبایی حکیم و همکاران (۱۳۹۵) همسوست؛ زیرا به وضوح نشان می‌دهد که موانع کسب‌وکار تأثیر قابل توجهی در کاهش تمایل زنان ایلامی به کارآفرینی دارند. میانگین بالای این متغیر و نتایج معنادار آزمون تی تک‌نمونه‌ای تأکید می‌کنند که وجود چالش‌ها و مشکلات متعدد در محیط کسب‌وکار، به عنوان یک عامل بازدارنده مهم

عمل می‌کند و انگیزه زنان را برای ورود به این عرصه تضعیف می‌نماید. پژوهش‌های آرویند و رانجیت (۲۰۲۳) در هند نیز تأمین منابع مالی و دریافت حمایت از سوی دولت و سایر نهادها را به عنوان مهمترین چالش‌های پیش روی زنان کارآفرین شناسایی می‌کند. یافته‌های پژوهش حاضر نیز بر نقش بازدارنده موانع مالی (کمبود سرمایه اولیه) و ضعف حمایت‌های دولتی (به عنوان بخشی از عوامل بیرونی) تأکید دارد. این همسویی نشان می‌دهد که کمبود حمایت‌های ساختاری و مالی، چالشی جهانی برای کارآفرینی زنان در کشورهای در حال توسعه محسوب می‌شود.

اولویت‌بندی موانع کارآفرینی زنان

بررسی عوامل درونی نشان داد که مواجهه با موانع بیرونی و چالش‌های محیط کسب‌وکار، به تدریج موجب کاهش سطح انگیزه‌های بالای اولیه زنان برای کارآفرینی می‌شود و این امر به عنوان مهمترین عامل درونی بازدارنده شناسایی شده است.

در مورد اولویت‌بندی موانع، نتایج آزمون فریدمن حاکی از آن است که موانعی نظیر کمبود سرمایه اولیه، پیچیدگی‌های قانونی و مقررات دولتی، بی‌ثباتی اقتصادی، نبود زیرساخت‌های مناسب و آگاهی نداشتن از فرایندهای راه‌اندازی کسب‌وکار، از نظر تأثیرگذاری بر کاهش تمایل به کارآفرینی، در اولویت بالاتری قرار دارند. در مقابل، موانع مربوط به مدیریت زمان و تعادل بین کار و زندگی و فشارهای اجتماعی/ خانوادگی، کمترین تأثیر را داشته‌اند. این یافته‌ها نشان می‌دهد که موانع ساختاری و اقتصادی، بیش از چالش‌های فردی و اجتماعی، به عنوان موانع اصلی در مسیر کارآفرینی زنان تحصیل‌کرده شهر ایلام مطرح هستند؛ به عبارتی ساده‌تر، اولویت‌بندی موانع کارآفرینی زنان تحصیل‌کرده شهر ایلام به شرح زیر است:

۱- اولویت اول (بالاترین تأثیر): موانع ساختاری-اقتصادی

- کمبود سرمایه اولیه

- پیچیدگی‌های قانونی و مقررات دولتی

- بی‌ثباتی اقتصادی

- نبود زیرساخت‌های مناسب

۲- اولویت دوم (تأثیر قابل توجه): موانع دانشی

- آگاهی نداشتن از فرایندهای راه‌اندازی کسب‌وکار

۳- اولویت سوم (کمترین تأثیر): موانع فردی و اجتماعی

- موانع مربوط به مدیریت زمان و تعادل بین کار و زندگی

- فشارهای اجتماعی/ خانوادگی



این اولویت‌بندی نشان می‌دهد که از دیدگاه زنان تحصیل‌کرده شهر ایلام، موانع سیستمی و محیطی در صدر عوامل بازدارنده تمایل به کارآفرینی قرار دارند و نیازمند توجه و سیاست‌گذاری جدی‌تری هستند. در مقابل، چالش‌های فردی و اجتماعی در این زمینه، اهمیت کمتری دارند.

رای و کایرن (۲۰۲۰) نیز در مطالعه خود در هند، به چالش‌های متعددی از جمله کمبود حمایت دولتی، مسائل مدیریتی، محدودیت در جابجایی و مشکلات در تأمین مالی اشاره کرده‌اند. یافته‌های پژوهش حاضر نیز بر اهمیت موانع مالی و ضعف عوامل بیرونی (شامل کمبود حمایت دولتی و مشکلات مدیریتی مرتبط با محیط کسب‌وکار) تأکید دارد. در پژوهش کشاورز و زیودار (۱۴۰۰) نیز همچون مطالعه رای و کایرن (۲۰۲۰)، موانع اجتماعی - فرهنگی به عنوان یکی از موانع مؤثر شناسایی شده است؛ اگرچه در پژوهش حاضر، این موانع در اولویت‌های پایین‌تری قرار گرفتند.

بررسی موانع بیرونی نیز نشان داد که نامناسب بودن وضعیت کلی اقتصاد کشور و جانبداری سیاست‌های اقتصادی از کسب‌وکارهای بزرگ، بیشترین تأثیر منفی را بر تمایل زنان به کارآفرینی دارند. در مقابل، ادراک پاسخ‌دهندگان نسبت به حمایت‌های دولتی و دسترسی به منابع مالی ضعیف بوده است که این امر می‌تواند ناشی از ناکافی بودن این حمایت‌ها یا اطلاع‌رسانی نامناسب در خصوص آنها باشد.

در نهایت، این پژوهش نشان می‌دهد که تمایل به کارآفرینی در میان زنان تحصیل‌کرده شهر ایلام، تحت تأثیر تعامل عوامل درونی و بیرونی قرار دارد. انگیزه‌های فردی و استقلال‌طلبی به عنوان نیروهای محرکه قوی عمل می‌کنند؛ در حالی که موانع ساختاری و اقتصادی موجود در محیط کسب‌وکار و ضعف در حمایت‌های بیرونی، به طور قابل توجهی این تمایل را کاهش می‌دهد. اولویت‌بندی موانع نشان می‌دهد که سیاست‌گذاران و نهادهای مرتبط، به منظور تسهیل و توسعه کارآفرینی زنان در این منطقه، باید توجه ویژه‌ای به رفع موانع ساختاری و قانونی، بهبود وضعیت اقتصادی، فراهم کردن زیرساخت‌های مناسب و ارائه حمایت‌های مالی و آموزشی هدفمند داشته باشند. توانمندسازی زنان تحصیل‌کرده و فراهم کردن زمینه برای شکوفایی استعدادهای کارآفرینانه آنها می‌تواند نقش مهمی در توسعه اقتصادی و اجتماعی استان ایلام ایفا کند.

پیشنهادات پژوهش

به منظور شکوفایی پتانسیل کارآفرینی زنان در ایلام، اتخاذ رویکردی جامع و هم‌راستا در دو حوزه کلیدی ضروری است: ایجاد بستر مساعد از طریق رفع موانع ساختاری-اقتصادی و توانمندسازی از طریق آموزش و مشاوره تخصصی.

در حوزه رفع موانع ساختاری-اقتصادی، اقدامات تخصصی زیر پیشنهاد می‌شود:

- توسعه دسترسی به منابع مالی: ایجاد و تقویت سازوکارهای مالی اختصاصی نظیر صندوق‌های ضمانت وام، تسهیلات خرد با تمرکز بر زنان، تشویق سرمایه‌گذاری خطرپذیر



(Venture Capital) و سرمایه‌گذاران فرشته (Angel Investors)، ارائه مشوق‌های مالیاتی برای کسب‌وکارهای زنان و توسعه پلتفرم‌های تأمین مالی جمعی.

- **تسهیل محیط قانونی و مقرراتی:** ایجاد پنجره واحد برای تسریع فرایندهای ثبت و مجوزدهی، ارائه مشاوره‌های حقوقی رایگان یا کم‌هزینه و برگزاری دوره‌های آموزشی مرتبط با قوانین کسب‌وکار.

- **ایجاد ثبات اقتصادی:** اجرای سیاست‌های کلان اقتصادی با هدف کاهش تورم و تثبیت نرخ ارز، حمایت از تولید داخلی، ایجاد بازارهای پایدار و توسعه بیمه‌های کسب‌وکار متناسب با نیازهای زنان کارآفرین.

در حوزه آموزش و مشاوره تخصصی، اقدامات زیر پیشنهاد می‌شود:

- **طراحی و ارائه دوره‌های آموزشی جامع:** شامل مباحث کلیدی نظیر تدوین طرح کسب‌وکار، بازاریابی نوین، مدیریت مالی، قوانین مرتبط، مهارت‌های مذاکره، بهره‌گیری از فناوری، رهبری و مدیریت و کارآفرینی اجتماعی.

- **ارائه خدمات مشاوره‌ای و منتورینگ تخصصی:** ایجاد مراکز مشاوره اختصاصی با حضور متخصصان باتجربه، برگزاری جلسات منتورینگ با کارآفرینان موفق زن، ارائه خدمات مشاوره‌ای آنلاین و ایجاد شبکه‌های ارتباطی و تبادل تجربه بین زنان کارآفرین.

- **بهینه‌سازی شیوه ارائه آموزش‌ها:** ارائه آموزش‌ها در قالب‌های متنوع (کارگاه، دوره تخصصی، منتورینگ) با دسترسی آسان و کم‌هزینه و طراحی محتوای متناسب با نیازهای خاص زنان.



الف) فارسی

- احسانی فر، تهمنه، قنبر محمدی الیاسی و مهنا شاهمرادی (۱۴۰۱). «توانمندسازی زنان روستایی از طریق آموزش کارآفرینی؛ یک مرور سیستماتیک». پژوهش‌های کارآفرینی و نوآوری. (۱)۱.
- ازکیا، مصطفی و دربان آستانه، علیرضا (۱۳۸۲). روش‌های کاربردی تحقیق. تهران: کیهان.
- تقفی، ایرج، یوسف بیگ‌زاده، مجتبی رضانی، یعقوب علوی‌متین و یحیی داداش کریمی (۱۴۰۱). «طراحی الگوی کارآفرینی زنان». زن و مطالعات خانواده. ۱۵ (۵۵).
- طباطبایی حکیم، لیلاسادات، امیر محمودزاده و سیده فاطمه مقیمی (۱۳۹۵). «بررسی وضعیت کارآفرینی زنان، چالش‌ها، راهکارها». شاخص کارآفرینی. سال اول. شماره ۱.
- غفاری، غلامرضا، فرشاد مؤمنی و نریمان یوسفی (۱۳۹۸). «نقش انواع سرمایه در مشارکت اقتصادی زنان: مطالعه تطبیقی کشورهای اتحادیه اروپا و خاورمیانه». رفاه اجتماعی. سال نوزدهم، شماره ۷۲.
- قربانی، صابر (۱۳۸۹). «کارآفرینی چیست و کارآفرین کیست؟». کارآفرینان امیرکبیر. سال ششم، شماره ۶۳.
- کشاورز، سهیلا و مهدی زیودار (۱۴۰۰). «ارزیابی موانع فعالیت‌های کارآفرینانه زنان در شهرستان زاهدان». زیست‌بوم نوآوری. (۳)۱.
- گلرد، پروانه (۱۳۸۴). «عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی زنان ایرانی». پژوهش زنان. (۱)۳.
- محمدی‌دوست، سلیمان، حمیده زعیمی و اسکندر محمدی‌دوست (۱۳۹۵). «بررسی نقش و جایگاه زنان در توسعه پایدار». دومین همایش ملی توسعه پایدار استان کهگیلویه و بویراحمد. <https://civilica.com/doc/657577/>
- منصوری، سمانه، عادل پیغامی و عاصمه قاسمی (۱۴۰۰). «تحلیل تطبیقی و انتقادی مطالعات کارآفرینی زنان: گونه‌شناسی و ارائه دلالت‌های سیاستی». مطالعات راهبردی زنان. ۲۳ (۹۲).

ب) انگلیسی

- Arvind, T., & Ranjith, P. V. (2023). Women Entrepreneurship: Challenges and Solutions - An Exploratory Study. In ICETBM 2023, AEBMR 242, pp. 283-276. https://doi.org/10.2991/25_3-162-6463-94
- Bardasi, E., Blackden, M. C., & Guzman, J. (2007). Gender, Entrepreneurship, and Competitiveness in Africa. World Bank.
- Billy. Irisa (2023). A case study of women entrepreneur's opportunities and challenges in the USA. The Business and Management Review, Volume 14 Number 1.
- Lerner, M & Brush, C 7 Hisrich, R (1997) "Israeli Women Entrepreneurs an Examination of Factors Affecting Performance, Journal of Business Venturing 12, P.P. 339-315.
- OECD (2017) – "The Pursuit of Gender Equality: An Uphill Battle"
- Orhan, Muriel; Scott, Don, (2001). "Why women enter into entrepreneurship: an explanatory model" women in Management Review Vol, 16. No: 5, pp: 243-232.
- Radović-Marković, M. (2013). Female Entrepreneurship: Theoretical Approaches. Journal of Women's Entrepreneurship and Education, 9-1 ,(2-1)1.
- Rai, N., & Kiran, U. V. (2020). Challenges faced by female entrepreneur: An analytical study. Asian Journal of Home Science, 32-27 ,(1)15. DOI: 10.15740/HAS/AJHS/32-27/15.1
- Shabbir Amama, Silvana DI Gregorio (1996) An Examination of the Relationship Between Women Personal Goals and Structural Factors Influencing their Decision to Start A Business: the Case of Pakistan, Journal of Business Venturing, P.P. 529-507.
- World Bank (2012) – Report: "World Development Report 2012: Gender Equality and Development"