

انگیزه‌های کارآفرینی زنان و مردان در بخش صنعت شباهت‌ها و تفاوت‌ها

زهرا آراستی*^۱، احمد کنعانی^۲، نویسندگان سیدقاسمی^۳

چکیده

یکی از عوامل تأثیرگذار در کارآفرینی، انگیزه‌های کارآفرینان است. برخی مطالعات نشان می‌دهند زنان و مردان با انگیزه‌های متفاوتی به کارآفرینی روی می‌آورند. این در حالی است که انگیزه‌های کارآفرینان در بخش صنعت، به‌خصوص با در نظر گرفتن عامل جنسیت، کمتر بررسی شده است. پژوهش حاضر با استفاده از روش تحقیق ترکیبی در جامعه آماری کارآفرینان بخش صنعت استان گلستان به بررسی شباهت‌ها و تفاوت‌های انگیزه‌های زنان و مردان کارآفرین می‌پردازد. این تحقیق ترکیبی است از یک تحقیق کیفی از نوع اکتشافی با هدف شناسایی انگیزه‌های کارآفرینان که داده‌های آن با استفاده از مصاحبه‌های عمیق با بیست کارآفرین جمع‌آوری شده است و یک تحقیق کمی از نوع توصیفی پیمایشی با هدف مقایسه و اولویت‌بندی انگیزه‌های زنان و مردان کارآفرین که با تحلیل داده‌های پرسشنامه‌ها انجام شده است. نتایج تحقیق کیفی نشان می‌دهد انگیزه‌های کارآفرینان در بخش صنعت عبارت‌اند از «کسب درآمد»، «ایجاد اشتغال»، «استفاده از فرصت‌ها»، «کمک به جامعه»، «اثبات شایستگی‌ها»، «رضایت درونی»، و «کسب استقلال». همچنین نتایج تحقیق کمی وجود تفاوت معنادار بین زنان و مردان کارآفرین در بخش صنعت در دو انگیزه «اثبات شایستگی‌ها» و «کسب درآمد» را نشان می‌دهد. شناسایی این شباهت‌ها و تفاوت‌ها به سیاستگذاران در توسعه کارآفرینی زنان در کشور کمک می‌کند.

کلیدواژگان

انگیزه کارآفرینی، جنسیت، صنعت، کارآفرینی.

مقدمه

ظهور و توسعه کارآفرینی در علم اقتصاد معاصر پدیده‌ای بااهمیت است. با توجه به اهمیت کارآفرینان در رشد و توسعه اقتصادی، درک عوامل انگیزشی و موفقیت آن‌ها موضوع بسیار مهمی

Arasti@ut.ac.ir
a_kanani@alumni.ut.ac.ir
seyedghasemi_n@yahoo.com

۱. دانشیار دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران
۲. کارشناس ارشد مدیریت کارآفرینی دانشگاه تهران
۳. کارشناس ارشد آمار دانشگاه علوم پزشکی مازندران
تاریخ دریافت: ۱۳۹۱/۱۲/۲۷، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۲/۵/۲۳

است [۵۷]. در این میان، نقش جنسیت در شکل‌دهی انگیزش موفقیت در پژوهش‌های روان‌شناختی و آموزشی تاریخچه‌ای طولانی دارد. بسیاری از مطالعات گذشته در حوزه کارآفرینی عمدتاً بر نیروهای محیطی در سطح کلان [۱۰] و ویژگی‌های فرصت‌های کارآفرینی [۲۳] تمرکز کرده‌اند. گرچه این تمرکز تا حد زیادی درک ما را از فعالیت‌های کارآفرینانه افزایش داده است، نقش عامل انسانی را نادیده می‌گیرد [۵۴]. این در حالی است که فعالیت‌های کارآفرینانه به تصمیمات درباره فرایند انجام‌دادن کار وابسته است. زنان کارآفرین هم از لحاظ توانایی در ایجاد شغل برای خودشان و هم ایجاد شغل برای دیگران نقش مهمی در اقتصاد کارآفرینانه ایفا می‌کنند، اما در همه کشورهای زنان، در مقایسه با مردان، کمتر به کسب‌وکار روی می‌آورند. همچنین توجه اصلی پژوهش‌ها بر شرکت‌هایی با مالکیت مردان متمرکز است و اغلب نیازهای خاص و موانعی که زنان کارآفرین با آن مواجه‌اند نادیده گرفته می‌شود [۴۴]. در کشور ایران، زنان بخش درخور توجهی از متقاضیان مهارت‌دیده و دارای تحصیلات عالی هستند که بر اساس آخرین گزارش بانک جهانی^۱ در سال ۲۰۱۱ [۶۲] فقط ۱۶٫۳ درصد از آنان از نظر اقتصادی فعال‌اند که با متوسط نرخ فعالیت اقتصادی زنان در جهان (۵۱٫۲ درصد) فاصله بسیاری دارد. در ایران، کارآفرینی پدیده‌ای بسیار نو و تحقیقات در این زمینه، به‌خصوص کارآفرینی زنان، بسیار محدود است. به‌رغم اینکه در سال‌های اخیر تمایل زنان ایرانی به داشتن مشارکت اقتصادی و اجتماعی و به‌خصوص تحصیلات عالی افزایش یافته است، استفاده بهینه از مشارکت آن‌ها در امور اقتصادی جامعه میسر نشده است [۱]. وجود نرخ بیکاری کل ۱۴٫۶ (۱۱٫۹ درصد در مردان و ۲۵٫۲ درصد در زنان) و وجود نیروی جوان بیش از ۲۰ درصد [۵] و نرخ پایین فعالیت اقتصادی زنان در ایران، حل معضل بیکاری و ایجاد اشتغال را به یکی از دغدغه‌های مهم دولت تبدیل کرده است و کارآفرینی یکی از راه‌حل‌های مهم رفع معضل بیکاری زنان محسوب می‌شود [۸]. بنابراین، شناخت عواملی که زنان را به ایجاد فعالیت‌های کارآفرینانه تشویق می‌کنند، به منظور افزایش مشارکت هرچه بیشتر زنان در عرصه فعالیت‌های کارآفرینی، ضروری به نظر می‌رسد. گروه زنان کارآفرین به دلیل اینکه، به‌رغم شباهت‌های بسیار، تفاوت‌هایی با گروه مردان کارآفرین در انگیزه‌ها، نوع کسب‌وکار، نقطه شروع کسب‌وکار، و عملکرد کسب‌وکار دارند [۶]، لازم است به‌طور مجزا و همچنین با رویکرد مقایسه‌ای با مردان مورد مطالعه قرار گیرند و سیاست‌های حمایتی بر اساس نتایج مطالعات انجام‌شده به منظور حمایت از آنان تدوین شود. این تحقیق، با تمرکز بر انگیزه‌های کارآفرینی، نخستین پژوهشی است که با هدف شناسایی شباهت‌ها و تفاوت‌های انگیزه‌های زنان و مردان در بخش صنعت انجام می‌شود و سعی می‌کند با مقایسه این انگیزه‌ها، مراتب تسهیل و تسریع فرایند توسعه کارآفرینی زنان در کشور را فراهم کند.

1. The world bank

مبانی نظری

کارآفرینی حوزه تحقیقاتی نسبتاً جدیدی است که اندیشمندان حوزه‌های مختلف اقتصاد، روانشناسی، جامعه‌شناسی، و مدیریت به آن متمایل شده و با توجه به سابقه تحقیقاتی و تفکرات خود تعاریف مختلفی از کارآفرینی ارائه داده‌اند [۹]. از این رو، ارائه تعریف مشخصی از کارآفرینی دشوار است. کارآفرینی فرایندی است که نقش حیاتی در تداوم، رشد، و توسعه ملی و حتی اقتصادی جهانی ایفا می‌کند. اهمیت بحث کارآفرینی به حدی است که شومپیتر [۵۲] کارآفرینان را موتور رشد و توسعه اقتصادی جامعه می‌نامد. برخی از تعاریف به کارآفرینی به منزله پدیده‌ای اجتماعی می‌نگرند و برخی دیگر لزوماً آن را موضوعی دانشگاهی می‌بینند. کارآفرینی، به منزله پدیده اجتماعی، تابعی از جامعه است که فقط در صورتی تحقق می‌یابد که فعالیت‌ها با موفقیت همراه باشند و تأثیرات مثبتی بر بازار داشته باشند. این تعریف برای کارآفرینی به‌عنوان حوزه دانشگاهی نامناسب است، زیرا با مستثنا کردن مطالعات واقعی کارآفرینی، مطالعه شکست‌ها، و... از کارآفرینی، مطالعه آن با مشکل مواجه می‌شود. تعریف کارآفرینی، به‌عنوان حوزه دانشگاهی، با سه رویکرد کارآفرینی به منزله تابعی از بازار، کارآفرینی به منزله فرد و کارآفرینی به منزله فرایند همراه است [۹]. اساساً کارآفرینی در زمینه‌های مختلف بازرگانی و تجاری، اجتماعی، علمی، هنری، ورزشی، و بسیاری از زمینه‌های اجتماعی و فرهنگی و اقتصادی دیگر قابل پیگیری است. کسب و کارها با توجه به حیطه فعالیتشان در قالب تقسیم‌بندی‌های مختلفی ارائه شده‌اند که در یکی از این تقسیم‌بندی‌ها، کسب و کارها به سه دسته اصلی کسب و کار صنعتی، خدماتی، و تجاری طبقه‌بندی شده‌اند. کسب و کارهای صنعتی کسب و کارهایی‌اند که به فرایندهای استخراج و تولید کالاها برای مصرف نهایی یا استفاده صنایع دیگر برای تولید توجه دارند [۴].

گرچه محدود پژوهشگرانی برخی از تحقیقات عملی موجود درباره نقش انگیزش انسانی در کارآفرینی را مورد انتقاد قرار داده‌اند [۲۱]، توسعه کارآفرینی مستلزم توجه به انگیزه‌های افرادی است که تصمیم به کارآفرینی می‌گیرند. اسکات شین، یکی از نظریه‌پردازان معروف کارآفرینی، بر این باور است که کارآفرینی متضمن عامل انسانی است و فرایند کارآفرینی به این دلیل رخ می‌دهد که افراد برای پیگیری فرصت‌ها در تلاش‌اند، ولی انسان‌ها، به دلیل تفاوت‌هایشان، از نظر کارکردن روی فرصت‌ها در توانایی، خواست، و اراده با یکدیگر متفاوت‌اند. این گوناگونی بین مردم در خواست و توانایی‌شان برای عمل کردن اثرات مهمی بر فرایند کارآفرینی می‌گذارد [۵۴]. دیوید مک کللند^۱، از روانشناسان قرن بیستم، با طرح نظریه روانشناسی توسعه اقتصادی بیان کرد که در انسان سه نیاز وجود دارد که عبارت‌اند از نیاز به کسب موفقیت^۲، نیاز به کسب قدرت^۱، و نیاز به ایجاد ارتباط با دیگران^۳. تحقیقات اولیه

1. David McClelland
2. need for achievement

برای توضیح اینکه چرا زنان و مردان در فعالیتهای آموزشی و حرفه‌ای‌شان باهم متفاوت‌اند، از نظریه‌های انگیزه موفقیت به‌عنوان گرایش‌های شخصیتی، که در اوایل دوره زندگی کسب می‌شود و پایدار می‌مانند، کمک می‌گرفتند [۴۵].

نظریه‌های روانشناسی، انگیزه‌های انسانی بر بسیاری از ابعاد رفتار انسانی مانند احساس کنترل، تمایل به استقلال، احساسات، و... تأثیرگذارند. همچنین در نظریه‌های کارآفرینی آمده است که برخی یا همه انگیزه‌ها بر انتقال افراد از یک مرحله فرایند کارآفرینی به مرحله دیگر تأثیرگذارند [۳]. انگیزه مفهومی است که از نظر گلمن [۳۲] به منزله شوری برای انجام‌دادن کار با دلایلی فراتر از پول یا موقعیت و رغبتی برای تعقیب اهداف همراه انرژی و پشتکار تعریف شده است. کول [۲۶] انگیزه را اصطلاحی برای توصیف آن دسته از فرایندها، هم‌گریزی و هم‌عقلانی، می‌داند که از طریق آن انسان‌ها به تأمین نیازهای ابتدایی، درک نیازها و اهداف شخصی، و انگیختن رفتار انسانی می‌پردازند. هوئیت [۳۶] تأکید کرده است که انگیزه حالت یا وضعیت درونی است که موجب فعال‌شدن رفتار می‌شود و به آن جهت می‌دهد و میل یا خواسته‌ای است که موجب نیروبخشی و هدایت رفتار هدفگرا می‌گردد.

پیشینه تحقیق

مطالعات گذشته درخصوص انگیزه‌های کارآفرینان در شروع کسب‌وکار اغلب در جامعه آماری مردان بوده است. انگیزه‌های مهم کارآفرینان، که در این مطالعات به آن‌ها اشاره شده است، عبارت‌اند از: استقلال [۱۶، ۲۲، ۱۵، ۲۰، ۴۸]، به رسمیت شناخته شدن [۲۰]، کسب درآمد و موفقیت مالی [۵۷، ۳۷، ۱۶، ۲۲، ۱۴، ۱۳، ۲۰، ۴۶]، ایجاد اشتغال [۲۴، ۴۳، ۱۶، ۳۷، ۱۴، ۱۳]، نیاز به موفقیت [۵۸]، امنیت خانوادگی [۱۴، ۵۹، ۴۷، ۴۸، ۴۶]، رضایت شخصی [۲۲، ۱۴]، نیل به استفاده از استعدادها و امکانات خود [۲۰]، انعطاف‌پذیری [۴۶]، ایجاد فرصت‌های کاری [۲۲]، شروع ارتباطات اجتماعی [۶۰]، میل به برآورده شدن نیازهای اولیه (غذا و سرپناه) [۴۹]، رئیس خود بودن [۴۶]، و در چالش بودن [۵۸].

همچنین مطالعات مختلفی به بررسی انگیزه‌های زنان در شروع کسب‌وکار پرداخته‌اند. این انگیزه‌ها، که از مطالعات انجام‌شده داخلی و خارجی از سال ۲۰۰۰ به بعد استخراج شده‌اند، عبارت‌اند از:

آغاز روابط اجتماعی، رفع احتیاجات خانواده [۶۰]، کاهش فقر و بهبود شرایط اقتصادی [۶۱]، کار چالش‌برانگیز، استقلال [۳۵]، درآمد ناکافی، نارضایتی از شغل حقوق‌بگیری، بیکاری، منعطف‌بودن کارآفرینی [۵۶]، اشتغال‌زایی برای خود و خانواده، نیازهای اقتصادی [۳۷]، افزایش درآمد، راهی برای

1. need for power
2. need for affiliation

اثبات توانایی خود، رشد فردی [۶۳]، تمایل به ایجاد ثروت، تمایل به سرمایه‌گذاری بر ایده‌های قبلی خود، تمایل به مالکیت بلندمدت شرکت خود، کار نکردن برای فردی دیگر که اهمیتی به تلاش کارکنان نمی‌دهد [۲۵]، کسب استقلال، کسب درآمد/سود/فروش و رشد [۳۰]، استقلال مالی، کسب جایگاه اقتصادی مناسب، استفاده از سرمایه، وجود فرصت مناسب کسب‌وکار، تشویق خانواده، کسب تجربه [۳۹]، انگیزه‌های اقتصادی، استقلال کاری، آزادی در تصمیم‌گیری، موقعیت اجتماعی، دستاوردهای شخصی، کسب اعتمادبه‌نفس [۵۰]، نارضایتی از شغل قبلی، کمبود فرصت‌های مناسب کاری، بحران‌های شخصی، عوامل اجتماعی، درآمد ناکافی خانواده، نیاز به کار انعطاف‌پذیر به خاطر مسئولیت‌های خانوادگی، کشف فرصت‌های کسب‌وکار، کشف بازارهای جدید، کشف ایده‌های جدید [۱]، نیاز اقتصادی، دستیابی به رضایت شغلی، کسب اعتبار و قدرت در جامعه [۷]، نیاز به شغل مناسب، خدمت به جامعه، استقلال کاری بیشتر، کمک به تحقق آرمان‌ها و آرزوهای فردی، شناخت و اثبات استعدادها و توانایی‌های شخصی، کشف فرصت‌های کسب‌وکار و کارآفرینی، استقلال مالی بیشتر، مهیا کردن وضعیت بهتر زندگی، مهیا کردن وضعیت بهتر کاری برای آینده فرزندان و دیگر اعضای خانواده، نیاز به پیشرفت، رسیدن به رشد و بالندگی در اجتماع، نیاز به کار انعطاف‌پذیر به خاطر مسئولیت‌های زندگی، بیماری همسر یا عضوی از خانواده [۳].

همچنین برخی مطالعات در حوزه انگیزه‌های کارآفرینان به بررسی تفاوت‌های انگیزه‌های کارآفرینی زنان و مردان پرداخته‌اند. در این مطالعات، از زمان مقاله‌النور شوارتز^۱ ۱۹۷۶ در خصوص کارآفرینی زنان، علاوه بر نشان دادن انگیزه‌های زنان در برابر مردان کارآفرین، تلاش شده است عوامل همگن و اثرات آن‌ها را در بقا و عملکرد شرکت‌های کارآفرین شناسایی شود [۱۲]. بسیاری از این محققان به این نتیجه رسیده‌اند که اگرچه انگیزه‌های اصلی زنان و مردان در شروع کسب‌وکار شباهت‌هایی باهم دارند، تفاوت‌هایی نیز در اولویت عوامل انگیزشی مردان و زنان به کارآفرینی وجود دارد [۳۸، ۴۱، ۴۲] که محققان دلیل آن را به وضعیت متفاوتی که زنان را در محیط‌های کاری به راه‌اندازی کسب‌وکار تشویق می‌کنند نسبت داده‌اند [۳۸]. گلین [۳۱] نیز این علت را به انتظارات متفاوت زنان و مردان از راه‌اندازی و مدیریت کسب‌وکار شخصی نسبت می‌دهد.

اگرچه زنان و مردان هر دو کسب‌وکار را به واسطه عوامل «کششی» و «فشاری» آغاز می‌کنند، دلایل تمایل زنان به کارآفرینی در بسیاری از موارد با دلایل مردان متفاوت است [۳۴]، [۳۱، ۲۷]. درحالی‌که تحقیقات اندکی درباره علل راه‌اندازی کسب‌وکار توسط زنان انجام شده است، طی بیست سال گذشته تعداد زیادی از محققان از جمله شاپرو [۵۵]، دنیسون و آلکساندر [۲۸]، دویینی [۲۹]، شین‌برگ و مک‌میلان [۵۱]، شان، کولورید و وستید [۵۳]، و بیرلی و وستید [۱۷] با بررسی علل شروع کسب‌وکار توسط مردان دریافتند که مردان عمدتاً به خاطر

1 Schwartz
2. pull factors
3. push factors

عوامل کشتی وارد کسب و کار می شوند که این عوامل را می توان به مواردی همچون فرصت کار مستقل، میل به داشتن کنترل بیشتر روی کار خود، و کسب درآمد بیشتر نسبت داد. آنان عوامل فشاری را در انگیزش مردان به کارآفرینی کم اثرتر از عوامل کشتی دانسته اند. برخی از این انگیزه های فشاری عبارتند از فرصت های محدود پیشرفت، نارضایتی شغلی، و فرار از یک رئیس غیرمنطقی یا شرایط ناامن شغلی و نیاز به بهبود موقعیت اجتماعی خود و خانواده. درحالی که مردان راه اندازی کسب و کار را راهبردی شغلی در نظر می گیرند، زنان آن را راهبردی برای ادامه زندگی می دانند [۳۱]. همچنین بنا به اظهار جایی و همکاران [۳۸] و هیسریچ و همکاران [۳۴] درحالی که مردان با انگیزه های مالی اقدام به کارآفرینی می کنند، زنان برای برآوردن نیازهای خانواده مبادرت به این کار می کنند. باتنر و مور [۱۸] نیز بر همین عقیده اند که اولین دلیل زنان برای راه اندازی کسب و کار شخصی استقلال است. نیاز به انعطاف پذیری (به دلیل اینکه زنان باید بین کار و زندگی خصوصی تعادل برقرار کنند، نمی توانند در شرکت های بزرگ به انعطاف پذیری مطلوب دست یابند) و درآمد بیشتر در رتبه های بعدی قرار دارند.

در تأیید این مطلب، هیسریچ و همکاران [۳۴] انگیزه های زنان در کارآفرینی را به ترتیب اولویت به صورت رضایت شغلی، نیاز به موفقیت، فرصت و میل به کسب درآمد بیشتر ذکر کردند. سایر دلایل، که بیشتر مختص زنان است، عبارتند از: میل به برآورده شدن خواسته های برآورده نشده در محیط اطراف شخص و ابتکار عمل (گامپرت، ۱۹۹۳ به نقل از گلین [۳۱])، میل به رشد مالی زمانی که فرزندان بزرگ تر شده اند، کنترل بیشتر بر کار خود، خستگی و نارضایتی از شغل قبلی، و علاقه به شغل جدید [۳۳]. به طور کلی، نتایج تحقیقات گذشته نشان می دهد که زنان و مردان کارآفرین هر دو به دلیل احساس نیاز به کسب و کار و استقلال فردی وارد عرصه کارآفرینی شده اند. در بسیاری از موارد، هر دو تحت تأثیر ناکامی یا نارضایتی از شغل قبلی خود یا نیاز به تغییر محیط پیرامونی خود قرار گرفته اند. اگرچه انگیزه های اصلی زنان و مردان شباهت هایی باهم دارند، از برخی جهات زنان کارآفرین انگیزه متفاوتی نسبت به هم تایان مرد خود دارند. مردان اغلب برای دست گرفتن مهار سرنوشت خویش به این کار روی می آورند. این انگیزش اغلب بر اثر توافق نداشتن با رئیس یا احساس اینکه خود بهتر قادر به اداره امورند پیش می آید. اما زنان، برخلاف آن ها، برای کسب استقلال و ناکامی از شغل قبلی خود برانگیخته می شوند [۷].

اکثر مطالعات انجام شده درباره کارآفرینی زنان و مقایسه انگیزه های زنان و مردان در کشورهای غربی و توسعه یافته انجام شده است [۶۳]. از سوی دیگر، تحقیقات مرکز جهانی کارآفرینی نیز تفاوت در انگیزه های کارآفرینان در کشورهای مختلف را تأیید می کند [۴۰]. همچنین، مطالعات انجام گرفته در این حوزه بیشتر از نوع کمی و با استفاده از ابزار پرسشنامه و بر پایه انگیزه های ارائه شده در تحقیقات خارجی بوده است. نکته قابل توجه دیگر اینکه مطالعه ای که به طور خاص انگیزه های کارآفرینان در بخش صنعت را بررسی کرده باشد یافت

نشد. بنابراین، تمرکز این تحقیق بر مطالعه شباهت‌ها و تفاوت‌های انگیزه‌های زنان و مردان کارآفرین ایرانی در بخش صنعت است.

روش تحقیق

تحقیق حاضر جزء تحقیقات علوم رفتاری است که از لحاظ هدف، کاربردی، و جمع‌آوری داده‌ها، ترکیبی از تحقیق کیفی، از نوع اکتشافی، با هدف شناسایی انگیزه‌های کارآفرینان در بخش صنعت و تحقیق کمی، از نوع توصیفی پیمایشی، با هدف مقایسه انگیزه‌های زنان و مردان کارآفرین در بخش صنعت است. جامعه آماری این تحقیق شامل زنان و مردان کارآفرین بخش صنعت استان گلستان است که از بانک اطلاعاتی سازمان صنعت، معدن، و تجارت استان گلستان تأمین شده است و شامل افراد دارای پروانه بهره‌برداری و فعال و نیز افراد دارای مجوز تأسیس معتبر (دارای پیشرفت فیزیکی بالای ۲۰ درصد) و فعال از وزارت صنایع در یک سال قبل از انجام تحقیق است. با توجه به محدودبودن جامعه آماری زنان کارآفرین در این بانک اطلاعاتی (۲۶ نفر)، از کل جامعه آماری زنان استفاده شد و به همان تعداد مرد کارآفرین، به صورت تصادفی، از جامعه مردان انتخاب شدند (کلاً ۵۲ نفر شامل ۲۶ زن و ۲۶ مرد). از این ۵۲ نفر، ۲۰ نفر (۱۰ زن و ۱۰ مرد)، که تمایل به مشارکت در تحقیق داشتند، برای مصاحبه انتخاب شدند.

داده‌های تحقیق کیفی با ابزار مصاحبه عمیق و با سؤالات کلی درباره گذشته فرد، قبل از راه‌اندازی کسب‌وکار و آنچه موجب کارآفرین شدن فرد شده است، جمع‌آوری و با روش کدگذاری اولیه و ثانویه و تعیین مقوله‌های اصلی تحلیل شد. در نهایت، مؤلفه‌های اصلی انگیزه‌های زنان و مردان کارآفرین در بخش صنعت شناسایی شد. در تحقیق کمی، داده‌ها توسط پرسشنامه یکسان بین زنان و مردان کارآفرین جمع‌آوری شد. علاوه بر این، به منظور اجتناب از جانب‌داری در پاسخ‌ها در نامه همراه پرسشنامه هیچ اشاره‌ای به مقایسه بین زنان و مردان در پژوهش نشد و فقط یک سؤال در آغاز درباره جنسیت کارآفرین پرسیده شد. سؤالات پرسشنامه شامل سه بخش است. بخش اول به سؤالاتی درباره مشخصات فردی (وضعیت تأهل، میزان تحصیلات، سن، و رشته تحصیلی)، بخش دوم به سؤالاتی درباره کسب‌وکار (سال راه‌اندازی، نوع فعالیت، زمینه فعالیت، نوع کسب‌وکار، و مالکیت کسب‌وکار)، و بخش سوم به سؤالاتی درباره انگیزه‌های شروع کسب‌وکار می‌پردازد. در این قسمت، از پاسخ‌دهنده خواسته شد از فهرست انگیزه‌های راه‌اندازی کسب‌وکار (که از نتایج تحقیق کیفی حاصل شده بود) مواردی را که به فرد مربوط می‌شود انتخاب کند. در نهایت، ۴۸ پرسشنامه قابل قبول به دست آمد که تحلیل داده‌های آن با استفاده از نرم‌افزار SPSS در دو سطح توصیفی (میانگین و انحراف معیار) و استنباطی (آزمون دقیق فیشر) انجام شد.

یافته‌ها/ بحث و بررسی / تحلیل نتایج

یافته‌های تحقیق کیفی حاصل تحلیل محتوای مصاحبه‌هاست. ابتدا با کدگذاری اولیه، شواهد حاصل از هریک از مصاحبه‌ها استخراج شده است. جدول ۱ نمونه‌ای از شناسایی شواهد از روایت‌های کلامی یکی از مصاحبه‌ها را نشان می‌دهد.

جدول ۱. شناسایی شواهد از روایت‌های مصاحبه ۱

شواهد	روایت‌ها	جنسیت	ردیف
<ul style="list-style-type: none"> - کسب سود و درآمد - شناساندن توانایی‌های زنان - علاقه - ایجاد اشتغال برای خود - استقلال مالی و خودکفایی 	<p>هدف اصلی از راه‌اندازی کسب‌وکار به‌دست آوردن درآمد و سود شخصی بود و اینکه بتوانم استعدادهای و توانایی زنان را به دیگران بشناسانم. بنابراین، با توجه به سابقه‌ای که در کارهای هنری داشتم و بنا به علاقه‌ام، موضوع تولید مورد نظرم را انتخاب کردم. به‌رغم اینکه از نظر مالی خانواده‌ام در وضعیت مناسبی قرار داشت، ولی به دلیل اینکه برای خودم شغلی نداشتم و با توجه به تحصیلات دانشگاهی میل داشتم که برای خودم کاری را شروع کنم و از نظر شغلی و درآمد خودکفا و مستقل باشم.</p>	زن	۱

فرایند کدگذاری اولیه یا شناسایی شواهد از روایت‌های مصاحبه‌های نگارش‌شده برای ۲۰ مصاحبه انجام شد. جدول ۲ کلیه ۶۸ انگیزه شناسایی شده از ۲۰ مصاحبه را نشان می‌دهد.

جدول ۲. شواهد استخراج‌شده از کلیه مصاحبه‌ها

شواهد استخراج‌شده مردان	مصاحبه	شواهد استخراج‌شده زنان	مصاحبه
<ul style="list-style-type: none"> - سعی در مفیدبودن برای جامعه - کسب درآمد - ایجاد اشتغال برای خود، خانواده، و دوستان جوان - ایجاد سرمایه ملی 	۱۱	<ul style="list-style-type: none"> - کسب درآمد و سود - شناساندن توانایی‌های زنان - علاقه - ایجاد اشتغال برای خود - استقلال مالی و خودکفایی 	۱
<ul style="list-style-type: none"> - اشتغال برای خود و دوستان - کسب منافع مالی - کمک به جامعه 	۱۲	<ul style="list-style-type: none"> - کسب استقلال مالی - تولید محصول با شاخص کیفی بالا - استفاده از فرصت فراهم‌شده و تجربیات شخصی 	۲
<ul style="list-style-type: none"> - ایجاد اشتغال برای خود و خانواده - کسب سود و منافع مالی - توسعه توانمندی شخصی 	۱۳	<ul style="list-style-type: none"> - توسعه توانمندی شخصی - ایجاد اشتغال - ارتقای سطح تولید داخلی با کیفیت بالا 	۳

انگیزه‌های کارآفرینی زنان و مردان در بخش صنعت ۹۱

مصاحبه	شواهد استخراج‌شده زنان	مصاحبه	شواهد استخراج‌شده مردان
۴	- بروز توانایی و استعدادها - علاقه به تولید - علاقه به کارآفرینی - ایجاد اشتغال - رشد صنعت در منطقه و رفع محرومیت	۱۴	- انجام‌دادن فعالیت‌های متناسب با تحصیلات و تجربیات شخصی - کمک به افزایش درآمد سرانه استان - ایجاد اشتغال
۵	- کسب درآمد بیشتر - ایجاد اشتغال - توسعه توانایی‌های شخصی - به‌دست آوردن موقعیت اجتماعی	۱۵	- به‌کارگیری توانایی‌ها و استعدادهای موجود - کسب درآمد و منافع اقتصادی - کارآفرینی و ایجاد اشتغال در جامعه
۶	- ایجاد اشتغال برای افراد خانواده و دوستان - کسب منافع مالی - توسعه کسب‌وکار موجود - مفیدبودن برای جامعه	۱۶	- علاقه به کار تولیدی و صنعتی - ایجاد اشتغال - کسب درآمد مشروع و قابل توجه
۷	- ایجاد اشتغال برای خود و خانواده - احساس رضایت ناشی از رسیدن به چیزی که شایستگی آن را دارم - ادای دین به جامعه	۱۷	- ایجاد اشتغال - کسب درآمد - گسترش فعالیت‌های اقتصادی
۸	- به‌دست آوردن موقعیت اجتماعی در جامعه - کسب درآمد - توسعه استعدادها و تجربیات شخصی	۱۸	- کسب درآمد - کمک به توسعه استان و داشتن نقشی در توسعه استان - ایجاد اشتغال
۹	- افزایش درآمد و سود بیشتر - کمک به توسعه شهر و استان - تلاش برای استفاده از فرصت شناسایی‌شده	۱۹	- کسب درآمد - علاقه به تولید - استفاده از استعدادها و تجربیات گروه
۱۰	- ایجاد اشتغال - به‌دست آوردن استقلال - عملی کردن ایده‌های شخصی	۲۰	- عملی کردن ایده‌ها و تولید محصولات حاصل از تحقیقات قبلی - توسعه و به‌کارگیری توانمندی شخصی - کسب سود - به‌دست آوردن موقعیت اجتماعی در جامعه

در مرحله دوم، به منظور کدگذاری ثانویه، ابتدا موارد مشابه در شواهد استخراج‌شده از مصاحبه‌ها (انگیزه‌های کارآفرینی) حذف و با دسته‌بندی آن‌ها تم‌های تحقیق، که همان انگیزه‌های کارآفرینی است، شناسایی شدند. این دسته‌بندی بر اساس ماهیت انگیزه‌ها انجام شده است؛ مثلاً، انگیزه کسب استقلال، که در مصاحبه‌های اول، دوم، و بیستم به شکل‌های مختلف از جمله استقلال مالی و خودکفایی، کسب استقلال مالی، و به‌دست آوردن استقلال

اشاره شده است، در کل با عنوان انگیزه کسب استقلال نامگذاری شده است. جدول ۳ تم‌های شناسایی شده در تحقیق را، که در واقع همان انگیزه‌های کارآفرینی زنان و مردان در بخش صنعت است، نشان می‌دهد.

جدول ۳. انگیزه‌های شناسایی شده

ردیف	تم‌ها	کدها
۱	ایجاد اشتغال	۶۶-۵۲-۴۷-۴۵-۴۳-۴۰-۳۵-۳۲-۳۰-۲۵-۲۱-۱۸-۱۵-۱۰-۴
۲	کسب درآمد	۶۵-۶۳-۶۱-۵۷-۵۳-۵۰-۴۸-۴۶-۴۲-۳۶-۳۳-۲۹-۲۲-۱۷-۱
۳	اثبات شایستگی‌ها	۶۰-۵۸-۴۱-۳۷-۱۹-۱۲-۹
۴	کسب استقلال	۶۷-۶-۵
۵	کمک به جامعه	۶۴-۵۴-۵۱-۴۴-۳۹-۳۴-۳۱-۲۸-۲۷-۱۶-۱۳-۱۱-۷
۶	استفاده از فرصت‌ها	۵۵-۴۹-۲۳-۸
۷	رضایت درونی	۶۸-۶۲-۵۹-۵۶-۳۸-۲۶-۲۴-۲۰-۱۴-۳-۲

طبق جدول ۳، انگیزه‌های کارآفرینان بخش صنعت در هفت تم کلی، شامل ایجاد اشتغال، کسب درآمد، اثبات شایستگی‌ها و کسب استقلال، کمک به جامعه، استفاده از فرصت‌ها، و رضایت درونی شناسایی شدند.

یافته‌های تحقیق کمی حاصل تحلیل ۴۸ پرسشنامه است. پاسخ‌دهندگان این تحقیق با تحصیلات دانشگاهی و میانگین سنی ۴۶ برای مردان و ۳۹ برای زنان در زمینه‌های مختلف صنایع (غذایی، نساجی، ساختمانی، سلولزی، و...) فعالیت داشتند. جدول ۴ ویژگی‌های نمونه‌های آماری را نشان می‌دهد.

جدول ۴. توصیف نمونه آماری

ردیف	ویژگی‌ها	مردان	زنان
۱	میانگین سنی کارآفرین	۴۵٫۹۲	۳۹٫۱۷
۲	دارای تحصیلات دانشگاهی	۸۳٫۳	۷۹٫۲
۳	وضعیت تأهل: متأهل	۹۵٫۸۳	۷۹٫۲۰
۴	میانگین سرمایه ثابت (به میلیارد ریال)	۲۴۰۰۰	۳۹۱۴
۵	میانگین سن کسب‌وکار (سال)	۷٫۰۸	۳٫۴
۶	میانگین تعداد کارکنان (نفر)	۲۹	۱۶٫۳

به منظور مقایسه انگیزه‌های کارآفرینی زنان و مردان در بخش صنعت، از آنجا که هر دو متغیر جنسیت و انگیزه کارآفرینی از نوع متغیر کیفی اسمی‌اند، از آزمون دقیق فیشر استفاده شد.

انگیزه‌های کارآفرینی زنان و مردان در بخش صنعت ۹۳

بر اساس نتایج این آزمون (جدول ۵)، مشاهده می‌شود که در سطح اطمینان ۹۵ درصد از بین هفت تم فقط در دو تم کسب درآمد و اثبات شایستگی‌ها در نسبت مردان و زنان کارآفرین تفاوت معناداری وجود دارد.

جدول ۵. مقایسه انگیزه‌های کارآفرینی زنان و مردان در بخش صنعت

ایجاد اشتغال	کسب درآمد	اثبات شایستگی‌ها	کسب استقلال	کمک به جامعه	استفاده از فرصت‌ها	رضایت درونی
۰/۱۴۷	*۰/۰۰۳	*۰/۰۰۸	۰/۴۸۹	۰/۳۸	۰/۱۸۸	۱

سطح معناداری آزمون دقیق فیشر

علامت * معناداری در سطح ۰/۰۵ را نشان می‌دهد.

به منظور مقایسه اولویت‌بندی انگیزه‌های کارآفرینی بین زنان و مردان کارآفرین از جداول توافقی استفاده شد.

جدول ۶. مقایسه اولویت‌های انگیزه‌های کارآفرینی بین زنان و مردان کارآفرین بخش صنعت

کل	موارد						
	رضایت درونی	استفاده از فرصت‌ها	کمک به جامعه	کسب استقلال	اثبات شایستگی‌ها	کسب درآمد	ایجاد اشتغال
تعداد	۲	۱	۱۲	۲	۱۱	۸	۱۶
زنان درصد	۳/۸۵٪	۱/۹۲٪	۲۳/۰۸٪	۳/۸۵٪	۲۱/۱۵٪	۱۵/۳۸٪	۳۰/۷۷٪
مردان تعداد	۲	۵	۸	۰	۲	۲۰	۱۰
مردان درصد	۸/۳٪	۲۰/۸٪	۱۶/۳٪	۰٪	۸/۳٪	۸۳/۳٪	۴۱/۷٪
کل تعداد	۴	۶	۲۰	۲	۱۳	۲۸	۲۶
کل درصد	۴/۰۸٪	۶/۱۲٪	۲۰/۴۱٪	۲/۰۴٪	۱۳/۲۷٪	۲۸/۵۷٪	۲۶/۵۳٪

نتایج این آزمون در جدول ۶ و شکل ۱ نشان می‌دهد که در نمونه آماری زنان انگیزه‌ها به ترتیب اولویت عبارت‌اند از ایجاد اشتغال (۳۰/۷۷ درصد)، کمک به جامعه (۲۳/۰۸ درصد)، اثبات شایستگی‌ها (۲۱/۱۵ درصد)، کسب درآمد (۱۵/۳۸ درصد)، رضایت درونی و کسب استقلال هر دو با درصد برابر (۳/۸۵ درصد)، و در نهایت استفاده از فرصت‌ها (۱/۹۲ درصد). در حالی که در نمونه آماری مردان اولویت‌بندی انگیزه‌ها به صورت زیر است: کسب درآمد (۸۳/۳ درصد)، ایجاد اشتغال (۴۱/۷ درصد)، استفاده از فرصت‌ها (۲۰/۸ درصد)، کمک به جامعه (۱۶/۳ درصد)، اثبات شایستگی‌ها و رضایت درونی (۸/۳ درصد)، و در نهایت کسب استقلال (۰ درصد).



شکل ۱. مقایسه انگیزه‌های کارآفرینی بین زنان و مردان کارآفرین

یافته‌های تحقیق کیفی نشان داد که انگیزه‌های کارآفرینان در بخش صنعت عبارت‌اند از: کسب درآمد، ایجاد اشتغال، استفاده از فرصت‌ها، کمک به جامعه، اثبات شایستگی‌ها، رضایت درونی و کسب استقلال. مطالعات اوفاک و اوزن (۲۰۰۱) و ولدی و ادرسو (۲۰۰۴)، سیمون (۲۰۰۶)، حسین و یعقوب (۲۰۱۰)، ژو و چو (۲۰۱۰)، کوهون و دادوا و میشل (۲۰۱۰)، ایپوگلو و سانر (۲۰۱۱)، جسوراجان و گاناندهاس (۲۰۱۱)، و سدی و الغزالی (۲۰۱۲) انگیزه کارآفرینی کسب درآمد را تأیید می‌کنند. مطالعات بنزینگ و چو و زایو (۲۰۰۵)، بنزینگ و چو و کالانان (۲۰۰۵)، سیمون (۲۰۰۶)، حسین و یعقوب (۲۰۱۰)، کالیندو و کریتیکوس (۲۰۰۹)، ماسودا (۲۰۰۶)، و کلارک و درینک واتر (۲۰۰۰) نیز انگیزه ایجاد اشتغال را تأیید می‌کنند. همچنین جسوراجان و گاناندهاس (۲۰۱۱) استفاده از فرصت‌ها را به منزله انگیزه کارآفرین برشمرده‌اند. مطالعات گارتنر، شیور، و گیت وود (۲۰۰۳)، ژو و چو (۲۰۱۰)، جسوراجان و گاناندهاس (۲۰۱۱)، و سدی و الغزالی (۲۰۱۲) اثبات شایستگی‌ها را تأیید کرده‌اند و ژو و چو (۲۰۱۰)، کوهون و دادوا و میشل (۲۰۱۰)، و سدی و الغزالی (۲۰۱۲) نیز به رضایت درونی به منزله انگیزه کارآفرینی اشاره کرده‌اند. هاگز (۲۰۰۵)، بنزینگ و چو (۲۰۰۵)، سینداکار (۲۰۰۵)، ایپوگلو و سانر (۲۰۱۱)، جسوراجان و گاناندهاس (۲۰۱۱)، و سدی و الغزالی (۲۰۱۲) نیز کسب استقلال را تأیید کرده‌اند. نکته جالب توجه در این یافته‌ها این است که انگیزه کمک به جامعه در مطالعات پیشین در این حوزه مشاهده نشده است. درحالی‌که در مطالعه حاضر به‌عنوان یکی از انگیزه‌های کارآفرینان بخش صنعت شناسایی شد. شاید توجه ویژه کارآفرینان ایرانی به جامعه ناشی از وضعیت اقتصادی، اجتماعی، و فرهنگی جامعه و باور کارآفرینان به نقش مؤثر و مثبت خود در بهبود این وضعیت باشد.

همچنین یافته‌های تحقیق کمی، با مقایسه انگیزه‌های کارآفرینی زنان و مردان در بخش صنعت، تفاوت معنادار در دو انگیزه کسب درآمد و اثبات شایستگی‌ها را نشان داد، با اینکه در

سایر انگیزه‌ها شامل ایجاد اشتغال، کمک به جامعه، استفاده از فرصت‌ها، رضایت درونی، و کسب استقلال تفاوت معناداری مشاهده نشد. مطالعه جامعی (۱۹۹۸)، کلسین و نلسون (۲۰۰۰)، و مانولوا و همکاران (۲۰۰۸) نیز تأیید می‌کند که انگیزه‌های اصلی مردان و زنان در شروع کسب‌وکار شباهت‌هایی باهم دارند، ولی در برخی موارد متفاوت‌اند. دیکینز و ویتام (۲۰۰۰)، گلین (۲۰۰۵)، و گلرد (۱۳۸۶) نیز بیان کرده‌اند که دلایل زنان و مردان در شروع کسب‌وکار در بسیاری از موارد متفاوت است.

نتایج اولویت‌بندی انگیزه‌های زنان و مردان کارآفرین نیز نشان می‌دهد که اولویت زنان و مردان کارآفرین در بخش صنعت یکسان نیست، به‌طوری‌که مردان کارآفرین به ترتیب با انگیزه‌های کسب درآمد، ایجاد اشتغال، استفاده از فرصت‌ها، کمک به جامعه، اثبات شایستگی‌ها، رضایت درونی، و کسب استقلال به کارآفرینی روی می‌آورند. درحالی‌که زنان کارآفرین به ترتیب با ایجاد اشتغال، کمک به جامعه، اثبات شایستگی‌ها، کسب درآمد، رضایت درونی، کسب استقلال، و استفاده از فرصت‌ها برانگیخته می‌شوند. وضعیت جامعه و نرخ بالای بیکاری، به‌خصوص در میان دختران فارغ‌التحصیل دانشگاهی، و دسترسی نداشتن آن‌ها به فرصت‌های شغلی مناسب و برابر سبب شده است ایجاد اشتغال (برای خود و اعضای خانواده) مهم‌ترین دلیل شروع کسب‌وکار برای زنان باشد. این نتیجه در مطالعات قبلی انجام‌شده درباره انگیزه‌های زنان کارآفرین ایرانی نیز مشاهده شده بود [۳، ۸]. در مقابل، برای مردان، با توجه به موقعیت فرهنگی-اجتماعی و اقتصادی جامعه، کسب درآمد مهم‌ترین عامل برای شروع کسب‌وکار بوده است. این نتیجه توسط سایر محققان (استانوویچ، ۲۰۱۰؛ بنزینگ و چو و کارا، ۲۰۰۹؛ چو و بنزینگ و مک‌گی، ۲۰۰۷؛ ستینداکار، ۲۰۰۵؛ بنزینگ و چو و کالانان، ۲۰۰۵؛ بنزینگ و چو، ۲۰۰۵؛ بنزینگ و چو و زابو، ۲۰۰۵؛ کارتر و همکاران، ۲۰۰۳؛ اوزسوی، اوکسوی و کوزان، ۲۰۰۱؛ گلین، ۲۰۰۵؛ هیسریچ و همکاران، ۲۰۰۵) نیز بیان شده است. همچنین انگیزه اثبات شایستگی‌ها از انگیزه‌های مهم زنان در کارآفرین‌شدن است، ولی برای مردان در اولویت‌های بالا قرار ندارد. درعوض، انگیزه استفاده از فرصت‌ها یکی از دلایل مهم ورود مردان به کارآفرینی است، ولی برای زنان در اولویت آخر قرار دارد. این تفاوت شاید به دلیل متفاوت بودن توقعات زنان از کارآفرینی باشد. همچنین دلیل آن را می‌توان در دسترسی نداشتن یکسان زنان و مردان به فرصت‌های کارآفرینی جست‌وجو کرد.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

این پژوهش با هدف شناسایی انگیزه‌های کارآفرینان در بخش صنعت و مقایسه انگیزه‌های زنان و مردان کارآفرین با روش تحقیق آمیخته در جامعه آماری کارآفرینان بخش صنعت استان گلستان انجام شد. نتایج تحقیق کیفی نشان داد انگیزه‌های کارآفرینان در بخش صنعت عبارت‌اند از: کسب درآمد، ایجاد اشتغال، استفاده از فرصت‌ها، کمک به جامعه، اثبات شایستگی‌ها، رضایت درونی، و

کسب استقلال. همچنین نتایج مقایسه انگیزه‌های کارآفرینی زنان و مردان در بخش صنعت تفاوت معنادار در دو انگیزه کسب درآمد و اثبات شایستگی‌ها را نشان داد، با اینکه در سایر انگیزه‌ها شامل ایجاد اشتغال، کمک به جامعه، استفاده از فرصت‌ها، رضایت درونی، و کسب استقلال تفاوت معناداری مشاهده نشد. نتایج اولویت‌بندی انگیزه‌های زنان و مردان کارآفرین نیز نشان داد انگیزه‌های ایجاد اشتغال، کمک به جامعه، و اثبات شایستگی‌ها مهم‌ترین دلایلی هستند که زنان را به کارآفرینی در بخش صنعت کشانده است. در حالی که مردان کارآفرین بیشتر با انگیزه‌های کسب درآمد، ایجاد اشتغال، و استفاده از فرصت‌ها برانگیخته شده‌اند.

این تحقیق، که اولین مطالعه انجام‌شده در خصوص انگیزه‌های کارآفرینی در بخش صنعت است، علاوه بر بازکردن مدخل جدیدی در این حوزه تحقیقاتی، به افزایش دانش نظری در این حوزه کمک می‌کند. همچنین مقایسه انگیزه‌های زنان و مردان کارآفرین در بخش صنعت نشان می‌دهد که به‌رغم وجود شباهت‌های بسیار مردان و زنان در این بخش، با توجه به وضعیت جامعه، تفاوت‌هایی در انگیزه‌های آنان دیده می‌شود. نتایج این تحقیق و تفاوت‌های مشاهده‌شده در انگیزه‌های زنان و مردان کارآفرین در بخش صنعت، لزوم توجه متفاوت به نیازهای زنان و ترغیب آنان به کارآفرینی بر اساس انگیزه‌های شناسایی‌شده را می‌طلبد. وضعیت اقتصادی، صنعتی، اجتماعی، و فرهنگی امروز کشور به گونه‌ای است که حل مشکلات و تنگناها، الگوها و راه‌حل‌های جدید و متفاوتی را طلب می‌کند. ترکیب جمعیتی جوان کشور، ضرورت ایجاد فرصت‌های شغلی، و نیز نوسان بهای نفت و تحریم‌های بین‌المللی چهار عامل عمده‌ای هستند که موجب می‌شوند سیاستگذاران و تصمیم‌گیران کلان کشور به منبع درآمد سهل‌الوصول دیگری به جز نفت بیندیشند و بی‌شک آن منبع جز توسعه کارآفرینی، ابتکار، خلاقیت، و نوآوری نیست.

با استفاده از کارآفرینی، به‌منزله یک راهکار عملی، می‌توان گامی به سوی ایجاد عدالت اجتماعی، مبارزه با فقر، و توسعه اقتصادی، اجتماعی، و فرهنگی برداشت. دولت‌ها، به‌عنوان قدرتمندترین عامل اقتصادی و اجتماعی، باید بتوانند ضمن بسترسازی مناسب و ایجاد فضای لازم برای رشد و شکوفایی استعداد‌های انسانی از توان کل جمعیت فعال اقتصادی، اعم از زن و مرد، بهره‌جسته و آن توان را اثربخش کنند. از آنجا که فرایند توسعه کارآفرینی تحت تأثیر عوامل زمینه‌ای و ساختاری متعددی واقع می‌شود، که در این میان انگیزه‌های کارآفرینی می‌توانند اثر تقویت‌کننده یا تضعیف‌کننده بسیاری بر فرایند کارآفرینی داشته باشد، شناخت این نیازها و انگیزه‌ها با توجه به تفاوت‌های جنسیتی می‌تواند مراتب تسهیل توسعه کارآفرینی زنان را فراهم کند. بنابراین، با توجه به نتایج تحقیق، پیشنهاد‌های زیر به منظور تشویق زنان به کارآفرینی و حمایت از کارآفرینی زنان در کشور ارائه می‌شود:

برگزاری نمایشگاه‌ها و جشنواره‌های مختص زنان و معرفی زنان کارآفرین به جامعه و تقدیر از توانایی‌های زنان کارآفرین برای اثبات شایستگی‌ها و نشان‌دادن توانایی‌های زنان، فراهم‌سازی

امکانات و زیرساخت‌های شروع کسب‌وکار توسط دولت جهت زنان کارآفرین و دارای ایده‌های نو (تسهیل شروع کسب‌وکار توسط زنان) با توجه به انگیزه بالای زنان کارآفرین برای اشتغال خود و دیگران، کمک به امکان دسترسی یکسان به فرصت‌های کسب‌وکار در زنان و مردان، شناساندن زمینه‌ها و فرصت‌های مناسب بر اساس توانمندی‌ها و استعداد‌های زنان و فرهنگ جامعه با توجه به نیاز به اشتغال زنان تحصیل کرده در جامعه، برگزاری دوره‌های آموزشی و ارتقای مهارت‌های فنی و حرفه‌ای به‌خصوص برای زنان دانشجو.

همچنین به منظور دستیابی به نتایج این تحقیق، پیشنهاد تحقیقات آتی به صورت زیر ارائه می‌شود: بررسی تأثیر تفاوت در انگیزه‌های زنان و مردان کارآفرین بخش صنعت در عملکرد آن‌ها، مطالعه شباهت‌ها و تفاوت‌های انگیزه‌های زنان و مردان کارآفرین در سایر بخش‌های اقتصادی شامل خدمات، کشاورزی، و...، شناسایی عوامل مؤثر بر انگیزه‌های کارآفرینی، بررسی نقش سرمایه انسانی و سرمایه اجتماعی در انگیزه‌های کارآفرینی.

منابع

- [۱] آراستی، زهرا (۱۳۸۵). «زنان کارآفرین ایرانی؛ ساختارهای فرهنگی- اجتماعی مؤثر در ایجاد کسب‌وکارهای کارآفرینانه»، پژوهش زنان، س ۴، ش ۲، ص ۹۳-۱۱۹.
- [۲] آراستی، زهرا؛ اکبری جوکار، محمدرضا (۱۳۸۵). «تحقیقی پیرامون ویژگی‌های کسب‌وکار کارهای زنان کارآفرین تحصیل کرده دانشگاهی و مشکلات آنان در راه‌اندازی کسب‌وکار»، دوامنامه علمی- پژوهشی دانشور رفتار، ش ۳۲، ص ۳۷-۴۶.
- [۳] آراستی، زهرا؛ والی‌نژاد، محبوبه (۱۳۹۰). «نوع‌شناسی انگیزه‌های زنان کارآفرین ایرانی»، تحقیقات زنان، ش ۳، ص ۹۹-۱۲۵.
- [۴] احمدپور داریانی، محمود (۱۳۹۱). کارآفرینی (تعاریف، نظریات، الگوها)، چ ۱۰، نشر جاجرمی.
- [۵] سالنامه آماری کشور (۱۳۹۰). مرکز آمار ایران.
- [۶] صابر، فیروزه (۱۳۸۵). راه‌های توسعه کارآفرینی زنان در ایران: راهکارهای تواناسازی زنان در راستای برابری اقتصادی اجتماعی و سیاسی در ایران، تهران: انتشارات روشنگران و مطالعات زنان.
- [۷] گلرد، پروانه (۱۳۸۶). «ویژگی‌ها، انگیزه‌ها، و اهداف ترغیب‌کننده زنان ایرانی در توسعه کسب‌وکار»، پژوهشنامه بازرگانی، ش ۴۴، ص ۲۶۷-۲۹۵.
- [۸] ——— (۱۳۸۸). «عوامل مؤثر در کارآفرینی زنان ایرانی»، نشریه پژوهش زنان. مرکز مطالعات و تحقیقات دانشگاه تهران، ش ۱۱، ص ۱۰۱-۱۲۴.
- [۹] هانس لاندستروم (۱۳۸۵). پیشگامان تحقیقات کارآفرینی و کسب‌وکارهای کوچک، ترجمه زهرا آراستی، انتشارات دانشکده فنی و مهندسی گلپایگان/ نشر سایه‌بان.

[10] Aldrich, H. (2000). *Organizations evolving*. Beverly Hills: Sage.

[11] Aldrich, H., & Zimmer, C. (1986). *Entrepreneurship through social networks*. In D. Sexton, & R. Smilor (Eds.), *The art and science of entrepreneurship* (pp. 3-23). Cambridge, MA: Ballinger

- [12] Alina, B. (2010). *Entrepreneurial motivation: are women driven by different motivators than men*. The Journal of the Faculty of Economics , vol 1.234-241
- [13] Benzing, C. Chu, H.M. Szabo.B. (2005). Hungarian and Romanian Entrepreneurs in Romania—Motivation, Problems, and Differences, Journal of Global Business, vol.16, 77–87.
- [14] Benzing, C., H. M. Chu, and Callanan, H. (2005). Regional Comparison of the Motivation and Problems of Vietnamese Entrepreneurs, Journal of Developmental Entrepreneurship vol.10, 3–27.
- [15] Benzing, C., and H. M. Chu (2005). *Entrepreneurial Behavior in Andhra Pradesh, India, proceedings of the Association of Global Business 2005*, Miama Beach, Florida.
- [16] Benzing, C. H.M.Chu, Kara, O. (2009). Entrepreneurs in Turkey: A Factor Analysis of Motivations, Success Factors, and Problems. Journal of Small Business Management Vol. 47, 58–91.
- [17] Birley, S. Westhead, P. (1994). A Taxonomy of Business Start-up Reasons and Their Impact on Firm Growth and Size, Journal of Business Venturing, Vol. 9, 7-31.
- [18] Buttner, E. H. Moore, D. P. (1997). Women's Organizational Exodus to Entrepreneurship: Self- Reported Motivations and Correlates with Success. Journal of Small Business Management, Vol. 35, 34-47.
- [19] Caliendo, M. Kritikos, A.S. (2009). *I Want to, But I Also Need to: Start-Ups Resulting from Opportunity and Necessity*, IZA, Discussion Paper No. 4661, December 2009.
- [20] Carter, N.M., Gartner, W.B., Shaver, K.G. Gatewood, E.J. (2003). The career reasons of nascent entrepreneurs, Journal of Business Venturing, vol.18, 13-39.
- [21] Carroll, G. Mosakowski, E. (1987). The career dynamics of self employment. Administrative Science Quarterly, vol.32, 570–589.
- [22] Cetindamar, D. (2005). Policy issues for Turkish entrepreneurs. International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management, vol.5 (3/4), 187-205.
- [23] Christiansen, C. (1997). *The innovators dilemma*. Cambridge: Harvard Business School Press.
- [24] Clark, K. Drinkwater, S. (2000). Pushed out or pulled in? Self employment among ethnic minorities in England and Wales, Labour Economics, Elsevier, vol. 7(5), 603-628.
- [25] Cohoon, J.M., Wadhwa, V., Mitchell, L. (2010). *The Anatomy of an Entrepreneur, Are Successful Women Entrepreneurs Different from Men?* Kauffman, The Foundation of Entrepreneurship.
- [26] Cole, G.A. (2001). *Management: Theory and Practice*, 5th Edition, Britain: Educational Low Priced Sponsored Texts.
- [27] Deakins, D. Whittam, C. (2000). *Business Start-Up: Theory, Practice and Policy*, in Carter, S. (Eds), Jones-Evans, D., London: Pearson Education, pp.115-31
- [28] Denison, D. Alexander, J. (1986). *Patterns and Profiles of Entrepreneurs: Data from Entrepreneurship Forums*. Frontiers of Entrepreneurship Research. Ed. Robert Ronstadt, Robert Hornday, Rein Peterson, and Karl Vesper. Wellesley, Mass.: Babson Center for Entrepreneurial Studies, 578-593.

- [29] Dubini, P.(1988). The Influence of Motivations and Environment on Business Startups:Some Hints for Public Policies, *Journal of Business Venturing*, vol.4, 11-26.
- [30] Eyupoglu, S.Z. Saner, T. (2011). Who is she? The Turkish Cypriot female entrepreneur. *African Journal of Business Management* Vol.5 (15).6247-6255.
- [31] Gelin, M. (2005). *The Importance of Gender in Starting and Managing a Small Business*.Houston Psychiatric Society, June.
- [32] Goleman, D. (2001). *What Makes a Leader?*. In *Social Psychology 5th Edition*, Annual Editions. USA: McGraw-Hill/Dushkin, Connecticut.
- [33].Gracle, S. (1998). *In The Company of Women; Women Entrepreneurs Thrive in Business*. Management Today, June.
- [34] Hisrich, R. D.Micheal P. P.Shepherd, D. A. (2005). *Entrepreneurship, International*. Ed., Boston: McGraw-Hill,
- [35] Hughes K.D. (2006). Exploring Motivation and Success among Canadian Women Entrepreneurs.107-120.
- [36] Huitt, W. (2001). *Motivation to Learn: An Overview. Educational Psychology Interactive*. Valdosta, GA: Valdosta State University. <http://chiron.valdosta.edu/whuitt/col/motivation/motivate.html>
- [37] Hussain, D. Yaqub, M.Z. (2010). Micro-entrepreneurs: Motivations Challenges and Success Factors. *International Research Journal of Finance and Economics*, Vol. 56, 22-28.
- [38] Jaimie, S, P.Sullivan, C. C. Halbrendt. Qingbin, W. (1998). *An Exploratory Study of How Rural Female Entrepreneurs View Success*, University of Vermont Publication.
- [39] Jesurajan, S.V. Gnanadhas, E.(2011).The study on the factors motivating women to become entrepreneurs in Tirunelveli distric. *Asian Journal of Business and Economics*, Voll, No.1.1., <http://www.sbaer.uca.edu/research/1998/ICSB/aa008.html>
- [40] Kelley, D.J. Bosma, N. (2011). *Global Entrepreneurship Monitor 2010 Global report*.
- [41] Kjeldsen J. Nielson K. (2000). *The Circumstances of Women Entrepreneurs Danish Agency for Trade and Industry*. http://www.ebst.dk/publikationer/rapporter/women_entrepreneurs/kap04.html
- [42] Manolova, T.Brush, C.Edelman, F. (2008). What do women entrepreneurs want?. *Journal of Strategic Change*, vol 17.69-82.
- [43].Masuda, T. (2006). The determinants of latent entrepreneurship in japan. *Small Business Economics*, vol.26, 227-240.
- [44] Martins, S. (2004). *Barriers to entrepreneurship and business creation*.ECC-European Entrepreneurship Cooperation.
- [45] Meece, J. Glienke, BB. Burg, S. (2006).Gender and motivation.*Journal of School Psychology*, vol44, 351-373.
- [46] Ozsoy, O., D. Oksoy & K. Kozan (2001). *The Characteristics of Turkish Entrepreneurs and Their Enterprises*. Long Island, NY: College of Business, Alfred University.
- [47] Pistrui, D. W. Huang, D. Oksoy, J. Zhao.Welsch, H. (2001). The Characteristics and Attributes of New Chinese Entrepreneurs and Their Emerging Enterprises, *Business Forum*, vol.24 (3-4), 31-39.

- [48] Robichaud, Y. McGraw, E. Roger, A. (2001). Toward the Development of a Measuring Instrument for Entrepreneurial Motivation, *Journal of Developmental Entrepreneurship* vol. 6(1), 189-202.
- [49] Roy, M. A. Wheeler, D. (2006). A survey of micro-enterprise in urban West Africa: Drivers shaping the sector. *Development in Practice*, vol. 16 (5), 452-464.
- [50] Sadi, M. Al-Ghazali, B. (2012). The dynamics of entrepreneurial motivation among women: a comparative study of businesswomen in Saudi Arabia and Bahrain. *Asian Academy of Management Journal*, Vol. 17, No. 1, 97-113.
- [51] Scheinberg, S. MacMillan, I. (1988). *An Eleven-country Study of the Motivation to Start a Business*. In B. Kirchoff, W. Long, W. McMullan, K. Vesper & W. Wetzel (Eds.), *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Wellesley, MA: Babson College.
- Schwartz, E. (1976). Entrepreneurship: A new female frontier. *Journal of Contemporary Business*, 5(1), 47-76.
- [52] Schumpeter, Joseph A., (1934). *The theory of economic development*. Cambridge, MA Harvard University press.
- [53] Shane, S., Kolvereid, L. Westhead, P. (1991), An exploratory examination of the reasons leading to new firm formation across country and gender, *Journal of Business Venturing*, vol. 6, 431-446.
- [54] Shane, S. Locke, E. Collins, C. (2003). Entrepreneurial motivation. *Human Resource Management Review*. vol. 13, 257-279.
- [55] Shapero, A. (1988). Why Entrepreneurship: A Worldwide Perspective. *Journal of Small Business Management*, vol. 23(4), 1-5.
- [56] Simonin M. (2006). Women in entrepreneurship Research Paper for Seminar in Business Strategy & International Business March.
- [57] Stefanovic, I. Prokic, S. Rankovic, L. (2010). Motivational and Motivational and success factors of entrepreneur: the evidence from a developing country. *Zb. rad. Ekon. fak. Rij.* vol 28. sv. 2-251-269.
- [58] Swierczek, F. W. Ha, T. T. (2003). Entrepreneurial orientation, uncertainty avoidance and firm performance: an analysis of Thai and Vietnamese SMEs. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, vol. 4(1), 46-58.
- [59] Ufuk, H., and Ozgen O. (2001a). Interaction between the business and family lives of women entrepreneurs in Turkey. *Journal of Business Ethics*, vol. 31, 95-106.
- [60] Ufuk, H., and Ozgen O. (2001b). The profile of women entrepreneurs: A sample from Turkey. *International Journal of Consumer Studies*, vol. 25 (4), 299-308.
- [61] Woldie, A. and Adersua, A. (2004). Female entrepreneurs in a transitional economy: Business women in Nigeria. *International Journal of Social Economics*. Vol 31(1), 78-93.
- [62] World Bank (2011). Report on Labor participation rate, female (% of female population ages 15+, available on <http://data.worldbank.org/indicator/SL.TLF.CACT.FE.ZS>.
- [63] Zhu, L. Chu, H. (2010). Motivations, Success Factors and Problems Encountered by Chinese Women Entrepreneurs: A Factor Analysis. *International Review of Business Research Papers*. vol 6(5). 164-180.