

تحلیل عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان عشایر استان ایلام

An Analysis of factors influencing Nomad Women's Entrepreneurship in Ilam Province

طیبه چراغی^۱، رویا اشراقی سامانی^۲

تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۱۲/۱۵

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۴/۴/۲۰

چکیده

مقوله کارآفرینی به سرعت در حال گسترش است و به ویژه کارآفرینی زنان موضوع خاص و مورد توجه جهان است. کارآفرینی زنان نه تنها سبب کسب منفعت اقتصادی است، بلکه منافع اجتماعی و فرهنگی نیز ایجاد می‌نماید. هدف از انجام پژوهش پیمایشی حاضر تحلیل عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان عشایر استان ایلام بود. زنان عشایر استان ایلام، جامعه آماری مورد مطالعه بودند که حجم نمونه بر اساس جدول مورگان ۳۸۰ نفر تعیین شد و به روش نمونه‌گیری در دسترس نمونه‌های مورد مطالعه انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه محقق ساخته که روایی صوری و محتوایی آن با استفاده از پانل متخصصان و پایایی آن با استفاده از ضریب اطمینان آلفای کرونباخ ($\alpha=0/89$) تأیید گردید. نتایج آزمون مقایسه میانگین نشان داد میان زنان عشایر کارآفرین و غیر کارآفرین از نظر سن، سطح تحمل ابهام و وضعیت تأهل تفاوت معنی‌داری وجود ندارد اما از نظر حمایت خانواده، شرایط فرهنگی اجتماعی، برخورداری از حمایت‌های دولت، استفاده از کانال‌های ارتباطی، ریسک‌پذیری، کنترل درونی، پشتکار، خلاقیت، استقلال طلبی، نگرش نسبت به کارآفرینی، میزان سرمایه اولیه، گذراندن دوره‌های آموزشی برای کسب مهارت و سرپرست خانوار بودن زنان عشایر کارآفرین و غیر کارآفرین استان ایلام تفاوت معنی‌دار وجود دارد. طبق نتایج برآورد رگرسیون لاجیت، متغیرهای مستقل دارا بودن سرمایه اولیه، گذراندن دوره‌های آموزشی کسب مهارت کارآفرینی، ریسک‌پذیری، استقلال طلبی، حمایت‌های دولت، شرایط فرهنگی اجتماعی و نگرش نسبت به کارآفرینی، بر متغیر وابسته‌ی احتمال کارآفرینی زنان عشایر استان ایلام مؤثر شناخته شدند. ضریب تعیین کاکس-اسنل و نیجل کرک نشان می‌دهد که متغیرهای مستقل مدل مطالعه می‌توانند ۷۲/۱ تا ۷۸/۹ درصد از تغییرات متغیر وابسته (احتمال کارآفرینی) را پیش‌بینی کنند.

واژه‌های کلیدی: زنان عشایر، کارآفرینی، رگرسیون لاجیت، استان ایلام

مقدمه و بررسی منابع

مقوله کارآفرینی به سرعت در حال گسترش است و کارآفرینی زنان موضوع خاص و مورد توجه سراسر جهان

^۱. دانش‌آموخته گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ایلام

^۲. استادیار گروه مدیریت کشاورزی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ایلام، "نویسنده مسئول" R_eshraghi_s@yahoo.com

است. زنان در زمان کوتاهی توانسته‌اند با ورود به عرصه کسب و کار، تحول عظیمی در توسعه اقتصادی کشورها ایجاد کنند. فعالیت‌های اقتصادی زنان در جهان و جهت‌گیری آنان به سمت فعالیت‌های کارآفرینانه به دلایل متعددی از جمله بیکاری، استقلال، کسب درآمد، پایین بودن دستمزدها و عدم رضایت از شغل قبلی است اما عوامل مختلفی در تسهیل و یا تضعیف این فعالیت‌ها مؤثر است. بررسی این عوامل می‌تواند در توسعه فعالیت کارآفرینانه زنان نقش مهمی ایفا نماید (Navabakhsh and Herafte, 2010).

بسیاری از محققان معتقدند که فعالیت‌های کارآفرینی توسط زنان، نقش برجسته‌ای در سلامت اقتصاد ملت‌ها دارد (Gelard, 2005). زنان ۴۹/۳ درصد از جمعیت کشور را دارا هستند، با این وجود سهم زنان کشور در فعالیت‌های کارآفرینانه بسیار اندک است و فقط ۱۱/۲ درصد زنان کشور از نظر اقتصادی فعال می‌باشند. این در حالی است که نرخ فعالیت اقتصادی زنان در جهان ۲۵ الی ۳۵ درصد است (Arasti, 2006).

زنان عشایر نیمی از جمعیت عشایر را شامل می‌شوند و نقش عمده‌ای در تولیدات اقتصادی ایفا می‌کنند. در جوامع عشایری، فرهنگ اقتدارگرا و مرد سالار همواره رواج‌دهنده‌ی باورهای سنتی و کلیشه‌های جنسیتی بوده و از ابتدا، تربیت و اجتماعی شدن دختران، در نظر گرفتن خویش به عنوان جنس دوم و تضعیف اعتماد به نفس و تعمیق حس حقارت و خود کم بینی توانایی‌های خویش را در پی داشته است. این زنان سخت‌کوش، در کنار تربیت فرزندان و آشپزی روزانه مجبورند فعالیت‌های متعدد دیگری را در خانواده داشته باشند. بافتن فرش، گلیم، جاجیم، تهیه مواد لبنی و تهیه هیزم، بخشی از فعالیت‌های روزانه زن عشایر را تشکیل می‌دهند. نظر به اینکه معیشت خانوارهای عشایری از طریق دامداری است و با وجود خشکسالی‌های اخیر و از بین رفتن مراتع و همچنین کاهش نیروی انسانی خانوارهای عشایر، به سبب شهرنشینی شدن اکثر اعضای خانواده به دلایل مختلف، از جمله ادامه تحصیل و دست تنها ماندن سرپرست خانوار (که در موارد متعددی زنان سرپرست خانوار می‌باشند)، فعالیت دامپروری به تنهایی جوابگوی تأمین نیاز اقتصادی خانوار نیست. لذا زنان عشایر با حمایت مدیریت امور عشایر استان ایلام به فعالیت‌های کارآفرینی و ایجاد کسب و کارهای خانگی روی آورده و از این طریق در درآمدزایی خانوارها سهم بسزایی را ایفاء می‌کنند.

در ارتباط با کارآفرینی و عوامل مؤثر بر فعالیت‌های کارآفرینانه، مطالعاتی انجام شده است از جمله، مسعودنیا (Masudnia, 2004) در پژوهشی با عنوان ارزیابی شخصیتی - خصیصه‌ای برای سنجش کارآفرینی، دوازده متغیر شخصیتی مؤثر را در جهت موفقیت کارآفرینان عنوان می‌کند که عبارتند از انگیزه موفقیت، منبع کنترل، گرایش به خطر پذیری، نوآوری، عزت نفس، استقلال، آغازگر بودن، احساس نسبت به دیگران، رهبری، مسئولیت پذیری، پشتکار و انرژی فیزیکی. فلاح جلودارزاده (Fallah Jelodarzadeh, 2007) در تحقیقی نتیجه گرفت خانواده بیشترین تأثیر را بر موفقیت کارآفرینی زنان روستایی شمال کشور دارد. از نظر ویژگی‌های روانشناختی، زنان کارآفرین مورد بررسی، عمدتاً آینده‌نگر، نوگرا و خوداتکا بودند. همچنین بیش از نیمی از زنان کارآفرین در کلاس‌های آموزشی مرتبط با کسب و کار زنان کارآفرین شرکت نموده‌اند و از نظر مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی بیشتر آنها در شرکت‌های تعاونی عضویت داشتند. میر غفوری (Mir Qafoori, 2009) موانع مؤثر بر

کارآفرینی زنان استان یزد را تحلیل نموده و به این نتیجه دست یافت که ۳۰ مانع در شش بعد خانوادگی، علمی، تحصیلی، شخصیتی، مالی، فرهنگی، اجتماعی و قانونی، بر کارآفرینی زنان تأثیر گذار بوده و موانع بعد پرورشی تأثیر گذار نیستند. نوابخش و هرافته (Navabakhsh and Herafte, 2010)، در مطالعه‌ای به بررسی عوامل فرهنگی اجتماعی مؤثر بر فرهنگ کارآفرینی زنان پرداختند. بر اساس نتایج، میان عوامل فردی (انگیزه‌ها و اهداف، سرمایه انسانی)، عوامل محیطی (عوامل فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی) و عوامل شبکه‌ای (شبکه اولیه)، با شاخص‌های توسعه کارآفرینی رابطه وجود دارد. سجادی و همکاران (Sajadi et al., 2011) تأثیر عوامل درونی و بیرونی را بر بروز رفتارهای کارآفرینانه زنان بررسی نموده و نتیجه گرفتند که ویژگی‌های شخصیتی، شناختی و الگوی نقش که جزء عوامل درونی هستند، ارتباط خطی مستقیمی با بروز رفتارهای کارآفرینانه زنان دارند. همچنین عوامل بیرونی شامل مؤلفه‌های سازمانی و فرهنگ اجتماعی، ارتباط خطی مستقیم، ولی مؤلفه‌های محیطی شامل سطح دسترسی به منابع و سطح پویایی محیطی ارتباط غیر خطی از نوع درجه دوم با بروز رفتارهای کارآفرینانه زنان دارند. ممیز و همکاران (Momayez et al., 2013) عوامل اثرگذار در توسعه کارآفرینی زنان را بررسی نموده و نتیجه گرفتند عوامل اقتصادی، جمعیتی، فرهنگی و ایدئولوژیکی در نقش اجتماعی زنان تأثیر دارد. سن، وضعیت تأهل، درجه تحصیلات و امکانات شغلی از جمله علل و عواملی است که به شدت در اشتغال زنان دخالت دارند. نامجویان شیرازی (Namjuyan Shirazi, 2014)، نقش صندوق‌های اعتبارات خرد زنان روستایی را در تأمین منابع مالی برای توسعه کسب کارهای کوچک و تحقق کارآفرینی در جوامع روستایی بررسی نمود و نتیجه گرفت که تشکیل صندوق‌ها، باعث افزایش دسترسی زنان روستایی به منابع اعتباری گردیده و مشارکت اجتماعی، اعتماد به نفس و قدرت تصمیم‌گیری آن‌ها را افزایش داده است.

ورهول (Verheul, 2002) در تحقیقی با عنوان فعالیت‌های کارآفرینانه، خود ادراکی و جنسیت، نتیجه گرفتند که در سطح کلان، زنان و مردان کارآفرین از نظر نوع فعالیت‌های کارآفرینانه که در آن‌ها درگیر می‌شوند و روشی که فعالیت‌های خود را مدیریت می‌کنند با یکدیگر تفاوت دارند. کولاول و توریمیرو (Kolawole and Torimiro, 2005) در مطالعه‌ای که در نیجریه تحت عنوان توسعه مشارکت کارآفرینان روستایی برای ایجاد تغییرات اساسی انجام دادند، نتیجه گرفتند برای توسعه کارآفرینی روستایی در مناطق مختلف نیجریه سه عامل کلیدی شکل‌گیری تعاونی‌های روستایی، وجود زیرساخت‌های کاربردی و پایدار، راه‌اندازی پروژه‌های مشارکتی توسعه را لازم می‌داند. گوپتا (Gupta, 2009) ویژگی‌های شخصیتی و رفتاری کارآفرینان را در سه کشور ترکیه و آمریکا و هند بررسی نمودند و نتیجه گرفتند که برخی ویژگی‌های نسبت داده شده به کارآفرینان در کشورهای مختلف یکسان می‌باشد ولی برخی ویژگی‌ها در کشورهای مختلف متفاوت است و دیدگاه کشورها نسبت به کارآفرینان تفاوت دارد.

کارآفرینی به نوبه خود فرآیند پیچیده‌ای است که عوامل متعدد شخصیتی، فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و ... در آن تأثیر گذار می‌باشند و شاید همین پیچیدگی و ناهمواری توجیه‌کننده میزان قابل تأمل عدم موفقیت بانوان در کارآفرینی و اساساً عدم ورود ایشان به فعالیت‌های کارآفرینانه باشد. از این رو شناسایی عوامل مؤثر در فرایند

راه‌اندازی فعالیت کارآفرینانه از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است (Arasti, 2006). مطالعه حاضر بر آن است که ویژگی‌های زنان عشایر کارآفرین و غیر کارآفرین را مقایسه نموده و عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان عشایر استان ایلام را مورد تحلیل قرار دهد.

مواد و روش‌ها

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی، به لحاظ تجزیه و تحلیل عددی داده‌ها، کمی و از نظر روش و گردآوری داده‌ها، در گروه تحقیقات توصیفی، از نوع پیمایشی مقطعی و از سری تحقیقات همبستگی است. جامعه آماری این تحقیق زنان عشایر استان ایلام می‌باشند که بر اساس گزارش سازمان امور عشایر استان ایلام تعداد زنان عشایر در فصل بیلاق ۳۱۰۸۴ نفر و در زمان قشلاق ۲۵۹۶۱ نفر می‌باشد. نظر به این که مطالعه حاضر در بهار ۱۳۹۴ و در زمان بیلاق عشایر انجام شد، جمعیت زنان در بیلاق به عنوان جامعه آماری مورد مطالعه در نظر گرفته شد. حجم نمونه نیز بر اساس جدول مورگان ۳۷۹ نفر تعیین شد و به روش نمونه‌گیری در دسترس نمونه‌ها انتخاب شده و مورد مطالعه قرار گرفتند. جهت جمع‌آوری داده‌های تحقیق، از پرسشنامه محقق ساخته که مشتمل بر هفت بخش ویژگی‌های فردی، اقتصادی، آموزشی، فرهنگی-اجتماعی، سیاست‌های حمایتی، سابقه کسب و کار خانواده و نگرش نسبت به کارآفرینی می‌باشد، استفاده شد. روایی ظاهری و محتوایی توسط صاحب‌نظران تأیید گردید و برای اطمینان از عدم ابهام در سؤالات و انطباق هر چه بیشتر با جامعه آماری، اقدام به انجام مطالعات اولیه و تعیین اعتبار پرسشنامه شد و با استفاده از فرمول آلفای کرونباخ ($\alpha = 0/89$) پایایی پرسشنامه تأیید گردید. متغیر وابسته این تحقیق وضعیت کارآفرینی زنان عشایر استان ایلام می‌باشد. متغیرهای مستقل نیز عبارتند از ویژگی‌های فردی (سن، تحصیلات، وضعیت تأهل، سرپرست خانوار بودن، ریسک‌پذیری، استقلال طلبی، پشتکار، خلاقیت، نگرش، مرکز کنترل درونی، تحمل ابهام)، شرایط فرهنگی-اجتماعی، عامل اقتصادی دارا بودن سرمایه اولیه، گذراندن دوره‌های آموزشی مرتبط با کارآفرینی و میزان استفاده از کانال‌های ارتباطی و حمایت‌های دولت.

برای خلاصه کردن، و تفسیر داده‌های جمع‌آوری شده از جامعه آماری مورد نظر، از آمار توصیفی و به منظور تحلیل داده‌ها از آمار تحلیلی استفاده شد. در بخش آمار تحلیلی به منظور مقایسه ویژگی‌های زنان عشایر کارآفرین و غیر کارآفرین استان ایلام با توجه به مقیاس متغیرها، از آزمون‌های مقایسه میانگین مناسب (t ، X^2 و کروسکال والیس) استفاده شد. جهت پیش‌بینی متغیر وابسته تحقیق، از طریق متغیرهای مستقل و تبیین سهم هر یک از متغیرهای مستقل در تبیین متغیر وابسته، مدل رگرسیون برآورد گردید. نظر به اینکه متغیر وابسته تحقیق (کارآفرینی زنان عشایر استان ایلام)، از نوع اسمی دو وجهی است که برای زنان کارآفرین یک و برای زنان کارآفرین صفر در نظر گرفته شده، از رگرسیون لجیت^۱ استفاده شد. مدل رگرسیون لجیت بر اساس احتمال تجمعی لاجستیک بنا نهاده شده است. براساس این الگو، احتمال کارآفرینی زنان از رابطه ۱ محاسبه می‌شود:

^۱. Logit

$$P_i = F(Z_i) = F\left(\beta_0 + \sum_{j=1}^n \beta_j x_{ij}\right) = \frac{1}{1 + e^{-Z_i}} = \frac{e^{Z_i}}{1 + e^{Z_i}} \quad (1)$$

در رابطه ۱، P_i احتمال کارآفرین بودن نمونه i ام، F رابطه تابعی، β_0 عرض از مبدأ مدل، β_j پارامترهای مورد برآورد مدل، x_{ij} متغیرهای مستقل مدل (x_1 سن، x_2 سطح تحصیلات، x_3 وضعیت تأهل، x_4 سرپرست خانوار بودن، x_5 ریسک‌پذیری، x_6 کنترل درونی، x_7 پشتکار، x_8 خلاقیت، x_9 تحمل ابهام، x_{10} استقلال طلبی، x_{11} ، نگرش، x_{12} شرکت در دوره‌های آموزشی کسب مهارت، x_{13} حمایت خانواده، x_{14} میزان استفاده کانال‌های ارتباطی، x_{15} شرایط فرهنگی-اجتماعی، x_{16} برخورداری از حمایت‌های دولت و x_{17} میزان سرمایه اولیه)، i نمونه مورد مطالعه، n تعداد کل مشاهدات، شاخص واکنش کشاورز است. Z_i شاخص وضعیت نمونه مورد مطالعه است. شاخص وضعیت، متغیری تصادفی است که اگر مقدار آن از حد خاصی بیشتر باشد، نمونه مورد نظر کارآفرین خواهد بود و در غیر این صورت کارآفرین نخواهد بود. این شاخص از رابطه ۲ قابل محاسبه است:

$$Z_i = \beta_0 + \sum_{j=1}^n \beta_{ij} x_{ij} \quad (2)$$

همانگونه که در رابطه فوق مشاهده می‌شود، مقدار Z_i از طریق برآورد رابطه رگرسیونی ۳ قابل برآورد می‌باشد:

$$Z_i = \beta_0 + \sum_{j=1}^n \beta_{ij} x_{ij} + V_i \quad (3)$$

سپس با به کارگیری پارامترهای مدل برآورد شده برای متغیرهای مستقل در مدل لاجیت اثر نسبی هر یک از متغیرهای توصیفی بر احتمال کارآفرین بودن با مشتق‌گیری از مدل نسبت به متغیر مستقل برای هر نمونه قابل محاسبه است:

$$\frac{\partial P_j}{\partial x_{ji}} = \frac{\beta_j e^{Z_i}}{(1 + e^{Z_i})^2}$$

با توجه به وجود مشکل واریانس ناهمسان در مدل لاجیت و برای به دست آوردن پارامترهای کارا، الگوی مذکور از طریق روش حداکثر درست‌نمایی برآورد می‌شود.

نتایج و بحث

میانگین سن زنان عشایر مورد مطالعه ۴۱ سال، جوانترین نمونه ۱۷ سال و مسن‌ترین آن‌ها ۸۰ سال داشته‌اند. بیشترین فراوانی مربوط به طبقات سنی ۳۰ تا ۴۵ سال و کمترین فراوانی مربوط به طبقه سنی بیش از ۶۰ سال است. از نظر تحصیلات، بیشترین فراوانی مربوط به افرادی بوده که دارای تحصیلات زیر دیپلم با ۴۴/۵۹ درصد و کمترین فراوانی مربوط به افراد دارای تحصیلات دانشگاهی با ۹/۲۳ درصد بود. بررسی توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب وضعیت تأهل حاکی از آن است که ۷۲/۸۲ درصد متأهل و ۲۷/۱۸ درصد دیگر مجرد (۲۴/۲۷ درصد از این افراد تجربه یکبار ازدواج را داشته‌اند) بودند. براساس یافته‌های پژوهش ۳۹/۵۴ درصد پاسخگویان در زمینه صنایع دستی، ۳۶/۴۳ درصد دامپروری و ۲۴/۰۳ درصد در سایر زمینه‌ها کارآفرینی نموده‌اند (جدول ۱).

جدول ۱- توزیع فراوانی جامعه مورد بررسی بر حسب ویژگی‌های فردی
 Table 1- Distribution of the surveyed population of individual properties

درصد Percent	فراوانی Frequency	ویژگی Property
28.23	107	زیر 30 سال Under 30 years
24.54	93	30 تا 40 سال 30-45 years
26.39	100	45 تا 60 45-60 years
20.84	79	بیشتر از 60 More than 60 years
27.18	103	مجرد Singles
72.82	276	متاهل Married
17.15	65	بیسواد Illiterate
44.59	169	زیر دیپلم Below the diploma
29.02	110	دیپلم Diploma
9.23	350	دانشگاهی Collegiate
34.04	129	کارآفرین Entrepreneurship
65.96	250	غیر کارآفرین Non Entrepreneurship
35.93	51	دامپروری Animal husbandry
36.43	47	صنایع دستی Crafts
24.03	31	سایر Others

Source: Research findings

مأخذ: یافته‌های تحقیق

تحلیل عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان عشایر استان ایلام

جهت مقایسه میانگین متغیرهای سن، حمایت خانواده، شرایط فرهنگی اجتماعی، برخورداری از حمایت‌های دولت، استفاده از کانال‌های ارتباطی، ریسک‌پذیری، کنترل درونی، پشتکار، خلاقیت، تحمل ابهام، استقلال طلبی، نگرش نسبت به کارآفرینی و میزان سرمایه اولیه زنان عشایر کارآفرین و غیر کارآفرین استان ایلام، از آزمون مقایسه میانگین t استفاده شد و نتایج حاصل در جدول (۲) ارائه شده است.

جدول ۲- نتایج آزمون مقایسه میانگین t

Table 2- Results of t average comparison

sig	آماره t T statistic	متغیر Variable
0.232	-1.221	سن Age
0.003	2.120**	حمایت خانواده Family support
0.032	1.981°	شرایط فرهنگی - اجتماعی Socio- cultural conditions
0.001	2.076**	حمایت‌های دولت Government support
0.001	2.283**	استفاده کانال‌های ارتباطی Communication channels used
0.000	4.365**	ریسک‌پذیری Risk disclosure
0.008	1.993**	کنترل درونی The inner control
0.049	1.897°	پشتکار Perseverance
0.003	2.105**	خلاقیت Creativity
0.093	1.586	تحمل ابهام Tolerance of ambiguity
0.041	1.932°	استقلال طلبی Independence
0.000	4.650**	نگرش نسبت به کارآفرینی Attitudes towards entrepreneurship
0.001	2.354**	میزان سرمایه اولیه Amount of initial capital

Source: Research findings

مأخذ: یافته‌های تحقیق

همانگونه که نتایج آزمون مقایسه میانگین جدول (۲) نشان می‌دهد، میان زنان عشایر کارآفرین و غیر کارآفرین از نظر سن و تحمل ابهام تفاوت معنی‌داری وجود ندارند اما از نظر حمایت خانواده، شرایط فرهنگی اجتماعی، برخورداری سیاست‌های حمایت‌های دولت، استفاده از کانال‌های ارتباطی، ریسک‌پذیری، کنترل درونی، پشتکار، خلاقیت، استقلال طلبی، نگرش نسبت به کارآفرینی و میزان سرمایه اولیه زنان عشایر کارآفرین و غیر کارآفرین استان ایلام تفاوت معنی‌دار وجود دارد.

به منظور مقایسه زنان عشایر کارآفرین و غیر کارآفرین از نظر وضعیت تأهل، گذراندن دوره‌های آموزشی برای کسب مهارت و سرپرست خانوار بودن از آزمون χ^2 استفاده شد. نتایج نشان داد، تفاوت معناداری بین زنان

عشایر کارآفرین و غیر کارآفرین شهرستان ایلام از نظر وضعیت تأهل وجود ندارد اما وجود تفاوت معنادار بین زنان عشایر کارآفرین و غیر کارآفرین شهرستان ایلام از نظر گذراندن دوره‌های آموزشی برای کسب مهارت و سرپرست خانوار بودن تأیید شد (جدول ۳).

جدول ۳- نتایج آزمون X^2

Table 3-Results of X^2 Test

sig	X^2	متغیر Variable
0.189	1.720	وضعیت تأهل Marital status
0.015	5.587*	آموزش برای کسب مهارت Education for acquisition of skills
0.008	6.433**	سرپرست خانوار بودن Household well-being

Source: Research findings

مأخذ: یافته‌های تحقیق

آزمون کروسکال والیس نیز در خصوص مقایسه زنان عشایر شهرستان ایلام از نظر تحصیلات نشان داد که در سطح ۵ درصد خطا، تفاوت معناداری بین تحصیلات زنان عشایر کارآفرین و غیر کارآفرین وجود دارد (جدول ۴).

جدول ۴- نتایج آزمون کروسکال والیس

Table 4- Results of kruskal-wallis test

DF=k-1	Chi-square	Sig	متغیر Variable
6	12.07	0.015*	سطح سواد Literacy

Source: Research findings

مأخذ: یافته‌های تحقیق

به منظور بررسی عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان عشایر استان ایلام، از تحلیل رگرسیون لجستیک با روش پیشرو گام به گام استفاده شده است. در نهایت پس از هفت گام، متغیرهای مستقل گذراندن دوره‌های آموزش کارآفرینی، دارا بودن سرمایه اولیه، استقلال طلبی، ریسک‌پذیری، حمایت‌های دولت، شرایط فرهنگی و اجتماعی و نگرش نسبت به کارآفرینی بعنوان عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان عشایر استان ایلام وارد مدل شده است. شاخص‌های برازش مدل در گام‌های هفتگانه در جدول ۵ ارائه شده است. بر اساس نتایج به دست آمده، آماره شاخص نسبت درست‌نمایی ($LR = -2 \log \text{likelihood}$) که جهت بررسی نکویی برازش مدل مورد استفاده قرار می‌گیرد، از $1447/551$ در گام اول به $96/645$ در گام هفتم کاهش یافته است و این کاهش نشان‌دهنده بهبود مقدار کای اسکوئر از گام اول تا گام هفتم است. ضریب تعیین کاکس و اسنل^۱ و نیجل کرک^۲ که تقریب‌های ضریب تعیین در رگرسیون خطی هستند نیز نشان می‌دهند که متغیرهای مستقل مدل مطالعه می‌توانند $0/721$ تا $0/789$ درصد از تغییرات متغیر وابسته (احتمال کارآفرینی) را پیش‌بینی کنند.

¹ Cox & Snell

² Nagelkerke

جدول شماره ۵- شاخص‌های برازش مدل لاجیت

Table 5- Indicators of Logit model

Nagelkerke R Square	Cox & Snell R Square	-2 log likelihood	مراحل Steps
0.379	0.344	147.551	گام اول Step1
0.497	0.450	138.675	گام دوم Step2
0.581	0.535	127.699	گام سوم Step3
0.611	0.559	120.874	گام چهارم Step4
0.702	0.652	110.018	گام پنجم Step5
0.748	0.691	102.453	گام ششم Step6
0.789	0.721	96.645	گام هفتم Step7

Source: Research findings

مأخذ: یافته‌های تحقیق

نتایج گام هفتم برآورد مدل لاجیت در جدول ۶ گزارش شده است. همان‌گونه که سطح معنی داری آماره والد نشان می‌دهد، ضریب کلیه متغیرهای وارد شده در مدل در سطح خطای کمتر از ۵٪ دارای اثر مثبت و معنی‌دار بر احتمال کارآفرینی زنان عشایر استان ایلام می‌باشند. آماره $Exp(B)$ که به نسبت بخت‌ها^۱ معروف است، عبارت است از نسبت احتمال وقوع یک پدیده به احتمال عدم وقوع آن که معادل ضرایب رگرسیونی استانداردشده در رگرسیون خطی می‌باشد. در واقع این آماره عبارت است از تغییر پیش‌بینی شده در بخت‌ها به ازای یک واحد افزایش در متغیر مستقل. اگر این آماره بیشتر از عدد یک باشد در آن صورت با افزایش مقادیر متغیر مستقل، احتمال وقوع پدیده افزایش می‌یابد (اثر مثبت) و بالعکس. همان‌گونه که در جدول مشاهده می‌شود مقادیر عددی آماره نسبت بخت‌ها نیز حاکی از اثر مثبت متغیرهای گذراندن دوره‌های آموزش کارآفرینی، دارا بودن سرمایه اولیه، استقلال‌طلبی، ریسک‌پذیری، حمایت‌های دولت، شرایط فرهنگی و اجتماعی و نگرش نسبت به کارآفرینی بر احتمال کارآفرینی زنان عشایر استان ایلام می‌باشد.

براساس نتایج، از نظر میزان حمایت‌های دولت تفاوت معنی‌داری میان زنان عشایر کارآفرین و غیر کارآفرین است و در رگرسیون برآوردشده نیز مشاهده می‌شود که میزان حمایت‌های دولت اثر مثبت معنی‌داری بر کارآفرینی زنان عشایر استان ایلام داشته است. این نتیجه همسو با نتایج میر غفوری (Mir Qafoori, 2009) می‌باشد. همچنین طبق نتایج تحلیل رگرسیون، شرایط اجتماعی فرهنگی، بر کارآفرینی زنان عشایر استان ایلام مؤثر شناخته شد. نتایج پژوهش‌های نوابخش و هرفته (Navabakhsh and Herafte, 2010) و جرالده (Gerald, 2005) نیز این یافته را تأیید می‌کند. آزمون مقایسه میانگین نشان داد بین زنان عشایر کارآفرین و غیر کارآفرین از نظر دارا بودن روحیه مخاطره‌پذیری تفاوت معنی‌دار وجود دارد. تحلیل رگرسیون نیز حاکی از اثر

¹ Odd Ratio

معنی‌دار متغیر روحیه ریسک پذیری بر کارآفرینی زنان عشایر استان ایلام است. مسعود نیا (Masudnia, 2004) نیز با این نتیجه همسو است. تحلیل رگرسیون، حاکی از اثر معنی‌دار روحیه استقلال طلبی بر کارآفرینی زنان عشایر است. نتایج مطالعه مسعود نیا (Masudnia, 2004) این یافته را تأیید می‌کند. نگرش نسبت به کارآفرینی نیز به‌عنوان یک عامل مؤثر بر افزایش احتمال کارآفرینی زنان عشایر استان ایلام شناخته شد. بر اساس یافته‌ها، گذراندن دوره‌های آموزش کارآفرینی تفاوت معنی‌دار وجود دارد و زنان کارآفرین نسبت به گروه دیگر بیشتر در این دوره‌ها شرکت نموده‌اند. مدل رگرسیون برآورد شده نیز نشان می‌دهد گذراندن این دوره‌ها بر متغیر وابسته تحقیق اثر مثبت معنی‌دار دارد.

جدول ۶- رگرسیون لاجیت مربوط به کارآفرینی زنان عشایر استان ایلام

Table 6- Logit model regression of nomads women's entrepreneurship in Ilam province

متغیر Variable	ضریب B	خطای معیار SE	آماره Wald	Sig	EXP(B)
ضریب ثابت Constant coefficient	1.668	0.441	9.375	0.000	0.012
آموزش برای کسب مهارت Education for acquisition of skills	2.881	1.054	7.473	0.006	1.056
میزان سرمایه اولیه Amount of initial capital	2.186	1.0151	5.426	0.020	1.680
استقلال طلبی Independence	2.059	0.529	8.769	0.001	1.127
ریسک پذیری Risk disclosure	3.348	1.431	5.927	0.015	1.310
حمایت‌های دولت Government support	1.682	0.649	6.715	0.010	1.354
اجتماعی-شرایط فرهنگی Socio-cultural conditions	1.927	0.842	5.234	0.022	2.638
نگرش نسبت به کارآفرینی Attitudes towards entrepreneurship	1.073	0.402	7.141	0.008	2.092

Source: Research findings

مأخذ: یافته‌های تحقیق

از نظر میزان حمایت خانواده نیز بین زنان عشایر کارآفرین و غیر کارآفرین تفاوت معنی‌دار وجود دارد. نتایج آزمون مقایسه میانگین حاکی از آن است که از نظر میزان استفاده از کانال‌های ارتباطی، افراد کارآفرین و غیر کارآفرین شرایط متفاوتی داشته‌اند که این نتیجه همسو با نتایج پژوهش فلاح جلودارزاده (Fallah, 2007) می‌باشد. همچنین بین زنان عشایر کارآفرین و غیر کارآفرین از نظر کنترل درونی تفاوت وجود دارد. پژوهش مسعود نیا (Masudnia, 2004) نیز این یافته را تأیید می‌کند. بین زنان عشایر کارآفرین و غیر کارآفرین از نظر داشتن پشتکار تفاوت وجود دارد. بین زنان عشایر کارآفرین و غیر کارآفرین از نظر داشتن خلاقیت تفاوت معنی‌دار وجود دارد. همچنین بر اساس یافته‌های تحقیق، بین زنان عشایر کارآفرین و غیر کارآفرین از نظر روحیه تحمل ابهام تفاوت وجود دارد.

نظر به اینکه سیاست‌های حمایتی دولت بر کارآفرینی زنان عشایر مؤثر است، لذا دولت با تدوین سیاست‌ها و

اجرای برنامه‌های حمایتی مناسب، در حیطه‌های موردنیاز از جمله اعطای اعتبارات مالی مناسب، می‌تواند زمینه کارآفرینی این قشر را فراهم آورد. شرایط فرهنگی- اجتماعی نیز به عنوان یکی از عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان شناخته شد، لذا لزوم تغییر و تحول در ساختارهای موجود فرهنگی- اجتماعی آشکار می‌شود. بنابراین می‌توان با اجرای برنامه‌های متنوع، در جهت فرهنگ‌سازی و تغییر نگرش جامعه نسبت به توانمندی زنان در فعالیت‌های اقتصادی برای حمایت جامعه از کارآفرینی زنان اقدام نمود. با آموزش افراد خانواده در راستای تغییر توقعات و شناخت توانایی‌های خود می‌توان به حل مشکل تضاد نقش‌ها، توزیع مناسب مسئولیت‌ها میان اعضای خانواده، انجام هماهنگی‌های لازم در کارهای خانه و نگهداری از فرزندان کمک نمود. با برگزاری دوره‌های آموزشی با هدف توسعه دانش و مهارت‌های کارآفرینانه شامل آموزش‌های مرتبط با استمرار فعالیت‌های کسب و کارهای کوچک و آموزش آگاهی‌دهنده در خصوص مهارت‌های کارآفرینانه، ارائه خدمات آموزشی- ترویجی مورد نیاز کارآفرینان از جمله برگزاری دوره‌های آموزشی ترویجی، بازدیدهای علمی- ترویجی از کارگاه‌های کسب و کار موفق، توزیع نشریات ترویجی مورد نیاز برای کارآفرینان در زمان و مکان مناسب، می‌توان در جهت افزایش کارآفرینی زنان عشایر استان ایلام گام برداشت. با توجه به اینکه حمایت خانواده زنان عشایر نسبت به زنان غیر کارآفرین دارای تفاوت معنی‌دار است، لذا پیشنهاد می‌گردد خانواده‌ها با ایجاد دلگرمی و حمایت‌های همه جانبه خود، زمینه کارآفرینی و موفقیت اعضای خانواده را فراهم آورند، خانواده به عنوان انتقال‌دهنده جبهه‌ای از اصطلاحات، آئین‌ها و رفتارهای اجتماعی، می‌تواند نقش ثمربخش خود را جهت آشنایی با مفاهیمی مثل «توفیق طلبی»، «استقلال‌طلبی» و «خطر پذیری» در عرصه فعالیت اقتصادی و همسازی با واقعیت‌های کاری در جامعه، به فرزندان خود آموزش دهد و نوع نگرش والدین به دنیای پیرامون خود و چگونگی تجسم ارزش‌های اجتماعی برای فرزندان، در شکل‌گیری آینده آن‌ها می‌تواند راه را برای دستیابی به اقتصاد سالم هموار سازد.

References

- Arasti, Z.** (2006), Iranian women entrepreneur, effective in social and cultural structures, and the creation of women's discovering the business. *Women Research Journal*, 4(1): 93-101. (In Persian with English abstract)
- Fallah Jelodarzadeh, R.** (2007), Analysis of factors affecting the success of the rural women's entrepreneurship in the north of country. PhD. Thesis to Promote Agricultural Education and Extension. Islamic Azad University, Tehran's science and research Branch. (in Persian)
- Gelard, P.** (2005), Effective factors on the development of women entrepreneurship. women in development and policy. The Center of Women's Studies and Research, University of Tehran, 3(2): 101-123.
- Gupta, V.** (2009), Cross-cultural similarities and differences in characteristics attributed to entrepreneurs. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, Vol. 15(3): 4 -318.
- Kolawole, O. D. and Torimiro, D. O.** (2005), Participatory rural entrepreneurship development for grassroots transformation: A Factor Analysis. *Journal of human Ecology*, 18 (3): 193-198.
- Masudnia, A.** (2004), Personality assessment approach for measuring entrepreneurship. *Journal of management development*, 15: 81-96. (in Persian with English abstract).
- Mir Qafoori, H.** (2009), The Analysis of obstacles affecting women's entrepreneurship (Case Study: Yazd Province). *Transformation Management Journal*, 1(2): 47-64. (in Persian with English abstract)

- Momayez, A. Ghasemi, S. A. and Ghasemi, S. F.** (2013). Investigation influencing factors on women's entrepreneurship. *Technology Development (Roshd-e-Fanavari) Journal*, 9(35): 15-22. (in Persian with English abstract)
- Namjuyan Shirazi, Z.** (2014), The micro-credit funds for Rural Women in the Development of Entrepreneurship and Small Businesses. *Journal of Entrepreneurship and agriculture*, 1(3):65-82. (in Persian with English abstract)
- Navabakhsh, M. and Herafte, Z.** (2010), Social and cultural factors affecting entrepreneurial culture (Case Study: Tehran and Suburbs Entrepreneur Women). *Journal of cultural management*, 4(7):1-23. (in Persian with English abstract)
- Sajadi Qeydari, H. A. Paluj, M. Rohn Edin Eftekhari, A. A. and Sadeghlou, T.** (2011), Provide agricultural entrepreneurship development strategies in rural areas by using methods of multivariate analysis, SWOT and MCDM. *Agricultural Economic and Development*, 19(74): 149-180. (in Persian with English abstract)
- Verheul, I. Uhlaner, L. A. and Thurik, R.** (2002), Entrepreneurial activity, self-perception and gender. *Erim Report series Research in Management* January, 30.