

## عوامل مؤثر بر انگیزه پیشرفت کارآفرینان زن روستایی: مورد مطالعه شهرستان مرودشت

حمیده ملک‌سعیدی\*، آرمان بخشی‌جهرمی و معصومه فروزانی<sup>۱</sup>

(تاریخ دریافت: ۱۳۹۱/۳/۷؛ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۲/۴/۲۵)

### چکیده

کارآفرینی یکی از مهمترین راهکارهای ایجاد اشتغال و کاهش فقر در روستاها است. کارآفرینان دارای ویژگی‌های منحصر به فردی هستند که از آن میان می‌توان به انگیزه پیشرفت در آنها اشاره نمود. پژوهش حاضر به دنبال تعیین عوامل مؤثر بر انگیزه پیشرفت به عنوان یکی از عوامل مهم در موفقیت کارآفرینان می‌باشد. این مطالعه به روش پیمایش در بین ۴۱ نفر از زنان کارآفرین ساکن در روستاهای بخش مرکزی شهرستان مرودشت استان فارس که از طریق نمونه‌گیری طبقه‌بندی تصادفی سهمیه‌ای انتخاب شده بودند، انجام گردید. ابزار جمع‌آوری داده‌ها پرسشنامه‌ای بود که روایی صوری آن از طریق نظرسنجی از اساتید صاحب‌نظر بررسی شد. همچنین برای سنجش پایایی سؤالات طرح شده، یک مطالعه راهنما خارج از نمونه اصلی انجام گردید و ضریب آلفای کرونباخ ۰/۶ تا ۰/۸۴ برای متغیرهای پژوهش به دست آمد. یافته‌های پژوهش حاکی از وجود رابطه مثبت و معنادار میان ویژگی‌های شخصیتی-روانشناختی، میزان ارتباط با مروج و درآمد با متغیر انگیزه پیشرفت در کارآفرینان بود. همچنین یافته‌ها نشان داد که بین سن کارآفرینان با انگیزه پیشرفت در آنها رابطه‌ای معکوس و معنادار وجود دارد. علاوه بر این، نتایج مطالعه حاکی از آن بود که متغیرهای میزان ارتباط با مروج و اعتقاد به وجود موانع در برابر کارآفرینی در جامعه قادرند بخش قابل توجهی از تغییرات متغیر انگیزه پیشرفت را تبیین نمایند. در مجموع، یافته‌های این مطالعه برای برنامه‌ریزی جهت توسعه فرایند کارآفرینی در جوامع روستایی، ارتقاء انگیزه پیشرفت کارآفرینان زن روستایی و کمک به موفقیت این قشر از جامعه مفید واقع خواهد شد.

**واژه‌های کلیدی:** کارآفرینی، انگیزه پیشرفت، زنان روستایی، ویژگی‌های شخصیتی-روانشناختی، تفکر اقتصادی.

۱ - به ترتیب دانشجویان دکترا، بخش ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه شیراز، و استادیار، گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه کشاورزی و منابع طبیعی رامین اهواز، اهواز، ایران.

\*- مسئول مکاتبات، پست الکترونیکی: hmsaidi87@gmail.com

مقدمه

توسعه جوامع به طور مستقیم با ظرفیت ایجاد درآمد توسط افراد آن ارتباط دارد (Sidhu & Kaur, 2006). در این راستا، اگرچه نباید گفت که کارآفرینی تنها راهکار اشتغال‌زایی و افزایش درآمد مردم روستایی است، اما قطعاً می‌توان گفت یکی از بهترین و بهره‌ورترین انواع آن است (شفقت و همکاران، ۱۳۹۰). کارآفرینان از طریق استفاده از منابع و ایجاد نوآوری نقشی مهم در توسعه اقتصادی ایفا نموده و به عنوان منبعی مهم در پیشرفت صنعت و تولید خدمات در نظر گرفته می‌شوند (Aghajani & Abbasgholipour, 2012). اقتصاددانان کارآفرینی را مهمترین پیشران توسعه اقتصادی روستاها، سیاستمداران آن را یک استراتژی کلیدی برای جلوگیری از اغتشاشات و ناآرامی در روستاها، کشاورزان و روستاییان آن را ابزاری برای بهبود درآمد خویش و زنان آن را امکانی برای اشتغال در مجاورت محل سکونت خود که می‌تواند خودمختاری و استقلال آنان را در پی داشته باشد، می‌دانند (شفقت و همکاران، ۱۳۹۰). در مجموع، کارآفرینی در جوامع روستایی از چند جهت دارای اهمیت است: ایجاد اشتغال با هزینه سرمایه‌ای نسبتاً کم و توسعه یک سرمایه‌گذاری مشترک توسط کارکنان ماهر به گونه‌ای که در نهایت از طریق ایجاد تجارت‌های کوچک در یک جامعه، سرمایه‌گذاری‌ها و پس‌انداز محلی افزایش یافته و استفاده از منابع محلی ارتقاء می‌یابد (Center for Rural Entrepreneurship, 2003).

امروزه رشد فرایند مدرنیزاسیون، فرصت بیشتری را برای درگیر شدن زنان روستایی در مشاغل و فعالیت‌های کارآفرینانه فراهم نموده است (Sidhu & Kaur, 2006). مشارکت زنان در فعالیت‌های مختلف کارآفرینانه منجر به افزایش قدرت آنها در زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی شده و نقش آنها را در تصمیم‌گیری‌های مختلف در جوامع روستایی افزایش می‌دهد (Nawaz, 2009). اگرچه در حوزه کارآفرینی تئوری واحد و جامعی وجود ندارد، اما در توصیف و تبیین مفهوم کارآفرینی رویکردهای مختلفی دیده می‌شود. در این راستا، برخی از محققان رویکرد جامعه‌شناختی را مورد توجه قرار داده و

به بررسی نقش عوامل جامعه‌شناختی بر روی کارآفرینی پرداخته‌اند. برخی دیگر، رویکرد اقتصادی را مدنظر قرار داده‌اند. از سویی دیگر، در سال‌های اخیر عده‌ای از محققان رویکرد روانشناختی را مبنای کار خود قرار داده و بر خصیصه‌های شخصیتی تکیه کرده‌اند (دانایی‌فرد و همکاران، ۱۳۸۶). اگرچه رویکرد روانشناختی با مفروضات نادرستی شکل گرفت، ولی کماکان در رویکردهای بعدی همچون رویکرد رفتاری به شکل دیگری خود را نمایان ساخت. به هر حال آنچه رویکرد صفات مشخصه کارآفرینی به درستی تشخیص داد این بود که ویژگی‌های شخصیتی هستند که کارآفرینان را از غیرکارآفرینان مجزا می‌سازند (زالی و همکاران، ۱۳۸۶). به عبارت دیگر، افراد کارآفرین با اتکا به برخی ویژگی‌های شخصیتی مانند انگیزه پیشرفت بالا، خطرپذیری، مرکز کنترل داخلی، توفیق‌طلبی، انعطاف‌پذیری، دارا بودن انرژی زیاد، استقلال، مصمم بودن، خلاقیت، اعتماد به نفس و خوش‌بینی به آینده قادر هستند به یک فرد کارآفرین تبدیل شوند (گلرد، ۱۳۸۶؛ صمدآقایی، ۱۳۸۲). در این میان، نکته مهمی که باید مورد توجه قرار گیرد آن است که این ویژگی‌های شخصیتی نیز مانند سایر رفتارهای کارآفرینانه از قبیل نحوه ایجاد و راه‌اندازی کسب و کار، قابل آموزش و یادگیری هستند (زالی و همکاران، ۱۳۸۶). در سال ۱۹۶۱، مک‌کلند (McClelland) دریافت که کارآفرینان برعکس عامه مردم نیاز شدیدی به پیشرفت و موفقیت دارند. برای محققان کارآفرینی، استدلال مک‌کلند درباره انگیزه پیشرفت به معنای تاریخ‌دکترین کارآفرینی است. وی نشان داد که بین داشتن جامعه‌ای متشکل از افراد توفیق‌طلب و توسعه اقتصادی رابطه وجود دارد (زالی و همکاران، ۱۳۸۶). نیاز به پیشرفت، تمایل فرد به کسب هدف بر اساس مجموعه‌ای از عالی‌ترین معیارها است. این مفهوم به معنی انگیزه غلبه بر موانع و مبارزه با آنچه که به دشوار بودن شهرت دارد، می‌باشد (ماسن، ۱۳۷۰). بر این اساس، کارآفرینان با انگیزه بالا برای کسب پیشرفت وارد میدان شده و سعی می‌کنند از عهده کاری که بر روی آن وقت و انرژی خود را متمرکز کرده‌اند به درستی برآیند (Lunnan et al., 2006). همه انسان‌ها

خودارزیابی واقع‌بینانه که برای تنظیم و طرح‌ریزی هدف‌های معقول ضروری است اجتناب می‌ورزند (Rath, 2002). بر اساس مطالعات انجام شده بر روی زنان کارآفرین، عوامل مختلفی در انگیزه این افراد برای سخت کار کردن و کسب موفقیت مؤثر هستند. برای مثال، گلرد (Galard, 2007) نیاز مالی، رضایت شغلی و کسب قدرت و شهرت در جامعه را از مهمترین انگیزه‌های زنان ایرانی برای انجام فعالیت‌های کارآفرینانه و دستیابی به موفقیت و پیشرفت بیشتر بیان می‌کند. همچنین، نتایج مطالعه آراستی و اکبری جوکار (۱۳۸۶) نشان داد که ویژگی‌های شخصیتی، الگوهای مناسب، حامیان مناسب و دسترسی به منابع مناسب، به ترتیب، مهمترین عوامل مؤثر بر انگیزه زنان کارآفرین ایرانی برای راه‌اندازی کسب و کار و موفقیت در آن هستند. این در حالی است که نتایج این مطالعه نشان‌دهنده عدم تاثیرگذاری حمایت‌های دولتی بود. محمود و همکاران (Mahmood et al., 2012) مهم‌ترین انگیزه زنان کارآفرینان در پاکستان را نیاز به تأمین مخارج خود و خانواده و دستیابی به سطح رفاه و استاندارد بیشتر زندگی بیان می‌نمایند. مطالعه رامتستینر و همکاران (Rametsteiner et al., 2006) نیز حاکی از تأثیر ویژگی‌هایی همچون سن، سطح تحصیلات، توانایی رقابت در ارائه محصولات و خدمات با کیفیت، انعطاف‌پذیری و تفکر مدیریت و برنامه‌ریزی بر انگیزه کارآفرینان برای پیشرفت است. در مجموع، با توجه به تأکید زیادی که بر ویژگی انگیزه پیشرفت در کارآفرینان و تأثیر آن بر موفقیت کارآفرینان شده است، پژوهش حاضر به دنبال تعیین عوامل مؤثر بر این ویژگی به عنوان یکی از عوامل شاخص در موفقیت کارآفرینان زن روستایی ساکن در منطقه مرودشت می‌باشد. در این راستا، متغیرهای سن، سطح تحصیلات، میزان درآمد حاصل از کارآفرینی، نوع شغل، عضویت در یک تشکل محلی، سابقه کار، تعداد دفعات ارتباط با مروجان و اعضای شورای اسلامی، ویژگی‌های شخصی و روانشناختی، تفکر اقتصادی، میزان استفاده از ابزارهای ارتباطی و اطلاع‌رسانی و اعتقاد به وجود موانع در برابر کارآفرینی به عنوان متغیرهای مستقل پژوهش مورد توجه قرار گرفتند.

دوست دارند پیشرفت کنند. یک فرد عادی همانند یک کارآفرین علاقمند به پیشرفت است. اما تفاوت در سبک‌های برخورد با این مقوله و عامل انتظار پاداش موجب ایجاد تفاوت در میزان انگیزه پیشرفت می‌شود. افراد معمولی، پیشرفت در چندین هدف برایشان مطرح می‌باشد و به صورت عرضی این اهداف را در کنار هم قرار می‌دهند. آنها اکثر اوقات توان و انگیزه خود را بین اهداف مورد نظر تقسیم می‌کنند، یا به صورت متناوب هر از چند گاهی به یکی از اهداف توجه می‌نمایند. در مورد اخیر، شخص همیشه در حالتی از اضطراب به سر می‌برد، زیرا زمانی که به یکی از اهداف مورد نظر توجه می‌کند، از اهداف دیگر باز می‌ماند و خود را مقصر می‌داند و لذا همیشه نگران است. اما یک کارآفرین معمولاً اهداف خود را ترکیب می‌کند و در قالب یک هدف واحد آن را پیگیری می‌کند، و یا اهداف خود را به صورت طولی در امتداد هم قرار می‌دهد، و توان و انگیزه خود را به طور کامل برای رسیدن به آن اهداف متمرکز می‌کند. برای تقویت انگیزه افراد، راه‌های مختلفی وجود دارد، اما مهم‌ترین اصول در این زمینه همسویی هدف‌هاست (سعیدی کیا، ۱۳۸۲). از آنجا که کارآفرینان معمولاً از کنترل درونی برخوردار می‌باشند، عامل پاداش و تشویق را در خود جستجو می‌کنند. از این رو، این افراد اغلب از توانایی خودانگیزی بالایی برخوردارند. اما افراد عادی ممکن است که بیشتر به مشوق‌های بیرونی توجه نمایند و از این رو، در نبود مشوق‌های بیرونی دچار نقصان انگیزه شوند. اکثر مردم می‌توانند به هدف‌هایی برسند که مشابه همان چیزی است که قصد انجام آن را دارند. اما کارآفرین کسی است که می‌تواند خود را برانگیزاند تا در کار خود بالاترین میزان بازدهی را داشته باشد (مقصودی، ۱۳۸۵). برخی از شواهد، ارتباط بین سطح انگیزه پیشرفت و قابلیت سازندگی یک جامعه را نشان داده است. این شواهد بر این موضوع اشاره دارند که انگیزه پیشرفت می‌تواند پیشرفت اقتصادی و تکنولوژیک را تقویت کرده و موجب گسترش آن شود (Kloosterman & Rath, 2003). افرادی که انگیزه قوی برای پیشرفت ندارند غالباً تکالیفی را انتخاب می‌کنند که امکان خطر در آنها کم یا زیاد است و از

## روش پژوهش

این مطالعه به روش تحقیق پیمایشی در شهرستان مرودشت استان فارس انجام شده است. جامعه آماری پژوهش ۴۵ کارآفرین زن روستایی ساکن در ۹ روستای واقع در بخش مرکزی شهرستان مرودشت بودند. در این راستا، با استناد به مطالعه گلرد (۱۳۸۴)، زنانی به عنوان کارآفرین در نظر گرفته شدند که با قبول خطرات مالی و مسئولیت های اجتماعی، اخلاقی و روانی، کسب و کاری را ایجاد کرده و در تلاش هستند با خلاقیت و نوآوری، محصول کشاورزی یا غیرکشاورزی را در روستا تولید کرده و از این طریق، ضمن کسب درآمد، در بازار بر رقبا غلبه نمایند. برای انجام پژوهش، با استفاده از جدول تاکمن، حجم نمونه، ۴۱ نفر در نظر گرفته شد. سپس با استفاده از روش نمونه گیری طبقه بندی تصادفی سهمیه ای، تعداد افراد مورد نظر در هر روستا (با در نظر گرفتن تعداد کارآفرینان آن روستا نسبت به سایر روستاها) به طور

تصادفی انتخاب گردیدند. ابزار جمع آوری داده ها پرسشنامه ای بود که توسط محققان تدوین گردید و روایی صوری آن از طریق نظرسنجی از اساتید صاحب نظر مورد تأیید قرار گرفت. همچنین، برای سنجش میزان پایایی سؤالات طرح شده و انجام اصلاحات لازم قبل از مرحله جمع آوری اطلاعات در سطح وسیع، یک مطالعه راهنما در خارج از نمونه اصلی انجام شد. نتایج حاصل از آزمون آلفای کرونباخ برای سنجش پایایی ابزار سنجش بین ۰/۱۶ تا ۰/۸۴ به دست آمد. پس از انجام اصلاحات لازم بر روی پرسشنامه و به ویژه متغیرهایی که آلفای پایین تری به دست آورده بودند، جمع آوری داده ها از طریق مصاحبه با افراد تعیین شده انجام شد. نحوه و شاخص سنجش متغیرهای موجود در پرسشنامه، در جدول ۱ نشان داده شده است. اطلاعات به دست آمده پس از تکمیل پرسشنامه ها، کدگذاری شده و با استفاده از نرم افزار SPSS نسخه ۱۴ مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

## جدول ۱- نحوه سنجش متغیرها و شاخص سنجش آنها

تعداد گویه ها	نحوه و شاخص سنجش	نام متغیر
۷	این متغیر با پرسش هایی همچون دیدگاه فرد در مورد ارزش کار و تلاش، توجه به برنامه ریزی، علاقه به کسب موفقیت، انتظار از زندگی و میزان رضایت از شرایط حال، تفکر در مورد آینده، اعتقاد به شانس و اقبال و خواست فرد برای پیشی گرفتن از دیگران در زندگی بر روی طیف ۵ تایی لیکرت (از کاملاً مخالفم تا کاملاً موافقم) تعیین گردید.	انگیزه پیشرفت
۶	این متغیر با پرسش هایی در مورد میزان علاقمندی به کار خود، اعتماد به نفس، پشتکار، انعطاف پذیری، خلاقیت و نوآوری و صبر و شکیبایی بر روی طیف ۵ تایی لیکرت (از بسیار کم تا بسیار زیاد) مورد سنجش قرار گرفت.	ویژگی های شخصیتی و روانشناختی
۳	برای سنجش این متغیر، پرسش هایی همچون ریسک پذیر بودن از نظر اقتصادی، امید به کسب سود و منفعت بیشتر و تلاش برای جذب مشتری بر روی طیف ۵ تایی لیکرت (از بسیار کم تا بسیار زیاد) طرح گردید.	تفکر اقتصادی
۵	این متغیر با طرح پرسش هایی در مورد میزان بهره مندی از ابزارهای ارتباطی همچون رادیو، تلویزیون، اینترنت و رسانه های چاپی و ماهواره بر روی طیف ۵ تایی لیکرت (از بسیار کم تا بسیار زیاد)، مورد سنجش قرار گرفت.	میزان استفاده از ابزارهای ارتباطی و اطلاع رسانی
۶	برای سنجش این متغیر، پرسش هایی در مورد اعتقاد به وجود موانعی همچون کمبود ابزار و ادوات تخصصی، نبود ساز و کار مناسب برای دسترسی به اطلاعات فنی مورد نیاز، عدم اعتقاد مسئولین به اثربخشی فعالیت های کارآفرینانه، تفاوت های جنسیتی بین زن و مرد در جامعه، وجود قوانین نامناسب و عدم تعهد مسئولین برای همکاری بر روی طیف ۵ تایی لیکرت (از بسیار کم تا بسیار زیاد) مطرح گردید.	اعتقاد به وجود موانع در برابر کارآفرینی

یافته‌ها و بحث

یافته‌های توصیفی پژوهش

از تعداد ۴۱ کارآفرین مورد مطالعه، ۱ نفر (۲/۴ درصد) بی‌سواد و ۴ نفر (۹/۸ درصد) دارای سوادی در حد خواندن و نوشتن بودند. همچنین، این مطالعه حاکی از آن است که از جمعیت مورد مطالعه، ۷ نفر (۱۷/۱ درصد) در مقطع ابتدایی، ۶ نفر (۱۴/۶ درصد) در مقطع راهنمایی، ۱۰ نفر (۲۴/۴ درصد) در مقطع متوسطه و ۱۳ نفر (۳۱/۷ درصد) در مقاطع مختلف دانشگاهی تحصیل نموده‌اند. همان‌طور که در جدول ۲ مشاهده می‌شود، افراد با تحصیلات دانشگاهی بیشترین فراوانی را به خود اختصاص داده‌اند. بر اساس جدول ۲، از تعداد ۴۱ کارآفرین مورد مطالعه، ۱۵ نفر (۳۶/۶ درصد) در یکی از مشاغل مربوط به کشاورزی همچون گاوداری، سبزی‌کاری، پرورش قارچ و تولید کمیوست مشغول به فعالیت هستند. در این راستا، ۲۶ نفر (۶۳/۴ درصد) فعالیت خود را در زمینه‌های غیرکشاورزی همچون دوخت سرویس‌های پارچه‌ای تزئینی برای خانه (برای جهیزیه و آشپزخانه) بیان نموده‌اند. همچنین توزیع فراوانی عضویت کارآفرینان در یکی از تشکلهای محلی حاکی از آن می‌باشد که از ۴۱ کارآفرین مورد مطالعه، ۱۸ نفر (۴۳/۹ درصد) عضو یک تشکل محلی می‌باشند، در حالی‌که ۲۳ نفر (۵۶/۱ درصد) بیان نموده‌اند که در هیچ تشکلی عضویت ندارند.

جدول ۳، مقادیر میانگین، انحراف معیار، بیشینه و کمینه متغیرهای مورد مطالعه را در بین جامعه آماری پژوهش نشان می‌دهد. همان‌طور که در این جدول مشاهده می‌شود، میانگین سن کارآفرینان مورد مطالعه ۳۰/۶۲ می‌باشد که حاکی از جوان بودن جامعه مورد مطالعه است. از سویی دیگر، میانگین سابقه کار افراد به عنوان کارآفرین ۲/۸ است که این امر نشان‌دهنده آن است که این افراد همچنان در ابتدای راه هستند و می‌توان امیدوار بود که پیشرفت‌های بیشتری در فعالیت‌های خود به دست آورند. جدول ۳ نشان می‌دهد که میانگین تعداد دفعات ارتباط کارآفرینان با مروجان، اعضای شورای اسلامی روستا و کارشناسان و مسئولان سازمان جهاد کشاورزی به ترتیب ۱/۳، ۱/۷ و ۱/۴ بار در ماه است. این امر حاکی از ارتباط نسبتاً اندک جامعه مورد مطالعه با افراد مذکور می‌باشد، از این‌رو، مروجان، اعضای شورای اسلامی روستا و کارشناسان و مسئولان سازمان جهاد کشاورزی، باید با برقراری ارتباط گسترده‌تر با کارآفرینان به عنوان یکی از عوامل مهم در توسعه روستایی و کشاورزی، زمینه حمایت از این افراد و تسهیل دستیابی به توسعه پایدار را با کمک آنها فراهم نمایند. در این راستا، مطمئناً وظیفه مروجان و اعضای شورای اسلامی در حمایت از این قشر از جامعه اساسی‌تر و قابل توجه‌تر خواهد بود.

جدول ۲- توزیع فراوانی ویژگی‌های فردی کارآفرینان زن روستایی مورد مطالعه

ویژگی‌ها	سطوح متغیر	فراوانی	درصد فراوانی
سطح تحصیلات	بی‌سواد	۱	۲/۴
	خواندن و نوشتن	۴	۹/۸
	ابتدایی	۷	۱۷/۱
	راهنمایی	۶	۱۴/۶
	متوسطه و دیپلم	۱۰	۲۴/۴
نوع شغل	دانشگاه	۱۳	۳۱/۷
	مشاغل کشاورزی	۱۵	۳۶/۶
عضویت در تشکلهای محلی	مشاغل غیرکشاورزی	۲۶	۶۳/۴
	عضویت	۱۸	۴۳/۹
	عدم عضویت	۲۳	۵۶/۱

جدول ۳- آمار خلاصه شده متغیرهای مورد سنجش

متغیرها	تعداد	بیشینه	کمینه	میانگین	انحراف معیار
سن	۳۹	۵۰	۱۹	۳۱/۳۳	۷/۲۳
میزان درآمد حاصل از کارآفرینی (تومان در ماه)	۴۱	۳۰۰۰۰	۱۵۰۰۰	۹۵۲۴۳	۶۷۱۴۶
سابقه کار به عنوان کارآفرین (سال)	۴۰	۱۴	۱	۲/۸	۱/۲
تعداد دفعات ارتباط با مروجان (در ماه)	۳۸	۶	۰	۱/۳	۱/۲
تعداد دفعات ارتباط با اعضای شورای اسلامی (در ماه)	۳۸	۵	۰	۱/۷	۱/۲
تعداد دفعات ارتباط با مسئولان و کارشناسان سازمان جهاد کشاورزی (در ماه)	۳۹	۳	۰	۱/۴	۰/۷
ویژگی‌های شخصیتی و روانشناختی*	۴۱	۲۴	۱۳	۲۱	۲/۸
تفکر اقتصادی*	۴۱	۱۰	۳	۸/۱	۱/۸
میزان استفاده از ابزارهای ارتباطی و اطلاع‌رسانی*	۴۱	۱۴	۳	۸/۶	۲/۲
اعتقاد به وجود موانع در برابر کارآفرینی*	۴۱	۸	۵	۱۳/۵	۲/۸
انگیزه پیشرفت*	۴۱	۲۵	۱۵	۲۶/۴	۴/۱

\* دامنه امتیاز ویژگی‌های شخصیتی و روانشناختی بین ۰-۲۴، تفکر اقتصادی بین ۰-۱۲، میزان استفاده از ابزارهای ارتباطی و اطلاع‌رسانی بین ۰-۲۰، اعتقاد به وجود موانع در برابر کارآفرینی بین ۰-۲۴ و انگیزه پیشرفت ۰-۲۸ می‌باشد.

(۱۰) و کمینه (۳) مشخص می‌گردد کارآفرینان علاوه بر ریسک‌پذیر بودن از نظر اقتصادی، کار خود را با امید به کسب سود و منفعت بیشتر آغاز می‌نمایند. این یافته با نتایج حاصل از مطالعه پوررجب میاندوآب و همکاران (۱۳۹۰) و مکبول و حسون (Makhbul & Hasun, 2011) در مورد این که کارآفرینان اغلب افرادی هستند که توانایی ریسک‌پذیری اقتصادی بالا و در عین حال امید به کسب موفقیت بیشتر دارند، مطابقت دارد.

بر اساس یافته‌های تحقیق، میزان استفاده از رسانه‌های ارتباطی و اطلاع‌رسانی در میان کارآفرینان مورد مطالعه اندک است (میانگین ۸/۶ با طیف امتیاز ۰-۲۰) که این امر نیز نشان‌دهنده وجود ضعف در سیستم‌های مدیریتی برای حمایت از افراد کارآفرین در جامعه می‌باشد که باید در این زمینه چاره‌ای اندیشید.

جدول ۳ حاکی از آن است که میانگین اعتقاد به وجود موانعی همچون کمبود ابزار و ادوات تخصصی، نبود ساز و کار مناسب برای دسترسی به اطلاعات، عدم اعتقاد

علاوه بر این، یافته‌های موجود در جدول ۳ مبین آن است که میانگین ویژگی‌های شخصیتی و روانشناختی کارآفرینان مورد مطالعه ۲۱ است که با توجه به طیف امتیاز این متغیر (۰-۲۴) و مقادیر بیشینه (۲۴) و کمینه (۱۳)، میانگین بالایی محسوب می‌شود. این یافته نشان‌دهنده آن است که افراد مورد مطالعه از نظر ویژگی‌هایی همچون اعتماد به نفس، علاقمندی به کار خود، پشتکار و خلاقیت و نوآوری در موقعیت مطلوبی قرار داشته و ویژگی‌های یک کارآفرین را در خود پرورش داده‌اند. این یافته با نتایج حاصل از مطالعه گلرد (۱۳۸۶) که در آن نشان داده شده است زنان کارآفرین با شروع یک فعالیت اقتصادی، خصوصیاتمانند اعتماد به نفس، سخت‌کوشی و در نهایت خلاقیت و نوآوری را در خود تقویت می‌کنند مطابقت دارد.

همچنین، یافته‌ها حاکی از آن است که میانگین متغیر چگونگی تفکر اقتصادی افراد مورد مطالعه ۸/۱ است که با توجه به طیف امتیاز این متغیر (۰-۱۲) و مقادیر بیشینه

یافته ها، بین کارآفرینان عضو تشکل های محلی با کارآفرینان غیرعضو از نظر میزان انگیزه پیشرفت اختلاف آماری معناداری وجود ندارد. این یافته حاکی از آن است که عضویت در تشکل های محلی تأثیری بر میزان انگیزه کارآفرینان مورد مطالعه برای کسب موفقیت و پیشرفت در فعالیت هایشان ندارد. این یافته با نتایج حاصل از مطالعه پروین و همکاران (Parvin et al., 2012) در مورد این که زنان عضو گروه های توسعه از روحیه کارآفرینی بالاتری برخوردارند همخوانی ندارد. همچنین، اطلاعات مربوط به مقایسه میانگین متغیر انگیزه پیشرفت در جدول ۴ حاکی از آن است که بین کارآفرینانی که در یکی از زمینه های مرتبط با کشاورزی همچون گاوداری، پرورش قارچ، سبزی کاری و غیره مشغول به فعالیت هستند، با سایر کارآفرینان که به فعالیت های غیرکشاورزی اشتغال دارند، از نظر آماری اختلاف معناداری وجود ندارد.

#### همبستگی بین متغیرهای پژوهش با متغیر انگیزه پیشرفت در بین کارآفرینان مورد مطالعه

جدول ۵ نتایج حاصل از ضریب همبستگی پیرسون میان متغیرهای مستقل پژوهش با متغیر انگیزه پیشرفت را در بین کارآفرینان مورد مطالعه نشان می دهد. یافته های موجود در این جدول حاکی از وجود رابطه معکوس و معنادار بین متغیر سن با متغیر انگیزه پیشرفت در سطح ۰/۰۵ می باشد ( $r = -0/336$  و  $p = 0/03$ ).

مسئولین به اثربخشی فعالیت های کارآفرینانه در بین جامعه مورد مطالعه و داشتن جنسیت زن، در سطحی نسبتاً بالاتر از حد متوسط قرار دارد (میانگین ۱۳/۵ با طیف امتیاز ۰-۲۴). در این راستا، با توجه به نقش مهم کارآفرینان در دستیابی به توسعه اقتصادی و اجتماعی، لازم است مسؤلان توجه بیشتری نسبت به رفع موانع موجود مبذول نمایند. در نهایت، یافته های مندرج در جدول ۳ مبین آن است که متغیر انگیزه پیشرفت دارای میانگینی معادل ۲۶/۴ می باشد که با توجه به طیف امتیاز این متغیر (۰-۲۸)، میانگین مطلوبی به نظر می رسد. این یافته، نتایج حاصل از مطالعات بسیاری از افراد همچون گلرد (۱۳۸۶) و صمدآقایی (۱۳۸۲) و پوررجب میاندوآب و همکاران (۱۳۹۰) در مورد این که کارآفرینان افرادی هستند با توفیق طلبی و انگیزه پیشرفت بالا را تأیید می نماید.

#### مقایسه انگیزه پیشرفت در بین کارآفرینان مورد مطالعه

برای مقایسه میزان انگیزه پیشرفت کارآفرینان عضو و غیرعضو تشکل های محلی، با توجه به کم بودن حجم نمونه و در نتیجه کم بودن تعداد افراد در هر گروه، از آزمون ناپارامتری من ویت نی (Man-Whitney) به عنوان جایگزینی برای آزمون پارامتری تی تست (T-test) استفاده شد. نتایج در جدول ۴ نشان داده شده است. بر اساس

جدول ۴ - مقایسه انگیزه پیشرفت در بین کارآفرینان مورد مطالعه

متغیر مورد مقایسه	میانگین رتبه ای		سطح معنی داری (P)
	کارآفرینان عضو	کارآفرینان غیرعضو	
انگیزه پیشرفت	۲۴/۵۶	۲۴/۷	۰/۶
انگیزه پیشرفت	کشاورزی کارآفرینان	غیرکشاورزی کارآفرینان	سطح معنی داری (P)
انگیزه پیشرفت	۲۰/۳۸	۲۲/۰۷	۰/۶

پیشرفت بالاتری برای انجام فعالیت‌های خود می‌باشند. این یافته‌ها با نتایج حاصل از مطالعه شکرکن و همکاران (۱۳۸۲) در مورد رابطه مثبت و معنادار بین انگیزه پیشرفت دانشجویان کارآفرین با ویژگی‌های روانشناختی آنها همچون خلاقیت و اعتماد به نفس مطابقت دارد. نتایج حاصل از ضریب همبستگی پیرسون در جدول ۵، رابطه معناداری میان سایر متغیرهای مستقل پژوهش با متغیر انگیزه پیشرفت را نشان نمی‌دهد.

#### نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون برای تعیین اثر

ترکیبی متغیرهای مستقل پژوهش بر متغیر وابسته

#### انگیزه پیشرفت در بین کارآفرینان مورد مطالعه

در این مرحله از پژوهش، برای تعیین میزان تأثیر ترکیبی متغیرهای مستقل پژوهش (سن، میزان درآمد حاصل از کارآفرینی، سابقه کار به عنوان کارآفرین، تعداد دفعات ارتباط با مروجان و اعضای شورای اسلامی، ویژگی‌های شخصیتی و روانشناختی، تفکر اقتصادی، میزان استفاده از ابزارهای ارتباطی و اطلاع‌رسانی و اعتقاد به وجود موانع در برابر کارآفرینی) بر متغیر وابسته انگیزه پیشرفت در کارآفرینان مورد مطالعه، از تحلیل رگرسیون چندگانه به روش گام به گام استفاده گردید.

این یافته مبین آن است که کارآفرینان زن روستایی که از سن پایین‌تری برخوردار بوده و جوان‌تر هستند، امید بیشتری نسبت به آینده داشته و از انگیزه پیشرفت بالاتری برخوردارند. همچنین، یافته‌ها بیان‌گر آن است که بین میزان درآمد حاصل از کارآفرینی با انگیزه پیشرفت، رابطه مثبت و معناداری در سطح  $0/01$  وجود دارد ( $r = 0/385$  و  $p = 0/01$ ). در واقع، کارآفرینانی که از شغل خود درآمد بالاتری کسب می‌نمایند، انگیزه بیشتری برای پیشرفت و کسب موفقیت‌های بیشتر از خود نشان می‌دهند. این یافته کاملاً طبیعی و قابل انتظار است که کسب درآمد بیشتر، انگیزه‌ای برای تلاش و کسب موفقیت افزون‌تر شود. بر اساس یافته‌های مندرج در جدول ۵، بین میزان ارتباط کارآفرینان با مروجان و انگیزه پیشرفت آنها رابطه مثبت و معناداری دیده می‌شود ( $r = 0/425$  و  $p = 0/008$ )، به طوری که کارآفرینانی که در ماه به میزان بیشتری با مروجان در ارتباط هستند، انگیزه بیشتری برای پیشرفت و موفقیت دارند. همچنین، یافته‌ها مبین رابطه مثبت و معنادار بین ویژگی‌های شخصیتی و روانشناختی با متغیر انگیزه پیشرفت در میان کارآفرینان مورد مطالعه است ( $r = 0/415$  و  $p = 0/01$ ). این یافته نشان می‌دهد کارآفرینانی که از ویژگی‌هایی همچون پشتکار، علاقه، خلاقیت و خودانگیزی برخوردار هستند دارای انگیزه

جدول ۵- ضریب همبستگی پیرسون بین متغیرهای پژوهش با انگیزه پیشرفت کارآفرینان

متغیرها	ضریب همبستگی	سطح معنی‌داری
	(r)	(P)
سن	-۰/۳۳۶	۰/۰۳
میزان درآمد حاصل از کارآفرینی (تومان)	۰/۳۸۵	۰/۰۱
سابقه کار به عنوان کارآفرین	۰/۰۳	۰/۸
ارتباط با مروجان (در ماه)	۰/۴۲۵	۰/۰۰۸
ارتباط با اعضای شورای اسلامی (در ماه)	۰/۲۳	۰/۱۶
ارتباط با کارشناسان و مسئولان سازمان جهاد کشاورزی (در ماه)	۰/۲۷	۰/۱
ویژگی‌های شخصیتی و روانشناختی	۰/۴۱۵	۰/۰۱
تفکر اقتصادی	۰/۲۶	۰/۱
میزان بهره‌گیری از رسانه‌های ارتباطی و اطلاع‌رسانی	۰/۱۴	۰/۴
اعتقاد به وجود موانع در برابر کارآفرینی	-۰/۲۵	۰/۱۵

\* دامنه امتیاز ویژگی‌های شخصیتی و روانشناختی بین ۱-۲۵، تفکر اقتصادی بین ۱۰-۱، میزان استفاده از ابزارهای ارتباطی و اطلاع‌رسانی بین ۱-۲۰، اعتقاد به وجود موانع در برابر کارآفرینی بین ۱-۲۵ و انگیزه پیشرفت ۰-۲۸ می‌باشد.



خاص برشمرده‌اند که از آن میان می‌توان به انگیزه پیشرفت بالا در میان این قشر از جامعه اشاره نمود. با توجه به تأکید بی‌شمار بر نقش انگیزه پیشرفت در موفقیت کارآفرینان، پژوهش حاضر به دنبال تعیین عوامل مؤثر بر انگیزه پیشرفت زنان کارآفرین در مناطق روستایی شهرستان مرودشت استان فارس بوده است. در این راستا، برخی متغیرهای مؤثر بر انگیزه پیشرفت همچون سن، سطح تحصیلات، میزان درآمد حاصل از کارآفرینی، نوع شغل، عضویت در یک تشکل محلی، سابقه کار، تعداد دفعات ارتباط با مروجان و اعضای شورای اسلامی، ویژگی‌های شخصی و روانشناختی، تفکر اقتصادی، میزان استفاده از ابزارهای ارتباطی و اطلاع‌رسانی و اعتقاد به وجود موانع در برابر کارآفرینی به عنوان متغیرهای مستقل پژوهش در نظر گرفته شدند. یافته‌های پژوهش حاکی از وجود رابطه مثبت و معنادار میان ویژگی‌های شخصیتی-روانشناختی، میزان درآمد و میزان ارتباط با مروج با متغیر انگیزه پیشرفت در کارآفرینان زن روستایی بود. همچنین یافته‌ها نشان داد که بین سن کارآفرینان با انگیزه پیشرفت در آنها رابطه‌ای معکوس و معنادار وجود دارد. نتایج حاصل از مقایسه کارآفرینان شاغل در بخش کشاورزی و غیرکشاورزی از نظر متغیر انگیزه پیشرفت نشان داد که بین این دو گروه از نظر انگیزه پیشرفت تفاوت معنی‌داری وجود ندارد.

همچنین، مقایسه کارآفرینان عضو تشکل‌های روستایی با کارآفرینانی که عضو هیچ تشکلی نیستند نیز اختلاف معناداری از نظر متغیر انگیزه پیشرفت نشان نداد.

نتایج حاصل از رگرسیون در جدول ۶ حاکی از آن است که دو متغیر میزان ارتباط با مروج و اعتقاد به وجود موانع در برابر کارآفرینی به عنوان سازه‌های مؤثر بر انگیزه پیشرفت کارآفرینان وارد معادله شده و در مجموع توانسته‌اند ۴۴ درصد ( $R^2 = 44$ ) از تغییرات این متغیر را تبیین نمایند. بر اساس نتایج به دست آمده، ضریب همبستگی چندگانه بین متغیرهای مستقل و وابسته ۰/۶۷ می‌باشد ( $R = 0/67$ ) می‌باشد. همچنین، مقادیر  $\beta$  در جدول ۶ حاکی از آن است که از بین دو متغیر وارد شده در معادله رگرسیون، میزان ارتباط با مروج، پیش‌بینی‌کننده بهتری برای تغییرات در متغیر انگیزه پیشرفت بوده است ( $\beta = 0/546$ ). به طور کلی، معادله رگرسیونی حاصل از این تحلیل به صورت زیر است:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 13/17 + 1/1X_1 - 0/3X_2$$

که در اینجا میزان ارتباط با مروج  $X_1$  و اعتقاد به وجود موانع در برابر کارآفرینی  $X_2$  می‌باشد. در مجموع، بر اساس نتایج به دست آمده، افزایش میزان دفعات ارتباط با مروجان کشاورزی تأثیری مثبت بر روی انگیزه زنان کارآفرین برای پیشرفت و موفقیت دارد، در حالی که هر چه زنان موانع بیشتری را پیش روی فعالیت‌های کارآفرینانه تصور کنند، انگیزه آنها برای پیشرفت کمتر خواهد شد. این یافته‌ها با نتایج حاصل از مطالعه پروین و همکاران (Parvin et al., 2012) مطابقت دارد.

### نتیجه‌گیری و پیشنهادها

صاحب‌نظران مختلف در مطالعات خود ویژگی‌هایی برای کارآفرینان به طور عام و کارآفرینان روستایی به طور

جدول ۶- نتایج رگرسیونی اثر متغیرهای مستقل پژوهش بر انگیزه پیشرفت کارآفرینان

متغیرهای مستقل	B	Se.B	$\beta$	(sig.T)
میزان ارتباط با مروج (در ماه)	۱/۱	۰/۳	۰/۵۴۶	۰/۰۰
اعتقاد به وجود موانع در برابر کارآفرینی	-۰/۳	۰/۱	-۰/۳۸۷	۰/۰۰
	$R^2 = 0/44$		$R = 0/67$	
	$R^2_{Adj} = 0/39$			
	$F = 9/3$			
	$\text{سطح معنی‌داری} = 0/00$			

- همچنین، از آنجا که کارآفرینان مورد مطالعه معتقدند در جامعه موانعی وجود دارد که مانع از فعالیت آنها می‌گردد و از سویی داشتن چنین اعتقادی منجر به پایین آمدن انگیزه آنها برای پیشرفت و تعالی می‌گردد، لازم است قوانین و سیاست‌گذاری‌های جامعه به گونه‌ای باشد که علاوه بر کاهش موانع، فرایند کار را تسهیل نماید. در این راستا، فعالیت‌هایی همچون ارتقاء روحیه کارآفرینی در بین افراد جامعه از همان دوران کودکی به روش‌های مختلف همچون ارائه دروس علمی و عملی مرتبط با کارآفرینی در مدارس؛ تشویق بخش خصوصی برای خرید و سرمایه‌گذاری بر روی ایده‌های کارآفرینانه و از این طریق حمایت از کارآفرینان؛ تسهیل شرایط دریافت وام برای زنان کارآفرین روستایی؛ بهبود وضعیت خدمات ارتباطی در جوامع روستایی؛ معرفی زنان کارآفرین نمونه روستایی و در نظر گرفتن امتیازاتی برای آنها؛ همچنین کمک به زنان کارآفرین برای بازاریابی مناسب محصولاتشان از جمله پیشنهاداتی است که می‌تواند در ارتقاء روحیه توفیق‌طلبی و افزایش انگیزه آنها برای پیشرفت و ترقی مفید واقع شود.

- در پایان، با توجه به اهمیت کارآفرینی در توسعه اقتصادی و اجتماعی روستایی، پیشنهاد می‌گردد مطالعه‌ای مشابه در سطحی وسیع‌تر انجام شده و زمینه کشف سایر عوامل مؤثر بر بهبود انگیزه پیشرفت زنان کارآفرین روستایی و در نتیجه موفقیت آنها را فراهم نماید.

نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون نشان داد که متغیرهای میزان ارتباط با مروج و اعتقاد به وجود موانع در برابر کارآفرینی در جامعه قادرند بخش عمده‌ای از تغییرات متغیر انگیزه پیشرفت را تبیین نمایند. یافته‌های این تجزیه و تحلیل آماری نشان داد که از بین دو متغیر مورد نظر، میزان ارتباط با مروج دارای تأثیر بیشتری بر روی انگیزه پیشرفت در کارآفرینان می‌باشد. در این راستا، بر اساس یافته‌های تحقیق، پیشنهادهایی به شرح زیر ارائه می‌گردد:

- مروجان، اعضای شورای اسلامی روستا و کارشناسان و مسؤولان سازمان جهاد کشاورزی باید با برقراری ارتباط گسترده‌تر با کارآفرینان به عنوان یکی از عوامل مهم در توسعه روستایی و کشاورزی، زمینه حمایت از این افراد و ارتقاء انگیزه پیشرفت در آنها را فراهم نمایند. در واقع، چنین حرکتی لازمه دستیابی به توسعه پایدار کشاورزی و روستایی در کشور خواهد بود. برخی از راهکارها برای نزدیکی هر چه بیشتر مروجان با کارآفرینان عبارتند از: توزیع بروشورهای اطلاع‌رسانی در زمینه فعالیت‌های مختلف کارآفرینانه در بین کارآفرینان؛ طراحی دوره‌های آموزش کوتاه‌مدت به شکل کارگاه و غیره برای کارآفرینان روستایی؛ برگزاری بازدیدهای دوره‌ای از مراکز موفق کارآفرینی، همچنین ایجاد سازمان‌های مختلف برای کارآفرینان؛ قرار دادن فیلم‌ها و نوارهای دیداری و شنیداری در اختیار کارآفرینان در زمینه فعالیت‌های مختلف؛ دعوت از کارآفرینان موفق روستایی برای سخنرانی در مراکز خدمات روستایی و جهاد کشاورزی شهرستان؛ و تماس بیشتر مروجان با کارآفرینان روستایی.

## منابع

- آراستی، ز. و اکبری جوکار، م.ر. (۱۳۸۶). استراتژی‌های مدیریتی و رویکرد زنان کارآفرین ایرانی به موفقیت. *فصلنامه مدرس علوم انسانی*، جلد ۱۲، شماره ۱، صص ۵۵-۷۷.
- پوررجب میاندوآب، پ.، محمدی، م.ر. و تاجیک، ه. (۱۳۹۰). ویژگی‌های شخصیتی و انگیزه‌های زنان خوداشتغال روستای کندوان. *فصلنامه روستا و توسعه*، ۴ جلد، صص ۱۴۷-۱۶۴.
- دانایی‌فرد، ح.، فروهی، م. و صالحی، ع. (۱۳۸۶). ارتقاء کارآفرینی در ایران: تحلیلی بر نقش دولت. *فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی*، جلد ۴۲، صص ۲۲۱-۲۶۲.

- زالی، م.، مدهوشی، م. و کردنائیچ، ا. (۱۳۸۶). ارزیابی مشخصه‌های کارآفرینی دانشجویان (مورد مطالعه: دانشگاه مازندران). فصلنامه مدرس علوم انسانی، ویژه‌نامه مدیریت، پاییز ۱۳۸۶.
- سعیدی کیا، م. (۱۳۸۲). آشنایی با کارآفرینی. تهران: نشر سپاس.
- شفقت، ا.، درویش، ح. نامدار علی آبادی، ع. و غلامی، ر. (۱۳۹۰). ارائه الگوی کارآفرینی روستایی در توسعه اقتصادی و اجتماعی. چکیده مقالات همایش ملی توسعه پایدار روستایی با تأکید بر بخش کشاورزی. صص. ۲۷۰-۲۸۰.
- شکرکن، ح.، برومندنسب، م.، نجاریان، ب. و شهنی بیلاق، م. (۱۳۸۲). بررسی رابطه ساده و چندگانه خلاقیت، انگیزه پیشرفت و عزت نفس با کارآفرینی در دانشجویان دانشگاه شهید چمران اهواز. مجله علوم تربیتی و روانشناسی، جلد ۹، شماره ۳ و ۴، صص ۱-۲۴.
- صمدآقایی، ج. (۱۳۸۲). سازمانهای کارآفرین (چاپ دوم). تهران: موسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه ریزی سازمانهای کارآفرین.
- گلرد، پ. (۱۳۸۴). عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی زنان ایرانی. پژوهش زنان، جلد ۳، شماره ۱، صص ۱۰۱-۱۲۳.
- گلرد، پ. (۱۳۸۶). ویژگی‌ها، انگیزه‌ها و اهداف ترغیب‌کننده زنان ایرانی در توسعه کسب و کار. فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، جلد ۴۴، صص ۲۶۴-۲۹۵.
- ماسن، ه. (۱۳۷۰). رشد و شخصیت کودک. ترجمه: مهشید یاسایی، تهران: نشر مرکز.
- مقصودی، ج. ویژگی‌های فردی: سرمایه اصلی کارآفرینان. فصلنامه رویش، شماره ۱۴.

- Aghajani, H. and Abbasgholipour, M. (2012). Explanation of relationships between biographical characteristics and entrepreneurship spirit of students. *Iranian Journal Management Studies*, 5: 63-78.
- Center for Rural Entrepreneurship. (2003). Year two evaluation report- The Kansas/Sirolli Initiative. Available at: [www.entworks.net/Download/KS-2003%20Report2.pdf](http://www.entworks.net/Download/KS-2003%20Report2.pdf).
- Galard, P. (2007). Characteristics, motivations and goals of Iranian women entrepreneurs. *Iranian Journal of Trade Studies*, 11: 267-295.
- Kloosterman, R. and Rath, J. (2003). *Immigrant entrepreneurs: Venturing abroad in the age of globalization*. Oxford: Berg Publishers.
- Lunnan, A., Nybakk, S. and Vennesland, B. (2006). Entrepreneurship attitudes and probability for startups: An investigation of Norwegian non-industrial private owners. *Forest Policy ND Economics*, 8, 673-690.
- Mahmood, B., Khalid, S., Muhammad, M.M. and Babak, I. (2012). Exploring the motivation and barriers in way of Pakistani female entrepreneurs. *British Journal of Education, Society & Behavioural Science*, 2(4): 353-368.
- Makhbul, Z.M. and Hasun, F.M. (2011). Entrepreneurial success: An exploratory study among entrepreneurs. *International Journal of Business and Management*, 6(1):116-125.
- Nawaz, F. (2009). Critical factors of women entrepreneurship development in rural Bangladesh. Working paper, Bangladesh Development Research Center (BDR). Available at: [http://www.bangladeshstudies.org/files/WPS\\_no5.pdf](http://www.bangladeshstudies.org/files/WPS_no5.pdf).
- Parvin, L., Rahman, M.W., Jia, J. (2012). Determinates of women micro-entrepreneurship development: An empirical investigation in rural Bangladesh. *International Journal of Economics and Finance*, 4 (5): 254-260.
- Rametsteiner, E., Hansen, E. and Niskanen, A. (2006). Introduction to the special issue on innovation and entrepreneurship in the forest sector. *Forest Policy and Economics*, 8, 669-673.
- Rath, J. (2002). *Unravelling the rage trade: Immigrant entrepreneurship in seven world cities*. Oxford: Berg Publishers.
- Sidhu, K. and Kaur, S. (2006). Development of entrepreneurship among rural women. *Social Sciences*, 13(2):147-149.