



دانشگاه کشاورزی و منابع طبیعی گیلان

نشریه کارآفرینی در کشاورزی

جلد چهارم، شماره چهارم، زمستان ۱۳۹۶

<http://jead.gau.ac.ir>

کاربرد تحلیل محتوای تلخیصی در الگوسازی مفهومی شایستگی‌های کارآفرینی موردنیاز زنان روستایی

وحید علی‌آبادی^۱، پوریا عطائی^۲ و رضا موحدی^۳

^۱دانشجوی دکتری ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه بوعلی سینا، همدان.

^۲دانشجوی دکتری ترویج کشاورزی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران.

^۳دانشیار ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه بوعلی سینا، همدان

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۲/۲۵؛ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۵/۳۱

چکیده

افزایش قابل ملاحظه زنان شاغل واقعیت انکارناپذیر جامعه ایران است. با وجود این، تجربه، اجتماعی حاکی از آن است که تعداد کمی از زنان شاغل کارآفرین هستند و برای ظهور فعالیت‌های کارآفرینانه وجود زمینه‌ها و شرایط فرهنگی و اجتماعی مناسب ضروری است. لذا هدف این مقاله، ارائه مدل مفهومی شایستگی کارآفرینی مورد نیاز زنان روستایی، کاربرد تحلیل محتوای تلخیصی بوده است. این مطالعه با بهره‌گیری از پارادایم کیفی و رویکرد تحلیل محتوای تلخیصی انجام شد. جهت جمع‌آوری اطلاعات از محتوای نوشتاری موجود در زمینه موضوع تحقیق از مقالات علمی و یادداشت‌برداری، کدگذاری استفاده شد. در طی فرآیند تحلیل محتوا، ابتدا کدهای متفاوت بازبینی شده، سپس در زیرمقوله‌ها گروه‌بندی و در نهایت، ۵۲ زیرمقوله در هفت مقوله اصلی ادغام شدند. در این پژوهش برای تعیین پایایی از فرمول پایایی هولستی استفاده شد که مقدار آن برابر با ۰/۸۶ به دست آمد. بر اساس یافته‌ها، شایستگی شخصی روانشناختی، شایستگی ارتباطی و ذهنی، شایستگی مفهومی، شایستگی رهبری و سازماندهی، شایستگی تعهدی و شایستگی راهبردی مقوله‌های اصلی حاصل از داده‌ها بودند.

واژه‌های کلیدی: شایستگی کارآفرینی، زنان روستایی، تحلیل محتوای تلخیصی

مقدمه

از جمله راهکارهای مهم توسعه اقتصادی چه در شهرها و چه در روستاها ایجاد اشتغال و مهم‌ترین سازوکار و ابزار آن، کارآفرینی است (Alvani, 2011). کارآفرینی باعث کاهش بیکاری، افزایش بهره‌وری افراد و منابع و در نهایت افزایش درآمد مردم جامعه می‌شود. اگرچه کارآفرینی تنها راهکار اشتغال‌زایی و افزایش درآمدهای مردم روستایی نیست؛ اما قطعاً بهترین و بهره‌ورترین نوع آن است.

امروزه، در نظریه‌های اقتصادی، به فعالیت‌های خودجوش اقتصادی در قالب کارآفرینی در مناطق روستایی توجه ویژه می‌شود. در همین زمینه، محققان معتقدند که توسعه اقتصادی و کارآفرینی با یکدیگر ارتباط تنگاتنگ دارند. مطالعات مختلف نشان داده که

*مسئول مکاتبه: ataeip@yahoo.com

(Zarafshani et al., 2011). از نظر بسیاری از محققان موانع عمده توسعه کارآفرینی زنان روستایی فقدان ظرفیت‌سازی، فقدان توانمندسازی (Dabson, 2007)، فقدان دسترسی به اعتبارات و خدمات حمایتی (Ellis, 2003)، زیرساختی - حمایتی، فرهنگی - روانشناختی، مهارتی و ساختاری (شریفی و همکاران، ۱۳۹۴)، نداشتن پشتوانه مالی و پس‌انداز کافی، نداشتن وثیقه و ضامن برای استفاده از اعتبارات دولتی و عدم توانایی در رقابت با مردان (قادرمرزی و همکاران، ۱۳۹۴)، موانع اقتصادی و آموزشی (علیدوست و لشگرآرا، ۱۳۹۲) می‌باشد. پیچیدگی‌های حاکم بر نظام کارآفرینی، ضرورت پیدایش کارآفرینانی با قابلیت‌ها و شایستگی‌هایی ویژه را ایجاد می‌کند که مهم‌ترین آن‌ها شایستگی‌های کارآفرینانه است. بر این اساس و با توجه به این که کارآفرینان به‌خصوص زنان از مهره‌های اصلی و هسته عمده توسعه روستایی محسوب می‌شوند، توجه به قابلیت‌ها و شایستگی‌های کارآفرینانه آن‌ها و همچنین تقویت و ارتقای این شایستگی‌ها، به میزان چشم‌گیری بر موفقیت توسعه روستایی تأثیرگذار خواهد بود. از طرفی، این که مجموعه شایستگی‌های کارآفرینانه موردنیاز این دسته از کارآفرینان به منظور سوق دادن به سمت کارآفرینی، به طور جامع و در چارچوبی یکپارچه، چه هستند و چه راهکارهایی برای ارتقای این شایستگی‌ها وجود دارد، تاکنون در پژوهش‌های این حوزه مطالعاتی بررسی نشده است. از همین رو به‌نظر می‌رسد ضرورت داشت تا در پژوهشی به بررسی این موضوع پرداخته شود. به‌این منظور در این پژوهش به شناسایی ابعاد مختلف شایستگی‌های کارآفرینانه موردنیاز زنان کارآفرین پرداخته شده است.

چنانکه امروزه، نقش کارآفرینی به‌عنوان موتور توسعه اقتصادی به‌طور گسترده‌ای توسط سیاست‌گذاران در بسیاری از کشورها از جمله ایران به رسمیت شناخته شده است (نیک‌رفتار، ۱۳۹۰؛ حسین‌پور و زارعی‌وش، ۱۳۸۹؛ کریمی و همکاران، ۱۳۹۱؛ خواجه‌بیان و راد، ۱۳۸۹). در دنیای امروز، کارآفرینی و ایجاد مشاغل نوین برای ادامه حیات و پویایی اقتصاد کشورها بسیار ضروری می‌باشد (Dahlstrand, 2007). زنان روستایی نامریی‌ترین مشارکت‌کنندگان در فرآیند اقتصادی جامعه و خانواده هستند. با وجود تلاش فراوان زنان روستایی، نقش این گروه غالباً در فعالیت‌های تولیدی و اقتصادی نادیده گرفته می‌شود (شریفی و همکاران، ۱۳۹۴). از آنجایی که یکی از شاخص‌های مهم برای سنجش توسعه هر کشور مشارکت اجتماعی و اقتصادی زنان است و این درحالی است که از توانایی‌های آن‌ها استفاده بهینه به‌عمل نیامده است، فراهم کردن زمینه‌های تازه برای مشارکت بیشتر زنان روستایی ضروری به‌نظر می‌رسد. در خلال دهه گذشته بسیاری از کشورهای در حال توسعه از جمله ایران به کارآفرینی به‌عنوان یک راه حل اساسی بالقوه برای مشکلات گوناگون پیشروی کشور (نظیر نبود بهبود و کارایی در اقتصاد و افزایش نرخ بیکاری) توجه جدی مبذول داشته‌اند (Karimi et al., 2014). یکی از مشکلات اساسی کشور در چند دهه اخیر، بیکاری روستاییان و مهاجرت آنان به شهرها بوده که باعث شده بسیاری از روستاهای کشور خالی از سکنه شوند (Karimi et al., 2010). یکی از دلایل اصلی مهاجرت روستاییان، بیکاری و نداشتن درآمد کافی می‌باشد. بنابراین، کارآفرینی می‌تواند با توجه به اثرات مثبت خود، در زمینه حل این مشکل نیز نقش مهمی ایفا نماید. در واقع بسیاری از کارگزاران توسعه روستایی به کارآفرینی به‌عنوان یک راهبرد توسعه می‌نگرند

مبانی نظری

بیشتر تحقیقات انجام شده، شایستگی‌های کارآفرینانه را وجه تمایز کارآفرین از غیرکارآفرین توصیف کرده‌اند (Mitchelmore and Rowley, 2010). صاحب‌نظران به دنبال کشف پاسخ این پرسش بودند که کدام ویژگی‌های شخصیتی کارآفرین است که وی را از غیرکارآفرین متمایز می‌سازد. در واقع هدف آن‌ها شناخت چگونگی ایجاد این ویژگی‌های متمایز کننده بود. شایستگی‌های کارآفرینانه به مجموعه‌ای از ویژگی‌های ضمنی مانند دانش عمومی و تخصصی، انگیزه‌ها، خصایص، خویش‌پنداری‌ها، نقش‌های اجتماعی، مهارت‌ها، نگرش‌ها، ارزش‌ها، باورها، توانایی‌ها، شخصیت، خرد، تخصص، طرز فکر و گرایش‌های رفتاری گفته می‌شود که در نتیجه آغاز به کار، ابقاء و یا رشد یک فعالیت مخاطره‌آمیز بروز کرده (Smith and Wolverton, 2010). شایستگی‌ها این توانایی را به کارآفرین می‌دهد تا از ایده‌ای در ذهن به خلق ارزش نایل شود و در مدیریت کردن یک فعالیت مخاطره‌آمیز، عملکرد سطح بالا و سود حداکثری ازایه کند (Inyang and Enuoh, 2009). توجه و علاقه پژوهشگران به استفاده از مفهوم شایستگی در مطالعات کارآفرینی مبتنی بر این فرض است که شایستگی‌ها تشخیص‌دانی، ارزیابی‌پذیر، و وابسته به عمل‌اند. همچنین، می‌توانند توسعه یابند، یاد گرفته شوند، و در سطوح مختلف توصیف شوند (Ahmad, 2007). چهار جنبه مهم از شایستگی‌ها که در تعاریف ارائه شده مشترک‌اند، بدین شرح‌اند: ۱. شایستگی‌ها، ویژگی‌های چندگانه‌ای از فرد هستند که اجرای مؤثر شغل داده شده به وی را دربر دارند؛ ۲. شایستگی‌ها در رفتار فردی آشکار می‌شوند و مشاهده‌شدنی و سنجش‌پذیرند؛ ۳. شایستگی‌ها دستیابی به اهداف را تسهیل می‌کنند؛ و ۴. شایستگی‌ها منابعی در سازمان

هستند که می‌توانند پرورش یابند. براساس مطالب توصیف شده، موفقیت کسب و کار از شایستگی‌ای ناشی می‌شود که رهیافت مداخله را در خود دارد (Ibid). نشانگرهای کارآفرینانه به مجموعه‌ای از ویژگی‌های ضمنی مانند دانش عمومی و تخصصی، انگیزه‌ها، خصایص، خویش‌پنداری‌ها، نقش‌های اجتماعی، مهارت‌ها، نگرش‌ها، ارزش‌ها، باورها، توانایی‌ها، شخصیت، خرد، تخصص طرز فکر، و گرایش‌های رفتاری گفته می‌شود که در نتیجه آغاز به کار، ابقاء، یا رشد یک فعالیت مخاطره‌آمیز بروز می‌کند (Burch, 2007). به اعتقاد برچ (Burch, 2007) سه لایه اصلی شایستگی‌های کارآفرینانه عبارتند از انگیزه‌ها و خصیصه‌ها، نقش‌های اجتماعی و خویش‌پنداری و رفتارها، دانش و مهارت‌ها که انگیزه‌ها و خصیصه‌ها عمیق‌ترین لایه شایستگی‌ها را تشکیل می‌دهند. فریدون‌نژاد (۱۳۹۲) شایستگی‌ها را ویژگی‌هایی سطح بالا شامل ویژگی‌های شخصیتی، مهارت‌ها و دانشی که توانایی کارآفرین را برای اجرای موفقیت‌آمیز شغلش نشان می‌دهند، توصیف می‌کند. محققان برای تفکیک کارآفرین از غیرکارآفرین، متغیرهای شخصیتی و روانشناختی مختلفی شناسایی کردند که رویکرد جدیدی تحت عنوان رویکرد شخصیتی یا ویژگی‌ها را در بحث کارآفرینی به وجود آوردند. در این رویکرد بسیاری از ویژگی‌های شخصیتی برای کارآفرینان شناسایی شد، اما مهم‌ترین این متغیرها شامل استقلال، میل به موفقیت، خلاقیت، ریسک‌پذیری، عزم و اراده، تحمل ابهام و مرکز کنترل (Kumara, 2009; Olakitan, 2010; Hansemark, 2010; and Ayobami, 2011; Entrialgo et al., 2015) است.

در سال‌های اخیر، زنان که نیمی از جمعیت کشور را تشکیل می‌دهند، گرایش بیش‌تری به تحصیلات دانشگاهی پیدا کرده‌اند و نرخ ورود زنان و دختران به

استراتژی‌های مؤثر، استفاده از رهیافت استراتژیک برای مدیریت منابع انسانی، تشویق فرهنگ یادگیری، حفظ ارتباط با مشتری و نگرانی برای کیفیت از مهمترین شایستگی‌هاست. شایستگی‌های کارآفرینانه ارتباط بسیاری با شایستگی‌های مدیریتی دارد (Boyatzis, 2008). در این مدل زمینه‌ها و خوشه‌های مرتبط شایستگی‌ها که برای مدیران اهمیت دارند، بررسی شده است. بارترام (Bartram, 2005) چارچوبی چندبعدی از شایستگی‌های کارآفرینی را تدوین کرد که چهار بعد شایستگی‌های شناختی، کارکردی، شخصی و فراشایستگی‌ها را دربر می‌گیرد. مروری بر تحقیقات انجام شده درخصوص شایستگی‌ها محدود و ناکافی بودن مدل‌ها و الگوهای موجود را بیان می‌کند، ضمن آنکه بیشتر مدل‌ها فاقد اعتبار تجربی هستند و اعتبار داده‌ها فقط با حداقلی از مطالعات در زمان‌های مشخص و مکان‌ها نشان داده شده است. لازم است برای سنجش شایستگی‌ها، ابزار روان‌سنجی مناسبی تعریف و تعیین شود. همچنین، با توجه به شرایط کشور، بیشتر مدل‌های کارآفرینی در جوامع غربی رواج یافته و بسط و تعریف شده‌اند، بدون آنکه به شرایط اجتماعی- فرهنگی کشور نوع کسب و کار توجه شود. در پژوهش حاضر تلاش شده است بهترین مدل در زمینه سنجش شایستگی‌های کارآفرینانه ارائه شود. معیارهای انتخاب بهترین مدل از شایستگی کارآفرینی شامل، جامعیت مدل و ارتباط شایستگی‌ها با نیازهای کارآفرینان، اعتبار صوری و تکرارپذیری برپایه این شاخص‌ها می‌باشد که از روش کیفی تحلیل محتوای تلخیصی استفاده شد.

پیشینه پژوهش

مقیم (۱۳۸۸) ویژگی‌هایی را برای کارآفرینان بر می‌شمارد که برخی از آن‌ها عبارتند از: نیاز زیاد به موفقیت شخصی، نیاز کم به کنترل فعالیت‌های

دانشگاه‌ها، سال به سال در حال افزایش است که در این بین دختران و زنان روستایی نیز وجود دارند. در حالی که نرخ بیکاری نیز در میان بانوان تحصیل کرده به صورت قابل توجهی در حال افزایش می‌باشد. لذا، حل معضل بیکاری و ایجاد اشتغال را به یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های دولت تبدیل کرده است. علاوه بر چالش‌های جهانی که زنان برای کارآفرینی و راه‌اندازی کسب‌وکار برای خود و دیگران با آن روبه‌رو هستند، زنان ایرانی با موانع جداگانه روبه‌رو هستند که به گواه کارشناسان اجتماعی و اقتصادی بخشی از این موانع ناشی از محیط و بخشی دیگر تابع تنگناهای شخصیتی و تربیتی زنان است. تاکنون مدل‌های مختلفی در حوزه مدیریت و کارآفرینی درخصوص شایستگی‌ها ارائه شده است که در ادامه به مهم‌ترین آنها اشاره می‌شود. یکی از این مدل‌ها، مدل شایستگی یکپارچه (Boyatzis, 2008) نام دارد و یکی از مطالعات مهم در زمینه مدل‌های شایستگی‌های کارآفرینی به شمار می‌آید. مدل دیگر مدل برج است که به مدل سه لایه معروف بوده و شامل: انگیزه‌ها و خصیصه‌ها، نقش‌های اجتماعی و خویشن‌پنداری و رفتارها، و دانش و مهارت‌ها است (Burch, 2007). کارملی (Carmeli, 2003) در تلاش برای طبقه‌بندی تمامی شایستگی‌های شناسایی شده در قالب فعالیت‌ها و رفتارهایی مرتبط در بستر بنگاه‌ها، به بررسی مطالعات تجربی قبلی در زمینه شایستگی‌های کارآفرینانه پرداختند، آنها نتیجه مطالعات خود را در شش حوزه شایستگی دسته‌بندی نمودند. در مدلی دیگر، آلیسون و هایاس (Allinson and Hayes, 2008) اعتقاد دارند که شایستگی‌های اصلی شامل چهار گروه اجرایی، ارتباطی، نظارتی و شناختی است. نیک رفتار (۱۳۹۰) برای درک شایستگی‌ها با رویکرد کیفی معتقد است داشتن دیدگاه واضح و هدف روشن، داشتن توانایی تدوین

خودتنظیمی، باور به خود و کنترل نتایج زندگی، خطرپذیری، تحمل ابهام زیاد، عزت نفس زیاد و عدم انطباق‌پذیری. عابدی جعفری و تسلیمی مرادی (۱۳۸۹) بیان می‌کنند که براساس مکتب ویژگی‌های روان‌شناختی کارآفرینی، نیازها، انگیزه‌ها، احساسات و نگرش‌های افراد مبنای رفتار اولیه آنهاست و ارزش‌های غالب، افراد را وادار به رفتار ویژه‌ای می‌کند. کریمی و جوهری (۱۳۹۲) بیان می‌کنند که خودمدیریتی یکی از عناصر مهم و تأثیرگذار بر موفقیت کارآفرینان می‌باشد. کارآفرینی که بر ویژگی خودمدیریتی تأکید دارد موفقیت‌های بسیاری کسب خواهد کرد.

با عطف توجه به ویژگی‌های کارآفرینانه می‌توان گفت که کارآفرینی عبارت است از فرآیند نوآوری، خلق ارزش و بهره‌گیری از فرصت‌ها با تلاش و پشتکار فراوان همراه با پذیرش خطرات مالی، روانی و اجتماعی که با انگیزه توفیق‌طلبی، رضایت شخصی، استقلال و کسب سود مالی صورت می‌گیرد (Hisrich and Peters, 2002). مطالعات در زمینه ویژگی‌های کارآفرینی سه عامل فردی، اجتماعی و محیطی تأثیرگذار بر رفتارهای کارآفرینی را از هم متمایز نموده‌اند. مدل عوامل اجتماعی پیشینه شخصیتی، خانوادگی، دوره زندگی فرد، تجربه‌های فردی و گروه‌های اجتماعی را مورد آزمون قرار می‌دهد. در حالی که مدل عوامل محیطی برخی ویژگی‌هایی که در محتوای محیط است مانند برخی باورها و ارزش‌ها، فرصت‌های محیطی، منافع غیرمستقیم، تحولات اجتماعی، فرهنگ اقتصادی و برخی حمایت‌های اجتماعی را در نظر می‌گیرد (Robinson et al., 2005). در تحقیقاتی که از مدل ویژگی‌های فردی استفاده می‌شود بیشتر به دنبال این مطلب هستند که به چه کسی کارآفرین اطلاق می‌شود

و خصوصیات آنانی که در کارآفرینی موفق و یا غیرموفق هستند مورد بررسی قرار می‌گیرد (Littunen, 2007). ری و همکاران (Rhee et al., 2007) به این نتیجه رسید که ویژگی‌هایی مانند ابتکار عمل، اقدام به موقع در مورد فرصت‌ها، اعتماد به نفس و پشتکار، کارآفرینان با عملکرد عالی را از کارآفرینان عادی متمایز می‌کند. احمد (Ahmad, 2007) در پژوهش خود، نشان داد که شایستگی‌های کارآفرینانه موردنیاز برای موفقیت کسب‌وکارهای شان شامل ۱۲ خوشه اصلی شایستگی بوده و عبارتند از: شایستگی‌های راهبردی، شایستگی‌های تعهدی، شایستگی‌های ادراکی، شایستگی‌های فرصت‌محور، شایستگی‌های سازمان‌دهی و رهبری، شایستگی‌های ارتباطی، شایستگی‌های یادگیری، شایستگی‌های شخصی، شایستگی‌های فنی، شایستگی‌های اخلاقی، شایستگی‌های مسئولیت اجتماعی و شایستگی‌های حمایت و همکاری. بورچ (Burch, 2007) ویژگی‌های کارآفرینان را چنین بر می‌شمارد: خوش‌آیندی موفقیت، فشار برای غلبه بر مشکلات، سخت‌کوشی، پذیرش مسئولیت، خوش‌بینی، تعالی‌مداری. کارآفرینان به دلیل آگاهی از شرایط مخاطره‌آمیز درحوزه فعالیت خود در مواجهه با ابهامات دست به خلاقیت می‌زنند (David, 2008). تحقیقات زیادی نوع ویژگی‌های کارآفرینان را مورد بررسی و آزمون قرار داده‌اند. استوارت و همکاران (Stewart et al., 2010)، میل به پیشرفت، ریسک‌پذیری و نوآوری، به عنوان عوامل متمایزکننده کارآفرینان از مدیران در کسب و کارهای کوچک، را تفکیک می‌کند. نتایج مطالعات مختلف حاکی از آن است که کارآفرینان ریسک‌پذیری بیشتری نسبت به سایر افراد جامعه نشان می‌دهند (Oosterbeek et al., 2010). اسمیت و والورتون (Smith and

شاخص‌های شایستگی‌های کارآفرینانه مدنظر قرار داده‌اند.

روش‌شناسی تحقیق

این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر نوع تحقیق، توصیفی از نوع پارادایم کیفی و روش تحلیل محتوا تلخیصی می‌باشد. به منظور پاسخ به سوال‌های پژوهش و به منظور بررسی محتوای مقالات که در سال‌های ۸۹-۹۴ در زمینه شایستگی‌های کارآفرینی منتشر شده بودند را دربر می‌گیرد. روش جمع‌آوری داده‌های این مطالعه از روش تحلیل محتوای کیفی با رویکرد تلخیصی بود. در این نوع تحلیل، تمرکز روی کشف معانی اصولی واژه یا مضامین آن استوار است. پژوهشگران از این نوع تحلیل محتوا در مطالعات تحلیلی انواع مقالات موجود در مجلات علمی و همچنین کتاب‌های مرجع استفاده می‌کنند.

یافته‌ها

در این پژوهش با استفاده از فشرده کردن، جداسازی و خلاصه نمودن در مرحله اول و مقوله‌بندی و کدگذاری در مرحله دوم و تبدیل کدها به تم و مقوله براساس تکرار مقوله‌ها در نهایت هفت مقوله اصلی و ۵۲ زیرمقوله استخراج شد. به منظور اعتباریابی ابزار تحقیق از نظرات کارشناسی سه نفر از اساتید دانشکده کارآفرینی و همچنین دو نفر از اساتید ترویج و توسعه روستایی که در حوزه کارآفرینی تخصص داشتند، استفاده شد. در این پژوهش برای تعیین پایایی از فرمول پایایی هولستی استفاده شد که پس از ضریب توافق بین کدگذاران بدست آمد مقدار آن برابر با ۰/۸۶ بدست آمد.

(Wolverton, 2010) شایستگی موردنیاز یک کارآفرین زن را در قالب چارچوبی ارایه دادند، این شایستگی‌ها شامل شایستگی‌های رفتاری، شایستگی‌های ارتباطی، شایستگی‌های روابط خارجی می‌باشند. مدل ویژگی‌های فردی همانند نگرش صفات مشخصه رهبری است. این مکتب صفات خاصی را برای کارآفرینان موفق برمی‌شمارد. در این مدل فرض می‌شود که کارآفرینان ویژگی‌ها، انگیزش‌ها و نگرش‌های منحصر به فردی دارند که آنها را از دیگران متمایز می‌نماید (Hansemark, 2010). توانایی کار با اطلاعات ناقص از محیط و تمایل به فعالیت مستقل بدون اطمینان از موفقیت، به دلیل قدرت تحمل ابهام کارآفرینان است که بیشتر از سایر افراد در آنان وجود دارد (Olakitan and Ayobami, 2011). زام پیتاکیس و همکاران (Zampetakis et al., 2012)، خودآگاهی، خودمدیریتی، انگیزش، هم‌دلی و مهارت‌های اجتماعی اثر مثبت بر کارآفرینی دارد. زاکارویویشس و زوپرکا (Zakarevičius and zuperka, 2015) نشان دادند که خودمدیریتی، آگاهی اجتماعی و مدیریت روابط بر جنبه‌های شخصیتی مانند نیاز به موفقیت و کنترل درونی اثر معنی‌داری دارد.

با نگاهی به این پژوهش‌ها می‌توان گفت که با وجود اینکه هر یک از این مطالعات موضوع را از جنبه متفاوتی نگریسته‌اند، اما اغلب آنها ابعاد اساسی شایستگی‌ها (شامل دانش، مهارت‌ها و تجارب، خصیصه‌های شخصی، انگیزه‌ها، نگرش‌ها و ارزش‌ها) را به عنوان سرشاخه‌های اصلی برای تعریف

جدول ۱- مقوله‌بندی و کدگذاری شایستگی‌های موردنیاز زنان روستایی.

تم	مقوله	زیرمقوله
	شایستگی‌های شخصی-روانشناختی	پشتکار، پایداری، انعطاف‌پذیری، خلاق بودن، تحمل ابهام، استقلال، میل به موفقیت، میل به خلاقیت، میل به ریسک‌پذیری، عزم و اراده، مرکز کنترل، برخورداری از ششم تجاری، اعتمادبه‌نفس، انعطاف‌پذیری.
شایستگی‌های کارآفرینی مورد نیاز زنان	شایستگی‌های ارتباطی	تعامل فرد با فرد یا فرد با گروه، ارتباطات اثربخش و مهارت‌های میان‌فردی، جمع-آوری و سازماندهی اطلاعات، مهارت خوب گوش دادن، قدرت کلامی، جلب تعهد دیگران، کنترل استرس‌ها، درک پیام‌های کلامی و غیرکلامی، قاطعیت در ارتباط
	شایستگی‌های راهبردی	شایستگی‌های مرتبط با تعیین، ارزیابی و پیاده‌سازی چشم‌انداز و راهبردهای کسب و کار، تنظیم و ارزشیابی اهداف، پایش مستمر محیط صنعت و کسب و کار
	شایستگی‌های تعهدی	شایستگی‌هایی که کارآفرین را متعهد به حرکت رو به جلو همراه با کسب و کار می‌کند، شناسایی و تعریف نیازهای قابل رشد در بازار و صنعت،
	شایستگی‌های ذهنی	درک نیازهای مشتری، مهارت‌های تصمیم‌گیری، به‌دست آوردن و درک اطلاعات پیچیده، مخاطره‌پذیری، نوآور بودن و نگرستن از دیدگاه‌های متفاوت، مهارت در پیدا کردن مناسب‌ترین بازار برای محصولات
	شایستگی‌های رهبری و سازماندهی	سازماندهی منابع انسانی، فیزیکی، مالی و فناورانه شامل گروه‌سازی رهبری و هدایت کارکنان، آموزش و کنترل
	شایستگی‌های مفهومی	سلامت فکری، عملگرایی، رویاپردازی، چالش‌طلبی، هدف‌گرایی

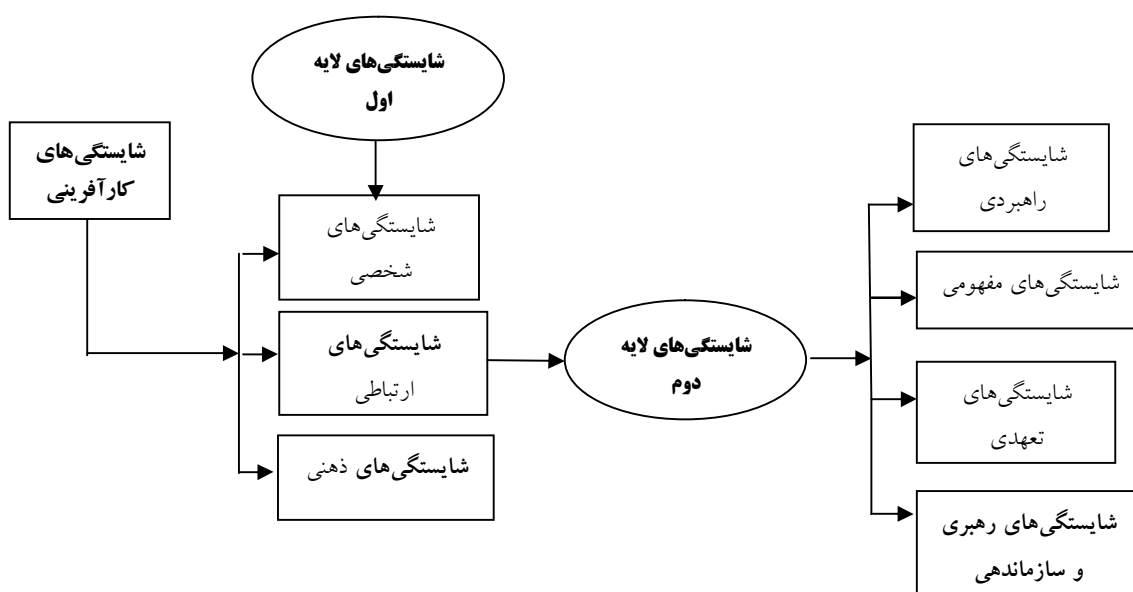
بحث

شایستگی‌های مورد نیاز زنان برای راه‌اندازی کسب و کارهای کارآفرینانه تأکید دارد. پشتکار، پایداری، انعطاف‌پذیری، خلاق بودن، تحمل ابهام، استقلال، میل به موفقیت، میل به خلاقیت، میل به ریسک‌پذیری، عزم و اراده، مرکز کنترل، برخورداری از ششم تجاری، اعتماد به نفس، انعطاف‌پذیری؛ جزو مهمترین شایستگی‌های شناسایی شده این بعد در پژوهش حاضر هستند. شایستگی‌های ارتباطی نیز همواره به عنوان یکی از ابعاد اصلی کارآفرینی شناسایی شده‌اند (Duarte and Diniz, 2014)، نتایج این پژوهش نیز بر اهمیت شایستگی‌های ارتباطی به عنوان یکی از شایستگی‌های مهم کارآفرینی مورد نیاز زنان، تأکید دارد. در اغلب چارچوب‌های شایستگی‌های پر استناد، به شایستگی‌های راهبردی به عنوان یکی از ابعاد

چنان که ملاحظه شد در راستای شناسایی شایستگی‌های کارآفرینانه موردنیاز زنان، ابعاد اصلی چارچوب در هفت بعد متمایز و مکمل شایستگی‌های شخصی روانشناختی، شایستگی‌های ارتباطی، شایستگی‌های راهبردی، شایستگی‌های تعهدی، شایستگی‌های ذهنی، شایستگی‌های رهبری و سازماندهی، شایستگی‌های مفهومی متشکل از هفت مقوله و ۵۲ زیرمقوله شناسایی شد. شایستگی‌های شخصی-روانشناختی یک بعد اصلی در چارچوب‌های مختلف شایستگی‌ها است که توسط محققان مختلفی (Sanghi, 2007; Barbazette, 2005; Barbazette, 2005) تأکید شده است. نتایج این پژوهش نیز بر اهمیت شایستگی‌های شخصی روانشناختی به‌عنوان یکی از مقوله‌های اصلی

تعریف نیازهای قابل رشد در بازار و صنعت می‌شود. شایستگی‌های ذهنی شامل: درک نیازهای مشتری، مهارت‌های تصمیم‌گیری، به دست آوردن و درک اطلاعات پیچیده، مخاطره‌پذیری، نوآور بودن و نگریستن از دیدگاه‌های متفاوت و مهارت در پیدا کردن مناسب‌ترین بازار برای محصولات می‌شود.

اصلی کارآفرینی اشاره شده است (Smallbone, 2009; Sanghi, 2007; Barbazette, 2005). نتایج این پژوهش نیز بر اهمیت این بعد تأکید می‌کند. باید یادآوری کرد شایستگی‌های تعهدی نیز به عنوان دیگر مقوله مهم و مورد نیاز زنان برای کارآفرین شدن شامل شایستگی‌های که کارآفرین را متعهد به حرکت رو به جلو همراه با کسب‌وکار می‌کند، شناسایی و



شکل ۱- شایستگی‌های کارآفرینانه زنان روستایی.

روانشناختی، شایستگی‌های ارتباطی و ذهنی قرار می‌گیرند و در لایه دوم شایستگی‌های مفهومی، شایستگی‌های رهبری و سازماندهی، شایستگی‌های تعهدی و شایستگی‌های راهبردی قرار می‌گیرند.

در نهایت با توجه به نتایج به دست آمده، پیشنهاد برگزاری دوره‌های آموزشی رسمی و غیررسمی با هدف ارتقای سطح نشانگرهای کارآفرینانه، فراهم نمودن بستر مناسب برای زنان روستایی، تا مهارت‌های خود را در هفت مقوله از جمله شایستگی‌های شخصی روانشناختی، شایستگی‌های ارتباطی و ذهنی، شایستگی‌های مفهومی، شایستگی‌های رهبری و سازماندهی، شایستگی‌های

نتیجه‌گیری

در مجموع می‌توان گفت تدوین و ارایه چارچوب شایستگی‌های کارآفرینانه مورد نیاز زنان روستایی مشتمل بر هفت مقوله و ۵۲ زیرمقوله می‌باشد. بر همین اساس به نظر می‌رسد باید از چارچوب تدوین شده در این پژوهش، در ارزیابی و شناخت استعدادها و زنان روستایی در راستای ایجاد بستر مناسب جهت حرکت به سمت ایجاد کسب و کارهای کارآفرینانه استفاده شود. با توجه به تکرار مقوله‌ها و زیرمقوله‌ها شایستگی‌های در دو دسته با توجه به اهمیت که در پژوهش‌ها داشته‌اند و تعداد تکرار آنان تقسیم شده‌اند که در گام اول شایستگی‌های شخصی

تعهده‌ی و شایستگی‌های راهبردی تقویت کنند. ارائه برنامه‌های آموزشی کافی در زمینه مهارت‌های مدیریتی به جامعه زنان روستایی، تدوین و اجرای برنامه‌هایی برای تشویق و دادن انگیزه کارآفرینی در بین زنان در سطح محلی، آموزش و مشاوره برای زنان کارآفرین با هدف احیای قدرت اعتماد به نفس و کنار گذاشتن ترس جهت راه‌اندازی کسب و کارهای کارآفرینانه در کنار آموزش‌های بازاریابی و فروش برای زنان روستایی از پیشنهادهایی است که می‌توان ارائه داد.

منابع

۱. حسین‌پور، د. و زارعی‌وش، ف. ۱۳۸۹. الگوی کارآفرینی سازمانی مطالعه موردی اداره کل تعاون استان تهران. تعاون، ۲۱ (۴): ۱۹۴-۱۷۱.
۲. خواجه‌بیان، د. و راد، س.س. ۱۳۸۹. تدوین مدل هدایتگر مدیریت شهری برای توسعه کارآفرینی. مطالعات مدیریت شهری، ۲ (۳): ۱۳۱-۱۱۹.
۳. شریفی، ز.، ایروانی، ه. و دانشور عامری، ژ. ۱۳۹۴. تحلیل عوامل پیش‌برنده و بازدارنده توسعه اشتغال زنان روستایی شهرستان نجف‌آباد. زن و جامعه، ۶ (۱): ۲۰-۱.
۴. عابدی جعفری، ح.، و تسلیمی مرادی، م. ۱۳۸۹. بررسی رابطه بین. سبک رهبری تحول‌آفرین با هوش عاطفی و بهره‌هوشی. فصلنامه پژوهشگر، ۲ (۲۰): ۷۵-۶۲.
۵. فریدون‌نژاد، ر. ۱۳۹۲. کشف فرصت خلق ثروت با کارآفرینی و ارزش‌آفرینی. تهران: انتشارات پارس.
۶. قادرمزنی، ح.، جمشیدی، ع.، جمینی، د. و نظری سرمایه، ح. ۱۳۹۴. شناسایی موانع توسعه کارآفرینی زنان روستایی (مطالعه موردی: دهستان شلیل - شهرستان اردل). برنامه‌ریزی منطقه‌ای، ۵ (۱۷): ۱۰۳-۱۱۸.
۷. کریمی، آ. و جوهری، ه. ۱۳۹۲. شناسایی عوامل بازدارنده توسعه کارآفرینی از دیدگاه دانشجویان تحصیلات تکمیلی مورد بررسی: دانشکده‌های کشاورزی دولتی استان تهران. توسعه کارآفرینی، ۶ (۴): ۱۶۷-۱۵۱.
۸. کریمی، س.، بیمنز، ه.، چیدری، م. و مولدر، م. ۱۳۹۱. بررسی تاثیر عوامل محیطی و فرهنگی بر قصد کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی. توسعه کارآفرینی، ۵ (۳): ۱۲۴-۱۰۵.
۹. مقیمی، س. ۱۳۸۸. کارآفرینی در سازمان‌های دولتی. تهران: انتشارات رواندیش.
۱۰. علیدوست، س. و لشگرآرا، ف. ۱۳۹۲. موانع توسعه کارآفرینی زنان روستایی (مطالعه موردی: شهرستان گرمسار). پژوهش‌های ترویج و آموزش کشاورزی، ۶ (۱): ۱۶-۷.
۱۱. نیک رفتار، ط. ۱۳۹۰. تاثیر شایستگی‌های فردی و اجتماعی بر شخصیت کارآفرینانه (مطالعه موردی: کارکنان بانک توسعه صادرات). توسعه کارآفرینی، ۴ (۴): ۱۴۳-۱۲۵.
12. Ahmad, N.H. 2007. A Cross Cultural Study of Entrepreneurial Competencies and Entrepreneurial Success in SMEs in Australia and Malaysia. Doctoral Dissertation, the University of Adelaide, Australia.
13. Allinson, C., and Hayes, J. 2008. The cognitive style index: a measure of intuition analysis for organizational research. Journal of Management Studies, 33: 119-135
14. Alvani, S.M. 2011. Entrepreneurship, synergy individuals, society and culture. Business and Society, 134: 5-9.
15. Burch, J.G. 2007. Entrepreneur Wikipedia – The Free encyclopedia.

16. Barbazette, J. 2005. *The Trainer's Journey to Competence: Tools, Assessments, and Models*. San Francisco, CA: Pfeiffer.
17. Boyatzis, R.E. 2008. Competencies in the 21st Century. *Journal of Management Development*, 27 (1): 5-12.
18. Bartram, D. 2005. The Great Eight Competencies: A Criterion Approach to Validation. *Journal of Applied Psychology*, 90 (6): 1185-1203.
19. Carmeli, A. 2003. The Relationship between Emotional Intelligence and Work Attitudes, Behavior and Outcomes. *Journal of Managerial Psychology*, 18 (8): 788-813.
20. Dabson B., Malkin J., Matthews A., Pate K., and Stickle S. 2003. *Mapping Rural Entrepreneurship*, Washington, D.C.: Corp. for Enterprise Development. 68 p.
21. Dahlstrand, A.L. 2007. Technology-based entrepreneurship and regional development: The case of Sweden. *European Business Review*, 19 (5): 373-86.
22. David, U., Aponte, M., and Toledano, N. 2008. Doctoral education in entrepreneurship: A European case study. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15 (2): 336-347.
23. Duarte, N., and Diniz, F. 2014. The role of firms and entrepreneurship on local development. *Romanian Journal of Regional Science*, 5 (1): 54-69.
24. Ellis, F. 2003. Livelihoods and rural poverty reduction in Kenya. *Development Policy Review*, (13): 566-571.
25. Entrialgo, M., Fernandez, E., and Vazquez, C. 2015. Characteristics of managers as determinants of entrepreneurial orientation: some Spanish evidence. *Enterprise and Innovation Management Studies*, 1 (2): 187-205.
26. Hansemark, O.C. 2010. The effects of an entrepreneurship program on need for achievement and locus of control of reinforcement. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 4 (1): 28-50.
27. Hisrich, R. D., and Peters, M. 2002. *Entrepreneurship*. New York: Mc-Grow Hill.
28. Inyang, B.J., and Enuoh, R.O. 2009. Entrepreneurial Competencies: The Missing Links to Successful Entrepreneurship in Nigeria. *International Business Research*, 2 (2): 62-71.
29. Karimi, S., Chizari, M., Biemans, H.J., and Mulder, M. 2010. Entrepreneurship education in Iranian higher education: The current state and challenges. *European Journal of Scientific Research*, 48 (1): 35-50.
30. Karimi, S., J.A., Biemans, H., Lans, T., Chizari, M., and Mulder, M. 2014. Effects of role models and gender on students' entrepreneurial intentions. *European Journal of Training and Development*, 38 (8): 694-727.
31. Kumara, S.A.V. 2009. Entrepreneurial Characteristics Among Business Management Students. *Journal of Management Research*, 8 (6): 7- 29.
32. Littunen, H. 2007. Entrepreneurship and the characteristics of the entrepreneurial personality. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 6 (6): 295-309.
33. Mitchelmore, S., and Rowley, J. 2010. Entrepreneurial Competencies: A Literature Review and Development Agenda. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 16 (2): 92-111.
34. Olakitan, O.O., and Ayobami, A.P. 2011. An Investigation of personality on entrepreneurial success. *Journal of Emerging Trends in Economics and Management Sciences*, 2 (2): 95-103.
35. Oosterbeek, H., Praag, M.V., and Ijsselstein, A. 2010. The impact of entrepreneurship education on entrepreneurship skills and motivation. *European Economic Review*, 54 (3): 442-454.
36. Rhee, K., White, S., and Rebecca, J. 2007. The Emotional Intelligence of Entrepreneurs. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 20 (4), 409-425.
37. Robinson, P.B., Stimpson, D.V., Huefner, J.C., and Hunt, H.K. 2005. An attitude approach to the prediction of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 15 (4): 13-32.

38. Sanghi, S. 2007. *The Handbook of Competency Mapping: Understanding, Designing and Implementing Competency Models in Organizations*. 2nd Edition, New Delhi: Sage Publications.
39. Smallbone, D. 2009. Fostering entrepreneurship in rural areas. In Potter, J. and Hofer, A.R. (Eds.), *Strengthening entrepreneurship and economic development in East Germany: lessons from local approaches* (Pp: 161-187). Paris: OECD.
40. Smith, Z.A., and Wolverson, M. 2010. Higher Education Leadership Competencies: Quantitatively Refining a Qualitative Model. *Journal of Leadership and Organizational Studies*, 17 (1): 61-70.
41. Stewart, W.H., Watson, W.E., Carland, J.C., and Carland, J.W. 2010. A proclivity for entrepreneurship: a comparison of entrepreneurs, small business owners, and corporate managers. *Journal of Business Venturing*, 14: 189-214.
42. Zarafshani, K., Sharafi, L., and Rajabi, S. 2011. Using the Myers-Briggs type indicator (MBTI) in the teaching of entrepreneurial skills. *International Journal of Science and Technology Education Research*, 2 (4): 67– 74.
43. Zakarevičius, P., and Zuperka, A. 2015, Expression of Emotional Intelligence in Development of Students' entrepreneurship. *Economics and Management*, 15: 865-873.
44. Zampetakis, L.A., Kafetsios, K., Bouranta, N., Dewett, T., and Moustakis, V.S. 2012. On the relationship between emotional intelligence and entrepreneurial attitudes and intentions. *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, 15 (6): 595-618.



Gorgan University of Agricultural
Sciences and Natural Resources

Journal of Entrepreneurship in Agriculture Vol. 4(4), 2018
<http://jead.gau.ac.ir>

Using content analysis summary in the conceptual model of entrepreneurship competencies needed for rural women

V. Aliabadi¹, *P. Ataei² and R. Movahedi³

¹Ph.D. Student, Dept., of Agricultural Extension and Education, Agriculture Campus, Bu-Ali Sina University, ²Ph.D. Candidate, Dept., of Agricultural Extension and Education, Agriculture Campus, Tarbiat Modares University, ³Associate Prof., Dept., of Agricultural Extension and Education, Agriculture Campus, Bu-Ali Sina University

Received: 14/5/2016; Accepted: 21/8/2016

Abstract

A considerable growth in employed women is an undeniable fact of the Iranian society. However, social experience shows that a few numbers of these women are entrepreneur. In order to create an entrepreneurial activity both social statuses and cultural conditions need to be prepared. The aim of this paper was to present a conceptual model of entrepreneurship competencies needed for rural women, through a summarized content analysis. This study used a qualitative paradigm and summarized content analysis method of data analysis. Data gathering method was done by searching, taking notes and coding on written texts from scientific and significant papers. During content analysis process, first different codes were verified then grouped into sub-themes and finally merged into main themes so that 52 sub-themes merged into seven main themes. In this study to determine the reliability of data Holsty's reliability formula was used and it was 0.86. Based on the findings, The main themes which were extracted in this study were personal competence, psychological, communication abilities, mental, conceptual merit, competence, leadership and organization, competence, Commitment competency and strategic competency.

Keywords: Entrepreneurship competency, Rural women, Summarized content analysis

*Corresponding author: ataeip@yahoo.com