

Research Paper

The Personality Type of Successful Rural Women in Home-Based Economic Activities Based on the Model of DISK

Vahid Aliabadi ¹, Pouria Ataei ², Saeed Gholamrezai ^{3*}

1- Ph.D. Department of Agricultural Extension & Education, Faculty of Agriculture, Bu-Ali Sina University, Hamedan, Iran.

2- Ph.D. Department of Agricultural Extension & Education, Faculty of Agriculture, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran.

3- Associate Professor, Department of Rural Development, College of Agriculture, Lorestan University, Lorestan, Iran.

Received: 2019/10/16

Revised: 2020/05/05

Accepted: 2020/05/05

Use your device to scan and read the article online



DOI:

10.30495/jzpm.2022.4123

Keywords:

Home-based economic activities, Model of DISK, Rural women, Rural development.

Abstract

Rural women are more likely than men to poverty and gender discrimination and most of them are marginalized and controlled by men. The involvement of rural women in home-based economic activities can be an important contribution to rural development. Furthermore, personality type of rural women can be effective relationship in establishment of home-based economic activities successfully or unsuccessfully. Accordingly, this study aimed to understand the personality type of rural women in home-based economic activities using behavioral model of DISK. 1542 participated rural women in home-based economic activities of Kermanshah Province were considered as research population. The research sample was estimated by multi-stage random cluster sampling approach (n = 325). Data were collected through a structured questionnaire. The results showed that most successful and unsuccessful women have influence and steadiness personality types, respectively. Also, the results of logistic regression revealed that the extent of experience, assigned time to activities, income and the use of social networks can explain 28% of success of rural women in home-based economic activities. The present study can better understand the behavioral model of disk and develop theoretical foundations of rural entrepreneurship. Also, the results of the research can be used to recognize rural women's personality in formulating educational-extension programs and public policy in order to stimulate rural women for development of home-based economic activities.

Citation: Aliabadi, V., Ataei, P., Gholamrezai, S., The Personality Type of Successful Rural Women in Home-Based Economic Activities Based on the Model of DISK. Journal of Regional Planning. 2022; 11 (44): 165-184. DOI: 10.30495/jzpm.2022.4123

Corresponding Author: Saeed Gholamrezai

Address: Department of Rural Development, College of Agriculture, Lorestan University, Lorestan, Iran

Tell: 09186861241

Email: gholamrezai.s@lu.ac.ir

Extended Abstract

Introduction

Rural women are key agents for achieving the transformational economic, environmental and social changes required for sustainable development. But limited access to credit, health care and education are among the many challenges they face, which are further aggravated by the global food and economic crises and climate change. Empowering them is key not only to the well-being of individuals, families and rural communities, but also to overall economic productivity, given women's large presence in the agricultural workforce worldwide. Achieving equal and sustainable development in any society, regardless of the role and position of rural women, is unattainable. The situation of women's activities in Iran shows that the employment of rural women is not in a good condition, so that only 12% of rural workers are women. Rural women play a key role in supporting their households and communities in achieving food and nutrition security, generating income, and improving rural livelihoods and overall well-being. They contribute to agriculture and rural enterprises and fuel local and global economies. As such, they are active players in achieving the MDGs. Yet, every day, around the world, rural women and girls face persistent structural constraints that prevent them from fully enjoying their human rights and hamper their efforts to improve their lives as well as those of others around them. Rural women are more likely than men to poverty and gender discrimination and most of them are marginalized and controlled by men. The involvement of rural women in home-based economic activities can be an important contribution to rural development. Furthermore, personality type of rural women can be effective relationship in establishment of home-based economic activities successfully or unsuccessfully. Accordingly, this study aimed to understand the personality type of rural

women in home-based economic activities using behavioral model of DISK.

Methodology of the Study

This research was performed in terms of purpose, application, in terms of variable control, non-experimental, in terms of data collection, descriptive and correlational, in terms of paradigm, quantitative method and based on logistic regression. 1542 participated rural women in home-based economic activities of Kermanshah Province were considered as research population. The research sample was estimated by multi-stage random cluster sampling approach ($n = 325$). Data were collected through a structured questionnaire. Due to the scattering of the sample and the size of the geographical area, a multi-stage cluster sample was used. First, Kermanshah province was divided into four regions according to the weather conditions (cold and dry, hot/ medium-dry and cold and semi-dry/ wet, medium and semi-dry). Finally, four counties and nine rural were included in the sample. The DISC model was used to measure the personality traits of women small business owners. The questionnaire's face and content validity was confirmed by a panel of experts and its reliability was estimated by Cronbach's alpha in a pilot study ($\alpha = 0.91$). Logistic regression model was used for descriptive analysis of the data and to investigate the effect of the proposed variables on the hypotheses and test the final research model.

Findings

The results of logistic regression revealed that the extent of experience, assigned time to activities, income and the use of social networks can explain 28% of success of rural women in home-based economic activities. Rural women with more experience will have 5.76 increases in their chances of success in their business. Women whose average income is at a good level will increase their chances of success by up to 2.39 times. Women who spend

more time on their business will have a 1.17 times higher chance of success. Also, women who use social media the most in their business will have a 1.88 chance of succeeding in their business. Assessing the dimensions of rural women's personality traits revealed that among successful women, there is a predominant personality type, followed by women with influential personalities. While among the less successful or unsuccessful women, there was the personality type of the influential and the second dominant. There are influential personality types between the two groups, but the biggest difference between the two groups is between the dominant and conscientious personality types. Thus, women with an influential personality type have played an important role in both successful and unsuccessful women's groups and have had a greater impact on home-based businesses. Given the scores gained by women in all four dimensions in both successful and unsuccessful groups, it has been found that successful women are more likely to follow a high DI behavioral pattern. In contrast, unsuccessful or less successful women follow the High I behavior pattern.

Conclusion

The results revealed that in successful women, the dominant personality type was more pronounced. This may be due to the fact that success in a business can be due to characteristics such as being competitive, leading and motivating, being extroverted and being honest, as well as valuing time and space. The present study can better understand the behavioral model of disk and develop theoretical foundations of rural entrepreneurship. Also, the results of the research can be used to recognize rural women's personality in formulating

educational-extension programs and public policy in order to stimulate rural women for development of home-based economic activities. It is suggested that if you want to help start a home-based business, you should start by creating virtual social networks. Also, creating virtual communication between facilitators and relevant experts with women active in any field can be beneficial in their success. People with higher levels of education should be used to participate in various activities and used as liaisons and facilitators between rural women and officials.

مقاله پژوهشی

رابطه بین تیپ شخصیتی زنان روستایی و موفقیت آن‌ها در کسب‌وکارهای خانگی: کاربرد مدل دیسک

وحید علی‌آبادی^۱، پوریا عطائی^۲، سعید غلامرضایی^{۳*}

۱- دکتری ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه بوعلی سینا، همدان، ایران.

۲- دکتری ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران.

۳- دانشیار گروه توسعه روستایی، دانشگاه لرستان، لرستان، ایران.

چکیده

زنان روستایی بیش از مردان در معرض فقر و تبعیض جنسیتی قرار دارند و بیش‌تر آن‌ها به حاشیه رانده شده و تحت کنترل مردان قرار دارند. فعالیت زنان روستایی در کسب‌وکارهای خانگی می‌تواند کمکی مهم به درآمد خانوار داشته باشد. افزون بر این، تیپ شخصیتی زنان روستایی می‌تواند رابطه‌ای با موفقیت و یا عدم موفقیت ایجاد کسب‌وکارهای خانگی داشته باشد. هدف این مطالعه کشف تیپ شخصیتی زنان روستایی در کسب‌وکارهای خانگی بود که با استفاده از مدل رفتاری دیسک (DISC) انجام شد. ۱۵۴۲ نفر از زنان روستایی فعال در کسب‌وکارهای خانگی استان کرمانشاه به‌عنوان جامعه پژوهش در نظر گرفته شدند که با رویکرد نمونه‌گیری چندمرحله‌ای خوشه‌ای تصادفی ۳۲۵ نفر از آن‌ها مورد بررسی قرار گرفتند. داده‌ها با استفاده از پرسش‌نامه ساختاریافته، جمع‌آوری شد. نتایج نشان داد که زنان موفق دارای تیپ شخصیتی تأثیرگذار بودند. درحالی‌که در بین زنان ناموفق تیپ شخصیتی ثبات‌گرا نمود بیش‌تری داشت. همچنین، نتایج رگرسیون لجستیک مشخص کرد که میزان تجربه، زمان تخصیص داده به فعالیت، میزان درآمد و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی توانستند ۲۸ درصد از موفقیت زنان روستایی را در کسب‌وکارهای خانگی تبیین کنند. این مطالعه می‌تواند مدل رفتاری دیسک را بهتر بشناساند و باعث توسعه مبانی نظری در کارآفرینی روستایی شود. همچنین، شناسایی شخصیت زنان روستایی می‌تواند در تدوین برنامه‌های آموزشی- ترویجی و سیاست‌گذاری عمومی برای ترغیب هرچه بیش‌تر زنان روستایی به توسعه کسب‌وکارهای خانگی کمک کند.

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۷/۲۴

تاریخ داوری: ۱۳۹۹/۰۲/۱۶

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۲/۱۶

از دستگاه خود برای اسکن و خواندن مقاله به صورت آنلاین استفاده کنید



DOI:
10.30495/jzpm.2022.4123

واژه‌های کلیدی:

کسب‌وکارهای خانگی، مدل دیسک، زنان روستایی، توسعه روستایی

* نویسنده مسئول: سعید غلامرضایی

نشانی: گروه توسعه روستایی، دانشگاه لرستان، لرستان، ایران

تلفن: ۰۹۱۸۶۸۶۱۲۴۱

پست الکترونیکی: gholamrezai.s@lu.ac.ir

مقدمه

مشارکت زنان در امر اشتغال در شهرها و روستاها، یکی از پیامدهای اساسی گسترش توسعه اجتماعی- فرهنگی و اقتصادی بشمار می‌آید. رسیدن به توسعه برابر و پایدار در هر جامعه‌ای بدون در نظر داشتن نقش و جایگاه زنان روستایی، امری دست نیافتنی است. وضعیت فعالیت‌های زنان در ایران، گویای این واقعیت است که اشتغال زنان روستایی در وضعیت مناسبی قرار ندارد، به گونه‌ای که فقط ۱۲ درصد از شاغلان روستایی را زنان تشکیل می‌دهند که در مقایسه با میزان اشتغال متعارف زنان (۳۵ درصد) پذیرفتنی نیست (Yaghoubi Farani et al., 2014; 560). مطالعات در سطح بین‌الملل نیز نشان می‌دهد که زنان بیش از مردان در معرض فقر و تبعیض جنسیتی قرار دارند. از آنجایی که به طور سنتی زنان به حاشیه رانده شده و تحت کنترل مردان قرار دارند، حدود ۷۰ درصد از زنان جهان فقیر می‌باشند. عدم دسترسی زنان روستایی به عوامل تولید شامل زمین، اعتبار و خدمات توسعه‌ای و ترویجی از مهمترین مسائلی است که سبب می‌شود زنان قشر بیش‌تری از فقیران روستایی را تشکیل دهند (Aazami et al., 2016; Shafiei, 2019; Sabet & Mirvahedi, 2019; Farashi et al., 2019; Fattah & Camellia, 2020; Adeleke & Alani, 2020). اما، زنان روستایی در راه‌اندازی کسب و کارهای خرد و مشاغل خانگی با مشکلات عدیده‌ای نظیر محدودیت اعتبارات، نبود صرفه اقتصادی تولید در سطح خرد، عدم دسترسی به بازارهای خرید مواد اولیه و فروش تولیدات، نداشتن پشتوانه مالی و پس‌انداز کافی، نداشتن وثیقه و ضامن برای استفاده از اعتبارات دولتی، عدم توانایی رقابت با مردان در عرصه تجارت و اقتصاد هنجارها و ارزش‌های پدرسالاری، آداب‌ورسوم و اعتقادات مذهبی، دسترسی محدود زنان روستایی به آموزش، فقدان ارتباطات و مهارت‌های کارآفرینی و فرصت‌های اندک دسترسی به بازار روبه‌رو هستند (Ehsanifar et al., 2018; Papzan et al., 2011; Ghadermarzi et al., 2015; Vervaet, 2019; Fattah & Camellia, 2020). اشتغال زنان روستایی ضمن افزایش درآمد خانواده، به‌واسطه کاهش تفاوت و شکاف موجود بین خانوارهای شهری و روستایی، صرفه‌جویی در هزینه‌های تولید محصولات زراعی و دامی، بهبود وضعیت سواد و بهداشت خانواده، تأمین هزینه‌های خانوار به‌عنوان سرپرست و نیز کاهش مهاجرت به شهرها می‌تواند زندگی روستایی و در نهایت کل جامعه را تحت تأثیر قرار دهد (Maden, 2015; Shui et al., 2020; Yaghoubi Farani et al., 2015; Azaei and Zamani Miandashti, 2017; Izadi et al., 2018; Ehsanifar et al., 2018; Vervaet, 2019; Aazami et al., 2019).

در همین زمینه و به‌منظور فراهم‌سازی فضایی برای ایفای نقش مؤثر زنان روستایی در فعالیت‌های اقتصادی اجتماعی و توسعه

فرصت‌های شغلی در جامعه روستایی، طرح توسعه مشاغل خانگی به منزله یکی از راهکارهای موفق تجربه شده در سایر کشورها در سال‌های اخیر مورد توجه قرار گرفته است (Naderi Mahdy, K., & Vahdat, 2018: 176). این نوع کسب و کار مشاغل خانگی به منزله گزینه‌ای متناسب با شرایط زندگی فردی و اجتماعی زنان روستایی می‌تواند باعث ارتقای وضعیت اقتصادی و اجتماعی آنان شود؛ به‌طوری که اکثر صاحبان کسب و کارهای خانگی بر این باورند که کار کردن در خانه کیفیت زندگی آنها را بهبود می‌بخشد (Khakpoor, 2016: 70). بنابراین، با این اوصاف می‌توان به اهمیت توسعه مشاغل خانگی به‌خصوص در مناطق روستایی پی برد. اما، فقدان شناخت ویژگی‌های صاحبان مشاغل خرد و تیپ شخصیتی آن‌ها نیز دلیل دیگری است که باعث شده تا بسیاری از برنامه‌های توسعه کسب و کار موفق نباشد؛ زیرا تعریف و اهداف کسب و کارهای خرد و میزان انگیزه کارآفرینانه بنگاه‌های خرد در هر منطقه و کشور کاملاً متفاوت است (Armenda'riz and Morduch, 2007; Rahman, 2004). لذا، توجه به ویژگی‌ها و تیپ شخصیتی صاحبان کسب و کارهای خرد، به‌خصوص مشاغل خانگی بسیار اهمیت دارد. چرا که تئوری‌های شخصیت به‌اتفاق بیانگر آن هستند که شخصیت افراد، رفتار آن‌ها را پیش‌بینی می‌کند. شخصیت مرتبط با یکی از اساسی‌ترین و ابتدایی‌ترین سازوکارهای رفتاری برای انطباق اجتماعی است و ابعاد شخصیتی به صورت نظام‌مند روی نحوه ادراک افراد از تظاهرات چهره‌ای و بالطبع روی روابط بین فردی روزانه افراد تأثیرگذار هستند (Fereidounpour et al., 2016: 78). متأثر از این دیدگاه، می‌توان انتظار داشت که شخصیت یکی از مؤلفه‌های تأثیرگذار بر پیشبرد موفقیت در کسب و کارها است. این پژوهش از این نظر دارای اهمیت است که دانشی را پایه‌گذاری خواهد کرد که بر اساس آن با توجه به تیپ شخصیتی زنان سیاست‌گذاری‌های عمومی و برنامه‌های مناسب با تیپ شخصیتی آنان تدوین و هم‌چنین، گنجاندن مقوله تیپ شخصیتی زنان روستایی در برنامه‌ها و راهبردهای توسعه روستایی و آموزش‌های متناسب با نوع شخصیت آنان به ویژه در حیطه خوداشتغالی و توانمندسازی زنان روستایی در ایران طراحی و اجرا شود. بر همین اساس، این پژوهش به دنبال پاسخگویی به پرسش‌های زیر می‌باشد:

- ویژگی‌های فردی و اجتماعی زنان روستایی دارای مشاغل خانگی در استان کرمانشاه شامل چه مواردی است؟
- چه عواملی بر موفقیت مشاغل خانگی زنان روستایی استان کرمانشاه تأثیرگذار هستند؟
- چه رابطه‌ای بین تیپ شخصیتی زنان روستایی و موفقیت آن‌ها در مشاغل خانگی وجود دارد؟
- چه رابطه‌ای بین موفقیت زنان روستایی در مشاغل خانگی و الگوهای رفتاری آن‌ها وجود دارد؟

هم‌چنین، می‌توان فرضیه‌های پژوهش را به‌صورت زیر بیان کرد:

می‌بینند و در ارزیابی دیگران به‌وسیله نشان دادن توانایی فردی از شخصیت قوی و قدرت اجتماعی بالایی برخوردارند. ایشان ایجاد ارزش برای سازمان از راه عمل کردن به‌عنوان افرادی محرک در زمینه راه‌اندازی کارها شناخته می‌شوند. این افراد بیش‌ازحد از نگرش "هدف وسیله را توجیه می‌کند" استفاده می‌کنند. تیپ شخصیتی ارتقادهنده از نظر احساسات مشتاق به پذیرفتن دیگران هستند؛ این افراد هدفشان بیش‌تر تأیید دیگران و محبوبیت بیش‌تر در بین افراد جامعه است. از سوی دیگران به‌وسیله مهارت‌های بیانی ارزیابی می‌شوند تأثیر بر دیگران از طریق ستایش و تحسین دیگران در کنار توجه و کمک به دیگران می‌باشد. در ایجاد ارزش برای سازمان از طریق فرونشاندن تنش، ارتقاء پروژه‌ها و افراد نقش ایفا می‌کنند و در بین این افراد بیش‌ازحد از ستایش، تحسین و خوش‌بینی استفاده می‌شود. تحت اجبار و فشار بی‌مبالات، احساساتی و بی‌نظم می‌شوند و ترس و نگرانی از دست دادن پذیرش اجتماعی و ارزش‌های فردی دارند و اثربخشی خود را با استفاده بیش‌تر از این عوامل افزایش می‌دهند.

در مدل دیسک ۱۵ مدل رفتاری وجود دارد که شامل الگوی اجرایی (D-I)، محرک (I-D)، هدایت‌کننده (D-S)، استراتژیک (D-C)، مذاکره‌کننده (High-I)، بازاریاب (I-D)، ارتباطی (I-S)، عملکرد (I-C)، بازرس (S-D)، هماهنگ‌کننده (S-I)، کمک‌کننده (S-C)، آموزش‌دهنده (C-D)، آرمان‌گرا (C-S-D)، دیپلماتیک (C-I) و تحلیل‌گر هستند. کسانی که گرایش آن‌ها اجرایی است بسیار کم‌صبر هستند و اغلب اوقات دیدگاه برنده/بازنده به زندگی دارند. آن‌ها اهل عمل بوده و از رویکردهای مستقیم استفاده می‌کنند تا به نتیجه‌هایی سریع دست پیدا کنند. محرک‌ها بسیار هدفمند و نتیجه‌گرا هستند و می‌توانند برای پیشرفت اهداف و حصول نتیجه دلخواه‌شان متصل به جبر شوند. هدایت‌کننده‌ها نیاز دارند که نقشه راه (تصویر کلان) را قبل از شروع به کار و متمرکز بودن بدانند. آن‌ها به دلیل ماهیت استقلال‌طلبانه‌شان اغلب تمایل به کار تیمی ندارند. استراتژیست‌ها نسبت به سایر الگوها بیش‌تر درگیر جزئیات هستند. آغازگر تغییرات هستند. آن‌ها به گونه معمول از فکری بکر در طول برنامه عمل می‌کنند. خلق مذاکره‌کننده نسبت به دیگر خلق‌ها بسیار اظهارکننده‌تر هستند. آن‌ها بسیار پرنرزی بوده و به خوبی با مردم و از راه مردم کار را به پیش می‌برند. کسانی که گرایش آن‌ها بازاریاب است تمایل به روابط خارجی با دیگر افراد دارد و توانایی کسب احترام و اعتماد به نفس در ارتباط با افراد را دارا هستند. افراد ارتباطی، ارتباط‌محور هستند و از بین سایر الگوها در برقراری ارتباط قوی‌تر هستند. آن‌ها بر روابط پایدار اهمیت بالایی قرار می‌دهند. الگوی عملکرد نسبت به سایر الگوها رسمی‌تر است. آن‌ها بسیار نگران این هستند که تأثیر مطلوبی روی دیگران بگذارند و اینها از طرف دیگران مورد پذیرش قرار گیرند. الگوی بازرس از سایر الگوها

- عوامل فردی- اجتماعی و روان‌شناختی بر موفقیت مشاغل خانگی زنان روستایی استان کرمانشاه تأثیر مثبت و معنی‌داری دارند.
- بین تیپ شخصیتی زنان روستایی و موفقیت آن‌ها در مشاغل خانگی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.
- بین موفقیت زنان روستایی در مشاغل خانگی و الگوهای رفتاری آن‌ها رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

در اوایل قرن ۲۱، چه در تئوری و چه در عمل، بر نقش مهم کارآفرینی خرد^۱ بر کاهش فقر و دستیابی به توسعه در بین کشورهای کم‌درآمد تأکید شد (United Nations, 2004; Gabriel et al., 2009; Vial, 2011; Verrest, 2013). مطالعات پژوهشی اثرات واقعی اعتبارات خرد بر کاهش فقر و توسعه کسب‌وکار و پایداری نهادهای ارائه‌دهنده اعتبارات خرد را ارزیابی کرده‌اند (Armenda'riz and Labie, 2011; Hermes and Lensink, 2011) به‌طوری‌که کارآفرینی خرد و برنامه‌های توسعه کسب‌وکارها، به‌عنوان راه کارهای جادویی نوین، برای مبارزه با فقر شناخته می‌شوند (Armenda'riz and Morduch, 2007; Bateman, 2010).

برخی مواقع این پرسش مطرح می‌گردد که کدام یک از ویژگی‌های شخصیتی افراد در موفقیت به‌خصوص در کسب‌وکارها مؤثر بوده است و امکان بیش‌تری برای ظهور آن فراهم می‌کند. اولین بار William Moulton Marston بر اساس مطالعات روانشناسی Carl Gustav Jung تیپ‌های شخصیتی را به‌عنوان مدل DISC معرفی کرد. مارستون اعتقاد داشت که چهار بُعد رفتاری وجود دارد که می‌توان افراد را بر اساس آن طبقه‌بندی کرد. بعدهای رفتاری که در مدل دیسک مطرح است شامل تیپ سلطه‌گر (Dominance: D)، تیپ تأثیرگذار (Influence: I)، تیپ ثبات‌گرا (Steadiness: S) و تیپ وظیفه‌گرا (Conscientiousness: C) بودند. تیپ سلطه‌گر مختص افرادی سریع، رک و قاطع، قوی و نافذ، خطرپذیر، اهل رقابت، پیشگام و سریع‌الفکر است. زبان بدن این افراد این‌گونه است که بیش‌تر پاسخ می‌دهد تا سؤال کند، بیش‌تر حرف می‌زند و کمتر گوش می‌کند و از ارتباطات کلامی بیش‌تر استفاده می‌کند. این تیپ شخصیت تمایل به برون‌گرایی و کارمحورند و در حل مشکل‌ها توانا هستند؛ اهل ریسک، دارای خودقوی (Strong ego) و آغازگر کارها هستند؛ هدف-محورند و توانایی انگیزه دادن و توانایی اداره رخدادهای و برای زمان ارزش‌قابل می‌شوند. تیپ شخصیتی تأثیرگذار بیش‌تر معاشرتی، قانع‌کننده، با حسن نیت، تأثیرگذار، دوست‌داشتنی، اجتماعی، بخشنده، باوقار، اهل صحبت و شاد و سرزنده هستند. هم‌چنین، تأثیرگذارها الهام‌بخش، تکانشی تمایل به برون‌گرایی و مردم‌محور هستند. در الگوی رفتاری الهام‌بخش در بخش احساسات شامل: تخطی و پرخاشگری را می‌پذیرند و نیاز به محبت را کم‌اهمیت جلوه می‌دهند. این افراد هدف خود را کنترل بر محیط و حضار

¹ -Micro Entrepreneurship

کارآفرینانه دارند (Birendra et al., 2018; Philip & Williams, 2019).

از مهم‌ترین مؤلفه‌های کارآفرینی خرد، افزون بر کوچک بودن مقیاس و کم بودن تعداد اعضا، می‌توان به سرمایه محدود، کاربر بودن و متکی بودن بر نیروی کار خانواده و روابط بین فردی جهت ایجاد بازار نهاده و فروش محصول اشاره کرد (Verrest, 2011; Zaheri et al., 2019; Vial, 2013). در کشورهای توسعه‌یافته، افراد با سطح مهارت بالا، احتمال بیش‌تری دارد که یک کسب‌وکار خرد را شروع کرده و شانس بیش‌تری جهت دوام آن دارند. در کشورهای درحال توسعه، هدف از کارآفرینی خرد، افزایش درآمد و حداکثرسازی سود نیست، بلکه کانال‌های اشتغال را برای افراد دارای مهارت کم و سطح سواد پایین باز می‌کند (Rahman, 2004: 151). در کشورهای درحال توسعه و به‌ویژه در روستاها، احتمال ورود زنان به عرصه میکروکارآفرینی بیش‌تر است (Gabriel et al., 2009: 2668). مروری بر مطالعات انجام شده در کشورهای آسیایی نشان می‌دهد که زنان به سه شیوه وارد عرصه کارآفرینی خرد می‌شوند: ۱. از روی شانس ۲. از روی اجبار و ۳. خلاقیت (Sinha, 2003; Sharma et al., 2012). نتایج مطالعات انجام شده در آمریکا نشان می‌دهد که از بنگاه‌های جدیدی که در این کشور شروع به کار می‌کند، در حدود ۵۳ درصد از نوع خانگی هستند، یعنی بیش از ۲۵۰۰۰۰ کسب‌وکار خانگی در سال ایجاد می‌شود (Loscocco and Smith-Hunter, 2004; La Porta, 2008). فعالیت‌های اقتصادی خانگی، نقش مهمی را در معیشت خانوارهای کم‌درآمد بازی می‌کنند و پس از نیروی کار مزدگیر، رایج‌ترین فعالیت تأمین معیشت خانوار بشمار می‌آید (Nawaz, 2009; Tipple and Coulson, 2007; Verrest, 2007). به‌طور کلی، خانوارهای دارای فعالیت‌های اقتصادی خانگی، دارای درآمد بیش‌تری نسبت به خانوارهای فاقد این گونه فعالیت‌ها هستند (Tipple, 2005a; Thurik, 2009). خصوصیات مشترک سازمانی همه آن‌ها این است که از یک فناوری ساده استفاده می‌کنند و به نیروی کاریدی که معمولاً هم از درون خانواده تأمین می‌شود، وابسته است (Kellett and Tipple, 2000). به‌علاوه، سرمایه‌گذاری‌ها در فعالیت‌های اقتصادی خانگی، اندک و از سرمایه‌های شخصی تأمین می‌شوند تا اعتبارات و وام‌ها. از سوی دیگر، این گونه فعالیت‌ها، به گونه غیررسمی ایجاد شده و وابستگی شدیدی نیز به مشارکت اعضای خانواده دارد (Tipple and Coulson, 2007: 127). این گونه فعالیت‌ها بخش بزرگی از بنگاه‌های کارآفرین در بین گروه‌های کم‌درآمد در کشورهای درحال توسعه را تشکیل می‌دهند و نسبت به سایر اشکال بنگاه‌های کارآفرین، میل به بقای بیش‌تری را از خود نشان داده‌اند و از نظر اقتصادی، اجتماعی و فضایی (مکانی)

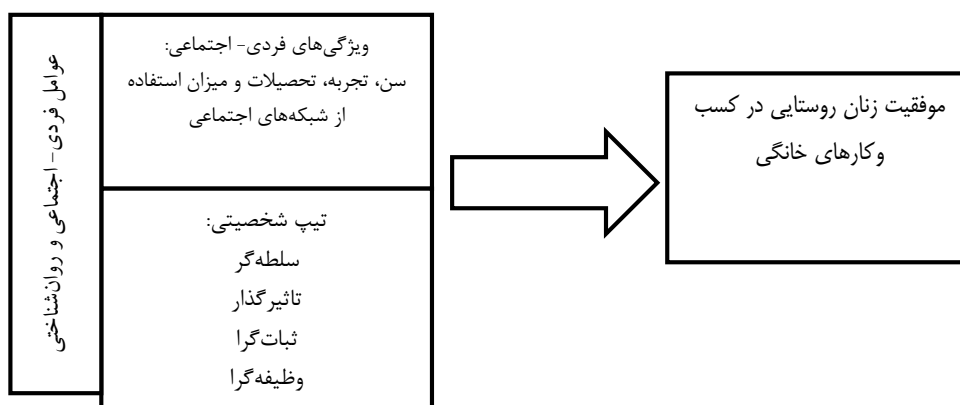
ساعی و کوشاتر، تعیین‌کننده‌تر و غیراحساساتی‌تر هستند. این پافشاری فردی یک رویکرد فریب‌آمیز شدید را به همراه دارد. الگوی هماهنگ‌کننده دوستانه‌تر از سایرین است. این اشخاص بسیار انطباق‌پذیر است و به آسانی با محیط کار و فضای دوستانه همراه می‌شود. کمک‌کننده‌ها نسبت به سایر الگوها خلقی استوارتر و ثابت‌قدم‌تر هستند. بسیار عادی، دارای قابلیت انطباق بالا و منفعل هستند. آموزش‌دهنده‌ها بسیار موکدتر و قوی‌تر از سایر الگوها هستند. آن‌ها سازمان‌یافته و متفکران دقیق هستند و روش تولیدکنندگی را در کسب‌وکار و زندگی شخصی خود دنبال می‌کنند. آرمان‌گراها سیستماتیک و متفکران دقیق هستند و این شیوه را در کسب‌وکار و زندگی شخصی خود دنبال می‌کنند. به جزئیات دقت دارند و فشار می‌آورند تا همه چیز به طور صحیح و طبق استانداردهای آنان انجام شود. کسانی که گرایش آن‌ها دیپلماتیک است کار بلد و مولد هستند که با هر کسی می‌توانند کار کنند. می‌توانند بسیار حساس باشند به‌خصوص هنگام انتقاد. آهسته تصمیم می‌گیرند چرا که برای جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات به زمان نیاز دارند. از مردم تندخو و عصبانی کناره‌گیری می‌کنند و در یک محیط سازمان‌یافته با توجه به جزئیات بسیار خوب عمل می‌کنند (Poskus, 2020: 265).

پژوهشگران کارآفرینی خرد را به‌عنوان یک بخش غیررسمی تعریف کرده که دربرگیرنده واحدهای ثبت نشده است که نیروی کار دارای سرمایه همراه خود است و در یک مقیاس کوچک فعالیت می‌کند (Rahman, 2004). Gabriel et al. (۲۰۰۹)، میکرو کارآفرینان را به‌عنوان کارکنان متکی به حساب شخصی و مالکان شرکت‌های با کم‌تر از ۱۴ کارمند در نظر گرفته‌اند. مشاغل خانگی، کسب‌وکارهای کوچک مقیاس و هر کسب‌وکار نوآرانه‌ای که در مقیاس کوچک و متوسط ایجاد می‌شود، زیرمجموعه کارآفرینی خرد بشمار می‌آید. براساس نظریه‌های کارآفرینی خرد، کسب‌وکارهای خانگی موجب رشد اشتغال و کم کردن هزینه‌های سربار اقتصادی شده و درنهایت، وسیله‌ای برای رشد اقتصادی منطقه‌ای است. مشاغل خانگی براساس این نظریه شکل گرفته‌اند که افراد بیش‌تر ترجیح می‌دهند نیازهای خود را در نزدیک‌ترین مکان ممکن تأمین کنند (Joddar, 2018: 81). این اقدام منجر به نگرداشتن حجم پولی و فعالیت‌های مبادله‌ای در منطقه می‌شود (Zhang et al., 2019; Kc et al., 2019). کسب‌وکارهای خانگی فرصتی مناسب برای اجرای یک ایده کارآفرینانه با خطر و هزینه‌های بسیار پایین فراهم می‌کند؛ به‌طوری که آن را مرکز رشدی برای مشاغل کوچک و متوسط و تبدیل آن به یک کسب‌کار واقعی می‌دانند (Modarresi et al., 2016; Izadi, 2016; Shojaeifard, 2020; Conway, 2017; et al., 2016). این درحالی است که اغلب صاحبان مشاغل خانگی تمایلات

سرمایه انسانی برای موفقیت کسب و کار به اندازه سرمایه مالی مهم است. مطالعات تأکید کرده‌اند که یک رابطه U شکل وارونه بین سطح آموزش و کارآفرینی وجود دارد. پژوهش‌های دیگر نیز نشان داده‌اند که خانواده‌های دارای سطح سواد متوسطه، احتمال بیش‌تری دارد تا به‌عنوان کارآفرین خرد عمل کنند (Santon, 2010; Schwartz et al., 2009; Tang et al., 2012; Krishnan, 2013). نتایج پژوهش‌ها نشان می‌دهد که برونگرایی باعث توسعه شبکه‌های اجتماعی می‌شود که در نهایت منجر به ایجاد شراکت‌های قوی با مشتریان و تأمین‌کنندگان می‌شود (Hurtz and Donovan, 2000; Ciavarella, 2004; Rauch and Frese, 2007). این درحالی است که پژوهش‌های دیگر نیز نشان داده است که شناخت و تحلیل تیپ شخصیتی افراد بر موفقیت آن‌ها در فعالیتهای کاری و تحصیلی تأثیر بسزایی دارد (Mahmoudi et al., 2013; Sepehrian Azar & Fatahy, 2014; Amiri et al., 2016; Fakhri et al., 2016; Fereidounpour et al., 2014). مرور پیشینه‌نگاشته‌ها مشخص کرد تلفیقی از ویژگی‌های فردی-اجتماعی و تیپ‌های شخصیتی افراد می‌تواند در تعیین موفقیت و یا عدم موفقیت آن‌ها در کسب و کارهای خانگی مؤثر باشد. ویژگی‌های فردی و اجتماعی افراد می‌تواند شامل سن، تجربه کاری، سطح تحصیلات و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی باشد. این عوامل همراه با ویژگی‌های روان‌شناختی افراد (که تیپ شخصیتی افراد را شکل می‌دهند) موفقیت در کسب و کارهای خانگی زنان روستایی را قابل پیش‌بینی می‌کنند. بر همین اساس، چارچوب مفهومی پژوهش بر اساس نگاره ۱ تدوین شد.

کاملاً با سطح خانوارها هم‌خوانی دارند (Kellett and Tipple, 2000: 205).

پژوهشگران مهم‌ترین عامل‌های موفقیت زنان در کسب و کارهای کارآفرینانه را مواردی از قبیل سطح مهارت‌آموزی، تجربه کارآفرینان خرد، دانش بازار، چشم‌انداز و برنامه‌ریزی برای آینده دانسته‌اند (Rezaei and Zarei, Shamsi et al., 2020; Movahedi and Yaghoubi-Farani, 2012; Govindan and Jaya, 2014; ILO, 2015; Razavi et al., 2014; Srithan et al., 2013; Ladkin and Szivas, 2015; Ahlin et al., 2014; Kojo Dary, 2011). نتایج مطالعات نشان می‌دهد که برخی خصوصیات کارآفرینان مانند سطح آموزش، تجربه کاری، جنسیت، سن، روحیه کارآفرینی و برخی خصوصیات خانوادگی که کارآفرین متعلق به آن است، در ورود فرد به عرصه کارآفرینی خرد بسیار مهم است (Wang, 2013; Karimi et al., 2015; Karimi et al., 2014; Karimi, Fereidounpour et al., 2016). نتایج پژوهش‌های (Zare et al., 2013; Bakhshayesh, 2013; Khosh Ravesh et al., 2019; Khodabakhshi & Karami, 2017) نشان داده است که تیپ شخصیتی افراد در موفقیت و رضایت شغلی افراد تأثیرگذار است. به‌گونه‌ای که تناسب شغل و شخصیت در نیروی انسانی، آثاری از قبیل افزایش کارایی و اثربخشی، افزایش رضایت شغلی، افزایش هماهنگی و سازگاری با شغل، افزایش موفقیت شغلی، کاهش جابه‌جایی و ترک خدمت، کاهش فرسودگی کاری و در نهایت، بروز خلاقیت‌ها را در بر دارد (Zare et al., 2013). یکی دیگر از عوامل تأثیرگذار بر موفقیت کسب و کارهای خرد، سرمایه انسانی است. کارآفرینی باید سرمایه مالی را با سرمایه انسانی ترکیب کند. Coleman (2007) معتقد است که



شکل ۱- مدل مفهومی پژوهش

(منبع: مطالعات نویسندگان، ۱۳۹۸)

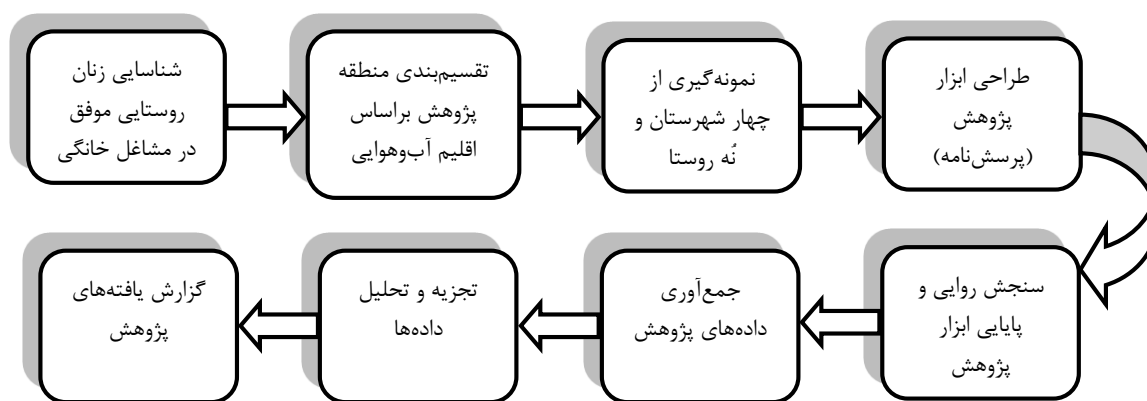
همبستگی، از نظر پارادایمی، روش کمی و مبتنی بر رگرسیون لجستیک انجام شد. جمعیت مورد مطالعه شامل تمامی صاحبان کسب و کارهای خرد زنان روستایی بودند که سازمان صمت و

مواد و روش پژوهش

این پژوهش از نظر هدف، کاربردی، از لحاظ کنترل متغیرها، غیرآزمایشی، از نظر گردآوری داده‌ها، توصیفی و به صورت

مطالعه براساس کلید پرسش‌نامه که در الگوی جهانی مدل دیسک وجود دارد، به امتیازبندی ویژگی‌های رفتاری زنان پرداخته شد. داده‌ها از راه پرسش‌نامه ساختاریافته‌ای که پس از فرآیند بررسی ادبیات جامع توسعه داده شده بود، گردآوری شد. بررسی اعتبار پرسش‌نامه توسط پانلی از متخصصین رشته‌های مرتبط صورت گرفت. برای ارزیابی پایایی گویه‌های پرسش‌نامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد ($\alpha = 0/91$). در بخش تجزیه و تحلیل داده‌ها، از نرم‌افزار SPSS²³ استفاده شد. برای تحلیل توصیفی داده‌ها و بررسی تأثیر متغیرهای طرح‌شده در فرضیه‌ها و آزمون مدل نهایی پژوهش از مدل رگرسیون لجستیک استفاده شد. مراحل اجرایی پژوهش به صورت نگاره (۲) ارایه شده است.

سازمان جهاد کشاورزی استان کرمانشاه (صاحبان مشاغل خانگی) آن‌ها را معرفی کرده بود ($N=1542$). با توجه به پراکندگی نمونه و بزرگی منطقه جغرافیایی، یک نمونه خوشه‌ای چندمرحله‌ای استفاده شد. ابتدا استان کرمانشاه با توجه به شرایط آب‌وهوایی، به چهار منطقه تقسیم شد (سرد و خشک، گرم/متوسط - خشک و سرد و نیمه‌خشک/مرطوب، متوسط و نیمه‌خشک). به طور کلی، چهار شهرستان و نه روستا در نمونه گنجانده شد. حجم نمونه بر اساس جدول بارتلت ($p=0/50$ ، $t=1/96$ و $\alpha=0/05$) ۳۲۵ نفر انتخاب شد. برای سنجش ویژگی‌های شخصیتی زنان صاحب کسب‌وکارهای خرد از مدل DISC استفاده شد. ابزار پژوهش پرسش‌نامه‌ای بود که صفات پژوهش در دسته‌بندی‌های چهارتایی در آن مشخص شده بودند. پرسش‌نامه پژوهش براساس مدل رفتاری دیسک طراحی شد که شامل ۴۸ سوال چهار گزینه است که براساس انتخاب ویژگی رفتاری از سوی زنان مورد



شکل ۲- مراحل اجرایی پژوهش

(منبع: مطالعات نویسندگان، ۱۳۹۸)

در گروه ناموفق‌ها ۷۲ ساعت و گروه موفق‌ها ۱۱۴ ساعت بوده است، همچنین، میزان درآمد گروه ناموفق‌ها ۳/۲۴ میلیون بوده ولی در گروه موفق‌ها ۹/۱۲ میلیون می‌باشد.

عوامل اجتماعی تأثیرگذار بر موفقیت زنان روستایی در کسب‌وکارهای خرد

با استفاده از ابعاد فردی و با توجه به گسسته بودن دو سطح آن یعنی موفق و ناموفق از تابع لجیت دووجهی استفاده شد. از آنجاکه در مدل لجیت ابتدا برای ارزیابی تابع باید سنجه‌های مطلق و نسبی برای بررسی برازندگی مدل بررسی شوند و سنجه‌های مطلق برای بررسی روایی مدل است، در این پژوهش این آزمون بر پایه مقدار محاسبه‌شده کای اسکویر ($\chi^2_{34/61}$) (= قرار داده شد. لذا، این فرضیه بررسی می‌شود که آیا همه

یافته‌ها

ویژگی‌های جمعیت‌شناختی

مشخصات جمعیت‌شناختی پاسخ‌دهندگان به این صورت بود که از لحاظ میزان تحصیلات ۱۲ درصد بی‌سواد، ۲۸ سواد خواندن و نوشتن، ۳۵ درصد دیپلم، ۲۱ درصد لیسانس و چهار درصد فوق‌لیسانس بودند. از لحاظ سنی ۲۲ درصد در رده ۲۵ - ۳۵ سال، ۴۵ درصد در رده ۳۶ - ۴۵ سال و ۲۰ درصد بالاتر از ۴۶ سال قرار داشتند (۱۳ درصد بی‌پاسخ). از نظر سابقه کاری ۳۰ درصد دارای سابقه کاری کمتر از پنج سال، ۴۶ درصد دارای سابقه ۵ - ۱۰ سال و ۲۴ درصد دارای سابقه بالای ۱۰ سال بودند. همچنین، ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه مورد مطالعه نشان داد میانگین سن زنان در گروه ناموفق‌ها ۴۱/۴ و گروه موفق‌ها ۳۲/۴ سال بود. میزان زمان تخصیصی به فعالیت کسب‌وکار در طول هفته

کرک که برابر ۰/۲۸۱ و کاکس و اسنل برابر ۰/۱۴۲ بود، تابع استخراج شده می تواند ۲۸ درصد از احتمال تغییر موفقیت را با یک مدل لجستیک و بر اساس ویژگی های فردی تبیین کند. این مقادیر پایه ای برای مقایسه با دیگر مدل هایی است که در موقعیت های پژوهشی ارائه می شوند. بر پایه نتایج، تابع لجیت برآورد شده دارای نرخ موفقیت پیش بینی کلی برابر ۷۲/۳ درصد و درستی تفکیک تا ۷۷/۶ درصد است.

تابع لجیت به صورت $\ln(p/(1-p)) = \text{Intercept} + b_1 \times X_1 + b_2 \times X_2 + \dots + b_K \times X_K$ می باشد که در آن p بخت برتری موفقیت زنان است.

ضریب های مدل لجیت صفر می شوند یا خیر. تفاضل مقدار کای اسکور بین دو تابع با مقدار ثابت به صورت منفرد و تابع با مقدار ثابت و متغیرهای پیش بین، مبنای قضاوت این آزمون بود و مشخص شد که عملکرد تابع با متغیرهای پیش بین بهتر از عملکرد تابع با مقدار ثابت به تنهایی است. آزمون هوسمر و لمشو نیز بررسی می کند که آیا احتمال های پیش بینی شده با احتمال های مشاهده شده هم خوانی دارد یا خیر. در این پژوهش آزمون به دست آمده برای تابع لجیت معنی دار نشد ($p=0/196$). بر همین اساس، فرض صفر آن مبنی بر پیش بینی احتمال های واقعی پذیرفته می شود. لذا، می توان نتیجه گرفت که بین مقدار مشاهده شده با پیش بینی شده بر پایه این تابع هماهنگی لازم برقرار و نتیجه قابل تفسیر است. با توجه به مقدار شبه R^2 ناگل

جدول ۱- ضرایب تابع لجیت موفقیت زنان در مشاغل خانگی

متغیرهای پیش بینی کننده	B	S.E.	Wald	Sig.	Exp. (B)	برای Exp. (B) کران پایین	کران بالا
سن	۰/۰۵۶	۰/۰۸۲۱	۱۱/۱۱	۰/۲۳۴	۱/۰۵	۰/۹۰۹	۱/۰۱۵
میزان تجربه	۲/۰۷۷	۰/۰۷۵	۵/۸۵۴	۰/۰۰۴**	۵/۷۶	۰/۸۷۴	۱/۳۲۱
زمان تخصیص داده شده به فعالیت ها	۰/۷۲۴	۰/۰۴۲	۵/۷۵۱	۰/۰۱۲*	۱/۱۷	۰/۹۱۲	۱/۱۰۹
میزان درآمد	۱/۳۳۲	۰/۰۷۶	۰/۰۵۵	۰/۰۰۹**	۲/۳۹	۰/۹۷۳	۰/۹۸۸
میزان تحصیلات	۰/۱۰۸	۰/۰۸۲	۳/۶۶	۰/۰۸۹	۱/۰۱	۰/۹۴۸	۱/۱۱۹
میزان استفاده از شبکه های اجتماعی	۰/۵۵۴	۰/۰۶۲	۱/۳۹	۰/۰۲۷*	۱/۸۸	۱/۱۰۶	۱/۲۰۹
مقدار ثابت تابع لجیت	-۵/۶۱	۱/۶۱	۱۱/۷۲	۰/۰۰۱**	۰/۰۰۳	-	-

**معنی دار در سطح یک درصد خطا و * در سطح پنج درصد خطا (منبع: یافته های پژوهش، ۱۳۹۸)

برابر افزایش خواهد یافت. میزان درآمد نیز دارای ضریب ۱/۳۳۲ بوده و آماره والد برای آن در سطح پنج درصد معنی دار شد. لذا مقدار نسبت برتری آن قابل تفسیر است ($\text{Exp. (B)} = 2/39$) که این هم مقدار بسیار قابل توجهی است و نشان می دهد زنانی که میانگین درآمدی آنان در سطح خوب است، شانس اینکه موفقیت را تجربه کنند تا مقدار ۲/۳۹ برابر افزایش خواهد یافت. زمان تخصص داده به فعالیت نیز دارای ضریب ۰/۷۲۴ بوده و آماره والد برای آن در سطح پنج درصد معنی دار بود. لذا این یافته نشان می دهد زنانی که زمان بیشتری برای کسب کار خود می گذارند، شانس اینکه موفقیت را تجربه کنند تا مقدار ۱/۱۷ برابر افزایش خواهد یافت. میزان استفاده از شبکه های اجتماعی نیز دارای ضریب ۰/۵۵۴ بوده است؛ بنابراین، می توان بیان داشت زنانی که بیش تر از شبکه های اجتماعی در حیطه کسب و کار خود استفاده

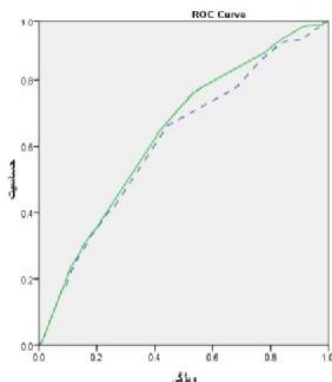
بر اساس جدول ۱، می توان تابع لجیت را به صورت رابطه ۲ بیان کرد.

$$\ln(p/(1-p)) = -5/61 + 2/077X_2 + 1/332X_4 + 0/365X_5 + 0/521X_4.$$

که در آن احتمال موفقیت زنان وابسته به، X_1 سن زنان، X_2 میزان تجربه، X_3 زمان تخصص داده به فعالیت، X_4 میزان درآمد و X_5 شبکه های اجتماعی است. از آنجا که مقدار بتا در تابع لجیت به تنهایی تفسیر نمی شود، از اکسپوننشیل (Exp. (B)) برای تفسیر ضرایب استفاده می شود. نتایج به دست آمده نشان دادند که مهم ترین متغیر اثرگذار در موفقیت، میزان تجربه است، که مقدار ضریب $B = 2/077$ می باشد و مقدار ($\text{Exp. (B)} = 5/76$) است. این یافته نشان می دهد که زنانی که تجربه آن ها بیش تر است، شانس اینکه در کسب و کار خود موفق باشند تا مقدار ۵/۷۶

آماري کارایی تابع ارایه شده برای بررسی رابطه‌ها با ۹۵ درصد اطمینان قابل توجه و توان پیش‌بینی تابع با توجه به حجم نمونه آن قابل‌پذیرش است. دامنه‌پذیری‌های آن در حدود اطمینان ۹۵ درصد بین ۰/۵۲۳ تا ۰/۷۰۹ به‌دست آمد که نشان از کارایی بالای تابع استخراج شده است.

می‌کنند، شانس اینکه در کسب‌وکار خود موفق شوند تا ۱/۸۸ برابر افزایش خواهد یافت. این یافته تأثیر بالای شبکه‌های اجتماعی را در رونق کسب‌وکارها نشان می‌دهد. به‌منظور بررسی کارایی تابع لجستیک از تحلیل حساسیت استفاده شد. سطح زیر منحنی برابر ۰/۶۰۷ محاسبه شده است که دارای سطح معنی‌داری برابر ۰/۰۰۸ می‌باشد. این امر نشان می‌دهد به لحاظ



شکل ۳- منحنی ROC در مدل رگرسیون لجستیک و تحلیل تمایز برازش شده

(منبع: مطالعات نویسندگان، ۱۳۹۸)

زنان کم‌تر موفق یا ناموفق تیپ شخصیتی تأثیرگذارها و در رده دوم سلطه‌گر وجود داشت. هم‌چنین، در بین زنان موفق تیپ شخصیتی دارای ثبات کم‌ترین فراوانی را به خود اختصاص داده بود. درحالی‌که در بین زنان ناموفق تیپ شخصیتی وظیفه‌گراها کم‌ترین فراوانی را داشتند. سایر یافته‌ها در جدول (۲) ارایه شده است.

رابطه بین شخصیت زنان روستایی و موفقیت آنان در کسب‌وکارهای خرد

ارزیابی ابعاد شخصیت زنان روستایی مشخص کرد که در بین زنان موفق بیش‌تر تیپ شخصیتی سلطه‌گر وجود دارد و در اولویت بعدی زنانی با شخصیت تأثیرگذارها قرار دارند. درحالی‌که در بین

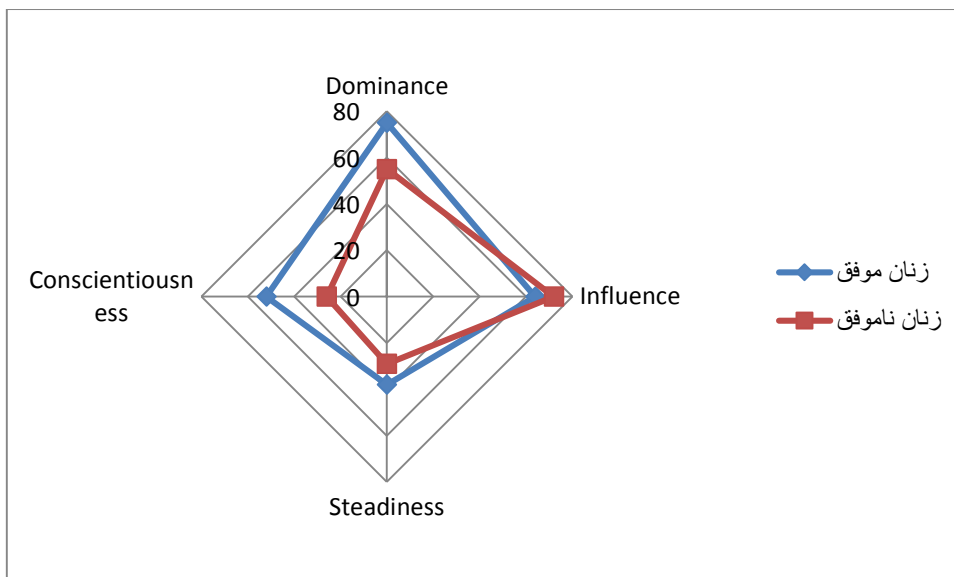
جدول ۲- ارزیابی ابعاد شخصیت مدل دیسک در بین زنان روستایی

متغیر	زنان موفق	زنان ناموفق
سلطه‌گر	۷۵	۶/۲۵
تأثیرگذار	۶۴	۹/۲۵
ثبات‌گرا	۳۸	۱۱/۲۵
وظیفه‌گرا	۵۲	۸/۲۵

(منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۸)

با تیپ شخصیتی تأثیرگذار در هر دو گروه از زنان موفق و ناموفق سهم به‌سزایی داشته‌اند و تأثیرهای بیش‌تری بر کسب‌وکارهای خانگی داشتند (نگاره ۴).

مقایسه کردار امتیاز کسب‌شده در بین زنان موفق و ناموفق گویای آن است که تیپ شخصیتی تأثیرگذارها در بین هر دو گروه وجود دارد؛ ولی بیش‌ترین اختلاف در بین این دو گروه در بین تیپ شخصیتی سلطه‌گر و وظیفه‌شناس است. به‌گونه‌ای که زنان



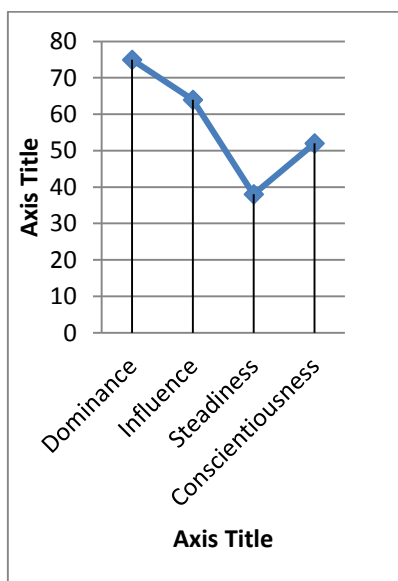
شکل ۴- مقایسه امتیاز کسب شده در بین زنان موفق و ناموفق

(منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۸)

مدل‌های ثبت شده نزدیک‌تر است و کدام نوع مدل رفتاری را دارند. نگاره‌های ۶ و ۸ نمونه‌های مدل دیسک است که با یافته‌های پژوهش مورد مقایسه قرار گرفته است. با توجه به امتیازهای کسب شده توسط زنان در هر چهار بعد در دو گروه موفق و ناموفق مشخص شده که زنان موفق بیش‌تر از الگوی رفتاری High DI - الگوی الهام‌بخش - (نگاره ۵) تبعیت می‌کنند. در مقابل زنان ناموفق یا کم‌تر موفق از الگوی رفتاری High I - الگوی ارتقاءدهنده - (نگاره ۷) تبعیت می‌کنند.

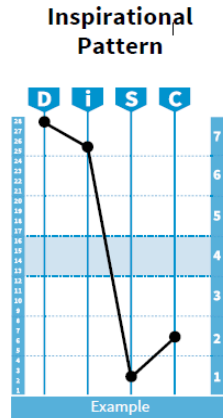
رابطه بین موفقیت زنان روستایی در کسب‌وکارهای خرد و الگوهای رفتاری آنان

در مدل دیسک ۱۵ الگوی رفتاری وجود دارد که بر اساس امتیازهای کسب شده در هر چهار تیپ شخصیتی، افراد دارای یک الگویی رفتاری هستند. چون هر فرد به گونه معمول درصدی از هر چهار بعد رفتاری را دارد. برای سنجش مدل‌های رفتاری زنان مورد مطالعه با الگوهای ثبت شده مدل رفتاری دیسک که به صورت نگاره‌های پژوهش ثبت شده است، مورد مقایسه قرار می‌گیرد که مدل رفتاری ثبت شده زنان مورد مطالعه به کدام یک از

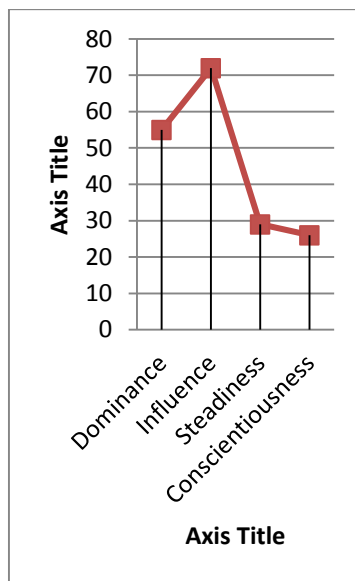


شکل ۵- الگوی رفتاری (الهام‌بخش) زنان روستایی موفق

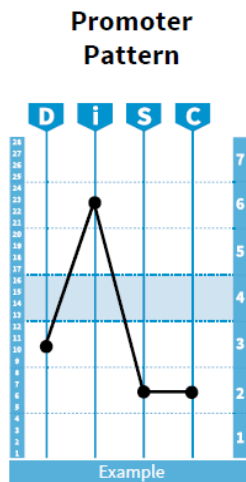
(منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۸)



شکل ۶- الگوی الهام‌بخش (الگوی رفتاری ثبت شده در مدل جهانی دیسک)
(منبع: مطالعات نویسندگان، ۱۳۹۸)



شکل ۷- الگوی رفتاری (ارتقاءدهنده) زنان روستایی ناموفق یا کم‌تر موفق
(منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۸)



شکل ۸- الگوی ارتقاءدهنده (الگوی رفتاری ثبت شده در مدل جهانی دیسک)
(منبع: مطالعات نویسندگان، ۱۳۹۸)

سلطه‌گرا بودند. در مقابل در بین زنان ناموفق ۳۳/۷۲ درصد از تیپ شخصیتی ثبات‌گرا و ۲۷/۹ درصد وظیفه‌گرا را تشکیل دادند. میزان وی کرامر گویای آن است که ۴۲ درصد از موفقیت و ناموفق بودن زنان در کارآفرینی خرد را می‌تواند تیپ شخصیتی آنان رقم بزند. سایر یافته‌ها در جدول (۳) ارایه شده است.

به‌منظور مقایسه تیپ شخصیتی و موفقیت زنان در کارآفرینی خرد از آزمون وی کرامر استفاده شد. نتایج نشان داد که رابطه مثبتی بین موفقیت زنان و تیپ شخصیتی آنان وجود دارد. به‌طوری‌که در بین زنان موفق ۳۵/۹۴ درصد زنان از تیپ شخصیتی تأثیرگذار و ۲۴/۹۴ درصد دارای تیپ شخصیتی

جدول ۳- بررسی رابطه موفقیت و تیپ‌های شخصیتی در بین زنان

کل	تیپ‌های شخصیتی				وضعیت
	وظیفه‌گرا	ثبات‌گرا	تأثیرگذار	سلطه‌گر	
۱۵۳	۲۴	۳۶	۵۵	۳۸	موفق
	۱۵/۶۸	۲۲/۵۲	۳۵/۹۴	۲۴/۹۴	درصد
۱۷۲	۴۸	۵۸	۲۹	۳۷	ناموفق
	۲۷/۹۰	۳۳/۷۲	۱۶/۸۶	۲۱/۵۱	درصد
۳۲۵	۷۲	۹۴	۸۴	۷۵	درصد کل
		Sig=۰/۰۰۱		Sig=۰/۰۰۱	
		Phi =۰/۵۸		Cramer's V=۰/۴۲	

(منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۸)

در موفقیت فعالیت‌های اقتصادی اشاره کرده‌اند. هم‌چنین، در پژوهش‌های (Daskin (2016); Maden (2015); Raman et al. (2013) به اهمیت نقش درآمد در پیشبرد کسب‌وکارهای خرد صحنه گذاشته شده است. استفاده از شبکه‌های اجتماعی نیز تأثیر معنی‌داری بر موفقیت کسب‌وکارهای خرد داشت. به‌عبارت‌دیگر، زنانی که بیش‌تر از شبکه‌های اجتماعی در حیطه کسب‌وکار خود استفاده می‌کنند، شانس اینکه موفقیت را تجربه کنند افزایش خواهد یافت که با نتایج (Mynard et al. (2009) Kelley et al. (2010) مطابقت دارد. نتایج آشکار کرد که در زنان موفق، تیپ شخصیتی سلطه‌گر بیش‌تر به چشم می‌خورد. شاید علت این امر به خاطر این باشد که میزان موفقیت در یک کسب‌وکار می‌تواند ناشی از خصایصی چون اهل رقابت بودن، پیشگامی و انگیزه‌دار بودن، برون‌گرایی و رک بودن و نیز ارزش قابل شدن به وقت و زمان باشد. در صورتی که نتایج نشان داد که زنان موفق بیش‌تر از الگوی رفتاری الهام‌بخش تبعیت می‌کنند. در مقابل زنان ناموفق یا کم‌تر موفق از الگوی رفتاری ارتقادهنده پیروی می‌کنند. نتایج حاکی از آن است که بین میزان تجربه، تخصیص زمان برای فعالیت و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی با موفقیت رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. نتایج سایر پژوهش‌ها (Huse et al., 2005; Ahlin et al., 2014) نیز این یافته را تأیید می‌کنند. اگر چه وجود تجربه در موفقیت یک امر، آشکار می‌باشد، ولی شاید دلیل رابطه بین موفقیت و زمان صرف شده برای فعالیت، ناشی از اهمیت دادن و تمرکز بیش‌تر مخاطب به موضوع باشد. صرف زمان بیش‌تر برای یک کار می‌تواند به دلیل سهم آن در درآمد و ارزش اجتماعی آن باشد.

نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهادها

فعالیت‌های کارآفرینی خرد زنان روستایی افزون بر این‌که زمینه‌های کاهش فقر در خانوار را فراهم می‌کند در پی آن می‌تواند در امنیت و رفاه اجتماعی، امنیت غذایی، ثبات خانواده و نیز ارتقای منزلت زنان موثر باشد. این امر خود می‌تواند در توانمندسازی زنان، کاهش آسیب‌پذیری و بالا بردن تاب‌آوری خانواده و اجتماع‌های محلی موثر باشد. به همین دلیل، سیاست حمایت از کسب‌وکار و اشتغال‌خانی مد نظر سازمان‌های جهانی و در پی آن سیاست‌گزاران ایران مورد توجه قرار گرفته است؛ ولی نکته اساسی این است که سرمایه‌گذاری و حمایت از این طرح، بایستی به گونه‌ای باشد که فعالیت‌های یاد شده با موفقیت و پایداری مواجه باشد. به‌طوری‌که در صورت نداشتن روحیه و شخصیت مناسب کسب‌وکار، امکان موفقیت و پایداری کم شده و در نتیجه طرح مورد پرسش قرار گیرد. بر همین اساس این پژوهش باهدف مطالعه تیپ شخصیتی زنان در کسب‌وکارهای خانگی و عوامل مؤثر بر موفقیت آن انجام شد. نتایج تحلیل رگرسیون لجستیک گویای آن بود که میزان تجربه، زمان تخصیص داده‌شده به فعالیت، میزان استفاده از شبکه‌های مجازی و میزان درآمد در مجموع می‌تواند ۲۸ درصد از موفقیت زنان در یک کسب‌وکار خانگی را تبیین کرد. به‌عبارت‌دیگر، زنان روستایی که سطوح بالایی از تجربه، زمان تخصیص داده به فعالیت، استفاده از شبکه‌های مجازی و درآمد را تجربه می‌کنند، احتمالاً در کسب‌وکار خود موفق‌تر خواهند بود. پژوهش‌های (Daskin (2016); Maden (2015); Raman et al. (2013); Serafimovska and Sotiroski (2014) به نقش میزان تجربه

غالبیت تاثیرپذیری مشاهده شد. ممکن است با توجه به وجود خصایص با ارزش و بهنجار در محیط روستایی این افراد از جمله دوست‌داشتنی بودن، اجتماعی، موثر بودن و نیز معاشرتی بودن، وجود تیپ شخصیتی تاثیرگذار در بین افراد موفق، ناشی از این امر باشد. پیشنهاد می‌شود تسهیلگران، دست‌اندرکاران و مسئولین مسایل روستایی به ارزیابی تیپ شخصیتی افراد بپردازند و با مشخص شدن تیپ شخصیتی هر فرد، سعی بر برطرف کردن ویژگی‌های مغایر با ایجاد کسب‌وکارهای اقتصادی و تقویت ویژگی‌های مثبت هر تیپ شخصیتی جهت توسعه کسب‌وکار روستایی مبادرت ورزند. همچنین، می‌توان قبل از راه‌اندازی مشاغل خانگی، کارگاه‌های پژوهش مشاوره روان‌شناختی با موضوع تیپ‌شناسی شخصیت برای زنان روستایی برگزار کرد تا جامعه هدف با ویژگی‌های شخصی خود آشنا شده و از این ویژگی‌ها برای موفقیت در کسب‌وکارهای خانگی استفاده نمایند. افزون بر آن، می‌توان پیشنهادهایی از قبیل توجه به تجارب و نیز علاقه‌مندی به استفاده از شبکه‌های مجازی به همراه داشتن تجربه کاری در زمینه مورد نظر برای تأمین اعتبار و انتخاب زنان روستایی متقاضی فعالیت مشاغل خانگی، ارائه کرد. نتایج این پژوهش می‌تواند برای نهادها و سازمان‌های پژوهش مورد استفاده قرار گیرد. به‌عنوان نمونه، سازمان جهاد کشاورزی و مدیریت ترویج کشاورزی می‌توانند در برنامه‌ریزی‌های ترویجی-آموزشی به ویژگی‌های روان‌شناختی، به‌خصوص تیپ شخصیتی زنان روستایی جهت راه‌اندازی کسب‌وکارهای خانگی توجه نمایند. همچنین، سایر سازمان‌های مرتبط با ایجاد کسب‌وکارهای کارآفرینانه در مقیاس خرد نظیر وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، سازمان صنعت، معدن و تجارت و سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای نیز می‌توانند از نتایج این پژوهش بهره‌مند گردند و در برنامه‌ریزی‌های خرد و کلان خود ویژگی‌های شخصی و روان‌شناختی صاحبان کسب‌وکارها را مدنظر قرار دهند؛ به‌گونه‌ای که هم در قالب آموزش‌های روان‌شناختی و هم در قالب مشاوره‌های شغلی به تیپ شخصیتی افراد بپردازند

لذا آرایه کسب‌وکارهای خانگی با موضوعیت درآمدزایی بیش‌تر و نیز ارزش اجتماعی بهتر می‌تواند در موفقیت این افراد موثر باشد. از جمله عوامل مرتبط با موفقیت، میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی است. برخی پژوهشگران نیز استفاده از شبکه‌های اجتماعی را در فعالیت‌های کسب‌وکار مؤثر دانسته‌اند (Cheng Shen, 2010; Deffains-Crapsky and Klein, 2016; Yaghoubi Farani et al., 2019). ممکن است علت این امر، ناشی از اهمیت اطلاعات در زمینه‌های پژوهش کسب‌وکار از جمله قیمت و منابع تأمین نهاده، امکان فروش و مدیریت بهینه بازاریابی محصول، امکان تبادل اطلاعات جهت حل مشکل و تعامل با دیگر همکاران باشد. لذا پیشنهاد می‌شود که در صورت کمک به راه‌اندازی مشاغل خانگی زمینه‌های ایجاد شبکه‌های اجتماعی مجازی را نیز در آغاز ایجاد کرد. همچنین، ایجاد ارتباط مجازی بین تسهیلگران و نیز کارشناسان مربوطه با زنان فعال در هر زمینه می‌تواند در موفقیت آنان سودمند باشد. افزون بر آن، می‌توان بسیاری از توصیه‌های اجرایی جهت راه‌اندازی مشاغل خانگی و توسعه آن را از راه شبکه‌های اجتماعی در اختیار زنان روستایی قرار داد. این اقدام باعث افزایش تعاملات اجتماعی در بین زنان روستایی با یکدیگر و مسئولان و تسهیلگران خواهد شد. سطح تحصیلات نیز بر فرآیند موفقیت مشاغل خانگی زنان روستایی تأثیرگذار بود. بنابراین، می‌توان پیشنهاد داد از افرادی که سطح تحصیلات بالاتری برخوردارند برای مشارکت در فعالیت‌های پژوهش استفاده کرد و از آن‌ها به‌عنوان رابط و تسهیلگر بین زنان روستایی و مسئولین بهره گرفت. در زمینه تیپ شخصیتی و موفقیت، نتایج نشان داد که زنان موفق غالباً در گروه‌های سلطه‌گر و تاثیرگذار قرار گرفته‌اند. این واقعیت نشان از آن دارد با توجه به اینکه از شرایط و استلزامات موفقیت، داشتن روحیه پیشگامی، صراحت بیان؛ توانایی ارتباط بالا، توانایی مدیریت رخدادهای رقابت‌پذیری و ریسک‌پذیری می‌باشد. لذا، بارز بودن فراوانی تیپ شخصیتی سلطه‌گر می‌تواند حاکی از این موفقیت باشد. از سوی دیگر در بین افراد موفق شخصیت‌هایی با

References

- 1- Aazami, M., Ataei, P., Aliabadi, V., & Maryam Mousivand, M. (2016): Assessment of Psychological Empowerment Components on the Women's Participation in Community-Based Organizations: Structural Equation Usage. *Quarterly Journal of Women and Society*, 7(25), 143-162. (In Persian).
- 2- Aazami, M., Izadi, N., & Ataei, P. (2019): Women's participation in rural cooperatives in Iran. *Rural Society*, 1-16. doi:10.1080/10371656.2019.1687872

- 3- Adeleke, O. A., & Alani, F. S. (2020): Participation in Social Group and Wellbeing Status of Rural Women in Oyo State, Nigeria. *Journal of Agricultural Extension*, 24(1), 13-23. doi:10.4314/jae.v24i1.2
- 4- Ahlin, B., Drnovs'ek, M., & Hisrich, R. D. (2014): Entrepreneurs' creativity and firm innovation: the moderating role of entrepreneurial self-efficacy. *Small Bus Econ*, 43, 101-117.
- 5- Amiri, S., Ghasemi, A., & Azad Mazabadi, E. (2016): Moral decision making and executive functions in adolescents based on

- individual differences in biological Types of personality. *Contemporary Psychology*, 11(2), 81-93. (In Persian)
- 6- Armenda´riz, B., and Morduch, J. (2007): The economics of microfinance. Cambridge, MA and London: MIT press.
- 7- Armenda´riz, B., and Labie, M. (2011): The handbook of microfinance. Singapore and Hackensack, NJ: World Scientific Publishing Company Incorporated.
- 8- Ataei, P., & Zamani, N. (2017). Psychological Empowerment Levels of the Tafihan Women Cooperative in Shiraz. *Quarterly Journal of Women and Society*, 8(29), 57-77.
- 9- Bakhshayesh, A R. (2013): The Relationship Between Personality Types And General Health With Job Satisfaction Of Yazd Health Center Staffs. *Payavard*, 7(1): 42-55. (In Persian).
- 10- Bateman, M. (2010): Why doesn't microfinance work? The destructive rise of local neoliberalism. London: Zed Books.
- 11- Birendra, K. C., Morais, D. B., Seekamp, E., Smith, J. W., & Peterson, M. N. (2018): Bonding and Bridging Forms of Social Capital in Wildlife Tourism Microentrepreneurship: An Application of Social Network Analysis. *Sustainability*, 10(2), 17. doi:10.3390/su10020315
- 12- Bratnicki M. (2005): Organizational entrepreneurship: Theoretical background, some empirical tests, and directions for future research. *Human Factors and Economics in Manufacturing*, 15(1), 15-33.
- 13- Castrogiovanni G.J. Urbano D., Loras J. (2011): Linking corporate entrepreneurship and human resource management in SMEs. *International Journal of Manpower*, 32(1), 34-47.
- 14- Cheng Shen, C. (2010): "Business model of virtual communitythe case study of companies using Facebook social networking site." Master's thesis, Department of business management.
- 15- Ciavarella M.A. , Buchholtz A.K., Riordan Ch. N., Gatewood. R. D., Stokes G. S. (2004): The big five and venture survival: Is there a linkage?, *Journal of Business Venturing*, 19 .
- 16- Coleman, S. (2007): The role of human and financial capital in the profitability and growth of women-owned small firms. *Journal of Small Business Management*, 45(3): 303-319.
- 17- Conway, C. (2017): Home-based businesses. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 18(1), 75-75.
- 18- Daskin, Mustafa (2016): "Investigating the Influential Factors on Small and Medium-Sized Hospitality Entrepreneurs at the Start- Up Process: A Preliminary Study from Ipoh/Malaysia", *Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 5(1), 51-69.
- 19- Deffains-Crapsky, C., and P. G. Klein. (2016): "Business Angels, Social Networks, and Radical Innovation." In *Contemporary Entrepreneurship: Multidisciplinary Perspectives on Innovation and Growth*, edited by D. Bögenhold, J. Bonnet, M. Dejardin, & D. Garcia Pérez de Lema, 275-290. Cham: Springer International Publishing.
- 20- Ehsanifar, T., Shahmoradi, M., Moradiyan, P., Rostami, F., & Farahmand, K. (2018): Rural Women's Entrepreneurship Development Barriers (Case Study: Women entrepreneurs in Lahijan city). *Journal of Entrepreneurship in Agriculture*, 5(1): 93-106. (In Persian).
- 21- Fakhri, A., Haghdoost, M., & Maraashi, B. (2014): The Relation between A and B Personality Types with Educational Performance in Medical Students of Ahvaz Jundishapur Medical Sciences University. *Educational Development of Judishapur*, 5(2), 172-175. (In Persian).
- 22- Farashi, M., Rahimian, M., & Gholamrezai, S. (2019): Analysis of the factors affecting the empowerment of rural women receiving microcredits in the Nahavand Township. *Quarterly Journal of Women and Society*, 10(37), 97-120. (In Persian).
- 23- Fattah, K. N., & Camellia, S. (2020): Gender Norms and Beliefs, and Men's Violence Against Women in Rural Bangladesh. *Journal of Interpersonal Violence*, 35(3-4), 771-793. doi: 10.1177/0886260517690875
- 24- Fereidounpour, S., Pouyamanesh, J., & Mohammad, H. (2016): Prediction of job satisfaction based on personality type and perceived social support. *Shenakht Journal of Psychology and Psychiatry*, 3(4): 78-96. (In Persian).
- 25- Gabriel, V., Rojas, M., and Siga, L. (2009): On the nature of microentrepreneurship: evidence from Argentina, *Applied Economics*, 41: 21, 2667-2680.
- 26- Gentry, W., and Hubbard, R. (2004): Entrepreneurship and household saving, *Advances in Economic Analysis and Policy* 4(1): 1-55.

- 27- George, M.N., Parida, V., Lahti, T., & Wincent, J. (2014): A systematic literature review of entrepreneurial opportunity recognition: insights on influencing factors. *International Entrepreneurship and Management Journal*
- 28- Ghadermarzi, H., Jamshidi, A., Jamini, D., & Nazari Sarmazeh, H. (2015). Identification Hampering Factors Affecting Development of Rural Women's (Case Study: Shalil Villages-Ardal Township). *Regional Planning*, 5(17), 103-118. (In Persian).
- 29- Govindan, Mini, and Jaya Bhanot. (2014): *Green jobs in India: potentials and perspectives*. Friedrich-Ebert-Stiftung.
- 30- Hermes, N., and Lensink, R. (2011): Microfinance: Its impact, outreach and sustainability. *World Development*, 39(12): 875–881.
- 31- Hurtz G.M., Donovan J.J. (2000): Personality and job performance: The big five revisited. *J. Appl. Psychol.* 85, 869-879.
- 32- Huse M., Neubaum D.O., Gabrielsson J. (2005): Corporate innovation and competitive environment. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1(3), 313-333.
- 33- ILO. (2015): *The Green Jobs Program of the ILO*. online available at: www.unclearn.org/sites/default/files/inventor_y/ilo25
- 34- Izadi, B. H., Rezaei Moghaddam, k., & Asadollahpour, A. (2016): Influencing Factors and Obstacles for Accomplishing Entrepreneurship Development in Agricultural Home-Based Businesses in Villages of Shiraz. *Iranian Agricultural Extension and Education Journal*, 12(1), 39-51. (In Persian).
- 35- Izadi, N., Ataei, P., & Yaghoubi Farani, A. (2018): Explaining the Sociological Problems of Women Cooperatives By Focusing On Managers' Needed Capabilities. *Journal of Woman and Culture*, 10(37), 25-39. (In Persian).
- 36- Joddar, D. (2018): Sustainable Microentrepreneurship under Microfinance Programme: An Empirical Study. *Pacific Business Review International*, 10(9), 79-90.
- 37- Judge T. A., Bono J. E., Ilies R., Gerhardt M. W. (2002): Personality and leadership: A qualitative and quantitative review. *Journal of Applied Psychology*, 87, 765-780.
- 38- Karimi, S., Biemans, H. J. A., Lans, T., Aazami, M., & Mulder, M. (2014): Fostering students' competence in identifying business opportunities in entrepreneurship education. *Innovations in Education and Teaching International*, forthcoming.
- 39- Karimi, S., Biemans, H. J. A., Mahdei, K. N., Lans, T., Chizari, M., & Mulder, M. (2015): Testing the relationship between personality characteristics, contextual factors and entrepreneurial intentions in a developing country. *International Journal of Psychology*, .
- 40- Karimi, S., Biemans, H. J. A., Lans, T., Chizari, M., & Mulder, M. (2016): The Impact of Entrepreneurship Education: A Study of Iranian Students' Entrepreneurial Intentions and Opportunity Identification. *Journal of Small Business Management*, 54(1), 187-209.
- 41- Kc, B., Morais, D. B., Smith, J. W., Peterson, M. N., & Seekamp, E. (2019): Using Social Network Analysis to Understand Trust, Reciprocity, and Togetherness in Wildlife Tourism Microentrepreneurship. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 43(8), 1176-1198. doi:10.1177/1096348019840794
- 42- Kellett, P., and Tipple, A.G. (2000): The home as workplace: A study of incomegenerating activities within the domestic setting. *Environment and Urbanization*, 12(1): 203–213.
- 43- Kelley D., Bosma N., Amoros J. E. (2010): "Global entrepreneurship monitor 2010 global report"; *Global Entrepreneurship Research Association (GERA)*,.
- 44- Khakpoor, B. (2016): Social capital, empowerment of marginalized women and city labor work The case of study women society of Tabriz informal settlements. *Journal of Geography and Urban Space Development*, 2(1): 69-80. (In Persian).
- 45- Khodabakhshi, M., & Karami, A. (2017): Predication of occupational stress, personality types and organizational commitment. *Career and Organizational Counseling*, 32, 55-70. (In Persian).
- 46- Khosh Ravesh, W., Saedian, Z., Vaezi, Y., & Abdullah Zadeh, A. (2019): The relationship between personality types and burnout through the mediation of interpersonal relationships in municipal employees. *New Advances in Psychology, Educational Sciences and Education*, 2(14), 42-32. (In Persian).
- 47- Kojo Dary, Stanley. (2011): "Participation in Rural Non-Farm Economic Activities in Ghana". 2(8), 154-161.
- 48- Krishnan, L. (2013): The Role of Competencies and Personality in Determining Success of Entrepreneurs in SMEs in

- Karnataka, India. *International Business Management*, 7(4): 258-266.
- 49- Kuratko D.F., Hornsby J.S., Bishop J.W. (2005): Managers' corporate entrepreneurial actions and job satisfaction. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1(3), 275-291.
- 50- La Porta, R., and Shleifer, A. (2008): The unofficial economy and economic development, Brookings Papers on Economic Activity, Fall: 275-352.
- 51- Ladkin, A. & Szivas, E. (2015): "Green Jobs and Employment in Tourism". *Tourism in Green Economy*. Edited by Maharaj Vijay Reddy and Keith Wilkes. London: Routledge. pp 115-127.
- 52- Loscocco, K., and Smith-Hunter, A. (2004): Women home-based business owners: Insights from comparative analyses. *Women in Management Review*, 19(3): 164-173.
- 53- Maden, Ceyda (2015): "A gendered lens on entrepreneurship: women entrepreneurship in Turkey", *Gender in Management, An International Journal*, 30(4), 312 - 331.
- 54- Mahmoudi, Gh., Javadi, M. & Sahraei, M. (2013): The relationship between thinking styles and personality types with motivation to progress in middle school students. *Psychological Research*, 5(18), 1-14. (In Persian).
- 55- McDougall, P.Ph. and Oviatt, B.M. (2000): International entrepreneurship: the intersection of two research path. *Academy of Management Journal*, 43, 902-906.
- 56- Modarresi, M., Arasti, Z., Talebi, K., & Farasatkah, M. (2016): Women's entrepreneurship in Iran How are women owning and managing home-based businesses motivated to grow? *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 8(4), 446-470. doi:10.1108/ijge-03-2016-0006
- 57- Montoro-Sánchez A., Soriano D. R. (2011): Human resource management and corporate entrepreneurship. *International Journal of Manpower*, 32(1), 6-13.
- 58- Movahedi, R & Yaghoubi-Farani, A. (2012): Analysis of the barriers and limitations for the development of rural women's entrepreneurship, *Int. J. of Entrepreneurship and Small Business*, 15(4), 469 - 487.
- 59- Mynard, M.T., Mathieu, J., Marsh, W (2009): A multilevel investigation of the influences of employee resistance to empowerment. *Human performance*. 20, 147-150.
- 60- Naderi Mahdy, K., & Vahdat Moadab, H. (2018): The effects of social capital components on the empowerment of the women engaged in home businesses. *Women in Development & Politics*, 16(2), 175-196. doi:10.22059/jwdp.2018.246253.1007315 (In Persian).
- 61- Nawaz, F. (2009): Critical Factors of Women entrepreneurship Development in Rural Bangladesh, Bangladesh Development Research Working Paper Series (BDRWPS) 5, Bangladesh Development Research Center (BDRRC), 508 Fowler Street, Falls Church, VA 22046-2012, U.S.A.
- 62- Nicolaou N., Shane S., Cherkas L., Hunkin J., Spector T. (2008): Is the tendency to engage in entrepreneurship genetic? *Management Science*, 54(1), 22-37.
- 63- Papzan, A., Khaledi, K., & Soliemani, A. (2011). An Evaluation of Handicrafts Technical and Vocational Trainings of Rural Women. *Quarterly Journal of Women and Society*, 2(7), 21-38. (In Persian).
- 64- Philip, L., & Williams, F. (2019): Remote rural home based businesses and digital inequalities: Understanding needs and expectations in a digitally underserved community. *Journal of Rural Studies*, 68, 306-318.
- 65- Poskus, M. S. (2020): Normative Influence of pro-Environmental Intentions in Adolescents with Different Personality Types. *Current Psychology*, 39(1), 263-276. doi:10.1007/s12144-017-9759-5
- 66- Rahman, A. (2004): Microcredit and poverty reduction: Trade-off between building institutions and reaching the poor. In H. Lont, and O. Hospes (Eds.), *Livelihood and microfinance: Anthropological and sociological perspectives on savings and debt* (Pp: 27-42). Delft: Eburon.
- 67- Raman, Kavitha, Anantharaman, R.N., Ramanathan, Santhi (2013): "Environmental, Personality and Motivational Factors: A Comparison Study between Women Entrepreneurs and Women Non Entrepreneurs in Malaysia", *International Journal of Business and Management*, 8(13), 15-23.
- 68- Rauch A., Frese M. (2007): Let's put the person back into entrepreneurship research: A meta-analysis on the relationship between business owner's personality traits, business creation, and success *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 16(4), 353-385.

- 69- Razavi, S.M. Asadi, M. Esfandabadi, H.M. & Ekbatani, H. (2014): "Design Patterns Barriers to Social Entrepreneurship: An Application of Grounded Theory, Research on Humanities and Social Sciences, 4(16): 6-15.
- 70- Rezaei, R. & Zarei, S. (2014): Viewpoints of rural women on effect of social capital components on their empowerment (Case study: Hassan- Khan village, Ghorveh Township, Women in Development & Politics, 12(2), 287-304.
- 71- Santon, M. (2010): The Impact of Higher Education on Entrepreneurial Intention of University Student in China. Academy of Management, (9): 114-125.
- 72- Schwartz, Y., Weizman, A., Fortus, D., Krajcik, J., & Reiser, B.J. (2009): The IQWST Experience: Using Coherence as a Design Principle for a Middle School Science Curriculum. Journal of Elementary School, 109(2): 199-219.
- 73- Sepehrian Azar, F., & Fatahy, O. (2014): Efficacy of enneagram personality types teaching on educational adjustment of students. CPAP. 2(10) :29-40. (In Persian).
- 74- Serafimovska, H. and Sotiroski, J. (2014): "Implications of the Legal Framework for the Development of Entrepreneurship", International Review of Social Sciences and Humanities, 7(1), 263-273.
- 75- Shafiei Sabet, N., & Mirvahedi, N. (2019): Investigating the Impact of Planning Approach on Empowering Villagers in Sustainable Rural Development (Case Study: Ray and Pakdasht County). *Regional Planning*, 9(33), 87-104. (In Persian).
- 76- Shamsi, M., khorasani, m. a., & Motiee Langroodi, S. H. (2020): The effects of diversification into economic activities on the welfare of the rural community case study: the central district of Kerman county. *Regional Planning*, 10(37), 47-62. (In Persian).
- 77- Shane S. (2003): A general theory of entrepreneurship: The individual opportunity nexus; Aldershot, UK: Edward Elgar Publishing.
- 78- Sharma, A., Dua, S., and Hatwal, V. (2012): Micro Enterprise Development and Rural Women Entrepreneurship: way for Economic Empowerment, Arth Prabandh: A Journal of Economics and Management, 1(6): 114-127.
- 79- Shojaeifard, A. (2020): Empowering and Creating Rural Entrepreneurship in Small Business Environment Case Study of Hormozgan Province Villages. *Regional Planning*, 9(36), 185-196. (In Persian).
- 80- Shui, Y., Xu, D. D., Liu, Y., & Liu, S. Q. (2020): Work-family balance and the subjective well-being of rural women in Sichuan, China. *Bmc Womens Health*, 20(1), 10. doi:10.1186/s12905-019-0871-6
- 81- Sinha, A. (2003): Experience of SMEs in South and South-East Asia, Washington, D.C. SEDF and World Bank.
- 82- Srithan.R. Anitha.D. pharm, (2013): Problemd Being Faced by Woman Entrepreneurs in Rural Areas, The International Journal of Engineering and Science, 2(2), 52-55.
- 83- Tang, J., Kacmar, K. M., & Busenitz, L. (2012): Entrepreneurial alertness in the pursuit of new opportunities. *Journal of Business Venturing*, 27(1), 77-94.
- 84- Taylor N., de Bruin, G. P. (2006): Basic traits inventory: Technical manual. Johannesburg; Jopie van Rooyen and Partners.,
- 85- Thurik, A. R. (2009): Entrepreneurship, economic growth and policy in emerging economies, UNU-WIDER Research Paper RP2009/12, United Nations University and World Institute for Development Economics Research, Helsinki.
- 86- Tipple, G.A. (2005a). Housing and urban vulnerability in rapidly developing cities. *Journal of Contingencies and Crisis Management*, 13(2): 66-75.
- 87- Tipple, G., and Coulson, J. (2007): Funding the home-based enterprise: Finance and credit in developing country livelihoods. *International Development Planning Review*, 29(2): 125-159.
- 88- United Nations. (2004): Microfinance and microcredit: How can \$100 change an economy? New York: United Nations.
- 89- Verrest, H. (2013): Rethinking Microentrepreneurship and Business Development Programs: Vulnerability and Ambition in Low-income Urban Caribbean Households, *World Development*, 47: 58-70.
- 90- Vervaet, L. (2019): Women and wage labour in rural Flanders in the fifteenth and sixteenth centuries. *Agricultural History Review*, 67(2), 203-226.
- 91- Vial, I. (2011): Micro-entrepreneurship in a hostile environment: evidence from Indonesia, *Bulletin of Indonesian Economic Studies*, 47(2): 233-262.
- 92- Wang, Y.-L. (2013): Entrepreneurial opportunity recognition: an empirical study of

- R&D personnel. *Management Decision*, 51(2), 248-266.
- 93- Yaghoubi Farani, A., Karimi, S., Izadi, N., and Ataei, P. (2019): Effect of Virtual Social Networks on Entrepreneurial Behavior of Agricultural Students. *Applied Economics*, 51(21), 2326-2335.
- 94- Yaghoubi Farani, A., Movahedi, R., & Soleimani, A. (2015): Sociological Study of The Attitudes toward Mehr Among Alameh University Students. *Women's Studies Sociological and Psychological*, 12(4), 7-42. (In Persian).
- 95- Yaghoubi Farani, A., Vahdat Moaddab, H., & Latifi, S. (2014): Identifying Inhibitions of Rural Women's Trend to Home Businesses (Case Study: Sardrod district, Razan county). *Women in Development & Politics*, 11(4), 559-574. doi:10.22059/jwdp.2014.50289 (In Persian).
- 96- Zaheri, M., Karim zadeh, H., & Alipour, K. (2019): Participatory planning of rural development with emphasis on border markets (Case study: Sardasht city). *Regional Planning*, 9(35), 105-120. (In Persian).
- 97- Zare, E., Karami, A., & Feiz, M. (2013). Desirable personality typology model of engineering occupation fields (Myers – Briggs Type Indicator). *Iranian Journal of Engineering Education*, 15(59), 39-57. (In Persian).
- 98- Zhang, T. T., Bufquin, D., & Lu, C. (2019): A qualitative investigation of microentrepreneurship in the sharing economy. *International Journal of Hospitality Management*, 79, 148-157.
- 99- Zhao H., Seibert S. (2006): The big five personality dimensions and entrepreneurial status: A meta-analytic review. *Journal of Applied Psychology*, 91(2), 259-271.