دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری
راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی

تحلیل تفاوت‌های جنسیتی بر تمایل به کارآفرینی دانشجویان کشاورزی (مطالعه موردی: دانشگاه محقق اردبیلی)

مجتبی سوختانلو

استادیار دانشکده کشاورزی و منابع طبیعی، دانشگاه محقق اردبیلی، (نویسنده مسوول: msookhtanlo@gmail.com)

تاریخ دریافت: ۹۷/۸/۳ تاریخ پذیرش: ۹۷/۹/۵

چکیده

تعریف رایج از جایگاه جنسیتی در جامعه و الگوهای شکل‌گرفته ذهنی بر مبنای آن، بر بروز رفتارهای متفاوت بر اساس جنسیت اثرگذار است. لذا مطالعه حاضر به دنبال آن است تا مشخص نماید کدام تفاوت‌های جنسیتی، بر بروز و تمایل به کارآفرینی اثرگذار است. دانشجویان مقطع کارشناسی رشته کشاورزی در دانشگاه محقق اردبیلی جامعه آماری این پژوهش را تشکیل دادند (N= 740). پژوهش از نوع کاربردی و روش پژوهش پیمایشی بود. حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران به تعداد ۲۷۵ نفر (۱۲۷ دانشجوی مرد و ۱۴۸ دانشجوی زن) تعیین گردید و نمونه‌گیری با استفاده از روش طبقه‌ای تصادفی با انتساب متناسب انجام شد. یافته‌ها نشان داد دانشجویان مرد نسبت به دانشجویان زن، از میزان تمایل به کارآفرینی بالاتری برخوردار بودند. دانشجویان مرد نسبت به دانشجویان زن، از سطوح ریسک‌پذیری و استقلال‌طلبی بالاتری برخوردار بودند؛ اما دانشجویان زن نسبت به مرد از میزان انگیزه پیشرفت بیشتری برخوردار بودند. همچنین مهم‌ترین متغیرهای پیش‌بینی کننده و متمایزکننده بروز کارآفرینی بر اساس جنسیت، مربوط به انتظارات و تصور عمومی جامعه نسبت به جنسیت، تمایل به کارآفرینی و تصور از توانایی‌های روحی و روانی برای اقدام به فعالیت‌های کارآفرینانه بود.

واژه‌های کلیدی: جنسیت، تمایل به کارآفرینی، دانشجویان کشاورزی، قابلیت‌های کارآفرینی

مقدمه

آنچه بدیهی است اقدام به یک فعالیت کارآفرینانه، رابطه مستقیمی با قابلیت‌های روحی و روانی افراد و تحت تأثیر محیط و فرهنگ حاکم در جامعه قرار دارد (۲۰). نرخ کارآفرینی زنان در مقایسه با مردان یکی از مسائل جاری در زمینه کارآفرینی است (۱۰). توجه به تأثیر تفاوت‌های جنسیتی در بروز کارآفرینی از آنجا حائز اهمیت است که در حدود نیمی از جمعیت کشورها را زنان تشکیل می‌دهند و در عین حال امروزه به‌واسطه تحولات گوناگون سیاسی، اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی، زنان آمادگی بیشتری جهت مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی در کشور پیدا کرده‌اند. جنسیت به‌عنوان ساختاری اجتماعی از مؤنث و مذکر بودن در سطح جامعه تعریف می‌شود که در آن ویژگی‌هایی به مردان و زنان نسبت داده می‌شود و فرد در آن قالب نقش جنسیتی می‌گیرد (۴). در سال‌های اخیر، زنان گرایش بیشتری به تحصیلات دانشگاهی پیدا کرده و نرخ ورود آنها به دانشگاه‌ها، سال به سال درحال افزایش است. درحالی که براساس آمارهای رسمی، نرخ بیکاری نیز در میان زنان تحصیل‌کرده به صورت قابل توجهی درحال افزایش می‌باشد. نابرابری‌های جنسیتی موجود در جامعه، که بیشتر جنبه اجتماعی و فرهنگی دارند، از قابلیت کارآفرینی زنان می‌کاهد. در چنین شرایطی ترغیب و ترویج کارآفرینی و ارتقای فعالیت‌های کارآفرینانه زنان می‌تواند محرکی مؤثر برای رشد و توسعه اقتصاد، افزایش درآمد زنان و بهبود کیفیت زندگی آنان تلقی گردد (۱۱). روانشناسان به این نتیجه رسیدند که جنسیت ساختاری چندسطحی است که شامل باورهای فرهنگی و توزیع منابع در سطح کلان، الگوهای رفتاری در سطح کنش و رفتارهای متقابل، و نقش‌ها و هویت‌ها در سطح خرد است (۴). اما آنچه تصور می‌شود این است که عمدتاً زنان به دلیل انعطاف‌پذیربودن و داشتن استقلال بیشتر برای انجام دادن وظایف شغلی و خانوادگی خود، به کارآفرینی رو می‌آورند. درحالی‌که مردان، رسیدن به سود اقتصادی بیشتر و داشتن استقلال مالی را از دلایل اصلی خود ذکر می‌کنند (۱۲،۲۷). همچنین زنان کارآفرین، در مقایسه با مردان کارآفرین، تمایل بیشتری به گذراندن وقت با خانواده‌شان دارند. زنان همچنین برای حل کشمکش‌های خانوادگی حاضرند از فرصت‌ها و زمان‌های شغلی خود بکاهند (۱۲،۲۶). تفاوت‌های جنسیتی به هنگام شرکت در فعالیت‌های کارآفرینانه به دلیل مواجهه با محدودیت‌های فرهنگی، اجتماعی و تصورات جامعه و حتی پذیرش خود فرد از جایگاه‌های جنسیتی بیشتر آشکار می‌شود که می‌تواند بر تمایل به کارآفرینی افراد بسیار اثرگذار باشد. این واقعیت تأکید می‌کند که نیاز به یک تغییر ذهنیت در فرهنگ کارآفرینانه جامعه و فرد، در ارتباط با تفاوت‌های جنسیتی جهت تمایل به کارآفرینی، بیش از پیش احساس می‌شود (۲۸).

علی‌رغم پذیرش فرهنگی نقش مشارکتی زنان در رشد و توسعه کشور، نگرش‌های جنسیتی نابرابرانه که هنوز در بستر فرهنگی جامعه فعال است مانع بروز قابلیت‌های کارآفرینانه زنان می‌شود (۲۱). در این زمینه می‌توان بر دیدگاه دیده‌بان جهانی کارآفرینی[1] بر رشد نقش‌های کارآفرینانه زنان در برخی کشورها اشاره کرد که این امر در بازارهای نوپدید اقتصادی نمود بیشتری دارد. اما با وجود افزایش تعداد زنان کارآفرین، کارآفرینی هنوز با یک ویژگی غالباً مردانه معرفی می‌شود و تعداد زنان کارآفرین اغلب کمتر از مردان است (۱۵). برچسب‌های جنسیتی که برگرفته از نوعی نابرابری میان مرد و زن می‌باشد در دامنه آموزش‌های پنهان و آشکار خانواده، نظام آموزش و پرورش، باورهای نادرست، انتظارات نقشی و

1. Global Entrepreneurship Monitor

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-10]

[DOI: 10.29252/jea.4.8.13]

مناسبات حاکم بر شرایط جامعه به زنان منتقل می‌شود. به این ترتیب هویت آن‌ها و ادراکی که آنها از مقام خود داشته باشند، خود را چگونه ارزیابی کنند و خود را قادر و خواهان انجام‌دادن چه اعمال و رفتاری بدانند، شکل می‌گیرد. بسیاری از قابلیت‌هایی که لازمه امر کارآفرینی است تحت تأثیر نابرابری جنسیتی کمتر در زنان قوام پیدا می‌کند. همین امر از احتمال کارآفرین شدن زنان می‌کاهد. به‌طور کلی، محیط جامعه که در برگیرنده فرهنگ، نظام آموزشی، نظام اداری و حقوقی می‌باشد، امکان شروع مساوی فعالیت‌های کارآفرینانه را از زنان در مقایسه با مردان گرفته است. مطالعات اولیه در زمینه کارآفرینی نشان می‌دهد که زنان در مقایسه با مردان از میزان ریسک‌پذیری کمتری برخوردار بوده و کمتر به دنبال راهبردهای متحمل خطر می‌باشند (۹). لذا به نظر می‌رسد قابلیت‌های کارآفرینی به‌طور سنتی و مرسوم، در حوزه مردسالارانه تعریف می‌شود و وجود تعداد کم زنان در این حوزه موجب شده است زنان نقش اثرگذار و در خور شایسته‌ای در تبدیل شدن به یک الگوی کارآفرینی نداشته باشند. در غالب تحقیقات کارآفرینی، چهار عامل اصلی جمعیت شناختی وجود دارد که بر نگرش و تمایل افراد برای شروع کسب‌وکار کارآفرینانه اثرگذار معرفی شده است که غالباً عامل اول را جنسیت می‌نامند؛ که به تفاوت میان زنان و مردان و این‌که آیا جنسیت به رفتارهای فردی خاصی در راه‌اندازی کسب و کار جدید منجر می‌شود یا خیر، توجه دارد. عامل دیگر به‌ترتیب پیشینه خانوادگی، محل زندگی و پیشینه تحصیلی است (۴).

محمدی و همکاران (۱۹) به بررسی رابطه‌ی ویژگی‌های شخصیتی با تمایل به کارآفرینی در میان زنان شاغل در سازمان‌ها و ادارات شهر شیراز پرداختند. آنان نتیجه گرفتند بین ویژگی‌های شخصیتی زنان با تمایل آنها به کارآفرینی رابطه‌ی معنی‌داری وجود دارد. همچنین، بین ریسک‌پذیری زنان با تمایل آنان به کارآفرینی رابطه‌ی معنی‌دار مثبت و قوی وجود دارد، یعنی با افزایش ریسک در زنان، تمایل آنان به کارآفرینی در آنان افزایش خواهد یافت.

تحقیق نعمتی (۲۳) با هدف بررسی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه‌های دولتی تهران و مقایسه ویژگی‌های کارآفرینانه دانشجویان به تفکیک جنسیت، مقطع تحصیلی، رشته تحصیلی و دانشگاه محل تحصیل انجام شد. یافته‌های این تحقیق نشان داد که میان دو گروه دانشجویان دختر و پسر در خصوص میزان برخورداری از ریسک‌پذیری، رویاپردازی و چالش‌طلبی و در کل بین روحیه کارآفرینی تفاوت معنی‌داری وجود داشت که این تفاوت را احتمالاً ناشی از تصور عمومی بر اعطای مسئولیت اداره و تأمین معاش خانواده بر مرد معرفی کرده و در مقابل زنان را به دلیل احساس مسئولیت کمتر در این زمینه، امکان مساعدتری برای توان ریسک‌پذیری بالاتر دانستند. همچنین، میان کل دانشجویان مقاطع تحصیلی مختلف، تنها در خصوص برخورداری از ویژگی انگیزه پیشرفت، تفاوت معنی‌داری مشاهده شد.

حسین‌پور و همکاران (۱۳) به بررسی رابطه بین خودکارآمدی با تمایل به کارآفرینی فردی (مطالعه موردی: دانشکده علوم انسانی دانشگاه شاهد) پرداختند. نتایج تحقیق نشان داد که بین خودکارآمدی بر طبق جنسیت دانشجویان دانشکده علوم انسانی دانشگاه شاهد با تمایل آنان به کارآفرینی رابطه معنی‌داری وجود دارد. البته این رابطه در پسران قوی‌تر از دختران می‌باشد. همچنین، بین خودکارآمدی دانشجویان مقاطع تحصیلی مختلف دانشکده علوم انسانی دانشگاه شاهد با تمایل آنان به کارآفرینی رابطه معنی‌داری وجود دارد. البته هرچه مقاطع تحصیلی بالاتر باشد این همبستگی قوی‌تر است و همچنین بین دانشجویان با خودکارآمدی پائین، تمایل به کارآفرینی وجود ندارد.

قرونه و همکاران (۱۲) در بررسی ویژگی‌های کارآفرینانه مؤسسان زن و مرد در دبیرستان‌های غیردولتی شهر تهران نتیجه گرفتند که ویژگی‌های کارآفرینانه میان مؤسسان زن و مرد در سطح نسبتاً مطلوبی قرار دارد. همچنین، بین ویژگی‌های فردی کارآفرینانه در دو گروه زنان و مردان تفاوت معنی‌داری وجود ندارد. ویژگی شخصیتی تحمل ابهام در زنان کارآفرین و استقلال‌طلبی در مردان کارآفرین در سطح نامطلوبی ارزیابی شده است. در بخش دیگری از یافته‌ها نتیجه گرفتند که بین ویژگی‌های شخصیتی زنان و مردان مؤسس مراکز آموزشی، به جز ویژگی‌های استقلال‌طلبی و تحمل ابهام، تفاوت معنی‌داری وجود نداشت. همچنین بین ویژگی‌های شناختی- مهارتی زنان و مردان نیز تفاوت معنی‌داری وجود نداشت و در هر دو گروه در سطح نسبتاً مطلوبی ارزیابی شده است.

اکبری و همکاران (۴) در بررسی تأثیر تفاوت‌های جنسیتی در قصد و رفتار کارآفرینانه دانشجویان دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران نتیجه گرفتند که بین دانشجویان دختر و پسر در خصوص مفاهیم اصلی قصد کارآفرینانه برای نگرش و هنجارهای ذهنی تفاوت معنی‌دار وجود داشته و برخلاف اکثر تحقیقات گذشته دختران دانشجوی دانشکده کارآفرینی در این خصوصیات قوی‌تر از پسران هستند. با ورود متغیر اشتغال در دو جنسیت تفاوت‌هایی مشاهده می‌شود. در بین زنان شاغل کنترل رفتار ادراک شده و رفتار کارآفرینی بیشتر از غیرشاغلان بوده و تفاوت معنی‌داری نشان می‌دهد. اما در مورد مردان ۴ عامل نگرش، هنجارهای ذهنی، کنترل، رفتار ادراک شده و رفتار کارآفرینانه تفاوت معنی‌داری بین شاغلان و غیرشاغلان مشاهده شده است.

بهرامی و همکاران (۶)، در تحقیق خود در ارتباط با وضعیت کارآفرینی دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی شهید صدوقی یزد به این نتیجه دست یافتند که از لحاظ متغیر کارآفرینی ریسک‌پذیری، تفاوت معنی‌داری بین دانشجویان زن و مرد وجود داشت و با توجه به میانگین، میزان ریسک‌پذیری دانشجویان مرد بالاتر بود. اما بین دیگر قابلیت‌های کارآفرینی همچون توفیق‌طلبی، کنترل درونی، خلاقیت و استقلال‌طلبی تفاوت معنی‌داری مشاهده نشد.

آقا (۲) در مطالعات خود به این نتیجه دست یافته که افراد تمایل دارند موفقیت را در جنس مذکر به برخی عامل‌های درونی نظیر تلاش یا قابلیت‌های ویژه نسبت دهند و دارای سطح بالاتری از ریسک‌پذیری و استقلال‌طلبی انتظار دارند؛

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-10]

[DOI: 10.29252/jea.4.8.13]

در حالی که اغلب موفقیت در زنان به عواملی نظیر شانس یا ساده بودن وظیفه محوله نسبت داده می‌شود.

دابیک و همکاران (۷) در دانشگاه‌های زاگرب به بررسی و تحلیل تفاوت‌های جنسیتی در نگرش دانشجویان به سوی کارآفرینی پرداختند. مطابق یافته‌های آنان، دانشجویان زن در مقایسه با دانشجویان مرد، تمایل کمتری جهت اقدام به فعالیت‌های کارآفرینانه داشتند. همچنین، نقش حمایت خانواده و اطرافیان نسبت به فعالیت‌های کارآفرینانه در میان دو گروه جنسیتی متفاوت بود. به‌طوری که در میان دانشجویان زن کمتر از دانشجویان مرد بود. همچنین ادراک و پذیرش جنسیتی برای کارآفرینی میان دانشجویان زن از دانشجویان مرد کمتر بود که این امر نتیجه اعتماد به نفس پایین‌تر در گروه زنان بود. اما فعالیت‌های دانشگاهی دانشجویان زن نسبت به تهیه پروژه‌های کارآفرینی و شرکت در دوره‌های آموزشی کارآفرینی از دانشجویان مرد بیشتر بود.

آفولابی و همکاران (۱) به ارزیابی ویژگی‌های کارآفرینی و تمایلات کارآفرینانه در آینده بین دانشجویان داروسازی دانشگاه اوبافمی آولوو در نیجریه پرداختند. مطابق یافته‌ها در مجموع سطح قابلیت‌های کارآفرینی (خلاقیت، انگیزه پیشرفت، ریسک‌پذیری، استقلال‌طلبی، اعتماد به نفس، فرصت‌شناسی و توانایی برای مدیریت) در دانشجویان در حد بالا (امتیاز ۳/۹) بوده و میزان تمایل به کارآفرینی در آینده میان غالب دانشجویان (۷۹/۶۷ درصد) نیز مثبت بود. همچنین، استفاده از دوره‌های کارآفرینی در برنامه‌های درسی، نقش مؤثری بر بهبود ویژگی‌های کارآفرینی و تمایلات کارآفرینانه در آینده بین دانشجویان داشت.

نیاکدیا و همکاران (۲۵) به بررسی تفاوت جنسیتی بر بروز کارآفرینی در آفریقای جنوبی پرداختند. نتایج این تحقیق نشان داد که سطح پایین دانش و مهارت کارآفرینانه در زنان بخش مهمی از شکاف جنسیتی را ایجاد می‌کند. بنابراین، در فعالیت‌های کارآفرینی نوپدید و دارای رشد بالا، اگر زنان دارای ویژگی‌های کارآفرینی مشابهی با مردان داشته باشند، شکاف جنسیتی کاهش می‌یابد. این تحقیق بر اهمیت و نقش مؤلفه ریسک‌پذیری برای ایجاد تفاوت میان دو جنس مرد و زن تأکید دارد.

در جمع‌بندی تحقیقات، به نظر می‌رسد تفاوت‌های جنسیتی نقش مهمی بر بروز کارآفرینی داشته باشد و لذا این تحقیق به دنبال آن است تا تعیین نماید چه عواملی پیش‌بینی‌کننده و متمایزکننده تفاوت‌های جنسیتی بر بروز کارآفرینی می‌باشد. در این زمینه مهم‌ترین عواملی که بر نقش تفاوت‌های جنسیتی بر تمایل به کارآفرینی اثرگذار هستند به شرح زیر تعریف می‌شود. عوامل فرهنگی و اجتماعی (انتظارات و تصور عمومی جامعه نسبت به جنسیت، میزان مشارکت‌های اجتماعی، حمایت‌های اطرافیان و خانواده در بروز قابلیت‌های کارآفرینی، پذیرش جنسیتی در فعالیت‌های کارآفرینانه) (۴، ۲۹، ۱۲، ۷، ۲۱، ۲۰،۲۷)؛ عوامل فیزیکی و روانی (تصور از توانایی‌های جسمی برای فعالیت‌های کارآفرینی، تصور از توانایی‌های روحی و روانی برای اقدام به فعالیت‌های کارآفرینانه) (۷، ۲، ۱۳،۱). متغیرهای روانشناسی در قابلیت‌های کارآفرینی (خلاقیت، ریسک‌پذیری، کنترل درونی، استقلال‌طلبی، انگیزه پیشرفت) (۲۳، ۶، ۱، ۲۵، ۳۰) و ویژگی‌های فردی (سن، تعداد اعضای خانواده، سابقه شرکت در دوره‌های کارآفرینی) (۴، ۱۲، ۷، ۱۳، ۱، ۲۲).

مواد و روش‌ها

این پژوهش از لحاظ هدف، کاربردی است و از جنبه شیوه گردآوری داده‌ها، تحقیق از نوع توصیفی و غیرتجربی (غیرآزمایشی) بود. از لحاظ میزان نظارت و درجه کنترل، نیز از نوع تحقیقات میدانی (پیمایشی) بود. جامعه آماری تحقیق، شامل همه دانشجویان رشته‌های کشاورزی و منابع طبیعی (مقطع کارشناسی) شاغل به تحصیل در سال‌های تحصیلی سوم و چهارم به شمار ۷۴۰ نفر بود که در دانشگاه محقق اردبیلی مشغول به تحصیل بودند. در این تحقیق دانشجویان سال‌های اول و دوم به دلیل آگاهی ناکافی نسبت به نقش‌های کارآفرینانه رشته تحصیلی خود در جامعه و نیز عدم سابقه مناسب جهت شرکت در دوره‌های کارآفرینی، در مطالعه شرکت داده نشدند. روش نمونه‌گیری، طبقه‌ای تصادفی (بر مبنای جنسیت و گرایش تحصیلی) بود. نمونه آماری به کمک فرمول کوکران به‌دست آمد که برای افزایش دقت، شمار به ۲۷۵ نفر (۱۲۷ دانشجوی پسر و ۱۴۸ دانشجوی دختر) افزایش یافت:

$$n=\frac{Nt^2pq}{Nd^2+t^2pq}=\frac{740\times(1.96)^2\times(0.5\times0.5)}{740\times(0.05)^2+(1.96)^2(0.5\times0.5)}=253$$

(n: حجم نمونه؛ N: حجم جامعه تحقیق (۷۴۰)؛ t: ضریب اطمینان برابر ۱/۹۶، p و q: درصد توزیع صفت، برابر با ۰/۵ و d: درصد خطا برابر با ۰/۰۵)

ابزار پژوهش، شامل پرسش‌نامه‌ای مرکب از ۵ بخش اصلی شامل گویه‌های ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای (۱۲ گویه)، عوامل فرهنگی و اجتماعی (۲۰ گویه)، عوامل فیزیکی و روانی (۱۱ گویه)، متغیرهای مربوط به قابلیت‌های کارآفرینی (۷۳ گویه) و متغیر تمایل به کارآفرینی (۶ گویه) بود که گویه‌های سنجنده متغیرهای تحقیق (به‌غیر از متغیرهای فردی تک‌گویه‌ای و باز)، دارای ترتیب خاص و دارای وزن‌های یکسان در یک مقیاس لیکرت (از "خیلی کم" تا "خیلی زیاد" در دامنه ۱ تا ۵) عرضه شد. متغیرهای روانشناسی در قابلیت‌های کارآفرینی شامل سنجش ۵ قابلیت کارآفرینی دربرگیرنده خلاقیت (۴، ۵، ۲۸، ۳۲)، ریسک‌پذیری (۱، ۵، ۸، ۲۴، ۳۲)، کنترل درونی (۸، ۲۵، ۲۹، ۳۲)، انگیزه پیشرفت (۱، ۵، ۲۴، ۳۲) و استقلال‌طلبی (۲۵، ۲۸، ۳۲) مدنظر پژوهش قرار گرفت. گویه‌های مورد استفاده در سنجش قابلیت‌ها، برگرفته از آزمون‌های اعتباریابی شده و بومی‌شده "سنجش ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی در ایران" که توسط کردنائیج و همکاران (۱۳۸۶) طراحی شد (۲۴) و آزمون استاندارد شده‌ی بین‌المللی مرکز کارآفرینی دانشگاه "دارهام" انگلستان بود که در کشورهای هند، فیلیپین، مالزی، انگلستان و ایران (۱۸،۳) آزمون و اعتباریابی شد که در نهایت ۷۳ گویه (۱۲ گویه مربوط به خلاقیت، ۱۸ گویه مربوط به

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-10]

[DOI: 10.29252/jea.4.8.13]

ریسک‌پذیری، ۱۲ گویه مربوط به استقلال‌طلبی، ۱۶ گویه مربوط به کنترل درونی و ۱۵ گویه مربوط به انگیزه پیشرفت) برای سنجش به پاسخ‌گویان عرضه شد. پس از نمره‌دهی به هریک از گویه‌ها و حاصل‌جمع پاسخ‌های داده شده به گویه‌ها، امتیاز برای هر پاسخ‌گو بدست آمد.

متغیر "تمایل به کارآفرینی" به‌عنوان متغیر اصلی تحقیق، بر اساس پرسش‌های استاندارد (۱۷) با ۶ گویه در قالب طیف لیکرت ۷ گزینه‌ای (از کاملاً موافق تا کاملاً ناموافق) تعیین شد. برای تعیین روایی ابزار تحقیق از روایی محتوایی استفاده شد. روایی محتوایی پرسشنامه بر پایه نظرسنجی چندتن از اعضای هیأت علمی دانشگاه محقق اردبیلی و پس از اعمال نظرهای فنی و ضروری تأیید شد. برای بررسی پایایی ابزار تحقیق از آلفای کرونباخ استفاده شد.

بدین شکل که پس از آزمون اولیه به تعداد ۳۰ نفر از جامعه آماری ولی خارج از نمونه‌های منتخب، اصلاحات اعمال و میزان آلفای کرونباخ (بالاتر از ۰/۷)، به حد مطلوب تعیین شد که جزییات مربوط به متغیرهای اصلی تحقیق، شیوه سنجش آن‌ها و نتایج آلفای کرونباخ در جدول (۱) اشاره شده است. جهت تحلیل نهایی هدف اصلی تحقیق از روش رگرسیون لجستیک دوگانه استفاده و برای گروه‌بندی سطح تمایل به کارآفرینی از روش فاصله‌ی انحراف معیار از میانگین (ISDM) استفاده شد (۳۱،۱۶):

A = کم : A < mean-SD

B = نسبتاً کم : mean-SD < B ≤ mean

C = نسبتاً زیاد : mean < C ≤ mean+SD

D= زیاد : mean+SD < D

جدول ۱- معرفی متغیرهای تحقیق و شیوه سنجش آن‌ها

Table 1. Introduction of research variables and their measurement method

متغیر	نوع متغیر	تعریف متغیر	سنجش	آلفای کرونباخ
(y)	متغیر دوگانه	- جنسیت	زن: ۱؛ مرد: ۲	-
X1	ویژگی های فردی	- سن	سال	-
X2		- تعداد اعضای خانواده	نفر	-
X3		- سابقه شرکت در دوره های کارآفرینی	ساعت	-
X4		- معدل	نمره	-
X5	عوامل فرهنگی و اجتماعی	- انتظارات و تصور عمومی جامعه نسبت به جنسیت	۶ گویه درقالب طیف لیکرت (از ۱ : خیلی کم تا ۵: خیلی زیاد)	۰/۷۱
X6		- حمایت‌های اطرافیان و خانواده در بروز قابلیت‌های کارآفرینی	۵ گویه درقالب طیف لیکرت (از ۱ : خیلی کم تا ۵: خیلی زیاد)	۰/۸۳
X7		- پذیرش جنسیتی در فعالیت‌های کارآفرینانه	۴ گویه درقالب طیف لیکرت (از ۱ : خیلی کم تا ۵: خیلی زیاد)	۰/۸۱
X8		- میزان مشارکت های اجتماعی	۵ گویه درقالب طیف لیکرت (از ۱ : خیلی کم تا ۵: خیلی زیاد)	۰/۷۶
X9	عوامل فیزیکی و روانی	- تصور از توانایی‌های جسمی برای فعالیت‌های کارآفرینی	۵ گویه درقالب طیف لیکرت (از ۱ : خیلی کم تا ۵: خیلی زیاد)	۰/۷۰
X10		- تصور از توانایی های روحی و روانی برای اقدام به فعالیت‌های کارآفرینانه	۶ گویه درقالب طیف لیکرت (از ۱ : خیلی کم تا ۵: خیلی زیاد)	۰/۷۳
X11		- خلاقیت	۱۲ گویه درقالب طیف لیکرت (از ۱ : خیلی کم تا ۵: خیلی زیاد)	۰/۷۷
X12	متغیرهای روانشناسی کارآفرینی	- ریسک‌پذیری	۱۸ گویه درقالب طیف لیکرت (از ۱ : خیلی کم تا ۵: خیلی زیاد)	۰/۶۹
X13		- کنترل درونی	۱۶ گویه درقالب طیف لیکرت (از ۱ : خیلی کم تا ۵: خیلی زیاد)	۰/۷۸
X14		- استقلال‌طلبی	۱۲ گویه درقالب طیف لیکرت (از ۱ : خیلی کم تا ۵: خیلی زیاد)	۰/۷۲
X15		- انگیزه پیشرفت	۱۵ گویه درقالب طیف لیکرت (از ۱ : خیلی کم تا ۵: خیلی زیاد)	۰/۷۱
X16	-	تمایل به کارآفرینی	۶ گویه در قالب طیف لیکرت هفت گزینه‌ای (از ۱: کاملاً موافقم تا ۷: کاملاً مخالفم)	۰/۸۴

نتایج و بحث

ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای پاسخ‌گویان

با توجه به نتایج یافته‌های تحقیق، ۵۳/۸ درصد از پاسخ‌گویان دانشجویان زن و ۴۶/۲ درصد آنان دانشجویان مرد بودند، که بیشترین فراوانی پاسخ‌گویان (۳۸/۲ درصد) در محدوده سنی ۲۰ الی ۲۱ سال قرار داشتند و میانگین سن پاسخ‌گویان ۲۱/۶۳ بود. بیشترین فراوانی معدل میان پاسخ‌گویان (۴۳/۶ درصد) در محدوده ۱۳ تا ۱۴/۹ بود و میانگین معدل پاسخ‌گویان ۱۵/۶۳ بود. رشته تحصیلی۲۲/۲ درصد پاسخ‌گویان مربوط به زراعت و اصلاح نباتات و کمترین آنان با ۲/۹ درصد به رشته مرتع و آبخیزداری اختصاص داشت. در میان پاسخ‌گویان ۴۲/۶ درصد افراد سابقه فعالیت‌های کارآفرینانه (ثبت اختراع، طرح کارآفرینانه، عضویت در تعاونی‌های کارآفرینانه، عضویت در بنگاه‌های کارآفرینی و زودبازده، سابقه فعالیت اقتصادی کارآفرینی و تأسیس شرکت‌های کارآفرینی و ...) نداشته‌اند و ۱۷/۴ درصد افراد حداقل در یک مورد سابقه فعالیت کارآفرینانه داشته‌اند.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-10]

[DOI: 10.29252/jea.4.8.13]

گروه‌بندی وضعیت تمایل به کارآفرینی میان دانشجویان زن و مرد

برای گروه‌بندی وضعیت تمایل به کارآفرینی از روش ISDM استفاده شد. نتایج جدول ۲ نشان داد که میزان تمایل به کارآفرینی در میان غالب دانشجویان زن (۴۷/۳۰ درصد) در حد "نسبتاً کم" بود. اما میزان تمایل به کارآفرینی در میان غالب دانشجویان مرد (۴۹/۶۱ درصد) در حد "نسبتاً زیاد" بود.

جدول ۲- گروه‌بندی وضعیت تمایل به کارآفرینی در میان پاسخ‌گویان

Table 2. Grouping the status of entrepreneurship tendency among respondents

تمایل به کارآفرینی	وضعیت	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
دانشجویان زن	کم	۲۴	۱۶/۲۱	۱۶/۲۱
	نسبتاً کم	۷۰	۴۷/۳۰	۶۳/۵۱
	نسبتاً زیاد	۳۴	۲۲/۹۸	۸۶/۴۹
	زیاد	۲۰	۱۳/۵۱	۱۰۰
دانشجویان مرد	کم	۱۵	۱۱/۸۱	۱۱/۸۱
	نسبتاً کم	۳۰	۲۳/۶۲	۳۵/۴۳
	نسبتاً زیاد	۶۳	۴۹/۶۱	۸۵/۰۴
	زیاد	۱۹	۱۴/۹۶	۱۰۰

مقایسه تمایل به کارآفرینی میان دانشجویان، بر اساس جنسیت

مطابق نتایج جدول ۳، در سطح معنی‌داری یک درصد، تفاوت معنی‌داری بین دو گروه دانشجویان (مرد و زن) وجود داشت. با توجه به میزان میانگین‌ها، دانشجویان مرد نسبت به دانشجویان زن، از میزان تمایل به کارآفرینی بالاتری برخوردار بودند.

جدول ۳- مقایسه تمایل به کارآفرینی پاسخ‌گویان، بر اساس مقطع جنسیت

Table 3. Comparison of variables of entrepreneurship tendency, based on gender

متغیر	جنسیت	میانگین	انحراف معیار	آماره t	سطح معنی‌داری
تمایل به کارآفرینی	زن	۲۵/۶۷	۶/۵۸	-۱۱/۴۰۴**	۰/۰۰۰
	مرد	۳۲/۱۲	۱/۸۲		

**: معنی‌داری در سطح احتمال ۱ درصد

مقایسه متغیرهای روانشناسی کارآفرینی میان دانشجویان، بر اساس جنسیت

مطابق نتایج جدول ۴، در سطح معنی‌داری یک درصد (دو متغیر ریسک‌پذیری و استقلال‌طلبی) و در سطح ۵ درصد (تنها برای قابلیت انگیزه پیشرفت)، تفاوت معنی‌داری بین دو گروه دانشجویان (مرد و زن) وجود داشت. به عبارتی، دانشجویان مرد نسبت به دانشجویان زن از سطوح ریسک‌پذیری و استقلال‌طلبی بالاتری برخوردار بوده؛ اما دانشجویان زن نسبت به مرد از میزان انگیزه پیشرفت بیشتری برخوردار بودند.

جدول ۴- مقایسه متغیرهای روانشناسی کارآفرینی بر اساس مقطع جنسیت

Table 4. Comparison of variables of entrepreneurship psychology, based on gender

متغیرهای تمایل به کارآفرینی	جنسیت	میانگین	انحراف معیار	آماره t	سطح معنی‌داری
انگیزه پیشرفت	زن	۶۴/۲۱	۴/۲۳	-۱/۴۵۰*	۰/۰۲۵
	مرد	۵۸/۸۳	۶/۳۶		
کنترل درونی	زن	۶۰/۸۷	۳/۵۲	-۱/۴۳۵	۰/۴۲۲
	مرد	۶۲/۹۳	۵/۳۴		
ریسک‌پذیری	زن	۴۶/۹۲	۵/۱۶	۳/۹۴۰**	۰/۰۰۳
	مرد	۵۷/۱۴	۸/۱۱		
استقلال‌طلبی	زن	۴۰/۴۶	۴/۴۱	۴/۱۳۲**	۰/۰۰۷
	مرد	۴۷/۶۱	۶/۰۷		
خلاقیت	زن	۳۷/۲۷	۴/۵۲	-۰/۴۳۲	۰/۲۳۴
	مرد	۳۹/۸۵	۴/۱۳		

**، *: به‌ترتیب سطح معنی‌داری در سطح احتمال ۱ و ۵ درصد

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-10]

[DOI: 10.29252/jea.4.8.13]

تخمین مدل رگرسیون لجستیک

برای بررسی نقش جنسیت بر متغیرهای کارآفرینی از رگرسیون لجستیک دوگانه استفاده شد. متغیر وابسته به۲ گروه دانشجوی زن (کد: ۰) و مرد (کد: ۱) تقسیم شدند. بر اساس مدل رگرسیونی، ۱۶ متغیر مستقل سن، تعداد اعضای خانواده، سابقه شرکت در دوره‌های کارآفرینی، انتظارات و تصور عمومی جامعه نسبت به جنسیت، حمایت‌های اطرافیان و خانواده در بروز قابلیت‌های کارآفرینی، پذیرش جنسیتی در فعالیت‌های کارآفرینانه، میزان مشارکت‌های اجتماعی، تصور از توانایی‌های جسمی برای فعالیت‌های کارآفرینی، خلاقیت، ریسک‌پذیری، کنترل درونی، استقلال طلبی، انگیزه پیشرفت و متغیر تمایل به کارآفرینی وارد تحلیل شدند. نتایج جدول ۵، ارزیابی توان کلی مدل رگرسیونی لجستیک را در طبقه‌بندی ۲ گروه جنسیتی نشان می‌دهد. درصد پیش‌بینی کل این مدل ۸۲/۵ درصد بود. این امر بدان معنی است که ۸۲/۵ درصد مشاهده‌ها به درستی تفکیک شده‌اند و مدل توانسته است درصد مطلوبی از مقادیر متغیر وابسته را با توجه به متغیرهایی که وارد معادله شده‌اند به‌درستی پیش‌بینی نماید.

جدول ۵- طبقه‌بندی دو گروه پاسخ‌گویان در رگرسیون لجستیک

Table 5. Classification of two groups of respondents in logistic regression

مشاهده‌ها		مقادیر پیش‌بینی‌شده		
		جنسیت		درصد پیش‌بینی صحیح
		زن	مرد	
جنسیت	زن	۱۲۵	۲۲	۸۵/۰
	مرد	۲۶	۱۰۱	۷۹/۵
درصد کل				۸۲/۵

در تحلیل رگرسیون لجستیک، با توجه به جدول ۶، مقدار کای اسکوئر (-2 Log likelihood) ۲۰۴/۲۴۴ بود. همچنین، مقادیر Cox & Snell R Square و Nagelkerke R Square که نشان‌دهنده‌ی ضریب تعیین و ضریب تعیین تعدیل شده است، نشان می‌دهد که متغیرهای مستقل مطالعه می‌توانند در مجموع ۰/۴۷۰ تا ۰/۶۲۸ درصد از تغییرات متغیر دوگانه را پیش‌بینی کنند.

جدول ۶- شاخص‌های برازش مدل در رگرسیون لجستیک

Table 6. Model fitting indicators in logistic regression

مرحله	نسبت لگاریتم درستنمایی	ضریب تعیین کاکس و اسنل	ضریب تعیین نیجل‌کرک
۱	۲۰۴/۲۴۴	۰/۴۷۰	۰/۶۲۸

جدول ۷- نتایج رگرسیون لجستیک برای متغیرهای تحقیق

Table 7. Logistic regression results for research variables

متغیرها	برآورد	خطای استاندارد	آزمون والد	سطح معنی‌داری	نسبت بخت‌ها
X1= سن	۰/۰۷۶	۰/۱۹۴	۰/۱۵۲	۰/۶۹۶	۱/۰۷۹
X2= تعداد اعضای خانواده	۰/۱۳۴	۰/۱۸۸	۰/۵۰۷	۰/۴۷۷	۱/۱۴۳
X3 = سابقه شرکت در دوره‌های کارآفرینی	۰/۱۹۵**	۰/۰۶۵	۸/۹۳۷	۰/۰۰۳	۱/۲۱۵
X4= معدل	-۰/۰۸۵	۰/۰۳۵	۵/۸۶۳	۰/۱۱۵	۲/۵۲۰
X5= انتظارات و تصور عمومی جامعه نسبت به جنسیت	۰/۸۲۴**	۰/۱۹۴	۲۲/۸۰۰	۰/۰۰۰	۰/۹۱۹
X6= حمایت‌های اطرافیان و خانواده در بروز قابلیت‌های کارآفرینی	۰/۲۴۷*	۰/۲۲۹	۵/۶۹۷	۰/۰۱۷	۱/۷۲۸
X7= پذیرش جنسیتی در فعالیت‌های کارآفرینانه	-۰/۱۸۹	۰/۱۶۸	۲/۲۷۳	۰/۱۶۶	۰/۶۷۹
X8= میزان مشارکت‌های اجتماعی	-۰/۱۲۶	۰/۱۸۴	۰/۴۷۲	۰/۴۹۲	۰/۸۸۲
X9= تصور از توانایی های جسمی برای فعالیت‌های کارآفرینی	-۰/۲۸۰	۰/۱۷۸	۲/۴۷۹	۰/۱۲۵	۰/۷۵۶
X10= تصور از توانایی های روحی و روانی برای اقدام به فعالیت‌های کارآفرینانه	۰/۵۶۷**	۰/۱۸۷	۹/۲۳۳	۰/۰۰۲	۱/۷۶۳
X11= خلاقیت	۰/۲۰۶	۰/۲۲۲	۰/۸۶۳	۰/۳۵۳	۱/۲۲۹
X12= ریسک‌پذیری	۰/۵۵۰**	۰/۱۳۳	۱۷/۰۶۵	۰/۰۰۰	۱/۷۳۳
X13= کنترل درونی	-۰/۱۴۰	۰/۱۹۵	۰/۵۱۵	۰/۴۷۳	۰/۸۶۹
X14= استقلال‌طلبی	۰/۴۳۹*	۰/۲۴۱	۳/۳۱۷	۰/۰۶۹	۱/۵۵۲
X15= انگیزه پیشرفت	-۰/۳۰۶*	۰/۳۲۶	۴/۷۰۰	۰/۰۳۰	۰/۲۹۴
X16= تمایل به کارآفرینی	۰/۶۲۰**	۰/۱۷۷	۱۲/۲۴۵	۰/۰۰۰	۱/۸۶۰
مقدار ثابت	-۱۶/۳۵۸	۲/۹۹۷	۲۹/۷۸۳	۰/۰۰۰	۰۰۰

** و *: به‌ترتیب سطح معنی‌داری در سطح ۱ و ۵ درصد

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-10]

[DOI: 10.29252/jea.4.8.13]

پس از اطمینان از برازش مدل که بیانگر مناسب‌بودن مدل کلی تحلیل بود، به تعیین معنی‌داری اثرات متغیرها توسط آماره والد پرداخته تا متغیرهای معنی‌دار و متمایزکننده ۲ گروه دانشجو بر اساس جنسیت تعیین گردد. مطابق نتایج جدول ۷، از میان ۱۶ متغیر مستقل تنها ۸ متغیر معنی‌دار به دست آمد. متغیرهای سابقه شرکت در دوره‌های کارآفرینی (B=۰/۱۹۵)، انتظارات و تصور عمومی جامعه نسبت به جنسیت (B=۰/۸۲۴)، تصور از توانایی‌های روحی و روانی برای اقدام به فعالیت‌های کارآفرینانه (B=۰/۵۶۷)، ریسک‌پذیری (B=۰/۵۵۰) و تمایل به کارآفرینی (B=۰/۶۲۰) در سطح معنی‌داری یک درصد و متغیرهای حمایت‌های اطرافیان و خانواده در بروز قابلیت‌های کارآفرینی (B=۰/۶۲۰) و استقلال‌طلبی (B=۰/۴۳۹) در سطح ۵ درصد مثبت و معنی‌دار به‌دست آمد. اما برای متغیر انگیزه پیشرفت (B= −۰/۴۰۶) رابطه منفی و معنی‌دار در سطح ۵ درصد به دست آمد. در نهایت، بر اساس نتایج جدول ۴، معادله بهینه رگرسیون لجستیک (برتری لگاریتمی) چنین است:

برتری لگاریتمی = −۱۶/۳۵۸ + ۰/۱۹۵ (X3) + ۰/۸۲۴(X5) + ۰/۲۴۷(X6)+ ۰/۵۶۷ (X10) + ۰/۵۵۰ (X12) + ۰/۴۳۹ (X14) – ۰/۳۰۶ (X15) + ۰/۶۲۰(X5)

– این تحقیق به‌دنبال آن بود تا مشخص نماید آیا جنسیت بر بروز کارآفرینی و تمایل به کارآفرینی دانشجویان اثرگذار می‌باشد؟ و چه عواملی در این زمینه اثرگذار است. نتایج تحقیق نشان داد تمایل به کارآفرینی در میان غالب دانشجویان زن (۴۷/۳۰ درصد) در حد "نسبتاً کم" و در میان غالب دانشجویان مرد (۴۹/۶۱ درصد) در حد "نسبتاً زیاد" بود. به عبارتی، دانشجویان مرد نسبت به دانشجویان زن از میزان تمایل به کارآفرینی بالاتری برخوردار بودند. این یافته با نتایج تحقیق دابیک و همکاران (۷) هم‌خوانی داشت. به نظر می‌رسد نقش‌های تعریف‌شده فرهنگی و اجتماعی از زن در جامعه و تصور خودکارامدی در کنار اعتماد به نفس نامطلوب در میان دانشجویان زن، نقش مؤثری در کاهش تمایل به کارآفرینی آنان داشته باشد. بخش دیگری از یافته‌ها حاکی از آن بود که دانشجویان مرد نسبت به زن، از سطوح ریسک‌پذیری و استقلال‌طلبی بالاتری برخوردار بودند؛ اما دانشجویان زن نسبت به مرد از میزان انگیزه پیشرفت بیشتری برخوردار بودند. این یافته‌ها همگام با نتایج تحقیقات گالبریت (۹)، بهرامی و همکاران (۶) و آقا (۲) و برخلاف تحقیقات نعمتی (۲۳) و قرونه و همکاران (۱۲) و اکبری و همکاران (۴) بود. به‌نظر می‌رسد خودپنداره منفی دانشجویان دختر از توانایی‌های فیزیولوژیکی و روانی خود بر ریسک‌پذیری و استقلال‌طلبی آنان اثرگذار باشد. اما از آنجا که دانشجویان زن نسبت به دانشجویان مرد، حضور پررنگ‌تری در دانشگاه‌ها داشته‌اند و نسبت جمعیتی بالاتری در مقایسه با دانشجویان مرد دارند. همچنین، پذیرش اجتماعی نسبی که نسبت به اشتغال زنان در جامعه شکل گرفته است، این عوامل می‌تواند بر انگیزه پیشرفت بالاتر این گروه نسبت به دانشجویان مرد اثرگذار باشد. مطابق نتایج رگرسیون لجستیک، از میان ۱۶ متغیر وارد شده، تنها ۸ متغیر به‌عنوان متغیرهای اثرگذار و پیش‌بینی‌کننده نقش‌های جنسیتی بر بروز کارآفرینی معنی‌دار به دست آمد. متغیرهای سابقه شرکت در دوره‌های کارآفرینی، انتظارات و تصور عمومی جامعه نسبت به جنسیت، تصور از توانایی‌های روحی و روانی برای اقدام به فعالیت‌های کارآفرینانه، حمایت‌های اطرافیان و خانواده در بروز قابلیت‌های کارآفرینی، استقلال‌طلبی، ریسک‌پذیری و تمایل به کارآفرینی، مثبت و معنی‌دار به‌دست آمد. اما برای متغیر انگیزه پیشرفت (B= −۰/۴۰۶) رابطه منفی و معنی‌دار در سطح ۵ درصد به‌دست آمد. در میان متغیرهای معنی‌دار، انتظارات و تصور عمومی جامعه نسبت به جنسیت (B=۰/۸۲۴)، تمایل به کارآفرینی (B=۰/۶۲۰) و تصور از توانایی‌های روحی و روانی برای اقدام به فعالیت‌های کارآفرینانه (B=۰/۵۶۷) به‌عنوان مهم‌ترین متغیرهای پیش‌بینی‌کننده و متمایزکننده بر بروز کارآفرینی ۲ گروه جنسیتی تعیین شدند که این یافته‌ها با نتایج محمدی و همکاران (۱۹) همخوانی داشت. با توجه به عدم امنیت شغلی بیشتر زنان نسبت به مردان در جامعه، احساس عدم تقارن فرهنگی و پذیرش عرف جامعه در بسیاری از مشاغل کشاورزی برای زنان، حقوق و مزایای پایین‌تر، طبقه اجتماعی– شغلی پایین‌تر و اعتماد کمتر بازار کار نسبت به استخدام زنان نسبت به مردان، باعث بروز زمینه‌های ادراک منفی در دانشجویان زن نسبت به دانشجویان مرد شده است.

با توجه به نتایج تحقیق، پیشنهاد می‌شود نسبت به برگزاری کارگاه‌های پرورش قابلیت‌های کارآفرینی مختص دانشجویان زن و آشنایی با راهکارهای خوداشتغالی زنان در دانشگاه‌ها اقدام شود. همچنین، نشست‌های متعددی با دعوت از کارآفرینان برتر زن در سطح جامعه برگزار شود تا الگویابی هنجاری و رفتاری در میان دانشجویان زن تقویت شود. چرا که خودپنداره‌های منفی دانشجویان زن رابطه مستقیمی با عدم مواجه با کارآفرینان برتر زن در سطح جامعه دارد. در این زمینه برگزاری بازدیدهای دانشجویی هدفمند از پروژه‌های موفق کارآفرینانه که با مدیریت زنان انجام شده است می‌تواند نقش مؤثری ایفا نماید. همچنین، جهت‌دهی برنامه‌های آموزشی رشته‌های کشاورزی در راستای پرورش قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان زن و ایجاد خودپنداره‌های مثبت در آنان با ارایه مسئولیت‌های بسیار در پروژه‌های دانشجویی در راستای کارآفرینی می‌تواند نقش به‌سزایی در رشد قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان زن ایفا نماید.

توسعه تعاونی‌های ویژه زنان نیز می‌تواند شرایط و محیط‌های کاری مناسبی را برای زنان و دختران فراهم کند. در این راستا برنامه‌ریزی در راستای تولید مشاغل خانگی، فعالیت زنان در کارگاه‌های خانگی و فعالیت در عرصه‌هایی مانند صنایع دستی و تلاش در جهت توسعه صادرات غیرنفتی می‌تواند به‌عنوان راه‌گشای مناسبی عمل نماید. ایجاد کسب و کار مبتنی بر کارآفرینی توسط زنان در مقیاس‌های کوچک و متوسط چه به‌صورت کار در منزل و چه به‌صورت ایجاد شرکت‌های تولیدی نیز حائز اهمیت فراوانی است. با وجود آنکه اقدامات فرهنگی جهت تبعیض جنسی ضروری است،

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-10]

[DOI: 10.29252/jea.4.8.13]

پذیرش واقع‌بینانه تفاوت‌های طبیعی جنسیتی، پرهیز از مقایسه‌های بی‌مورد که موجب کاهش عزت نفس می‌شود، اعتماد به استعدادها و توانایی‌های خود، هدفمندی و انتخاب برنامه‌های منطقی، رشد تفکر عقلانی، همچنین مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی به‌خصوص سازمان‌های صنفی غیردولتی در مجموع مهارت‌های کارآفرینی زنان را افزایش می‌دهد. با توجه به آن‌که دوره‌های کارآفرینی دانشگاهی غالباً به‌صورت عمومی برگزار می‌شود، از این‌رو، محتوای دوره‌ها با محتوای رشته‌های تخصصی دانشجویان و دنیای شغلی و میدانی و همچنین جنسیت آنان، سنخیت لازم را ندارد. لذا برونداد دوره‌ها، در زمینه تقویت قابلیت‌های کارآفرینی ممکن است مطلوب نباشد. پیشنهاد می‌گردد دوره‌های آموزش کارآفرینی دانشگاهی با توجه به تفاوت‌های جنسیتی و ضعف‌های اثرگذار بر بروز قابلیت‌های کارآفرینی تدوین و طراحی گردد.

منابع

1. Afolabi, M.O.O., Ola-Olorun, J.I. Abereijo and O. Uchegbu. 2016. Assessment of Entrepreneurial Traits and Intention of Pharmacy Students in Obafemi Awolowo University, Ile-Ife, Nigeria. British Journal of Pharmaceutical Research, 10(2): 1-11.
2. Agha, R. 2002. Are the women less ambitious than men? GKT scientific, Guys, Kings and ST. Thomas hospitals school of medicine. Dentistry and biomedical science. London. UK, 16 pp.
3. Ahmadpour-Dariani, M. 1998. Design and explain of improvement model of entrepreneual managers in industry. The doctoral dissertation in the field of management, Tehran: Tarbiat Modarres University, 54 pp (In Persian).
4. Akbari, M., S. Ahangar, M. Houshmandzadeh and R. Tahmasebi. 2017. The effect of gender differences on entrepreneurial intent and behavior of students at the University of Tehran (Faculty of entrepreneurship). Quarterly Journal of Iranian Engineering education, 19: 45-65 (In Persian).
5. Amini, M., M.R. Tamannaeefar and S. Gholami-Alavi. 2012. Assessment of entrepreneurship capabilities among female students. Journal of Women and Society, 4: 115-137 (In Persian).
6. Bahrami, M.A. F. Sepaseh, M.M. Kiani, H. Yagooti, M. Salehi and K. Khanjankhani. 2017. Studying the status of entrepreneurship in health care management students of Shahid Sadoughi University of Medical Sciences in Yazd. Journal of Management Strategies in the Health System, 2(2): 79-87 (In Persian).
7. Dabic, M., T. Daim, E. Bayraktaroglu, I. Novak and M. Basic. 2012. Exploring gender differences in attitudes of university students towards entrepreneurship: an international survey. International Journal of Gender and Entrepreneurship, 4(3): 316-336.
8. Dinis, A., A. Do-Paco, J. Ferreira, M. Raposo and R.R. Gouveia. 2013. Psychological characteristics and entrepreneurial intentions among secondary students, journal of Education + Training, 55: 763–780.
9. Galbraith, C. 2003. Divorce and the Financial Performance of Small Family Businesses: An Exploratory Study, Journal of Small Business Management, 41(3): 296-309.
10. GEM (Global Entrepreneurship Monitor). 2003. Global Entrepreneurship Monitor 2003 Executive Report, Babson College, Babson Park, MA, USA/ LBS, London, UK.
11. Ghorbani-pour, K. and Z. Saberi. 2012. Entrepreneurship of graduated women; Barriers and Challenges. Babolsar: National Conference on Entrepreneurship and Business Knowledge Management, 23: 1-12 (In Persian).
12. Ghoruneh, D., H. Abedi and A. Ahmad-Abadi. 2016. Entrepreneurial characteristics of female and female constituents (Case Study: Non-Governmental High Schools in Tehran). Woman in Development and Politics, Period, 14(2): 203-216 (In Persian).
13. Hoseinpour, R., S.A. Hoseini and S. Safari. 2013. Investigating the relationship between self-efficacy and individual inclination (case study: Faculty of Humanities, Shahed University). Babolsar, University of Mazandaran: National Conference on Entrepreneurship (Knowledge-based industry), 1-11 (In Persian).
14. Jahangiri, S., M. Baradaran, B. Khosravipour and M. Ghanian. 2015. Psychological and sociological traits associated with the entrepreneurial spirit of graduate students in Agriculture and Natural Resources University of Ramin. Journal of Agricultural Education Management, 7(34): 104-116 (In Persian).
15. Karimi. S., H. Biemans, T. Lans, M. Chizari, M. Mulder and M. Naderi. 2013. Understanding Role Models and Gender Influences on Entrepreneurial Intentions Among College Students, Procedia—Social and Behavioral Sciences, 94: 204-214.
16. Khoshnodifar, Z., M. Ghonjib, S.M. Mazloumzadeh and V. Abdollahi. 2016. Effect of communication channels on success rate of entrepreneurial SMEs in the agricultural sector (a case study). Journal of the Saudi Society of Agricultural Sciences, 15(1): 83-90 (In Persian).
17. Linan, F., and Y.W. Chen. 2009. Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial Intentions. Entrepreneurship Theory and Practice. Baylor University, 1042-2587: 593-617.
18. Mohammadi, A. 2010. The relationship between thinking styles with personality traits of entrepreneurship of schools' managements in Birjand city. Thesis of MSc in educational management, Faculty of Education and Psychology, University of Sistan and Baluchestan, 15 pp (In Persian).
19. Mohammadi, H.R., E. Ahmadi and S.A.S. Jahromi. 2011. Investigating the Relationship between Personality Characteristics and the Inclination to Entrepreneurship, Journal of Research in Women's Sociology, 2(1): 99-120 (In Persian).

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-10]

[DOI: 10.29252/jea.4.8.13]

20. Molino, M., V. Dolce, C.G. Cortese and C. Ghislieri. 2018. Personality and social support as determinants of entrepreneurial intention. Gender differences in Italy. PLoS ONE, 13(6): e0199924. https://doi.org/10.1371/journal.pone.0199924
21. Momayez, A., S.A. Ghasemi and S.F. Ghasemi, 2013. Investigating the Factors Affecting Women's Entrepreneurship Development. Technology Growth, Quarterly Journal of Parks and Growth Centers, 9(35): 15-22 (In Persian).
22. Nabizadeh Zolpirani, M., S.A. Hosseini Yekani and R. Heidari Kamalabadi. 2015. Factors Affecting Agricultural Entrepreneurship Motivation (Case Study: Guilan Province), Journal of Entrepreneurial Strategies in Agriculture, 2(3): 9-18 (In Persian).
23. Nemati, M.A. 2013. Studying the Entrepreneurial Personality Characteristics of Tehran State University Students. Journal of Innovation and Value Creation, 1(3): 47-64 (In Persian).
24. Noorbakhsh, P. and M. Rashedi. 2014. Relations among internal and external locus of control and moral behavior with job satisfaction. Journal of Ethics in Science and Technology, 9(1): 1-7 (In Persian).
25. Nyakudya, F.W., A. Simba and M. Herrington. 2018. Entrepreneurship, gender gap and developing economies: the case of post-apartheid South Africa. Journal of Small Business and Entrepreneurship, 30(4): 293-324.
26. Pines, A.M. 2006. The female entrepreneur: burnout treated using a psychodynamic existential approach. Clinical Case Studies, 1(2): 171-81.
27. Reaves, B. 2009. Entrepreneurial success: A phenomenological study of the characteristics of successful female entrepreneurs. University of phoenix, 75 pp.
28. Sadeghi-Shahmirzadi, S. and F. Adli. 2010. The relationship between environment of higher education system and improvement of entrepreneurial spirit of students. Educational Journal of Islamic Azad University, Bojnourd Branch, 22: 73-90 (In Persian).
29. Sánchez, J.C. 2014. Gender personal traits, and entrepreneurial intentions. Business and Management Research, 31-40 pp.
30. Shakki, M.H. 2015. Investigating the Creativity and Risk Characteristics of Agricultural Students (Case Study: Islamic Azad University of Ghaemshahr Branch), Journal of Entrepreneurial Strategies in Agriculture, 2(4): 52-46 (In Persian).
31. Shiri, N., A. Alibaygi and M. Faghiri. 2013. Factors Affecting Entrepreneurial Motivation of Agricultural Students at Razi University. International Journal of Agricultural Management and Development (IJAMAD), 3(3): 175-180.
32. Yaghubi, A., M. Chizari and S. Feli. 2007. Agricultural crop insurance: appropriate way in risk management. Proceedings of the sixth conference of agricultural economics in Iran, 9-8 November, Mashhad city: Ferdowsi University of Mashhad, Iran), 1: 729-735 (In Persian).

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-10]

[DOI: 10.29252/jea.4.8.13]

Analysis of Gender Differences on the Tendency to Entrepreneurship of Agricultural Students (Case Study: University of Mohaghegh Ardabili)

Mojtaba Sookhtanlou

Assistant Professor, Faculty of Agriculture and Natural Resources, University of Mohaghegh Ardabili
(Corresponding author: msookhtanlo@gmail.com)
Received: October 25, 2018 Accepted: November 26, 2018

Abstract

A common definition of the gender position in society and the underlying mental patterns on it affects the incidence of different behaviors based on gender. Therefore, the present study seeks to determine which gender differences affect the incidence and tendency of entrepreneurship. The population of the study consisted of agricultural undergraduate students at University of Mohaghegh Ardabili (N =740). The study was of applied type and research method was survey. The sample size was determined on the basis of Cochran formula in 275 students (127 male and 148 female students) and the sampling was done using of proportional stratified random sampling. The findings showed that the male students tended to be more entrepreneurial than female students. Male students also had higher levels of risk aversion and higher self-esteem than female students; but female students were more motivated than men. Also, the most important variables predicting and differentiating the tendency of entrepreneurship on the basis of gender are related to the general expectations and general impression of the society towards gender, the tendency to entrepreneurship, and the perception of mental and psychological abilities to engage in entrepreneurial activities.

Keywords: Agricultural students, Entrepreneurship capabilities, Gender, Tendency to entrepreneurship

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-10]

[DOI: 10.29252/jea.4.8.13]