

بررسی عوامل پیش برنده و بازدارنده توسعه کارآفرینی زنان روستایی

علیرضا جمشیدی^{۱*}، داود جمینی^۲ و حمید نظری سرمازه^۳

چکیده

این پژوهش با هدف بررسی عوامل پیش برنده و بازدارنده توسعه کارآفرینی زنان روستایی بخش میانکوه شهرستان اردل، انجام گرفته است. روش پژوهش از نوع توصیفی - تحلیلی بوده که جهت گردآوری داده‌ها از مطالعات اسنادی و میدانی استفاده شده است. جامعه آماری پژوهش را تمامی زنان روستایی بخش میانکوه (N=۸۳۸۱) تشکیل می‌دهند که با استفاده از فرمول کوکران و به روش نمونه‌گیری طبقه‌ای ۲۵۴ نفر به عنوان نمونه مورد مطالعه انتخاب شده‌اند. ابزار گردآوری داده‌های میدانی پرسشنامه‌ای بود که روایی صوری آن با استفاده از نظرات اساتید دانشگاهی و کارشناسان مربوطه و پایایی آن با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ مورد تأیید قرار گرفت. با استفاده از تحلیل عاملی، شش عامل به عنوان عوامل پیش برنده و بازدارنده توسعه کارآفرینی زنان روستایی بخش میانکوه استخراج و نام‌گذاری شد. نتایج نشان داد که این عوامل به ترتیب ۷۱/۸۲۴ درصد و ۶۷/۷۸۴ درصد از واریانس عوامل پیش برنده و بازدارنده توسعه کارآفرین در بین زنان روستایی مورد مطالعه را تبیین می‌کنند. همچنین، نتایج پژوهش نشان داد که سهم عوامل پیش برنده مؤثرتر از عوامل بازدارنده بوده و در نتیجه با ایجاد زمینه لازم می‌توان با تقویت عوامل پیش برنده و فائق آمدن بر عوامل بازدارنده، به توسعه کارآفرینی در بین زنان روستایی در بخش میانکوه کمک کرد.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی، عوامل پیش برنده، عوامل بازدارنده، توسعه روستایی، بخش میانکوه.

۱- دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی دانشگاه اصفهان

۲- دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی دانشگاه اصفهان Davood.jamini@gma.com

۳- دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی دانشگاه اصفهان hamids67@yahoo.com

*- نویسنده مسئول مقاله: Alireza472003@yahoo.com

پیشگفتار

تجربه بسیاری از کشورها نشان می‌دهد که کارآفرینی یکی از اثرگذارترین راه‌حل‌ها برای کاهش سطح بیکاری است (Stel et al., 2004). کارآفرینی و کارآفرینان به عنوان نماد تلاش و موفقیت و همچنین، منشأ تحولات بزرگ در زمینه‌های تولیدی، خدماتی، تجاری و نیز، موتور محرک توسعه، پیشرفت اقتصادی، ایجاد شغل و اصلاح اجتماع بشمار می‌روند (Urbano et al., 2010). تا جایی که اقتصاد کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه برای فرار از بیکاری با کمک نیروی کارآفرینی، حیاتی دوباره یافته و این مهم موجب توجه خاص کشورهای گوناگون به موضوع کارآفرینی شده است (Archibong, 2004). جامعه روستایی نیز از قاعده‌ی فوق مستثنا نبوده و کارآفرینی در این مناطق می‌تواند برطرف‌کننده بسیاری از چالش‌ها از جمله بیکاری، درآمد پایین، فقدان تنوع اقتصادی و ... باشد. با توجه به نقش انکار ناپذیر زنان در توسعه روستایی تقویت کارآفرینی زنان روستایی، راهکاری مؤثر در راستای در تحقق توسعه پایدار روستایی و حفاظت از محیط‌زیست بشمار می‌رود (Heidari Sareban, 2012).

با این وجود، سازه‌های گوناگونی در روند کارآفرینی تأثیرگذار هستند. بدیهی است که بررسی تفصیلی هر یک از این سازه‌ها، کمبودها و تنگناهای موجود در آن زمینه را بهتر و دقیق‌تر مشخص می‌کند و بالطبع برنامه‌ریزی برای رفع آن‌ها، فعالیت یاد شده را به صورت بهینه و مناسب‌تری امکان‌پذیر می‌کند. بنابراین، با توجه به مطالب فوق و علم به این مهم که تا به امروز عواملی که بر پیدایش کارآفرینی تأثیر می‌گذارند بسیار گسترده بوده لذا، کارآفرینی می‌تواند به وسیله عوامل گوناگونی محدود و یا تسهیل شود. بخش میانکوه شهرستان اردل، از توابع استان چهارمحال و بختیاری، دارای ۱۶۷۴۲ نفر جمعیت بوده که از این تعداد حدود ۵۰ درصد (۸۳۸۱ نفر) را گروه زنان تشکیل می‌دهند. از کل جمعیت زنان این بخش، ۸۲ درصد در سن فعالیت اقتصادی می‌باشند که از بین زنان واقع در سن فعالیت اقتصادی، کمتر از ۳ درصد شاغل بوده، این در حالی است که نرخ اشتغال برای مردان بخش میانکوه حدود ۴۴ درصد هست. بنابراین، با توجه به تأثیر به‌سزای کارآفرینی در توسعه اشتغال، شناسایی عوامل پیش برنده و بازدارنده کارآفرینی در بین زنان روستایی بخش میانکوه شهرستان اردل با وجود وضعیت نامساعد اشتغال زنان این منطقه، مسئله‌ای است که پژوهشگران در پی پاسخ‌گویی به آن هستند.

مبانی نظری پژوهش

کارآفرینی فرایند خلق ابتکارها و نوآوری‌ها، ایجاد کسب و کارهای جدید از راه کشف فرصت‌ها و بهره‌گیری از منابع است. در این میان، کارآفرین کسی است که با کشف و شناخت فرصت‌های

محیطی و بهره‌گیری مناسب از فرصت‌ها بتواند در شرایط پر ابهام و ریسک، آمیز به ابتکارات و نوآوری‌ها و ایجاد کسب‌وکار جدید اقدام کند (Imani Gheshlagh et al., 2012). توسعه کارآفرینی و عوامل مؤثر بر آن در نظریه‌های گوناگونی مورد بررسی قرار گرفته است.

دیدگاه جامعه‌شناختی و جمعیت‌شناختی^۱

جامعه‌شناسان به آثار و نقش‌های کارآفرین در جامعه وقوف کامل دارند و آنان را عاملان اشتغال‌زایی، انتقال فناوری، تعادل در اقتصادهای پویا، کاهش بروکراسی اداری، ساماندهی منابع و استفاده بهینه از آن‌ها می‌دانند. کارآفرینان می‌توانند عامل تولید سرمایه بشمار آمده و باعث تحول و تجدید حیات ملی و محلی در جامعه شوند زیرا کارآفرینی فراتر از شغل و حرفه است. کارآفرینان با شناخت، ایجاد و گسترش بازارهای جدید به ترغیب و تشویق سرمایه‌گذاری و نوآوری می‌پردازند و نقش و وظیفه مشخصی را در یکپارچگی و رتباط بازارها و رفع شکاف‌ها و تنگنای بازار و اجتماع ایفا می‌کنند. در واقع می‌توان اذعان داشت که کارآفرینان و شرکت‌ها و سازمان‌های کارآفرین با قبول مسئولیت اجتماعی خود، هم به خواسته‌های جامعه و هم به سیاست‌های دولت پاسخ مثبت داده‌اند (Alison, 1990). تجربه کاری، نارضایتی از شغل قبلی، الگوی نقش، شرایط کودکی، تحصیلات، سن و جایگاه اجتماعی از جمله مشخصات جمعیت‌شناختی کارآفرینان بشمار می‌رود (Rokneddin Eftekhari & Sojasi Qeidari, 2011).

دیدگاه روان‌شناختی و رفتاری^۲

نظریه‌های روان‌شناسان برای توسعه کارآفرینی، ویژگی‌های روان‌شناختی کارآفرینان را مورد توجه قرار داده و ویژگی‌های مشخص از جمله مخاطره‌پذیری، میل به استقلال‌طلبی، تحمل ابهام، اعتماد به نفس بالا، مرکز کنترل درونی، خلاقیت و ایده‌سازی، اعتماد به نفس، آرمان‌گرایی، آینده‌گرایی، خودمحوری، پیش‌گام بودن، فرصت‌گرایی، نتیجه‌گرایی، اهل کار و عمل بودن، ثبات و استحکام کامل در برابر هیجان‌ها، جستجوگر داده‌ها، زیرپا گذاشتن قواعد و قوانین در صورت لزوم، ظرفیت بالا، هدف‌گرایی، قاطعیت بالا، واقع‌بینی، عدم رعایت سلسله‌مراتب، دارای تفکر مثبت، امیدور به موفقیت، توانایی بالا در تشخیص الگوها، واگرایی و داشتن تفکر جانبی و عمودی برای خلق ایده‌های جدید و توسعه آن‌ها و ... را از ویژگی‌های روانی کارآفرینان و هم‌چنین، از شروط لازم

^۱ - Sociological and demographic perspective

^۲ - Psychological and behavioral perspective

برای تحقق توسعه کارآفرینی می‌دانند (Hrivnak & Sherman, 2010). در نظریه رفتاری، کارآفرینی یکی از اساسی‌ترین وسیله ارزش آفرینی شناخته شده است. طرفداران نظریه رفتاری، فرایند کارآفرینی را یک فرایند پیچیده دانسته که به شدت تحت تأثیر محیط و زمینه‌هاست (Imani Gheshlagh et al., 2012).

دیدگاه اقتصادی^۱

کارآفرینی واژه‌ای قدیمی و با ارزش در نظریه‌های اقتصادی است (Seelos & Mair, 2005). مفهوم کارآفرینی در نظام‌های اقتصادی را، برای نخستین بار ریچارد کانتیلون بکار برد (Mirjam, 1999). او برای نخستین بار کارآفرینی را چنین تعریف کرد: «کسی که ابزارای مورد نیاز برای تولید را با ارزشی معین خریداری و آن را با هم ترکیب و کالای جدید تولید کند» (Rotheroe & Richards, 2007). نخستین اقتصاددانی که مدیریت را به کارآفرینان نسبت داد ژان باتیست سی بود که کارآفرینی را مهارت‌های مدیریت سرمایه و ثروت تعریف کرد است. ژوزف شومپیتر در مدل اقتصادی خود، کارآفرینان را انخستین موتور توسعه اقتصادی می‌داند و به آنان، به عنوان افرادی خلاق و رهبر نگاه می‌کند که ویژگی‌های زیر را دارند: ارایه کننده کالای جدید؛ معرفی کننده بازار جدید؛ استفاده از منابع جدید برای ایجاد کالای جدید و ایجاد سازمان‌های جدید برای صنعت (Maia, 2002; Mohapatra et al., 2007). آدام اسمیت، نقش کارآفری را در صحنه فعالیت فراگیر اقتصادی بسیار جزئی می‌دانست و باور داشت که کارآفرین فراهم کننده سرمایه است و هرگز نقش پیشرو و هدایت‌گرانه ندارد (Mccline, 2004). بر اساس نظریه اقتصاددانان مدرن، کارآفرین فردی است که به صورت شخصی بر اساس درک خود از بازار و خلاقیت خود و قدرت خطرپذیری، مدیریت منابع و فعالیت جدیدی را ابداع و مدیریت می‌کند (Sen, 2009). روی هم رفته، در نظریه‌های اقتصادی بیش‌تر به بحث نوآوری در تولید محصول و جلب سرمایه‌گذاری، ایجاد تعادل بین عرضه و تقاضا، ایجاد مبادله و گردش پول در اقتصاد، فراهم آوردن ابزار و تولید محصولات جدید قابل‌عرضه به بازار، تحمل عدم قطعیت، داشتن مهارت‌های مدیریتی، جابه‌جایی منابع اقتصادی بر اساس اصول بهره‌وری، آگاهی از فرصت‌های سودآور و کشف نشده اشاره کرده‌اند (Chowdhury, 2007).

دیدگاه اندیشمندان توسعه روستایی^۱

از نظر اندیشمندان توسعه روستایی توسعه کارآفرینی در نقاط روستایی یکی از مهم‌ترین استراتژی‌های توسعه روستایی است که می‌تواند در رشد و توسعه اقتصادی روستاها نقش به‌سزایی داشته باشد. از نظر آن‌ها کارآفرینی وسیله‌ای برای بهبود کیفیت زندگی، ایجاد فرصت‌های شغلی، افزایش بازدهی و بهره‌وری تولیدات روستایی، افزایش درآمد روستاییان، کاهش فقر، کاهش مهاجرت روستاییان و ... در نواحی روستایی است (Rezvani, 2012).

با وجود بیان دیدگاه‌های علوم گوناگون در ارتباط با کارآفرینی، در ادامه در ارتباط با عوامل مؤثر بر کارآفرینی و موانع آن، دیدگاه‌ها و نظرات چند تن از صاحب‌نظران کارآفرینی در مورد ویژگی‌های فرد کارآفرین، عوامل و موانع تأثیرگذار بر کارآفرینی ارائه گردیده است.

از نظر لیتونن (Littunen, 2000)، ویژگی‌های فرد کارآفرین عبارت است از توانایی خطرپذیری، نوآوری، دانش در زمینه فنون کار، بازار و بازاریابی، مهارت‌های مدیریت کسب‌وکار، توانایی برای همکاری، برداشت خوب نسبت به کسب‌وکار و توانایی برای شکار فرصت.

مارکمن و بارون (Markman and Baron, 2003)، عوامل اثرگذار بر موفقیت کارآفرینان را مناسب بودن ویژگی‌های فردی کارآفرینان شامل خود یابی، فرصت شناسی، استقلال در کار، داشتن سرمایه انسانی و مهارت‌های اجتماعی می‌دانند.

کیگوندو (Kiggundu, 2002) عوامل اثرگذار بر موفقیت کارآفرینان را به سه گروه ویژگی‌های شخصی کارآفرین، ویژگی‌های شرکت و محیط آن تقسیم کرده است در حالی که واگنر و استرنبرگ (Wagner and Sternberg, 2004)، عوامل اثرگذار بر فرایند کارآفرینی را به سه گروه عوامل کلان، خرد و ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان تقسیم کرده‌اند. از نظر راشل و همکاران (Russel et al, 2008) محیط کارآفرینی از عواملی مانند عوامل کلان اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و سیاسی تشکیل می‌شود که در تمایل و توانایی افراد برای انتخاب فعالیت‌های کارآفرینی اثرگذارند.

از نظر لرنر و هابر (Lerners and Haber, 2000)، عوامل اثرگذار بر موفقیت شرکت‌های کارآفرینان را می‌توان در چهار گروه ویژگی‌های فردی کارآفرینان، حمایت‌های مالی و مشورتی دولتی، جذابیت‌های محیطی محل فعالیت شرکت و تنوع خدمات قابل ارائه تقسیم کرد.

از نظر فورتر (Forter, 2006) عواملی مانند انگیزه پیشرفت، خلاقیت، ریسک‌پذیر بودن و تحمل ابهام، عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی قلمداد می‌شود، درحالی‌که از نظر کابالا

(Cabala, 2008) توسعه فرهنگ کارآفرینی و آموزش کارآفرینی از پیش‌نیازهای اصلی برای توسعه کارآفرینی زنان در روستاها بشمار می‌آید.

از دیگر موانع کارآفرینی به ویژه در مناطق روستایی می‌توان به درون‌گرایی، انعطاف‌ناپذیری و ثبات در برابر تغییرات، عدم تمایل به ریسک‌پذیری در قالب فعالیت‌های کارآفرینی، ناآشنایی از عدم پذیرش و تشویق و نیز تأمین مالی کشاورزان، آرایه پیشنهادها و طرح‌های بدون نقشه قبلی و طراحی نشده، عدم پاسخ سریع به ایده‌ها و پیشنهادهای جدید و فقدان سیستم پیشنهادها، عدم اطمینان از سرقت ایده‌ها، فقدان دورنمای مشترک از نوآوری، وجود تنش و نارضایتی، انزوای مدیریت ارشد، گسستگی‌های درونی میان جامعه، ناآگاهی از چگونگی استفاده از دانش، منابع و شبکه‌های موجود برای ورود به محیط جدید، عدم دسترسی به داده‌های موثق و شفاف، ساختار مکانیکی، فقدان فرهنگ حمایت از کارآفرینی، فاصله با بازار و خدمات، شکاف در دسترسی به سرمایه، کاهش فرصت‌های شبکه‌ای و ارتباطی، نبود خوشه‌های صنعتی تسریع‌کننده نوآوری و شیوه زندگی سنتی و معیشتی که مانع نوآوری، خلاقیت و کارآفرینی می‌شود، اشاره کرد (Heriot, 2002؛ Edward & Stuart, 2004؛ Habbershon et al., 2006؛ Johannisson, 2002).

از نظر دابسون (Dabson, 2007) امروزه موانع عمده کارآفرینی زنان روستایی در فقدان ظرفیت‌سازی، فقدان توانمندسازی و فقدان تسریع رشد از راه تحرک بخشی نهفته است، اما، به باور الیس (Ellis, 2003)، فقدان دسترسی زنان به اعتبارات و خدمات حمایتی از موانع تأثیرگذار بر کارآفرینی زنان روستایی هستند. کرونیس (Cronies, 2006)، نبود نهادهای حمایت‌کننده و سازمان‌دهی ضعیف کارآفرینان زنان روستایی، پایین بودن سطح تحصیلات، وجود تبعیض در بازار کار و وجود باورهای سنتی و کلیشه‌ای درباره زنان از موانع مؤثر در توسعه و تقویت کارآفرینی زنان در مناطق روستایی است.

پیشینه پژوهش

در ارتباط با عوامل پیش‌برنده و بازدارنده مؤثر در کارآفرینی به ویژه کارآفرینی زنان روستایی، تاکنون مطالعات اندکی صورت گرفته است که در ادامه به نتایج چند مطالعه مهم صورت گرفته در داخل و خارج از کشور در زمینه‌های مرتبط با موضوع مورد مطالعه پرداخته می‌شود.

نتایج پژوهش صابر (Saber, 2003) در مطالعه‌ای با هدف شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان در شهرها و روستاهای گوناگون کشور نشان داد مهم‌ترین این عوامل عبارت‌اند از: عوامل خانوادگی (خانواده، خانواده همسر، همسر و فرزندان)، عوامل علمی (دانش و مهارت‌های مدیریتی، دانش و مهارت‌های بازاریابی، دانش حقوقی، دانش فنی، دانش مالی و حسابداری، دانش و

مهارت‌های داده‌ای)، عوامل مالی (سرمایه شخصی، دسترسی به وام)، عوامل فیزیکی (فضای کسب و کار، امکانات سخت‌افزاری و مواد اولیه).

جواهری و قضاوتی (Javaheri & Ghezavati, 2005) در پژوهشی که در زمینه بررسی تأثیر نابرابری جنسیتی بر کارآفرینی زنان در ایران صورت گرفته، موانع خانوادگی، نظام تعلیم و تربیت، ناهمخوانی انتظارات نقشی، باورهای کلیشه‌ای و مناسبت‌های حاکم بر سازمان کار را به عنوان مهم‌ترین موانع کارآفرینی زنان ایرانی معرفی کرده‌اند.

یافته‌های پژوهش کریمی (Karimi, 2006) با هدف شناسایی موانع کارآفرینی زنان در تعاونی‌ها در استان مازندارن نشان داد مشکلات مالی، اختلاف میان اعضا و تبعیض علیه زنان، مهم‌ترین موانع شناسایی شده پیش روی زنان این استان در زمینه کارآفرینی می‌باشند.

نتایج پژوهش مهرداد (Mehrdad, 2012) با هدف بررسی عوامل موثر در ایجاد کارآفرینی در استان لرستان نشان داد عوامل عمده روان‌شناختی مؤثر در کارآفرینی عزم و اراده و نیاز به کسب موفقیت بوده و عوامل عمده جامعه‌شناختی مؤثر در کارآفرینی، کسب جایگاه اجتماعی و جو خانوادگی هستند. همچنین، عامل عمده در سیاست‌های دولت سیاست‌های تشویقی - ترغیبی است.

یافته‌های پژوهش احمدپور داریانی و همکاران (Ahmadpur Dariani et al., 2012) با هدف شناسایی عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی در شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای فنی مهندسی کشاورزی استان زنجان نشان داد شش عامل آموزشی، حمایتی، ارتباطی، مدیریتی، مهارت کسب و کار و سیاست‌گذاری بیشترین تأثیر را بر توسعه کارآفرینی در شرکت‌های ذکر شده داشته‌اند.

پیش‌بین و همکاران (Pishbin et al., 2012) در پژوهشی با هدف بررسی نقش عوامل محیطی بر کارآفرینی در تعاونی‌های دامپروری ایران به این نتیجه رسیدند که عوامل اجتماعی، اقتصادی و سیاسی به ترتیب بیش‌ترین اثر علی را بر گرایش به کارآفرینی در تعاونی‌های دامپروری کشور داشته‌اند.

نتایج پژوهش آراستی و همکاران (Arasti et al., 2012) با هدف شناسایی عوامل نهادی تأثیرگذار بر پیدایش فعالیت‌های کارآفرینانه اجتماعی نشان داد که نیاز و ارزش اجتماعی، نگرش و مسئولیت‌پذیری اجتماعی و ناکارآمدی دولت از عوامل تأثیرگذار بر پیدایش فعالیت‌های کارآفرینانه اجتماعی هستند.

مطیعی لنگرودی و همکاران (Motieci Langroodi et al., 2012) در مطالعه‌ای به تبیین عوامل مؤثر بر توانمندسازی روستاییان در توسعه کارآفرینی در دو روستای کندون و اسکندان شهرستان ماکو پرداخته‌اند. نتایج این پژوهش، ۱۰ عامل را به عنوان عوامل موثر بر توانمندی روستاییان

محدوده مورد مطالعه شناسایی کرد که به ترتیب اولویت عبارتند از: عامل پشتکار، عامل سازمانی، مالی و اقتصادی، آموزش و الگوی نقش، استقلال فردی، تجربه های قبلی، خلاقیت، احساس موفقیت و عامل مرکز کنترل درونی.

نتایج پژوهش حیدری ساربان (Heidari Sareban, 2012) با هدف اولویت‌بندی موانع مؤثر در کارآفرینی زنان روستایی نشان داد چهار مانع فردی (وضعیت تأهل، میزان تحصیلات)؛ موانع اجتماعی - فرهنگی (حاکم بودن فرهنگ مردسالاری و باورهای کلیشه‌ای درباره زنان)؛ (ج) موانع روان‌شناختی (پایین بودن اعتمادبه‌نفس و خودباوری زنان روستایی، فقدان ریسک‌پذیری)؛ (د) موانع اقتصادی (فقدان دسترسی به اعتبارات و پایین بودن میزان درآمد زنان روستایی)، مهم‌ترین موانع کارآفرینی زنان روستایی هستند.

هیسریچ و بروش (Hisrich and Brush, 1994) در مطالعه‌ای به شناسایی مشکلات عمده زنان کارآفرین در زمینه راه‌اندازی و ادامه کار در آمریکا پرداخته‌اند. نتایج نشان داد مهم‌ترین مشکلات راه‌اندازی کار در بین زنان کارآفرین آمریکا عبارت‌اند از: کمبود مهارت‌های حرفه‌ای، تأمین سرمایه، بی‌تجربگی در برنامه‌ریزی مالی، موقعیت جانبی ضعیف و کمبود راهنمایی و مشاوره. همچنین، نتایج نشان داد کمبود تجربه در برنامه‌ریزی مالی، تلاقی امور شرکت با مسائل شخصی، موقعیت جانبی ضعیف، کسب سرمایه و کمبود مهارت‌های حرفه‌ای، مهم‌ترین مشکلات ادامه کار زنان کارآفرین در آمریکا می‌باشند.

نتایج پژوهش چیتسیک (Chitsike, 2000) باهدف بررسی موانع پیش‌روی زنان کارآفرین در زیمبابوه نشان داد زنان در این کشور در آغاز کارشان نسبت به مردان در دستیابی به منابع لازم، با محدودیت‌های بیش‌تری مواجه‌اند و هیچ حمایتی از سیستم حقوقی دریافت نمی‌کنند.

هیدن (Hyden, 2001) در مطالعه‌ای به شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در نواحی روستایی برزیل پرداخت. نتایج پژوهش نشان داد عوامل متعددی از جمله مهارت‌های فنی و علمی روستاییان، مهارت‌های مدیریتی (مدیریت مال، بازاریابی و اداری)، مهارت‌های کارآفرینی (توانایی تشخیص و استفاده از فرصت‌های جدید در بازار و آرایه راه‌حل‌های نوآورانه در مقابله با چالش‌ها)، مهارت‌های کارکنان (خوداتکایی، اعتماد به نفس، خلاقیت و مسولیت‌پذیری) در توسعه کارآفرینی در نواحی روستایی برزیل تأثیرگذار می‌باشند.

مطالعات بانک جهانی (World Bank, 2002) در زمینه توسعه کارآفرینی زنان نشان می‌دهد که برای تحقق کارآفرینی زنان در روستاها باید زمینه‌های دسترسی آسان به سرمایه، تشدید حمایت‌های فنی - تخصصی و بسترسازی فرهنگی صورت گیرد. به عبارتی بانک جهانی پیش‌نیاز توسعه کارآفرینی زنان روستایی را در ابعاد اقتصادی می‌داند.

نتایج مطالعه انجام شده به وسیله پژوهشگران سازمان بین‌المللی کار (ILO, 2007) در ارتباط با زنان کارآفرین در کشور ویتنام، نشان داد مهم‌ترین موانع پیش‌روی زنان کارآفرین به ترتیب اهمیت عبارت‌اند از: فشار کار و مسئولیت خانوادگی و کمبود وقت، ضعف در ایجاد شبکه‌های ارتباطات در بین زنان، سطح تحصیلات پایین و تعصبات اجتماعی.

یافته‌های پژوهش رومی و پاروت (Roomi and Parrott, 2008) در ارتباط با موانع توسعه و پیشرفت زنان کارآفرین در پاکستان نشان داد که عدم دسترسی به سرمایه، زمین، محل کسب‌وکار، فناوری اطلاعات، آموزش، نگرش‌های ذاتی جامعه مردسالار، عدم تشویق زنان توسط اعضای خانواده و کمبود سرمایه‌های اجتماعی، مهم‌ترین موانع پیش‌روی زنان در توسعه کارآفرینی است. نواز (Nawaz, 2009) در مطالعه‌ای به بررسی عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی زنان در روستاهای بنگلادش پرداخت. نتایج پژوهش نشان داد سه عامل عوامل قانونی (شامل سیاست‌ها و قوانین سازمانی و دولتی و سیاست‌های بانکی)، عامل هنجاری (شامل رسم و عادات اجتماعی، دسترسی به سرمایه و پول، و میزان ارتباط با بازار) و عامل شناختی (توانایی کنترل ریسک، آموزش و دسترسی به داده‌ها، دوره‌های آموزش کارآفرینی و دانش کسب و کار) در توسعه کارآفرینی زنان در روستاهای بنگلادش تأثیرگذار هستند.

ساتیاباما (Sathiabama, 2010) در مقاله خود با عنوان توانمندسازی زنان روستایی و توسعه کارآفرینی به این نتیجه رسیده است که زنان کارآفرین افزون بر این‌که با موانع بازاریابی برای تولیدات‌شان مواجه هستند، عوامل دیگری نیز مثل مسئولیت‌های خانوادگی‌شان مانع دست‌یابی آنان به برخی از فرصت‌ها می‌شود، افزون بر این، آن‌ها در برخی از کشورها با موانعی در رابطه حق مالکیت دارایی‌های‌شان روبه‌رو هستند.

نتایج پژوهش موحدی و یعقوبی فرانی (Movahedi and Yaghoubi-Farani, 2012) با هدف تجزیه و تحلیل موانع و محدودیت‌های توسعه کارآفرینی زنان روستایی در ایران نشان داد موانع و محدودیت‌های کارآفرینی زنان روستایی را می‌توان در نه عامل دسته‌بندی کرد که به ترتیب اهمیت عبارت‌اند از: شرایط و ویژگی‌های فردی، شخصیتی و رفتاری زنان روستایی؛ شرایط و ویژگی‌های خانوادگی؛ دانش و مهارت زنان روستایی (آموزش، تجربه، ارتباطات)؛ شرایط فرهنگی، اجتماعی (جامعه، روستا)؛ دسترسی به امکانات و خدمات مورد نیاز زنان روستایی (در فرایند راه‌اندازی، اداره و توسعه کسب و کار)؛ عوامل قانونی و حقوقی؛ عوامل مالی و اقتصادی؛ عوامل نهادی و سازمانی؛ شرایط جغرافیایی و عوامل محیطی (محیط روستایی).

پرسش‌های پژوهش

- نمونه مورد مطالعه به لحاظ سن، تعداد اعضای خانوار، سطح سواد افراد مورد مطالعه، سطح سواد سرپرست خانوار، تعداد اعضای باسواد خانوار، وضعیت تأهل، تعداد اعضای شاغل در خانوار، تعداد زن شاغل در خانوار چگونه است؟
- افراد مورد مطالعه و سرپرست خانوار آن‌ها در چه شغلی مشغول به فعالیت می‌باشند؟
- وضعیت افراد مورد مطالعه در ارتباط با آشنایی با مفهوم کارآفرینی و توانایی ایجاد مشاغل جدید به چه صورتی می‌باشد؟
- در بین عوامل پیش‌برنده کارآفرینی، چند عامل تأثیرگذار بوده و چه عاملی بیش‌ترین تأثیر را در توسعه کارآفرینی زنان روستایی بخش میانکوه دارد؟
- در بین عوامل بازدارنده کارآفرینی، چند عامل تأثیرگذار بوده و چه عاملی بیش‌ترین مانع را در توسعه کارآفرینی زنان روستایی بخش میانکوه ایجاد کرده است؟
- در جهت توسعه کارآفرینی زنان روستایی بخش میانکوه سهم کدام یک از عوامل پیش‌برنده یا بازدارنده کارآفرینی بیش‌تر است؟

معرفی محدوده مطالعاتی

شهرستان اردل در طول شرقی ۵۰ درجه و ۱۰ دقیقه تا ۴۳ دقیقه طول شرقی و ۳۱ درجه و ۳۹ دقیقه تا ۳۲ درجه و ۱۳ دقیقه عرض شمالی واقع شده و از دو بخش مرکزی و میانکوه تشکیل شده است (شکل ۱). بخش میانکوه ۶۰ آبادی را در بر گرفته که از این تعداد ۴۴ آبادی مسکونی و ۱۶ آبادی خالی از سکنه می‌باشند. جمعیت این بخش ۱۶۷۴۲ نفر بوده که از این تعداد ۸۳۸۱ نفر آن را گروه زنان تشکیل می‌دهد.



شکل ۱- موقعیت بخش میانکوه نسبت به استان چهارمحال و بختیاری و کشور ایران

روش پژوهش

این پژوهش از نظر نوع پژوهش کاربردی، از نظر روش پژوهش توصیفی - تحلیلی که به صورت پیمایشی انجام شده است، می‌باشد. زنان روستاییان ساکن در بخش میانکوه شهرستان اردل واقع در استان چهارمحال و بختیاری جامعه آماری این پژوهش را تشکیل می‌دهند ($N = 8381$). حجم نمونه از راه فرمول کوکران ($p \& q = 0/5$; $d = 0/06$) و به روش تصادفی با انتساب متناسب تعداد ۲۵۴ نفر ساکن در ۴۴ روستا به عنوان نمونه تعیین گردید.

ابزار اصلی این پژوهش پرسشنامه‌ای است که روایی گویه‌ها توسط اعضای هیئت علمی دانشگاه اصفهان (صوری) و هم‌چنین، با استفاده از روش تحلیل عاملی مورد تأیید قرار گرفته است (جدول ۱). بمنظور بررسی پایایی ابزار مورد پژوهش، یک مطالعه راهنما در خارج از نمونه مورد مطالعه با تعداد ۳۰ پرسشنامه به عنوان یک مطالعه مقدماتی ترتیب داده شد. برای این‌که، میزان اعتماد به ابزار اندازه‌گیری، مشخص شود از روش آلفا کرونباخ که مبتنی بر ماتریس همبستگی گویه‌هاست و ضریب کل طیف را می‌سنجد، استفاده شد. نتایج نشان داد که ضرایب آلفای کرونباخ ارزیابی شده با استفاده از نرم‌افزار SPSS برای بخش‌های گوناگون پرسشنامه، نشان‌دهنده قابلیت بالایی اعتماد و اطمینان ابزار مورد تحقیق می‌باشد. جدول ۱ نشان‌دهنده آلفای کرونباخ^۱ و KMO^2 برای مقیاس‌های گوناگون است.

جهت گردآوری داده‌های میدانی مورد نیاز، پرسشنامه‌ای که شامل سه بخش (بخش نخست آن مربوط به داده‌های توصیفی، بخش دوم آن مربوط عوامل پیش برنده توسعه کارآفرینی در بین زنان روستایی و بخش سوم مربوط عوامل بازدارنده توسعه کارآفرینی در بین زنان روستایی منطقه مورد مطالعه) بود، مورد استفاده قرار گرفت.

گفتنی است که مقیاس متغیرهای مورد مطالعه در سطح لیکرت می‌باشند. در این پژوهش برای تجزیه و تحلیل آماری از آمار توصیفی (فراوانی، میانگین، واریانس و انحراف معیار، درصد، بیشینه و کمینه) و هم‌چنین، بمنظور تعیین عوامل پیش برنده و بازدارنده توسعه کارآفرینی زنان روستایی از فن تحلیل عاملی استفاده شده است.

پرونده‌گاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی

1 - Cronbach's Alpha

2 - Kaiser-Meyer-Olkin

جدول ۱- محاسبه میزان پایایی و روایی مفاهیم اصلی بکاررفته در پژوهش

شاخص	آلفای کرونباخ	ضریب KMO	تعداد گویه‌ها
عوامل پیش برنده	۰/۹۵	۰/۸۳۲	۳۸
عوامل بازدارنده	۰/۹۴	۰/۸۱۲	۳۴

یافته‌های پژوهش

پرسش ۱- به لحاظ سن، تعداد اعضای خانوار، سطح سواد افراد مورد مطالعه، سطح سواد سرپرست خانوار، تعداد اعضای باسواد خانوار، وضعیت تأهل، تعداد اعضای شاغل در خانوار، تعداد زن شاغل در خانوار بخش میانکوه چگونه است؟

جدول ۲- میانگین و انحراف معیار متغیرهای توصیفی پژوهش

متغیرها	میانگین	انحراف معیار	نما	بیشترین	کمترین
سن (سال)	۳۱/۳۸	۱۰/۰۸	-	۵۵	۱۹
تعداد اعضای خانوار	-	-	۵	۹	۲
سطح سواد*	-	-	۴	۵	۱
سطح سواد سرپرست خانوار*	-	-	۲	۵	۱
تعداد اعضای باسواد خانوار	-	-	۲	۷	۱
تأهل**	-	-	۲	-	-
تعداد اعضای شاغل خانوار	-	-	۱	۴	۱
تعداد زن شاغل خانوار	-	-	۱	۲	۱

برای سطح سواد با توجه به این که به صورت کیفی برآورد شده است لذا، از آماره مد استفاده شده است (۱- بی سواد ۲- ابتدایی ۳- راهنمایی ۴- دبیرستان ۵- دیپلم ۶- بالاتر از دیپلم)؛ ** ۱ = مجرد و ۲ = متأهل.

نتایج جدول ۲ نشان می‌دهد، میانگین سن زنان روستایی مورد مطالعه ۳۱/۳۸ سال و سطح سواد آن‌ها در حد دبیرستان می‌باشد. همان گونه که مشاهده می‌شود (جدول ۲)، نما در متغیرهای تعداد اعضای باسواد، شاغل و زن شاغل در خانوار به ترتیب ۲ نفر، ۱ نفر و ۱ نفر می‌باشد. در ارتباط با متغیرهای تعداد اعضای خانوار، سطح سواد سرپرست خانوار نتایج نشان می‌دهد اکثر خانوارهای افراد مورد مطالعه دارای بعد خانوار ۵ نفره بوده و بیش‌تر سرپرست خانوارها دارای سطح تحصیلات

پایینی (سطح ابتدایی) بوده‌اند. هم‌چنین، نتایج در ارتباط با وضعیت تأهل افراد مورد مطالعه نشان می‌دهد بیش‌تر پاسخ‌گویان متأهل بوده‌اند.

پرسش ۲- افراد مورد مطالعه و سرپرست خانوار آن‌ها در چه شغلی مشغول به فعالیت می‌باشند؟

جدول ۳- وضعیت اشتغال سرپرست خانوار و افراد مورد مطالعه

عنوان شغل	فرد مورد مطالعه		عنوان شغل	سرپرست خانوار	
	درصد	فراوانی		درصد	فراوانی
خانه‌دار	۵۲/۴	۱۳۳	کارمند	۳۸	۱۵
خیاط	۱۱	۲۸	کشاورز	۹۳	۳۶/۶
آرایشگر	۶/۳	۱۶	دامدار	۲۸	۱۱
کارمند	۱۱	۲۸	راننده	۳۶	۱۴/۲
کشاورز	۳/۱	۸	کارگر	۴۵	۱۷/۷
دامدار	۲/۴	۶	کشاورز، دامدار، کارگر	۱۴	۵/۵
قالی‌بافی	۷/۵	۱۹			
دانشجو	۶/۳	۱۶			
جمع کل	۱۰۰	۲۵۴		۲۵۴	۱۰۰

نتایج جدول ۳ نشان می‌دهد اکثر افراد مورد مطالعه زنان خانه‌دار (۵۲/۴ درصد کل پاسخگویان) بوده و بیش‌تر سرپرستان خانوارهای مورد مطالعه در بخش کشاورزی مشغول به فعالیت هستند. پرسش ۳- وضعیت افراد مورد مطالعه در ارتباط با آشنایی با مفهوم کارآفرینی و توانایی ایجاد مشاغل جدید به چه صورتی می‌باشد؟

جدول ۴- وضعیت متغیرهای مربوط به کارآفرینی مربوط به افراد مورد مطالعه

عنوان متغیر	کم			متوسط			زیاد			خیلی زیاد		
	درصد	فراوانی	میانگین	درصد	فراوانی	میانگین	درصد	فراوانی	میانگین	درصد	فراوانی	میانگین
آشنایی با مفهوم کارآفرینی	۱۶/۹	۴۲	۳۹	۲۲/۴	۵۶	۳۹	۱۸/۹	۴۷	۳۹	۲/۶۲	۱۶۵	۳۹
توانایی ایجاد مشاغل جدید	۶/۷	۱۷	۳۹	۲۲/۴	۵۶	۳۹	۲۸/۷	۷۲	۳۹	۳/۹۲	۲۳۵	۳۹

نتایج نشان دادند، ۴۱/۳ درصد دارای آشنایی در حد زیاد و خیلی زیادی با مفهوم کارآفرینی هستند. هم‌چنین، ۱۹/۷ در حد کم و خیلی کم و ۳۹ درصد دارای آشنایی در حد متوسط با مفهوم

کارآفرینی بودند. در رابطه با متغیر توانایی ایجاد مشاغل جدید، ۶/۷ درصد توانایی کم و بسیار کم، ۲۲/۴ درصد توانایی متوسط و ۷۰/۸ درصد دارای توانایی در حد زیاد و بسیار زیادی بودند (جدول ۴).

پرسش ۴- در بین عوامل پیش برنده کارآفرینی، چند عامل تأثیرگذار بوده و چه عاملی بیشترین تأثیر را در توسعه کارآفرینی زنان روستایی بخش میانکوه دارد؟

برای بررسی همبستگی درونی و دسته‌بندی کردن عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی در منطقه مورد مطالعه، در قالب چند عامل محدود و تعیین مقدار واریانس تبیین شده به وسیله هر کدام از عامل‌ها، از روش آماری تحلیل عاملی استفاده شد. هدف از این کار، دستیابی به ابعادی که به صورت پنهانی در مجموعه گویه‌ها وجود دارد ولی به آسانی قابل مشاهده نمی‌باشند، است.

آزمون KMO و بارتلت^۱: در این پژوهش برای عوامل پیش برنده توسعه کارآفرینی زنان روستایی مقدار KMO برابر با (۰/۸۴۶) بدست آمد که نشان‌دهنده وضعیت مناسب داده‌ها برای تحلیل عاملی است. مقدار بارتلت نیز برابر با ۱۲۸۱/۶۲۲ بدست آمد که در سطح ۹۹ درصد اطمینان معنی‌دار بود.

تعیین تعداد و عوامل: برای تعیین تعداد و عوامل در این پژوهش عواملی مورد پذیرش قرار گرفتند که مقدار ویژه آن‌ها بزرگ‌تر از یک باشد. بر این اساس تعداد شش عامل که مقدار ویژه آن‌ها بزرگ‌تر از عدد یک بود، استخراج گردید. در جدول ۵ تعداد عوامل استخراج شده، مقدار ویژه هر یک از آن‌ها، درصد واریانس هر یک از عوامل و فراوانی تجمعی درصد واریانس عوامل آورده شده است.

مقدار ویژه: بیانگر سهم هر عامل از کل واریانس متغیرهاست و هرچه مقدار آن بزرگ‌تر باشد، نشان‌دهنده اهمیت و تأثیر بیش‌تر آن عامل است. نتایج جدول ۵ نشان می‌دهد که عامل نخست بیش‌ترین سهم (۳۶/۳۹۱ درصد) را در تبیین واریانس کل متغیرهای مربوط به عوامل پیش برنده توسعه کارآفرینی زنان روستایی را دارد.

پروژه‌گاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

¹ - Bartlett's

جدول ۵- عامل‌های استخراج شده در خصوص عوامل پیش برنده توسعه کارآفرینی زنان روستایی در بخش میانکوه

عامل	مقدار ویژه	درصد واریانس مقدار ویژه	درصد تجمعی واریانس
اول	۱۲/۳۷۳	۳۶/۳۹۱	۳۶/۳۹۱
دوم	۳/۹۳۵	۱۱/۵۷۵	۴۷/۹۶۶
سوم	۲/۴۸۷	۷/۳۱۵	۵۵/۲۸۲
چهارم	۲/۱۴۶	۶/۳۱۲	۶۱/۵۹۳
پنجم	۱/۷۸۹	۵/۲۶۱	۶۶/۸۵۴
ششم	۱/۶۹۰	۴/۹۷۰	۷۱/۸۲۴

نتایج جدول ۵ نشان می‌دهد عامل نخست و دوم به ترتیب ۳۶/۳۹۱ درصد و ۱۱/۵۷۵ درصد از واریانس کل متغیرها را تبیین کرده‌اند، به بیان دیگر، این دو عامل دارای بیش‌ترین تأثیر در پیش برنده توسعه کارآفرینی زنان روستایی در منطقه‌ی مورد مطالعه را دارند. هم‌چنین، عامل سوم، چهارم، پنجم و ششم به ترتیب ۷/۳۱۵ درصد، ۶/۳۱۲ درصد، ۵/۲۶۱ درصد و ۴/۹۷۰ درصد از واریانس کل متغیرها را تبیین کرده‌اند. در مجموع نتایج نشان می‌دهد شش عامل واردشده، ۷۱/۸۲۴ درصد از واریانس کل متغیرهای مربوط به عوامل پیش برنده توسعه کارآفرینی زنان روستایی در بخش میانکوه را تبیین کرده‌اند.

چرخش عامل‌ها: در این پژوهش برای چرخش عامل‌ها از روش وریماکس استفاده شد. در این مرحله متغیرهایی که بار عاملی بزرگ‌تر از ۰/۵۰ دارند، معنی‌دار فرض شده که در جدول ۶ نشان داده شده‌اند.

نام‌گذاری عامل‌ها

عامل نخست: با توجه به جدول ۶، ملاحظه می‌شود که هشت متغیر در عامل نخست بارگذاری شده‌اند که شامل متغیر سهولت دسترسی به سرمایه و منابع مالی، فراهم بودن سرمایه (در اختیار داشتن سرمایه)، برخورداری از تخفیف‌های مالیاتی در ایجاد کارگاه‌ها و مشاغل جدید، اعطای وام‌های بلاعوض یا با بهره پایین، بازاریابی محصولات تولیدشده، بالا بودن درآمد ناخالص از شغل اصلی سرپرست خانوار، دریافت یا تأمین سرمایه اولیه و آرایه وام‌های مخصوص کارآفرینی بدون وثیقه است. این متغیرها ۳۶/۳۹۱ درصد از واریانس کل عوامل پیش برنده توسعه کارآفرینی زنان روستایی در منطقه مورد مطالعه را تبیین می‌کنند. روی هم رفته، با توجه به عوامل بارگذاری شده در این دسته، این عامل اقتصادی نام‌گذاری شد.

عامل دوم: همان گونه که ملاحظه می‌شود (جدول ۶)، پنج متغیر عضویت در گروه‌های ثانویه (شواری روستا، هسته مشورتی مسجد و هیئت امنای مسجد)، استفاده از تجارب کارآفرینان محلی، افزایش ارتباط با کارآفرینان موفق، افزایش سطح ارتباط و صمیمیت بین زنان روستا و تقویت ارتباطات زنان روستایی با سازمان‌های مرتبط با کارآفرینی، در یک گروه یا عامل بارگذاری شده‌اند. این متغیرها در مجموع ۱۱/۵۷۵ درصد از واریانس کل برای عوامل پیش برنده توسعه کارآفرینی زنان روستایی را تبیین می‌کنند. متغیرهایی که در این عامل بارگذاری شده‌اند بیش‌تر بر وضعیت اجتماعی تمرکز داشته، از این رو عامل دوم در این مطالعه عامل اجتماعی نام‌گذاری شد.

عامل سوم: با توجه به این‌که چهار متغیر، گسترش و توسعه حمل‌ونقل، فراهم کردن بسترها و زیرساخت‌ها مناسب (برق، تلفن و جاده)، ارایه فناوری‌ها و داده‌های نوین به زنان روستایی و مشخص کردن یک مکان خاص و ارایه زیرساخت‌های فیزیکی آن (دارای قدرت تبیین ۷/۳۱۵ درصد از واریانس کل برای عوامل پیش برنده توسعه کارآفرینی زنان روستایی مورد مطالعه)، وارد شده در گروه سوم هر کدام به نوعی نشانگر عوامل زیرساختی در توسعه کارآفرینی می‌باشند، لذا عامل بالا زیرساختی نام‌گذاری گردید.

عامل چهارم: متغیرهای برگزاری دوره‌های آموزشی - مهارتی، آشنایی با کانال‌ها و منابع اطلاعاتی، پوشش فراگیر رسانه‌های جمعی، وجود انجمن‌های کارآفرینی در مناطق روستایی و انتقال دانش کارآفرینان موفق منطقه به افراد عادی، که در عامل چهارم بارگذاری شده‌اند، در کل ۶/۳۱۲ درصد از واریانس کل را تبیین می‌کنند. توجه به متغیرهای بارگذاری شده در این عامل (جدول ۶)، تداعی‌کننده عامل ترویجی است. از این رو، عامل چهارم در این مطالعه، عامل ترویجی نام‌گذاری گردید.

عامل پنجم: واقع‌شدن هشت متغیر مصمم و سرسخت بودن در ایجاد شغل جدید، انضباط و نظم در کارها، اصرار بر حل مسئله، آمادگی برای از دست دادن منابع، توجه کامل به کار و غرق شدن در کار، اعتمادبه‌نفس در پذیرش مسؤولیت و کار، ارایه راه‌حل‌های منطقی برای حل مشکلات و توانایی شناخت دقیق نیازهای بازار و مصرف که تبیین‌کننده ۵/۲۶۱ درصد از واریانس کل برای عوامل پیش برنده توسعه کارآفرینی زنان روستایی مورد مطالعه می‌باشند، بیش‌تر بیانگر عوامل فردی و رفتاری در توسعه کارآفرینی است. لذا، عامل ذکر شده فردی - رفتاری نام‌گذاری شد.

عامل ششم: همان گونه که مشاهده می‌شود (جدول ۶)، چهار متغیر کیفیت آب و هوای منطقه، شناسایی منابع موجود در منطقه، وجود منابع اولیه در منطقه و شناسایی الگوی مناسب با شرایط غالب محیطی، با تبیین ۴/۹۷۰ درصد از واریانس کل برای عوامل پیش برنده توسعه کارآفرینی زنان روستایی مورد مطالعه، به عنوان آخرین عامل تأثیرگذار در پیش برندگی توسعه کارآفرینی

زنان روستایی بخش میانکوه، شناسایی شده‌اند. از آن‌جا که هر یک از متغیرهای بالا به نوعی به شرایط محیطی گرایش دارند؛ لذا، عامل ششم، محیطی نام‌گذاری گردید.

جدول ۶- نام‌گذاری عامل‌ها، ضرایب عاملی دوران یافته عامل‌های پیش برنده و متغیرهای مربوط

به آن‌ها

عامل	مؤلفه	بار عاملی
اقتصادی (۳۶/۳۹۱)	سهولت دسترسی به سرمایه و منابع مالی	۰/۵۳۰
	فراهم بودن سرمایه (در اختیار داشتن سرمایه)	۰/۶۷۰
	برخورداری از تخفیف‌های مالیاتی در ایجاد کارگاه‌ها و مشاغل جدید	۰/۶۵۰
	اعطای وام‌های بلاعوض یا با بهره پایین	۰/۶۲۰
	بازاریابی محصولات تولید شده	۰/۵۸۸
	بالا بودن درآمد ناخالص از شغل اصلی سرپرست خانوار	۰/۶۷۸
اجتماعی (۱۱/۵۷۵)	دریافت یا تأمین سرمایه اولیه	۰/۶۴۲
	ارایه وام‌های مخصوص کارآفرینی بدون وثیقه	۰/۷۴۸
	عضویت در گروه‌های ثانویه (شورای روستا، هسته مشورتی مسجد و هیئت امنای مسجد)	۰/۶۹۸
	استفاده از تجارب کارآفرینان محلی	۰/۷۰۹
زیرساختی (۷/۳۱۵)	افزایش ارتباط با کارآفرینان موفق	۰/۶۹۹
	افزایش سطح ارتباط و صمیمیت بین زنان روستا	۰/۵۰۲
	تقویت ارتباطات زنان روستایی با سازمان‌های مرتبط با کارآفرینی	۰/۸۱۰
ترویجی (۶/۳۱۲)	گسترش و توسعه حمل‌ونقل	۰/۷۱۲
	فراهم کردن بسترها و زیرساخت‌ها مناسب (برق، تلفن و جاده)	۰/۸۲۳
	ارایه فناوری‌ها و اطلاعات جدید به زنان روستایی	۰/۶۴۲
فردی و رفتاری (۵/۲۶۱)	مشخص کردن یک مکان خاص و ارایه زیرساخت‌های فیزیکی آن	۰/۶۹۱
	برگزاری دوره‌های آموزشی - مهارتی	۰/۷۵۲
	آشنایی با کانال‌ها و منابع اطلاعاتی	۰/۵۷۱
	پوشش فراگیر رسانه‌های جمعی	۰/۵۷۸
	وجود انجمن‌های کارآفرینی در مناطق روستایی	۰/۷۷۵
محیطی (۴/۹۷۰)	انتقال دانش کارآفرینان موفق منطقه به افراد عادی	۰/۷۳۵
	مصمم و سرسخت بودن در ایجاد شغل جدید	۰/۷۱۲
	انضباط و نظم در کارها	۰/۵۵۷
	اصرار بر حل مسئله	۰/۵۶۶
	آمادگی برای از دست دادن منابع	۰/۶۴۵
	توجه کامل به کار و غرق شدن در کار	۰/۶۲۶
	اعتمادبه‌نفس در پذیرش مسؤولیت و کار	۰/۶۴۶
ارایه راه‌حل‌های منطقی برای حل مشکلات	۰/۵۹۶	
توانایی شناخت دقیق نیازهای بازار و مصرف	۰/۵۱۲	
محیطی (۴/۹۷۰)	کیفیت آب و هوای منطقه	۰/۵۶۰
	شناسایی منابع موجود در منطقه	۰/۵۳۸
	وجود منابع اولیه در منطقه	۰/۶۴۵
	شناسایی الگوی مناسب با شرایط غالب محیطی	۰/۵۹۹

پرسش ۵- در بین عوامل بازدارنده کارآفرینی، چند عامل تأثیرگذار بوده و چه عاملی بیشترین مانع را در توسعه کارآفرینی زنان روستایی بخش میانکوه ایجاد کرده است؟

برای بررسی همبستگی درونی و دسته‌بندی کردن عوامل بازدارنده بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی بخش میانکوه شهرستان اردل، در قالب چند عامل محدود و تعیین مقدار واریانس تبیین شده به وسیله هر کدام از عامل‌ها، از روش آماری تحلیل عاملی استفاده شد.

آزمون KMO و بارتلت: در این پژوهش برای عوامل بازدارنده بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی بخش میانکوه شهرستان اردل مقادیر KMO و بارتلت به ترتیب ۰/۸۶۴ و ۱۵۳۶/۲۵۱ بدست آمد که نشان‌دهنده وضعیت مناسب داده‌ها برای انجام تحلیل عاملی می‌باشند.

تعیین تعداد و عوامل: در این پژوهش، در بخش بررسی عوامل بازدارنده بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی مورد مطالعه، شش عامل که مقدار ویژه آن‌ها بزرگ‌تر از عدد یک بود، استخراج گردید. تعداد عوامل استخراج شده، مقدار ویژه هر یک از آن‌ها، درصد واریانس هر یک از عوامل و فراوانی تجمعی درصد واریانس عوامل در جدول ۷ نشان داده شده است.

مقدار ویژه: بیانگر سهم هر عامل از کل واریانس متغیرهاست. نتایج جدول ۷ نشان می‌دهد در بین عامل‌های بازدارنده کارآفرینی در بین زنان روستایی منطقه مورد مطالعه، عوامل اول و دوم به ترتیب با مقادیر ۱۹/۶۳۴ درصد و ۱۶/۶۱۶ درصد، بیش‌ترین و عوامل پنجم و ششم به ترتیب با مقادیر ۸/۲۵۹ درصد و ۶/۹۸۸ درصد، کم‌ترین سهم در تبیین واریانس کل متغیرهای عوامل بازدارنده بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی را دارند. همچنین، نتایج نشان می‌دهد شش عامل بازدارنده توسعه کارآفرینی زنان روستایی بخش میانکوه، در مجموع ۶۸/۷۸۴ درصد از کل واریانس متغیرهای این بخش را تبیین می‌نمایند.

جدول ۷- عامل‌های بازدارنده توسعه کارآفرینی زنان روستایی استخراج شده در بخش میانکوه شهرستان اردل

عامل	مقدار ویژه	درصد واریانس مقدار ویژه	درصد تجمعی واریانس
اول	۷/۶۴۱	۱۹/۶۳۴	۱۹/۶۳۴
دوم	۶/۳۱۴	۱۶/۶۱۶	۳۶/۲۴۹
سوم	۳/۳۶۳	۸/۸۴۹	۴۵/۰۹۹
چهارم	۳/۲۴۱	۸/۵۲۹	۵۳/۶۲۸
پنجم	۳/۱۳۸	۸/۲۵۹	۶۱/۸۸۶
ششم	۲/۲۶۱	۶/۹۸۸	۶۸/۷۸۴

چرخش عامل‌ها: در این پژوهش برای این منظور از روش وریمایکس استفاده شد. به این صورت که متغیرهایی که بار عاملی آن‌ها بزرگ‌تر از ۰/۵۰ بود، معنی‌دار فرض شده که هر یک از آن‌ها با بار عاملی خود، در مقابل عامل اصلی مربوطه در جدول ۸ آورده شده است.

نام‌گذاری عامل‌ها

عامل نخست: همان گونه که ملاحظه می‌شود (جدول ۸)، ده متغیر ناامنی اجتماعی برای حضور زنان در بازار، محدودیت‌های اجتماعی - فرهنگی برای فعالیت زنان در بازار و تجارت، نگاه نه چندان مثبت به حضور زنان در بازار آزاد کار و تجارت، عدم موافقت خانواده برای حضور زنان در بازار کسب‌وکار و تجارت، وظایف زیاد زنان در خانواده، اجازه ندادن همسر به اشتغال زنان در بازار و امور تجارت، وابسته بودن زنان به نظرات همسر و سرپرست خانوار، عدم باور جامعه به توان زنان در بازار کار، عدم باور جامعه به توان زنان در امر نوآوری و کارآفرینی و نبود صنف یا سازمان غیردولتی پشتیبان زنان کارآفرین با تبیین ۳۶/۳۹۱ درصد از واریانس کل عوامل بازدارنده بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی بخش میانکوه شهرستان اردل در گروه ۱ بارگذاری شده‌اند. با توجه به عوامل بارگذاری شده در این عامل، نام اجتماعی - فرهنگی برای این عامل انتخاب گردید.

عامل دوم: قرار گرفتن هفت متغیر نداشتن پشتوانه مالی و پس‌انداز کافی، نداشتن وثیقه و ضامن برای استفاده از اعتبارات دولتی، عدم تنوع در فعالیت‌های اقتصادی روستا، عدم توانایی جهت پیگیری امور بانکی، عدم توانایی در رقابت با مردان در عرصه تجارت و اقتصاد، عدم امکان راه‌اندازی مشاغل مورد علاقه زنان در منطقه و نبود بازار محلی یا ظرفیت پایین بازار محلی برای متنوع شدن فعالیت‌های اقتصادی، که هر کدام به نوعی بر عوامل اقتصادی دلالت دارند، در یک گروه سبب شد عامل دوم اقتصادی نام‌گذاری گردد. لازم به ذکر است متغیرهای بالا در کل ۱۶/۶۱۶ درصد از واریانس کل عوامل بازدارنده بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی بخش میانکوه شهرستان اردل را تبیین می‌نمایند.

عامل سوم: شش متغیر پایین بودن سطح سواد زنان روستایی، عدم وجود کلاس‌های تخصصی مربوط به کارآفرینی زنان، کمبود دانش فنی و مهارت تخصص در بین زنان، پایین بودن دانش مربوط به مباحث مالی در بین زنان، عدم دسترسی به اطلاعات و فناوری‌های نوین و نداشتن مدیریت کافی در ایجاد کسب و کارهای جدید در بین زنان، در عامل سوم قرار گرفته‌اند. در مجموع متغیرهای واقع در این عامل توان تبیین ۸/۸۴۹ درصد از واریانس کل عوامل بازدارنده بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی بخش میانکوه شهرستان اردل را داشته‌اند. با توجه به تمرکز شش متغیر ذکر شده در زمینه‌های آموزشی و مدیریتی، عامل سوم آموزشی - مدیریتی، نام‌گذاری شد.

عامل چهارم: نتایج جدول ۸ نشان می‌دهد، پنج متغیر واقع در عامل چهارم (پایین بودن سطح خلاقیت و نوآوری در ایجاد کارهای نو، عدم شناسایی به موقع زنان در زمینه فرصت‌های محلی موجود برای ایجاد کسب‌وکار جدید، ناتوانی زنان در مقابله با مشکلات یا رویدادهای پیش‌بینی نشده، پایین بودن سطح ریسک جهت ایجاد اشتغال جدید و نداشتن تصویری روشن به آینده شغل‌های جدید)، ۸/۵۲۹ درصد واریانس کل عوامل بازدارنده بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی بخش میانکوه شهرستان اردل را تبیین کرده که با دقت در متغیرهای بالا گرایش آن‌ها به سوی عوامل روان‌شناختی مشاهده می‌گردد. لذا، عامل مذکور عامل روان‌شناختی نام‌گذاری گردید.

عامل پنجم: شش متغیر عدم دسترسی به نهاده‌های تولیدی مثل زمین یا نیروی کار متخصص، دسترسی پایین به متخصصان و مشاوران فنی، مهارت پایین در زمینه استفاده از ابزارآلات و فناوری نوین، عدم دسترسی به فناوری‌های نوین، عدم استفاده از فناوری‌های جدید و عدم ارتباط کافی با زنان کارآفرین موفق، در عامل پنجم بارگذاری شده‌اند. متغیرهای بالا با تبیین ۸/۲۵۹ درصد از واریانس کل عوامل بازدارنده بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی بخش میانکوه شهرستان اردل، نشان‌گر عوامل فنی بوده، لذا، عامل پنجم، عامل فنی نام‌گذاری شد.

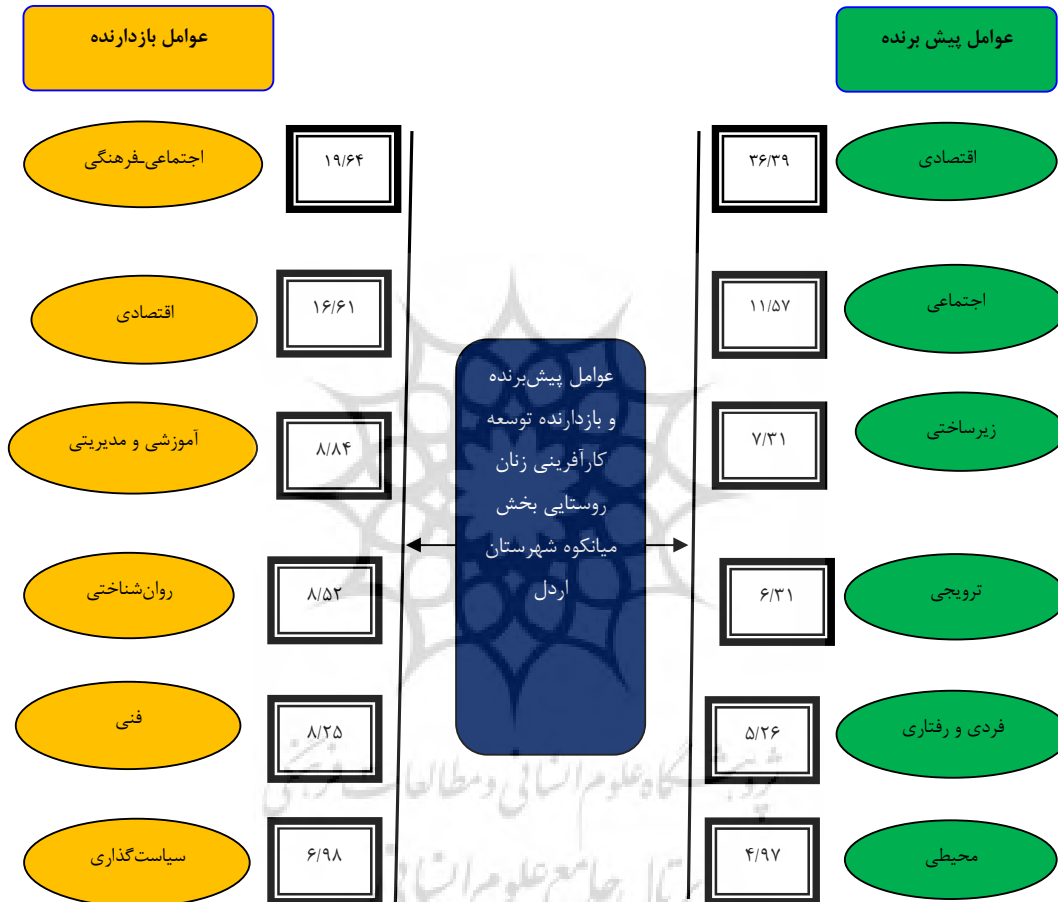
عامل ششم: همان‌گونه که در جدول ۸ قابل مشاهده است، متغیرهای وجود قوانین محدودکننده برای حضور فعال زنان در امور اقتصادی و تجاری (بازار کار)، وجود محدودیت‌های زیاد برای فعالیت‌های اقتصادی مستقل زنان در جامعه، نبود یک سازمان متولی خاص که حامی زنان کارآفرین در مناطق روستایی کشور باشد و نبود جایگاه مناسب زنان بویژه زنان روستایی در سیاست‌های توسعه کشور ۶/۹۸۸ درصد واریانس کل عوامل بازدارنده بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی بخش میانکوه شهرستان اردل را تبیین کرده‌اند. دقت در متغیرهای بالا که هر کدام به نوعی تداعی‌کننده عامل سیاست‌گذاری‌های می‌باشند، سبب گردید تا عامل ششم سیاست‌گذاری نام‌گذاری گردد.

جدول ۸- نام‌گذاری عامل‌ها، ضرایب عاملی دوران یافته عامل‌های بازدارنده و متغیرهای مربوط به آن‌ها

بار عاملی	مؤلفه	عامل	
۰/۷۵۲	نام‌نی اجتماعی برای حضور زنان در بازار	اجتماعی - فرهنگی (۱۹/۶۳۴)	
۰/۶۰۳	محدودیت‌های اجتماعی - فرهنگی برای فعالیت زنان در بازار و تجارت		
۰/۵۷۱	نگاه نه چندان مثبت به حضور زنان در بازار آزاد کار و تجارت		
۰/۶۰۲	عدم موافقت خانواده برای حضور زنان در بازار کسب‌وکار و تجارت		
۰/۵۱۴	وظایف زیاد زنان در خانواده		
۰/۶۳۷	اجازه ندادن همسر به اشتغال زنان در بازار و امور تجارت		
۰/۷۳۶	وابسته بودن زنان به نظرات همسر و سرپرست خانوار		
۰/۶۷۶	عدم باور جامعه به توان زنان در بازار کار		
۰/۶۵۸	عدم باور جامعه به توان زنان در امر نوآوری و کارآفرینی	اقتصادی (۱۶/۶۱۶)	
۰/۶۴۴	نبودن صنف یا سازمان غیردولتی پشتیبان زنان کارآفرین		
۰/۶۸۴	نداشتن پشتوانه مالی و پس‌انداز کافی		
۰/۵۸۷	نداشتن وثیقه و ضامن برای استفاده از اعتبارات دولتی		
۰/۶۷۰	عدم تنوع در فعالیت‌های اقتصادی روستا		
۰/۶۷۶	عدم توانایی جهت پیگیری امور بانکی		
۰/۵۴۷	عدم توانایی در رقابت با مردان در عرصه تجارت و اقتصاد		
۰/۶۲۳	عدم امکان راه‌اندازی مشاغل مورد علاقه زنان در منطقه		
۰/۵۶۸	نبودن بازار محلی یا ظرفیت پایین بازار محلی برای متنوع شدن فعالیت‌های اقتصادی	آموزشی - مدیریتی (۸/۸۴۹)	
۰/۷۰۴	پایین بودن سطح سواد زنان روستایی		
۰/۵۸۳	عدم وجود کلاس‌های تخصصی مربوط به کارآفرینی زنان		
۰/۶۶۳	کمبود دانش فنی و مهارت تخصص در بین زنان		
۰/۷۱۷	پایین بودن دانش مربوط به مباحث مالی در بین زنان		
۰/۷۷۹	عدم دسترسی به اطلاعات و فناوری‌های نوین		
۰/۷۷۴	نداشتن مدیریت کافی در ایجاد کسب و کارهای جدید در بین زنان		
۰/۷۸۴	پایین بودن سطح خلاقیت و نوآوری در ایجاد کارهای نو		
۰/۷۲۸	عدم شناسایی فرصت‌های محلی موجود برای ایجاد کسب‌وکار جدید	روان‌شناختی (۸/۵۲۹)	
۰/۹۰۴	ناتوانی زنان در مقابله با مشکلات با رویدادهای پیش‌بینی نشده		
۰/۷۵۲	پایین بودن سطح ریسک جهت ایجاد اشتغال جدید		
۰/۷۷۸	نداشتن تصویری روشن به آینده شغل‌های جدید		
۰/۸۴۴	عدم دسترسی به نهاده‌های تولیدی مثل زمین یا نیروی کار متخصص		فنی (۸/۲۵۹)
۰/۵۹۵	دسترسی پایین به متخصصان و مشاوران فنی		
۰/۸۱۲	مهارت پایین در زمینه استفاده از ابزارآلات و فناوری نوین		
۰/۸۳۲	عدم دسترسی به فناوری‌های جدید		
۰/۶۴۰	عدم استفاده از فناوری‌های جدید		
۰/۵۰۶	عدم ارتباط کافی با زنان کارآفرین موفق		
۰/۵۷۲	وجود قوانین محدودکننده برای حضور فعال زنان در امور اقتصادی و تجاری (بازار کار)	سیاست گذاری (۶/۹۸۸)	
۰/۶۷۲	وجود محدودیت‌های زیاد برای فعالیت‌های اقتصادی مستقل زنان در جامعه		
۰/۷۰۱	نبودن یک سازمان متولی خاص که حامی زنان کارآفرین در مناطق روستایی کشور باشد		
۰/۶۸۷	نبودن جایگاه مناسب زنان بویژه زنان روستایی در سیاست‌های توسعه کشور		

پرسش ۶- در جهت توسعه کارآفرینی زنان روستایی بخش میانکوه سهم کدام یک از عوامل پیش‌برنده یا بازدارنده کارآفرینی بیش‌تر است؟

نتایج مقایسه تحلیل عاملی عوامل پیش‌برنده و بازدارنده توسعه کارآفرینی زنان روستایی بخش میانکوه نشان می‌دهد (شکل ۲)، سهم عوامل پیش‌برنده توسعه کارآفرینی زنان روستایی محدوده مورد مطالعه (با تبیین ۷۱/۸۲۴ درصد متغیر وابسته) بیش‌تر از عوامل بازدارنده (با تبیین ۶۸/۷۸۴ درصد متغیر وابسته) آن بوده است.



شکل ۲- مدل تجربی عوامل پیش‌برنده و بازدارنده توسعه کارآفرینی زنان روستایی بخش میانکوه همراه با سهم هر یک از عوامل

نتیجه‌گیری و بحث

کارآفرینی زنان روستایی ابزاری برای ارتقای توانمندسازی، پایداری مکان‌های زندگی روستایی، افزایش درآمد، بهره‌برداری مناسب از منابع در دسترس، شناسایی هرچه بیشتر فرصت‌های موجود اقتصادی، کاهش فقر روستایی، فراهم نمودن زمینه‌های رشد اقتصادی، افزایش مشارکت، توزیع مناسب درآمد و غیره است. بنابراین، برای تقویت هرچه بیشتر کارآفرینی، بویژه کارآفرینی زنان روستایی و به دنبال آن توسعه مناطق روستایی مطالعه موانع پیش‌روی کارآفرینان و عوامل مؤثر بر توسعه آن در بین زنان روستایی دارای اهمیت بسیار زیادی است. لذا، با توجه به اهمیت موضوع، هدف اصلی مطالعه حاضر بررسی عوامل پیش‌برنده و بازدارنده توسعه کارآفرینی زنان روستایی می‌باشد که به صورت موردی در بین زنان روستایی بخش میانکوه شهرستان اردل انجام گرفته است.

در ارتباط با سوال اول پژوهش نتایج نشان داد میانگین سن زنان روستایی مورد مطالعه ۳۱/۳۸ سال، سطح سواد بیش‌تر آن‌ها در حد دبیرستان و اکثراً متأهل می‌باشند. نتایج در ارتباط با متغیرهای تعداد اعضای باسواد، شاغل و زن شاغل در خانوار نشان داد که نما به ترتیب ۲ نفر، ۱ نفر و ۱ نفر می‌باشد. هم‌چنین، نتایج در باره تعداد اعضای خانوار و سطح سواد سرپرست خانوار نشان داد بیش‌تر خانوارهای افراد مورد مطالعه دارای بعد خانوار ۵ نفره بوده و سرپرست بیش‌تر خانوارها دارای سطح تحصیلات پایینی می‌باشند.

نتایج در ارتباط با سوال دوم پژوهش نشان داد بیش‌تر پاسخ‌گویان (۵۲/۴ درصد) خانه‌دار بوده و شغل اغلب سرپرستان خانوارها در بخش میانکوه شهرستان اردل، کشاورزی و فعالیت‌های مرتبط به آن می‌باشد.

در ارتباط با سوال سوم پژوهش، نتایج بدست آمده نشان داد ۴۱/۳ درصد پاسخ‌گویان دارای آشنایی زیاد و خیلی زیادی با مفهوم کارآفرینی بوده‌اند و ۳۹ درصد اعلام کرده‌اند که با مفهوم کارآفرینی آشنایی در حد متوسطی داشته‌اند. هم‌چنین، تایج نشان داد ۱۹/۷ درصد پاسخ‌گویان اعتقاد داشته‌اند که میزان آشنایی کم و بسیار کمی با مفهوم کارآفرینی دارند. در ارتباط با متغیر توانایی ایجاد مشاغل جدید، نتایج نشان داد بیش‌تر افراد مورد مطالعه (۷۰/۸ درصد)، دارای اعلام کرده‌اند که توانایی زیاد و بسیار زیادی را در ایجاد مشاغل جدید دارند.

در ارتباط با سوال چهارم پژوهش با استفاده از روش تحلیل عاملی نتایج بررسی عوامل پیش‌برنده کارآفرینی زنان در محدوده مورد مطالعه نشان داد، شش عامل اصلی در توسعه کارآفرینی زنان در مناطق روستایی بخش میانکوه تأثیر دارند که به ترتیب اهمیت عبارت‌اند از: عوامل اقتصادی (۳۶/۳۹۱ درصد)، اجتماعی (۱۱/۵۷۵ درصد)، زیرساختی (۷/۳۱۵ درصد)، ترویجی

۶/۳۱۲ درصد)، فردی و رفتاری (۵/۲۶۱ درصد) و محیطی (۴/۹۷۰ درصد). لازم به ذکر است عوامل بالا در کل ۷۱/۸۲۴ درصد از واریانس کل را تبیین می‌کنند. نتیجه بالا با مطالعات صابر (2003, Saber)، کریمی (2006, Karimi)، احمدپور داریانی و همکاران (Ahmadpur Dariani et al., 2012)، پیش‌بین و همکاران (Pishbin et al., 2012)، مطیعی لنگرودی و همکاران (Motieei et al., 2012)، حیدری ساربان (2012, Heidari Sareban)، هیسریچ و بروش (2012, Hisrich, Langroodi et al.)، چیتسیک (2000, Chitsike)، هیدن (2001, Hyden)، مطالعات بانک جهانی (1994, Brush, and)، رومی و پاروت (2008, Roomi and Parrott)، نواز (2009, Nawaz)، ساتیاباما (2010, Sathiabama) و موحدی و یعقوبی فرانی (Movahedi and Yaghoubi-Farani, 2012)، که هر کدام به نوعی به تأثیر عامل اقتصادی بر کارآفرینی اشاره دارند، همسو می‌باشد. از دلایل اصلی قرار گرفتن عامل اقتصادی به عنوان مهم‌ترین عامل پیش برنده کارآفرینی در محدوده مورد مطالعه می‌توان به اهمیت مباحث اقتصادی در ایجاد، گسترش و توسعه کارآفرینی، با توجه به مشکلات متعدد اقتصادی در منطقه (از جمله: نبود و یا کمبود سرمایه اولیه جهت فعالیت‌های کارآفرینی، دسترسی دشوار به تسهیلات بانکی با توجه به نیاز به وثیقه‌های سنگین و ضامن‌های متعدد و معتبر، بالا بودن نرخ بهره بانکی، در نظر نگرفتن تخفیف‌های مالیاتی ویژه، وجود واسطه‌های متعدد برای عرضه تولیدات به دلیل نبود و یا ضعف بازار متمرکز و ...)، اشاره کرد. لذا، با توجه به اینکه عامل اقتصادی و اجتماعی از نظر پاسخ‌گویان دارای بیش‌ترین تأثیر در پیشبرد توسعه کارآفرینی بوده‌اند، باید دو عامل ذکر شده در مرکز توجه مسولان و برنامه‌ریزان منطقه قرار گیرند. بنابراین، پیشنهادها زیر جهت تقویت کارآفرینی منطقه ارائه می‌گردد: تسهیل دسترسی به سرمایه و منابع مالی برای زنان روستایی؛ اتخاذ سیاست‌های تخفیف مالیاتی در ایجاد کارگاه‌ها و مشاغل جدید؛ اعطای وام‌های بلاعوض یا با بهره پایین؛ بازاریابی محصولات تولیدشده در سطوح محلی، منطقه‌ای، ملی و حتی بین‌المللی؛ ارائه وام‌های مخصوص کارآفرینی بدون وثیقه یا با وثیقه پایین؛ زمینه‌سازی برای حضور و مشارکت هر چه بیش‌تر زنان روستایی در گروه‌های ثانویه از قبیل شورای روستا، هسته مشورتی مسجد و هیئت امنای مسجد؛ فراهم کردن زمینه آشنایی بیشتر با کارآفرینان محلی بویژه کارآفرینان موفق جهت استفاده از تجرب آن‌ها با استفاده از برگزاری کلاس‌های آموزشی در مدارس و یا حتی مساجد روستاها؛ افزایش سطح ارتباط و صمیمیت بین زنان روستا و تقویت ارتباطات زنان روستایی با سازمان‌های مرتبط با کارآفرینی. گفتنی است جهت توسعه هر چه بیش‌تر کارآفرینی در منطقه تنها توجه به دو عامل اقتصادی و اجتماعی کافی نبوده و باید دیگر عوامل (چهار عامل زیرساختی، ترویجی، فردی و رفتاری و محیطی) نیز مورد توجه و تقویت گردند.

در ارتباط با سوال پنجم پژوهش در بررسی عوامل بازدارنده کارآفرینی در بین زنان روستایی بخش میانکوه، شش عامل شناسایی گردید که به ترتیب اهمیت عبارت‌اند از: عوامل اجتماعی - فرهنگی (۱۹/۶۳۴)، اقتصادی (۱۶/۶۱۶)، آموزشی - مدیریتی (۸/۸۴۹)، روان‌شناختی (۸/۵۲۹)، فنی (۸/۲۵۹) و سیاست‌گذاری (۶/۹۸۸). عوامل مذکور مجموعاً ۶۸/۷۸۴ درصد از واریانس کل را تبیین کرده‌اند. همان گونه که مشاهده می‌شود موانع اجتماعی - فرهنگی به عنوان مهم‌ترین عامل بازدارنده توسعه کارآفرینی زنان روستایی در بخش میانکوه مطرح می‌باشند. نتیجه بالا با مطالعات صابر (2003)، جواهری و قضاوتی (Javaheri & Ghezavati, 2005)، کریمی (Karimi, 2006)، مهرداد (Mehrdad, 2012)، پیش‌بین و همکاران (Pishbin et al., 2012)، آراستی و همکاران (Arasti et al., 2012)، مطیعی لنگرودی و همکاران (Motieei Langroodi et al., 2012)، حیدری ساریان (Heidari Sareban, 2012)، هیسریچ و بروش (Hisrich and Brush, 1994)، چیتسیک (Chitsike, 2000)، هیدن (Hyden, 2001)، مطالعات بانک جهانی (World Bank, 2002)، پژوهشگران سازمان بین‌المللی کار (ILO, 2007)، رومی و پاروت (Roomi and Parrott, 2008)، نواز (Nawaz, 2009)، موحدی و یعقوبی فرانی (Movahedi and Yaghoubi-Farani, 2012) که هر کدام به نوعی به عوامل بازدارنده بالا به عنوان عوامل تأثیرگذار بر کارآفرینی اشاره دارند، همسو می‌باشد. دلایل اصلی این امر را به محدودیت‌های اجتماعی - فرهنگی از جمله دید منفی به حضور زنان در بازار کار و تجارت، باور نه چندان زیاد به توانایی‌های زنان در زمینه کارآفرینی، نبود صنف یا سازمان‌های پشتیبان حقوق زنان کارآفرین، محدودیت‌های خانوادگی، نامنی‌های اجتماعی زنان برای فعالیت در مراکز و کارگاهها و حتی مناطق دورافتاده و ... اشاره کرد. رفع این موانع از راههای گوناگون می‌توان راه‌گشای توسعه کارآفرینی در منطق باشد. بنابراین، باید سعی شود با برنامه‌ریزی‌های مناسب موانع ذکر شده تا حد توان کاهش و در نهایت، کمینه شوند. نکته قابل توجهی که در برنامه‌ریزی یاد شده باید مد نظر برنامه‌ریزان و مسولان امر قرار بگیرد این است که تقویت عامل اجتماعی - فرهنگی و پس از آن عامل اقتصادی که از نظر پاسخگویان مهم‌ترین موانع توسعه کارآفرینی زنان هستند، در اولویت قرار گیرند. بنابراین، جهت تضعیف دو عامل مذکور پیشنهادهایی بدین صورت ارائه می‌گردد: زمینه‌سازی برای حضور بیش‌تر زنان در بازار کار بویژه در مشاغلی که زنان به آسانی و حتی بهتر از مردان، از عهده آن برمی‌آیند از جمله صنایع دستی، فرش‌بافی، خیاطی و ...؛ تضعیف تدریجی باورهای سنتی رایج در منطقه (از جمله این باورها می‌توان به این مهم اشاره کرد که فقط مردان نان‌آور خانه بوده و حق کار و فعالیت در بیرون از منزل را دارند)؛ دعوت از کارآفرینان نمونه زن در سطح شهرستان، استان و حتی کشور به منطقه جهت آشنایی و زمینه‌سازی برای ورود تدریجی زنان به بازار کار و تجارت؛ تقسیم کار در منازل و

کاهش وظایف زنان در منازل؛ توجه و اهمیت بیشتر به نظرات زنان؛ تأسیس صنف یا سازمان‌های دولتی و غیردولتی برای پشتیبانی از زنان کارآفرین؛ برگزاری کلاس‌های آموزشی در جهت تقویت پذیرش زنان در بازار کار و تجارت؛ رفع موانع دسترسی به منابع مالی از راه احداث صندوق‌های قرض‌الحسنه روستایی و ارگان‌های بانکی در نقاط روستایی؛ احداث بازارهای محلی روزانه و هفتگی جهت عرضه تولیدات بومی.

نتایج بدست آمده در ارتباط با سوال ششم پژوهش در ارتباط با مقایسه سهم عوامل پیش برنده توسعه کارآفرینی زنان روستایی بخش میانکوه و موانع بازدارنده توسعه کارآفرینی در محدوده مورد مطالعه نشان داد سهم عوامل پیش‌برنده (با تبیین ۶۸/۷۸۴ درصد از متغیر وابسته) بیش‌تر از موانع بازدارنده کارآفرینی (با تبیین ۷۱/۸۲۴ درصد از متغیر وابسته) بوده است. این مهم نویدبخش وجود زمینه‌های مساعدتری برای توسعه کارآفرینی در محدوده مورد مطالعه است که در صورت تدوین برنامه‌های مناسب و رفع موانع مطرح‌شده می‌توان به توسعه کارآفرینی در منطقه امیدوار بود. گفتنی است که جهت توسعه کارآفرینی در بین زنان روستایی بخش میانکوه، رفع موانع اجتماعی - فرهنگی و اقتصادی کافی نبوده و باید کاهش و رفع سایر موانع (موانع آموزشی - مدیریتی، روان‌شناختی، فنی و سیاست‌گذاری)، مد نظر برنامه‌ریزان و مسئولان امر قرار گیرد.

References

- 1- Ahmadpur Dariani, M. NIKBIN, H. & KARIMI, A. (2012), Factors Affecting Entrepreneurship Development through Agricultural Advisory Services Corporations in Zanjan Province, Iranian Journal of Agricultural Economics and Development, Vol 42, No 4, pp: 535-546. (Persian).
- 2- Alison, M. (1990), Entrepreneurship: An International Perspective, Oxford, Jordan Hail, Linacre House.
- 3- Arasti, Z. Maleki Karam Abad, M.M & Motavaseli, M. (2012), Identifying the Institutional Factors Affecting the Emergence of Social Entrepreneurial Activity, Journal of Entrepreneurial Development, Vol 5, No 16, pp: 185-203. (Persian).
- 4- Archibong, C.A. (2004), Technology, infrastructure and entrepreneurship: Role of the government in building a sustainable economy, School of Business and Economics North Caroliana & T State University.
- 5- Cabala, L. (2008), Design rural entrepreneurship in practice, COTF System for Community Transformation. New York: Guilford Press.

- 6- Chitsike, C (2000), Culture as a barrier to rural women's entrepreneurship: experience from Zimbabwe. *Gender and Development* 8 (1): pp: 71-77.
- 7- Chowdhury, M.S. (2007), Overcoming Entrepreneurship Development Constraints: the Case of Bangladesh, *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, Vol. 1, No. 3, PP. 240-251.
- 8- Cronies, S. (2006), Understanding enterprise, entrepreneurship and small business, Macmillan, Basingstoke, Vol 5, pp: 243-246.
- 9- Dabson, B. Malkin J. Matthews A. Pate K., Stickle S. (2003), *Mapping Rural Entrepreneurship*, Washington, D.C.: Corp. for Enterprise Development.
- 10- Dabson, B. Malkin, J. Matthews, A. Pate, K. & Stickle, S. (2003), *Mapping Rural Entrepreneurship*, Washington, D.C.: Corp. for Enterprise Development. pp: 68-79.
- 11- Edward J., Chambers S. Shaw, E. (2004), *A Primer on Western Canadian Entrepreneurship*; The Western Centre for Economic Research gratefully acknowledges the support of Western Economic Diversification Canada.
- 12- Ellis, F. (2003), Livihoods and rural poverty reduction in Kenya, *Development Policy Review*, Vol 13, pp: 566-571.
- 13- Forter, L.M. (2006), *Entrepreneurs and Their Social Network: Motivation, Expectations and Outcomes*. PhD Dissertation.
- 14- Habbershon, T.G. Pistrui, J. & McGrann, M. (2006), *Enterprising Families: Mindset and Methods for Wealth Acceleration in a Dynamic Marketplace*.
- 15- Heidari Sareban, V. (2012), Prioritizing Major Barriers to Rural Women's Entrepreneurship, Using AHP Method Case study: Ardabil province. *Womens studies (Sociological & Psychological)*, Vol 10, No 2, pp: 159-177. (Persian).
- 16- Heriot, K. (2002), *A New Approach to Rural Entrepreneurship a Case Study of Two Rural Electric Cooperatives*, Western Kentucky University, and Noel D, Campbell, North Georgia College & State University.
- 17- Hisrich, R.D., Brush, C.G. (1995), *the woman entrepreneur: starting, financing, and managing a successful new business*, Lexington Books, Lexington, MA.

- 18- Hrivnak, G. A. & Sherman, C. L. (2010), The Power of Nascence: Realizing the Potential of Service-learning in an Unscripted Future, *International Journal of Organizational Analysis*, Vol. 18, No. 2, PP. 198-215.
- 19- Hyden, G. (2001), rural poverty, risk and development. Elgar Publication, pp 124-127.
- 20- ILO, (2007), Women's entrepreneurship development in Vietnam. ILO publications.
- 21- Imani Gheshlagh, S. Khani, F, & Hashemi, S.S. (2012), The role of Tourism in improvement of rural women's entrepreneurship: A comparative Study of Kandovan and Eskandan villages in Osku District. *Journal of Geography and Regional Development Research Journal*, No 18, pp: 217-238. (Persian).
- 22- Javaheri, F & Ghezavati, S. (2005), studies the impact of gender inequality on women entrepreneurship in Iran: obstacles for women job creation, *Iran Sociology Magazine*, No. 18, pp. 161-178. (persian).
- 23- Johannisson, B. (2002), Energizing Entrepreneurship: Ideological Tensions in the Mediumsized Family Business, in Fletcher (Ed) *Understanding the Small Family Business*. London: Routledge Studies in Small Business.
- 24- Karimi, Z. (2006), Government supports role in job creation for women: casual study: women cooperatives in Mazandaran province. (Persian).
- 25- Kiggundu, M. N. (2002), Entrepreneurs and entrepreneurship in Africa: What is known and what needs to be done, *Journal of Developmental Entrepreneurship*, Vol 7, pp: 239-258.
- 26- Lerner, M. & Haber, S. (2000), Performance factors of small tourism ventures: The interface of tourism, entrepreneurship and the environment, *Journal of Business Venturing*, Vol 16, p. 77-81.
- 27- Littunen, H. (2000), *Entrepreneurship and the Characteristics of Entrepreneurial Personality*, Greenwood press, United State.
- 28- Maia, L. (2002), *Enhancing Entrepreneurship in Rural Tourism for Sustainable Regional Development, the case of Söderslätt region, Sweden*, Published by IIIIEE, Lund University, P.O. Box 196, S-221 00 LUND, Sweden.
- 29- Markman, G. D. & Baron, R. A. (2003), Person-entrepreneurship fit: why some people are more successful as entrepreneurs than others, *Human Resource Management*.

- 30- Mccline, R.L. (2004), Opportunity recognition: An exploratory investigation of a component of the entrepreneurial process in the context of the health care industry: Theory and practice, Tertiary Education Management, Vol 25. pp: 81-94.
- 31- Mehrdad, H. (2012), A Study of Factors Affecting Entrepreneurship in Lorestan Province with an Emphasis on Education. Quarterly Journal of New Approaches in Educational Administration, No. 4, pp. 97-114. (persian).
- 32- Mirjam, V. P. (1999), Some Classic Views on entrepreneurship, Journal Economist, Vol 147, No 3, pp: 311-35.
- 33- Mohapatra, S. Rozelle, S. & Goodhue, R. (2007), The Rise of Self-employment in Rural China: Development or Distress? World Development. Vol. 35. No.1, pp: 163- 181.
- 34- Motieei Langroodi, S.H. Ghadiri Maesoum, M. Dadvar Khani, F. Yadollahi Farsi & Torkashvand, Z. (2012), Explain the Factors Affecting Rural Empowerment in Entrepreneurship Development (Case Study: Samen and Zand Cunties of Malayer Township), Human Geography Research Quarterly, No 80, pp: 119-138. (Persian).
- 35- 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, Vol15, No 4, pp: 469 - 487.
- 36- Nawaz, F. (2009), Critical Factors of Women Entrepreneurship Development in Rural Bangladesh .U.S.A: Bangladesh Development Research Center (BDRC).
- 37- Pishbin, S.AR. Iravani, H. Movahed Mohammadi, S.H. Shabanali Fami, H. & Rezvanfar, A. (2012), An investigation of the Role of Environmental Factors on Entrepreneurial Orientation, Evidences from Iranian Animal Production Cooperatives, iranian journal of agricultural economics and development research, Vol 43, Issue 3, , pp: 497-509. (Persian).
- 38- Rezvani, M.R. (2012), Rural Development Planning in Iran, Ghoomes Publisher, Tehran, Iran. (Persian).
- 39- Rokneddin Eftekhari, A. & Sojasi Qeidari, H. (2011), Rural Development with Emphasis on entrepreneurship, samt Publisher, Tehran, Iran. (Persian).

- 40- Roomi, M.A. & Parrott, G. (2008), Barriers to development and progression of women entrepreneurs in Pakistan, *The Journal of Entrepreneurship*, No 17, pp: 59-72.
- 41- Rotheroe, N., Richards, A. (2007), Social Return on Investment and social enterprise: Transparent accountability for sustainable development. *Social Enterprise Journal*, Vol 3, pp: 31-48.
- 42- Russel, S. & Kerry, A. (2008), Dose School Choice Increase the Rate of Youth Entrepreneurship? *Economic of Education Review* 27, PP: 429-438.
- 43- Saber, F. (2003), Options for improving women entrepreneurship in Iran: solutions for economic, social and political equality in Iran, *Women Studies Publication*. (Persian).
- 44- Sathiabama, K. (2010), Rural Women Empowerment and Entrepreneurship Development. From: <http://ideas.repec.org/p/ess/wpaper/id2475.html>.
- 45- Seelos, C. & Mair, J. (2005), Social entrepreneurship: Creating new business. *Journal of Business Horizons*, Vol 48, pp: 241-246.
- 46- Sen, P. (2009), Asoka's big idea: transforming the world through social entrepreneurship, *Futures*, pp: 534-539.
- 47- Stel, A. Caree, M. & Thurik, R. (2004), the effect of entrepreneurship on national economic growth: An analysis using the GEM database, *The First GEM Research Conference, Entrepreneurship, Government Policies, and Economic Growth*.
- 48- Urbano, D. Toledano, N. & Soriano, D. (2010), Analyzing social entrepreneurship from an institutional perspective: Evidence from Spain, *Journal of Social Entrepreneurship*, Vol 1, pp: 54-69.
- 49- Wagner, J. & Sternberg, R. (2004), Start-up activities, individual characteristics, and the regional milieu: Lessons for entrepreneurship support policies from German micro data, *The Annals of Regional Science*, Vol 38, pp. 219-240.
- 50- World Bank, (2002), *Reading the rural poor: UN Updated Strategy for Rural Development*, Washington D.C, (1):65-68.