

تحلیل موانع و راهکارهای توسعه کارآفرینی زنان روستایی دهستان گوراب‌پس فومن^۱

مجید یاسوری* - دانشیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه گیلان
محمد باسط قرشی - استادیار جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه آزاد اسلامی رشت
ژیلا وطن‌خواه - کارشناس ارشد سازمان جهاد کشاورزی استان گیلان

دریافت مقاله: ۱۳۹۳/۱۰/۳۰ پذیرش نهایی: ۱۳۹۴/۲/۲

چکیده

توسعه کارآفرینی به‌عنوان راهبردی کارآمد برای حل معضل بیکاری، توسعه اقتصادی، فقرزدایی و عدالت اجتماعی به‌ویژه در جوامع روستایی ضرورت دارد. از آنجاکه بخش عظیمی از جامعه روستایی را زنان تشکیل می‌دهند، کارآفرینی آنان اهمیت ویژه‌ای دارد. پژوهش حاضر با هدف بررسی قابلیت‌ها، موانع و ارائه راهکارهای توسعه کارآفرینی زنان در دهستان گوراب‌پس شهرستان فومن انجام شد. جامعه آماری تحقیق، ۴۴۷۵ نفر از زنان ۱۵ سال و بالاتر ساکن در این دهستان هستند که ۳۵۷ نفر به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. جمع‌آوری داده‌ها با استفاده از پرسشنامه انجام شد و روایی و پایایی آن به‌ترتیب با نظر جمعی از متخصصان و ضریب آلفای کرونباخ تأیید شد. اطلاعات به‌دست‌آمده با استفاده از مدل تحلیل عاملی تجزیه و تحلیل شد. یافته‌ها نشان دادند سه عامل انگیزش و پشتکار، قابلیت‌های طبیعی و قابلیت‌های فردی که از عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی به‌شمار می‌آیند، در زنان این دهستان وجود دارد. در بررسی موانع کارآفرینی می‌توان به کمبود امکانات، عوامل فرهنگی، مالی، دولتی و عوامل خانوادگی و فردی اشاره کرد. نتایج این تحقیق نشان می‌دهند که با وجود موانع، زمینه‌های فردی و محیطی لازم برای ایجاد و توسعه کسب‌وکار زنان روستایی در این محدوده وجود دارد.

کلیدواژه‌ها: توسعه کارآفرینی، زنان روستایی، قابلیت، گوراب‌پس، موانع.

۱. پژوهش حاضر با حمایت مالی دفتر امور روستایی و شوراهای استانداری گیلان انجام شده است.

مقدمه

روستاها به‌عنوان بخش بزرگی از نظام اجتماعی و جمعیتی که عوامل انسانی پرشماری در آنها سکونت دارند مملو از قابلیت‌ها و زمینه‌های شناسایی نشده‌ای هستند که شناسایی و بهره‌برداری به‌موقع از آنها در مسیر ایجاد کسب‌وکارهای جدید، می‌تواند مزایای اقتصادی فراوانی برای روستاییان به‌همراه داشته باشد. روستاها در واقع محیط بکری برای بروز کارآفرینی قلمداد می‌شوند. در روزگاران گذشته در سراسر مشرق زمین، حوزه فعالیت زنان محدود به خانه و خانواده نبود و آنان همچون مردان در فعالیت‌های اجتماعی و اقتصادی جامعه مشارکت فعالی داشتند (گیرشمن، ۱۳۷۲، ۱۱). به‌رغم مشارکت فعال زنان در فعالیت‌های روزانه، زنان همواره به‌عنوان قشر آسیب‌پذیر مطرح بودند. از این رو ایجاد فضای مناسب برای کارآفرینی در روستاها به‌عنوان عرصه اصلی منابع طبیعی کشور و تکمیل‌کننده زنجیره سکونتگاه‌های انسانی و فعالیت‌های اقتصادی- می‌تواند منجر به افزایش اشتغال، کاهش بیکاری، ثبات جمعیت، ایجاد فرصت‌های شغلی جدید و جذب جمعیت شود.

امروزه کارآفرینی در تمامی مباحث توسعه جایگاه ویژه‌ای یافته است. توسعه روستایی نیز از مهم‌ترین حیطه‌هایی است که همواره به موضوع کارآفرینی، ایجاد شغل‌های غیرکشاورزی و توانمند ساختن روستاییان توجه ویژه داشته است. موضوع اصلی پژوهش حاضر این است که آیا زمینه‌های لازم برای توسعه کارآفرینی در دهستان گوراب‌پس وجود دارد. نتیجه مطالعات متعدد در کشورهای مختلف بر پایین بودن نرخ کارآفرینی زنان در مقایسه با مردان تأکید دارد (GEM, 2003). لذا کارآفرینی زنان روستایی اگرچه تنها راهکار اشتغال‌زایی و افزایش درآمد روستاییان نیست، اما قطعاً یکی از راهبردهای مناسب و کم‌هزینه برای توسعه اقتصادی روستاها به‌شمار می‌آید. طبق آمار سال ۱۳۹۰، ۵۱ درصد از جمعیت ساکن در دهستان گوراب‌پس را زنان تشکیل می‌دهند. مسئله اصلی این است که با وجود قابلیت‌های طبیعی و انسانی در دهستان گوراب‌پس، فقط ۷ درصد زنان ساکن در آن از نظر اقتصادی فعال‌اند (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۰).

تجربه بسیاری از کشورهای فقیر پرجمعیت که طیف وسیعی از جمعیت آنان را روستاییان و کشاورزان تشکیل می‌دهند بیانگر آن است که توجه به مقوله کارآفرینی در مسیر توسعه روستایی می‌تواند از میزان مهاجرت روستاییان به شهرها بکاهد و زمینه‌های اشتغال، رفاه و پیشرفت آنان را در روستای محل سکونت‌شان فراهم آورد (گلیچ، ۱۳۸۴، ۱۲).

بررسی‌های اولیه در دهستان گوراب‌پس به وجود زمینه‌ها و قابلیت‌های متنوعی از این دست اشاره دارد: در زمینه ایجاد نمایشگاه و فروشگاه، تولید محصولات زراعی و باغی، پرورش انواع دام و طیور، پرورش ماهی و زنبور عسل، تولید کمپوست، قارچ خوراکی، ایجاد بازارهای محلی هفتگی، اجاره اتاق به گردشگران، مشاغل خانگی (شامل صنایع دستی، تولید مربا و ترشیجات خانگی)، ارائه خدمات به گردشگران، گردشگری روستایی و مانند اینها. شناسایی و توسعه کارآفرینی زنان روستایی در افزایش اشتغال، درآمد، تولید و کاهش مهاجرت محدوده در حال بررسی مؤثر خواهد بود. پژوهش حاضر به دنبال آن است که زمینه‌های کارآفرینی محدوده مورد مطالعه را با توجه به قابلیت‌های موجود در آن شناسایی و معرفی کند. بر این اساس پرسش‌های اصلی تحقیق عبارت‌اند از:

- قابلیت‌های توسعه کارآفرینی زنان در محدوده مورد مطالعه کدام‌اند؟
 - موانع توسعه کارآفرینی زنان در محدوده مورد مطالعه کدام‌اند؟
 - راهکارهای توسعه کارآفرینی زنان روستایی در محدوده مورد مطالعه کدام‌اند؟
- هدف از انجام پژوهش حاضر، بررسی قابلیت‌ها و موانع توسعه کارآفرینی زنان روستایی در محدوده مورد مطالعه و ارائه راهکارهای لازم برای توسعه کارآفرینی آنان است.

مبانی نظری

برای کارآفرینی تعاریف متعددی بیان شده است که در ادامه به برخی از آنها اشاره می‌شود. کارآفرینی عبارت است از فرایند ایجاد ارزش از راه تشکیل مجموعه منحصربه‌فردی از منابع به منظور بهره‌گیری از فرصت‌ها (احمدپور داریانی، ۱۳۸۷). کارآفرینی تلاشی است برای ایجاد

ارزش از طریق شناخت فرصت‌های شغلی، مدیریت خطر و مهارت‌های مدیریتی و ارتباطی به‌منظور بسیج منابع انسانی، مالی و جنسی برای به‌نتیجه رسیدن. از نظر پیتر دراکر (۱۹۸۵) کارآفرین کسی است که فعالیت اقتصادی کوچک و جدیدی را با سرمایه خود شروع می‌کند (افتخاری و سجاسی قیداری، ۱۳۸۹، ۲۳).

ژوزف شومپیتر (۱۹۱۱) کارآفرینی را موتور محرک توسعه اقتصادی می‌داند. به اعتقاد او کارآفرینی فن نوآوری است که ترکیب‌های جدیدی را ایجاد می‌کند و می‌تواند مقدمه‌ای برای یک کالا یا کیفیتی نو از یک کالا؛ مقدمه روشی جدید از تولید، که تاکنون در صنعت آزموده نشده؛ گشایش یک بازار تازه؛ بهره‌برداری از منبعی تازه؛ یا ایجاد هرگونه تشکیلات جدید در صنعت باشد (Lordkipanidze et al., 2005, 788). در چارچوب نظریه توسعه شومپیتر، انسان‌های خلاق و مبتکر که هدایت و رهبری اقتصاد را بر عهده دارند نقش محوری و بسیار مهمی در اقتصاد ایفا می‌کنند. این افراد عمدتاً ریسک‌پذیر و در زمینه فناوری نوآرند و الزاماً دارای سرمایه نیستند. بنابراین، در صورت دسترسی نداشتن به منابع و امکانات مالی نظیر اعتبارات بانکی، نمی‌توانند از قدرت خلاقیت خود استفاده کنند (موسوی جهرمی، ۱۳۸۸، ۹۰). ریگان، کارآفرینی روستایی را فراهم‌کننده زمینه اشتغال، افزایش درآمد و تولید ثروت، بهبوددهنده کیفیت زندگی و کمک‌کننده به افراد محلی برای مشارکت در اقتصاد می‌داند (Reagan, 2002, 8). در تعریفی دیگر، کارآفرینی روستایی فعالیتی است که به مردم روستایی کمک می‌کند تا فرصت‌های اقتصادی را در جوامع محلی بشناسند و یاد بگیرند که چگونه این فرصت‌ها را به فعالیت‌های اقتصادی سودآور تبدیل کنند (U.S. Department of Housing and Urban (HUD) 1999, 13). کارآفرینان عوامل مهم تغییر در جامعه هستند. اگر پژوهشگران بتوانند ریشه‌های کارآفرینی را شناسایی کنند، سیاست‌گذاران قادر خواهند بود برای ارتقا و بهبود مهارت‌های کارآفرینی شیوه‌های آموزشی ابداع کنند (برول، ۱۳۸۸، ۱۰۶۶).

آنچه در مجموع می‌توان برای تعریف مقوله کارآفرینی روستایی به کار برد این است: «به‌کارگیری نوآورانه منابع و امکانات روستا در راستای شکار فرصت‌های کسب‌وکار» (پترین، ۱۳۸۱، ۲۰).

کارآفرینی روستایی در اصل هیچ تفاوتی با مفهوم عام کارآفرینی ندارد. ورتمن، کارآفرینی روستایی را چنین تعریف می‌کند: ایجاد سازمانی جدید که تولید یا خدمت جدیدی را معرفی می‌کند. امروزه برنامه‌ریزان - به‌ویژه اقتصاددانان روستایی- مناسب‌ترین راهبرد پاسخ‌گویی به چالش‌های روستایی - به‌ویژه چالش اقتصادی- را تشویق روستاییان به تجارت خانگی به‌شیوه کارآفرینی می‌دانند. خاستگاه فلسفی نظریه مذکور این است که تجارت خانگی نوعی خوداشتغالی را در سطح جامعه محلی به‌وجود می‌آورد و روستاییان می‌توانند از طریق آن، تولیدات‌شان را صادر (و روانه بازار) کنند (افتخاری و سجاسی قیداری، ۱۳۸۹، ۲۷). با توسعه کارآفرینی و ایجاد شرکت‌های کوچک کارآفرین، روستاییان به کالاها و خدمات مورد نیازشان دست می‌یابند و این امر تأثیر زیادی در رشد اقتصادی روستاها و کاهش مهاجرت به شهرها دارد. از سویی دیگر، روستاها نیز همچون شهرها مملو از فرصت‌های جدید و کشف‌نشده‌ای هستند که کشف و بهره‌برداری به‌موقع از آنها و ایجاد کسب‌وکارهای جدید و رقابت‌پذیر بر مبنای آن، مزایای اقتصادی فراوانی برای روستاییان به‌همراه می‌آورد. کشورهای پیشرفته صنعتی توانستند نقش کارآفرینان را در توسعه اقتصادی کشف کنند و درصدد توسعه و ترویج چنین فرهنگی میان مدیران اقتصادی برآمدند (اکبری، ۱۳۸۵، ۱۷). ساپلتون (۲۰۰۹) با استفاده از داده‌های تحقیق مرکز مطالعات اجتماعی اروپا به این نتیجه رسید که زنانی که در حوزه‌های سنتی زنانه صاحب کسب‌وکار هستند، از بالاترین سطح سرمایه اجتماعی برخوردارند. نتایج پژوهش «تبیین عوامل مؤثر بر توانمندسازی روستاییان در توسعه کارآفرینی در بخش‌های زنده و سامن شهرستان ملایر» نیز نشان داد که وجود عوامل فردی در افزایش توانمندی روستاییان برای ایجاد و توسعه کسب‌وکار تأثیر دارد (مطیعی لنگرودی و همکاران، ۱۳۹۱).

نتایج پژوهشی با نام «تحلیل زمینه‌های کارآفرینی روستاییان در فرایند توسعه نواحی روستایی در دهستان برآن جنوبی استان اصفهان»، نشان می‌دهند که میزان آشنایی روستاییان با زمینه‌ها و مهارت‌های کارآفرینی بسیار اندک است (نجارزاده و رضوانی، ۱۳۸۷). در تحقیقی دیگر در اولویت‌بندی موانع توسعه کارآفرینی زنان روستایی شهرستان گرمسار، موانع اقتصادی و آموزشی به ترتیب مهم‌ترین موانع توسعه کارآفرینی روستاییان شناخته شدند (علیدوست و همکاران، ۱۳۹۱). یکی از راه‌های توسعه کارآفرینی زنان روستایی، شناسایی موانع پیش روی آنها و رفع این موانع است. محمدی (۱۳۹۰) موانع کارآفرینی را به سه دسته موانع فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی تقسیم و موانع فرهنگی را مهم‌ترین مانع اشتغال زنان در ایران عنوان کرد. با توجه به شرایط جوامع مختلف برای توسعه کارآفرینی باید مدل ویژه و منحصر به فردی برای آنها تعریف کرد.

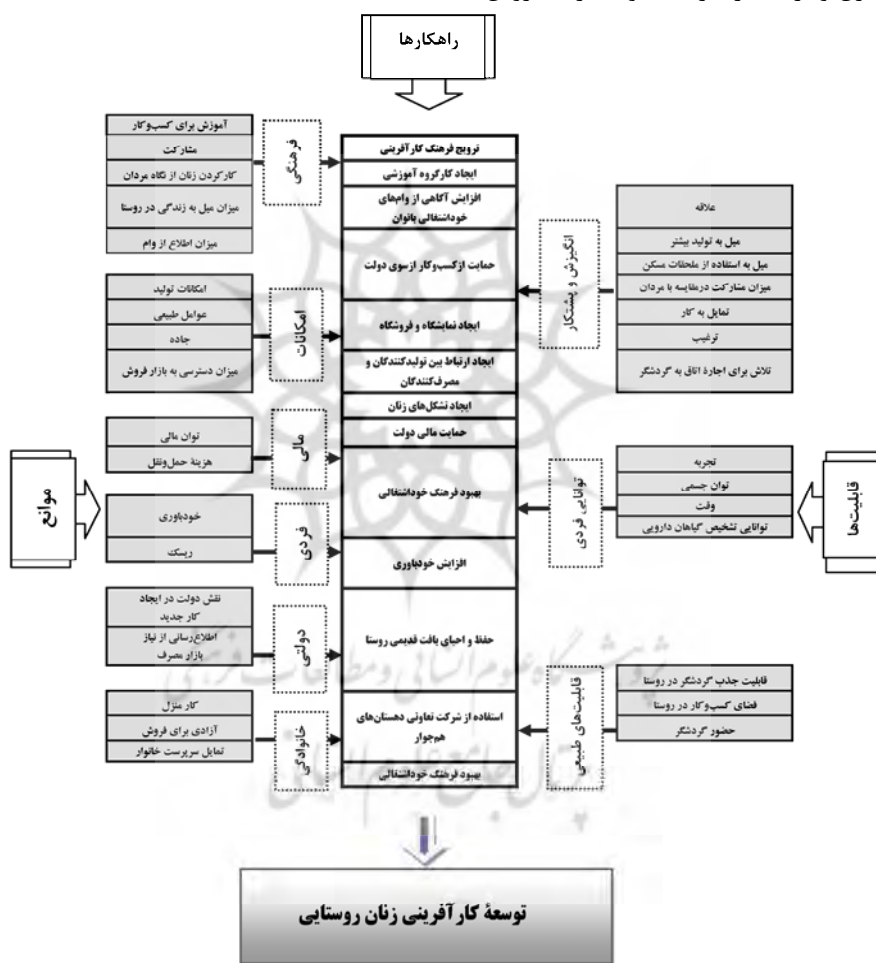
مدل مفهومی قابلیت‌ها، موانع و راهکارهای کارآفرینی زنان روستایی

در این مدل متغیرها و عوامل مربوط به قابلیت‌ها، موانع و راهکارهای توسعه کارآفرینی زنان روستایی توضیح داده شده است. مجموع عواملی که در این مدل در نظر گرفته شده‌اند روی توسعه کارآفرینی زنان روستایی تأثیر مستقیم دارند (شکل ۱).

در بخش قابلیت‌ها، از مجموع سه عامل، نخستین عامل انگیزش و پشتکار است که متغیرهای علاقه، میل به تولید بیشتر، میل به استفاده از ملحقات مسکن، میزان مشارکت، و تمایل به کار و ترغیب را دربرمی‌گیرد. عامل دوم، قابلیت‌های فردی است که از متغیرهای توانایی تشخیص گیاهان دارویی، تجربه، توان جسمی، و وقت تشکیل شده است. عامل سوم، قابلیت‌های دهستان شامل قابلیت جذب گردشگر، فضای کسب و کار و حضور گردشگر است.

در بخش موانع، عامل فرهنگی نخستین مانع شناخته شد که متغیرهای آموزش، مشارکت، کار زنان از نگاه مردان، تمایل به زندگی در روستا و اطلاع از وام را دربرمی‌گیرد. دومین مانع، کمبود امکانات است که شامل کمبود امکانات تولید، موانع طبیعی، جاده، و میزان دسترسی به

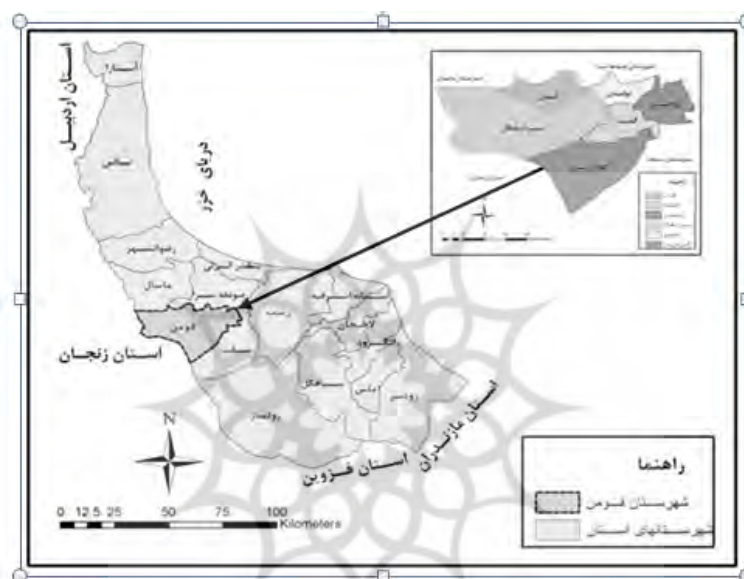
بازار فروش است. عامل سوم، موانع مالی است که شامل متغیرهای توان مالی و هزینه حمل‌ونقل است. عامل چهارم، موانع فردی شامل متغیرهای خودباوری و ریسک است. عامل پنجم با عنوان مانع دولتی، نقش دولت را در اطلاع‌رسانی و ایجاد کسب‌وکار نشان می‌دهد و عامل ششم، موانع خانوادگی شامل متغیرهای میزان تمایل سرپرست خانوار برای کارکردن، کار منزل و آزادی از طرف خانواده برای فروش است.



شکل ۱. عوامل مؤثر در توسعه کار آفرینی زنان روستایی

محدوده مورد مطالعه

دهستان گوراب‌پس از دهستان‌های شهرستان فومن است که در جنوب‌غربی استان گیلان قرار دارد. مرکز آن روستای گوراب‌پس حدود ۸ کیلومتر از مرکز شهرستان فاصله دارد. این دهستان در جنوب‌غربی دریای خزر و در سمت شرقی رشته‌کوه‌های تالش واقع شده است (شکل ۲).



شکل ۲. موقعیت دهستان گوراب‌پس در شهرستان فومن و استان گیلان

منبع: سازمان جهاد کشاورزی استان گیلان، ۱۳۹۲

جدول ۱. تعداد جمعیت، خانوار و بعد خانوار سال‌های ۱۳۹۲-۱۳۷۵

سال	کل جمعیت (نفر)	زن	مرد	تعداد خانوار	بعد خانوار
۱۳۷۵	۱۳۰۹۵	۶۶۰۲	۵۶۳۳	۲۸۵۵	۴/۶
۱۳۸۵	۱۱۳۲۱	۵۹۱۲	۵۴۰۹	۲۹۸۳	۳/۸
۱۳۹۲	۱۰۲۴۳	۵۲۱۴	۵۰۲۹	۳۰۱۵	۳/۲

منبع: سرشماری عمومی نفوس و مسکن و مرکز بهداشت شهرستان فومن

روش تحقیق

پژوهش حاضر از نوع کاربردی و روش تحقیق آن توصیفی-تحلیلی است. جامعه آماری تحقیق، ۴۴۷۵ نفر از زنان ۱۵ سال و بالاتر ساکن در دهستان گوراب‌پس شهرستان فومن است، که طبق جدول استاندارد مورگان، ۳۵۷ نفر به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. برای انتخاب نمونه‌ها از روش تصادفی سیستماتیک بهره گرفته شد.

برای جمع‌آوری اطلاعات از دو روش مطالعات کتابخانه‌ای و میدانی استفاده شد. در مطالعات میدانی، اطلاعات فردی، قابلیت‌ها و موانع توسعه کارآفرینی زنان دهستان جمع‌آوری شدند. برای به‌دست آوردن اطلاعات بیشتر، افزون بر تکمیل پرسشنامه، از مصاحبه و مشاهده نیز استفاده شد. پس از جمع‌آوری داده‌های به‌دست‌آمده با استفاده از نرم‌افزار SPSS، هریک از مؤلفه‌ها کدگذاری و پس از ورود داده‌ها پردازش شدند. روایی پرسشنامه با استفاده از معیار کایزر، آزمون بارتلت و نظر جمعی از متخصصان تأیید شد و پایایی آن با استفاده از نرم‌افزار SPSS محاسبه و مقدار آلفای کرونباخ ۰/۸۹ به‌دست آمد. به‌منظور پی‌بردن به متغیرهای زیربنایی تحقیق و تلخیص آنها، با اهداف تأییدی و اکتشافی از مدل تحلیل عاملی (روش چرخش واریمکس) استفاده شد. در این روش پس از حذف گویه‌های بی‌اثر، مهم‌ترین عوامل مؤثر در قابلیت‌ها و موانع توسعه کارآفرینی زنان به‌ترتیب اولویت شناسایی و تجزیه و تحلیل شدند.

به‌طور کلی از تحلیل عاملی برای همبستگی بین متغیرها استفاده می‌شود. داده‌های بالاتر از ۰/۷ برای تحلیل مناسب، داده‌های ۰/۵۱ تا ۰/۷ متوسط و داده‌های کمتر از ۰/۵ برای تحلیل نامناسب‌اند (مهرعلی‌زاده و چینی‌پرداز، ۱۳۸۳، ۵۱). براساس ملاک کایزر فقط ملاک‌هایی نگه داشته می‌شوند که مجموع مجذور بارهای عاملی آنها (مقدار ویژه) یک یا بیشتر باشد (سرمد و دیگران، ۱۳۸۷، ۲۷۳). سپس این خوشه‌ها یا عوامل را با توجه به آنچه به‌وسیله سؤال‌های آزمون اندازه‌گیری می‌شوند نام‌گذاری می‌کنند (عباس‌زادگان و فتوت، ۱۳۸۴، ۱۰۸).

در پژوهش حاضر، کارآفرینی به عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته شد و متغیرهای مستقل به دو بخش قابلیت‌ها و موانع برای توسعه کارآفرینی تقسیم شدند. بخش قابلیت‌ها در سه دسته: توانایی‌های فردی، انگیزش و پشتکار و قابلیت‌های طبیعی و بخش موانع در شش دسته: موانع مالی، فرهنگی - اجتماعی، امکانات، فردی، خانوادگی و دولتی بررسی شدند.

جدول ۲. پرسشنامه قابلیت‌ها و موانع توسعه کارآفرینی زنان روستایی

قابلیت‌ها		گروه	ردیف
ماتریس گویه‌ها در تحلیل عاملی	عبارت‌ها		
۰/۷۸	اوقات فراغت و بیکاری فصلی، من را به ایجاد کسب‌وکار جدید ترغیب می‌کند.	انگیزش و پشتکار	۱
۰/۶۱	میل به تولید بیشتر دارم.		۲
۰/۶۳	تمایل دارم از ملحقات مسکن (انبار، تلمبار و مانند اینها) برای ایجاد کسب‌وکار جدید استفاده کنم.		۳
۰/۵	تمایل به کار بیشتر درمقایسه با مردان دارم.		۴
۰/۷۱	بیشتر از مردان خانواده در کار کشاورزی و دامداری مشارکت دارم.		۵
۰/۵۷	تمایل دارم از اتاق اضافه منزل برای ارائه خدمات به گردشگر استفاده کنم.		۶
۰/۸	علاقه به ایجاد کسب‌وکار جدید را دارم.		۷
۰/۸	توان جسمی لازم برای ایجاد کسب‌وکار جدید را دارم.	توانایی‌های فردی	۸
۰/۶۵	وقت کافی برای ایجاد کسب‌وکار جدید را دارم.		۹
گویه بی‌اثر	تجربه لازم برای ایجاد کسب‌وکار جدید را دارم.		۱۰
گویه بی‌اثر	توانایی تشخیص گیاهان دارویی را دارم.		۱۱
۰/۸	قابلیت موجود در دهستان، موجب جذب گردشگر شده است.	قابلیت‌های طبیعی	۱۲
۰/۷	روستای ما فضای مناسب برای ایجاد کسب‌وکار جدید را دارد.		۱۳
۰/۶	حضور گردشگر باعث رونق کسب‌وکارم شده است.		۱۴

ادامه جدول ۲. پرسشنامه قابلیت‌ها و موانع توسعه کارآفرینی زنان روستایی

موانع		گروه	ردیف
ماتریس گویه‌ها در تحلیل عاملی	عبارت‌ها		
۰/۷۹	هزینه حمل‌ونقل مانع از راه‌اندازی کسب‌وکار جدید نمی‌شود.	مالی	۱
۰/۸۸	توان مالی راه‌اندازی کسب‌وکار جدید را دارم.		۲
۰/۶۸	حسادت اطرافیان مانعی برای ایجاد کار جدید نیست.	فرهنگی - اجتماعی	۳
۰/۵۳	میزان اطلاع از وام خوداشتغالی		۴
بی‌اثر	میل به زندگی در روستا را دارم.		۵
۰/۷۱	میزان مشارکت در امور اجتماعی		۶
۰/۷۸	کار کردن زنان از نگاه مردان روستای ما عیب نیست.		۷
۰/۸۶	برای راه‌اندازی کسب‌وکار جدید به ما آموزش داده شده است.		۸
۰/۶۹	محدودیت‌های طبیعی (سیل، آفات، بیماری) مانع ایجاد کسب‌وکار جدید نمی‌شوند.	کمبود امکانات	۹
گویه بی‌اثر	تا چه حد به جاده مناسب دسترسی دارید؟		۱۰
۰/۸۸	کمبود امکانات لازم برای تولیدات کشاورزی، دام و طیور، صنایع دستی و مانند اینها		۱۱
۰/۵۱	دسترسی به بازار فروش دارم.		۱۲
بی‌اثر	سطح سواد من مانع ایجاد کسب‌وکار جدید نیست.	فردی	۱۳
۰/۵۹	جرئت ریسک‌پذیری برای انجام کار جدید را دارم.		۱۴
۰/۷۹	اگر مسئولیت کاری به من واگذار شود به‌خوبی می‌توانم آن را انجام دهم (خودباوری - اعتمادبه‌نفس)		۱۵
گویه بی‌اثر	کار منزل تا چه حد امکان راه‌اندازی کسب‌وکار جدید را به شما می‌دهد؟	خانوادگی	۱۶
گویه بی‌اثر	میزان آزادی شما از طرف خانواده برای فروش محصولی که تولید کرده‌اید.		۱۷
۰/۶۱	سرپرست خانواده تا چه حد اجازه راه‌اندازی کسب‌وکار جدید را به شما می‌دهد؟		۱۸
۰/۸۲	دولت در ایجاد کسب‌وکار جدید مؤثر بوده است.	دولتی	۱۹
۰/۷۸	نهادهای دولتی ما را از نیاز بازار مصرف مطلع می‌کنند.		۲۰

یافته‌های تحقیق

در پژوهش حاضر، داده‌ها با هدف کشف قابلیت‌ها و موانع توسعه کارآفرینی زنان روستایی جمع‌آوری شدند و با استفاده از مدل تحلیل عاملی (روش چرخش واریمکس) تحلیل انجام شد.

روایی و پایایی

پیش از استفاده از روش تحلیل عاملی می‌بایست از بالابودن ضرایب همبستگی نمره بین سؤالات پرسشنامه اطمینان حاصل کرد. همان‌گونه که در جدول‌های ۳ و ۴ مشاهده می‌شود، با توجه به بالابودن ضریب همبستگی بین سؤالات پرسشنامه که در نتایج آزمون کایزر-مایر-اولکین و آزمون کرویت بارتلت و Anti-image نشان داده شده است، می‌توان نتیجه گرفت که انجام تحلیل عاملی توجیه دارد. پس از اطمینان از این پیش‌فرض، تحلیل عاملی به روش مؤلفه‌های اصلی و با استفاده از چرخش واریماکس روی پاسخ‌های آزمودنی‌ها در خصوص ۱۴ سؤال پرسشنامه در بخش قابلیت‌ها و ۲۰ سؤال در بخش موانع انجام شد. پس از مشاهده نتایج برای استخراج عامل‌ها از مقادیر ویژه بالاتر از یک به‌عنوان ملاک انتخاب استفاده شد. نمودار سنگریزه مؤید این انتخاب است.

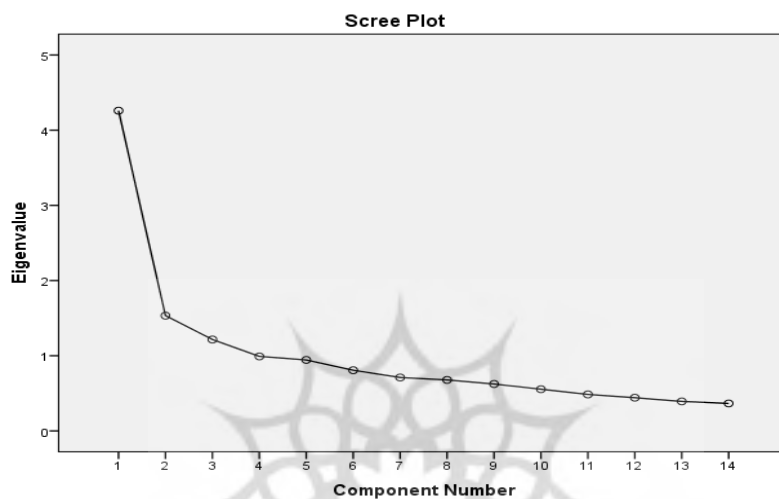
جدول ۳. نتایج آزمون KMO و بارتلت برای تعیین روایی پرسشنامه در بخش قابلیت‌ها

سطح معناداری	درجه آزادی	Anti-image	آزمون کرویت بارتلت	آزمون kmo
۰/۰۰۰	۹۱	بالاتر از ۰/۶۰	$\chi^2=1221$	۰/۸۲

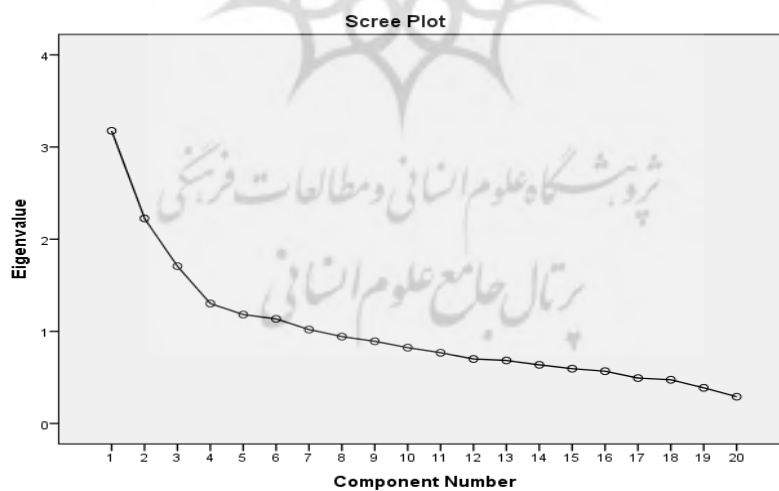
جدول ۴. نتایج آزمون KMO و بارتلت برای تعیین روایی پرسشنامه در بخش موانع

سطح معناداری	درجه آزادی	Anti-image	آزمون کرویت بارتلت	آزمون kmo
۰/۰۰۰	۲۰۰	بالاتر از ۰/۵۵	$\chi^2=1344$	۰/۷۱

نمودار سنگریزه در شکل‌های ۳ و ۴ نشان می‌دهد که در بخش قابلیت‌ها سه عامل و در بخش موانع شش عامل، مقدار ویژه بالاتر از یک دارند.



شکل ۳. نمودار سنگریزه مؤلفه‌های استخراجی در بخش قابلیت‌ها



شکل ۴. نمودار سنگریزه مؤلفه‌های استخراجی در بخش موانع

تحلیل قابلیت‌های توسعه کارآفرینی با استفاده از تحلیل عاملی

جدول ۵، مقدار ویژه و درصد واریانس تبیین‌شده و تراکمی را در بخش قابلیت‌ها نشان می‌دهد، که پس از چرخش‌های متعدد و حذف گویه‌های بی‌اثر، سه عامل با مجموع واریانس ۵۵/۱ مشخص شدند. این رقم قابل اعتماد است. نخستین عامل (انگیزش و پشتکار) دارای بیشترین بار است و واریانس ۲۲/۹ را تبیین می‌کند.

جدول ۵. مقدار ویژه و واریانس عوامل مربوط به قابلیت‌های توسعه کارآفرینی زنان

مؤلفه‌ها	استخراج اولیه			استخراج پس از چرخش واریانس		
	مقدار ویژه	درصد واریانس	درصد تراکمی	مقدار ویژه	درصد واریانس	درصد تراکمی
یکم	۳/۹	۳۲/۹	۳۲/۸	۲/۷	۲۲/۹	۲۲/۹
دوم	۱/۵	۱۲/۴	۴۵/۳	۲/۱	۱۷/۲	۴۰/۱
سوم	۱/۲	۹/۷	۵۵/۱	۱/۸	۱۵	۵۵/۱

جدول ۶. تفسیر قابلیت‌های توسعه کارآفرینی زنان روستایی و نام‌گذاری آنها

قابلیت‌های دهستان	قابلیت‌های فردی	انگیزش و پشتکار	گویه‌های پرسشی عوامل
		۰/۷۸	ترغیب
		۰/۷۱	مقدار کار درمقایسه با مردان خانواده
		۰/۶۳	میل به استفاده از ملحقات مسکن
		۰/۶۱	میل به تولید بیشتر
		۰/۵۷	تمایل به اجاره اتاق اضافه به گردشگر
		۰/۵۰	تمایل به کار بیشتر
	۰/۸۰		علاقه
	۰/۷۵		توان جسمی
	۰/۶۵		وقت
۰/۸۰			قابلیت جذب گردشگر در روستا
۰/۷۰			فضای کسب‌وکار در روستا
۰/۶۰			حضور گردشگر

با بررسی میزان اشتراک پرسش‌ها، پرسش‌های شماره ۱۰ و ۱۱ (جدول ۲) که اشتراک پایین‌تری درمقایسه با دیگر پرسش‌ها داشتند (زیر ۰/۵۰)، حذف شدند. عامل یکم با مقدار ویژه ۳/۹ نشان‌دهنده وجود مؤلفه‌های انگیزش و پشتکار، عامل دوم با مقدار ویژه ۲/۲ گویای وجود

قابلیت‌های فردی و نهایتاً عامل سوم با مقدار ویژه ۲/۱ بیانگر قابلیت‌های دهستان برای ایجاد کسب‌وکار و توسعه کارآفرینی زنان در این دهستان هستند.

تحلیل موانع توسعه کارآفرینی با استفاده از تحلیل عاملی

در این بخش، با هدف کشف موانع توسعه کارآفرینی زنان روستایی، تحلیل عاملی انجام شد. جدول ۷ مقدار ویژه و درصد واریانس تبیین‌شده و تراکمی را قبل و بعد از چرخش نشان می‌دهد. پس از چرخش‌های متعدد و حذف گویه‌های بی‌اثر، پنج عامل با مجموع واریانس ۵۲/۷ مشخص شد، که رقم قابل اعتمادی است.

جدول ۷. مقدار ویژه و واریانس عوامل مربوط به موانع توسعه کارآفرینی زنان

استخراج اولیه			استخراج پس از چرخش واریماکس			مؤلفه‌ها
مقدار ویژه	درصد واریانس	درصد تراکمی	مقدار ویژه	درصد واریانس	درصد تراکمی	
۳/۴	۱۹/۴	۱۹/۴	۲/۷	۱۵	۱۵	یکم
۱/۹	۱۰/۶	۳۰	۱/۸	۱۱	۲۶	دوم
۱/۵	۸/۶	۳۸/۶	۱/۶	۹/۹	۳۵/۹	سوم
۱/۲	۷/۵	۴۶/۱	۱/۶	۸/۷	۴۵/۶	چهارم
۱/۲	۷/۲	۵۳/۳	۱/۵	۸/۱	۵۲/۷	پنجم

با بررسی مقدار اشتراک پرسش‌ها، پرسش‌های شماره ۵، ۱۰، ۱۳، ۱۶ و ۱۷ (جدول ۲) که اشتراک کمتری درمقایسه با دیگر پرسش‌ها داشتند (زیر ۰/۵۰)، حذف شدند.

جدول ۸ مقدار ویژه عوامل مربوط به موانع توسعه کارآفرینی زنان را در محدوده مطالعه‌شده نشان می‌دهد. در بخش موانع، متغیرهای مربوط به عوامل فرهنگی-آموزشی، نخستین مانع مؤثر در ایجاد کسب‌وکار به‌شمار می‌آیند. با آنکه صاحب‌نظران بر این باورند که

کارآفرینی امری آموختنی است، اطلاعات حاصل از مطالعات میدانی نشان می‌دهند که این افراد از آموزش‌های تأثیرگذار و کارآمد بهره نبرده‌اند. متغیرهای مربوط به کمبود امکانات و خدمات، دومین عامل مؤثر در توسعه نیافتگی کارآفرینی زنان دهستان به‌شمار می‌آید.

جدول ۸. تفسیر موانع توسعه کارآفرینی زنان دهستان و نام‌گذاری آنها

فردی	دولتی	مالی	کمبود امکانات و خدمات	فرهنگی - آموزشی	گویه‌های پرسشی عوامل
				۰/۸۶	آموزش برای راه‌اندازی کسب‌وکار
				۰/۷۸	کارکردن زنان از نگاه مردان روستا
				۰/۷۱	میزان مشارکت
				۰/۶۱	تمایل سرپرست خانواده
				۰/۶۸	حسادت اطرافیان
				۰/۵۳	میزان اطلاع از وام خوداشتغالی
			۰/۸۸		امکانات تولید
			۰/۶۹		عوامل طبیعی
			۰/۵۱		میزان دسترسی به بازار فروش
		۰/۹			هزینه حمل‌ونقل
		۰/۸۶			توان مالی
	۰/۸۲				دولت در ایجاد کسب‌وکار جدید مؤثر بوده است.
	۰/۷۸				نهادهای دولتی ما را از نیاز بازار مصرف مطلع می‌کنند.
۰/۷۹					عدم خودباوری
۰/۵۹					عدم ریسک‌پذیری

عامل سوم، مربوط به اجزایی است که با هم موانع مالی را تشکیل می‌دهند. نقش و تأثیر این عامل در راه‌اندازی و تداوم فعالیت کارآفرینی بر کسی پوشیده نیست. عامل چهارم، موانع دولتی است و نشان می‌دهد که فضای کسب‌وکار زنان روستایی هنوز به عملکرد سازمان‌ها بستگی دارد. مانع پنجم، مربوط به عوامل فردی از جمله عدم ریسک‌پذیری و خودباوری است، که با افزایش اعتمادبه‌نفس زنان می‌توان حضور فعال آنان را در عرصه‌های مختلف کسب‌وکار فراهم کرد.

بحث و نتیجه‌گیری

توسعه کارآفرینی در روستاها یکی از راه‌حل‌های مفید شناخته‌شده برای رسیدن به توسعه روستایی است که برای تحقق آن وجود برخی توانایی‌ها و قابلیت‌ها ضروری است. ایجاد و تقویت تفکر کارآفرینی و رونق کسب‌وکار میان زنان روستایی بر اساس قابلیت‌های موجود، بسیار مفید خواهد بود. زنان روستایی در صورتی که درست هدایت شوند - با استفاده از استعدادهای بالقوه و بالفعل - امکان راه‌اندازی کسب‌وکار را به صورت فردی و گروهی دارند و می‌توانند کارآفرین شوند. نتایج حاصل از مطالعات میدانی که با استفاده از مدل تحلیل عاملی تجزیه و تحلیل شدند، نشان می‌دهند که با وجود قابلیت‌های لازم در زنان دهستان گوراب‌پس، به‌ویژه انگیزش و پشتکار در آنان، مسائل و مشکلات فرهنگی - آموزشی، کمبود خدمات و امکانات و مشکلات مالی از مهم‌ترین موانع توسعه کارآفرینی آنان در این دهستان به‌شمار می‌آیند. از این رو بهترین راهکار برای افزایش درآمد و کارآفرین کردن زنان دهستان گوراب‌پس، برطرف کردن موانع فرهنگی - آموزشی، مالی و ارائه خدمات به آنان تشخیص داده شد.

نتایج این مطالعه با نتایج مطیعی لنگرودی و همکاران (۱۳۹۱) همسان است و تأثیر وجود عوامل فردی برای توسعه کسب‌وکار را در این دهستان تأیید می‌کند. مقایسه نتایج نجارزاده و رضوانی (۱۳۸۷) با این پژوهش مطابقت دارد و نشان می‌دهد که میزان آشنایی روستاییان با

زمینه‌ها و مهارت‌های کارآفرینی بسیار اندک است. علیدوست و همکاران (۱۳۹۱) نیز در اولویت‌بندی موانع توسعه کارآفرینی زنان روستایی - همانند این تحقیق - موانع اقتصادی و آموزشی را از مهم‌ترین موانع توسعه کارآفرینی برشمردند. بنابراین نتیجه می‌گیریم اگر از قابلیت‌های موجود در محدوده استفاده بهینه شود، مهاجرت و بیکاری کاهش می‌یابد؛ زنان در تعیین سرنوشت خود شرکت می‌کنند؛ فرصت برای بیان اندیشه‌ها و قابلیت‌ها به وجود می‌آید؛ خلاقیت‌ها شکوفا و باعث رونق کسب‌وکار می‌شوند؛ پیوند میان دولت، تعاونی‌های زنان روستایی، کارآفرینان و زنان با قابلیت روستایی ایجاد می‌شوند؛ از منابع محلی بهره‌برداری مطلوب صورت می‌گیرد؛ تولید، توزیع و مصرف نظام‌مند می‌شود و نهایتاً منجر به عدالت اجتماعی و توسعه می‌شود.

راهکارها

براساس نتایج به دست آمده و به منظور اشاعه و تقویت فرهنگ کارآفرینی، ایجاد بستر مناسب برای بروز خلاقیت‌ها و نوآوری زنان روستایی و بهره‌گیری از استعدادها و توانایی‌های آنان راهکارهایی پیشنهاد می‌شود.

۱. ایجاد نمایشگاه و فروشگاه عرضه محصولات محلی و صنایع دستی تولیدشده به دست زنان دهستان در مرکز شهرستان؛
۲. ایجاد تشکل‌های زنان روستایی و انجمن خوداشتغالی زنان دهستان با استفاده از روش مشارکتی برای بهبود وضعیت اشتغال آنان؛
۳. استفاده از شرکت تعاونی زنان روستایی دهستان‌های همجوار (دهستان گشت و جیرده) در کار بسته‌بندی محصولات باغی، زراعی و گیاهان دارویی به منظور هم‌افزایی قابلیت‌های زنان روستایی، ایجاد کسب‌وکار جدید و افزایش درآمد آنان؛

۴. استفاده از خانه‌های سنتی به منظور ارائه خدمات اقامتی به گردشگران برای افزایش درآمد زنان روستایی ضمن توجه به تبعات اجتماعی- فرهنگی آن؛
۵. ایجاد بانک اطلاعاتی زنان با قابلیت و نوع قابلیت‌های آنان؛
۶. برگزاری کارگاه‌های تخصصی و انتقال مهارت سالمندان به جوانان؛ و
۷. ترویج فرهنگ کارآفرینی، شناسایی کارآفرینان موفق و حمایت جدی و مؤثر از کسب‌وکارهای زنان این دهستان برای دسترسی به اشتغال پایدار.

منابع

- احمدپور داریانی، محمود، ۱۳۸۷، کارآفرینی؛ تعاریف، نظریات و الگوها، انتشارات جاجرمی، تهران.
- افتخاری، عبدالرضا رکن‌الدین و سجاسی قیداری، حمدالله، ۱۳۸۹، توسعه روستایی با تأکید بر کارآفرینی، انتشارات سمت، تهران.
- اکبری، کرامت، ۱۳۸۵، توسعه کارآفرینی، انتشارات جهاد دانشگاهی، تهران.
- برول، وین جی، ۱۳۸۸، کارآفرینی در جهان کمتر توسعه یافته، ترجمه علیرضا رضایت، دانشنامه کارآفرینی، انتشارات بنیاد دانشنامه‌نگاری ایران، تهران.
- پترین، تی، ۱۳۸۱، کارآفرینی به‌منزله یک نیروی اقتصادی در توسعه روستایی، ترجمه حمیدرضا زرنکار، نشریه جهاد، شماره ۲۵۳.
- سازمان جهاد کشاورزی استان گیلان، ۱۳۹۲، اداره آمار و فناوری اطلاعات.
- سرمد، زهره، بازرگان، عباس، حجازی، الهه، ۱۳۸۷، روش‌های تحقیق در علوم رفتاری، انتشارات آگاه، تهران.
- عباس‌زادگان، سیدمحمد و فتوت، احمدرضا، ۱۳۸۴، کاربرد روایی و پایایی در پژوهش، انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی، تهران.
- علیدوست، سمیه، لشکرآرا، فرهاد و حسینی، فرج‌اله، ۱۳۹۱، اولویت‌بندی موانع توسعه کارآفرینی زنان روستایی شهرستان گرمسار، کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب‌وکارهای دانش‌بنیان.

گلیچ، زهرا، ۱۳۸۴، کارآفرینی روستایی و توسعه پایدار، ماهنامه سروش بانوان، شماره ۶۳، مهر، صص. ۱۲-۱۳.
گیرشمن، رومن، ۱۳۷۲، ایران از آغاز تا اسلام، ترجمه محمد معین، انتشارات علمی و فرهنگی، تهران.
محمدی، مقداد، ۱۳۹۰، اشتغال زنان و نقش آن در توسعه کشور، قابل دسترس در:
www.jobportal.ir

مرکز آمار ایران، ۱۳۷۵، ۱۳۸۵ و ۱۳۹۰، سرشماری عمومی نفوس و مسکن.

مرکز بهداشت شهرستان فومن، ۱۳۹۲، شبکه بهداشت و درمان استان گیلان.

مطیعی لنگرودی، حسن، قدیری معصوم، مجتبی، دادورخانی، فضیله، یدالهی، جهانگیر و ترکشوند، زهرا،
۱۳۹۱، تبیین عوامل مؤثر بر توانمندسازی روستاییان در توسعه کارآفرینی بخش‌های زند و
سامن شهرستان ملایر، پژوهش‌های جغرافیای انسانی، شماره ۸۰، صص. ۱۳۸-۱۱۹.

مهرعلی‌زاده، یداله و چینی‌پرداز، رحیم، ۱۳۸۳، روش‌های تجزیه و تحلیل داده‌های آماری و آزمون
فرضیه در علوم اجتماعی و مدیریت، انتشارات کتابیران، تهران.

موسوی جهرمی، یگانه، ۱۳۸۸، توسعه اقتصادی و برنامه‌ریزی، انتشارات دانشگاه پیام نور، تهران.

نجرزاده، محمد و رضوانی، محمدرضا، ۱۳۸۷، بررسی و تحلیل زمینه‌های کارآفرینی روستاییان در
فراپند توسعه نواحی روستایی (مطالعه موردی: دهستان برآآن جنوبی شهرستان اصفهان)،
همایش بین‌المللی مهارت‌آموزی و اشتغال، دانشکده جغرافیا، دانشگاه تهران.

GEM, 2003, **Does Gender Affect the Entrepreneurship?**, Available at: www.fekreno.org (April 2003).

Lordkipanidze, Maia, Brezet, Han, Backman, Mikael, 2005, **The Entrepreneurship Factor Insustainable Tourism Development**, Journal of Cleaner Production, No. 13, PP. 787-789.

Reagan, B., 2002, **Are High-Growth Entrepreneurs Building the Rural Economy?**, Federal Reserve Bank of Kansas City, Mo.: Center for the Study of Rural America.

Sapleton, N., 2009, **Women Non-traditional Enterpreneurs and Social Capital**, International Journal of Gender and Entrepreneurship, 1(3), PP. 128-192.

U.S. Dpartment of Housing and Urban Development (HUD), 1999, **Creating Employment and Entrepreneurship Opportunities for Youth, Neighborhood Networks Information Center**, Available at: www.Neighborhood Networks.org.