



موانع توسعه کسب و کارهای خانگی زنان در مناطق روستایی (مورد واکاوی؛ شهرستان رضوانشهر استان گیلان)

دکتر فاطمه قربانی پیرعلیده^{۱*}

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱/۵

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۱/۲۴

چکیده:

مشاغل خانگی به عنوان یک تلاش اشتغال‌زا، به دنبال توانمندسازی اقتصادی و اجتماعی زنان روستایی و توسعه پایدار روستایی است. اما در عمل ایجاد و گسترش مشاغل خانگی با مشکلات گوناگونی رو به‌رو هستند. بنابراین تحقیق حاضر با هدف شناسایی موانع توسعه کسب و کارهای خانگی زنان در مناطق روستایی شهرستان رضوانشهر به انجام رسید. تحقیق حاضر از نظر رویکرد کلی، کیفی و از نظر هدف، کاربردی است. گروهی متشکل از ۳۰ زن روستایی و ۱۰ نفر از کارشناسان، محققان و کارآفرینان روستایی به صورت هدفمند با روش گلوله برفی به عنوان نمونه مورد بررسی انتخاب شدند. به منظور جمع‌آوری داده‌ها از مصاحبه‌های نیمه‌ساختارمند بهره گرفته شد. اعتبارسنجی یافته‌ها از طریق بازبینی یافته‌ها توسط مشارکت‌کنندگان و تکنیک مثلث‌سازی به انجام رسید. نتایج نشان داد که موانع فردی - شخصیتی، موانع اقتصادی - مالی، موانع فرهنگی - اجتماعی، خانوادگی و موانع نهادی - قانونی، موانع توسعه کسب و کارهای خانگی زنان در مناطق روستایی شهرستان رضوانشهر هستند. برگزاری دوره‌های آموزشی، بازدیدهای میدانی از زنان روستایی موفق، برپایی نمایشگاه‌های ملی و منطقه‌ای، ارائه خدمات آموزشی و مشاوره‌ای، تأمین نیازهای مالی و تشکیل تعاونی و انجمن زنان روستایی دارای کسب و کار خانگی جهت ساماندهی مشاغل خانگی پیشنهاد می‌شود.

واژگان کلیدی: کسب و کارهای خانگی، اشتغال‌زایی، زنان روستایی، شهرستان رضوانشهر

* f.ghorbani@sanru.ac.ir

۱. استادیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده علوم زراعی دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی، ساری، ایران

۱. مقدمه

زنان روستایی به عنوان نیمی از جمعیت جهان، فعالیت‌های مختلفی را نیز انجام می‌دهند اما این فعالیت‌ها منجر به درآمدهای ملموسی برای زنان نمی‌شود. همین امر باعث شده است که زنان روستایی بر انتخاب‌های زندگی خود کنترل کمتری داشته باشند (اشرف^۱ و همکاران، ۲۰۰۶: ۲۹). همچنین نابرابری موجود در سطح روستا زمانی که در رابطه با زنان روستایی مطرح می‌شود، شدت بیشتری می‌یابد. به عبارت دیگر زنان روستایی در بهره‌گیری از منابع و ظرفیت‌های موجود در جوامع با محرومیت بیشتری رو به رو هستند. این موضوع باعث شده است که فعالیت‌های اقتصادی زنان روستایی در سطحی محدودتر و با درآمد کمتر انجام شود و به تبع آن زنان روستایی موقعیت اقتصادی- اجتماعی پایین‌تری از سایر اقشار داشته باشند (کایور^۲ و همکاران، ۲۰۰۵). با وجود چنین مشکلاتی به خصوص در رابطه با زنان روستایی، به نظر می‌رسد که خوداشتغالی فرصت مناسبی را برای بهبود شرایط زنان روستایی فراهم می‌کند.

امروزه در همه جوامع، ایجاد و تقویت خوداشتغالی و کارآفرینی کم و بیش مورد تأکید است و دیدگاه‌ها و روش‌های مختلفی برای ارتقای آن ارائه شده است که بر حسب شرایط هر جامعه می‌توان از آن‌ها بهره گرفت (سوبل و کینگ^۳، ۲۰۰۸: ۴۳۱). کارآفرینی چرخ زندگی بشر را در این دنیا متحول کرده است. اقتصاددانان و صاحب‌نظران معتقد هستند که کارآفرین با ارائه محصولات و خدمات جدید می‌تواند جامعه را به سمت پیشرفت و توسعه سوق دهد (کیوراتکو و هادجتز^۴، ۲۰۰۴: ۳۵). در بین مشاغل مختلفی که زنان روستایی می‌توانند با اشتغال به آن‌ها زمینه‌های کارآفرین شدن خود را فراهم بیاورند، مشاغل خانگی که کسب و کارهای کوچک مقیاس نیز هستند از جایگاه خاصی برخوردارند.

مشاغل خانگی به منزله راه‌حلی متناسب با شرایط زندگی فردی و اجتماعی زنان روستایی می‌تواند باعث ارتقای وضعیت اقتصادی و اجتماعی آنان شود؛ به طوری که اکثر صاحبان کسب و کارهای خانگی بر این باورند که کار کردن در خانه، کیفیت زندگی آن‌ها را بهبود می‌بخشد (غلامی، ۱۳۹۱: ۵). مشاغل خانگی علاوه بر حل معضل بیکاری فرصت مناسبی را برای ایجاد ایده‌های کارآفرینانه با هزینه و خطر کمتر فراهم می‌کند. کسب و کارهای خانگی به شاغلین خود آزادی عمل و استقلال کاری بیشتر می‌دهد. انعطاف‌پذیری بیشتر مشاغل خانگی با شرایط زندگی زنان روستایی و مشغله‌ی زیاد آن‌ها هماهنگی بیشتری دارد و امکان حضور زنان روستایی را در منزل

1. Ashraf
2. Kaur
3. Sobel and King
4. Kuratko and Hadgetts

ایجاد می‌کند و با بهبود شرایط اقتصادی تلاش می‌کند که تا شرایط اجتماعی زنان روستایی را نیز ارتقا ببخشد.

به اعتقاد گیبوسن و اولویا^۱ (۲۰۰۶) مشاغل خانگی توانسته‌اند زمینه ایجاد اشتغال و ماندگاری در جامعه روستایی را در فعالیتهای کشاورزی و غیرکشاورزی فراهم ساخته و نوعی امید و شادابی را به جامعه هدف ارزانی دارند؛ این مسأله با استقبال متخصصان توسعه روستایی نیز رو به رو شده است، به گونه‌ای که برخی متخصصان توسعه کسب و کارهای کوچک و خانگی در محیط روستایی را مهم‌ترین راهکار توسعه روستایی در کشورهای جهان سوم در نظر می‌گیرند. مشاغل خانگی باعث ایجاد تنوع شغلی در بین اقشار مختلف روستایی به خصوص زنان روستایی می‌شوند.

وجود تنوع شغلی نیز مانند اهرم قوی عمل کرده و زمینه توسعه روستایی پایدار را فراهم می‌کند. بنابراین به مشاغل خانگی نیز باید به‌عنوان یک تلاش کارآفرینانه جهت توسعه پایدار روستایی نگریست که تلاش می‌کند که قشر زنان فقیر روستایی که اغلب به حاشیه نیز رفته‌اند را مجدد به حضور پررنگ‌تر اقتصادی و اجتماعی دعوت کند. اشتغال زنان روستایی در بسیاری از جوامع به طور گسترده پذیرفته شده نیست و زنان روستایی در شروع و توسعه یک کسب و کار پایدار، با موانع زیادی از جمله موانع نهادی، اقتصادی، اجتماعی و غیره مواجه هستند (زرنگار، ۱۳۸۱: ۱۰).

زنان روستایی شهرستان رضوانشهر نیز با چنین موانعی مواجه هستند. شهرستان رضوانشهر از جمله شهرستان‌های استان گیلان است که اغلب ساکنان آن به شغل کشاورزی و دامداری مشغول هستند. زنان روستایی این شهرستان نیز در گذشته فعالیت‌هایی همچون نوغانداری و دامداری را انجام می‌دادند اما در شرایط فعلی بسیاری از این مشاغل توسط زنان روستایی دنبال نمی‌شود. این در حالی است که شهرستان رضوانشهر به دلیل مناطق زیبای گردشگری و فعالیت‌های کشاورزی، فرصت مناسبی برای ارائه خدمات گردشگری، صنایع دستی و فروش محصولات کشاورزی دارد. اما عدم استقبال زنان روستایی از مشاغل خانگی علی‌رغم مزایایی که این مشاغل دارند، نشان‌دهنده این است که احیای کسب و کارهای خانگی برای توانمندسازی اقتصادی و اجتماعی زنان روستایی منطقه لازم و ضروری است. بنابراین شناسایی موانع کسب و کارهای خانگی و ارائه راهکارهای مناسب برای اجرایی شدن مشاغل خانگی در جهت توانمندسازی، ایجاد اشتغال، کارآفرینی، درآمدزایی و توسعه روستایی منطقه ضروری خواهد بود. لذا تحقیق حاضر با هدف بررسی موانع توسعه کسب و کارهای خانگی زنان در مناطق روستایی شهرستان رضوانشهر به انجام رسید.

1. Gibosen and Olivia

مبانی نظری تحقیق

امروزه توجه به زنان و مشارکت آنان در فعالیتهای اقتصادی و اجتماعی، یکی از معیارهای مهم در ارزیابی موفقیت برنامه‌های توسعه در کشورها می‌باشد (محمودیان، ۱۳۸۲: ۱۹۲). مشاغل و کسب و کار خانگی از جمله راهکارهایی است که می‌تواند مشارکت زنان روستایی را در فعالیتهای اقتصادی و اجتماعی ارتقا بدهد. اگرچه کسب و کارهای خانگی اغلب جزء بخش پنهان و غیر رسمی اقتصاد به حساب می‌آیند (پرات^۱، ۲۰۰۰)، اما نقش قابل توجهی را در ثروت و رشد اقتصادی یک جامعه و توسعه‌ی سرمایه‌ی اجتماعی آن دارند. فرصت‌های کسب و کارهای خانگی باعث خوداشتغالی در راستای رفع کاستی‌های و تأمین نیازهای محلی یک اقتصاد شده و راه را برای توسعه‌ی پایدار اقتصادی هموار می‌کند (هورگان^۲، ۲۰۰۱ الف).

طبق نظر موالی‌زاده (۱۳۸۹) مشاغل خانگی هر گونه کاری است که به وسیلهٔ اعضای خانواده در محیط خانه صورت می‌گیرد و مزاحمتی برای همسایگان ایجاد نمی‌کند. همچنین تولید کالا فقط در محیط خانه انجام شده و عرضه، فروش و بازاریابی آن می‌تواند به خارج از محیط مسکونی انتقال یابد. در ضمن خانه‌هایی که تمام یا قسمتی از فرایند تولید و تکمیل کالا در آن‌ها صورت می‌گیرد به‌عنوان واحدهای کسب و کار هستند. هر واحد کسب و کار خانگی به‌طور متوسط از ۴ نفر نیروی کار تشکیل می‌شود (نجاهی و قاسم‌پور، ۱۳۸۹).

بر طبق نظریه‌ی هورگان (۲۰۰۱ ب) کسب و کارهای خانگی موجب رشد اشتغال و کم کردن هزینه‌های سربار اقتصادی شده و در نهایت وسیله‌ای برای رشد اقتصادی منطقه‌ای است. مشاغل خانگی مزایا و منافع زیادی را برای صاحبان آن‌ها در پی دارد که از جملهٔ آن می‌توان به توازن بین مسئولیت خانوادگی و اشتغال آن‌ها، حذف هزینهٔ خرید، رهن و اجارهٔ کارگاه و ایاب و ذهاب، به‌کار گرفتن نیروی کار سایر اعضای خانواده و ایجاد زمینهٔ کار خانوادگی، امکان انتقال تجارب از طریق اعضای خانواده و غیره اشاره نمود. ناهید و قنبری (۱۳۸۹) نیز ضمن اشاره به اهمیت مشاغل خانگی از دید عموم مردم بر این نکته تأکید دارند که افراد بیشتر ترجیح می‌دهند نیازهای خود را در نزدیک‌ترین مکان ممکن تأمین کنند، و همین مسئله دلیلی برای به وجود آمدن کسب و کارهای خانگی در مناطق مختلف است و این موجب می‌شود که حجم پولی و فعالیتهای مبادله‌ای در آن منطقه صورت بگیرد و خود باعث فرصت‌های کاری بیشتر و افزایش اشتغال در آن مناطق می‌شود.

1. Pratt
2. Horgan

تیپل^۱ (۲۰۰۶) نیز معتقد است که به کسب و کارهایی می‌توان عنوان خانگی را اطلاق کرد که صرف‌نظر از اندازه و نوع آن‌ها، محل کار اصلی‌شان در خانه واقع باشد. اما نقطه‌ی تمایز و ابهام در تفاوتی است که میان کارکنان خانگی و کارآفرینان خانگی وجود دارد؛ به این ترتیب که بین فعالیت‌های افرادی که در استخدام و قرارداد یک شرکت یا مؤسسه مستقل بیرونی بوده اما دفتر کار و محل انجام وظایف آن‌ها در خانه است با فعالیت‌های افرادی که در استخدام هیچ سازمانی یا مؤسسه‌ای نبوده و به‌طور مستقل برای ایجاد ارزش افزوده به کارهای تولیدی، خدماتی و فروش می‌پردازند، تفاوت وجود دارد.

در مجموع کسب و کارهای اقتصادی مبتنی بر خانه را به سه دسته تقسیم‌بندی می‌کنند: الف) کسب و کار خانگی: در این شیوه فرد شغل خود را به منزل می‌آورد و به جای این‌که هزینه‌های زیادی برای اجاره یا خرید ساختمان بدهد می‌تواند در منزل خود کار خود را به انجام برساند. بنابراین در محیط خانه فقط تولید کالا انجام می‌شود و عرضه، فروش و بازاریابی آن به خارج از محیط مسکونی انتقال می‌یابد.

ب) کسب و کار مبتنی بر خانه: در این روش افراد کالاها و خدمات تولید شده‌ی خود را به درب یا در داخل منزل دیگران تحویل می‌دهند. در این نوع روش کسب و کار مهم نیست که کالاها در کجا تولید شده بلکه معیار این است که کالاها و خدمات در منازل مصرف‌کنندگان تحویل داده شود. در این نوع کالای خانگی، ارزش افزوده کالاها و خدمات نصیب کسی می‌شود که از بیرون این کالاها را می‌آورد؛

ج) کارآفرینی مبتنی بر خانه: این نوع کارآفرینی عبارت است از فرایند ایجاد اشتغال در خانه از راه تشکیل مجموعه‌ی منحصر به فردی از منابع به منظور بهره‌گیری از فرصت‌ها (حسینی، ۱۳۸۶). قربانی پیرعلیده‌ی و صی محمدی به نقل از سالازار^۲ (۱۳۹۵) انواع کارکنان خانگی را بر اساس چگونگی استخدام و نوع مدیریت و کنترلی که بر کار دارند در چهار دسته جای می‌دهد که کسب و کارهای خانگی یکی از این چهار دسته به حساب می‌آیند (شکل ۱).

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

1. Tipple
2. Salazar



شکل ۱- چارچوبی برای کسب و کارهای خانگی (قربانی پیرعلیده‌ی و صی محمدی به نقل از سالازار، ۱۳۹۵)

بر اساس دسته‌بندی ارائه شده، کارکنان خانگی در چهار گروه قرار می‌گیرند که یک دسته کارمندان خانگی هستند. این افراد تنها در استخدام و حقوق‌بگیر یک سازمان بیرونی بوده و تحت کنترل و نظارت آن‌ها نیز قرار دارند و استقلال زیادی در چگونگی انجام وظایف خود ندارند. متخصصان و مدیران حرفه‌ای نیز اگرچه مزدبگیر یک سازمان بیرونی هستند اما مدیریت و کنترل بسیاری از جوانب کاری خود را بر عهده دارند. مقاطعه‌کاران نیز بخشی از زنجیره‌ی تولید و خدمات‌های یک سازمان بیرونی بوده و تحت سفارش و به خواست آن فعالیت کرده و کارانه دریافت می‌کنند. صاحبان کسب و کارهای خانگی نیز خود به‌طور مستقل یک فعالیت اقتصادی را راه‌اندازی کرده و درباره‌ی تولید، ارائه‌ی خدمات‌ها و فروش محصولات تولیدی‌شان تصمیم‌گیری می‌کنند.

زنان در بازار کار ایران صد سال بعد از زنان جوامع صنعتی جهان حضور یافتند، زیرا با وجود فرایندهای مدرنیزاسیون، بازار کار ظرفیت جذب نیروی کار زنان را نداشته است به خصوص که نیروی کار زنان در مقایسه با نیروی کار مردان فاقد آموزش و تخصص هم بوده است. بنابراین می‌توان گفت که اگر درباره‌ی اشتغال مردان عوامل جمعیتی مانند ساختار سنی جمعیت، روند مهاجرت، میزان رشد جمعیت و میزان عرضه و تقاضای نیروی کار تعیین‌کننده است در زمینه‌ی اشتغال زنان، عرف و هنجارهای اجتماعی است که راهگشای آنان به بازار و عرصه‌ی فعالیت‌های اقتصادی و یا بازدارنده‌ی حضور آنان در بخش عمده‌ای از فعالیت‌های شغلی است (رفعت‌جاه و خیرخواه، ۱۳۹۲: ۱۳۱).

نکته‌ای که نوری (۱۳۸۱) در پایان‌نامه‌ی خود با عنوان «مقایسه‌ی وضعیت سلامت عمومی مادران شاغل و خانه‌دار شهر تهران و رابطه‌ی آن با کارکرد خانواده» مورد تأکید قرار داده این است که از دید زنان، کار بیرون از خانه در مقایسه با کارهای خانگی از اعتبار و ارزش بالاتری برخوردار است. این اعتبار

احتمالاً از آنجا ناشی می‌شود که شأن و منزلت انسانی، امروزه با ارزش‌های مادی قرین شده و از آنجا که تصور عمومی بر این است که صرفاً کار بیرون از منزل یا کار در ازای درآمد، مولد ارزش‌های اقتصادی است در نتیجه به امور خانه‌داری که مولد درآمد و دارای ارزش اقتصادی تصور نمی‌شود، کمتر بها داده می‌شود. به همین جهت بسیاری از زنان خانه‌دار اشتغال زنان را امری مثبت و مطلوب تلقی می‌کنند و به ایفای نقش‌های شغلی به صورت اشتغال بیرون از منزل تمایل نشان می‌دهند.

با توجه به اهمیت جایگاه اشتغال زنان، نظریات موجود در این رابطه را می‌توان در دو دسته کلی رویکردهای جامعه‌شناختی و رویکردهای اقتصادی تقسیم‌بندی نمود.

(۱) رویکردهای جامعه‌شناختی در رابطه با اشتغال زنان:

الف) نظم‌گرایان: به اعتقاد اعزازی (۱۳۸۲) نظم‌گرایانی همچون پارسونز در رابطه با اشتغال زنان بر این دیدگاه استوارند که مرد رئیس خانواده است و نقش نان‌آوری را بر عهده دارد و زن نقش کدبانویی خانواده را ایفا می‌کند. بنابراین زن وقتی شاغل است رقیب شوهرش می‌شود و نظام خانواده به هم می‌ریزد.

ب) توسعه‌گرایان: طاعتی (۱۳۷۸) بیان می‌دارد در نظریه‌های توسعه، زنان بخش محروم جامعه هستند که باید از برنامه‌های توسعه منتفع شوند. در این نظریات معمولاً رفاه خانواده مورد توجه است ولی تجربه ثابت کرده که رفاه خانواده لزوماً امنیت و رفاه را برای زنان تضمین نمی‌کند. اما بر اساس نظریه‌های مبتنی بر توسعه‌ی پایدار زنان نه تنها در زمره محرومان و مصرف‌کنندگان برنامه‌های توسعه شمرده نمی‌شوند بلکه عامل توسعه هستند. بدین ترتیب آن‌ها در زمره سیاست‌گذاران، طراحان، برنامه‌ریزان و به عبارت دیگر مدیر و همچنین بهره‌ور منافع توسعه به شمار می‌آیند. یعنی بخشی از آحاد ملت هستند که از حقی برابر مردان در منابع اقتصادی کشور برخوردارند.

(۲) رویکردهای اقتصادی:

الف) تئوری‌های نئوکلاسیک: بر اساس این دیدگاه زنان به سبب بهره‌وری کمتر در مقایسه با مردان جایگاه و درآمد نازل‌تر دارند. این تئوری بخشی از مسائل مربوط به اشتغال زنان از جمله نقش‌های متعدد و مسئولیت‌های خانوادگی را توضیح می‌دهد اما بخش‌های مهمی از آن را مغفول می‌گذارد و به مسائل و موانع اجتماعی و فرهنگی مرتبط با اشتغال زنان اشاره‌ای نمی‌کند.

ب) تئوری‌های تقسیم‌بندی بازار کار: در تئوری‌های بازار کار فرض اساسی این است که جنسیت یکی از مهم‌ترین عواملی است که بازار کار را به دو بخش جداگانه تقسیم می‌کند. در بخش زنانه بازار کار، تعداد مشاغل به صورت تصنعی و غیرواقعی محدود می‌شود. این محدودیت موجب بروز تراکم در بخش زنانه بازار کار شده و این نکته دلیل اصلی پایین بودن جایگاه شغلی دستمزدهای زنان است (قربانی پیرعلیدهی و صی‌محمدی، ۱۳۹۵: ۵۸-۵۷).

ج) تئوری‌های جنسیتی: تئوری‌های جنسیتی تفاوت در شخصیت اجتماعی را از طریق سه مدل بیولوژیکی، فرهنگی-اجتماعی و اجتماعی-زیستی توضیح می‌دهد. نوروزی (۱۳۸۳) معتقد است که تئوری‌های جنسیتی بر این نکته تأکید دارند که مشاغل زنانه مانند آموزگاری و پرستاری انعکاسی از نقش خانگی زنان است. ممکن است مهارت‌های مورد نیاز برای برخی مشاغل زنان از مشاغل مردان بیشتر باشد اما این مشاغل هم دستمزد کمتری دریافت می‌کنند. نظام‌های ارزشیابی شغلی در تعیین ارزش کار گرایش به آن دارند که به کیفیاتی که عموماً منتسب به مردان است، مانند نیروی جسمانی، بیش از خصوصیات زنانه مانند چابکدستی و شکیبایی بها بدهند.

پیشینه تحقیق

محققان مختلفی به بررسی موانع کسب و کارهای خانگی در داخل و خارج از کشور پرداختند. به‌عنوان نمونه نتایج پژوهش کنت و کجلدسو^۱ (۲۰۰۰) با عنوان «زنان کارآفرین در زمان حال و آینده» نشان داد که انجام وظایف منزل و وجود فرزندان خردسال مانعی برای ورود و عدم گرایش به سمت مشاغل خانگی در بین زنان است.

نایتامر^۲ (۲۰۱۳) به نقل از سازمان بین‌المللی کار مهم‌ترین موانع کارآفرینی زنان را در موارد ذیل می‌داند: الف) موانع رفتاری: زنان اعتماد به نفس کمتر و تصور منفی از خود دارند، ب) موانع ایفای نقش: تعارض بین وظایف مختلف با محدودیت‌های زمانی، ج) موانع اجتماعی و فرهنگی: دید منفی به زنان در کار، د) موانع تحصیلی: زنان سطح تحصیلات پایین‌تری نسبت به مردان دارند و اغلب دسترسی محدود به فرصت‌های آموزشی شغلی دارند، ه) موانع شغلی: زنان فرصت‌های کمتری در بخش رسمی اقتصاد برای پیشرفت مهارت‌های خود دارند، و) موانع زیربنایی: دسترسی به اعتبار، فناوری، خدمات حمایتی، زمین و اطلاعات به طور اصولی برای زنان مشکل‌تر است، ز) موانع قانونی: فعالیت‌های قانونی مستقل برای زنان محدود است.

مندپاکا^۳ (۲۰۱۴) در تحقیقی با هدف «بررسی چالش‌های پیش‌روی زنان کارآفرین در کشورهای در حال توسعه؛ مطالعه موردی شهر کینگ ویلیامز^۴ در آفریقای جنوبی» مصاحبه‌های عمیقی را با ۳۰ نفر از افراد به منظور جمع‌آوری اطلاعات اولیه به انجام رساند. نتایج نشان داد که فشارهای خانوادگی، عدم تحصیلات در زنان و عدم دسترسی به بازار موانع موفقیت زنان کارآفرین هستند.

1. Kent and Kjeldsev
2. Niethammer
3. Mandipaka
4. King Williams

ال- قامری^۱ (۲۰۱۶) در پژوهش خود تحت عنوان «چالش‌های پیش‌روی مشاغل زنان و اثر منفی آن بر عملکرد مشاغل خرد در استان جده عربستان سعودی» طرح غیر آزمایشی اکتشافی را به انجام رساندند. نتایج پژوهش نشان داد که اصلی‌ترین چالش پیش‌روی اشتغال‌زایی زنان تبعیض‌ها و محرمیت‌های زیرساختی است که در رأس این محدودیت‌ها، محدودیت‌های خانوادگی وجود دارد. در مطالعه جواهری و قضاوتی (۱۳۸۴) با هدف بررسی «موانع کارآفرینی زنان: بررسی تأثیر نابرابری جنسی بر کارآفرینی زنان در ایران»، محققان گزارش کرده‌اند که نابرابری جنسیتی موجود در جامعه ایران که بیشتر جنبه‌ی اقتصادی و فرهنگی دارد از قابلیت کارآفرینی زنان می‌کاهد. در این زمینه به نقش خانواده، نظام تعلیم و تربیت، باورهای کلیشه‌ای، ناهماهنگی انتظارات نقشی و مناسبات حاکم بر سازمان کار اشاره شده است (جواهری و قضاوتی، ۱۳۸۴: ۱۷۸).

پیشگاهی‌فرد و ام‌البینی (۱۳۸۹) در مطالعه با عنوان «آینده پژوهشی وضعیت اشتغال زنان در منطقه‌ی خاورمیانه با تأکید بر جایگاه ایران» مهم‌ترین موانع توسعه‌ی مشاغل خانگی را شامل بالا رفتن بهره‌ی بانکی، نداشتن وثیقه هنگام دریافت وام بانکی، دسترسی نداشتن به اعتبارات به‌دلیل معضلات فرهنگی حاکم بر روستا، آشنا نبودن با قوانین مرتبط و پایین بودن سرمایه‌ی اولیه معرفی کرده‌اند.

در مطالعه علی‌دوست و همکاران (۱۳۹۱) با هدف «اولویت‌بندی موانع توسعه‌ی کارآفرینی زنان روستایی شهرستان گرمسار» محققان به این نتیجه رسیدند که موانع اقتصادی و آموزشی مهم‌ترین موانع در مسیر توسعه‌ی کارآفرینی این قشر از جامعه هستند. حیدری ساربان (۱۳۹۱) در تحقیق خود با عنوان «اولویت‌بندی موانع مؤثر بر کارآفرینی زنان روستایی با روش AHP» مؤثرترین موانع پیش‌روی کارآفرینی زنان روستایی را موانع فردی، اقتصادی و روان‌شناختی و در اولویت‌های بعدی موانع اجتماعی- فرهنگی تشخیص داد.

سواری و همکاران (۱۳۹۶) در «بررسی مانع اشتغال زنان روستایی در بخش صنایع دستی در شهرستان دیواندره» مهم‌ترین موانع گسترش صنایع دستی از دیدگاه زنان روستایی این شهرستان را عدم توجه و حمایت‌های دولتی عنوان کردند. علاوه بر آن تحلیل موانع توسعه‌ی صنایع دستی به استخراج پنج مانع اصلی اقتصادی، زیرساختی، اجتماعی- فرهنگی، کمبود آموزش و روان‌شناختی منجر شد.

نجفی و صفا (۱۳۹۳) تحقیقی را با عنوان «بررسی کسب و کارهای خانگی کارآفرینانه و موانع و چالش‌های توسعه‌ی آن‌ها در مناطق روستایی» انجام دادند. نتایج تحقیق آن‌ها نشان داد که برخی از مهم‌ترین موانع شامل عدم وجود طرح کسب و کار مناسب، نبود تجربه و تخصص لازم در روستائیان،

عدم دسترسی مناسب روستائیان به بازار، عدم دسترسی به اطلاعات و منابع اطلاعاتی، عدم تأمین مالی جهت سرمایه‌گذاری کسب و کار خانگی و وجود موانع قانونی بودند.

در مطالعه‌ی تقی بیگی و همکاران (۱۳۹۳) که با عنوان «بررسی موانع و راهکارهای مناسب توسعه‌ی مشاغل خانگی روستایی شهرستان اسلام آباد غرب» انجام شد به این نتیجه رسیدند که مهم‌ترین موانع از دید زنان روستایی به ترتیب موانع شخصیتی، فردی، اقتصادی، خانوادگی و دولتی است. از دید کارشناسان نیز مهم‌ترین موانع به ترتیب موانع خانوادگی، فردی، شخصیتی، دولتی و اقتصادی هستند. نتیجه مطالعه‌ی احمدی و همکاران (۱۳۹۳) با عنوان «شناسایی موانع گسترش مشاغل خانگی در سطح شهر قزوین (مطالعه موردی ۱۵۰ مشاغل خانگی)» در بین ۱۵۰ شغل خانگی نشان داد که تأمین منابع مالی و قوانین دست و پاگیر مهم‌ترین موانع گسترش مشاغل خانگی در سطح شهر قزوین هستند.

ایزدی و همکاران (۱۳۹۵) مطالعه‌ای را با عنوان «سازه‌های مؤثر و موانع تحقق توسعه‌ی کارآفرینی در مشاغل خانگی بخش کشاورزی در مناطق روستایی شیراز» به انجام رساندند. نتایج مطالعه آن‌ها نشان داد که فضای کسب و کار، به‌کارگیری مدیریت دانش، تجربه قبلی، وجود ویژگی‌های شخصیتی مانند خلاقیت و برخورداری از مرکز کنترل درونی، حمایت دولت و مهارت‌های مدیریتی بر توسعه‌ی کارآفرینی در مشاغل خانگی تأثیر می‌گذارد. همچنین موانع تحقق توسعه‌ی کارآفرینی در مشاغل خانگی در پنج عامل اطلاعاتی، اقتصادی، بازاریابی، شخصیتی و خانوادگی دسته‌بندی شدند که در مجموع ۷۱/۵۹ درصد از واریانس کل را تبیین می‌کنند.

در مطالعه‌ی میرک‌زاده و همکاران (۱۳۹۶) با هدف «تحلیل عوامل مؤثر و موانع توسعه‌ی فعالیت‌های غیرکشاورزی با تأکید بر مشاغل خانگی (مورد مطالعه دهستان قوری قلعه)» محققان گزارش کردند که مهم‌ترین موانع تنوع بخشی به فعالیت‌های غیرکشاورزی عبارتند از: موانع اقتصادی، اجتماعی، آموزشی، ساختاری و مدیریتی که در مجموع ۶۱/۵ درصد از کل موانع را تبیین کردند.

با توجه به وجود مشکلات و معضلات مختلف در جامعه روستایی همچون بیکاری، مهاجرت از روستا، توان اقتصادی کم و غیره راهکار پیشنهادی اکثر پژوهشگران حرکت به سوی کارآفرینی، اشتغال‌زایی و راه‌اندازی مشاغل خانگی است. اما همان‌طور که محققان مختلف نیز گزارش کرده‌اند زنان در انجام کسب‌وکارهای خانگی با موانع مهمی از جمله موانع فردی، روان‌شناختی، اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی، اطلاعاتی، آموزشی، مدیریتی، بازاریابی، زیرساختی و قانونی مواجه هستند. بخش مهمی از مطالعات این موانع را در بین زنان شهری بررسی کرده‌اند و برخی از مطالعات محدود نیز زنان روستایی را مدنظر قرار داده‌اند. اکثر مطالعات نیز در قالب یک تحقیق کمی دیدگاه زنان و یا کارشناسان را در رابطه با مشاغل خانگی بررسی کرده‌اند. از آنجایی که در سطح استان گیلان و شهرستان رضوانشهر مطالعه‌ای که به بررسی موانع کسب‌وکارهای خانگی بپردازد مشاهده نشد،

بنابراین تحقیق حاضر تلاش می‌کند با توجه به اهمیت مشاغل خانگی چالش‌های پیش‌روی این مشاغل را در قالب یک تحقیق کیفی و به صورت ترکیبی از دیدگاه‌های زنان روستایی و کارشناسان مرتبط با آن‌ها بررسی کند.

روش تحقیق

تحقیق حاضر از نظر رویکرد کلی، کیفی و از نظر هدف، کاربردی است. شهرستان رضوانشهر از توابع استان گیلان است که از مناطق روستایی زیاد و زیبایی برخوردار است. زنان روستایی در گذشته در فعالیت‌های مختلفی مشغول به کار بودند اما امروزه شاهد آن هستیم که تعداد محدودی از زنان روستایی به غیر از کشاورزی به فعالیت‌های خانگی مشغول هستند و به نظر می‌رسد که سایر زنان روستایی شهرستان با مفهوم و اهمیت کسب و کار خانگی آشنا نیستند و یا به دلایلی که تحقیق حاضر به دنبال بررسی آن است دارای مشاغل خانگی نیستند. زنان روستایی شهرستان رضوانشهر ۲۱۱۶۵ نفر هستند (سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان گیلان، ۱۳۹۵) که با توجه به روش کیفی تحقیق، گروهی متشکل از ۳۰ زن روستایی و ۱۰ نفر از کارشناسان، محققان و کارآفرینان روستایی به صورت هدفمند به عنوان نمونه‌ی مورد بررسی انتخاب شدند. نمونه‌ها با استفاده از روش گلوله برفی شناسایی شدند به نحوی که برای شناسایی نمونه‌ی بعدی از نظر افراد قبلی نیز استفاده شد. به منظور جمع‌آوری داده‌ها از مصاحبه‌های نیمه‌ساختارمند بهره گرفته شد. مصاحبه‌ها تا رسیدن به اشباع نظری^۱ ادامه پیدا کرد بدین معنا که اطلاعات جدیدی از مصاحبه‌های بعدی کسب نشد.

پس از انجام مصاحبه، داده‌های به دست آمده با تحلیل محتوای کیفی از نوع متعارف خلاصه و تفسیر شدند. مفاهیم اصلی موجود در مصاحبه‌ها استخراج و کدگذاری شدند (کدگذاری باز). پس از آن عبارات و مفاهیم دارای ماهیت مشابه با یکدیگر ترکیب و خرده مفاهیم را تشکیل دادند. در مرحله بعد، خرده مفاهیم حاصل از قبل دسته‌بندی و مفاهیم گسترده در قالب مفاهیم جامع و مانع تشکیل شدند و داده‌های تکراری از مفاهیم اصلی حذف شدند. مدل مفهومی تحقیق نیز با استفاده از نرم‌افزار مکس کیودا^۲ طراحی شد. اعتبارسنجی یافته‌های به دست آمده از طریق بازبینی یافته‌ها توسط مشارکت‌کنندگان^۳ و تکنیک مثلث‌سازی^۴ به انجام رسید.

1. Theoretical saturation
2. Maxqda
3. Member checking
4. Triangulation

محدوده جغرافیایی تحقیق

تحقیق حاضر در مناطق روستایی شهرستان رضوانشهر از توابع استان گیلان به انجام رسید. شهرستان رضوانشهر با ۸۰۴ کیلومتر مربع مساحت، از شمال متصل به دریای خزر، از جنوب به شهرستان‌های ماسال و صومعه سرا، از غرب به شهرستان تالش و از شرق به بندر انزلی محدود می‌شود. این شهرستان دارای دو بخش (مرکزی و پره سر)، دو شهر (رضوانشهر، پره سر)، یک شهرک (چوکا)، چهار دهستان (ناچال، ییلاقی ارده، خوشابر، گیل دولاب)، ۱۱۵ روستا که ۹۳ روستای دارای سکنه و ۲۲ روستای خالی از سکنه است. شهرستان رضوانشهر با برخورداری از جمعیت روستایی در حدود ۴۲۳۲۰ نفر از مناطق روستایی زیبایی تشکیل شده است (سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان گیلان، ۱۳۹۵).

وجود ۲۳ کیلومتر نوار ساحلی در حوزه شهرستان رضوانشهر، قابلیت‌ها و مزیت‌های بندرگاهی و گمرکی و همچنین سایر بهره‌برداریهایی ممکن از منابع دریا در بخش‌های گردشگری و شیلات از دیگر امتیازات این شهرستان محسوب می‌شود. حدود ۴۰ درصد از مساحت شهرستان را عرصه‌های کوهستانی، جنگلی، مرتعی و ییلاقی، ۳۰ درصد را کوهپایه‌ای، و ۳۰ درصد دیگر را نیز جلگه‌ای و ساحلی تشکیل می‌دهد که به دلیل وجود مواهب طبیعی و خدادادی، آبشارها، رودخانه‌ها، جنگل‌های انبوه و مراتع سرسبز، یادمان‌های تاریخی و مذهبی رضوانشهر را از چشم‌اندازهای طبیعی و تاریخی جذاب بهره‌مند نموده است (فرمانداری شهرستان رضوانشهر، ۱۳۹۶). تصویری از شهرستان رضوانشهر در قالب شکل ۲ ارائه شده است.



شکل ۲- شهرستان رضوانشهر (منبع: فرمانداری شهرستان رضوانشهر، ۱۳۹۶)

یافته‌های تحقیق

برخی از ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای افراد مورد مصاحبه در قالب جدول ۱ ارائه شده است.

جدول ۱- برخی از ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای مصاحبه شونده‌ها

متغیرها	گویه‌ها	فراوانی	درصد	میانگین	انحراف معیار
سن (سال)	۴۷/۹۵	۱/۲
جنسیت	زن	۳۲	۸۰
	مرد	۸	۲۰
وضعیت تأهل	مجرد	۶	۱۵
	متاهل	۳۴	۸۵
	در حد خواندن و نوشتن	۴	۱۰
سطح	دیپلم	۲۲	۵۵
تحصیلات	فوق دیپلم	۵	۱۲/۵
	لیسانس و بالاتر	۹	۲۲/۵

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۹

اکثر افراد مورد مصاحبه را زنان متأهل تشکیل می‌دهند که سطح سوادی در حد دیپلم دارند. پس از بررسی دست‌نوشته‌ها و نوارهای ضبط شده حاصل از گردآوری داده‌ها، موارد مشابه و نزدیک به هم ادغام شدند و نکات کلیدی در قالب کدها و مفاهیمی خلاصه و دسته‌بندی شد. در یک ستون مفاهیم استخراج شده و در ستونی دیگر کد مربوط به مفاهیم درج شده است. نکات کلیدی و مفاهیم اصلی مستخرج از نظر زنان روستایی شهرستان رضوانشهر با حرف n و نکات کلیدی و مفاهیم استخراج شده از نظرات کارشناسان، محققان و کارآفرینان روستایی نیز با حرف m مشخص شدند (جدول ۲).

جدول ۲- مفهوم سازی داده‌ها (کدگذاری باز) پس از انجام مصاحبه‌ها

کدها	مفاهیم کلیدی استخراج شده
m ₁	به نظر بنده بی‌سوادی زنان عامل مهمی در عدم کارآفرینی و اشتغال‌زایی آن‌ها است.
m ₂	به اعتقاد من زنان روستایی ما اعتماد به نفس کمی دارند.
n ₁	فکر نمی‌کنم اگر روزی کسب و کاری هم راه بیاندازم در آن موفق بشوم
n ₂	مانع اصلی همین ناتوانی ماست در تهیه‌ی مواد اولیه‌ی کارمان
n ₃	من قبلاً کار خانگی داشتم اما محصولاتم را نمی‌توانم بفروشم
n ₄	مشکل اول و آخر هر زن روستایی این است که پول کافی ندارد و گرنه همه ایده دارند
n ₅	برای دریافت وام هم از ما ضامن می‌خواهند آخر چه کسی ضامن ما می‌شود

- m3 هر کاری را بخواهید راه بیاندازید شما باید سرمایه‌ی اولیه‌ی خوبی را داشته باشید وگرنه شکست می‌خورید
- n6 آموزش‌هایی برای راه‌اندازی کسب و کار خانگی به ما ارائه شده ولی باور کنید به درد نمی‌خورد
- n7 اگر مهارت بیشتری داشتیم شاید می‌توانستیم کار خانگی را انجام بدهیم ولی حالا نه
- n8 بچه کوچک یک طرف کارخانه یک طرف نمی‌شود به شغل دیگری اصلاً فکر کرد
- n9 کلی هزینه کردیم اما محصولاتمان را مفت می‌فروشیم
- n10 محصول تولید می‌کنم اما واقعاً نمی‌توانم آن را خوب تبلیغ کنم خیلی از مردم هنوز از تولیدات ما خبر ندارند
- m4 عدم دسترسی به بازار مناسب را یکی از اصلی‌ترین مشکلات زنان برای فروش محصولات تولیدیشان می‌دانم
- m5 خیلی از زنان روستایی امکانات فیزیکی اولیه را برای ایجاد اشتغال خود ندارند
- n11 به جرأت می‌توانم بگویم که روحیه‌ی ریسک‌پذیری ما زنان روستایی پایین است و این مانع شروع کارمان می‌شود
- m6 نرخ سود بانکی برای زنان روستایی سنگین است به این باشد مشاغل خانگی را کم می‌ماند
- m7 گاهی مشکل این است که خود زنان هم طرح مشخص برای کار ندارند و به بیان خودمانی سرگردان هستند
- n12 باور کنید می‌خواهیم کار خانگی را رها کنیم چون درآمد کافی ایجاد نمی‌کند
- m8 عدم حمایت از سوی اعضای خانواده و مخالفت آن‌ها با زنان یکی از موانع اصلی کسب و کار خانگی است
- n13 من مجردم ولی پدرم با راه‌اندازی کار خانگی‌ام که خیاطی است موافق نیست
- m9 آموزش اولیه‌ی زنان روستایی برای ایجاد اشتغال پایین است
- n14 هنوز جامعه بر این اعتقاد است که زنان روستایی در انجام کسب و کار ناتوان هستند
- m10 عدم برخورداری زنان روستایی از اطلاعات به موقع آن‌ها را از بازار کار دور می‌کند
- n15 اهالی روستا اگر زنی به کسب و کار خانگی روی بیاورد او را مسخره می‌کنند این را دیدم که می‌گویم
- n16 دولت از محصول تولیدی ما از کسب و کار خانگی ما حمایت نمی‌کند
- n17 الان حتی برای ازدواج مشاوره می‌کنند اما برای راه‌اندازی کسب و کار خانگی من جایی را نمی‌شناسم که کمی اطلاعات و مشاوره بگیرم و کارم را شروع کنم
- m11 کیفیت کم آموزش‌های ارائه شده بعضاً زنان روستایی را در بازار کار دچار مشکل می‌کند
- m12 فرهنگ کارآفرینی، فرهنگ مشاغل خانگی و فرهنگ خوداشتغالی زنان روستایی را در سطح روستاها نداریم
- n18 تا جایی که اطلاع دارم چند نفر از همسایه‌ها که کسب و کار خانگی دارند بیمه نیستند این طور که به درد نمی‌خورد
- n19 محصول تولیدی ما باکیفیت است اما اینقدر این واسطه‌ها و دلالان آن را دست به دست می‌کنند که گران به دست مردم می‌رسد و از آن استقبال نمی‌شود
- n20 ما حتی یک تعاونی نداریم که فعالیت‌هایمان را هماهنگ کند و به موقع به ما اطلاعات بدهد و به فروش محصولاتمان کمک کند
- m13 زنان روستایی از خیلی از مراحل اداری جهت راه‌اندازی کسب و کار خانگی بی‌اطلاع هستند

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۹

پس از استخراج مفاهیم کلیدی، در کد گذاری محوری، طبقات گسترده حاصل شد که هر یک خرده‌طبقاتی دارند. خلاصه‌ای از این خرده‌طبقات و طبقات گسترده در قالب جدول ۳ ارائه شده است.

طبقات گسترده	خرده طبقات
موانع فردی - شخصیتی	کم سواد بودن زنان روستایی نگرش منفی زنان روستایی نسبت به اشتغال خودشان تجربه و مهارت کم زنان روستایی در انجام کسب و کارهای خانگی اعتماد به نفس و خودباوری کم زنان روستایی تعدد وظایف زنان روستایی و پرمشغله بودن آنها پایین بودن روحیه‌ی ریسک‌پذیری زنان روستایی عدم دریافت آموزش لازم در خصوص کسب و کارهای خانگی
موانع اقتصادی - مالی	دسترسی ناکافی به سرمایه و مواد اولیه جهت راه‌اندازی کسب و کار خانگی عدم دسترسی به بازار مناسب جهت فروش محصولات عدم تأمین اعتبار مالی کافی ناتوانی زنان روستایی در تهیه‌ی وثیقه و ضامن برای دریافت تسهیلات و وام کمبود امکانات و زیرساخت‌های فیزیکی بالا بودن نرخ سود تسهیلات بانکی نبود طرح کسب و کار مشخص عدم امکان انجام تبلیغات مناسب برای فروش محصولات درآمد پایین ناشی از انجام کسب و کار خانگی
موانع فرهنگی - اجتماعی و خانوادگی	مخالفت اعضای خانواده با راه‌اندازی کسب و کار خانگی عدم دسترسی به کانال‌های اطلاعاتی مناسب وجود باورهای کلیشه‌ای از ناتوان بودن زنان در ایجاد اشتغال در جامعه فراگیر نبودن فرهنگ مشاغل خانگی در درآمدزایی و مسخره شدن توسط اهالی روستا
موانع نهادی - قانونی	وجود دلالان و واسطه‌های زیاد در بازار عدم حمایت مالی دولت از کسب و کارهای خانگی فقدان آگاهی زنان روستایی از مراحل قانونی و اداری راه‌اندازی کسب و کارهای خانگی فقدان مراکز مشاوره‌ای برای ارائه‌ی اطلاعات به زنان در خصوص راه‌اندازی کسب و کار خانگی بیمه نبودن افراد شاغل در کسب و کارهای خانگی کیفیت پایین آموزش‌های ارائه‌ی شده توسط نهادهای مختلف عدم وجود نهاد غیردولتی توانمند و قدرتمند برای حمایت از کسب و کارهای خانگی

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۹

خط سیر داستان

در مصاحبه‌های صورت گرفته با ۳۰ زن روستایی شهرستان رضوانشهر و ۱۰ نفر از محققان، کارشناسان و کارآفرینان روستایی مشخص شد که تمامی مصاحبه‌شوندگان به اهمیت جایگاه

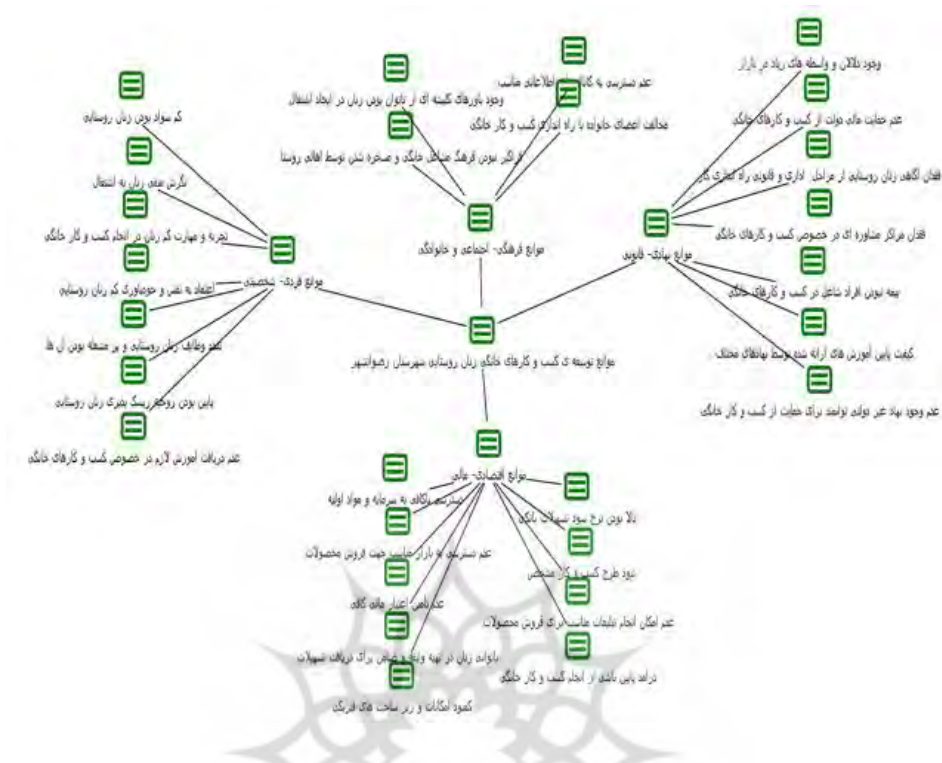
کسب و کار خانگی در توانمندسازی و بهبود شرایط اقتصادی- اجتماعی زنان روستایی واقف هستند. اما معتقدند که موانع و مشکلاتی در مسیر راهاندازی و توسعه کسب و کار خانگی وجود دارد. زنان روستایی بخشی از ناتوانی در راهاندازی کسب و کار خانگی و کارآفرینی را به خود نسبت می‌دهند. آن‌ها نگرش منفی، پایین بودن روحیه ریسک‌پذیری و کمبود اطلاعات را موانع مهمی در راهاندازی مشاغل خانگیمی‌دانند. همچنین مشغله‌های فردی و مسئولیت تربیت فرزندان را از جمله وظایفی می‌دانند که کارآفرین شدنشان را تحت تأثیر قرار خواهد داد. کارشناسان و محققان مشاغل خانگی نیز به بی‌سوادی و اعتماد به نفس پایین زنان روستایی اشاره کرده‌اند و آن‌ها را موانع مهمی می‌دانند که مشاغل خانگی زنان را به شدت مورد تهدید قرار داده‌اند.

زنان روستایی علاوه بر موانع مربوط به ویژگی‌های فردی و شخصیتی خود، بخش مهمی از موانع راهاندازی و توسعه کسب و کارهای خانگی را در عوامل اقتصادی و مالی مختلف همچون دسترسی ناکافی به اعتبارات، عدم برخورداری از توان مالی، نبود ضامن و درآمد پایین مشاغل خانگی معرفی می‌کنند. کارشناسان مشاغل خانگی نیز معتقدند که مشکلات اقتصادی در دو بخش مهم موانعی بر سر راه کسب و کار خانگی زنان هستند. یکی در مراحل اولیه‌ی شروع کار، موانعی همچون محدودیت در امکانات فیزیکی و سرمایه‌ی اولیه، نبود طرح کسب و کار مشخص و دیگری موانع اقتصادی در مرحله‌ی فروش محصولات به بازار.

مشکلات و موانع خانوادگی، فرهنگی- اجتماعی از جمله موانعی است که زنان روستایی با اکراه از آن‌ها صحبت می‌کنند. مخالفت پدر یا همسر در انجام کسب و کار خانگی یا برخورد اهالی روستا با زن شاغل در مشاغل خانگی و تمسخر وی از جمله مواردی است که برخی از زنان روستایی مورد مصاحبه به آن‌ها اشاره داشته‌اند. کارشناسان کسب و کار خانگی مخالفت خانواده با انجام کار خانگی را مانع بزرگی بر سر راه اشتغال زنان می‌دانند. همچنین عدم وجود فرهنگ کارآفرینی و دسترسی ضعیف زنان روستایی به اطلاعات مناسب نیز از جمله موانعی است که به زعم کارشناسان مشاغل خانگی اشتغال زنان را در این‌گونه مشاغل تهدید می‌کند.

عدم حمایت دولت از کسب و کارهای خانگی، عدم وجود مراکز مشاوره‌ای برای راهاندازی مشاغل خانگی، وجود دلالتان مختلف و عدم حضور تعاونی قدرتمند به عنوان تشکیلی با هدف حمایت از تولید و فروش محصولات خانگی از جمله موانع نهادی- قانونی است که توسط زنان روستایی عنوان شده است. بی‌اطلاعی زنان از مراحل قانونی و اداری نیز توسط کارشناسان مشاغل خانگی و محققان این حوزه به عنوان مانع بسیار مهم در توسعه‌ی کسب و کار خانگی مطرح شده است. در مجموع موانع توسعه‌ی کسب و کارهای خانگی زنان در مناطق روستایی شهرستان رضوانشهر شامل چهار مانع اصلی موانع فردی- شخصیتی، موانع اقتصادی- مالی، موانع فرهنگی- اجتماعی، خانوادگی و

موانع نهادی- قانونی هستند. در مرحله‌ی کدگذاری انتخابی و طراحی مدل نهایی، پس از بررسی‌خط اصلی داستان، ارتباط بین طبقات گسترده و خرده‌طبقات برقرار شده و مدل نهایی مفهومی تحقیق نیز با استفاده از نرم‌افزار مکس کیودا طراحی شد (شکل ۳).



شکل ۳- مدل مفهومی موانع توسعه کسب و کارهای خانگی زنان روستایی شهرستان رضوانشهر (مدل حاصل از نرم‌افزار مکس کیودا) (منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۹)

بحث و نتیجه‌گیری

بر اساس یافته تحقیق حاضر، موانع فردی و شخصیتی از جمله اصلی‌ترین موانع توسعه کسب و کارهای خانگی زنان روستایی در مناطق روستایی شهرستان رضوانشهر به شمار می‌آیند. مطالعات سایر محققان نیز با یافته‌های حاضر سازگار است. بی‌سوادی زنان روستایی، نگرش منفی آنان نسبت به اشتغال خانگی، تجربه و مهارت کم، اعتماد به نفس و خودباوری کم، پرمشغله بودن، پایین بودن روحیه‌ی ریسک‌پذیری و عدم دریافت آموزش لازم در خصوص کسب و کارهای خانگی از جمله مواردی است که توسط سایر محققان از جمله کنت و کجلدسو (۲۰۰۰)، نایتامر (۲۰۱۳)، مندپیپاکا

(۲۰۱۴)، حیدری ساربان (۱۳۹۱)، سواری و همکاران (۱۳۹۶)، نجفی و صفا (۱۳۹۳)، تقی بیگی و همکاران (۱۳۹۳)، ایزدی و همکاران (۱۳۹۵) و میرک‌زاده و همکاران (۱۳۹۶) مورد تأکید قرار گرفته است.

علاوه بر موانع فردی- شخصیتی، موانع اقتصادی دومین گروه از موانعی هستند که بر سر راه توسعه کسب و کارهای خانگی زنان روستایی شهرستان رضوانشهر وجود دارند. موانعی همچون دسترسی ناکافی به سرمایه و مواد اولیه، عدم دسترسی به بازار مناسب، عدم تأمین اعتبار مالی کافی، ناتوانی زنان روستایی در تهیه وثیقه و ضامن برای دریافت تسهیلات، کمبود امکانات و زیرساخت‌های فیزیکی، بالا بودن نرخ سود تسهیلات بانکی، نبود طرح کسب و کار مشخص، عدم امکان انجام تبلیغات مناسب برای فروش محصولات و درآمد پایین ناشی از انجام کسب و کار خانگی از جمله موانع اقتصادی بودند. مطالعات پژوهشگرانی همچون نایتامر (۲۰۱۳)، مندیپاکا (۲۰۱۴)، پیشگاهی فرد و ام‌البینی (۱۳۸۹)، علی‌دوست و همکاران (۱۳۹۱)، حیدری ساربان (۱۳۹۱)، سواری و همکاران (۱۳۹۶)، نجفی و صفا (۱۳۹۳)، تقی بیگی و همکاران (۱۳۹۳)، احمدی و همکاران (۱۳۹۳)، ایزدی و همکاران (۱۳۹۵) و میرک‌زاده و همکاران (۱۳۹۶) نیز وجود چنین موانع اقتصادی را تأیید می‌کند.

موانع اجتماعی- فرهنگی و خانوادگی نیز با توجه به بافت روستایی منطقه و حاکم بودن فرهنگ خاص روستایی از جمله موانعی است که در ایجاد و گسترش مشاغل خانگی زنان روستایی به شدت تأثیرگذار است. مخالفت اعضای خانواده با راه‌اندازی کسب و کار خانگی، عدم دسترسی به کانال‌های اطلاعاتی مناسب، وجود باورهای کلیشه‌ای از ناتوان بودن زنان در ایجاد اشتغال در جامعه و فراگیر نبودن فرهنگ مشاغل خانگی در درآمدزایی و مسخره شدن توسط اهالی روستا از جمله مهم‌ترین موانع اجتماعی- فرهنگی و خانوادگی هستند. نایتامر (۲۰۱۳)، مندیپاکا (۲۰۱۴)، ال-قامری (۲۰۱۶)، جواهری و قضاوتی (۱۳۸۳)، حیدری ساربان (۱۳۹۱)، سواری و همکاران (۱۳۹۶)، نجفی و صفا (۱۳۹۳)، تقی بیگی و همکاران (۱۳۹۳)، ایزدی و همکاران (۱۳۹۵) و میرک‌زاده و همکاران (۱۳۹۶) یافته‌ی فوق را تأیید می‌کنند.

از دیدگاه زنان روستایی و کارشناسان مورد بررسی موانع نهادی- قانونی همچون از جمله وجود دلالت‌ها و واسطه‌های زیاد در بازار، عدم حمایت مالی دولت، فقدان آگاهی زنان روستایی از مراحل قانونی و اداری راه‌اندازی کسب و کارهای خانگی، فقدان مراکز مشاوره‌ای، بیمه نبودن افراد شاغل در کسب و کارهای خانگی، کیفیت پایین آموزش‌های ارائه‌ی شده و عدم وجود نهاد غیردولتی توانمند برای حمایت از کسب و کارهای خانگی موانع توسعه‌ی کسب و کارهای خانگی در بین زنان روستایی شهرستان رضوانشهر هستند. نتایج مطالعات محققانی چون نایتامر (۲۰۱۳)، پیشگاهی فرد

و ام‌البنی (۱۳۸۹)، سواری و همکاران (۱۳۹۶)، نجفی و صفا (۱۳۹۳)، تقی بیگی و همکاران (۱۳۹۳)، احمدی و همکاران (۱۳۹۳) و میرک‌زاده و همکاران (۱۳۹۶) با یافته‌ی ارائه شده مطابقت دارد.

در مجموع می‌توان گفت که زنان نیمی از جامعه روستایی را تشکیل می‌دهند که از توانایی‌های بالایی برخوردارند اما به دلایل مختلفی از جمله باورهای اجتماعی و خودباوری و اعتماد به نفس پایین و غیره به حاشیه رفته‌اند. این در حالی است که مفهوم کارآفرینی و اشتغال‌زایی به یکی از مهم‌ترین مباحث به خصوص در سطح جامعه‌ی توانمند روستایی تبدیل شده است. ایجاد مشاغل و کسب و کار خانگی که با شرایط زنان روستایی سازگاری بیشتری را دارد نیز از جمله تلاش‌های کارآفرینانه‌ای است که در راستای توانمندسازی اقتصادی و اجتماعی زنان روستایی و به دنبال آن توسعه‌ی پایدار روستایی صورت می‌گیرد. علی‌رغم اهمیت توسعه‌ی کسب و کارهای خانگی و نقش این‌گونه فعالیت‌ها در ایجاد تنوع شغلی و درآمدزایی اما زنان در ایجاد و گسترش مشاغل خانگی با مشکلات گوناگونی رو به‌رو هستند که در عمل موفقیت مشاغل خانگی زنان روستایی را به شدت تهدید می‌کند. به منظور غلبه بر این موانع در سطح شهرستان رضوانشهر و با توجه به یافته‌های تحقیق حاضر که با هدف توسعه‌ی کسب و کارهای خانگی زنان در مناطق روستایی شهرستان رضوانشهر به انجام رسید، پیشنهادهایی ارائه می‌گردد:

- ✓ برگزاری دوره‌های آموزشی منظم و با کیفیت بیشتر به منظور ارتقای سطح آموزش زنان و آشنایی آنان با قوانین اداری راه‌اندازی کسب و کار خانگی و برطرف ساختن ابهامات و تصورات منفی زنان و جامعه نسبت به مشاغل خانگی
- ✓ برگزاری بازدیدهای میدانی از زنان روستایی موفق سایر مناطق به منظور معرفی الگوهای کسب و کار خانگی موفق به زنان روستایی و گسترش فرهنگ اشتغال‌زایی در منطقه
- ✓ برپایی نمایشگاه‌های ملی و منطقه‌ای با هدف حذف واسطه‌ها و بازاریابی مناسب محصولات تولیدی زنان روستایی
- ✓ آگاهی‌رسانی و ارائه خدمات آموزشی و مشاوره‌ای به زنان روستایی جهت بازاریابی مناسب در فضای مجازی برای محصولات تولیدی‌شان
- ✓ تأمین نیازهای مالی فعالان کسب و کارهای خانگی از طریق تعدیل سیاست‌های پولی و کاهش نرخ بهره‌ی بانکی
- ✓ تشکیل تعاونی و انجمن زنان روستایی دارای کسب و کار خانگی جهت ساماندهی مشاغل خانگی و تبادل نظر بین اعضا

منابع

- احمدی، علی، روشن قیاس، کلثوم، رشوند، ضیاء و اکبری، مصطفی (۱۳۹۳). شناسایی موانع گسترش مشاغل خانگی در سطح شهر قزوین (مطالعه موردی ۱۵۰ مشاغل خانگی). *اولین کنفرانس بین المللی اقتصاد، مدیریت، حسابداری و علوم اجتماعی*، رشت، موجود در سایت: <https://civilica.com/doc/301742>.
- اعزازی، شهلا (۱۳۸۲). *جامعه‌شناسی خانواده*. تهران: روشنگران و مطالعات زنان.
- ایزدی، بنت الهدی، رضائی مقدم، کوروش و اسداله‌پور، علی (۱۳۹۵). سازه‌های مؤثر و موانع تحقق توسعه‌ی کارآفرینی در مشاغل خانگی بخش کشاورزی در مناطق روستایی شیراز. *علوم ترویج و آموزش کشاورزی ایران*، ۱۲ (۱): ۵۱-۳۹.
- پیشگاهی‌فرد، زهرا و ام‌البینی، پولاب (۱۳۸۹). آینده پژوهی وضعیت اشتغال زنان در منطقه‌ی خاورمیانه با تأکید بر جایگاه ایران. *پژوهش زنان*، ۷ (۳): ۱۰۶-۸۹.
- تقی بیگی، معصومه، آگهی، حسین و میرک‌زاده، علی اصغر (۱۳۹۳). بررسی موانع و راهکارهای مناسب توسعه‌ی مشاغل خانگی روستایی شهرستان اسلام آباد غرب. *پژوهش‌های روستایی*، ۵ (۲): ۳۱۰-۲۸۳.
- حسینی، نبی‌الله (۱۳۸۶). کسب و کارهای خانگی عامل پویایی نظام اشتغال کشور، نظام جامع اطلاع‌رسانی اشتغال.
- حیدری ساریان، وکیل (۱۳۹۱). اولویت‌بندی موانع مؤثر بر کارآفرینی زنان روستایی با روش AHP. *مطالعات اجتماعی روان‌شناختی زنان*، ۱۰ (۲): ۱۷۷-۱۵۹.
- جواهری، فاطمه و قضاوتی، سحر (۱۳۸۴). موانع کارآفرینی زنان: بررسی تأثیر نابرابری جنسی بر کارآفرینی زنان در ایران. *مجله جامعه‌شناسی ایران*، ۵ (۲): ۱۷۸-۱۶۱.
- رفعت‌جاه، مریم و خیرخواه، فاطمه (۱۳۹۲). مسائل و چالش‌های زنان در ایران از دیدگاه شاغلان پست‌های مدیریتی. *فصلنامه مطالعات توسعه اجتماعی-فرهنگی*، ۱ (۲): ۱۵۶-۱۳۰.
- زرنگار، حمیدرضا (۱۳۸۱). کارآفرینی به منزله‌ی نیروی اقتصادی در توسعه‌ی روستایی. *نشریه‌ی جهاد*، ۲۲ (۲۵۳).
- سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان گیلان (۱۳۹۵). آمار و اطلاعات جمعیت و نسبت جنسی استان گیلان به تفکیک شهرستان‌ها، موجود در سایت: <https://sdi.mpogl.ir>.
- سواری، مسلم، شعبانعلی فمی، حسین و شریف‌زاده، محمد شریف (۱۳۹۶). موانع توسعه اشتغال زنان روستایی در صنایع دستی شهرستان دیواندره. *فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه‌ی روستایی*، ۶ (۳): ۳۶-۱۷.
- طاعتی، آرام (۱۳۷۸). بررسی راهکارهای مشارکت مؤثر زنان در سطوح مدیریت، برنامه پنج ساله‌ی دوم کشور، *مجموعه مقالات همایش نظام اداری و توسعه*، تهران.
- علی‌دوست، سمیه، لشگرآرا، فرهاد و فرج‌الله حسینی، سید جمال (۱۳۹۱). اولویت‌بندی موانع توسعه‌ی کارآفرینی زنان روستایی شهرستان گرمسار. *کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان*، مازندران.

- غلامی، نادر (۱۳۹۱). بررسی عوامل مؤثر بر راه‌اندازی کسب و کار خانگی و ارائه‌ی الگوی آن در شهر تهران. *ماهنامه کار و جامعه*، شماره ۱۴۳: ۱۸-۴.
- فرمانداری شهرستان رضوانشهر (۱۳۹۶). درباره‌ی شهرستان رضوانشهر، موجود در سایت rezvanshahr.gilan.ir
- قربانی پیرعلیده‌ی، فاطمه و صی محمدی، سمیره (۱۳۹۵). بازگشت به عصر کسب و کارهای خانگی، تلاشی در راستای کارآفرینی و خوداشتغالی. رشت: انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت.
- محمودیان، حسین (۱۳۸۲). بررسی مشارکت زنان در نیروی کار در استان‌ها در سال‌های ۵۵، ۶۵، ۷۵. *نامه‌ی علوم اجتماعی*، شماره ۲۱۱: ۲۱۸-۱۸۹.
- موالی‌زاده، محمدرضا (۱۳۸۹). طرح ساماندهی حمایت از مشاغل خانگی بستر توسعه‌ی اشتغال. *اولین همایش ملی توسعه‌ی مشاغل خانگی، چالش‌ها و راهکارها*، تهران.
- میرک‌زاده، علی اصغر، خالدی، فخرالدین، شه کرمی ریگی، ضیاء و ادریس اله ویسی، محمد (۱۳۹۶). تحلیل عوامل مؤثر و موانع توسعه‌ی فعالیت‌های غیرکشاورزی با تأکید بر مشاغل خانگی (مورد مطالعه دهستان قوی قلعه). *مجله تحقیقات اقتصاد و توسعه‌ی کشاورزی ایران*، ۲-۴۸: (۳) ۵۴۵-۵۳۳.
- ناهید، مجتبی و قنبری، محمد امین (۱۳۸۹). بررسی نقش کسب و کارهای خانگی در اشتغال‌زایی و کارآفرینی جوانان. *همایش توسعه‌ی مشاغل خانگی (چالش‌ها و راهکارها)*، تهران.
- نجاهی، اکبر و قاسم‌پور، ابوالحسن (۱۳۸۹). مروری بر مدل‌های رایج کسب و کارهای خانگی و ارائه‌ی مدل مناسب برای ایران، *اولین همایش ملی توسعه‌ی مشاغل خانگی، چالش‌ها و راهکارها*، تهران.
- نجفی، بهمن و صفا، لیلیا (۱۳۹۳). بررسی کسب و کارهای خانگی کارآفرینانه و موانع و چالش‌های توسعه‌ی آن‌ها در مناطق روستایی. *نشریه کارآفرینی در کشاورزی*، ۱ (۲): ۷۳-۶۱.
- نوروزی، لادن (۱۳۸۳). تأثیر تحصیلات عالی بر نرخ مشارکت و عرضه‌ی نیروی کار زنان. تهران: مؤسسه‌ی پژوهش و برنامه‌ریزی آموزش عالی.
- نوری، جعفر (۱۳۸۱). *مقایسه‌ی وضعیت سلامت عمومی مادران شاغل و خانه‌دار شهر تهران و رابطه‌ی آن با کارکرد خانواده*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده‌ی روان‌شناسی و علوم تربیتی، دانشکده علامه طباطبایی.
- Al- Ghamri, N. (2016). Challenges facing businesswomaen and their negative impact on the performance of small businesses in the province of Jaddah in Saudi Arabia. *International Journal of Business and Management*, 11 (9): 96-116.
- Ashraf, N., Kalan, D and Yin, W. (2006). Female empowerment impact of commitment saving product. In *Philippines Center Discussions Paper no. 949, Economic Growth Center Yale University New, Human*, 29.
- Gibosen, J and Olivia, S. (2006). The effect of infrastructure access and quality on non-farm enterprises in rural Indonesia. *Journal of World Development*, 12: 28-36.
- Horgan, M. (2001 a). Policy, regulations and approaches to home based. *The Review of Economics and Statistics*, 162 (46): 117-120.

- Horgan, M. (2001b). Policy, regulations and approaches to home based business in the Eastern Metropolitan region. Research Report, Eastern Metropolitan Regional Council.
- Kaur, A., Sherbinin, A., Toure, A and Jensen, L. (2005). Economic empowerment of women. United Nations Population Fund (UNPF).
- Kent, T and Kjeldsev, J. (2000). Women entrepreneurs now and in the future. Danish Agency for Trade and Industry, First edition, Denmark.
- Kuratko, D. F and Hadgetts, R. M. (2004). Entrepreneurship theory, process and practice. U. S. A: South- Western.
- Mandipaka, F. (2014). An investigation of the challenges faced by women entrepreneurs in developing countries: a case of King Williams' town, South Africa. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5 (27): 1187-1193.
- Niethammer, N. (2013). Women, entrepreneurship and the opportunity to promote development and business Carmen, the 2013 Brookings Blum Roundtable Policy Briefs Enterprising Solutions: the Role of the Private Sector in Eradicating Global Poverty. At: https://www.brookings.edu/wp_content/uploads_BBR_Women_entrepreneurship.pdf/.
- Pratt, J. H. (2000). Home based business: the hidden economy, report for the United States small business administration, Dallas, TX.
- Sobel, R. S and King, K. A. (2008). Does school choice increase the rate of youth entrepreneurship?, *Economics of Education Review*, 27 (4): 429-438.
- Tipple, G. (2006). Employment and work conditions in home based enterprises in four development countries, *Work. Employment and Society*, 20 (1): 165-185.

