

اثربخشی آموزش مجازی در زمینه توانمندسازی فکری-اجتماعی

زنان خانه‌دار در کارآفرینی

الهام شیردل^۱

چکیده

توانمندی روانی و اجتماعی تاثیر مهمی در گرایش زنان به کارآفرینی دارد. از سوی دیگر برنامه های آموزشی برای ارتقای مهارت‌های مختلف افراد در زمینه کارآفرینی ایجاد شده است. لذا این پژوهش با هدف بررسی اثربخشی این برنامه های آموزشی بر نگرش و رفتار کارآفرینانه زنان خانه‌دار استان سیستان و بلوچستان انجام شد. مطالعه حاضر یک تحقیق شبه آزمایشی تحلیلی است. جامعه پژوهش زنان خانه‌دار هستند که در یک دوره آموزشی ثبت نام و شرکت کردند. نمونه شامل ۲۵۰ زن بود که به روش نمونه گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. ابزارهای مورد استفاده در این پژوهش، پرسشنامه استاندارد مهارت‌های فکری و اجتماعی کارآفرینی و پرسشنامه دموگرافیک بود. داده ها با استفاده از نرم افزار SPSS و آزمون t زوجی و مستقل در سطح اطمینان ۹۵ درصد تجزیه و تحلیل شد. میانگین و انحراف معیار نمرات توانمندی‌های فکری و اجتماعی کارآفرینی در دو مقطع زمانی پس از مداخله نسبت به قبل از مداخله افزایش یافت. همچنین مقایسه میانگین نمرات هر یک از مؤلفه‌های مهارت‌های فکری و اجتماعی بین دو مقطع پیش آزمون و پس آزمون پس از مداخله تفاوت معنی داری نشان دادند. آموزش برنامه‌محور و اصولی زنان خانه‌دار، توانمندی‌های فکری و اجتماعی آن‌ها را در زمینه کارآفرینی تغییر داد، بنابراین آموزش مجازی نیز می‌تواند در ارتقای توانمندی‌های زنان خانه‌دار و گرایش به کارآفرینی موثر باشد.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

واژگان کلیدی: آموزش، توانمندسازی، کارآفرینی، زنان، سیستان و بلوچستان

مقدمه

امروزه از میان عوامل تولید برای رشد و توسعه یافتگی، نیروی انسانی، سهم اصلی را بر عهده دارد (یعقوبی ساردو و همکاران، ۱۳۹۷). کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه درک کرده‌اند که فعالیت‌های کارآفرینی زنان به رشد اقتصادی-اجتماعی کمک می‌کند و استفاده از پتانسیل کامل تمام منابع انسانی برای توسعه پایدار ضروری است (کامبریدو، ۲۰۲۰). تحولات چشمگیر در دو دهه اخیر در جهان باعث گردیده که کاهش نابرابری جنسیتی جزء جدایی‌ناپذیر فرایند توسعه گردد. یکی از شاخص‌های مهم برای سنجش توسعه‌ی هر کشور، وضعیت زنان و سطح توانمندسازی این قشر از جامعه به خصوص در عرصه فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی است (حاجی‌لو و هکاران، ۱۳۹۹). فراگیری مهارت و بهبود توانمندی‌ها سرآغاز هرگونه اشتغال می‌باشد. با توجه به اینکه در مناطق محروم جنوبی کشور اغلب زنان خانه‌دار می‌باشند میتوان با توانمندسازی آنان بوسیله آموزش مهارت‌های فکری و اجتماعی جهت راه‌اندازی کسب و کارهای کوچک خانگی نسبت به اشتغال آنان و همچنین بهبود کیفیت زندگی آن‌ها و پیشرفت این مناطق اقدام نمود.

توانمندسازی زنان فرایندی است که زنان برای سازماندهی خودشان توانمند می‌شوند و اعتمادبه‌نفس خود را افزایش می‌دهند و از حقوق خود برای بهبود جایگاه‌شان دفاع کنند (ماهاترا و همکاران، ۲۰۰۲). هدف توانمندسازی کمک به زنان خانه‌دار است تا تلاش کنند بر ضعف‌هایشان غلبه، جنبه‌های مثبت زندگیشان را بهبود بخشیده، مهارت‌ها و توانایی‌هایشان را برای مدیریت عاقلانه کار و زندگی ارتقا بخشند (رایتر، ۲۰۰۴). آنچه در بین زنان خانه‌دار قابل رویت است بعد از مدتی دچار احساس روزمرگی و در نتیجه افسردگی و بی‌انگیزگی می‌شوند. این قشر از زنان همواره تمایل دارند وارد بازار کار شوند اما به دلیل نبود بازار کار مناسب آن‌ها یا عدم توانایی در جذب و استخدام نیروی کار بیشتر دچار یأس و ناامیدی می‌شوند که در زندگی زناشویی و خانوادگی و ارتباطات اجتماعی آنها نیز تأثیر می‌گذارد (جاویدنیا، ۱۳۹۱؛ کیمیایی، ۱۳۹۰؛ گرجی، ۱۹۹۹). روند تغییرات ارزشی و افزایش تحصیلات دانشگاهی زنان در جامعه ایران به گونه‌ای بوده که زنان خواستار نقشی بیش از زن خانه‌دار بوده و انتظارات و توقعات زنان از خود بعنوان بازیگر صحنه اجتماعی در ابعاد مختلف بیشتر شده است. این روند تغییرات حاکی از آن است ما در آینده شاهد حضور بیشتر زنان به عرصه‌های اجتماعی و اقتصادی خواهیم بود (سیاح، ۱۳۹۷).

مسئله بعدی این است مطابق با آمارها زنان همواره بعنوان یکی از فقیرترین قشرهای جامعه محسوب می‌شوند؛ به زبان دیگر فقر و نابرابری در گروه زنان بیشتر به چشم می‌خورد (شولر و روتاک، ۲۰۱۰؛ گیل و گانش، ۲۰۱۰) که از دلایل آن میتوان عدم بسترسازی مناسب برای حضور زنان در بازار کار چه از جنبه ظرفیت‌های اجتماعی موجود و چه از جنبه آموزش مهارت‌های فکری اشاره کرد. مواقعی نیز برخی از زنان وارد حوزه کسب و کار می‌شوند اما بدلیل عدم آگاهی و مهارت لازم ممکن است شکست بخورند و این باعث ضربه بیشتر مالی و روحی به آن‌ها می‌شود. بسیاری از این خانواده‌ها بدون توانایی لازم، کسب و کار ایجاد کرده و آن را اداره می‌کنند و توسعه می‌دهند و در کوتاه مدت متحمل هزینه‌های زیادی نیز می‌شوند. این آمار با استفاده از آمار کارآفرینان جدید نیز تبیین می‌شود (کاظمی، ۱۳۸۶). بر اساس تحقیقاتی که

توسط سازمان دیدبانی جهانی کارآفرینی در سال ۲۰۰۲ در ۳۷ کشور جهان صورت گرفته، توسعه کسب و کارهای کوچک و متوسط منجر به کاهش نرخ بیکاری میشود (حاجی لو و همکاران، ۱۳۹۹).

بر این اساس پژوهش حاضر با این هدف طراحی شد تا توانمندی‌ها و مهارت‌های فکری و اجتماعی لازم برای ایجاد کسب و کار در زنان خانه‌دار را با توجه به شرایط جدید جوامع افزایش دهد و آن‌ها را برای ورود به عرصه کارآفرینی آماده سازد. می‌توان به جای اعطای صرف خدمات و تسهیلات مالی از خدمات دیگری استفاده کرد که توانمندی لازم را برای زنان خانه‌دار فراهم کند تا هم توانایی لازم برای مدیریت زندگی و هم توانایی مدیریت و توسعه کسب و کار خود را داشته باشند. این پروژه با ارائه راهکارهایی برای توانمندسازی زنان خانه‌دار می‌تواند مشکلات آنها را ریشه‌ای و بنیادین بررسی کند و در راستای ارائه راهکارهای عملی برای بهبود وضع معیشتی این اقشار مهم قدم بردارد.

فلاح و پاشایی نیا (۱۳۹۹) از متخصصین حوزه کارآفرینی با روش تحقیق کیفی مصاحبه‌هایی به عمل آوردند و نشان دادند که برای ورود موفق زنان به حوزه کارآفرینی اجتماعی نیاز به «توانمندسازی چندگانه» با شاخص‌های «تحریک‌کننده‌ها» و «تسهیل‌گر» و «ظرفیت‌سازی پویا» توجه نمود؛ زیرا این اقدامات موجب «خلق ارزش اجتماعی» از طریق «حمایت سازها»، «هنجارهای اجتماعی» و «هم‌افزایی اجتماعی» می‌شود. نتایج تحقیق حاجی لو و همکاران (۱۳۹۹) نشان داد، «عوامل اجتماعی»، «عوامل اقتصادی» و «عوامل روانشناختی» از اصلی‌ترین عوامل مؤثر در توانمندسازی زنان سرپرست خانوار است. بطوری‌که بیشترین تأثیر مربوط به مؤلفه «خودآگاهی» بود، این محققان ذکر کردند تقویت ظرفیت‌های روحی و اعتماد به نفس زنان سرپرست خانوار باید با مهارت‌آموزی و افزایش توانایی‌های تجربی آنها همراه شود تا به سطح مقبولی از توانمندی دست یابند.

نتایج تحقیق یعقوبی ساردو و همکاران (۱۳۹۷) در زنان شهرستان کهنوج حاکی از آن است که آموزش‌های فنی و حرفه‌ای توانسته است تا حدود زیادی باعث توانمندی‌های زنان خانه‌دار و اشتغال آنان در کسب و کارهای کوچک خانگی و همچنین اصلاح الگوی مصرف آنان و ترغیب به مصرف کالای داخلی به‌خصوص در بخش کشاورزی و صنایع دستی و تحقق اقتصاد مقاومتی در سطح منطقه شود. لانگه (۱۳۹۲) معتقد است برای توانمندسازی زنان باید مراحل رفاه، دسترسی، آگاهی، مشارکت و کنترل را به ترتیب، طی کرد. آگهی و همکاران (۱۳۹۱) مهم‌ترین متغیرهایی توسعه مشاغل خانگی آباد از دید زنان روستایی اسلام آباد، داشتن مهارت، تخصص و تجربه، انگیزه‌ی کسب استقلال، معرفی و دیدار با الگوها و افراد موفق است، و مهمترین متغیرها از دید کارشناسان، برگزاری کلاس‌های آموزشی، برطرف نمودن نیاز مالی زنان، ایجاد بازار محلی برای فروش محصولات است. قلی‌پور و رحیمیان (۱۳۹۰) به این نتیجه رسیدند که آموزش زنان سرپرست خانوار تأثیر مثبتی در خانواده آنها دارد زیرا این زنان به دلیل داشتن نقش‌های متعدد فرصت آموزش ندارند و معمولاً در مقایسه با دیگر زنان تحصیلات کمتری دارند. تحقیق میرغفوری و همکاران نیز در سال ۱۳۸۸ موانع کارآفرینی زنان استان یزد را در ۶ بعد اصلی شامل خانوادگی، علمی-تحصیلی، شخصیتی، مالی، فرهنگی-اجتماعی و قانونی شناسایی کردند.

آل‌حسن و ناز (۲۰۲۰) در مطالعه بین‌دانشجویان نشان دادند آموزش کارآفرینی در دانشگاه میتواند نگرش دختران را نسبت به توانایی خود در کارآفرینی و نابرابری جنسیتی در جامعه مردسالار پاکستان افزایش دهد. اولارواجو و فرناندو (۲۰۲۰) کارآفرینی زنان زمانی اتفاق می‌افتد که زنان به ایجاد مشارکت بپردازند. کارآفرینی

زنان ممکن است راهی برای پیشرفت اقتصادی - اجتماعی زنان در کشورهای در حال توسعه باشد اما این امر به زمینه‌های موجود و حساسیت‌های جنسیتی و همچنین وجود حمایت نهادی که دسترسی عادلانه زنان به منابع مورد نیاز برای راه اندازی، رشد و حفظ فعالیت‌های تجاری خود را تسهیل می‌کند، متکی است.

کامبریدو (۲۰۲۰) با بررسی تحقیقات انجام شده (۲۰۱۱-۲۰۱۹) در مورد ابتکارات، مهارت‌ها، خصوصیات، ویژگی‌ها، انگیزه‌ها و سبک‌های رهبری زنان در زمینه کارآفرینی، مستندسازی استراتژی‌های موفقیت و موانع مواجهه آنها، نشان می‌دهد که در زمینه مشکلات و موانع کارآفرینی زنان تغییر زیادی رخ نداده است. زنان کارآفرین همچنان همراه با کمبود منابع مالی، مهارت‌های بازاریابی و خدمات پشتیبانی، از جمله دسترسی ضعیف به شبکه‌های تجاری، فناوری و بازارهای دیجیتال با گرداب چند وظیفه‌ای روبرو هستند. با وجود ورود انبوه زنان در قلمروهای منحصراً مردانه، سقف‌های شیشه‌ای خرد نشده اند. مطالعات قرن بیست و یکم همچنان توجهات به شکاف‌های جنسیتی در کارآفرینی و همچنین تعادل شغلی و خانوادگی بسیار ارزشمند را ادامه می‌دهد، در حالی که هنوز استدلال می‌کند که تحقیقات بیشتری لازم است. آنها همچنین توافق دارند که کارآفرینی موفق به مهارت‌های دیجیتالی همراه با انگیزه برای نوآوری نیاز دارد. مطالعه ملی در رومانی (۲۰۱۷) در مورد زنان کارآفرین رومانی در برنامه آموزشی نشان داد آنها موانع درونی از جمله ترس از شکست، کمبود جسارت، کمبود حمایت معنوی و نبود الگوی مناسب را مهمترین عوامل در شروع به ایجاد کسب و کار می‌دانستند.

بنابراین برگزاری دوره آموزشی بصورت مجازی جهت دسترسی زنان از اقصی نقاط استان و کسب توانمندی‌های لازم برای ورود به حوزه کارآفرینی بویژه مهارت‌های فکری و اجتماعی که مورد توجه کمتری قرار می‌گیرد صورت گرفته است. چنانچه نظریه پرداز ادبیات جدید نوآوری، خلاقیت و کارآفرینی اجتماعی معتقد است بعد اجتماعی در کارآفرینی زنان باید در برنامه‌ریزی‌ها و سیاست‌گذاری‌های مختلف مورد توجه قرار بگیرد. بطور مثال با شبکه‌سازی زنان هم می‌توانند به انتقال تجربیات ارزشمند در حیطه کسب و کار و هم زمینه‌های شکلگیری کسب و کار مفید را فراهم آورد (یوان ای سی ای، ۲۰۰۴).

با توجه به مباحثی که ذکر شد و نتایج تحقیقات پیشین به نظر می‌رسد که:

- بین میزان توانمندی‌های روانی کارآفرینی زنان خانه‌دار قبل و بعد از برگزاری دوره آموزشی تفاوت معناداری وجود دارد.

- بین میزان توانمندی‌های اجتماعی کارآفرینی زنان خانه‌دار قبل و بعد از برگزاری دوره آموزشی تفاوت معناداری وجود دارد.

روش‌شناسی تحقیق

این پروژه بصورت میدانی مداخله‌ای با برنامه آموزشی توانمندسازی فکری و اجتماعی زنان خانه‌دار در زمینه کارآفرینی در طی ۶ جلسه آنلاین صورت گرفت. جهت ارزیابی میزان تاثیر دوره‌های آموزشی در توانمندسازی کارآفرینی زنان یک طرح شبه آزمایشی با استفاده از پرسشنامه آنلاین پیش

و پس از برگزاری دوره‌ها انجام می‌شود. برنامه آموزش مهارت‌های کارآفرینی یک مداخله دو مولفه-ای مبنی بر چهارچوب توانمندسازی در مهارت‌های اجتماعی و فکری است. جامعه آماری این پژوهش کلیه زنان خانه‌دار استان سیستان و بلوچستان بودند که جهت دسترسی زنان از اقصی نقاط استان، آموزش بصورت مجازی صورت گرفت. ابتدا از طریق فراخوان اطلاع رسانی عمومی برگزاری دوره آموزشی اطلاع‌رسانی برای زنان خانه‌دار انجام گرفت. سپس یک گروه مجازی در نرم افزار واتس اپ تشکیل شد و ۲۵۰ نفر عضو شدند، برای اعضای گروه نحوه شرکت در کلاس‌های آنلاین توضیح داده شد و برنامه اجرای کلاس‌های کارآفرینی برای آنها اعلام شد و سعی شد با ارسال پیام‌های آموزشی انگیزه ایجاد شود. یک پرسشنامه آنلاین پیش از شروع دوره‌ها با کد هر شرکت کننده برای آنها ارسال شد. افراد شرکت کننده پرسشنامه را قبل از شروع و بعد از پایان دوره آموزشی تکمیل کردند و با آموزش و ماندن در گروه موافقت کردند. آزمودنی‌ها در طی ۶ جلسه ۹۰ دقیقه‌ای با ۲ سرفصل مهارت‌های فردی (ابتکار و نوآوری، ایده‌پردازی) و اجتماعی (ارتباطات، تیم سازی، مذاکره) بصورت کار گروهی و مشارکتی توسط متخصصین رشته کارآفرینی آموزش داده شدند. این آموزش طبق زمان اعلام شده و توافقی اعضای گروه یک ماه به طول انجامید. محتوای آموزش بر اساس تجربیات آموزشی متخصصین حوزه کارآفرینی و بسته‌های آموزشی رایج بود. ابزار گردآوری اطلاعات در این پژوهش در قالب پرسشنامه آنلاین انجام شده است. پرسشنامه شامل دو بخش بود. بخش اول اطلاعات جمعیت شناختی که شامل اطلاعاتی مانند سن، تحصیلات و غیره است. بخش دوم شامل یک پرسشنامه ارزیابی مهارت‌های فکری و اجتماعی است که توانمندی‌های زنان در حوزه کارآفرینی را بررسی می‌کند. این پرسشنامه براساس منابع علمی موجود خارجی (یلماز و سولماز، ۲۰۰۸ به نقل از تفتیک و زینسیرکیران، ۲۰۱۴) استخراج و سوالات هر مولفه با توجه به جامعه تحقیق بومی سازی شدند. سوالات بدین نحو طراحی شدند که چقدر با هر یک از این مهارت‌ها آشنایی دارید. گزینه‌های پاسخ به سوالات هر مولفه در قالب طیف لیکرت "همیشه" (۵) "اغلب" (۴) "گاهی" (۳)، "به ندرت" (۲)، "هرگز" (۱) و متغیرهای کلی در سطح مقیاس فاصله‌ای مورد سنجش قرار گرفت. ضریب آلفای کرونباخ پرسشنامه مولفه مهارت‌های فکری با ۸ گویه برابر با ۰/۸۶ و ضریب آلفای کرونباخ پرسشنامه مهارت‌های اجتماعی با ۱۲ گویه برابر ۰/۸۸ بدست آمد. داده‌های حاصل از پرسشنامه با استفاده از نرم افزار SPSS19 به صورت نمودارهای توصیفی و آزمون استنباطی مقایسه میانگین مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

جدول شماره ۱. سرفصل‌های آموزشی توانمندسازی فکری و اجتماعی کارآفرینی

نام دوره	هدف دوره	سرفصل دوره
----------	----------	------------

^۱Yılmaz & Sunbul

^۲Tiftik & Zincirkiran

۱	توانمندی فکری کارآفرینی	ایده یابی و امکان سنجی ایده	-خلاقیت، نوآوری و ایده‌یابی -شناسایی و ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی -آشنایی با دانش و مهارت‌های تدوین و تهیه برنامه کسب و کار موثر و کارآمد -ارتقای ظرفیت شناختی مخاطبان در خصوص تکنیک‌های نوآوری در مدل کسب و کار -تقویت مهارت نوآوری در مدل کسب و کار برای خلق ارزش بیشتر در یک کسب و کار شناخت مهارت‌های کارآفرینی مورد نیاز کسب و کارهای نوپا
۲	توانمندسازی اجتماعی کارآفرینی	ارتباطات، کار تیمی، مذاکره، حقوق کسب و کار	-توسعه مهارت‌های تیمی برای کارآفرینی -توسعه سرمایه اجتماعی و مهارت شبکه سازی -آشنایی با فرایندهای حقوقی راه اندازی یک کسب و کار جدید و چگونگی اداره آن و آشنایی با مسائل حقوقی که ممکن است در فرایند سه گانه تاسیس، اداره و انحلال یک واحد کسب و کار مواجه باشند در جهت کاهش ریسک‌های حقوقی کسب و کار و افزایش میزان تاب آوری آن -یادگیری مهارت‌های لازم جهت تحلیل محیط خود و شناسایی فرصت‌های موجود -توانایی مذاکره و اقناع سازی

یافته‌ها

الف) آمار توصیفی

۱. مشخصات پاسخ‌گویان: اطلاعات جمعیت شناختی زنان خانه‌دار شرکت کننده در مطالعه نشان داد اکثریت زنان خانه دار شرکت کننده (۵۰/۴ درصد) در گروه سنی ۲۶-۱۵ سال و ۳۴ درصد در گروه سنی ۳۸-۲۷ سال و ۱۱/۹ درصد از آنها در گروه سنی ۵۱-۳۹ سال قرار داشتند. بیشترین تعداد ۵۱/۷ درصد از زنان شرکت کننده در برنامه آموزشی از قومیت بلوچ و ۴۲/۶ درصد فارس بودند. توزیع فراوانی زنان خانه دار شرکت کننده در دوره آموزشی کارآفرینی از مذهب اهل تسنن ۵۱/۹ درصد و از مذهب اهل تشیع ۴۸/۱ درصد را در بر می‌گرفت. اکثریت مشارکت کنندگان ۷۴/۳ درصد از رشته علوم انسانی و به نسبت تقریباً برابر ۱۰ درصد از رشته علوم تجربی و ریاضی بودند و در مرتبه بعدی از رشته های فنی و حرفه ای و علوم اقتصاد قرار داشتند. از نظر وضعیت تعداد افراد تحت تکفل زنان شرکت کننده در این دوره آموزشی ۴۸/۷ درصد گزینه هیچکس، ۱۷/۱ درصد ۲ نفر، ۱۴/۲ درصد ۱ نفر، ۱۱/۳ درصد ۳ نفر، و ۱۰/۸ درصد ۴ نفر و بیشتر را ذکر کردند.

۲. محتوای مهارت‌های فکری و اجتماعی کارآفرینی زنان خانه دار با مقایسه میانگین قبل و بعد از دوره آموزشی

آزمون ویل کاکسون از آزمون‌های ناپارمتری است برای ارزیابی تفاوت میانگین هر کدام از مهارت‌ها توانمندی‌های فکری و اجتماعی کارآفرینی نمونه مورد مطالعه به تفکیک قبل و بعد از اجرای دوره آموزشی با متغیر ترتیبی بکار می‌رود. با استناد به مقدار آزمون Z هر یک از مهارت‌های که در سطح خطای کوچکتر از ۰,۰۰۰ معنی دار است میتوان گفت به لحاظ آماری با اطمینان ۰/۹۹ درصد تفاوت هر یک از توانمندی‌های کارآفرینی زنان خانه دار در زمانهای قبل و بعد از برگزاری دوره آموزشی معنی دار است. یعنی میزان توانمندی‌های کارآفرینی زنان خانه دار در زمانهای قبل و بعد از برگزاری دوره آموزشی متفاوت است. چون مقدار میانگین نمره توانمندی در هر مهارت بعد از دوره آموزشی بیشتر از قبل از آن است مقدار Z منفی است.

جدول شماره ۲. آزمون مقایسه میانگین مهارت‌های روانی و اجتماعی کارآفرینی زنان خانه دار قبل و بعد از دوره آموزشی

سطح معنی داری	آماره Z	مقدار میانگین	مقدار	مهارت‌های توانمندسازی کارآفرینی																																																																					
.000	-10.08	69.98	قبل	آشنایی با تکنیک‌های نوآوری در کسب و کار	مهارت‌های روانی																																																																				
		101.39	بعد			.000	-9.22	75.89	قبل	مهارت‌های کارآفرینی مورد نیاز در کسب و کار		101.61	بعد	.000	-8.69	82.05	قبل	توانایی ایده پردازی در حوزه کسب و کار با ارزش اقتصادی		97.54	بعد	.000	-8.97	69.16	قبل	توانایی نیازسنجی اقتصادی و استفاده از فرصت‌ها		98.56	بعد	.000	-9.41	59.35	قبل	میزان آشنایی با مفاهیم اصلی کارآفرینی		99.77	بعد	.000	-9.38	57.77	قبل	تشخیص فرصت‌های تجاری جدید خلاقانه		101.21	بعد	.000	-8.74	66.91	قبل	توانایی ارائه راه حل خلاقانه مسئله در کسب و کار		97.72	بعد	.000	-8.57	78.71	قبل	توانایی مذاکره و ارتباط موثر در راستای کسب و کار	مهارت‌های اجتماعی	92.09	بعد	.000	-8.31	74.32	قبل	توانایی کار تیمی و شبکه سازی در کسب و کار		100.21	بعد	.000	-9.46	70.10	قبل
.000	-9.22	75.89	قبل	مهارت‌های کارآفرینی مورد نیاز در کسب و کار																																																																					
		101.61	بعد			.000	-8.69	82.05	قبل	توانایی ایده پردازی در حوزه کسب و کار با ارزش اقتصادی		97.54	بعد	.000	-8.97	69.16	قبل	توانایی نیازسنجی اقتصادی و استفاده از فرصت‌ها		98.56	بعد	.000	-9.41	59.35	قبل	میزان آشنایی با مفاهیم اصلی کارآفرینی		99.77	بعد	.000	-9.38	57.77	قبل	تشخیص فرصت‌های تجاری جدید خلاقانه		101.21	بعد	.000	-8.74	66.91	قبل	توانایی ارائه راه حل خلاقانه مسئله در کسب و کار		97.72	بعد	.000	-8.57	78.71	قبل	توانایی مذاکره و ارتباط موثر در راستای کسب و کار	مهارت‌های اجتماعی	92.09	بعد	.000	-8.31	74.32	قبل	توانایی کار تیمی و شبکه سازی در کسب و کار		100.21	بعد	.000	-9.46	70.10	قبل	آشنایی با مقررات حقوقی در حوزه کسب و کار		106.16	بعد				
.000	-8.69	82.05	قبل	توانایی ایده پردازی در حوزه کسب و کار با ارزش اقتصادی																																																																					
		97.54	بعد			.000	-8.97	69.16	قبل	توانایی نیازسنجی اقتصادی و استفاده از فرصت‌ها		98.56	بعد	.000	-9.41	59.35	قبل	میزان آشنایی با مفاهیم اصلی کارآفرینی		99.77	بعد	.000	-9.38	57.77	قبل	تشخیص فرصت‌های تجاری جدید خلاقانه		101.21	بعد	.000	-8.74	66.91	قبل	توانایی ارائه راه حل خلاقانه مسئله در کسب و کار		97.72	بعد	.000	-8.57	78.71	قبل	توانایی مذاکره و ارتباط موثر در راستای کسب و کار	مهارت‌های اجتماعی	92.09	بعد	.000	-8.31	74.32	قبل	توانایی کار تیمی و شبکه سازی در کسب و کار		100.21	بعد	.000	-9.46	70.10	قبل	آشنایی با مقررات حقوقی در حوزه کسب و کار		106.16	بعد												
.000	-8.97	69.16	قبل	توانایی نیازسنجی اقتصادی و استفاده از فرصت‌ها																																																																					
		98.56	بعد			.000	-9.41	59.35	قبل	میزان آشنایی با مفاهیم اصلی کارآفرینی		99.77	بعد	.000	-9.38	57.77	قبل	تشخیص فرصت‌های تجاری جدید خلاقانه		101.21	بعد	.000	-8.74	66.91	قبل	توانایی ارائه راه حل خلاقانه مسئله در کسب و کار		97.72	بعد	.000	-8.57	78.71	قبل	توانایی مذاکره و ارتباط موثر در راستای کسب و کار	مهارت‌های اجتماعی	92.09	بعد	.000	-8.31	74.32	قبل	توانایی کار تیمی و شبکه سازی در کسب و کار		100.21	بعد	.000	-9.46	70.10	قبل	آشنایی با مقررات حقوقی در حوزه کسب و کار		106.16	بعد																				
.000	-9.41	59.35	قبل	میزان آشنایی با مفاهیم اصلی کارآفرینی																																																																					
		99.77	بعد			.000	-9.38	57.77	قبل	تشخیص فرصت‌های تجاری جدید خلاقانه		101.21	بعد	.000	-8.74	66.91	قبل	توانایی ارائه راه حل خلاقانه مسئله در کسب و کار		97.72	بعد	.000	-8.57	78.71	قبل	توانایی مذاکره و ارتباط موثر در راستای کسب و کار	مهارت‌های اجتماعی	92.09	بعد	.000	-8.31	74.32	قبل	توانایی کار تیمی و شبکه سازی در کسب و کار		100.21	بعد	.000	-9.46	70.10	قبل	آشنایی با مقررات حقوقی در حوزه کسب و کار		106.16	بعد																												
.000	-9.38	57.77	قبل	تشخیص فرصت‌های تجاری جدید خلاقانه																																																																					
		101.21	بعد			.000	-8.74	66.91	قبل	توانایی ارائه راه حل خلاقانه مسئله در کسب و کار		97.72	بعد	.000	-8.57	78.71	قبل	توانایی مذاکره و ارتباط موثر در راستای کسب و کار	مهارت‌های اجتماعی	92.09	بعد	.000	-8.31	74.32	قبل	توانایی کار تیمی و شبکه سازی در کسب و کار		100.21	بعد	.000	-9.46	70.10	قبل	آشنایی با مقررات حقوقی در حوزه کسب و کار		106.16	بعد																																				
.000	-8.74	66.91	قبل	توانایی ارائه راه حل خلاقانه مسئله در کسب و کار																																																																					
		97.72	بعد			.000	-8.57	78.71	قبل	توانایی مذاکره و ارتباط موثر در راستای کسب و کار	مهارت‌های اجتماعی	92.09	بعد	.000	-8.31	74.32	قبل	توانایی کار تیمی و شبکه سازی در کسب و کار		100.21	بعد	.000	-9.46	70.10	قبل	آشنایی با مقررات حقوقی در حوزه کسب و کار		106.16	بعد																																												
.000	-8.57	78.71	قبل	توانایی مذاکره و ارتباط موثر در راستای کسب و کار	مهارت‌های اجتماعی																																																																				
		92.09	بعد			.000	-8.31	74.32	قبل	توانایی کار تیمی و شبکه سازی در کسب و کار		100.21	بعد	.000	-9.46	70.10	قبل	آشنایی با مقررات حقوقی در حوزه کسب و کار		106.16	بعد																																																				
.000	-8.31	74.32	قبل	توانایی کار تیمی و شبکه سازی در کسب و کار																																																																					
		100.21	بعد			.000	-9.46	70.10	قبل	آشنایی با مقررات حقوقی در حوزه کسب و کار		106.16	بعد																																																												
.000	-9.46	70.10	قبل	آشنایی با مقررات حقوقی در حوزه کسب و کار																																																																					
		106.16	بعد																																																																						

.000	-8.1	85.93	قبل	توانایی افق‌سازی در کسب و کار
		99.63	بعد	
.000	-7.67	77.87	قبل	توانایی بسیج افراد تیم در راستای انجام فعالیتهای کسب و کار
		100.66	بعد	

ب) آمار تحلیلی

جهت بررسی اثر اجرای دوره آموزشی بر میزان توانمندسازی کارآفرینی زنان خانه دار در ابعاد فکری و اجتماعی از آزمون تی با دو نمونه جفتی استفاده شده است. در این بخش تفاوت میانگین های ابعاد فکری و اجتماعی توانمندسازی کارآفرینی جمعیت مورد مطالعه در دو مرحله زمانی قبل و بعد از برگزاری دوره آموزشی کارآفرینی محاسبه میشود.

۱. آزمون تفاوت میانگین توانمندسازی اجتماعی کارآفرینی با مداخله دوره آموزشی: نتایج آزمون تی (مقدار آزمون تی برابر با $12/58-$ و سطح معنی داری $0/000$) در جدول زیر نشان میدهد میانگین توانمندسازی اجتماعی کارآفرینی زنان در دو زمان قبل و بعد از برگزاری دوره آموزشی تفاوت معنی داری با اطمینان $0/99$ درصد دارد. بعبارتی دوره آموزشی بر توانمندسازی اجتماعی کارآفرینی زنان شرکت کننده تأثیر داشته و توانسته میزان آن را افزایش دهد.

جدول شماره ۳. آزمون تفاوت میانگین توانمندسازی اجتماعی کارآفرینی با مداخله دوره آموزشی

بعد توانمندسازی کارآفرینی	میانگین	انحراف معیار	آماره تی	سطح معنی داری
توانمندسازی اجتماعی	-3.99156	4.88425	-12.581	.000

۲. آزمون تفاوت میانگین توانمندسازی فکری کارآفرینی با مداخله دوره آموزشی: نتایج آزمون تی (مقدار آزمون تی برابر با $13/65-$ و سطح معنی داری $0/000$) در جدول زیر نشان میدهد میانگین توانمندسازی فکری کارآفرینی زنان در دو زمان قبل و بعد از برگزاری دوره آموزشی تفاوت معنی داری با اطمینان $0/99$ درصد دارد. بعبارتی دوره آموزشی بر توانمندسازی فکری کارآفرینی زنان شرکت کننده تأثیر داشته و توانسته میزان آن را افزایش دهد.

جدول شماره ۴. آزمون تفاوت میانگین توانمندسازی فکری کارآفرینی با مداخله دوره آموزشی

بعد توانمندسازی کارآفرینی	میانگین	انحراف معیار	آماره تی	سطح معنی داری
توانمندسازی فکری	-6.33755	7.14825	-13.649	.000

بحث و نتیجه گیری

این برنامه مطالعاتی شامل دو بخش آموزشی و پژوهشی با محوریت توانمندسازی فکری و اجتماعی جهت کارآفرینی زنان خانه دار بود. در بخش آموزشی این برنامه، مطالعاتی در زمینه روش‌های آموزش مهارتهای مهم فکری و اجتماعی کارآفرینی صورت گرفت و براساس مطالعات صورت

گرفته، دوره آموزشی شامل ۶ کارگاه با شرکت ۲۵۰ نفر با هدف آموزش اصولی و عملی مهارت‌های لازم در ابعاد فکری و اجتماعی برای ایجاد کسب و کار تدوین گردید. این دوره یک بسته آموزشی کامل از مهارت‌های مهم کارآفرینی در ابعاد مختلف فکری و اجتماعی بود که بصورت الکترونیکی و گسترده در سطح استان برای دسترسی و استفاده همگان با موفقیت انجام گرفت.

در بخش پژوهشی دو پرسشنامه جهت سنجش مهارت‌ها و توانمندی‌های فکری و اجتماعی کارآفرینی زنان و میزان اثربخشی دوره آموزشی طراحی گردید. یک پرسشنامه قبل از شروع برگزاری دوره و یک پرسشنامه بعد از اتمام دوره توسط شرکت کنندگان تکمیل گردید. سپس پرسشنامه‌ها جمع آوری و مورد تجزیه و تحلیل آماری قرار گرفت. نتایج تحلیل آماری نشان داد دوره آموزشی در افزایش توانمندسازی فکری و اجتماعی کارآفرینی زنان موثر بوده است و شرکت کنندگان رضایت زیادی از برگزاری این دوره داشتند. این برنامه توانست توانمندی‌ها و مهارت‌های لازم برای ایجاد کسب و کار در زنان خانه‌دار جامعه مورد نظر را فراهم سازد.

به اعتقاد (او ای سی دی، ۲۰۰۴؛ کلدی و سلحشوری، ۱۳۹۱؛ گویال و یاداو، ۲۰۱۴) یکی از شرایط توانمندسازی و توسعه برنامه‌های کارآفرینی، آموزش مهارت‌های لازم در زنان است. پژوهش حاضر نیز نشان داد برنامه آموزشی اصولی و هدفمند منجر به افزایش مهارت‌های فکری و اجتماعی جهت توانمندسازی زنان خانه‌دار استان سیستان و بلوچستان در زمینه کارآفرینی می‌شود. همچنین لازم است به بعد فکری و اجتماعی نیز در برنامه‌های آموزشی کارآفرینی توجه گردد. در واقع، مهارت‌های فکری نظیر خلاقیت، نوآوری و کشف فرصت‌ها و امکان‌سنجی ایده‌ها نیاز به آموزش پایه‌ای و عملی دارد که در آموزش‌های رسمی نادیده گرفته می‌شود.

مهارت‌های اجتماعی نیز در ایجاد و موفقیت کسب و کار نقش تعیین کننده‌ای دارد و عدم توانایی و مهارت‌های اجتماعی زنان در این حیطة یکی از موانع کارآفرینی آنان محسوب می‌شود. چنانچه نتایج پژوهش حاضر مطابق با مطالعات (فتحی و همکاران، ۱۴۰۰؛ شهاخت نژاد، ۱۳۹۹؛ حاجی‌لو و همکاران، ۱۳۹۹) نشان داد کسب مهارت‌های اجتماعی نظیر برقراری ارتباط موثر، مذاکره، آگاهی از حقوق، تیم سازی، بسیج و رهبری گروه از عوامل اجتماعی موثر در توانمندسازی زنان خانه‌دار و تسهیل توسعه کارآفرینی در جامعه است. بنابراین، آموزش زنان نقطه آغازین و اساسی برای ایجاد فرصت‌های برابر در توانمندسازی کارآفرینی و برداشتن سقف شیشه‌ای و موانع فرهنگی و اجتماعی در جامعه است. چنانچه کورل (۲۰۰۱) نیز معتقد است عدم آگاهی و دسترسی به اطلاعات از موانع کارآفرینی زنان است و آموزش بویژه در حوزه فکری و اجتماعی در تغییر نگرش و رفتار زنان نسبت به توانمندی‌های خود در زمینه کارآفرینی موثر است.

برحسب تجربه و محدودیت‌های موجود پیشنهاد میشود به توسعه مهارت‌های فکری و اجتماعی در زنان ارجح داده شود. زمینه‌های کسب این مهارت‌ها بصورت آموزش رسمی و تجربی فراهم شود. دوره‌ها و برنامه‌های آموزشی منسجم و متوالی در زمینه توانمندسازی فکری و اجتماعی زنان در

گروه‌های مختلف برگزار گردد. برنامه‌های آموزشی متناسب با شرایط زندگی زنان خانه‌دار تدوین گردد بطوری‌که امکان دسترسی و استفاده از این برنامه‌ها برای آنها افزایش یابد. بانک اطلاعاتی از افراد متخصص در حوزه توانمندسازی فکری و اجتماعی کارآفرینی با رزومه تایید شده که آمادگی تدریس دارند تهیه گردد و از ظرفیت‌های بومی استان و دانشگاه و منطقه جنوب شرق برای برگزاری این دوره‌ها و تداوم و گسترش آن استفاده شود. کانال مختص کارآفرینی در شبکه‌های اجتماعی در سطح استان و منطقه جنوب شرق طراحی که از طریق آن افراد علاقمند بتوانند از برنامه‌ها و دوره‌های آموزشی در این حیطه مطلع و شرکت نمایند و از تجربیات کارآفرینان نیز استفاده نمایند و از این طریق ارتباط نیز با مخاطبان حفظ شود. سطح آموزش این دوره را میتوان برحسب سن و تحصیلات بصورت ابتدایی، متوسط و پیشرفته در نظر گرفت و برای هر گروه خاص بطور پیوسته این دوره‌ها برگزار گردد، بطور مثال میتوان سطح پیشرفته‌تر از این دوره آموزشی را نیز برای مشارکت‌کنندگان علاقمند در این دوره نیز ادامه داد.



منابع

- آگهی، ح؛ میرک زاده، ع؛ تقی بیگی، م. (۱۳۹۱). اولویت بندی عوامل مؤثر بر توسعه مشاغل خانگی زنان روستایی، زن و جامعه، ۳(۳)، ص ۲۰۲-۱۸۱.
- جاوید نیا، ک؛ جاویدنیا، م. (۱۳۹۱). عوامل مؤثر بر گرایش زنان به مهارت آموزی در بخش مشاغل خانگی: مطالعه موردی در شهرستان گرمسار، پژوهش در نظام های آموزشی، ۶(۱۷)، ص ۱۶۷-۱۴۵.
- حاجی لو، و؛ ولی زاده، ح؛ مقیمی، ز. (۱۳۹۹). شناسایی مؤلفه های سازماندهی و توانمندسازی زنان سرپرست خانوار در شهرستان چالدران، مطالعات راهبردی زنان، ۲۲(۸۹)، ص ۹۵-۱۱۶.
- منصوری، س؛ پیغامی، ع؛ قاسمی، ع. (۱۴۰۱). الگوی ارتقا یافته کارآفرینی زنان مبتنی بر رویکردها و تحولات جدید مطالعات جنسیت، زن در توسعه و سیاست، ۲۰(۲)، ص ۲۵۸-۲۳۵.
- سیاح، م. (۱۳۹۷). نگرش سیستمی به اشتغال زنان، شورای فرهنگی اجتماعی زنان و خانواده، تهران.
- فلاح، مر؛ پاشایی نیا، ر. (۱۳۹۹). زنان کارآفرین و ورود موفقیت آمیز به حوزه کارآفرینی اجتماعی: ارائه یک مدل نظری، مطالعات راهبردی زنان، ۲۴(۹۰)، ص ۳۴-۵۷.
- قلی پور، آ؛ رحیمیان، ا. (۱۳۹۰). رابطه عوامل اقتصادی، فرهنگی و آموزشی با توانمندسازی زنان سرپرست خانوار، رفاه اجتماعی، ۱۱(۴۰)، ص ۶۳-۲۹.
- کاظمی، م. (۱۳۸۶). نگاهی به راهکارهای توانمندسازی زنان سرپرست خانوار با تاکید بر نقش تعاونی ها، تعاون، شماره ۱۹۱، ص ۱۹۲.
- کیمیایی، م. (۱۳۹۰). شیوه های توانمندسازی زنان سرپرست خانوار، رفاه اجتماعی، ۱۱(۴۰)، ص ۶۳-۹۲.
- کلدی، ع؛ سلحشوری، پ. (۱۳۹۱). بررسی تاثیر حمایت اجتماعی بر توانمندسازی زنان، مطالعات توسعه اجتماعی ایران، ۴(۴)، ص ۷-۲۲.
- لانگه، س. (۱۳۹۲). معیارهایی برای تواناسازی زنان، تهران: روشنگران.
- میرغفوری، ح؛ صیادی تورانلو، ح؛ طاهری دمنه، م. (۱۳۸۸). تبیین و تحلیل موانع مؤثر زنان بر کارآفرینی (مطالعه موردی: استان یزد)، پژوهش نامه تحول مدیریت، ۱(۲)، ص ۶۴-۴۷.
- یعقوبی ساردو، ر؛ منتظری، ش؛ جزینی زاده، ا؛ رحیمی، ف. (۱۳۹۵). تأثیر آموزش های فنی و حرفه ای با تکیه بر اقتصاد کوچک خانگی بر اشتغال زنان و بهبود کیفیت تولیدات داخلی در راستای تحقق شعار اقتصاد مقاومتی مطالعه موردی: شهرستان کهنوج، مهارت آموزی، ۸(۸)، ص ۲۱-۷.
- Correll, S. J. (۲۰۰۱). Gender and the career choice process: the role of biased self-assessments. *American Journal of Sociology*, ۱۰۶(۶), ۱۶۹۱-۱۷۳۰.
- Gergis, A. (۱۹۹۹). *Citizen Economic Empowerment In Botswana Concepts and Principles*, BIDPA Working Paper. No. ۲۲.
- Gill, R., & Ganesh, S. (۲۰۰۷). Empowerment, Constraint, and the Entrepreneurial Self: A Study of White Women Entrepreneurs. *Journal of Applied Communication Research*, ۳۵(۳), ۲۶۸-۲۹۳.
- Government of Romania (۲۰۱۷). *National Reform Programme*, Bucharest.
- Goyal, P., & Yadav, V. (۲۰۱۴). To be or not to be a woman entrepreneur in a developing country. *Psychosociological Issues in Human Resource Management*, ۲(۲), ۶۸-۷۸.

- Kamberidou, I. (۲۰۲۰). *Distinguished women entrepreneurs in the digital economy and the multitasking whirlpool*. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, ۹(۳), ۴۵-۸۸.
- Malhatra, S., & schuler, R., & Boender, C. (۲۰۰۲). *Measuring Womens Empowerment as a Variable in International Development*, <http://sitere sources.worldbank.org>.
- Mason, K. O., & Smith, H. L. (۲۰۰۳). *Women's empowerment and social context: Results from five Asian countries*. *Gender and Development Group*. World Bank, Washington, DC.
- Mc Whirter, E. (۲۰۰۴). *Counseling for empowerment*. Alexandria, VA: American Counseling Association.
- OECD. (۲۰۰۴). *Promoting Entrepreneurship And Innovative SMEs In A Global Economy: Towards A More Responsible And Inclusive Globalization*. Istanbul, Turkey, ۳-۵.
- Olarewaju, T., & Fernanado, J. (۲۰۲۰) *Gender Inequality and Female Entrepreneurship in Developing Countries*. In: *Decent Work and Economic Growth. Encyclopedia of the UN Sustainable Development Goals*. Springer, Switzerland. ISBN ۹۷۸-۳-۳۱۹-۷۱۰۵۸-۷.
- Schuler, S. R., & Rottach, E. (۲۰۱۰). *Women's Empowerment across Generations in Bangladesh*. *Journal of Development Studies*, ۴۶(۳), ۳۷۹ - ۳۹۶.
- Tiftik, H., & Zincirkiran, M. (۲۰۱۴). *A Survey On Entrepreneurial Tendencies Of Candidate Young Entrepreneurs: Foundation University Sample*. *Journal of Management Research*, ۷(۲), ۱۷۷-۲۰۰.
- Tornqvist, A., & Schmitz, C. (۲۰۰۹). *Women's economic empowerment: Scope for Sida's engagement*. Sida.
- ul Hassan, M., & Naz, A. (۲۰۲۰). *Education for Women Entrepreneurial Attitudes and Intentions: The Role of Perceptions on Gender Equality and Empowerment*. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences*, ۱۴(۱), ۶۳-۹۸.
- UNECE. (۲۰۰۴). *Women's Self Employment and Entrepreneurship in the ECE region background paper prepared by the secretariat for the Regional Symposium on Mainstreaming Gender into Economic Policies*. Geneva, ۲۸-۳۰.