



جغرافیا و روابط انسانی، پاییز ۱۴۰۲، دوره ۶، شماره ۲، صص ۲۲۹-۲۰۸

واکاوی اثرات راه‌اندازی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط زنان روستایی

(مورد مطالعه: شهرستان مرودشت، استان فارس)

زهرا سیدطباطبائی^۱ و مهسا فاطمی^{۲*}

۱- دانشجوی کارشناسی‌ارشد، دانشگاه شیراز، دانشکده کشاورزی، گروه ترویج و آموزش کشاورزی، شیراز، ایران

۲- دانشیار، دانشگاه شیراز، دانشکده کشاورزی، گروه ترویج و آموزش کشاورزی، شیراز، ایران mahsafatemi@shirazu.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۱۱/۱۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۱۱/۲۱

چکیده

توسعه کارآفرینی زنان از مهم‌ترین موضوعات دست‌ورکار توسعه معاصر در جهان و بویژه در بسیاری از کشورهای در حال توسعه بوده و برخی از صاحب‌نظران توسعه روستایی معتقدند که شناخت توانمندی‌ها و مهارت‌های زنان، به خصوص زنان روستایی و هدایت استعدادهای خلاق آنان در بهره‌برداری از ظرفیت‌های این قشر بزرگ اجتماعی مؤثر است. طی دهه اخیر در کشور، سهم زنان در کسب‌وکارهای خصوصی و غیر دولتی روند رو به رشدی را طی کرده و زنان روستایی در کسب‌وکارهای کوچک و متوسط روستایی به فعالیت اشتغال دارند. در همین راستا هدف پژوهش حاضر، شناخت اثرات مختلف راه‌اندازی و گسترش کسب‌وکارهای کوچک و متوسط زنان روستایی در شهرستان مرودشت در استان فارس است. جامعه مورد مطالعه زنان عضو صندوق اعتبارات خرد روستایی مرودشت بوده که طبق نمونه‌گیری تصادفی، ۷۱ نفر به عنوان نمونه انتخاب شده و با استفاده از پیمایش و پرسشنامه، اطلاعات لازم جمع‌آوری گردید. طبق یافته‌های مطالعه، سطح ارتباطات اجتماعی و شبکه‌سازی زنان کارآفرین روستایی تفاوت معناداری داشت، به گونه‌ای که زنان جوان‌تر، با سابقه عضویت کمتر و دارای تحصیلات دانشگاهی، در برقراری تعامل با نهادها و کارشناسان دولتی و خصوصی، موفق‌تر بوده‌اند. اثرات اشتغال زنان روستایی در کسب‌وکارهای کوچک و متوسط را می‌توان در چهار دسته فردی-روانشناختی، اقتصادی، فرهنگی-اجتماعی و زیست‌محیطی تحلیل نمود. در پایان، با توجه به مجموعه تأثیرات و پیامدهای مثبت کسب‌وکارهای روستایی برای گروه زنان و جامعه روستایی، توصیه می‌شود که اقدامات تشویقی-انگیزشی به منظور جذب حداکثری زنان روستایی نسبت به عضویت در صندوق‌های اعتبارات خرد روستایی صورت گیرد. علاوه بر آن، ارتقای دوره‌های آموزشی-مهارتی ساختارمند و منسجم در راستای تقویت روحیه کار تیمی و شبکه‌سازی اجتماعی در ایجاد کسب‌وکارهای جمعی نیز پیشنهاد می‌گردد.

کلمات کلیدی: کارآفرینی، کسب‌وکار، زنان روستایی، اثرات اجتماعی، اثرات فرهنگی، فعالیت‌های کشاورزی.

مقدمه

کارآفرینی از اصطلاح فرانسوی *entrepreneure* مشتق شده است که به معنای قبول مسئولیت، تعقیب فرصت‌ها، تأمین نیازها و خواسته‌ها از طریق نوآوری و راه‌اندازی یک کسب‌وکار تجاری است (کاظمی و مقیمی، ۱۳۹۷). جوزف شومپتر از پیشگامان حوزه کارآفرینی، این اصطلاح را بدین‌گونه تعریف نموده است: فرض تعریف‌شده ریسک و مسئولیت در طراحی و پیاده‌سازی استراتژی کسب‌وکار و یا شروع یک کسب‌وکار (Mathew, 2010). سه دلیل مهم کشورها برای توجه به مقوله کارآفرینی، تولید ثروت، توسعه فناوری و اشتغال مولد است (ممیز و همکاران، ۱۳۹۲). کارآفرینان، تولیدکنندگان محصول جدید و نوآورانه و صاحبان کسب‌وکارهای خصوصی، در صورتی برای رشد و پیشرفت جوامع، تأثیرگذارتر خواهند بود که در ارائه ایده‌ها یا برنامه‌های خلاقانه خود، آمادگی ذهنی و روانی بیشتری داشته باشند (Chen et al., 2009). هر چند کارآفرینان در مقام افراد مشتاق و علاقه‌مند به مشاغل خود شناخته می‌شوند؛ اما همواره در معرض حالات عاطفی منفی مانند اضطراب، ترس و استرس نیز قرار دارند (کاشف گنج‌دره در و همکاران، ۱۴۰۱)، که به نوبه خود، در کارآفرینی، شناخت فرصت، تصمیم‌گیری و خلاقیت‌شان تأثیر گذاشته و از این لحاظ زنان نیازمند مدیریت هیجانات شخصی، آموزش و یادگیری برای توسعه کسب‌وکارشان در گذر زمان هستند (بادزبان و همکاران، ۱۳۹۹ج). در واقع، بهره‌مندی از آموزش‌های متنوع، یکی از مهم‌ترین عوامل در توسعه فعالیت‌های کارآفرینی بوده (بادزبان و همکاران، ۱۳۹۹ب) و در پیشبرد و گسترش فعالیت‌های تجاری صاحبان کسب‌وکارهای مختلف، تأثیرگذار خواهد بود. کسب‌وکارهای کارآفرینانه کوچک و متوسط (SMEs)، نقش مهمی در توسعه کشورها دارند؛ از سوی دیگر، همچنین پایداری و استمرار کسب‌وکارهای کوچک و متوسط برای ایجاد شغل، کاهش فقر و رشد اقتصادی نیز ضروری است (Fatoki, 2018).

امروزه، روستاها محیط مناسبی برای رشد بخش‌های غیرکشاورزی در کنار فعالیت‌های مرسوم کشاورزی و دامپروری هستند (قنبری و همکاران، ۱۳۹۴؛ بادزبان و همکاران، ۱۴۰۰). بخش خصوصی روستایی، بخصوص مشاغل بسیار کوچک، کوچک و متوسط توانسته است خود را با شرایط متغیر محیطی و شرایط بد اقتصادی وفق دهد. بهبود مشاغل کوچک روستایی، نقش حیاتی در تقویت پیشرفت اقتصادی دارد (بادزبان و همکاران، ۱۳۹۹الف). با توجه به پیوند قوی میان کسب‌وکارهای روستایی با خانوارها و جوامع، بخش خصوصی نقش مهمی در حفظ ظرفیت مناطق روستایی و ارائه محصولات و خدمات ضروری به جوامع خود دارد (Seiner & Alterton, 2015). بنابراین، سرمایه‌گذاری برای ایجاد اشتغال و کارآفرینی در بخش‌های غیرزراعی روستاها، با توجه به اینکه

نیمی از جمعیت کشور را روستائیان تشکیل داده‌اند، علاوه بر بهبود معیشت روستائیان و مقرون به صرفه بودن زندگی روستایی و ایجاد انگیزه برای عدم مهاجرت آنان به شهرها، موجب توسعه بخش کشاورزی، کاهش فشار اقتصادی ناشی از بیکاری فصلی در روستاها، آبادانی روستاها و شکوفایی اقتصادی کشور نیز خواهد شد (اشراقی سامانی و همکاران، ۱۳۹۵). یکی از راه‌های پیشرفت، توجه به توسعه فعالیت‌های کارآفرینی در روستاهاست (گلکارفرد و همکاران، ۱۳۹۸).

زنان به عنوان یکی از سرمایه‌های انسانی، تقریباً نیمی از جمعیت در سنین کار هر کشوری را تشکیل می‌دهند (عقیلی، ۱۳۹۵). به عبارت دیگر، گروه زنان، به عنوان بخش اعظمی از نیروی انسانی هر کشور، می‌توانند نقش بسیار مهم و مؤثری در راستای پیشبرد اهداف و سیاست‌های برنامه‌ریزان در زمینه‌های مختلف محیطی، طبیعی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی ایفا نمایند که در این میان پیوستگی عمیق بین زنان و محیط زیست و همچنین نقش اساسی آنان در زمینه تولید محصولات کشاورزی بر کسی پوشیده نیست (محمدپور، ۱۳۹۷). مشارکت نیروی کار زنان در سراسر جهان در سال ۲۰۱۸، به طور متوسط، ۵۰/۸۵ درصد بوده، که طبق رتبه‌بندی انجام گرفته، کشور رواندا در آفریقای مرکزی با ۸۴/۱۷ درصد بالاترین رتبه و کشور یمن با ۶/۱۲ درصد، کمترین رتبه را کسب کرده است (اقتصاد جهانی، ۲۰۱۸). از سوی دیگر، طبق بررسی‌های سازمان بین‌المللی کار نیز در اکثر کشورهای جهان (به جز آمریکای شمالی و استرالیا)، ساعات کاری زنان نسبت به مردان در طی هفته، بیشتر است (ممیز و همکاران، ۱۳۹۲). توجه به وضعیت اشتغال زنان و هدایت آن‌ها به بازار کار می‌تواند زمینه بهره‌گیری بهتر جامعه از این نیروی بالقوه و دستیابی به توسعه را فراهم آورد (عقیلی، ۱۳۹۵). شناسایی استعدادها و کارآفرینی روستائیان بویژه زنان روستایی و تلاش برای توسعه و تقویت کارآفرینی در فرآیند توسعه‌ی روستایی از طریق فراهم کردن زمینه‌های اولیه‌ی آن، اهمیت ویژه‌ای دارد (میرترابی و حجازی، ۱۳۹۱). در واقع، زنان خلاق، نوآور و مبتکر به عنوان کارآفرینان، منشأ تحولات بزرگی در زمینه‌های صنعتی، تولیدی و خدماتی در عرصه جهانی شده‌اند و نقش آنان به عنوان موتور توسعه اقتصادی و صنعتی، محرک و مشوق سرمایه‌گذاری و عامل ایجاد اشتغال در جوامع گردیده است.

کارآفرینی زنان روستایی، یکی از راهکارهای مهم برای استفاده از ظرفیت‌ها و توانمندی‌های جوامع محلی است و در صورت وجود سیاست‌ها و برنامه‌ریزی‌های مناسب، گام بزرگی در راستای حرکت در مسیر توسعه پایدار است (Badzaban et al., 2020). زنان بویژه در مناطق روستایی، نقش عمده‌ای در تولید محصولات گوناگون زراعی

و دامی بر عهده دارند؛ به گونه‌ای که بدون مشارکت و کمک آنان به عنوان نیروی کار در مزارع، تحقق توسعه‌ی کشاورزی امری ناممکن است (گلکارفرد و همکاران، ۱۳۹۸). بنابراین، توسعه کارآفرینی زنان از مهم‌ترین موضوعات دستورکار توسعه معاصر در جهان و بویژه در بسیاری از کشورهای در حال توسعه بوده و برخی از صاحب‌نظران توسعه روستایی بر این باورند که شناخت توانمندی‌ها و مهارت‌های زنان، به خصوص زنان روستایی و هدایت استعدادهای خلاق آنان در بهره‌برداری از ظرفیت‌های این قشر بزرگ اجتماعی مؤثر است (Rezaei-Moghaddam et al., 2019). کارآفرین زن، فردی است که به تنهایی یا با مشارکت یک یا چند نفر شریک، کسب‌وکاری را آغاز کرده، مشتاق قبول خطرها و مسئولیت‌های مالی، مدیریتی و اجتماعی آن و مشارکت در فعالیت‌های مدیریتی روزانه است (بادزبان و همکاران، ۱۳۹۹ج).

در جامعه امروز ایران نیز، زنان نقش مهم و در حال گسترشی در زمینه کسب‌وکارها ایفا کرده‌اند؛ به گونه‌ای که در سال‌های اخیر، سهم زنان در کسب‌وکارهای خصوصی و غیردولتی روند رو به رشدی را طی کرده است (موحدی و همکاران، ۱۳۹۵؛ Badzaban et al, 2020). هم‌اکنون زنان روستایی در ایران در صدها کسب‌وکارهای کوچک به فعالیت اشتغال دارند (سعدی، ۱۳۹۲). در تازه‌ترین گزارش ارائه شده در خصوص ارزیابی وضعیت زنان کارآفرین ۵۸ کشور، اعلام شده است که ایران در این ارزیابی، رتبه ۵۴ را کسب کرده است. طبق این گزارش، مشارکت اقتصادی زنان از ۹/۲ درصد در سال ۱۳۳۵ به بیش از ۱۶ درصد در سال ۱۳۹۸ رسیده است (ایلنا، ۱۳۹۸). در واقع، موفقیت زنان کارآفرین در جوامع به خصوص جوامع روستایی، موجب افزایش کیفیت زندگی و بهبود شرایط اقتصادی و فرهنگی در روستاها در مقایسه با سال‌های گذشته شده است.

یکی از شاخص‌های نوسازی اقتصاد ملی و توسعه اجتماعی، مشارکت زنان و نحوه‌ی ایفای نقش آنان در ساختارهای اقتصادی است (گلکارفرد و همکاران، ۱۳۹۸)؛ لذا، افزایش فرصت‌های شغلی برای زنان در خارج از خانواده، عموماً از نظر توسعه اقتصادی، نقطه‌ی مثبتی تلقی می‌شود؛ زیرا درآمد ناشی از اشتغال و دریافت دستمزد، استانداردهای زندگی فرد شاغل را افزایش می‌دهد. از مجموع زنان ایرانی، زنان روستایی نخستین گروهی هستند که از کسب‌وکارهای کوچک استقبال کرده‌اند (بوذرجمهری و قنبری، ۱۳۹۳). شمار قابل توجهی از زنان روستایی در ایران با حمایت سازمان‌ها و مؤسسه‌های مالی، اقدام به راه‌اندازی کسب‌وکارهای خدماتی از جمله تأسیس کارگاه خیاطی، فروش محصولات غذایی و پوشاک یا ارائه خدمات آرایشگری زنانه کرده‌اند. به طوری که مشاغل کوچکی

چون قالی بافی، دامداری، خیاطی و گلدوزی و کارهای خدماتی دیگر، بیش از دیگر فعالیت‌ها با استقبال مردم به‌ویژه زنان روستایی روبه‌رو شده‌اند (سعدی، ۱۳۹۲).

فعالیت‌های شرکت مادر تخصصی صندوق حمایت از توسعه سرمایه‌گذاری در بخش کشاورزی

تجربه سال‌های متمادی از انحصاری بودن اجازه سرمایه‌گذاری در بخش کشاورزی توسط دولت و توفیق اندک این روش، در کنار فراگیر شدن اطلاعات در سطح جهانی و موفقیت آموزه‌های فراوان توجه به بخش غیردولتی برای بدست گرفتن فعالیت‌های اصلی و اساسی در بخش‌های مختلف تولیدی، خدماتی، صنعتی و... باعث شد تا برنامه‌ریزان و تصمیم‌گیران کشور به راهکار تشکیل صندوق‌های غیردولتی برای حمایت از توسعه سرمایه‌گذاری در بخش کشاورزی و کاهش تصدی‌های غیرضروری دولتی در این بخش دست زنند؛ لذا تأسیس شرکت مادر تخصصی برای تشکیل و راه‌اندازی صندوق‌های غیردولتی در سطوح ملی، استانی و شهرستانی بصورت قانونمند، در آمد. تشکیل صندوق‌های غیردولتی حمایت از توسعه بخش کشاورزی با مشارکت تولیدکنندگان و سرمایه‌آنان در کنار کمک دولت (شرکت مادر تخصصی) به عنوان زیرساخت با ماهیت و کارکرد مؤسسات مالی - اعتباری از جمله گام‌های تقویت سرمایه اجتماعی به‌شمار می‌رود. این صندوق‌ها که با سرمایه‌گذاری حداقلی ۵۱ درصدی تولیدکنندگان غیردولتی و توسط آنان تشکیل می‌شوند، با انتخاب اعضای هیئت‌مدیره و سایر دست‌اندرکاران آن از میان خودشان اداره می‌گردند. حضور دولت به عنوان یکی از سهامداران، تنها به منظور امکان ارتباط مستقیم با نهاد حکومت و با کارکرد آگاهی از شرایط در تدوین برنامه و سیاست‌های اجرایی است (وزارت جهاد کشاورزی، ۱۳۹۲).

شرکت حمایت از توسعه فعالیت‌های کشاورزی زنان روستایی و عشایری به عنوان نهاد غیردولتی با همکاری صندوق حمایت از توسعه سرمایه‌گذاری در بخش کشاورزی در کشور تشکیل شده است که بر اساس قانون، از کلیه مزایای صندوق‌های غیردولتی بهره‌مند هستند. این شرکت‌ها در استان‌های مختلف کشور فعال بوده که در استان فارس در سه شهرستان شیراز، مرودشت و استهبان سابقه فعالیت بیشتری دارند. زنان کارآفرین عضو این شرکت‌ها به صورت فردی، گروهی و خانوادگی در زمینه کسب‌وکارهای کشاورزی، پرورش دام و طیور، صنایع دستی، صنایع تبدیلی و خدماتی فعالیت می‌کنند. در این راستا شرکت مادر تخصصی، تسهیلات و برنامه‌های

آموزشی متعددی (کارگاه‌ها، کلاس‌ها و بروشورهای ترویجی) در زمینه مدیریت شرکت‌ها، حسابداری، بوم کسب‌وکار، بازاریابی، کارآفرینی، مقررات و قوانین تجارت، تسهیل‌گری و آموزش‌های اختصاصی در زمینه فعالیت‌های کشاورزی در اختیار زنان قرار می‌دهد، به طوری که برگزاری این دوره‌های آموزشی در چند سال اخیر نیز ادامه دارد (بادزبان و همکاران، ۱۴۰۰).

آغاز اقدامات مربوط به سازمان‌دهی فعالیت‌های کارآفرینانه زنان روستایی تقریباً به سال ۱۳۸۳ برمی‌گردد که از آن زمان تا پایان تیرماه ۱۳۹۹، تعداد ۱۵۴ صندوق حمایت از توسعه بخش کشاورزی در سطوح مختلف تشکیل شده است. از این تعداد، ۳۲ صندوق استانی، ۱۰ صندوق تخصصی-محصولی، ۱۹ صندوق زنان روستایی و عشایری، ۱۰ صندوق منابع طبیعی و ۸۳ صندوق شهرستانی، مجموع ۱۵۴ صندوق را تشکیل می‌دهند. سرمایه این صندوق‌ها بالغ بر ۲۲ هزار میلیارد ریال، حداکثر سهم مشارکت دولت در سرمایه این صندوق‌ها، ۴۹ درصد و حداقل سهم بخش غیردولتی نیز ۵۱ درصد است. صندوق‌های حمایت از توسعه بخش کشاورزی، به عنوان تنها نهاد مالی-اعتباری غیردولتی با مشارکت تولیدکنندگان و بهره‌برداران تشکیل شده‌اند که چشم‌انداز روشنی را در به‌کارگیری ظرفیت‌های غیردولتی به منظور تأمین مالی و ارتقای نرخ رشد سرمایه‌گذاری بخش کشاورزی نشان می‌دهند (خبرگزاری مهر، ۱۳۹۹). میزان و شکل مشارکت زنان روستایی در تولیدات کشاورزی بر اساس ویژگی‌های نظام بهره‌برداری، نوع محصول، تنوع کشت و شرایط اقلیمی در مناطق کشاورزی متفاوت است که مطالعات جامع و جمع‌آوری اطلاعات صحیح و دقیق از ضروریات انکارناپذیر به منظور برنامه‌ریزی‌های توسعه آن است (گلکارفرد و همکاران، ۱۳۹۸). فعالیت‌های کارآفرینی زنان روستایی عمدتاً شامل فعالیت‌های کشاورزی، پرورش دام و طیور، فعالیت‌های خدماتی و صنایع دستی و تبدیلی است. اکثریت زنان با سرمایه کمتر از ۵ میلیون تومانی، این فعالیت‌ها را راه‌اندازی کرده‌اند که درآمد بیشتر آن‌ها نیز کمتر از ۱۰ میلیون تومان در سال است (بادزبان و همکاران، ۱۴۰۰).

مطالعه بادزبان و همکاران (۱۴۰۰) در مورد کسب‌وکارهای کوچک و روستایی زنان استان فارس نشان داد که بیشترین فراوانی متعلق به فعالیت‌های کشاورزی شامل تولید گیاهان دارویی، کشت زعفران، گردو و بادام، جو، گندم، برنج، صیفی‌جات، پسته، زیتون، گل محمدی و نهالستان انجیر و پرورش قارچ، گیاهان آپارتمانی و زینتی و تولید نشاء گوجه‌فرنگی بوده است. پس از آن، بیشترین درصد فراوانی، مربوط به فعالیت‌های صنایع دستی و تبدیلی (۲۶ درصد) شامل قالی‌بافی، چرم‌دوزی، کلیپس‌سازی، تابلو فرش، هویه‌کاری، گلیم‌بافی (صنایع دستی) و تولید عرقیات، سبزی‌جات خشک، ترشی‌جات، مرباجات، رب انار، رب گوجه، شوری‌جات، لبنیات، شیرینی‌پزی،

سرکه‌سازی، نان و کماچ‌پزی، بسته‌بندی گیاهان دارویی، بسته‌بندی انجیر و زعفران (صنایع تبدیلی) بوده است. طبق یافته‌های این پژوهش، ۲۴/۲ درصد زنان مورد مطالعه در زمینه پرورش دام و طیور فعالیت نموده که فعالیت‌های آن‌ها شامل پرورش گاو، گوساله‌گوشتی، گوسفند پروری، بوقلمون، کبک، بلدرچین، بوقلمون، شترمرغ، مرغ بومی و زنبور عسل بوده است. کمترین درصد از زنان به فعالیت‌های خدماتی مشغول بوده‌اند که فعالیت‌های آن‌ها شامل تعاونی تولید زنان روستایی، بیرون‌بر خانگی، فروشگاه مواد غذایی ارگانیک زنان روستایی، تاکسی زنان، تشک‌دوزی، خیاطی، فروش لوازم منزل، فروشگاه لباس، کرایه لباس محلی و خشکبار فروشی بوده است.

طبق مطالعات، نیازهای اقتصادی خانواده از مهم‌ترین عوامل ورود زنان به کارآفرینی مطرح شده است و پس از آن، عواملی همچون تجربه کارآفرینی خانواده‌ها، حمایت عاطفی خانواده، فوت همسر، متارکه، حمایت مالی و در نهایت حمایت شبکه‌ای خانواده، به عنوان عوامل مهم و تأثیرگذار در توسعه کارآفرینی زنان بیان گردیده است (یعقوبی‌فرانی و همکاران، ۱۳۹۳). گیت‌وود و گارتنر (Gatewood & Gartner, 1995)، تقویت انگیزه‌های درونی را نسبت به انگیزه‌های بیرونی در کارآفرینان، ارجح دانسته‌اند. به عبارت دیگر، زنان کارآفرین نوپایی که در آغاز یک کسب‌وکار، دارای انگیزه‌های درونی (من می‌خواهم مستقل باشم) قوی‌تر نسبت به انگیزه‌های بیرونی (من نیاز بازار را دیده‌ام) بودند، عملکرد سالیانه موفق‌تری نسبت به سایرین داشته‌اند (Gatewood et al., 2004).

پژوهش‌های بسیاری به بررسی انواع اثرات کسب‌وکارهای کوچک و متوسط بر زنان و جوامع روستایی پرداخته‌اند. مشارکت زنان در فعالیت‌های مختلف کارآفرینی و موفقیت‌شان در کسب‌وکار، آن‌ها را در عرصه‌های مختلف اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی توانمند می‌کند (ممیز و همکاران، ۱۳۹۲). به بیان دیگر، کسب‌وکارهای کوچک، ابزاری برای رشد اقتصادی و اجتماعی بوده که در کاهش نرخ بیکاری و ایجاد فرصت‌های جدید اشتغال نیز مؤثر هستند (سعدی، ۱۳۹۲). از سوی دیگر، این موفقیت در جوامع، نه تنها سبب ایجاد سود اقتصادی شده، بلکه دارای منافع بسیار اجتماعی و فرهنگی نیز است. مطالعات نشان داد که راه‌اندازی و توسعه کسب‌وکارهای زنان روستایی دارای اثرات اقتصادی مانند استقلال مالی، کاهش یا عدم وابستگی زنان روستایی به سایرین، خوداتکایی و رشد اقتصادی، افزایش پس‌انداز، افزایش ریسک‌پذیری مالی، افزایش آگاهی نسبت به مفاهیم اقتصادی، آگاهی از ضوابط، شرایط و قوانین راه‌اندازی و اداره کسب‌وکار شده است (یعقوبی‌فرانی و همکاران، ۱۳۹۴). این کسب‌وکارهای کارآفرینانه روستایی همچنین دارای اثرات اجتماعی شامل افزایش سطح مهارت‌های فنی، مدیریتی و مالی، آگاهی از نحوه برخورد با مشتریان، ورود به عرصه فعالیت‌های اجتماعی و فرهنگی، ارتقاء نقش و پایگاه اجتماعی، ایجاد

و افزایش اعتماد به نفس به توانایی‌های خود در مدیریت کسب‌وکار، کسب آگاهی و اطلاعات و تجارب شغلی و ارتقاء کیفیت زندگی آنان نیز بوده است (یعقوبی‌فرانی و همکاران، ۱۳۹۴). بدون شک یکی از اثرگذاری‌های مهم اشتغال زنان روستایی، کنترل مولید و مدیریت جمعیت روستایی است (سعدی، ۱۳۹۲). انگیزه‌ها و اهداف شخصی، ویژگی‌های فردی، عوامل رسمی و غیررسمی فرهنگی نیز بر کارآفرینی زنان تأثیر دارند (ارشادی و همکاران، ۱۳۹۹).

از سوی دیگر، این‌گونه کسب‌وکارها دارای اثرات منفی و مثبت بسیاری برای محیط زیست و منابع طبیعی هم هستند که قابل بررسی و مطالعه است. زنان در فعالیت خود به مصرف انرژی و کاهش آلودگی هوا تا حد زیادی اهمیت می‌دهند؛ البته این به دلیل کوچک بودن اندازه کسب‌وکار آنان نیز بوده است؛ چرا که کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، آلودگی کمتری برای محیط داشته و انرژی کمتری نسبت به شرکت‌های بزرگ مصرف می‌کنند (بادزبان و همکاران، ۱۴۰۰). در نهایت، بر مبنای پژوهش‌های انجام شده، تقویت ویژگی‌های شخصیتی و فردی زنان، از مهم‌ترین اثرات راه‌اندازی و توسعه‌ی کسب‌وکارهای کارآفرینانه برشمرده شده است (گلکارفرد و همکاران، ۱۳۹۸). همچنین، عوامل انگیزشی، پشتکار و تقویت سایر پتانسیل‌های فردی شامل خودباوری، ریسک‌گریزی نیز از اثرات فردی-فرهنگی راه‌اندازی کسب‌وکارهای زنان روستایی بشمار می‌روند (Rezaei-Moghaddam *et al.*, 2019; Khan *et al.*, 2021).

با توجه به مطالب مطرح‌شده، هدف مطالعه حاضر در وهله اول، شناخت انواع کسب‌وکارهای کوچک و متوسط روستایی توسط زنان روستایی شهرستان مرودشت بود. سپس شناسایی و دسته‌بندی انواع اثراتی که راه‌اندازی این‌گونه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط بر منطقه مورد مطالعه داشته است تا در نهایت بتوان راهکارهای کاربردی در راستای بهبود و توسعه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط زنان روستایی شهرستان مرودشت ارائه داد.

روش پژوهش

در پژوهش توصیفی حاضر از فن پیمایش برای جمع‌آوری اطلاعات استفاده شد. ابزار جمع‌آوری داده‌ها، پرسشنامه بود. جامعه مورد مطالعه، زنان عضو صندوق حمایت از زنان روستایی و عشایری روستایی مرودشت (N=200) بودند که یک نمونه تصادفی ۷۱ نفره، پرسشنامه‌ها را تکمیل نمودند. صندوق حمایت از زنان روستایی و عشایری

روستایی مرودشت از سال ۱۳۸۹، با ۱۸ صندوق اعتبار خرد و با ۱۴۰ میلیون تومان سرمایه راه‌اندازی شد که عملکرد آن، نسبتاً موفقیت‌آمیز بود و برای ۳۰۰ نفر از زنان روستایی بصورت مستقیم شغل ایجاد کرده است (فغانی، ۱۳۹۹). زنان روستایی با اخذ وام و آغاز کار از خانه، فعالیت‌هایی مانند پرورش دام و طیور، زنبورداری، کشت گیاهان دارویی و خشک کردن سبزیجات بصورت عمده را انجام می‌دهند. زنان، فعالیت‌های مرتبط با صنایع فرآوری و تبدیلی مانند رب انار و رب گوجه‌فرنگی، ترشی، شوری‌جات و مرباجات نیز انجام می‌دهند. همچنین در زمینه زعفران، زیتون و پسته هم فعالیت دارند. مدیرعامل این صندوق، دارای مدرک کارشناسی حسابداری بوده و فعالیت خود را از صندوقی که در دوران دانشجویی در آن عضو بود، ادامه داد و در گذر زمان، از طرف هیئت مدیره بعنوان مدیرعامل صندوق انتخاب شد. این تجربه باعث شد تا او از طریق ایجاد صندوق‌های اعتباری کوچک، به رونق صنایع روستایی و اشتغال زنان روستانشین کمک کند. اشتغال زنان، به‌گونه‌ای طراحی شده که با روحیه و فرهنگ روستاهای ایران نیز سازگار باشد. پس از تکمیل پرسشنامه‌ها، داده‌ها با استفاده از آمار توصیفی و استنباطی از طریق نرم‌افزار SPSS26 مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

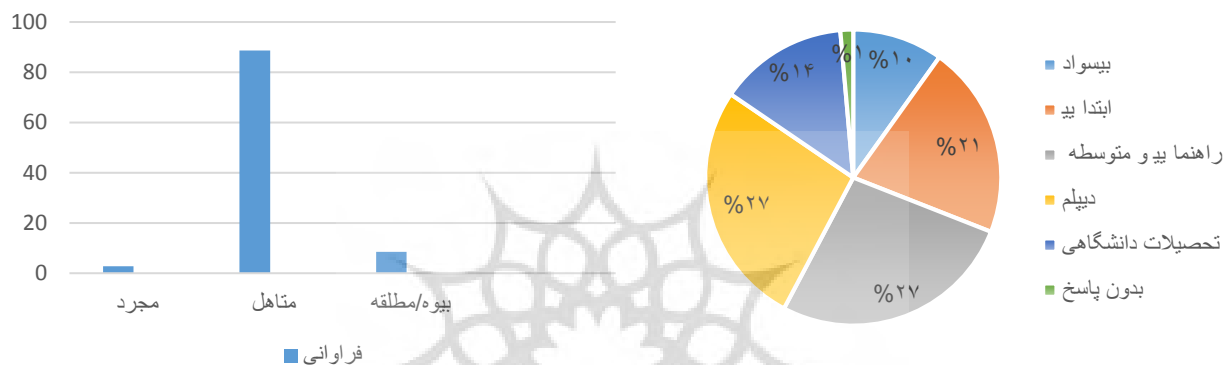
یافته‌ها و بحث

به منظور ایجاد تصویری از زنان کارآفرین مورد مطالعه، ابتدا خلاصه‌ای از نتایج آمار توصیفی مربوط به ویژگی‌های فردی پاسخگویان در قالب جدول ۱ آورده شده است. میانگین سنی پاسخگویان، حدود ۴۰ سال بوده که جوان‌ترین آن‌ها ۲۴ سال و مسن‌ترین آن‌ها ۶۲ سال بوده‌اند. اغلب زنان مورد مطالعه، از خانواده‌های ۳ نفره بوده و به‌طور میانگین ۱۰ سال سابقه عضویت در صندوق را داشته‌اند که کمترین سابقه عضویت ۳ سال و بیشترین آن، ۱۵ سال بوده است.

جدول ۱- آمار توصیفی ویژگی‌های فردی پاسخگویان

متغیر	میانگین	انحراف استاندارد	کمینه	بیشینه
سن (سال)	۳۹/۹۴	۹/۸۳	۲۴	۶۲
تعداد اعضای خانوار (نفر)	۳	۱	۲	۶
سابقه عضویت در صندوق (سال)	۱۰/۲۵	۵/۱۰	۳	۱۵

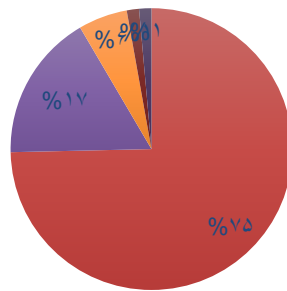
طبق نتایج، ۸۸/۷ درصد صاحبان کسب‌وکار مورد مطالعه، در گروه متأهلین بوده و ۲/۸ درصد آن‌ها مجرد و ۸/۵ درصد باقیمانده نیز بیوه یا مطلقه بوده‌اند (شکل ۱). توزیع فراوانی پاسخگویان از نظر سطح سواد در شکل ۲ نشان داده شده است. سطح تحصیلات بیش از نیمی از پاسخگویان (۵۴ درصد) تا مقطع راهنمایی، متوسطه و دیپلم بوده و حدود ۱۰ درصد از آن‌ها نیز بی‌سواد بودند. از سوی دیگر، ۱۴ درصد از زنان پاسخگو نیز تجربه تحصیل در دانشگاه در مقاطع مختلف تحصیلات عالی را داشتند.



شکل ۲- توزیع فراوانی پاسخگویان از نظر سطح تحصیلات

شکل ۱- توزیع فراوانی پاسخگویان از نظر وضعیت تأهل

از نظر حوزه کسب‌وکار پاسخگویان نیز، بیشترین فراوانی متعلق به زمینه کشاورزی (محصولات باغی و زراعی) بود (۷۵ درصد) و پس از آن حوزه دامپروری و پرورش دام و طیور حدوداً ۱۷ درصد را به خود اختصاص داده‌اند. صنایع دستی و خیاطی نیز از جمله مشاغل بودند که با ۱/۴ درصد، کمترین میزان اشتغال را بین پاسخگویان به خود اختصاص داده بودند (شکل ۳).



- دامپروری (پرورش دام و طیور)
- کشاورزی (محصولات باغی و زراعی)
- صنایع دستی
- فرآوری موادغذا یی و صنایع تبدیلی
- خیاطی

شکل ۳- توزیع فراوانی پاسخگویان از نظر حوزه کسب و کار

یافته‌های تحقیق نشان داد که زنان روستایی ارتباط زیادی با مدیر عامل صندوق اعتبارات روستایی، سایر زنان روستایی عضو صندوق اعتبارات روستایی و کارشناسان اداره مدیریت جهاد کشاورزی شهرستان مرودشت در رابطه با فعالیت‌های کسب و کار دارند و حدود ۹۸/۶ درصد آن‌ها به صورت ماهانه با مدیر عامل صندوق اعتبارات روستایی و سایر زنان روستایی عضو صندوق اعتبارات روستایی ارتباط داشتند. پس از آن ارتباط خوبی با کارشناسان سازمان جهاد کشاورزی استان با میانگین رتبه‌ای ۲/۱۷ داشتند. کمترین میزان ارتباط زنان روستایی با شرکت‌ها و کارخانه‌های فرآوری محصولات و بازارهای فروش در شهرهای بزرگ‌تر بود.

پروژه‌گاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
 رتال جامع علوم انسانی

جدول ۲- وضعیت زنان مورد مطالعه عضو صندوق‌ها از لحاظ میزان ارتباط ماهانه با کارشناسان، نهاد و ارگان‌های

میانگین رتبه‌ای	خیلی کم		کم		متوسط		زیاد		خیلی زیاد		گویه
	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
۴/۹۹	۹۸/۶	۷۰	۱/۴	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	مدیرعامل صندوق اعتبارات روستایی
۴/۹۹	۹۸/۶	۷۰	۱/۴	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	سایر زنان روستایی عضو صندوق اعتبارات روستایی
۴/۸۶	۸۸/۷	۶۳	۹/۹	۷	۰	۰	۱/۴	۱	۰	۰	کارشناسان اداره مدیریت جهاد کشاورزی شهرستان مرودشت
۲/۱۷	۰	۰	۱/۴	۱	۲۸/۲	۲۰	۵۶/۳	۴۰	۱۴/۱	۱۰	کارشناسان سازمان جهاد کشاورزی استان در شیراز
۱/۷۳	۰	۰	۱/۴	۱	۱۶/۹	۱۲	۴۹/۵	۳۶	۳۱	۲۲	کلینیک‌های گیاه‌پزشکی
۱/۵۶	۰	۰	۲/۸	۲	۹/۹	۷	۴۲/۳	۳۰	۴۴/۱	۳۲	شرکت‌ها و کارخانه‌های فرآوری محصولات
۱/۵۶	۰	۰	۴/۲	۳	۱۱/۳	۸	۳۵/۲	۲۵	۴۸/۲	۳۵	بازارهای فروش در شهرهای بزرگ‌تر
۱/۷۶	۰	۰	۴/۲	۳	۹/۹	۷	۴۳/۷	۳۱	۴۲/۳	۳۰	فروشگاه‌های اینترنتی
۱/۷۵	۰	۰	۲/۸	۲	۱۲/۷	۹	۴۰/۸	۲۹	۴۳/۷	۳۱	اداره مالیات
۱/۷۵	۲/۸	۲	۴/۲	۳	۷	۵	۳۶/۶	۲۶	۴۹/۳	۳۵	کارخانه‌های بسته‌بندی
۱/۸۰	۲/۸	۲	۴/۲	۳	۱۲/۷	۹	۳۱	۲۲	۴۹/۳	۳۵	شرکت در نمایشگاه‌های بین‌المللی برای معرفی محصول

مرتبط با فعالیت‌های کشاورزی و کارآفرینی

گسترش دامنه تعامل و ارتباطات با نهادها، ارگان‌ها و کارشناسان مختلف و همچنین تقویت شبکه‌سازی اجتماعی بین زنان کارآفرین روستایی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار بوده و به نوعی تضمین‌کننده موفقیت آنان در کسب و کارهایشان است. از این رو، گروه‌های مختلف پاسخگویان از لحاظ سن، سطح تحصیلات و سابقه عضویت با استفاده از آزمون‌های مقایسه میانگین مورد بررسی و تحلیل قرار گرفتند. در جدول ۳، زنان کارآفرین در گروه‌های سنی مختلف، از لحاظ میزان ارتباطات و تعامل آنان با کارشناسان، نهادها و سایر اقشار روستاییان، با یکدیگر مقایسه شده‌اند. طبق یافته‌های آزمون تحلیل واریانس، سطح ارتباطات زنان در گروه‌های سنی مختلف دارای تفاوت معناداری است و طبق آزمون LSD، این تفاوت بین دو گروه زنان جوان و مسن مشاهده شده است. بدین معنی که سطح تعاملات زنان جوان با نهادها و ارگان‌های مختلف کشاورزی در رابطه با فعالیت‌های کارآفرینی، به طور معناداری بالاتر از (۳۱/۶۵) از گروه میانسال (۲۷/۱۵) است.

جدول ۳- نتایج آزمون تحلیل واریانس گروه‌های سنی مختلف از لحاظ میزان ارتباطات اجتماعی

گروه‌های سنی	میانگین	انحراف استاندارد	F	Sig.
جوان	۳۱/۶۵ ^a	۸/۲۰	۴/۰۶۵	۰/۰۲۱
میانسال	۲۸/۸۹ ^{ab}	۳/۷۶		
مسن	۲۷/۱۵ ^b	۳/۳۱		

- طیف متغیر: ۱۱-۵۵.
- میانگین‌هایی که با حروف متفاوت مشخص شده‌اند در سطح ۰/۰۵ تفاوت معناداری داشته‌اند.

زنان کارآفرین مورد مطالعه از لحاظ سابقه عضویت در صندوق‌های اعتبارات خرد روستایی نیز به دو گروه زنان با سابقه کمتر از ۱۰ سال و زنان با سابقه عضویت بیشتر از ۱۰ سال طبقه‌بندی شدند. نتایج آزمون تی تست از مقایسه این دو گروه از لحاظ سطح ارتباطات بیرونی با سایرین، حاکی از این است که گروه زنان با سابقه عضویت کمتر، دامنه ارتباطی قوی‌تر و بهتری (۳۰/۶۴) نسبت به هم‌تایان خود با سابقه عضویت بیشتر (۲۷/۹۸) داشته‌اند؛ به طوری که این تفاوت طبق آزمون مقایسه میانگین، از نظر آماری نیز معنادار بوده است (جدول ۴). نکته جالب توجه در یافته‌های دو جدول ۳ و ۴ این است که طبق یافته‌ها، زنان جوان‌تر با سابقه عضویت کمتر، اما با انگیزه بالاتری که دارند، ارتباطات بهتری نیز با دیگران برقرار کرده و سطح مراجعه و رفت و آمد آنان به مراکز جهاد کشاورزی، کارشناسان و مسئولین صندوق بیشتر بوده است. دلیل احتمالی این موضوع شاید این باشد که زنان جوان‌تر که تجربه عضویت کمتری دارند، برای یافتن راه‌های ارتباطی با افراد و نهادهای مختلف، تلاش بیشتری از خود نشان داده تا بتوانند کسب‌وکارهای نوپای خود که در سال‌های ابتدایی حیات هستند را با موفقیت پیش ببرند.

جدول ۴- نتایج آزمون تی تست گروه‌های مختلف زنان از نظر سابقه عضویت در صندوق به لحاظ میزان ارتباطات اجتماعی

سابقه عضویت	میانگین	انحراف استاندارد	T	Sig.
کمتر از ۱۰ سال	۳۰/۶۴	۵/۲۲	۲/۰۸	۰/۰۴
بیشتر از ۱۰ سال	۲۷/۹۸	۵/۱۰		

- طیف متغیر: ۱۱-۵۵.

پاسخگویان از نظر سطح سواد به سه گروه زنان بی‌سواد، دارای تحصیلات مدرسه‌ای و دارای تحصیلات عالی دانشگاهی تقسیم شدند. این گروه‌های سه‌گانه از نظر سطح ارتباطات اجتماعی، مورد مقایسه قرار گرفته و طبق نتایج آزمون تحلیل واریانس در جدول ۵، تفاوت معناداری نیز بین گروه‌های زنان کارآفرین روستایی ملاحظه شد. طبق یافته‌های آزمون LSD، این تفاوت بین گروه زنان بی‌سواد با دو گروه دیگر بوده که به نوعی تحت آموزش‌های رسمی در مدرسه و دانشگاه بوده‌اند. بیشترین میانگین سطح ارتباطات، مربوط به گروهی بود که تجربه تحصیل در محیط‌های دانشگاهی را داشته (۳۳/۳۰) و همین عامل احتمالاً با افزایش سطح دانش، آگاهی و مهارت آنان موجب ارتقای سطح اعتماد به نفس زنان و در نتیجه توانایی برقراری ارتباطات و تعاملات گسترده‌تر نیز شده است. بنابراین طبق یافته‌های آزمون مقایسه میانگین، هر چه سطح سواد و تحصیلات زنان روستایی بیشتر شود، دامنه ارتباطات و شبکه‌های اجتماعی آن‌ها نیز افزایش خواهد یافت.

جدول ۵- نتایج آزمون تحلیل واریانس گروه‌های مختلف زنان از نظر سطح سواد به لحاظ میزان ارتباطات اجتماعی

Sig.	F	انحراف استاندارد	میانگین	سطح تحصیلات
		۴/۴۴	۲۸/۰۹ ^a	بی‌سواد
۰/۰۱	۴/۴۸۰	۴/۱۵	۲۸/۵۷ ^b	تحصیلات مدرسه‌ای
		۸/۰۲	۳۳/۳۰ ^b	تحصیلات دانشگاهی

• طیف متغیر: ۱۱-۵۵.

• میانگین‌هایی که با حروف متفاوت مشخص شده‌اند در سطح ۰/۰۵ تفاوت معناداری داشته‌اند.

به منظور بررسی یکی از مهم‌ترین هدف‌های پژوهش که شناسایی اثرات مختلف راه‌اندازی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط روستایی بر زنان و جامعه روستایی بود، تحلیل عاملی اکتشافی انجام شد. طبق جدول ۶، شاخص KMO بیشتر از ۰/۶ بوده و قابل قبول است. همچنین نتایج مربوط به آزمون بارتلت نیز معنی‌دار بوده و امکان تفسیر نتایج تحلیل عاملی را میسر می‌نماید.

جدول ۶- نتایج آزمون KMO و Bartlett مربوط به تحلیل عاملی

آماره	میزان
KMO	۰/۶۹۸
Bartlett's test of Sphericity	Chi-square ۱۱۸۹/۷۷۸
	df ۵۲۸
	Sig. ۰/۰۰۰۱

بر اساس نتایج تحلیل عاملی اکتشافی، اثرات کسب و کارهای کوچک و متوسط روستایی بر زنان و جوامع روستایی مورد مطالعه به چهار دسته فردی-روانشناختی، اقتصادی، فرهنگی-اجتماعی، زیست محیطی تقسیم شد (جدول ۷). از لحاظ فردی-روانشناختی، راه اندازی کسب و کارها سبب افزایش اعتماد به نفس زنان روستایی و توانایی اظهار نظر در جمع (۰/۸۴۰)، کاهش یا عدم وابستگی زنان روستایی و خوداتکایی آنها (۰/۷۰۸)، افزایش استقلال (۰/۶۴۹)، کاهش وابستگی زنان به خانواده (۰/۸۲۱)، افزایش کیفیت زندگی (۰/۶۸۴)، افزایش باور زنان روستایی به توانایی های خود (۰/۵۹۵)، ریسک پذیری (۰/۶۶۰)، روحیه کارگروهي و آگاهی از مزایای کار گروهی (۰/۵۱۴) و مهارت های فنی آنها (۰/۵۳۵) شده است. همچنین سبب شده که زنان روستایی احساس سودمندی در جامعه داشته باشند. افزایش علاقه و انگیزه زنان روستایی نسبت به شرکت در دوره های مختلف آموزشی (۰/۵۲۰) از دیگر اثرات فردی-روانشناختی بود. با مقایسه میزان بار عاملی گویه ها در مجموعه اثرات فردی-روانشناختی، افزایش سطح اعتماد به نفس و توانایی اظهار نظر در جمع (۰/۸۴۰) بالاترین سطح را به خود اختصاص داده که در وهله بعد، موجب ارتباطات بیشتر کارآفرینان نیز خواهد شد. پس از آن، کاهش وابستگی زنان به خانواده بیشترین بار عاملی (۰/۸۲۱) را داشت که توانمند شدن زنان روستایی و استقلال آنها را در پی دارد. در مجموع، اثرات فردی-روانشناختی، ۵۲/۵۳ درصد از واریانس اثرات کل کسب و کارهای کوچک و متوسط زنان روستایی را بخود اختصاص می دهند (شکل ۴).

از لحاظ اقتصادی، این کسب و کارها سبب افزایش مواردی چون استقلال مالی (۰/۳۳۸)، ارتقای سطح اقتصادی خانواده (۰/۵۳۰) و افزایش قدرت پس انداز (۰/۶۳۸) و همچنین بهبود وضعیت تغذیه خانواده (۰/۵۴۲)، توانایی خانواده در خرید خانه و زمین (۰/۵۰۸)، حق مالکیت زنان (۰/۵۶۴) و نحوه تعامل و ارتباط با بازار (۰/۳۳۷) شده است. راه اندازی کسب و کارهای کوچک و متوسط توسط زنان روستایی همچنین سبب افزایش مهارت های مدیریتی

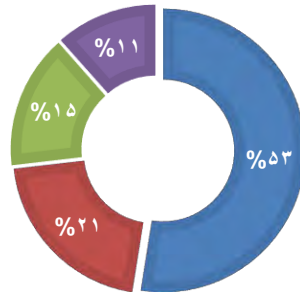
و برخورد با مشتریان (۰/۸۲۸) نیز گردیده است که بیشترین بار عاملی را نیز به خود اختصاص داد. این امر می‌تواند در فروش بهتر و موفقیت بیشتر کسب‌وکار مؤثر باشد. کمترین بار عاملی نیز به مواردی همچون افزایش استقلال مالی و آگاهی از نحوه تعامل و ارتباط با بازار یود که نشان‌دهنده‌ی این است که علی‌رغم راه‌اندازی کسب‌وکار توسط زنان و افزایش استقلال آن‌ها در جامعه، همچنان از لحاظ مالی تا حدودی به دیگران وابسته بوده و از سوی دیگر نیز نیاز به تقویت بازاریابی و ارتباط با بازار احساس می‌شود. با توجه به شکل ۴، در مجموع اثرات اقتصادی، ۲۰/۶۲ درصد واریانس اثرات راه‌اندازی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط روستایی را بخود اختصاص می‌دهد.

از لحاظ فرهنگی-اجتماعی، سبب افزایش نقش و جایگاه زنان روستایی در جامعه (۰/۷۱۴) و ارتقاء موقعیت (۰/۷۰۲) و ارتباطات اجتماعی (۰/۷۶۴) زنان روستا شده است. همچنین مشارکت زنان در سیاست (۰/۶۶۹) و آگاهی آن‌ها را نسبت به برنامه‌ها و حمایت‌های دولتی (۰/۵۴۴) افزایش داده‌است و تفکرات سنتی را در مورد زنان از بین برده است (۰/۳۳۴). همچنین کارکردن زنان در روستا سبب ترویج فرهنگ برابری زن و مرد (۰/۷۶۰) شده‌است. بیشترین بار عاملی را افزایش ارتباطات اجتماعی زنان روستا (۰/۷۶۴) و ترویج فرهنگ برابری زن و مرد (۰/۷۶۰) به خود اختصاص دادند. افزایش ارتباطات اجتماعی می‌تواند موفقیت کسب‌وکار را افزایش دهد و همچنین دوام بیشتر کسب‌وکار را در پی داشته‌باشد. نتایج نشان می‌دهند راه‌اندازی کسب‌وکار موفقیت‌آمیز بوده‌است و آن تفکرات سنتی درباره زنان و برتری مردان بر زنان تا حدودی از بین رفته و بحث برابری زن و مرد مطرح است. در نهایت از لحاظ زیست‌محیطی، بعضی از کسب‌وکارها موجب افزایش آسیب به منابع طبیعی و محیط‌زیست (۰/۸۲۰) شده‌اند که بیشترین بار عاملی را به خود اختصاص داده‌اند. آگاهی زنان از محدودیت‌های محیط زیست و احساس احساس مسئولیت آن‌ها نسبت به محیط‌زیست افزایش یافته (۰/۴۳۶) و در کسب‌وکارشان به آلودگی محیط زیست اهمیت می‌دهند (۰/۴۳۲). این بسیار خوب است که آگاهی زنان نسبت به محیط زیست افزایش پیدا کرده و به آن اهمیت می‌دهند اما هنوز هم کسب‌وکارهایی که موجب افزایش آسیب به منابع طبیعی و محیط‌زیست می‌شوند همچنان بار عاملی بیشتری را به خود اختصاص داده‌اند. اثرات فرهنگی-اجتماعی، ۱۵/۳۴ درصد و اثرات زیست‌محیطی، ۱۱/۵۱ درصد واریانس اثرات کسب‌وکارهای کوچک و متوسط روستایی را بخود اختصاص می‌دهند (شکل ۴).

جدول ۷- نتایج تحلیل عاملی اکتشافی از لحاظ دسته‌بندی اثرات کسب‌وکارهای کوچک و متوسط روستایی

بار عاملی	اثرات	طبقه
۰/۸۴۰	افزایش اعتماد به نفس زنان روستایی و توانایی اظهارنظر در جمع	فردی - روانشناختی
۰/۷۰۸	بهبود سطح خود اکتیوی زنان روستایی	
۰/۶۴۹	افزایش استقلال زنان روستایی	
۰/۸۲۱	کاهش وابستگی زنان به خانواده و دیگران	
۰/۶۸۴	افزایش کیفیت زندگی	
۰/۵۹۵	افزایش سطح خودباوری زنان روستایی به توانایی هایشان	
۰/۶۶۰	افزایش ریسک‌پذیری	
۰/۷۰۱	احساس سودمندی و مفید بودن در جامعه	
۰/۵۱۴	افزایش روحیه کارگروهی و آگاهی از مزایای کار گروهی بین زنان روستایی	
۰/۵۳۵	افزایش مهارت‌های فنی زنان روستایی	
۰/۵۲۰	افزایش علاقه و انگیزه زنان روستایی نسبت به شرکت در دوره‌های مختلف آموزشی	
۰/۳۳۸	افزایش استقلال مالی	اقتصادی
۰/۵۳۰	بهبود سطح اقتصادی خانواده	
۰/۶۳۸	افزایش قدرت پس‌انداز	
۰/۵۴۲	بهبود وضعیت تغذیه خانواده	
۰/۵۳۵	افزایش قدرت خرید در تهیه پوشاک	
۰/۵۰۸	افزایش توانایی خانواده در خرید خانه و زمین	
۰/۵۶۴	افزایش حق مالکیت زنان پس از راه‌اندازی کسب‌وکار	
۰/۳۳۷	افزایش آگاهی زنان روستایی و نحوه تعامل و ارتباط با بازار	
۰/۵۷۱	ارتقای سطح اطلاعات زنان روستایی از شرایط و قوانین راه‌اندازی کسب‌وکارها	
۰/۸۲۸	بهبود سطح مهارت‌های مدیریتی و برخورد با مشتریان	
۰/۴۸۴	بهبود دسترسی زنان روستایی به فرصت‌های متنوع آموزشی و یادگیری (بوئزه در زمینه فروش محصول)	
۰/۷۱۴	بهبود نقش و جایگاه زنان روستایی در جامعه پس از راه‌اندازی کسب‌وکار	فرهنگی - اجتماعی
۰/۷۰۲	ارتقاء موقعیت اجتماعی زنان روستا	
۰/۷۶۴	افزایش ارتباطات اجتماعی زنان روستا	
۰/۳۳۴	از بین رفتن تفکرات سنتی در مورد زنان روستایی	
۰/۶۶۹	مشارکت زنان در فعالیت‌های سیاسی	
۰/۷۶۰	ترویج فرهنگ برابری زن و مرد	
۰/۵۴۴	افزایش سطح آگاهی زنان روستایی نسبت به برنامه‌ها و حمایت‌های دولتی	
۰/۶۳۶	افزایش سهم زنان روستایی برای مشارکت در فعالیت‌های سیاسی روستا	
۰/۸۲۰	دغدغه‌مندی نسبت به آسیب برخی از کسب‌وکارهای روستایی به منابع طبیعی و محیط‌زیست	زیست محیطی
۰/۴۳۶	آگاهی صاحبان کسب‌وکار از محدودیت‌های منابع و محیط زیست و احساس مسئولیت نسبت به آن	
۰/۴۳۲	اهمیت به آلودگی محیط‌زیست	

اثرات اقتصادی ■ اثرات فردی-روانشناختی ■
 اثرات زیست محیطی ■ اثرات فرهنگی-اجتماعی ■



شکل ۴- توزیع درصد واریانس دسته‌های مختلف اثرات چهارگانه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط زنان روستایی

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

عمده فعالیت‌های زنان روستایی کارآفرین در مناطق روستایی مربوط به حوزه‌ی کشاورزی بود. زنان جوان‌تر، دارای تحصیلات دانشگاهی با سابقه عضویت کمتر در صندوق اعتبارات خرد روستایی، دامنه ارتباطات و تعاملات قوی‌تری با نهادها و ارگان‌ها و کارشناسان مختلف بخش دولتی و خصوصی داشتند. توانایی برقراری ارتباطات گسترده و ایجاد شبکه‌های اجتماعی در دنیای امروز، گامی مهم در چرخه حیات کسب‌وکار یک کارآفرین خواهد داشت و او را با دنیایی از ایده‌های خلاقانه و ابتکارات در ایجاد و گسترش تجارت خود مرتبط می‌سازد. طبق نتایج، هر چه سطح تحصیلات زنان کارآفرین بیشتر باشد، اعتماد به نفس بهتر و تعاملات گسترده‌تری نیز دارند و در نتیجه در کسب‌وکارهای خود موفق‌تر عمل خواهند کرد. یافته‌ها نشان داد که زنان روستایی، ارتباط خوبی با مدیر عامل صندوق اعتبارات روستایی، سایر زنان روستایی و کارشناسان مدیریت جهاد کشاورزی شهرستان داشتند و هر چه این ارتباط بیشتر باشد، موفقیت و پایداری کسب‌وکار نیز بیشتر خواهد بود اما از سوی دیگر، زنان صاحب کسب‌وکار، ارتباط کمی با شرکت‌ها و کارخانه‌های فرآوری محصولات، بازارهای فروش در شهرهای بزرگ‌تر و فروشگاه‌های اینترنتی و اداره مالیات داشتند. لذا لازم است که دوره‌های آموزشی و مهارتی مستمر و پویا در زمینه اصول بازاریابی، توانایی جلب مشتری، انواع شیوه فروش و عرضه محصول، بسته‌بندی و برندینگ و چگونگی بهبود قدرت ارتباطات و شبکه‌سازی برای زنان عضو صندوق‌ها برگزار شود تا بستری فراهم شود که آن‌ها بتوانند

محصولات خود را در بازارهای بزرگ به فروش برسانند. با توجه به ارتباط محدود و کم زنان با بازارهای فروش و فروشگاه‌های اینترنتی و کارخانه‌ها، این احتمال وجود دارد که آن‌ها نتوانند محصولات خود را به فروش برسانند که می‌تواند موجب بی‌انگیزگی آن‌ها برای ادامه کار شود؛ ترغیب زنان به فعالیت در شبکه‌های اجتماعی مجازی و تنوع‌بخشی به شیوه تبلیغ، ارتباط با مشتری و فروش محصولات و خدمات می‌تواند در این مورد، مؤثر باشد. پیوند با مشتریان از طریق شبکه‌های مجازی می‌تواند در قالب گرفتن سفارش و سپس تولید متناسب با نیاز و علاقه مشتری بوده و رضایت مشتری و سود بیشتر برای زن کارآفرین روستایی را به همراه داشته باشد.

راه‌اندازی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط توسط زنان روستایی، اثرات بسیاری را در زمینه‌های فردی-روانشناختی، اقتصادی، فرهنگی-اجتماعی و زیست‌محیطی به همراه داشت که افزایش عزت نفس و خودباوری، مهم‌ترین آن در زمینه فردی-روانشناختی بود. همچنین باعث جلب توجه آنان نسبت به آسیب‌های زیست‌محیطی و ایجاد دغدغه‌مندی آنان نسبت به تخریب‌های طبیعی شده است، به گونه‌ای که در حال حاضر نیز بسیاری از زنان در کسب‌وکار خود به آلودگی محیط‌زیست اهمیت می‌دهند. کار کردن زنان و راه‌اندازی کسب‌وکارهایشان همچنین سبب افزایش برابری زن و مرد، برخورداری زنان از پایگاه اجتماعی و از بین رفتن تفکرات سنتی درباره زنان شده است. این کسب‌وکارها سبب افزایش استقلال و خوداتکایی آن‌ها در خانواده و جامعه شده است که می‌تواند سبب انگیزه قوی‌تر و اعتماد به نفس بیشتر زنان روستایی در راه‌اندازی و ادامه کسب‌وکارشان گردد. بنابراین با توجه به اثرات گسترده‌ای که راه‌اندازی کسب‌وکارهای کوچک روستایی بر زنان و جامعه روستایی دارد، توصیه می‌شود که تبلیغات وسیع و هدفمندی توسط نهادهای ترویجی و انور زنان جهاد کشاورزی در سطح جوامع روستایی مختلف برای جذب سایر زنان روستایی غیرعضو به صندوق‌های اعتباری خرد شود تا آنان نیز از مزایای زنان عضو، برخوردار گردند.

در کشورهای در حال توسعه مانند ایران نقش حمایت‌های دولتی و توجه ویژه و کافی به کسب‌وکارهای زنان روستایی، در راستای حرکت به سمت موفقیت، امری ضروری بوده تا علاوه بر سودآوری اقتصادی، همچنین از حقوق اجتماعی مناسب و شأن اجتماعی درخور و برابر با مردان نیز برخوردار گردند. سطح اعتماد به نفس و خودباوری زنان روستایی، قبل از راه‌اندازی کسب‌وکار، بسیار ضعیف بود. اما طبق نتایج، این ویژگی‌ها در مورد زنان مورد مطالعه، پس از راه‌اندازی کسب‌وکارشان، بسیار تقویت گردیده و در بسیاری از جنبه‌ها، مستقل شده‌اند. البته از نظر اقتصادی همچنان استقلال قابل قبولی نداشته و اگر نتوانند به خوبی هزینه‌ها را تأمین نمایند، ممکن

است نتوانند در کسب و کارشان موفق عمل کرده و پایدار بمانند. لذا زنان روستایی نیز باید به همان تسهیلات و اعتبارات مشابهی که در اختیار مردان هست، دست پیدا کنند. پس از راه‌اندازی این کسب و کارها، روحیه کارگروهی و آگاهی از مزایای کار گروهی بین زنان روستایی افزایش یافته است که پیش از آن، بدین صورت نبود. تقویت این روحیه در زنان می‌تواند موجب ایجاد کسب و کار به صورت شراکتی و گروهی شود و تا حدودی هزینه‌های فردی کاهش پیدا می‌کند، در نتیجه، زنان راحت‌تر از عهده تأمین هزینه‌های تجارت خود برآمده و در صورت شکست نیز ضرر کمتری را متحمل خواهند شد. علی‌رغم اینکه آگاهی زنان نسبت به محدودیت‌های منابع و محیط زیست افزایش پیدا کرده و به آن اهمیت می‌دهند، اما همچنان کسب و کارهایی وجود دارند که برای کسب سود بیشتر، باعث آسیب به منابع طبیعی و محیط زیست می‌شوند. در این خصوص آگاهی‌رسانی و فرهنگ‌سازی از طریق فعالیت‌های آموزشی - ترویجی مناسب، می‌تواند مثمر‌تر باشد. شناسایی و معرفی راهکارهای دوستدار محیط‌زیست به کسب و کارهای روستایی به عنوان شیوه‌های جایگزین نیز پیشنهاد دیگری است که در این راستا تأثیرگذار خواهد بود.

منابع

- ارشادی، م.، رضایی، ن.، و باقری حسین‌آبادی، ر. (۱۳۹۹). ارزیابی تأثیر عوامل فرهنگی و اجتماعی بر کارآفرینی زنان در خانه‌های کارآفرینی شهرداری تهران. *مطالعات اجتماعی روانشناختی زنان*، ۱۸ (۴)، ۳۳-۶۸.
- اشراقی‌سامانی، ر.، کریمی، ط.، واحدی، م.، و صیده، ط. (۱۳۹۵). چالش‌های کارآفرینی روستایی در استان ایلام. *راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی*، ۳ (۵)، ۶۳-۵۷.
- ایلنا. (۱۳۹۸). بررسی وضعیت کارآفرینی زنان ایرانی. برگرفته شده از (۱۴۰۱/۵/۲۰): <https://www.ilna.ir/fa/tiny/news-837399>
- بادزبان، ف.، رضائی مقدم، ک.، و فاطمی، م. (۱۳۹۹ الف). آموزش کارآفرینی و تأثیر آن بر عملکرد کسب و کارهای زنان روستایی. *فصلنامه علمی پژوهشی کارافن*، ۱۷ (۳)، ۸۴-۶۹.
- بادزبان، ف.، رضائی مقدم، ک.، و فاطمی، م. (۱۳۹۹ ب). تحلیل میزان تاب‌آوری زنان روستایی با بهره‌گیری از مقیاس کانر-دیویدسون. *فصلنامه سیاست‌نامه علم و فناوری*، ۱۰ (۱)، ۳۹-۵۰.
- بادزبان، ف.، رضائی مقدم، ک.، و فاطمی، م. (۱۳۹۹ ج). کارآفرینی در کسب و کارهای کوچک و متوسط زنان روستایی استان فارس: کاربرد مقیاس تاب‌آوری در طول عمر کسب و کار. *راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی*، ۷ (۱۳)، ۱۲-۲۳.

- بادزبان، ف.، رضائی مقدم، ک.، و فاطمی، م. (۱۴۰۰). تحلیل عملکرد کسب و کارهای کوچک و متوسط زنان روستایی استان فارس. *نشریه کارآفرینی در کشاورزی*، ۷(۲)، ۱۸-۱.
- بوذرجمهری، خ.، و قنبری، ن. (۱۳۹۳). اشتغال زنان در کسب و کارهای کوچک و نقش آن در توسعه اقتصادی روستاها. *همایش ملی زن و توسعه پایدار روستایی*. دانشگاه فردوسی مشهد، (۲۳ مهرماه).
- خبرگزاری مهر. (۱۳۹۹). *تعداد صندوق‌های حمایت از توسعه کشاورزی*. برگرفته شده از (۱۴۰۰/۵/۲۲): mehrnews.com/xSxGD
- سعدی، ح. (۱۳۹۲). ارزیابی اقتصادی کسب و کارهای کوچک زنان روستایی (بررسی موردی: استان همدان). *اقتصاد کشاورزی*، ۷(۳)، ۸۵-۴۱.
- عقیلی، م. (۱۳۹۵). رابطه نیروی کار زنان و توسعه اقتصادی کشورهای اسلامی. *مطالعات اجتماعی و روانشناختی زنان*، ۱۴(۲)، ۶۳-۸۶.
- فغانی، س. (۱۳۹۹). *الگوی متفاوت کارآفرینی برای زنان روستایی*. برگرفته شده از (۱۴۰۰/۵/۱۹): <https://b2n.ir/k06503>
- قنبری، ی.، و برقی، ح. (۱۳۹۴). بررسی نقش فعالیت‌های کشاورزی زنان روستایی در توانمندسازی اقتصاد خانوار (مطالعه موردی: بخش برزک شهرستان کاشان). *راهبرد توسعه*، ۴۱، ۶۲-۷۶.
- کاشف گنج‌دره، م.، رضائی مقدم، ک.، و فاطمی، م. (۱۴۰۱). شناسایی ویژگی‌های کارآفرینانه، عوامل حمایتی و ایستار اعضای شرکت‌های دانش‌بنیان مستقر در پارک علم و فناوری استان کرمان. *جغرافیا و روابط انسانی*، ۴(۴)، ۳۹۹-۴۱۶.
- کاظمی، ع.، و مقیمی، ب. (۱۳۹۷). بررسی موانع توسعه کارآفرینی زنان در ایران با استفاده از فرآیند تحلیل سلسله مراتبی. *فصلنامه علمی-پژوهشی زن و جامعه*، ۹(۲)، ۲۷۳-۲۴۹.
- گلکارفرد، م.، رضائی مقدم، ک.، و فاطمی، م. (۱۳۹۸). واکاوی مقایسه‌ای زمینه‌های کارآفرینی زنان روستایی استان فارس. *راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی*، ۶(۱۲)، ۴۷-۳۵.
- محمدپور، پ. (۱۳۹۷). نقش زنان روستایی در توسعه پایدار کشاورزی با تأکید بر اثر بخشی فعالیت‌های آموزشی-ترویجی در ترویج تولید محصول سالم (مطالعه موردی: مناطق روستایی شهرستان‌های لنگرود و رودسر). *فصلنامه علمی-پژوهشی مطالعات برنامه‌ریزی سکونتگاه‌های انسانی*، ۱۳(۴)، ۹۸۹-۱۰۰۲.
- ممیز، آیت الله.، و قاسمی، ش. (۱۳۹۲). بررسی عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی زنان. *رشد فناوری، فصلنامه تخصصی پارک‌ها و مراکز رشد*، ۹(۳۵)، ۲۱-۱۵.
- میرترابی، م.، حجازی، ی.، و حسینی، م. (۱۳۹۱). بررسی تأثیر ویژگی‌های فردی و خانوادگی زنان روستایی بر انگیزه مشارکت آن‌ها در فعالیت‌های کشاورزی. *مطالعات اجتماعی روانشناختی زنان*، ۱۰(۱)، ۱۶۷-۱۴۹.

- وزارت جهاد کشاورزی. (۱۳۹۲). تاریخچه فعالیت‌های شرکت مادر تخصصی صندوق‌های حمایت از توسعه سرمایه‌گذاری در بخش کشاورزی. برگرفته شده از (۱۴۰۰/۵/۷): <https://sfida.ir>
- یعقوبی‌فرانی، ا.، و جلیلیان، س. (۱۳۹۴). اثرات اقتصادی و اجتماعی مشاغل خانگی زنان روستایی در شهرستان اسلام‌آباد غرب. *فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی*، ۴(۲)، ۹۳-۱۱۳.
- یعقوبی‌فرانی، ا.، سلیمانی، ع.، و موحدی، ر. (۱۳۹۳). تحلیل عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان روستایی. *مطالعات اجتماعی روانشناختی زنان*، ۱۲(۴)، ۷-۴۲.
- Badzaban, F., Rezaei-Moghaddam, K., & Fatemi, M. (2021). Analyzing the individual entrepreneurial resilience of rural woman. *Journal of Global Entrepreneurship Research*. <https://doi.org/10.1007/s40497-021-00290-1>.
- Chen, X., Kotha, S., & Yao, X. (2009). Entrepreneur passion and preparedness in business plan presentations: A persuasion analysis of venture capitalists funding decisions. *The Academy of Management Journal*, 52(1), 199-214.
- Fatoki, O. (2018). The impact of entrepreneurial resilience on the success of small and medium enterprises in South Africa. *Sustainability*, 10(7), 2527.
- Gaertner, W., Shaver, K., & Gatewood, E. (1995). A longitudinal study of cognitive factors influencing start-Up behaviors and success at venture creation. *Journal of Business Venturing*, 10(5), 371-391.
- Gatewood, E., Brush, C., Cartner, N., Greene, P., & Hart, M. (2004). Woman entrepreneurs, growth, and implications for the classroom. *2004 Coleman Foundation White Paper Series for the United States Association for Small Business and Entrepreneurship*.
- Mathew, V. (2010). Woman entrepreneurship in Middle East: Understanding barriers and use of ICT for entrepreneurship development. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6(2), 163-181.
- Rezaei-Moghaddam, K., Karami, O., & Fatemi, M. (2019). The comparative analysis of marketing activities among rural women entrepreneurs in fars province, Iran. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 7(14), 57-66.
- Steiner, A., & Alterton, J. (2015). Exploring the contribution of rural enterprises to local resilience. *Journal of Rural Studies*, 4, 30-45.
- Ullah khan, R., Salmzadeh, Y., & Hussain, M. (2021). Factors affecting woman entrepreneurs' success: A study of small and medium-sized enterprises in emerging market of Pakistan. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 10(1), 11.