

Research Paper

**Identifying the Effective Drivers for the Development of Rural Women's Home
Businesses (Study Area: Islam-Abad Qarb County)**

F. Narmashiri¹, S. Jalilian²

Received: 13 December, 2022 Accepted: 6 March, 2023

Abstract

Introduction

Given the development trend in natural resources and Human-Environment Systems studies, there is an emphasized need for a more comprehensive perspective and approaches, such as examining coupled human-environment systems. In this regard, the role of rural women as key factors in sustainable knowledge has been highlighted, emphasizing strengthening home-based businesses as an effective solution to improve their economic and social status. The definition of home-based businesses focuses on economic activities carried out at the place of personal residence, utilizing household facilities. These businesses play a significant role in providing household income and contributing to the gross domestic product within human societies. The economic value and impact of home-based businesses on increasing household income and empowering rural women have drawn the attention of governments. In developed countries, these businesses are considered vital components of economic activities. As a suitable approach in Iran, home-based businesses can expand employment opportunities for rural women and contribute to their empowerment and poverty reduction in these areas. The present research aims to address which factors significantly influence the development of businesses, aiming to identify and analyze facilitative and driving factors for the development of home-based businesses among rural women in the Islam-Abad Qarb region.

1. Corresponding Author and Assistant Professor, Faculty of Natural Resources, Higher Education Complex of Saravan, Sistan & Baluchestan, Iran.

(Narmashiri@saravan.ac.ir)

2. PhD in Agricultural Extension & Education, College of Agriculture & Natural Resources, University of Tehran, Iran.

Materials and Methods

This study investigates the factors that facilitate the development of rural women's home-based businesses in Islam-Abad Qarb County. A sample of 265 rural women engaged in home-based businesses was surveyed using a survey method. To determine the sample size, the Cochran formula was applied after conducting a pre-test on 30 individuals, resulting in a sample size of 161. The opinions and perspectives of these 161 rural women regarding the facilitating factors for the development of home-based businesses were examined. The research instrument consisted of a questionnaire the researcher designed, validated, and found reliable. Descriptive statistics such as frequency, percentage, standard deviation, variance, and means were used in data analysis using SPSS26. Furthermore, the data were analyzed using confirmatory factor analysis with the LISREL8.8 software, and goodness-of-fit indices such as RMSEA and absolute and comparative fit indices were employed.

Results and Discussion

The research findings indicate that educational and economic factors are the most influential factors in driving business development. Moreover, women's inclination towards financial independence and improving their own and their family's financial situation is the primary motivator for them to start a home-based business, which, according to the results, was agreed upon by the majority of the studied community. On the other hand, the least influential factor in business development was found to be related to social and cultural conditions. According to the results, rural women needed more knowledge and expertise while receiving their coaching training.

Conclusions

The development of home-based businesses and the enhancement of women's skills in this sector have a direct and positive impact on various aspects. On the one hand, these initiatives contribute to economic development and job creation; while on the other hand, they can lead to improvements in the social, cultural, and health conditions of women and their families. Various factors affect the development of rural women's home-based businesses, including educational, individual-behavioral, economic, governmental or infrastructural support, family-psychological, and socio-cultural factors. Identifying these factors can serve as a guide for planning empowerment and capacity-building programs for rural women. It is therefore suggested that the specific educational needs of rural women be identified first and then organized into specialized and practical training courses in collaboration with expert trainers. Additionally, measures are recommended to foster collaboration and solidarity among rural women, strengthen their entrepreneurial skills, and improve their psychological and social conditions.

Keywords: Empowerment, Rural Women, Home Businesses, Human-Environment Systems.

روستا و توسعه

سال ۲۶، شماره ۱۰۳، پاییز ۱۴۰۲

مقاله پژوهشی

شناسایی پیشران‌های مؤثر بر توسعه کسب و کارهای خانگی زنان روستایی (منطقه مورد مطالعه: شهرستان اسلام‌آباد غرب)

فاطمه نرماشیری^۱، سارا جلیلیان^۲

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۹/۲۲ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۱۲/۱۵

چکیده

پایداری نظام‌های انسان- محیط زیست در گرو توانمندی جامعه محلی است. پژوهش حاضر با هدف شناسایی پیشران‌های مؤثر بر توسعه کسب و کارهای خانگی زنان روستایی و به‌صورت پیمایشی انجام شده - است. از بین جامعه آماری ۲۶۵ نفری زنان روستایی شهرستان اسلام‌آباد غرب، ۱۶۱ نفر با استفاده از فرمول کوکران و نمونه‌گیری تصادفی انتساب متناسب طبقه‌ای به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. ابزار مورد استفاده برای جمع‌آوری داده‌ها پرسش‌نامه‌ای بود که روایی صوری آن توسط اساتید گروه ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه بوعلی سینا و دانشگاه تهران و متخصصین حوزه توانمندسازی و توسعه روستایی تأیید شد. پایایی آن نیز با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ ($\alpha = 0.70$) نشان داد که از قابلیت بالایی برای جمع‌آوری اطلاعات برخوردار است. جهت انجام آزمون‌های آماری و توصیفی از نرم‌افزارهای SPSS و LISREL بهره گرفته شد. یافته‌های پژوهش بیانگر بیشترین اثرگذاری عوامل آموزشی و اقتصادی به‌عنوان پیشران‌های توسعه کسب و کار است. همچنین تمایل زنان به استقلال مالی و بهبود وضعیت مالی خود و خانواده‌شان بیشترین محرک

۱- نویسنده مسئول و استادیار دانشکده منابع طبیعی، مجتمع آموزش عالی سراوان، سیستان و بلوچستان، ایران.
(Narmashiri@saravan.ac.ir)

۲- دانش‌آموخته دکتری ترویج و آموزش کشاورزی، پردیس کشاورزی و منابع طبیعی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

آن‌ها در مسیر راه‌اندازی یک کسب و کار خانگی است، که بر اساس نتایج، مورد توافق اکثریت جامعه مورد مطالعه نیز بود. از سویی کم‌رنگ‌ترین عامل محرک یا پیشران در توسعه کسب و کار، مرتبط با شرایط اجتماعی و فرهنگی ارزیابی شده است. طبق نتایج، مربی آموزشی زنان روستایی از دانش و تخصص لازم برخوردار نبودند، از این رو پیشنهاد می‌شود در گام اولیه از طریق نیازسنجی، آموزش‌های مورد نیاز آن‌ها، مشخص و سپس از مربیانی که تخصص و صلاحیت لازم را دارند استفاده شود.

کلید واژه‌ها: توانمندسازی، زنان روستایی، کسب و کارهای خانگی، نظام‌های انسان-محیط زیست.

مقدمه

با پررنگ شدن نقش انسان به‌عنوان عامل کلیدی در مواجهه با مدیریت منابع طبیعی موجب افزایش این دست از مطالعات در حوزه منابع طبیعی شده است به گونه‌ای که در آخرین نسخه از اطلس بیابان‌زایی جهانی (Cherlet et al., 2018) و آخرین کنفرانس تغییر اقلیم (۲۰۲۲) بر مطالعه توأم نظام‌های انسان-محیط زیست و مباحث سازگاری و آسیب‌پذیری جامعه انسانی تأکید شده است (Portner et al., 2022). از این رو، با افزایش افق دید نسبت به چالش‌های محیط زیست نیاز به دیدگاهی جامع‌نگر و رویکردهایی همچون بررسی زوجی نظام‌های انسان-محیط زیست یا سیستم‌های اجتماعی-اکولوژیک ضرورت یافته است. به گونه‌ای که موضوع بیکاری و مهاجرت روستاییان به شهرها عوارض غیر قابل انکاری بر روند پایداری داشته است. در این بین تأکید بر نقش زنان به‌عنوان یکی از اهداف توسعه پایدار و رسیدن به پایداری نیز مورد تأکید و اهمیت قرار گرفته است. زنان روستایی همچنین به‌عنوان یکی از گروه‌های اثرگذار جامعه روستایی محسوب می‌شوند و تقویت زمینه‌های کسب و کار آنان راهکاری مؤثر در راستای ارتقای دو شاخص توسعه، یعنی افزایش اشتغال و کاهش بیکاری تلقی می‌شود (Heidari Sarban & Hassanzadeh, 2014). تا پیش از دهه ۱۹۷۰، زنان را کنش‌گران مهم در فعالیت اقتصادی نمی‌دانستند، و معمولاً مشارکت آن‌ها در پروژه‌ها نادیده گرفته می‌شد. اما از دهه ۱۹۷۰، تغییراتی در نگرش نسبت به نقش زنان در فعالیت‌های اقتصادی پدید آمد (Namdar, 2010).

کسب و کارهای خانگی به‌عنوان راه حلی متناسب با شرایط زندگی فردی و اجتماعی زنان روستایی می‌تواند باعث ارتقاء وضعیت اقتصادی و اجتماعی آنان شود؛ به طوری که اکثر صاحبان کسب و کارهای خانگی بر این باورند که کارکردن در خانه، کیفیت زندگی آنان را بهبود می‌بخشد (Muhammad et al., 2021). بنابراین کسب و کار خانگی می‌تواند به‌عنوان راهکاری مناسب به‌منظور توسعه اشتغال‌های خرد و متوسط برای جمعیت وسیعی از زنان محسوب شود که دارای

مهارت کافی در انجام برخی از کارها هستند. دلایل کافی برای توجیه این مسئله که کسب و کارهای خانگی یکی از مناسب‌ترین گزینه‌های اشتغال زنان روستایی و ابزاری مهم برای رسیدن به توسعه پایدار روستایی است، وجود دارد (Fallah Jelodar et al., 2008).

تعاریف متعددی در خصوص کسب و کارهای خانگی ارائه شده است که نقطه مشترک آن‌ها در تأکید بر مکان کسب و کار در خانه است (Harries, 2021). بر اساس تعاریف علمی هر نوع فعالیت اقتصادی در محل سکونت شخصی که با استفاده از امکانات و وسایل منزل راه‌اندازی شود کسب و کار خانگی است (Daniel & Owen, 2022).

کسب و کار خانگی در طول قرن‌ها همواره یکی از مهم‌ترین منابع تولید و درآمد در جوامع انسانی به شمار می‌آمده و تبدیل آن به کارگاه‌های بزرگ‌تر خانگی در طول یک سده اخیر منبع شکل‌گیری کارخانه‌های بزرگ صنعتی و تولیدی شده است. با این وجود ارزش اقتصادی و نقش‌آفرینی مشاغل خانگی کاهش نیافته و همچنان تأثیر چشمگیری در افزایش درآمد خانوار داشته و نقش قابل توجه آن در تولید ناخالص ملی سبب شده است که دولت‌های جوامع صنعتی و یا در حال رشد با نگاه متفاوت‌تری به آن بنگرند (Saemifard et al., 2020). به‌طوری‌که امروزه این مشاغل از بخش‌های حیاتی و ضروری فعالیت‌های اقتصادی در کشورهای پیشرفته محسوب می‌شوند. بیش از ۵۳ درصد کسب و کارهای جدید در آمریکا، کسب و کارهای خانگی بوده است (Fallah, 2019). همچنین با توجه به اینکه کسب و کارهای خانگی در ایران سابقه دیرینه دارد (Razavi, 2010)، می‌توانند به‌عنوان رویکردی مناسب در فرایند بهینه‌سازی و بهره‌وری نیروی کار و افزایش زمینه‌ها و فرصت‌های اشتغال برای زنان روستایی در کشور محسوب شوند (Soleymani et al., 2021). به گونه‌ای که با بهره‌گیری از خلاقیت‌های فردی آنان به‌عنوان شاغلان پنهان جامعه روستایی موجب توانمندسازی زنان، کاهش فقر و بهبود معیشت جامعه روستایی و در نهایت کاهش فشار بر منابع طبیعی خواهد شد.

مبانی نظری

نتایج تحقیقات مختلف بیانگر آن است که عوامل بی‌شماری در توسعه کسب و کارهای خانگی تأثیر گذارند. در این ارتباط، ورای و تورنبرگ (Wary & Thornburgh, 1998) در تحقیقات خود دریافتند که ایجاد درآمد برای زندگی خود و خانواده انگیزه‌ای برای شروع کسب و کار در زنان است. همچنین هیسریچ و براش (Hisrich & Brush, 1998) وابستگی به شبکه‌های اجتماعی و سرمایه انسانی را در عملکرد واحد کسب و کار زنان مؤثر دانسته و سایر متغیرهایی همچون منبع

تامین اعتبار مالی، استفاده از منابع اطلاعاتی، کانال‌های ارتباطی، سرمایه‌گذاری، قابلیت بازاریابی، دسترسی به وام‌های کشاورزی و میزان فرصت‌های آموزشی را به‌عنوان عوامل اثرگذار بر کارآفرینی زنان بررسی کرده‌اند.

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

مهم‌ترین دلیل ورود زنان به بازار کار در سوئد نیز وضعیت اقتصادی خانواده است (Ufuk & Ozgen, 2001). از آنجاکه تصمیم برای تأسیس و ورود به کسب و کار شخصی معمولاً زندگی فردی را تغییر می‌دهد، پس این مطلب خیلی مهم است که همسران و خانواده‌شان از آن‌ها حمایت کنند. همچنین برای یک زن در هنگام راه‌اندازی و توسعه کسب و کار، داشتن یک همسر حامی و برنامه‌ریزی منظم، مهم و حیاتی است (Demartino & Barbato, 2003; Nielsen & Kjeldsen, 2000). اسمیت (Smith, 2004) علاوه بر حمایت خانواده، وظیفه دولت‌ها را در تدوین برنامه‌های راهبردی به‌منظور توسعه کارآفرینی با محوریت ارتقای توانمندی‌های افراد برای کارآفرینی مهم می‌داند.

نواز (Nawaz, 2009) در مطالعه‌ای نشان داد سه دسته از عوامل نظیر عامل قانونی (سیاست‌ها و قوانین سازمانی و دولتی و سیاست‌های بانکی)، عوامل هنجاری (رسم و عادات اجتماعی، دسترسی به سرمایه و پول، میزان ارتباط با بازار) و عوامل شناختی (توانایی کنترل ریسک، آموزش و دسترسی به داده‌ها، دوره‌های آموزش کارآفرینی و دانش کسب و کار) در کارآفرینی زنان روستایی بنگلادش تأثیرگذار هستند.

همچنین از آنجاکه دلیل اصلی اشتغال و تمایل ۹۴ درصد از زنان روستایی، نیاز مبرم اقتصادی است (Amini & Ahmanishapourabad, 2008)، در پی یافتن مهم‌ترین راهکارهای توسعه کسب و کارخانگی، مینیتی (Minniti, 2010) نقش افزایش انگیزه، توانمندی، مهارت و تمایل افراد برای راه‌اندازی کسب و کار، افزایش حمایت اجتماعی، ایجاد برنامه‌هایی با اهداف و چشم‌انداز را مناسب می‌داند.

در سایر تحقیقات شکل گرفته در ایران نیز، هاشمی و پورامین‌زاده (Hashemi & Pouraminzade, 2011) نشان دادند که نقش عوامل فردی در توسعه کسب و کار زنان ایرانی از سایر عوامل مؤثرتر است و مهم‌ترین انگیزه‌ها و اهداف زنان در کسب و کار، نیاز اقتصادی، کسب

اعتبار و قدرت در جامعه است و مهم‌ترین ویژگی آنان خلاقیت و انعطاف‌پذیری است. یافته‌های پژوهش احمدپور داریانی و همکاران (Ahmadpour Dariani et al., 2012) نیز نشان داد شش عامل آموزشی، حمایتی، ارتباطی، مدیریتی، مهارت کسب و کار و سیاست‌گذاری بیشترین تأثیر را بر توسعه کارآفرینی داشته‌اند. از سویی یافته‌های پژوهش جاویدنیا و جاویدنیا (Javidnia & Javidnia, 2012) نشان داد که رابطه معناداری میان نیاز اقتصادی، افزایش استقلال و نگرانی از آینده با گرایش به مهارت‌آموزی در بخش مشاغل خانگی وجود دارد. مهرداد (Mehrdad, 2012) نیز عوامل عمده روان‌شناختی مؤثر در کارآفرینی را عزم و اراده و نیاز به کسب موفقیت و عوامل عمده جامعه‌شناختی را کسب جایگاه اجتماعی و جو خانوادگی شناسایی می‌کند. همچنین سیاست‌های تشویقی-ترغیبی دولت را عامل عمده دیگری در توسعه کسب و کارهای خانگی برمی‌شمارد. در پی این گونه دسته بندی‌ها، پیشبین و همکاران (Pishbin et al., 2012) در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که عوامل اجتماعی، اقتصادی و سیاسی به ترتیب بیشترین اثر علی را بر توسعه کارآفرینی داشته‌اند. آراستی و مالکی (Arasti & Maleki, 2014) نیز نشان دادند که نیاز و ارزش اجتماعی، نگرش و مسئولیت‌پذیری اجتماعی و ناکارآمدی دولت از عوامل تأثیرگذار بر پیدایش فعالیت‌های کارآفرینانه هستند.

آگهی و همکاران (Agahi et al., 2012) داشتن مهارت، تخصص، تجربه، انگیزه کسب استقلال بیشتر، و معرفی و دیدار با الگوها و افراد موفق را از متغیرهای مهم و مورد نیاز برای توسعه مشاغل خانگی از دیدگاه زنان؛ و برگزاری کلاس‌های آموزشی، برطرف کردن نیاز مالی زنان، و ایجاد بازار محلی برای فروش محصولات را از متغیرهای مهم توسعه مشاغل خانگی از دیدگاه کارشناسان عنوان کرده‌اند.

همچنین رالی (Raley, 2015) نشان داد که یکی از مهم‌ترین دلایل انگیزه زنان به اشتغال، رفع نیازهای مادی است. بر این اساس، داشتن شغل درآمدزا برای زنان سبب رفع نیازهای مالی آنان و کمک اقتصادی در جهت بهبود وضعیت مالی خانواده‌ها است. در کشورهای اسکانداوی، به‌ویژه در فنلاند، انتظارات اعضای خانواده از داشتن شرایط خوب مالی سبب افزایش مشارکت زنان در ورود به فعالیت‌های کارآفرینانه می‌شود (Pettersson et al., 2017).

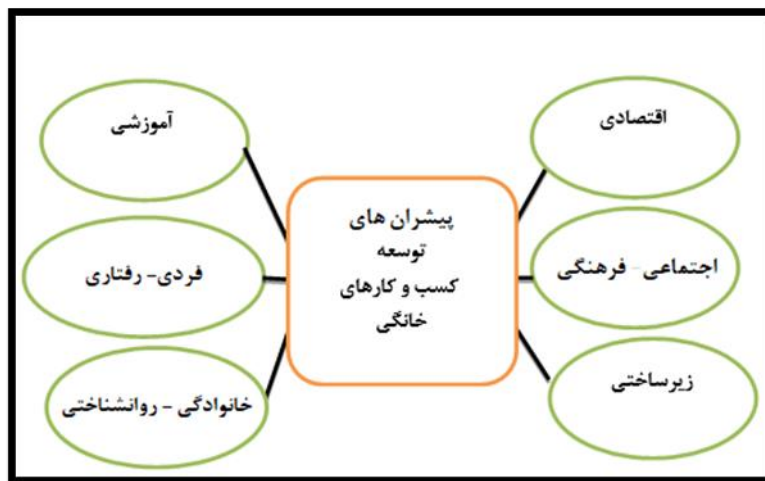
آلکچی (Alecchi, 2020) نیز از جمله مهم‌ترین راهکارهای توسعه این نوع کسب و کارها را بکارگیری سیاست‌های تشویقی و حمایتی از صنایع کوچک به‌ویژه تولیدات خانگی، اتخاذ راهکارها و راهبردهای توسعه صادرات تولیدات خانگی، سیاست‌های حمایتی در بازاریابی، توسعه همه‌جانبه توانمندی‌های فنی و تکنولوژیکی از راه برنامه‌های اجرایی در سطح کلان کشور، استفاده از شیوه‌های

آموزشی جدید، تشویق و ترغیب کارآفرینان خانگی به استفاده از نوآوری و خلاقیت‌های تولید محصولات ویژه و منحصربه‌فرد، تأمین نیازهای مالی و اعتباری از راه تعدیل سیاست‌های مالی و پولی، محدودیت‌های بازرگانی، صادراتی و قوانین حقوقی دانسته است.

تیواری و همکاران (Tiwari et al., 2021) راهکارهای توسعه مشاغل خانگی را ایجاد فرصت رشد و ارتقای شخصیت زنان برای برداشتن موانع اشتغال آن‌ها، از میان بردن ابهامات و تصورات منفی درباره کار زنان، آگاه کردن زنان از توانایی‌هایشان در فعالیتهای اقتصادی، بالا بردن سطح آموزش زنان، عضویت در تعاونی‌ها، برگزاری نمایشگاه‌های ملی، منطقه‌ای و محلی می‌دانند.

نتایج پژوهش مدرسی و آراستی (Modarresi & Arasti, 2021) نشان می‌دهد که نیاز و ارزش اجتماعی، نگرش و مسئولیت‌پذیری اجتماعی و ناکارآمدی دولت از عوامل تأثیرگذار بر پیدایش فعالیتهای کارآفرینانه هستند. در نهایت پژوهشگران زیادی بر این باورند که فرایند کارآفرینی، قابل آموزش بوده و از این راه می‌توان افراد را به سمت کارآفرینی و ایجاد شغل برای خود سوق داد (Henry et al., 2005; Kirby, 2000; Motta & Galina, 2023).

با این مقدمه از نظر نگارندگان می‌توان پیشران‌ها یا عوامل تسهیل‌کننده توسعه کسب و کار را در شش معیار آموزشی، فردی و رفتاری، خانوادگی، روان‌شناختی، اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و زیرساختی تقسیم‌بندی نمود (شکل ۱).



شکل ۱. مدل مفهومی تحقیق

تحقیق پیش رو در پاسخ به این سؤال که کدام عامل اثر معناداری بر توسعه کسب و کار داشته و با هدف شناسایی و تحلیل عوامل تسهیل‌کننده و پیشران‌های مؤثر بر توسعه کسب و کارهای خانگی زنان روستایی در منطقه اسلام‌آباد غرب صورت گرفته است.

روش‌شناسی تحقیق

شهرستان اسلام‌آباد غرب با وسعت ۲۱۰۰ کیلومتر مربع و بر اساس سرشماری نفوس و مسکن سال ۱۳۹۰، دارای ۱۴۸۶۳۸ نفر جمعیت شامل ۲۴۵۷۲ خانوار شهری با جمعیت ۹۲۱۱۷ نفر، ۱۴۲۲۰ خانوار روستایی با جمعیت ۵۶۱۵۴ نفر و ۸۹ خانوار غیرساکن با جمعیت ۳۶۷ نفر است. این تحقیق از نوع پیمایشی است که جامعه آماری آن را ۲۶۵ نفر از زنان روستایی دارای کسب و کار خانگی تشکیل می‌دهد. برای تعیین حجم نمونه، پس از انجام یک پیش‌آزمون بر روی ۳۰ نفر از زنان روستایی، از فرمول کوکران استفاده شد و تعداد ۱۶۱ نفر به‌عنوان حجم نمونه تعیین و به شیوه نمونه‌گیری انتساب متناسب طبقه‌ای و به‌صورت تصادفی، نمونه‌های مورد نظر انتخاب شدند. از این تعداد، ۱۶۱ نفر از زنان روستایی که به فعالیت کسب و کار خانگی مشغول بودند، مورد بررسی قرار گرفته‌اند و دیدگاه‌های آن‌ها در خصوص عوامل تسهیل‌کننده توسعه کسب و کارهای خانگی مورد بررسی قرار گرفت. ابزار تحقیق پرسش‌نامه طراحی شده توسط محقق بود که بر پایه مبانی نظری و پیشینه تحقیق تدوین شد. روایی ابزار تحقیق توسط اساتید و کارشناسان آشنا با موضوع مورد تأیید قرار گرفت و پایایی یا قابلیت اعتماد ابزار نیز با انجام یک پیش‌آزمون و استفاده از ضریب آلفای کرونباخ مورد آزمون قرار گرفت ($\alpha = 0.70$)؛ که نشان‌دهنده قابلیت اعتماد و پایایی ابزار تحقیق بود. در بخش توصیف داده‌ها از آماره‌های توصیفی فراوانی، درصد، انحراف معیار، واریانس و میانگین با استفاده از نرم‌افزار SPSS بهره گرفته شد. در بخش تحلیل داده‌ها نیز به‌منظور بررسی اعتبار سازه‌ای و برازش الگوی اندازه‌گیری مربوط به سازه "عوامل تسهیل‌کننده توسعه کسب و کارهای خانگی زنان روستایی"، داده‌های گردآوری شده با استفاده از نرم‌افزار لیزرل به روش تحلیل عاملی تأییدی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. و شاخص‌های نیکویی برازش RMSEA، χ^2/df ، شاخص‌های نیکویی برازش مطلق و تطبیقی استفاده شد.

نتایج و بحث

نتایج به دست آمده نشان داد که سن جامعه مورد مطالعه بین ۱۷ تا ۷۵ سال متغیر بوده و دارای میانگین سنی ۳۴/۵۳ هستند. سطح تحصیلات بیشتر آن‌ها، دیپلم (۴۱ درصد) و کمتر از ۲/۵

درصد زنان مورد مطالعه بی‌سواد بودند. از مجموع جامعه مورد بررسی ۳۶/۶ درصد مجرد، ۵۴/۷ درصد متأهل، ۱/۹ درصد مطلقه و ۶/۸ درصد بیوه هستند که تنها ۸/۷ درصد از آن‌ها سرپرست خانوار بودند. همچنین از بین زنان مورد مطالعه، ۱۶/۸ درصد دارای کسب و کار خانگی در بخش کشاورزی، ۱۳/۷ درصد در بخش دامی، ۵۰/۳ درصد در بخش صنعت و ۱۹/۰۳ درصد در بخش خدمات هستند؛ به گونه‌ای که زنان روستایی مورد مطالعه دارای کسب و کارهای خانگی در بخش صنعت بیشترین فراوانی و در بخش دامی کمترین فراوانی را به خود اختصاص داده‌اند.

اولویت‌بندی عوامل تسهیل‌کننده توسعه کسب و کار خانگی از دیدگاه زنان روستایی

با توجه به جدول ۱، نتایج بیانگر آن است که از بین متغیرهای تسهیل‌کننده توسعه کسب و کار خانگی زنان روستایی، تمایل به استقلال مالی، کمک به بهبود وضعیت مالی خود و خانواده، مسئولیت‌پذیری زنان در کسب و کار و علاقه به داشتن مسئولیت از مهم‌ترین موارد در راه‌اندازی کسب و کار خانگی است. همچنین این سه گویه دارای کمترین ضریب تغییرات بوده که نشان دهنده همگنی در نظرات پاسخگویان است. در مقابل، اختلاف نظر در رابطه با تأثیر متغیرهایی مانند حمایت دولت در انجام برخی امور، تشویق و اعطای تسهیلات در قالب وام‌های قرض‌الحسنه کم‌بهره بالا است و این متغیرها کمترین میزان اثرگذاری را بر راه‌اندازی کسب و کار نشان داده‌اند.

جدول ۱. اولویت‌بندی عوامل تسهیل‌کننده توسعه کسب و کار خانگی زنان روستایی برحسب ضریب تغییرات

| اولویت | ضریب تغییرات | انحراف معیار | میانگین | گویه‌ها |
|--------|--------------|--------------|---------|--|
| ۱ | -/۱۴ | -/۶۶ | ۴/۵۲ | تمایل به استقلال مالی |
| ۲ | -/۱۷ | -/۷۹ | ۴/۴۰ | کمک به بهبود وضعیت مالی خود و خانواده |
| ۳ | -/۱۹ | -/۷۶ | ۳/۸۷ | مسئولیت‌پذیری زنان در کار و علاقه به داشتن مسئولیت |
| ۴ | -/۲۰ | -/۸۸ | ۴/۲۷ | اعتمادبه‌نفس و خودباوری زنان |
| ۵ | -/۲۰ | -/۸۴ | ۴/۱۴ | علاقه‌مندی به کسب و کار مورد نظر |
| ۶ | -/۲۱ | -/۹۲ | ۴/۲۲ | حمایت همسر، پدر یا سایر اعضای خانواده |
| ۷ | -/۲۲ | -/۹۰ | ۴/۰۳ | عزم و اراده و نیاز به کسب موفقیت |
| ۸ | -/۲۳ | -/۸۷ | ۳/۷۷ | دارا بودن مهارت‌های حرفه‌ای |
| ۹ | -/۲۳ | -/۸۷ | ۳/۷۲ | تمایل به ارتباط با زنان موفق |
| ۱۰ | -/۲۴ | -/۹۶ | ۳/۸۵ | علاقه‌مندی به فعالیت‌های اجتماعی |
| ۱۱ | -/۲۴ | -/۹۲ | ۳/۸۱ | به دست آوردن موقعیت اجتماعی بین خانواده و فامیل |
| ۱۲ | -/۲۵ | -/۹۶ | ۳/۷۸ | میل به داشتن قدرت و اعتبار |
| ۱۳ | -/۲۵ | -/۹۳ | ۳/۶۴ | توانایی تشخیص و استفاده از فرصت‌های جدید شغلی |
| ۱۴ | -/۲۶ | ۱/۰۰ | ۳/۷۳ | تمایل به مهارت‌آموزی |
| ۱۵ | -/۲۶ | -/۹۶ | ۳/۶۳ | داشتن برنامه‌ریزی و استفاده از وقت |
| ۱۶ | -/۲۶ | -/۹۲ | ۳/۴۴ | تمایل به ریسک |
| ۱۷ | -/۲۷ | -/۹۴ | ۳/۳۸ | تمایل به شرکت در کلاس‌های آموزشی - ترویجی |
| ۱۸ | -/۲۹ | ۱/۰۴ | ۳/۵۷ | تمایل کسب تجربه و تخصص |
| ۱۹ | -/۳۰ | -/۹۴ | ۳/۱۱ | شرایط فرهنگی و جو روستا |
| ۲۰ | -/۳۲ | ۱/۱۶ | ۳/۶۲ | تعداد کم فرزندان و داشتن وقت |
| ۲۱ | -/۳۷ | ۱/۳۴ | ۳/۵۴ | عدم انتظار دریافت کمک از دولت |
| ۲۲ | -/۳۷ | ۱/۲۰ | ۳/۱۷ | داشتن تحصیلات و تمایل به استفاده از سواد |
| ۲۳ | -/۳۹ | ۱/۱۶ | ۲/۹۳ | نیاز خانواده به درآمد زنان |
| ۲۴ | -/۴۸ | ۱/۴۱ | ۲/۸۸ | تشویق و اعطای تسهیلات در قالب وام‌های کم‌بهره |
| ۲۵ | -/۵۴ | ۱/۳۹ | ۲/۵۴ | حمایت دولت در انجام برخی امور |

مأخذ: یافته‌های پژوهش

بررسی مدل اندازه‌گیری متغیرهای پژوهش

در ادامه به منظور بررسی اعتبار سازه‌ای پرسشنامه و برازش الگوی اندازه‌گیری مربوط به سازه "عوامل تسهیل‌کننده توسعه کسب و کار خانگی زنان روستایی شهرستان اسلام‌آباد غرب، داده‌های

گردآوری شده با استفاده از نرم‌افزار لیزرل با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. این روش در پی آن است که تعیین کند آیا تعداد عامل‌های اندازه‌گیری شده با آن چه بر اساس تئوری و مدل نظری انتظار می‌رفت، انطباق دارد. به عبارت دیگر، به آزمون میزان انطباق و هم‌نوایی بین متغیرهای تشکیل دهنده و سازه تجربی تحقیق می‌پردازد.

در این مرحله برای ارزیابی نقش شاخص‌های مؤثر در شکل‌گیری توسعه کسب و کارهای خانگی زنان روستایی اسلام‌آباد غرب از روش تحلیل عاملی مرتبه دوم استفاده شد. دلیل استفاده از تحلیل عاملی مرتبه دوم به نوع اثرات علی در مدل انتزاعی تحقیق مربوط می‌شود. در مدل طراحی شده می‌توان دید که ساختارهای عاملی شش‌گانه، یک ساختار عاملی مجزا را در سطح دوم تشکیل می‌دهند. بر اساس مدل تحقیق، این مدل در نرم‌افزار لیزرل پیاده‌سازی شده و مدل تحلیل عاملی مرتبه دوم قابل قبولی اجرا و به دست آمد. بر اساس نتایج به دست آمده در جدول ۲، مقادیر t به دست آمده برای تمامی متغیرهای مورد مطالعه از ۱/۹۶ بزرگتر بوده و در نتیجه روابط این متغیرها با عامل‌های مربوطه معنی‌دار شده است. به عبارت دیگر، یافته‌های این بخش نشان می‌دهد که تمامی نشانگرهای انتخابی برای سنجش توسعه کسب و کار خانگی زنان روستایی شهرستان اسلام‌آباد غرب از دقت لازم و کافی برخوردار بوده‌اند؛ از این رو می‌توان بیان کرد که شاخص‌های استفاده شده با زیربنای نظری تحقیق، تطابق قابل قبولی را نشان می‌دهند.

جدول ۲. بارهای عاملی نشانگرها و شاخص‌های توسعه کسب و کار خانگی در قالب مدل اندازه‌گیری

| شخص (سازه) | نماد | متغیرها | بار عاملی | آماره t |
|-------------------------------|------|--|-----------|---------|
| آموزشی (SO) | SO1 | داشتن مهارت حرفه‌ای | ۰/۶۵ | - |
| | SO2 | داشتن تحصیلات و سواد و تمایل به استفاده از آن‌ها | ۰/۴۵ | ۵/۴۴ |
| | SO3 | کسب تجربه و تخصص | ۰/۷۰ | ۴/۱۲ |
| | SO4 | تمایل به شرکت در کلاس‌های آموزشی - ترویجی | ۰/۵۹ | ۳/۱۲ |
| | SO5 | تمایل به مهارت‌آموزی | ۰/۵۷ | ۵/۹۵ |
| | SO6 | علاقه‌مندی به کسب و کار | ۰/۵۶ | ۵/۵۹ |
| فردی - رفتاری (PR) | PR1 | مسئولیت‌پذیری زنان در کار و علاقه به داشتن مسئولیت | ۰/۵۵ | - |
| | PR2 | داشتن برنامه‌ریزی و استفاده از وقت | ۰/۳۰ | ۳/۳۳ |
| | PR3 | توانایی تشخیص و استفاده از فرصت‌های جدید | ۰/۴۴ | ۴/۳۲ |
| | PR4 | میل به داشتن قدرت و اعتبار | ۰/۸۰ | ۵/۱۳ |
| | PR5 | تعداد کم فرزندان و داشتن وقت | ۰/۴۷ | ۴/۷۱ |
| | PR6 | عدم انتظار دریافت کمک از دولت | ۰/۷۳ | ۵/۶۳ |
| اقتصادی (FA) | FA1 | نیاز خانواده به درآمد زن | ۰/۴۵ | - |
| | FA2 | تمایل به استقلال مالی | ۰/۶۷ | ۴/۲۹ |
| | FA3 | کمک به بهبود وضعیت مالی خود و خانواده | ۰/۴۷ | ۳/۷۵ |
| حمایت دولت (SU) (زیرساختی) | SU1 | ناکارآمدی دولت در انجام برخی امور | ۰/۷۵ | - |
| | SU2 | تشویق و اعطای تسهیلات در قالب وام‌های کم‌بهره | ۰/۸۷ | ۷/۴۵ |
| خانوادگی - روان‌شناختی (PH) | PH1 | عزم و اراده و نیاز به کسب موفقیت | ۰/۵۲ | - |
| | PH2 | تمایل به ریسک | ۰/۵۹ | ۴/۳۵ |
| | PH3 | حمایت همسر، پدر یا سایر اعضای خانواده از شغل زن | ۰/۴۶ | ۳/۵۳ |
| | PH4 | اعتمادبه‌نفس و خودباوری زنان | ۰/۷۵ | ۲/۳۱ |
| اجتماعی - فرهنگی (CU) | CU1 | علاقه‌مندی به فعالیت‌های اجتماعی | ۰/۵۹ | - |
| | CU2 | به دست آوردن موقعیت اجتماعی بین خانواده و فامیل | ۰/۵۳ | ۵/۳۷ |
| | CU3 | شرایط فرهنگی و جو روستا | ۰/۳۳ | ۳/۲۲ |
| | CU4 | داشتن ارتباط با زنان موفق | ۰/۴۵ | ۳/۶۴ |

مأخذ: یافته‌های پژوهش

رتبه‌بندی اثر شاخص‌های مرتبه اول در تشکیل سازه مرتبه دوم، همراه با مقدار t و بارهای عاملی هر یک از عامل‌ها (مقادیر ضریب گاما) در جدول ۳ نشان داده شده است. مقادیر ضریب گاما

می‌توانند شدت رابطه بین عامل‌های مرتبه اول و عامل مرتبه دوم را نشان دهند. در این تحقیق بر اساس داده‌های میدانی در میان شش معیار بررسی شده، عامل آموزشی ($\lambda=0/65$) به‌عنوان قوی‌ترین معیار مرتبط با توسعه کسب و کار خانگی در زنان روستایی مورد مطالعه شناسایی شده است.

جدول ۳. رتبه‌بندی اثر شاخص‌های مرتبه اول در تشکیل سازه مرتبه دوم بر اساس بار عاملی

| رتبه | شاخص‌های مرتبه اول | λ | | |
|------|--------------------|-----------|------|------|
| ۱ | آموزشی | ۰/۶۵ | ۴/۴۵ | ۰/۰۱ |
| ۲ | اقتصادی | ۰/۶۲ | ۲/۹۵ | ۰/۰۱ |
| ۳ | | ۰/۵۴ | ۳/۲۹ | ۰/۰۱ |
| ۴ | حمایت دولتی | ۰/۴۳ | ۳/۳۴ | ۰/۰۱ |
| ۵ | فردی- رفتاری | ۰/۳۰ | ۲/۲۷ | ۰/۰۱ |
| ۶ | اجتماعی- فرهنگی | ۰/۳۰ | ۲/۶۱ | ۰/۰۱ |

مأخذ: یافته‌های پژوهش

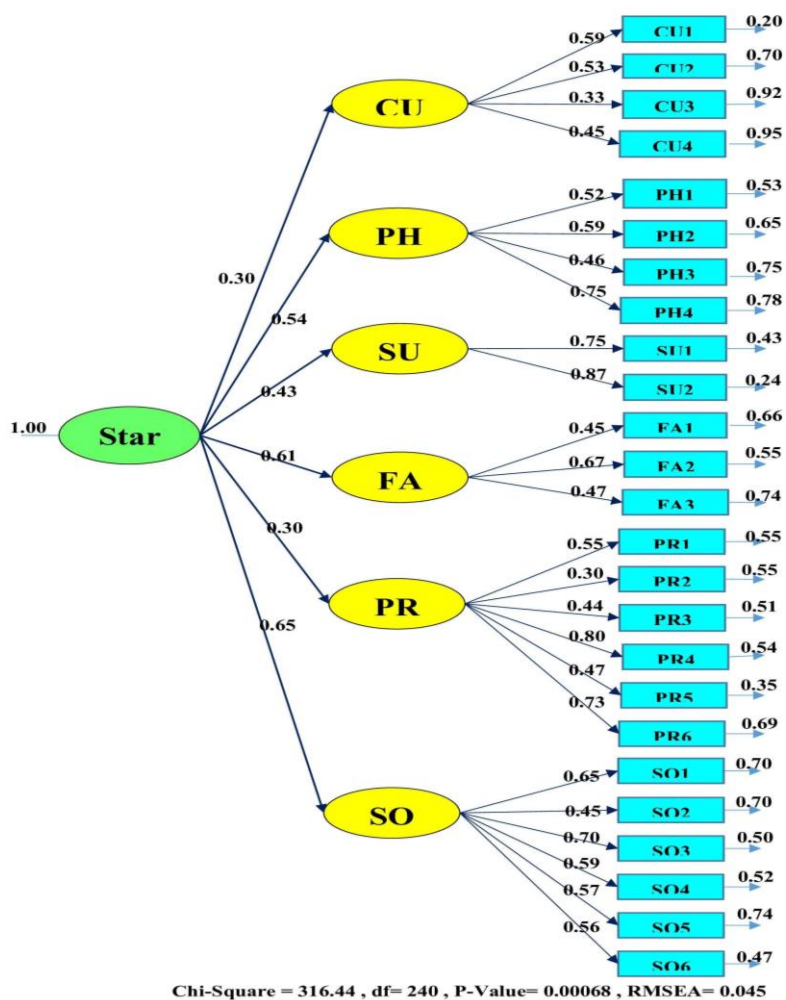
با توجه به نتایج جدول ۳، عوامل آموزشی و نیازهای اقتصادی با ضریب تأثیر ۰/۶۲ و ۰/۶۵ بیشترین اثرگذاری را بر توسعه کسب و کارهای زنان در منطقه مورد مطالعه داشته‌اند. در این عوامل گویه‌های مرتبط با داشتن تجربه و تخصص و مهارت و کمک به بهبود شرایط اقتصادی خانواده از نظر زنان عوامل محرک و پیشران در توسعه کسب و کار مورد توجه بوده است. عامل خانوادگی- روان‌شناختی در تسهیل توسعه کسب و کارهای خانگی زنان روستایی با ضریب تأثیر ۰/۵۴ در اولویت سوم قرار گرفت. اعتمادبه‌نفس و خودباوری در کنار نیاز به کسب موفقیت از عوامل توسعه کارآفرینی محسوب می‌شوند. عامل پیشران زیرساختی در تسهیل توسعه کسب و کارهای خانگی زنان روستایی با ضریب تأثیر ۰/۴۳ در اولویت چهارم قرار گرفته و در نهایت عوامل فردی- رفتاری در کنار عوامل اجتماعی- فرهنگی با ضریب تأثیر ۰/۳۰ اولویت آخر را به خود اختصاص داده‌اند.

همچنین با توجه به شاخص‌های برازندگی که در جدول ۴ نشان داده شده است، می‌توان بیان کرد که مدل اندازه‌گیری توسعه کسب و کار خانگی زنان روستایی مورد مطالعه (شکل ۲)، به‌منظور برازش روابط بین معیارها و نشانگرهای مربوط به آن‌ها معتبر و قابل قبول است.

جدول ۴. شاخص‌های برازندگی مدل اندازه‌گیری توسعه کسب و کار خانگی زنان روستایی

| شاخص | χ^2 / df | NFI | NNFI | CFI | GFI | AGFI | RMSEA |
|------------------|---------------|-----|------|-----|-----|------|-------|
| مقادیر قابل قبول | ≤ | ≤ | ≤ | ≤ | ≤ | ≤ | ≤ |
| مقادیر گزارش شده | | | | | | | |

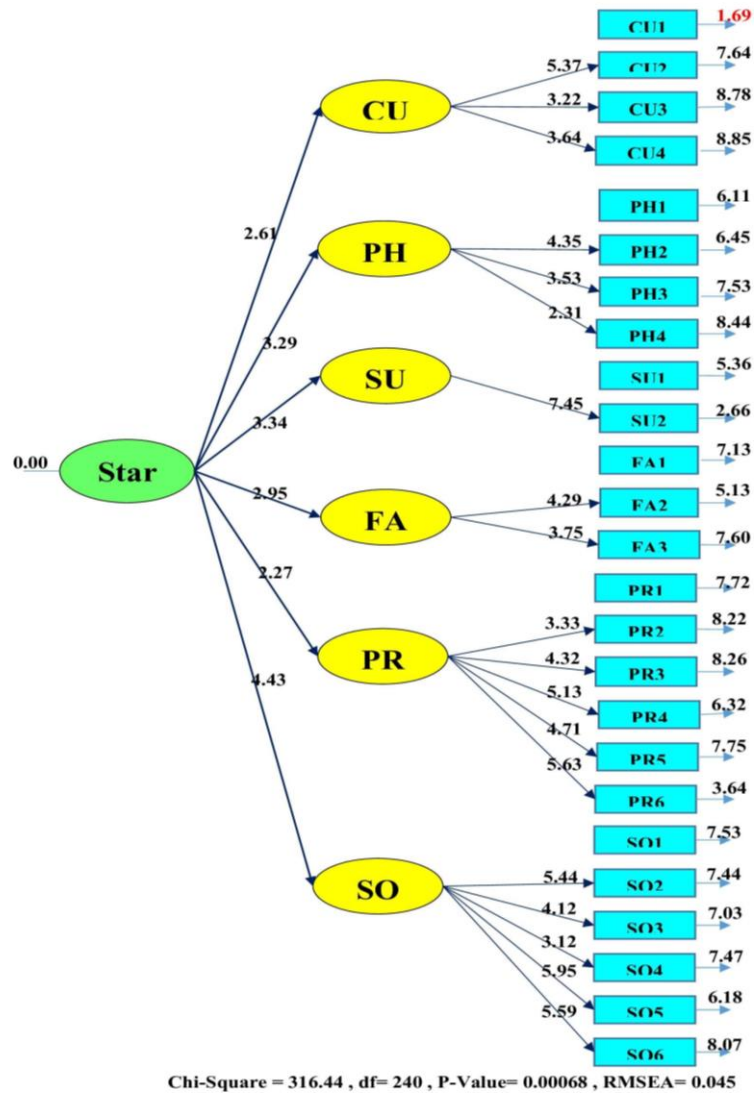
مأخذ: یافته‌های پژوهش



شکل ۲. مدل اندازه‌گیری عوامل تسهیل‌کننده توسعه کسب و کار خانگی در حالت استاندارد

بر اساس نتایج به دست آمده از جدول ۴، یکی از شاخص‌های برازش مدل، شاخص میانگین ریشه مجزورات (RMSEA) است. معیار پیشنهاد شده برای این شاخص کوچکتر یا مساوی ۰/۰۸ است. در مدل حاضر این شاخص برابر با ۰/۰۴۵ است که نشان دهنده برازش مناسب مدل مورد مطالعه با داده‌های مشاهده شده است. شاخص دیگر، شاخص نیکویی برازش (GFI) و شاخص برازندگی تعدیل یافته (AGFI) است. این شاخص‌ها هرچه به عدد یک نزدیکتر باشد، بیانگر برازش بهتر مدل است که در اینجا مقدار آن به ترتیب ۰/۹۲ و ۰/۹۰ است. همچنین نسبت $\chi^2/df = ۰/۹۰۱۸$ نیز کمتر از ۳ است که نشان دهنده برازش عالی مدل اندازه‌گیری پژوهش با داده‌های مشاهده شده است. سایر شاخص‌های برازش نیز برازش مناسب و عالی مدل را نشان می‌دهند. بنابراین با توجه به نتایج به دست آمده می‌توان گفت که برازش کلی مدل اندازه‌گیری در وضعیت مطلوب قرار داشته و با داده‌های مورد استفاده سازگاری دارد. به عبارت دیگر، کیفیت برازش کلی مدل اندازه‌گیری مطلوب سنجیده می‌شود.

در شکل ۳ و جدول ۳ ضرایب معناداری و پارامترهای به دست آمده مدل اندازه‌گیری مشخص شده است. چنانچه سطح معناداری بزرگتر از ۱/۹۶ یا کوچکتر از ۱/۹۶- باشد رابطه موجود در مدل پژوهش معنادار خواهد بود، با این توضیح کلیه روابط معنادار هستند و تمامی فرضیات تأیید می‌شوند. بر این اساس می‌توان گفت به ترتیب عامل‌های آموزشی، اقتصادی، خانوادگی- روان- شناختی، حمایت دولت، فردی- رفتاری و در نهایت اجتماعی- فرهنگی بخش قابل توجهی از سازه عوامل مؤثر بر توسعه کسب و کار خانگی زنان روستایی را تبیین می‌نمایند و اولویت‌های اول تا ششم را در تبیین این سازه به خود اختصاص داده‌اند.



شکل ۳. ضرایب معناداری مدل اندازه‌گیری عوامل تسهیل‌کننده توسعه کسب و کار خانگی

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

امروزه کشورها و سازمان‌های بین‌المللی به این نتیجه رسیده‌اند که توسعه مشاغل خانگی و افزایش مهارت زنان در این بخش، تأثیری مثبت و مستقیم در سایر جنبه‌ها نیز داشته است؛ زیرا از یک طرف سبب توسعه اقتصادی و ایجاد فرصت‌های شغلی شده و از طرف دیگر، می‌تواند سبب بهبود وضعیت اجتماعی، فرهنگی و بهداشتی زنان و خانواده‌های آنان شود (Hashemi & Pouraminzade, 2011). بهبود وضعیت اقتصادی زنان یکی از مؤلفه‌های توانمندسازی، و توانمندسازی زنان یکی از اهداف توسعه ملل در هزاره سوم به شمار می‌آید (World Bank 2005). نتایج بررسی‌ها نشان داد که توسعه کسب و کارهای خانگی زنان روستایی به عوامل مختلفی بستگی دارد که در پژوهش حاضر بر اساس نتایج تحلیل عاملی تأییدی این عوامل در قالب شش دسته آموزشی، فردی- رفتاری، اقتصادی، حمایت‌های دولتی یا زیرساختی، خانوادگی- روان‌شناختی و اجتماعی- فرهنگی قرار گرفتند.

شناسایی پیشران‌ها و عوامل تسهیل‌کننده توسعه کسب و کار زنان روستایی می‌تواند به‌عنوان راهنمایی جهت اولویت‌بندی و سیاست‌گذاری صحیح در برنامه‌های توانمندسازی و توان‌افزایی باشد که در سال‌های اخیر در کشور توسعه پیدا کرده‌اند. عدم آگاهی از اینکه کدام عوامل در میزان مشارکت اقتصادی زنان در یک منطقه تأثیرگذارند، معمولاً سبب می‌شود هدف‌های حمایت مالی و تمرکز نیروی انسانی مشغول در برنامه‌های توانمندسازی فاقد نتیجه مطلوب باشد. در نتیجه مطالعات پژوهشی پیرامون شناسایی عوامل تسهیل‌کننده یا بازدارنده کسب و کارها از ضرورت‌های برنامه‌های توان‌افزایی خواهد بود.

بر اساس نتایج تحقیق پیشنهاداتی در ذیل ارائه شده است:

✓ با توجه به شواهد موجود در پژوهش‌های پیشین، آموزش‌های کارآفرینانه رابطه مثبت و معنی‌داری با گرایش به راه‌اندازی کسب و کار دارد. این رابطه در این پژوهش نیز تأیید شد. همچنین با توجه به مصاحبه‌های حضوری، بخش عمده زنان مورد مطالعه اظهار می‌کردند که در آموزش‌های کارآفرینانه شرکت نکرده‌اند. با این وجود از بین دوره‌های آموزشی مختلف برگزار شده توسط سازمان‌ها و ارگان‌های مختلف بیشترین مشارکت در دوره‌های آموزشی که ارائه شده بود نشان از نارضایتی و غیرکابردی بودن آن‌ها داشت و اینکه تأثیری در بهبود مهارت‌ها و انگیزش آن‌ها به شروع و راه‌اندازی کسب و کارشان نداشته است.

- ✓ همچنین پاسخگویان مورد مطالعه اظهار داشتند که مربی آموزشی آن‌ها از دانش و تخصص لازم برخوردار نبوده است. از این رو پیشنهاد می‌شود در گام اولیه، آموزش‌های مورد نیاز آن‌ها از طریق نیازسنجی مشخص شود و سپس برگزاری دوره‌ها و کارگاه‌های آموزشی تخصصی و کاربردی در قالب کارگاه‌های تقویت مهارت‌های خاص مختص زنان روستایی در روستاها صورت پذیرد و در این زمینه از مربیانی که تخصص و صلاحیت لازم را دارند استفاده شود.
- ✓ با توجه به اثر مستقیم روان‌شناختی بر گرایش زنان، پیشنهاد می‌شود از طریق تعیین چشم‌انداز و اهداف مشخص برای آن‌ها و تشریح و شفاف‌سازی کامل آن برای همه زنان روستایی زمینه ایجاد همکاری و همدلی بین آن‌ها فراهم شود؛ به گونه‌ای که به این باور برسند که دارای منافع مشترک هستند و مشتاقانه برای رسیدن به هدف مشترک با هم کار کنند.
- ✓ با توجه به اثر مثبت و معنادار مهارت‌ها بر راه‌اندازی کسب و کار زنان پیشنهاد می‌شود با برگزاری کارگاه‌ها، دوره‌های آموزشی و غیره نسبت به بهبود مهارت‌های کارآفرینانه آن‌ها اقدام شود.

منابع

1. Agahi, H., Mirakzadeh, A.A. & Taghi Beigi, M. (2012). Prioritization of effective factors in the development of household jobs in West Islamabad. *Quarterly Journal of Women & Society*, 3(11), 181-202. [In Persian]
2. Ahmadpour Dariani, M., Nikbin, H. & Karimi, A. (2012). Factors affecting entrepreneurship development through agricultural advisory services corporations in Zanjan province. *Iranian Journal of Agricultural Economics and Development Research*, 42-2(4), 535-546. [In Persian]
3. Alecchi, B. (2020). Toward realizing the potential of Latin America's women entrepreneurs: An analysis of barriers and challenges. *Latin American Research Review*, 55(3), 496-514.
4. Amini, A.M. & Ahmadishapourabad, M. (2008). The employment of rural women in the two cities of Barkhar - Mimeh and Flowerjan of Isfahan province and the evaluation of its effect on their economic self-reliance. *Womens Studies*, 5(1), 65-91. [In Persian]
5. Arasti, Z. & Maleki, M.M. (2014). Formal & informal institutional factors affecting the implementation of social entrepreneurial activities by women. *Women's Studies (Sociological & Psychological)*, 12(1), 97-118. [In Persian]

6. Cherlet, M., Hutchinson, C., Reynolds, J., Hill, J., Sommer, S. & Von Maltitz, G. (2018). *World Atlas of Desertification*. Luxembourg: Publication office of the European Union.
7. Daniel, E.M. & Owen, R. (2022). Home-based self-employment: combining personal, household and employment influences. *Journal of Enterprising Culture*, 30(2), 123-160.
8. Demartino, R. & Barbato, R. (2003). Differences between women and men MBA entrepreneurs: Exploring family flexibility and wealth creation as career motivators. *Journal of Business Venturing*, 18, 815-832.
9. Fallah Jelodar, R., Farajollah Hosseini, S.J., Hosseini, S.M. & Mirdamad, S.M. (2008). Factors contributing to the success of rural women's entrepreneurship in North of Iran. *Quarterly Journal of Village and Development*, 10(4), 87-116. [In Persian]
10. Fallah M.R. (2019). Identifying drivers affecting micro-business development in rural home business. *New Marketing Research Journal*, 8(3), 119-140. [In Persian]
11. Harries, T. (2021). Understanding small business adaptation to natural hazards: A critical review. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 63, 102403.
12. Hashemi, S.H. & Pouraminzade, S. (2011). The challenges of human resource development and processing solutions for removing them. *Work and Society*, 136, 1-18. [In Persian]
13. Heidari Sarban, V. & Hassanzadeh, M. (2014). Survey of barriers to rural women economic empowerment in Iran. *European Online Journal of Natural and Social Sciences*, 3(3), 494-500. [In Persian]
14. Henry, C., Hill, F. & Leitch, C. (2005). Entrepreneurship education and training: can entrepreneurship be taught? Part I". *Education & Training*, 47(2), 98-111.
15. Hisrich, R. & Brush, C. (1998). The woman entrepreneur: management skill and business problems". *Journal of small Business Management*, 22, 30-37.
16. Javidnia, K. & Javidnia, M. (2012). Factors affecting the tendency of women to learn skills in the labor sector household: a case study in Garmsar city. *Journal of Research in Educational science*, 6(17), 145-167. [In Persian]
17. Kirby, D.A. (2000). Entrepreneurship education: can business schools meet the challenge? *Education and Training*, 46(8/9), 510-519.

18. Mehrdad, H. (2012). A study of factors affecting entrepreneurship in Lorestan province with an emphasis on education. *Journal of New Approaches in Educational Administration*, 2(8), 97-114. [In Persian]
19. Minniti, M. (2010). Female entrepreneurship and economic activity. *European Journal of Development Research*. 22, 294-312.
20. Modarresi, M. & Arasti, Z. (2021). Cultural challenges of women entrepreneurs in Iran. *The Emerald Handbook of Women and Entrepreneurship in Developing Economies*, Emerald Publishing Limited. Available at: <https://doi.org/10.1108/978-1-80071-326-020211013>.
21. Motta, V.F. & Galina, S. (2023). Experiential learning in entrepreneurship education: A systematic literature review. *Teaching and Teacher Education*, 121, 103919.
22. Muhammad, S., Ximei, Q., Saqib, Sh.E. & Beutell, N.J. (2021). Women's home-based entrepreneurship and family financial position in Pakistan. *Sustainability*, 13(22), 12542.
23. Namdar, M. (2010). Factors influencing Iranian women's employment concurrent with introducing modern technologies to rural economy: A case study of combine owners in Fars province. *Village and Development*, 13(2), 103-128. [In Persian]
24. Nawaz, F. (2009). Critical factors of women entrepreneurship development in rural Bangladesh. Bangladesh Development Research Center (BDRC). SSRN Electronic Journal.
25. Nielsen, K.T. & Kjeldsen, J. I. (2000). Women entrepreneurs now and in the future. Danish Agency for Trade and Industry. Available at: <http://www.ebst.dk/publikationer/rapporter/womenentr/index-eng.html>.
26. Pettersson, K., Ahl, H., Berglund, K. & Tillmar, M. (2017). In the name of women? Feminist readings of policies for women's entrepreneurship in Scandinavia. *Scandinavian Journal of Management*, 33(1), 50-63.
27. Pishbin, S.A.R., Iravani, H., Movahed Mohammadi, S.H., Shabanali Fami H. & Rezvanfar, A. (2012). An investigation of the role of environmental factors on entrepreneurial orientation evidences from Iranian animal production cooperatives. *Iranian Journal of Agricultural Economics and Development Research*, 43(3), 497-509. [In Persian]
28. Portner, H.O., Roberts, D.C., Tignor, M.M.B., Poloczanska, E., Mintenbeck, K., Alegria, A., Craig, M., Langsdorf, S., Loschke S., Moller, V., Okem, A. & Rama, B. (2022). Climate change 2022: Impacts, adaptation and

- vulnerability. The IPCC Switzerland. Available at: <https://www.ipcc.ch/report/ar6/wg2/>.
29. Raley, S. (2015). Marriage and the Dual-Career Family. *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences (Second Edition)*. 605-610.
 30. Razavi, S.M., Zali, M.R., Faghih, N., Poordariyani, M.A. & Yadollahi Farsi, J. (2010). Monitoring Entrepreneurship in Iran GEM-based data, 2008. Labour and Social Security Institute. [In Persian]
 31. Saemifard, M.A., Bakhshipour, A. & Mohammadipour M. (2020). The effectiveness of multiaxial pattern of vocational choice on the development of small- and mid-sized home-based businesses. *Journal of Sabzevar University of Medical Sciences*, 27(6), 761-768. [In Persian]
 32. Smith, A.B. (2004). Changing external conditions require high levels of entrepreneurship in agriculture. *Proceedings of the 15th International Symposium on Horticultural Economics and Management*, Berlin, Germany.
 33. Soleymani, A., Yaghoubi Farani, A., Karimi, S., Azadi, H., Nadiri, H. & Scheffran, J. (2021). Identifying sustainable rural entrepreneurship indicators in the Iranian context. *Journal of Cleaner Production*, 290, 125186.
 34. Tiwari, A., Sharma, R. R. & Sharma, T. (2021). A case of family business strategy of expansion. *Global Business Review*, Available at: <https://doi.org/10.1177/0972150921989667>.
 35. Ufuk, A. & Ozgen, B. (2001). Interaction between the business and family lives of women entrepreneurs in the Turkey. *Journal of Business Ethics*, 31(2), 95-106.
 36. World Bank. (2002). *Reading the rural poor: UN Updated Strategy for Rural Development*. Washington DC, (1), 65-68.
 37. World Bank. (2005). *Rural women's development and empowerment project, India. Staff Appraisal Report 16031-IN*. South Asia Environment and Social Unit, World Bank, Washington, DC.
 38. Wray, T.S. & Thornburgh, B.D.E. (1998). *Women and Entrepreneurship in Greater Philadelphia*. Pennsylvania Economy League-Eastern Division.