



Ilam University

Journal of Entrepreneurship Research
<http://jer.ilam.ac.ir>
Online ISSN: 2980-857X



Determinant Strategies of Entrepreneurship Development among Rural Women in Ardabil County

Mojtaba Sookhtanlou^{1✉} | Nejat Vahedi²

1. Corresponding Author, Department of Water Engineering and Agricultural Management, Faculty of Agriculture and Natural Resources, University of Mohaghegh Ardabili, Ardabil, Iran. Email: msookhtanlo@gmail.com
2. Department of Water Engineering and Agricultural Management, Faculty of Agriculture and Natural Resources, University of Mohaghegh Ardabili and Green Space Expert in Ardabil Municipality, Ardabil, Iran. Email: nejatvahedi2022@gmail.com

Article Info

Article type:

Research Article

Article history:

Received: 07. 02. 2023

Revised: 27. 02. 2023

Accepted: 27. 02. 2023

Keywords:

SWOT Matrix,
GSPM Matrix,
Rural Women,
Entrepreneurship
Development.

ABSTRACT

It is impossible to improve the economy and development of villages without considering the importance of employment and entrepreneurship of rural women. Therefore, the research aimed to explore the determining strategies of entrepreneurship development among rural women in Ardabil County. The present research is a descriptive-analytical study conducted by the field method using a combination of SWOT (weaknesses, strengths, opportunities, threats matrix) and QSPM (quantitative strategic planning matrix) in the form of the Delphi technique. The statistical sample, taken by the snowball technique, included 37 experts and specialists in the agricultural and rural sectors in Ardabil County, who were active in the field of rural women's employment. According to the exploratory results in the SWOT matrix, 28 strength and weakness indicators and 31 opportunity and threat indicators were identified for the development of rural women's entrepreneurship. According to the sum of the final scores of the internal and external factors (EFE: 2.158; IFE: 2.694), decisive and focal strategies for entrepreneurship development, including competitive strategies (ST), were obtained. In examining the importance of the strategies selected in the QSPM matrix, creating a unit in charge of entrepreneurship and specialized counseling for rural women in agricultural or rural centers, planning to assess the needs of rural women's entrepreneurship and designing codified training-promotional programs, and creating or developing microcredit funds for rural women were determined as the first to third priorities in the target areas. Therefore, the focus of entrepreneurship development planning among rural women must be based on determining a certain authority in rural executive institutions. In this context, paying attention to developing a comprehensive program for entrepreneurship needs assessment of rural women and attracting the cooperation of women entrepreneurs in educational-motivational programs will play an essential role.

Cite this article: Sookhtanlou, M., & Vahedi, N. (2023). Determinant Strategies of Entrepreneurship Development among Rural Women in Ardabil County. *Journal of Entrepreneurship Research*, 2 (1), 47-62.



DOI: [10.22034/JER.2023.1989366.1028](https://doi.org/10.22034/JER.2023.1989366.1028)

© The Author(s).

Publisher: Ilam University Press.

راهبردهای تعیین‌کننده توسعه کارآفرینی در میان زنان روستایی شهرستان اردبیل

مجتبی سوختانلو^۱ | نجات واحدی^۲

۱. نویسنده مسئول، گروه مهندسی آب و مدیریت کشاورزی، دانشکده کشاورزی و منابع طبیعی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران. رایانامه: msookhtanlo@gmail.com

۲. گروه مهندسی آب و مدیریت کشاورزی، دانشکده کشاورزی و منابع طبیعی، دانشگاه محقق اردبیلی و کارشناس فضای سبز شهرداری اردبیل، اردبیل، ایران. رایانامه: nejatvahedi2022@gmail.com

چکیده

اطلاعات مقاله

بهبود اقتصاد و توسعه روستاها، بدون توجه به اهمیت نقش اشتغال و کارآفرینی زنان روستایی امکان‌پذیر نیست؛ بنابراین، توجه به راهبردهای تعیین‌کننده توسعه کارآفرینی در میان زنان نواحی روستایی شهرستان اردبیل به‌عنوان هدف این مطالعه برگزیده شد. مطالعه کنونی، از نوع مطالعات توصیفی-تحلیلی بوده که به روش میدانی و با کمک ترکیبی از ماتریس‌های SWOT (نقاط ضعف، قوت، فرصت‌ها، تهدیدها) و QSPM (ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک کمی) در قالب روش دلفی انجام شد. نمونه آماری، شامل ۳۷ نفر (با کمک روش گلوله برفی) از کارشناسان و متخصصان بخش کشاورزی و روستایی در شهرستان اردبیل بودند که در حوزه اشتغال زنان روستایی فعالیت داشتند. مطابق نتایج اکتشافی در ماتریس SWOT، ۲۸ شاخص قوت و ضعف و ۳۱ شاخص فرصت و تهدید جهت توسعه کارآفرینی زنان روستایی شناسایی شدند. با توجه به مجموع امتیازهای نهایی عوامل داخلی و خارجی (EFE: ۲/۱۵۸؛ IFE: ۲/۶۹۴)، راهبردهای تعیین‌کننده و کانونی جهت توسعه کارآفرینی، شامل راهبردهای رقابتی (ST) به‌دست آمد. در بررسی اهمیت راهبردهای منتخب در ماتریس QSPM، ایجاد واحد متولی کارآفرینی و مشاوره تخصصی زنان روستایی در مراکز کشاورزی یا روستایی، برنامه‌ریزی جهت نیازسنجی کارآفرینی زنان روستایی و طراحی برنامه‌های آموزشی-ترویجی مدون و ایجاد یا توسعه صندوق‌های اعتبارات خرد زنان روستایی در مناطق هدف در اولویت‌های اول تا سوم قرار گرفتند. لذا، تمرکز برنامه‌ریزی‌های توسعه کارآفرینی در زنان روستایی، با محوریت یک واحد متولی مشخص در نهادهای اجرایی روستایی رخ خواهد داد که در این زمینه، توجه به تدوین برنامه جامع نیازسنجی کارآفرینی از زنان روستایی و جلب همکاری زنان کارآفرین در برنامه‌های آموزشی-انگیزشی، نقشی اساسی خواهد داشت.

نوع مقاله:

مقاله علمی-پژوهشی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۱۱/۱۸

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۱/۱۲/۰۸

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۱۲/۰۸

کلیدواژه‌ها:

ماتریس SWOT،

ماتریس GSPM،

زنان روستایی،

توسعه کارآفرینی.

استناد: سوختانلو، مجتبی، و واحدی، نجات. (۱۴۰۲). راهبردهای تعیین‌کننده توسعه کارآفرینی در میان زنان روستایی شهرستان اردبیل. *مجله پژوهش‌های کارآفرینی*،

۲ (۱)، ۶۲-۴۷.

DOI: 10.22034/JER.2023.1989366.1028



© نویسندگان.

ناشر: انتشارات دانشگاه ایلام.

مقدمه

کم‌توجهی و بی‌رغبتی نهادهای مختلف روستایی و کشاورزی به عوامل توسعه‌دهنده و تأثیرگذار بر بهبود توانایی زنان روستایی، خصوصاً در بخش اقتصاد و کارآفرینی، همیشه بر پتانسیل‌های رشد توسعه روستایی و جایگاه اصلی زنان روستایی در توسعه فرهنگی- اجتماعی یک جامعه روستایی سایه افکنده است. لذا، بهبود و توسعه توانایی و ارائه بازدهی اقتصادی و اشتغال زنان روستایی، به‌عنوان یکی از عوامل مهم کلیدی در راستای توسعه روستایی محسوب می‌شود (سوختانلو و همکاران، ۱۴۰۱). کارآفرینی، فرآیندی است برای ایجاد یا توسعه یک کسب‌وکار جدید با پذیرش تمام ریسک‌ها و خطرات نهفته در آن که منجر به خلق ارزش جدیدی می‌شود و غالباً سوگیری جنسیتی در آن معنا ندارد (Ratten & Tajeddini, 2018). با این وجود، زن کارآفرین به فردی گفته می‌شود که در حیطه پذیرفته شده نقش زن در اجتماع، از مهارت‌ها، تخصص و منابع خود برای راه‌اندازی یک کسب‌وکار جدید برای خلق ارزشی نو بهره می‌برد. در این راستا، زنان باید با تمام چالش‌های راه‌اندازی، اجرا و توسعه و کسب استقلال مالی که از طریق فعالیت‌های کارآفرینانه رخ می‌دهد، مواجه شوند (Nagarajan, 2016). اگر کارآفرینی محصول ساختار اجتماعی- اقتصادی و فرهنگی که فرد (زن یا مرد) در آن زندگی می‌کند تلقی شود، بدیهی است که خانواده، رفتار اجتماعی، شرایط فرهنگی و پذیرش اجتماع، سطح تحصیلات و شرایط اقتصادی تأثیر بسزایی بر روحیه کارآفرینی و اقدام در عمل دارد (Kalemci Tuzun & Araz Takay, 2017). میزان مشارکت زنان روستایی و شهری در فعالیت‌های کارآفرینانه، هنوز در بین بخش مهمی از اقتصادها و مناطق جغرافیایی مختلف در حد مطلوبی نیست و نرخ مشارکت زنان در کارآفرینی پایین‌تر است؛ زیرا با محدودیت‌های اجتماعی و فرهنگی بیشتری نسبت به مردان در سراسر جهان مواجه هستند (Cetindamar et al., 2012).

کارآفرینی زنان روستایی به عنوان یک پتانسیل اقتصادی نیرومند می‌تواند در رشد اقتصادی به‌خصوص در کشورهای در حال توسعه تأثیر شایانی داشته باشد و به وضوح نشان‌دهنده یک پتانسیل استفاده نشده است (Kabagerayo et al., 2022). در بافت روستایی، رویکرد کارآفرینی راه‌های جدیدی را برای حل مشکلات فردی و خانوادگی روستاییان و ایجاد فرصت‌های جدید برای توسعه کارآفرینی ارائه می‌کند (Rubert et al., 2020). بهبود قابلیت‌ها و توانایی‌های اقتصادی زنان روستایی، بر ارتقای جایگاه آنان در تصمیم‌گیری و مدیریت بهتر زندگی فردی- خانوادگی خواهد افزود و به شناخت زن به‌عنوان یک بازوی کمکی جهت افزایش قدرت معیشتی خانوار کمک خواهد کرد (بهمنی و همکاران، ۱۳۹۹؛ تاراسی و همکاران، ۱۳۹۹). بدیهی است، بی‌توجهی به عوامل توسعه‌دهنده و تأثیرگذار بر کارآفرینی زنان روستایی، می‌تواند در سطح توسعه روستایی اختلال ایجاد کرده و در سطح کلان، بروز رشد و توسعه اقتصادی، بهبود مشارکت اقتصادی- اجتماعی و گاه فرهنگی نیمی از سرمایه انسانی در جامعه را با مشکل مواجه سازد (Mobarak et al., 2021). بهبود قابلیت‌های اشتغال و درآمدزایی برای زنان، موجب کاهش آسیب‌پذیری مدیریتی و اقتصادی آنان می‌گردد (Al-Shami et al., 2016). بررسی تحقیقات متعدد حاکی از آن است که کارآفرینی زنان روستایی تحت تأثیر عوامل گوناگونی در قالب مفاهیم فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی قرار دارد. اغماض از توانایی‌های زنان روستایی بر بهبود قابلیت‌های رشد اقتصادی در سطح خرد و کلان روستایی خدشه وارد می‌کند؛ چرا که تحقیقات تأیید می‌کنند زنان کارآفرین روستایی غالباً از سطح شایستگی و کیفیت زندگی بالاتری برخوردار بوده و احساس کفایت و شایستگی بیشتری در زندگی فردی و اجتماعی خود دارند (Othman et al., 2022).

زنان کارآفرین روستایی در کشورهای در حال توسعه، عمدتاً با چالش‌های اجتماعی، فرهنگی، مالی و مهارتی مواجه هستند، هرچند که برای بقای کارآفرینی خانوادگی خود با چالش‌های دیگری نیز روبرو هستند. نگرش و تلقی جامعه نسبت به زنان و نقش آنان ریشه در موانع اجتماعی و فرهنگی دارد. محققان، همچنین دریافته‌اند که چالش‌های مالی تأثیر عظیمی بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی دارد (Gavigan et al., 2020). لذا به دلیل اثرگذاری چالش مالی، کارآفرینان زن روستایی معمولاً با

سطوح پایین‌تر سرمایه کلی و نسبت بدهی کمتری نسبت به هم‌تایان مرد خود شروع به فعالیت‌های کارآفرینانه می‌کنند (Kabagerayo et al., 2022). آنچه بدیهی است، شهرستان اردبیل پتانسیل‌های بالایی برای مشارکت اقتصادی زنان روستایی دارد و توانایی‌های فنی و مهارتی زنان روستایی در حیطه‌های مختلف اشتغال‌زایی و کارآفرینی درخور توجه بالایی است. کارآفرینی زنان روستایی در شهرستان اردبیل، متکی به سرمایه اولیه زنان و استقلال مالی آنان در سایه پذیرش فرهنگی و هنجاری جامعه پیرامونی و کسب آموزش‌ها و مشاوره‌های تخصصی در زمینه کارفرینی است. آنچه مسلم است، ضعف‌های فنی و آموزشی زنان روستایی شهرستان اردبیل و فقدان دانش کافی آنان از فعالیت‌های کارآفرینی، بازاریابی، حمایت‌های اجرایی دولتی در قالب اعتبارات و تسهیلات نیازمند بازنگری است؛ لذا در این راستا مطالعه حاضر به دنبال بررسی نقاط ضعف، قوت، فرصت‌ها و تهدیدهای توسعه کارآفرینی زنان روستایی شهرستان اردبیل می‌باشد.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

در بیشتر کشورهای در حال توسعه، کسب‌وکارهایی که توسط زنان اداره می‌شوند، معمولاً کوچک هستند و نسبت به کسب‌وکارهایی که توسط مردان اداره می‌شوند، کمتر رشد می‌کنند. با این حال، نقش کارآفرینی زنان برای توانمندسازی اقتصادی- اجتماعی و گاه سیاسی زنان بسیار مهم است (Rubert et al., 2020). علاوه بر این، رفتار کارآفرینانه می‌تواند منجر به خودکامادی بالاتر شود و به زنان کمک کند تا مستقل‌تر شوند. این امر ممکن است منجر به مشارکت بیشتر زنان روستایی در بازار کار و رشد اقتصادی در جامعه شود. در این راستا، میرزاخانی (۱۳۹۹)، مهم‌ترین عوامل اثرگذار بر مشارکت زنان روستایی و عشایری را در فعالیت‌های کارآفرینی عوامل اقتصادی و داشتن سرمایه، عوامل فردی و فرهنگی تعیین کرد. نتایج تحقیق تاراسی و همکاران (۱۳۹۹) نشان داد که عوامل اقتصادی- اجتماعی، فرهنگی و محیطی بر کارآفرینی زنان روستایی شهرستان زنجان اثرگذار بود. حاجی‌لو و همکاران (۱۳۹۹) نیز، عوامل اقتصادی و داشتن سرمایه کافی را به‌عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان روستایی تعیین کردند. همچنین، سپهوند و کریمی (۱۳۹۹) به تأثیر عوامل اقتصادی و آموزشی زنان روستایی در توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه تأکید داشتند.

کلی و همکاران (Kelley et al., 2017) اظهار داشتند اگرچه زنان، کارآفرینی را برای حمایت از خانواده خود و برای رسیدن به استقلال مالی آغاز می‌کنند، اما با چالش‌های مهمی مانند فقدان آموزش، دانش اندک در زمینه کارآفرینی، کمبود منابع مالی و کمبود وثیقه و دسترسی به وام مواجه هستند. همچنین، نتایج تحقیق نور و همکاران (Noor et al., 2021) نشان داد که کارآفرینی نقش بسزایی در قدرت تصمیم‌گیری زنان کارآفرین داشته و سطح آن را در مقایسه با زنان خانه‌دار افزایش داده است. با این حال، زنان کارآفرین با موانع مختلفی مانند حمایت کمتر دولتی، فرآیندهای پیچیده وام بانکی، عدم آموزش کارآفرینی و آگاهی از بازار مواجه هستند. حمایت دولت به جای وام‌های بانکی روان و آسان برای زنان مستلزم افزایش اعتماد و کنترل آن‌ها بر منابع، مشابه مردان است. کوموری گانل و همکاران (Kuumuori Ganle et al., 2015)، اعتبارات خرد و گرفتن وام از طریق سازمان‌های غیر دولتی را بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی تأثیرگذار دانستند و بر توسعه نمایشگاه‌های محلی برای ارائه محصولات تولیدی زنان کارآفرین تأکید داشتند. در یافته‌های حاجی حسنی و اختیاری (۱۴۰۰)، زمانی‌مقدم و افشانی (۱۴۰۰)، حسن‌پور و همکاران (۱۴۰۰)، منصوری و بقایی (۱۴۰۰) نیز به نقش مهم دسترسی به منابع مالی و حمایت‌های اعتباری بانک‌ها و دیگر نهادها بر کارآفرینی زنان روستایی تأکید داشتند. عوامل فرهنگی- اجتماعی و ارائه مشاوره تخصصی در حیطه‌های مختلف کارآفرینی نیز نقش مؤثری بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی دارد. در این زمینه، یافته‌های گاوینگان و همکاران (Gavigan et al., 2020) نشان داد که زنان کارآفرین روستایی عمدتاً با چالش‌های اجتماعی، فرهنگی، مالی و مهارتی متعددی مواجه هستند. پذیرش فرهنگی، موانع اجتماعی و فرهنگی و نگرش و تلقی جامعه نسبت به نقش اقتصادی زنان و نقش آن‌ها در

درآمدزایی یک مانع مهم در توسعه کارآفرینی زنان روستایی است. نتایج تحقیق حسن‌پور و همکاران (۱۴۰۰) حاکی از آن بود که مشاوره و آموزش تخصصی شغلی، مهارت‌های بازاریابی و دریافت تسهیلات در توسعه کارآفرینی زنان روستایی نقش داشتند. همچنین، منصوری و بقایی (۱۴۰۰) و بهمنی و همکاران (۱۳۹۹) بر نقش عوامل روانشناختی، نهادی-سازمانی، آموزشی و اقتصادی و فرهنگی-اجتماعی به عنوان مهم‌ترین عوامل جهت توسعه فعالیت‌های شغلی زنان روستایی تأکید دارند. حاجی‌لو و همکاران (۱۳۹۹) بر عوامل روانشناختی (خودآگاهی، اعتماد به نفس) به‌عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان روستایی اذعان دارند.

مطالعه کیتجریو و همکاران (Kabagerayo et al., 2022) نشان داد که در توسعه کارآفرینی زنان روستایی، فقدان مهارت‌های کارآفرینی و دانش لازم درباره فناوری‌های به‌روز و کمبود حمایت‌های قانونی و اعتباری دولت یک چالش مهم محسوب می‌شود. آموزش زنان و حمایت رهبران محلی از آنان، افزایش آگاهی از کارآفرینی، تأمین سرمایه مورد نیاز، تشویق و انگیزش، بهبود بازارهای محلی تجاری و برگزاری دوره‌های نمایشگاه‌های محلی و تجهیز آن‌ها به مهارت‌های مدیریتی مناسب و ارتقای مشارکت اجتماعی-اقتصادی آنان از جمله راهبردهای سازنده توسعه کارآفرینی در میان زنان روستایی محسوب می‌شود. در تحقیقات راتن و تاج‌الدینی (Ratten & Tajeddini, 2018)، رابرت و همکاران (Rubert et al., 2020) بر نقش طراحی و توسعه برنامه‌های آموزشی و استفاده از مشاوره تخصصی در قالب یک متولی کارآفرینی جهت توسعه کارآفرینی زنان روستایی به عنوان یک راهبرد اساسی تأکید شده است. همچنین، قاسمی و همکاران (۱۴۰۱)، در بررسی استراتژی‌های توسعه کارآفرینی زنان روستایی تربت جام، نتیجه گرفت که راهبرد کانونی توسعه کارآفرینی در بین زنان روستایی از نوع (حداقل-حداکثر) است. نتایج ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک کمی هم نشان داد که اولویت اول شامل تشویق و ترغیب زنان روستایی به راه‌اندازی NGOs در زمینه کارآفرینی بود. لذا این تحقیق به دنبال آن است تا با کمک ماتریس ترکیبی^۱ SWOT-QSPM^۲ به مهم‌ترین راهبردهای تعیین‌کننده توسعه کارآفرینی زنان روستایی شهرستان اردبیل بپردازد. اهداف اختصاصی تحقیق نیز شامل این موارد است:

- ۱- شناسایی نقاط ضعف، قوت، فرصت‌ها و تهدیدها توسعه کارآفرینی در میان زنان روستایی؛
- ۲- تعیین راهبردهای مناسب برای توسعه کارآفرینی در میان زنان روستایی؛
- ۳- اولویت‌بندی و تعیین مهم‌ترین راهبردهای منتخب جهت توسعه کارآفرینی در میان زنان روستایی.

روش‌شناسی پژوهش

این مطالعه از نوع مطالعات توصیفی-تحلیلی بود که به شیوه میدانی و با کمک ترکیبی از ماتریس‌های SWOT و GSPM انجام شد. با توجه به اهمیت تعیین وزن شاخص‌ها و همچنین نگاه جامعه، سیستماتیک و راهبردی به مفاهیم توسعه کارآفرینی زنان روستایی، جهت شناسایی و تحلیل شاخص‌ها در قالب ماتریس SWOT، از دیدگاه کارشناسان و متخصصان بخش کشاورزی و روستایی (کارمندان جهاد کشاورزی و مراکز روستایی، پژوهشگران اجرایی و اعضای هیأت علمی که در حوزه اشتغال زنان روستایی شهرستان اردبیل فعالیت داشتند) توسط روش دلفی استفاده شد. شهرستان اردبیل، مرکز استان اردبیل با وسعت ۳۸۱۰ کیلومتر مربع است که در ۴۸ درجه و ۱۸ دقیقه طول جغرافیایی و ۳۸ درجه و ۱۵ دقیقه عرض جغرافیایی و در ارتفاع ۱۳۱۱ متر از سطح دریا قرار دارد که توسط ارتفاعات طالش، بزغوش و سبلان احاطه شده است. این شهرستان از سمت غرب با

^۱ Strengths, Weakness, Opportunities, Threats Matrix

^۲ Quantitative Strategic Planning Matrix

شهرستان مشکین‌شهر، از سمت شرق با استان گیلان، از شمال با شهرستان نمین و از جنوب با شهرستان گیوی احاطه شده است (درویشی و اسعدی، ۱۳۹۹). نمونه مورد مطالعه، پس از رسیدن به اشباع داده شامل ۳۷ نفر از کارشناسان و متخصصان تعیین شدند. بدین شکل که در مرحله اول، نفر اول پاسخ‌گویان، با کمک نمونه‌گیری نظری^۱ تعیین و انتخاب شد. در مرحله دوم برای انتخاب سایر کارشناسان و متخصصان، با توجه به آنکه آمار دقیق و رسمی از کارشناسان و متخصصان آگاه و باتجربه علمی و میدانی در زمینه اشتغال و کارآفرینی زنان روستایی در مناطق هدف وجود نداشت، لذا از روش نمونه‌گیری گلوله برفی استفاده شد.

مراحل کار در تحلیل ترکیبی ماتریس‌های SWOT و QSPM بدین شرح است:

- ابتدا تیمی از خبرگان با کمک روش‌های نمونه‌گیری اشاره شده، تشکیل شد تا در قالب تکنیک دلفی به شناسایی شاخص‌های مهم عوامل محیطی یا بیرونی (فرصت‌ها و تهدیدها) و عوامل درونی یا داخلی (قوت‌ها و ضعف‌ها) پرداخته شود.
- وقتی لیست شاخص‌ها تعیین شد؛ در این مرحله ضمن نهایی کردن شاخص‌ها، وزن نقطه‌ای، وزن نسبی و رتبه تعیین شد و در نهایت با حاصلضرب دو عامل وزن نسبی و رتبه، امتیاز وزنی یا همان امتیاز نهایی به‌دست آمد. عوامل داخلی (هر دو مورد قوت و ضعف) و عوامل خارجی (هر دو مورد فرصت‌ها و تهدیدها) در محاسبات جدا از هم در نظر گرفته می‌شوند. وزن نسبی از تقسیم وزن نقطه‌ای هر شاخص به مجموع وزن‌های نقطه‌ای شاخص‌ها در هر کدام از عوامل داخلی و عوامل خارجی به‌دست می‌آید که در نهایت، از جمع وزن‌های نسبی برای عوامل داخلی و خارجی عدد یک به‌دست خواهد آمد. رتبه شاخص‌ها نیز در دامنه اعداد یک تا چهار تعیین شده است. عدد یک یعنی خیلی کم یا خیلی ضعیف، عدد دو یعنی ضعیف، عدد سه یعنی قوی و عدد ۴ یعنی خیلی قوی است. برای نقاط قوت و فرصت‌ها، رتبه سه و چهار و برای نقاط ضعف و تهدیدها نیز، رتبه یک و دو در نظر گرفته می‌شود. لازم به ذکر است، معیار قضاوت کلی ماتریس، عدد ۲/۵ است (صادقی و خان‌زاده، ۱۳۹۸). به عنوان مثال، اگر جمع کل امتیازهای نهایی در عوامل داخلی کمتر از ۲/۵ به‌دست بیاید نقاط ضعف بر نقاط قوت در موضوع مورد نظر تحقیق احاطه و غلبه داشته است. یا اگر در عوامل خارجی کمتر از ۲/۵ به‌دست بیاید یعنی به نوعی، تهدیدها بر فرصت‌ها در موضوع مورد نظر تحقیق احاطه و غلبه داشته است (باغبانی و همکاران، ۱۴۰۱).
- پس از تعیین امتیازهای نهایی عوامل داخلی و عوامل خارجی، در این مرحله راهبردیابی یا استراتژی‌یابی (غالباً بین دو تا ۱۰ راهبرد) انجام می‌شود. منظور از راهبردیابی، پیدا کردن راه‌حل‌های جامع و منطقی است که دو یا چند شاخص از عوامل داخلی (نقاط قوت و نقاط ضعف) یا عوامل بیرونی (فرصت‌ها و تهدیدها) را پوشش دهد و راه‌حل‌هایی سازنده شامل هر دو گروه را تعیین کند. راهبردهای ماتریس SWOT، به طور کلی به چهار مورد (محافظه‌کارانه، تهاجمی، تدافعی و رقابتی) تقسیم‌بندی می‌شوند (قاسمی و همکاران، ۱۴۰۱). لازم به ذکر است که راهبردهای محافظه‌کارانه (WO)، راهبردهایی است که با استفاده کردن از فرصت‌ها، به بررسی حذف یا اصلاح نقاط ضعف خواهد پرداخت. راهبردهای تهاجمی (SO)، راهبردهایی است که با بهره‌گیری از نقاط قوت، بهترین فرصت‌ها را ایجاد یا خلق کند. راهبردهای تدافعی (WT)، راهبردهایی است که با کمک بررسی نقاط ضعف درونی و بیرونی، از بروز تهدیدها یا ضررهای احتمالی بیش‌تر جلوگیری کند. در نهایت، راهبردهای رقابتی (ST)، راهبردهایی است که با شناسایی و استفاده از نقاط قوت موجود، انواع تهدیدها و خطرپذیری را تا حد امکان کاهش می‌دهد (ریسی و همکاران، ۱۳۹۹).

- در این مرحله، پس از ثبت راهبردها در ماتریس SWOT، به تعیین مهم‌ترین راهبردها یا تعیین راهبردهای کانونی و اصلی پرداخته می‌شود. شیوه کار بدین‌گونه است که مجموع امتیازهای نهایی عوامل داخلی و عوامل خارجی که در مراحل قبلی تعیین

^۱ Theoretical Sampling

شده بود در اینجا بر روی ماتریس SWOT مکان‌یابی می‌شود. لذا، جمع امتیازهای نهایی در عوامل داخلی را بر روی محور Xها و جمع امتیازهای نهایی عوامل خارجی نیز بر روی محور Y اعمال می‌شود تا راهبردهای کانونی تحقیق از میان انواع راهبردها تعیین شود (قاسمی و همکاران، ۱۴۰۱؛ صادقی و خان‌زاده، ۱۳۹۸).

- در مرحله آخر، طراحی و تدوین ماتریس QSPM (ماتریس برنامه‌ریزی راهبردی کمی) انجام می‌شود. این ماتریس، به نوعی یک روش تحلیلی و ارزیابی راهبردها محسوب می‌شود که به تصمیم‌گیری و اولویت‌بندی مهم‌ترین راهبردهای منتخب در یک تحقیق بر اساس میزان امتیاز جذابیت می‌پردازد (باغبانی و همکاران، ۱۴۰۱؛ قاسمی و همکاران، ۱۴۰۱). برای طراحی و تدوین این ماتریس، میزان جذابیت شاخص‌ها و رتبه آن‌ها، مجدد امتیازسنجی نهایی شده و به تأیید اولویت‌بندی راهبردهای کانونی و نهایی پرداخته می‌شود تا راهبردهای منتخب در مراحل قبلی بر اساس میزان امتیاز جذابیت اولویت‌بندی شود.

یافته‌ها

نتایج تحقیق نشان داد که دامنه سنی پاسخگویان بین ۳۷ تا ۵۶ سال با میانگین سنی ۴۴/۲۵ سال بود. متوسط درآمد ماهیانه آنان ۱۱/۴۲ میلیون تومان و دامنه سابقه فعالیت در مبحث اشتغال و کارآفرینی زنان روستایی بین ۵ تا ۱۸ سال، با میانگین سابقه ۸/۷۴ سال به دست آمد. تحصیلات کلیه آنان، کارشناسی و بالاتر بود که مدرک تحصیلی کارشناسی ارشد (۴۸/۶۴ درصد) بیشترین تعداد را شامل می‌شد. مشاغل پاسخ‌گویان، شامل کارمندان مراکز مرتبط با توسعه روستایی (۴۰/۵۴ درصد)؛ کارمندان جهاد کشاورزی (۲۷/۰۳ درصد)، اعضای هیأت علمی یا مدرسان دانشگاه (۲۱/۶۲ درصد) و پژوهشگران آزاد (۱۰/۸۱ درصد) بودند.

بر اساس نتایج تحقیق در جدول ۱، ماتریس عوامل داخلی (IFE)^۱ شامل ۱۴ نقطه قوت و ۱۴ نقطه ضعف شناسایی و تبیین شد (تحقق هدف ۱). در شاخص‌های نقاط قوت، بر اساس امتیاز نهایی، مهم‌ترین شاخص‌ها به ترتیب شامل وجود مهارت‌های متعدد زنان روستایی در زمینه فعالیت‌های هنری درآمدزا (۰/۱۸۵)، افزایش به‌کارگیری بیشتر زنان و دختران روستایی در فعالیت‌های تولیدی در مناطق روستایی (۰/۱۷۹) و افزایش دختران دانش‌آموخته دانشگاهی در محیط‌های روستایی (۰/۱۷۸) بود. در شاخص‌های نقاط ضعف نیز، بر اساس امتیاز نهایی، مهم‌ترین شاخص‌ها به ترتیب شامل وجود موانع فرهنگی متعدد برای ایجاد تشکل و کارگروهی در زنان روستایی برای کارآفرینی (۰/۱۰۰)، پایین بودن میزان پذیرش ریسک زنان روستایی جهت ایجاد اشتغال جدید (۰/۰۹۹) و عدم توانایی‌های اجتماعی و فنی لازم در بازاریابی تولیدات کارآفرینانه احتمالی (۰/۰۸۹) بود. در مجموع کل امتیازهای نهایی برای عوامل داخلی، ۲/۶۹۴ به دست آمد که نشان از شرایط مطلوب عوامل داخلی بود.

جدول ۱. ماتریس عوامل داخلی (IFE) توسعه کارآفرینی زنان روستایی (نقاط قوت و نقاط ضعف)

امتیاز نهایی	رتبه	وزن نسبی	وزن نقطه‌ای	شاخص‌های عوامل داخلی
۰/۱۵۱	۳	۰/۰۵۰	۳/۵۶۳	S1. افزایش تعداد زنان کارآفرین در محیط‌های روستایی نسبت به گذشته
۰/۱۷۸	۴	۰/۰۴۵	۳/۱۵۸	S2. افزایش دختران دانش‌آموخته دانشگاهی در محیط‌های روستایی
۰/۱۴۹	۳	۰/۰۵۰	۳/۵۳۲	S3. افزایش فعالیت‌های خانگی و غیررسمی زنان روستایی در زمینه اقتصادی
۰/۱۷۴	۴	۰/۰۴۳	۳/۰۸۴	S4. وجود پتانسیل بالای فعالیت‌های تولیدی نیازمند اشتغال زنان در محیط‌های روستایی

توانایی

(Strengths)

¹ Internal Factor Evaluation

امتیاز نهایی	رتبه	وزن نسبی	وزن نقطه‌ای	شاخص‌های عوامل داخلی
۰/۱۸۵	۴	۰/۰۴۶	۳/۲۷۴	S5. وجود مهارت‌های متعدد زنان روستایی در زمینه فعالیت‌های هنری درآمدزا
۰/۱۷۵	۴	۰/۰۴۴	۳/۱۰۵	S6. افزایش حضور اجتماعی زنان روستایی در فعالیت‌های اجتماعی و مشارکتی روستایی
۰/۰۷۳	۳	۰/۰۲۴	۱/۷۳۷	S7. افزایش برگزاری دوره‌های کارآفرینی و اشتغال‌زایی در محیط‌های روستایی
۰/۱۱۹	۴	۰/۰۳۰	۲/۱۰۵	S8. دسترسی بیشتر به مواد اولیه تولیدی در محیط‌های روستایی برای انواع فعالیت‌های اقتصادی
۰/۱۵۸	۳	۰/۰۵۳	۳/۷۳۲	S9. ایجاد واحدهای مرتبط با رشد کارآفرینی زنان روستایی در مناطق روستایی
۰/۱۷۹	۴	۰/۰۴۵	۳/۱۸۴	S10. افزایش به‌کارگیری بیشتر از زنان و دختران روستایی در فعالیت‌های تولیدی در مناطق روستایی
۰/۱۵۲	۳	۰/۰۵۱	۳/۶۰۵	S11. افزایش آشنایی زنان روستایی با شبکه‌های اجتماعی و ارتباطات الکترونیکی
۰/۱۵۵	۴	۰/۰۳۹	۲/۷۴۲	S12. وجود روحیه پشتکار و انگیزه در میان زنان روستایی جهت فعالیت‌های کارآفرینی
۰/۰۷۱	۴	۰/۰۱۸	۱/۲۵۶	S13. استقبال روستاییان از بازارها و نمایشگاه‌های محلی با حضور محصولات تولیدی زنان روستایی
۰/۰۶۸	۴	۰/۰۱۷	۱/۲۰۶	S14. افزایش احساس ضرورت و انگیزه برای خانواده‌های روستایی جهت بهبود شرایط اقتصادی خانواده
۰/۰۴۰	۱	۰/۰۴۰	۲/۸۶۸	W1. وجود مشغله‌ها و وظایف زیاد زنان در خانه، محیط کار همسر یا مزرعه
۰/۰۷۲	۲	۰/۰۳۶	۲/۵۵۵	W2. عدم رغبت کافی خانواده یا همسر برای راه‌اندازی کسب و کار زنان
۰/۰۳۴	۱	۰/۰۳۴	۲/۳۹۵	W3. سطح پایین سواد زنان روستایی
۰/۰۸۸	۲	۰/۰۴۴	۳/۱۳۲	W4. نداشتن پس‌انداز مناسب و پشتوانه مالی کافی
۰/۰۴۲	۲	۰/۰۲۱	۱/۴۷۴	W5. عدم وجود یا دسترسی به تسهیلات مناسب اشتغال و کارآفرینی مختص زنان روستایی
۰/۰۱۳	۱	۰/۰۱۳	۰/۹۴۷	W6. موانع روانشناختی همچون ترس، اعتماد به نفس و خودباوری
۰/۰۳۰	۱	۰/۰۳۰	۲/۱۴۲	W7. عدم دانش لازم جهت یافتن ایده و راه‌اندازی یک فعالیت کارآفرینانه
۰/۰۱۰۰	۲	۰/۰۵۰	۳/۵۵۳	W8. وجود موانع فرهنگی متعدد برای ایجاد تشکل و کارگروهی در بین زنان روستایی
۰/۰۱۷	۱	۰/۰۱۷	۱/۱۸۴	W9. عدم پذیرش مطلوب فرهنگی برای درآمدزایی زنان روستایی
۰/۰۸۹	۲	۰/۰۴۴	۳/۱۴۲	W10. عدم توانایی‌های اجتماعی و فنی لازم در بازاریابی تولیدات کارآفرینانه احتمالی
۰/۰۳۳	۲	۰/۰۱۶	۱/۱۵۸	W11. عدم تجربه و دانش کافی زنان روستایی در مدیریت اقتصادی و مدیریت سرمایه
۰/۰۱۳	۱	۰/۰۱۳	۰/۹۱۶	W12. طولانی بودن اقدامات مربوط به اخذ مجوز کسب‌وکار
۰/۰۳۸	۱	۰/۰۳۸	۲/۶۸۴	W13. عدم احساس امنیت شغلی برای زنان روستایی
۰/۰۹۹	۲	۰/۰۵۰	۳/۵۲۶	W14. پایین بودن میزان پذیرش ریسک زنان روستایی جهت ایجاد اشتغال جدید
۲/۶۹۴	۷۲/۰۰۰	۱/۰۰۰	۷۰/۹۵۹	مجموع امتیازهای نهایی

نقاط ضعف (Weaknesses)

با توجه به نتایج تحقیق در جدول ۲، ماتریس عوامل خارجی (EFE)^۱ دربرگیرنده ۱۵ فرصت و ۱۶ تهدید بود. بر اساس امتیاز نهایی در شاخص‌های فرصت، مهم‌ترین شاخص‌ها به ترتیب شامل حذف و کاهش محدودیت‌ها و موانع کارآفرینی از طرف دولت (۰/۱۶۵)، تبلیغ سیاست‌های حمایتی و تشویقی در رسانه‌های جمعی از کارآفرینی زنان روستایی (۰/۱۴۰) و راه‌اندازی تشکل‌ها و صندوق‌های اعتباری روستایی برای حمایت از فعالیت‌های زنان روستایی (۰/۱۳۵) بود. در شاخص‌های تهدید نیز، بر اساس امتیاز نهایی، مهم‌ترین شاخص‌ها به ترتیب شامل عدم توجه به شناسایی و معرفی زنان کارآفرین به عنوان الگوی زنان

¹ External Factor Evaluation

روستایی (۰/۰۸۲)، نفوذ گسترده واسطه‌ها و دلالتان در بازار (۰/۰۷۰) و نداشتن وثیقه و ضامن برای استفاده از اعتبارات دولتی (۰/۰۵۲) بود. در مجموع کل امتیازهای نهایی برای عوامل داخلی، ۲/۱۵۷ به دست آمد که نشان از شرایط نامطلوب عوامل خارجی بود.

جدول ۲. ماتریس عوامل خارجی (EFE) توسعه کارآفرینی زنان روستایی (فرصت‌ها و تهدیدها)

امتیاز نهایی	رتبه	وزن نسبی	وزن نقطه‌ای	شاخص‌های عوامل خارجی	
۰/۱۱۰	۳	۰/۰۳۷	۳/۲۳۷	01. وجود مکان‌های مناسب جهت راه‌اندازی انواع کسب‌وکار در روستاها	(Opportunities) فرصت‌ها
۰/۱۳۵	۳	۰/۰۴۵	۳/۹۸۴	02. راه‌اندازی تشکلهای و صندوق‌های اعتباری روستایی برای حمایت از فعالیت‌های زنان روستایی	
۰/۱۱۴	۳	۰/۰۳۸	۳/۳۶۸	03. تسهیل اقدامات اداری جدید جهت اخذ مجوزهای راه‌اندازی کسب‌وکار زنان روستایی	
۰/۱۳۲	۳	۰/۰۴۴	۳/۸۷۹	04. افزایش امکان دسترسی زنان روستایی به اینترنت و تعاملات برخط	
۰/۱۴۰	۴	۰/۰۳۵	۳/۱۰۵	05. تبلیغ سیاست‌های حمایتی و تشویقی در رسانه‌های جمعی از کارآفرینی زنان روستایی	
۰/۰۳۶	۳	۰/۰۱۲	۱/۰۵۳	06. ابلاغ برنامه‌های اعتباری - حمایتی دولتی در مناطق روستایی در حمایت از کارآفرینی زنان روستایی	
۰/۱۰۶	۴	۰/۰۲۶	۲/۳۴۲	07. افزایش برنامه‌های حمایت نهاد‌های کشاورزی و روستایی از اشتغال و کارآفرینی زنان	
۰/۰۴۵	۳	۰/۰۱۵	۱/۳۱۶	08. افزایش برنامه‌های انگیزشی در رسانه‌های ارتباط جمعی، جهت بهبود مؤلفه‌های روانشناختی زنان روستایی	
۰/۱۰۳	۳	۰/۰۳۴	۳/۰۲۶	09. گسترش توجه رسانه‌ها و نشریات ترویجی به مطالب مرتبط با کارآفرینی زنان روستایی	
۰/۱۶۵	۴	۰/۰۴۱	۳/۶۵۸	010. حذف و کاهش محدودیت‌ها و موانع کارآفرینی از طرف دولت	
۰/۰۸۱	۳	۰/۰۲۷	۲/۳۹۵	011. ساماندهی و شناسنامه‌دار کردن کسب‌وکارهای روستایی	
۰/۱۲۶	۳	۰/۰۴۲	۳/۷۱۱	012. توجه به حذف دستورالعمل‌ها، قوانین و مقررات دست و پاگیر برای اخذ وام‌های بانکی برای زنان روستایی	
۰/۱۳۰	۳	۰/۰۴۳	۳/۸۲۶	013. بهبود زیرساخت‌های عمومی مناسب روستا همچون آب و برق و گاز و امکانات ICT	
۰/۰۵۴	۳	۰/۰۱۸	۱/۶۰۵	014. حمایت دولت جهت اعطای تسهیلات بلاعوض یا ویژه برای سرمایه‌گذاران در مناطق محروم	
۰/۰۵۴	۳	۰/۰۱۸	۱/۵۵۳	015. بهبود زیرساخت‌های فیزیکی مناسب همچون جاده و راه‌های ارتباطی روستایی	
۰/۰۳۰	۱	۰/۰۳۰	۲/۶۳۲	T1. نبود برنامه منسجم و هدفمند جهت توسعه مرحله‌ای کارآفرینی در زنان روستایی	(Threats) تهدیدها
۰/۰۴۰	۱	۰/۰۴۰	۳/۵۲۶	T2. عدم وجود خدمات مشاوره‌ای و تخصصی جهت راه‌اندازی کسب‌وکار برای زنان روستایی	
۰/۰۲۶	۱	۰/۰۲۶	۲/۲۶۳	T3. عدم دسترسی آسان زنان روستایی به تسهیلات اعتباری با درصد سود کم	
۰/۰۳۱	۱	۰/۰۳۱	۲/۷۶۳	T4. عدم وجود خدمات مشاوره‌ای در نهاد‌های روستایی جهت تأسیس شرکت یا تعاونی زنان و مسائل حقوقی در ارتباط با آن	
۰/۰۸۲	۲	۰/۰۴۱	۳/۶۵۸	T5. عدم توجه به شناسایی و معرفی زنان کارآفرین به عنوان الگوی زنان روستایی	
۰/۰۳۷	۱	۰/۰۳۷	۳/۲۵۳	T6. عدم توانایی مطلوب در زنان روستایی برای فعالیت‌های بازار و مشتری‌یابی	
۰/۰۳۱	۱	۰/۰۳۱	۲/۷۱۱	T7. نبود متولی خاص و فعال در حمایت از کارآفرینی زنان روستایی منطقه	
۰/۰۲۶	۱	۰/۰۲۶	۲/۳۱۶	T8. عدم اعتماد و اطمینان بانک‌ها و سرمایه‌گذاران خصوصی به زنان کارآفرین روستایی	
۰/۰۳۳	۱	۰/۰۳۳	۲/۹۵۳	T9. ضعف‌های فنی زنان روستایی جهت کار با فناوری‌ها و ابزارآلات مختلف در فرایند تولید یا ارائه خدمات و کسب‌وکارها	
۰/۰۳۳	۱	۰/۰۳۳	۰/۹۱۴	T10. ضعف و کمبود آموزش‌های رسمی و غیررسمی در زمینه توسعه فعالیت‌های کارآفرینی روستایی	
۰/۰۵۲	۲	۰/۰۲۶	۲/۲۸۹	T11. نداشتن وثیقه و ضامن برای استفاده از اعتبارات دولتی	

امتیاز نهایی	رتبه	وزن نسبی	وزن نقطه‌ای	شاخص‌های عوامل خارجی
۰/۰۲۹	۱	۰/۰۲۹	۲/۵۷۹	T12. عدم تنوع در فعالیت‌های اقتصادی روستا
۰/۰۲۱	۱	۰/۰۲۱	۱/۸۴۲	T13. نبود بازار محلی یا ظرفیت پایین بازار برای متنوع شدن فعالیت اقتصادی
۰/۰۴۴	۱	۰/۰۴۴	۳/۸۹۵	T14. کمبود وسایل حمل‌ونقل و افزایش هزینه‌های آن
۰/۰۷۰	۲	۰/۰۳۵	۳/۰۷۹	T15. نفوذ گسترده واسطه‌ها و دلالان در بازار
۰/۰۴۲	۱	۰/۰۴۲	۳/۷۳۷	T16. فاصله زیاد روستا از شهر یا بازارهای اصلی فروش
۲/۱۵۸	۶۷/۰۰۰	۱/۰۰۰	۸۸/۴۶۶	مجموع امتیازهای نهایی

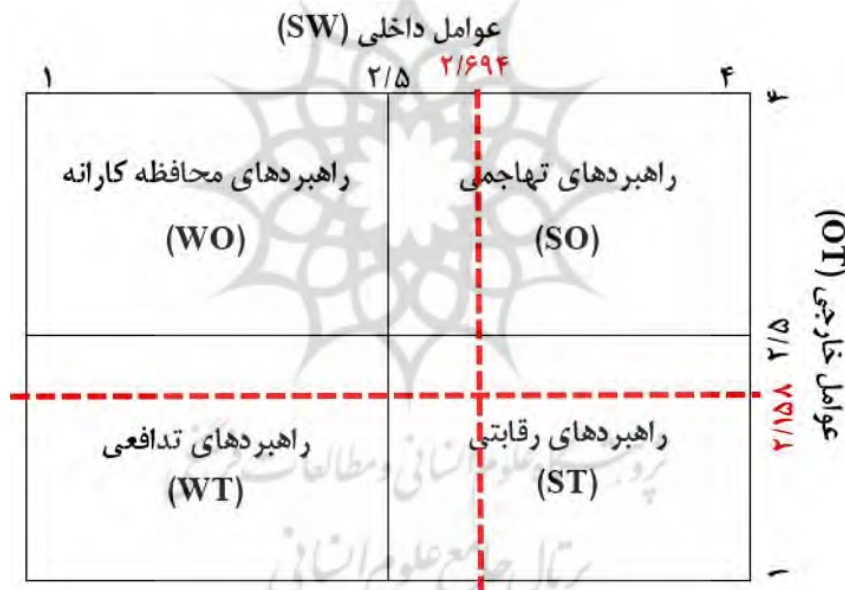
جهت تدوین ماتریس نهایی بایستی، راهبردیابی یا استراتژی‌یابی صورت گیرد و راه‌حلهایی سازنده در قالب راهبردها، شامل تحلیل حاصل از تداخل شاخص‌ها تعیین شود. از ادغام شاخص‌های اولیه و تحلیل شاخص‌ها، در مجموع ۲۲ راهبرد در قالب ماتریس نهایی SWOT به دست آمد. مطابق جدول ۳، پنج راهبرد تهاجمی (SO)، پنج راهبرد محافظه‌کارانه (WO)، شش راهبرد رقابتی (ST) و شش راهبرد تدافعی (WT) تعیین شد (تحقق اهداف ۲، ۳، ۴ و ۵). پس از تعیین راهبردها در ماتریس SWOT، مطابق شکل ۱، به بررسی و تعیین راهبردهای کانونی و اصلی پرداخته شد. از آنجا که مجموع کل امتیازهای نهایی عوامل داخلی و عوامل خارجی به ترتیب ۲/۶۹۴ (بر روی محور Xها) و ۲/۱۵۸ (بر روی محور Yها) به دست آمد؛ لذا مکان‌یابی نقاط موردنظر در ماتریس SWOT حاکی از آن بود که راهبردهای کانونی تحقیق از میان انواع راهبردها شامل راهبردهای رقابتی (ST) است. این راهبردها تلاش دارد تا با شناسایی و استفاده از نقاط قوت موجود، انواع تهدیدها و خطرپذیری را تا حد امکان کاهش دهد.

جدول ۳. ماتریس نهایی SWOT

نقاط ضعف (W)	نقاط قوت (S)	
<p>راهبردهای محافظه‌کارانه (WO):</p> <p>WO1. فرهنگ‌سازی از طریق رسانه‌های ارتباط جمعی جهت پذیرش اجتماعی و اقتصادی زنان کارآفرینی</p> <p>WO2. احیا و توسعه حمایت‌های فنی - اعتباری از راه‌اندازی و توسعه تعاونی‌های زنان روستایی</p> <p>WO3. برگزاری دوره‌های آموزشی در زمینه راه‌اندازی و بازاریابی کسب‌وکارها</p> <p>WO4. ارائه محتوای انگیزشی در رسانه‌های ارتباط جمعی و نشریات ترویجی در راستای کارآفرینی زنان روستایی</p> <p>WO5. ساماندهی برنامه‌های بهبود زیرساخت‌های ارتباطی و اعتباری در مناطق هدف توسط دولت</p>	<p>راهبردهای تهاجمی (SO):</p> <p>SO1. راه‌اندازی مراکز رشد کارآفرینی به عنوان متولی اشتغال برای زنان و دختران روستایی در مناطق هدف</p> <p>SO2. راه‌اندازی شبکه مجازی مشاوره تخصصی و فنی برای زنان کارآفرین</p> <p>SO3. مدیریت رسانه‌های ارتباط جمعی جهت تقویت انگیزه پشتکار و اعتماد به نفس در کارآفرینی زنان روستایی</p> <p>SO4. مدیریت جلب همکاری زنان کارآفرین موفق روستایی، جهت تشویق و هدایت زنان روستایی</p> <p>SO5. شناسایی و ساماندهی پتانسیل‌های فیزیکی در مناطق هدف جهت راه‌اندازی کسب‌وکارهای زنان روستایی</p>	<p>توسعه</p>

راهبردهای رقابتی (ST):	راهبردهای تدافعی (WT):
ST1. برنامه‌ریزی جهت نیازسنجی کارآفرینی زنان روستایی و طراحی برنامه‌های آموزشی- ترویجی مدون	WT1. ایجاد واحد بازاریابی تولیدات زنان روستایی در نهادهای روستایی، با هدف کاهش نقش دلالت و واسطه‌ها
ST2. ساماندهی و شناسنامه‌دار کردن تولیدات اقتصادی و خانگی زنان روستایی و تبیین تنوع تولیدی	WT2. پتانسیل‌سنجی انواع فعالیت‌های تولیدی مناسب اشتغال زنان در محیط‌های روستایی
ST3. شناسایی و مدیریت تهیه و آموزش فناوری‌های لازم جهت بهره‌برداری بیشتر از مهارت‌های اقتصادی زنان روستایی	WT3. برگزاری دوره‌های آموزشی جهت بهبود مدیریت اقتصادی و مدیریت سرمایه زنان روستایی
ST4. راه‌اندازی و توسعه بازارها و نمایشگاه‌های محلی جهت معرفی و فروش تولیدات زنان کارآفرین	WT4. ساماندهی مدیریت اجرایی در وضعیت اخذ مجوز و تسهیلات اعتباری به زنان روستایی
ST5. ایجاد واحد متولی کارآفرینی و مشاوره تخصصی زنان روستایی در مراکز کشاورزی یا روستایی مناطق هدف	WT5. استفاده از جلسات هم‌اندیشی با زنان کارآفرین روستایی جهت بهبود روحیه ریسک‌پذیری و خودباوری زنان روستایی
ST6. ایجاد یا توسعه صندوق‌های اعتبارات خرد زنان روستایی در مناطق هدف	WT6. ارائه قوانین و دستورالعمل‌های حمایتی و تسهیل‌کننده درباره کارآفرینی زنان روستایی

چندین (۲)



شکل ۱. تعیین راهبردهای کانونی و اصلی بر اساس یافته‌های ماتریس SWOT

مطابق نتایج اولویت‌بندی ماتریس در جدول ۵، از میان انواع راهبردهای رقابتی (ST) به ترتیب اهمیت و اولویت، راهبردهای ایجاد واحد متولی کارآفرینی و مشاوره تخصصی زنان روستایی در مراکز کشاورزی یا روستایی مناطق هدف (ST5: ۴/۹۵۹)، برنامه‌ریزی جهت نیازسنجی کارآفرینی زنان روستایی و طراحی برنامه‌های آموزشی- ترویجی مدون (ST1: ۴/۴۰۱)، ایجاد یا توسعه صندوق‌های اعتبارات خرد زنان روستایی در مناطق هدف (ST6: ۴/۲۱۹)، شناسایی و مدیریت تهیه و آموزش فناوری‌های لازم جهت بهره‌برداری بیشتر از مهارت‌های اقتصادی زنان روستایی (ST3: ۴/۲۰۰)، ساماندهی و شناسنامه‌دار کردن تولیدات اقتصادی و خانگی زنان روستایی و تبیین تنوع تولیدی (ST2: ۳/۹۶۸) و راه‌اندازی و توسعه بازارها و نمایشگاه‌های محلی جهت معرفی و فروش تولیدات زنان کارآفرین (ST4: ۳/۸۱۸) تعیین شدند (تحقق هدف ۶).

جدول ۵. کاربرد ماتریس GSPM در اولویت‌بندی عوامل داخلی و خارجی

راهبرد	راهبرد ۱		راهبرد ۲		راهبرد ۳		راهبرد ۴		راهبرد ۵		راهبرد ۶		عوامل داخلی
	ضریب اهمیت	میانگین	ضریب اهمیت	میانگین	ضریب اهمیت	میانگین	ضریب اهمیت	میانگین	ضریب اهمیت	میانگین	ضریب اهمیت	میانگین	
نقاط قوت													
S1	۰/۰۵۰	۱	۰/۰۵۰	۲	۰/۱۰۰	۱	۰/۰۵۰	۱	۰/۰۵۰	۱	۰/۰۵۰	۳	۰/۱۵۰
S2	۰/۰۴۵	۲	۰/۰۹۰	۳	۰/۱۳۵	۲	۰/۰۹۰	۱	۰/۰۴۵	۱	۰/۰۴۵	۱	۰/۰۴۵
S3	۰/۰۵۰	۳	۰/۱۵۰	۲	۰/۱۰۰	۱	۰/۰۵۰	۲	۰/۱۰۰	۱	۰/۰۵۰	۴	۰/۲۰۰
S4	۰/۰۴۳	۲	۰/۰۸۶	۱	۰/۰۴۳	۳	۰/۱۲۹	۳	۰/۱۲۹	۲	۰/۰۸۶	۳	۰/۱۲۹
S5	۰/۰۴۶	۳	۰/۱۳۸	۲	۰/۰۹۲	۳	۰/۱۳۸	۲	۰/۰۹۲	۳	۰/۱۳۸	۲	۰/۰۹۲
S6	۰/۰۴۴	۴	۰/۱۷۶	۲	۰/۰۸۸	۴	۰/۱۷۶	۱	۰/۰۴۴	۱	۰/۰۴۴	۱	۰/۰۴۴
S7	۰/۰۲۴	۳	۰/۰۷۲	۲	۰/۰۴۸	۳	۰/۰۷۲	۲	۰/۰۴۸	۲	۰/۰۴۸	۱	۰/۰۲۴
S8	۰/۰۳۰	۲	۰/۰۶۰	۳	۰/۰۹۰	۴	۰/۱۲۰	۱	۰/۰۳۰	۳	۰/۰۹۰	۲	۰/۰۶۰
S9	۰/۰۵۳	۱	۰/۰۵۳	۱	۰/۰۵۳	۲	۰/۱۰۶	۲	۰/۱۰۶	۴	۰/۲۱۲	۱	۰/۰۵۳
S10	۰/۰۴۵	۲	۰/۰۹۰	۴	۰/۱۸۰	۱	۰/۰۴۵	۴	۰/۱۸۰	۴	۰/۱۸۰	۴	۰/۱۸۰
S11	۰/۰۵۱	۱	۰/۰۵۱	۱	۰/۰۵۱	۱	۰/۰۵۱	۲	۰/۱۰۲	۲	۰/۲۰۴	۲	۰/۱۰۲
S12	۰/۰۳۹	۲	۰/۰۷۸	۱	۰/۰۳۹	۲	۰/۰۷۸	۱	۰/۰۳۹	۱	۰/۱۵۶	۳	۰/۱۱۷
S13	۰/۰۱۸	۱	۰/۰۱۸	۱	۰/۰۱۸	۳	۰/۰۵۴	۲	۰/۰۳۶	۴	۰/۰۷۲	۲	۰/۰۳۶
S14	۰/۰۱۷	۲	۰/۰۳۴	۲	۰/۰۳۴	۱	۰/۰۱۷	۱	۰/۰۱۷	۱	۰/۰۱۷	۳	۰/۰۵۱
نقاط ضعف													
W1	۰/۰۴۰	۳	۰/۱۲۰	۳	۰/۱۲۰	۱	۰/۰۴۰	۳	۰/۱۲۰	۳	۰/۱۲۰	۲	۰/۰۸۰
W2	۰/۰۳۶	۲	۰/۰۷۲	۱	۰/۰۳۶	۲	۰/۰۷۲	۲	۰/۰۷۲	۲	۰/۰۷۲	۴	۰/۱۴۴
W3	۰/۰۳۴	۱	۰/۰۳۴	۲	۰/۰۶۸	۳	۰/۱۰۲	۱	۰/۰۳۴	۱	۰/۰۶۸	۲	۰/۰۶۸
W4	۰/۰۴۴	۴	۰/۱۷۶	۳	۰/۱۳۲	۱	۰/۰۴۴	۲	۰/۰۸۸	۴	۰/۱۷۶	۳	۰/۱۳۲
W5	۰/۰۲۱	۱	۰/۰۲۱	۲	۰/۰۴۲	۲	۰/۰۴۲	۳	۰/۰۶۳	۲	۰/۰۴۲	۱	۰/۰۲۱
W6	۰/۰۱۳	۲	۰/۰۲۶	۱	۰/۰۱۳	۳	۰/۰۲۶	۲	۰/۰۲۶	۴	۰/۰۵۲	۲	۰/۰۲۶
W7	۰/۰۳۰	۳	۰/۰۹۰	۱	۰/۰۳۰	۲	۰/۰۶۰	۱	۰/۰۳۰	۲	۰/۰۶۰	۳	۰/۰۹۰
W8	۰/۰۵۰	۱	۰/۰۵۰	۱	۰/۰۵۰	۱	۰/۰۵۰	۲	۰/۱۰۰	۴	۰/۲۰۰	۱	۰/۰۵۰
W9	۰/۰۱۷	۲	۰/۰۳۴	۲	۰/۰۳۴	۴	۰/۰۶۸	۳	۰/۰۵۱	۳	۰/۰۵۱	۱	۰/۰۱۷
W10	۰/۰۴۴	۳	۰/۱۳۲	۳	۰/۱۳۲	۱	۰/۰۴۴	۲	۰/۰۸۸	۱	۰/۰۴۴	۲	۰/۰۸۸
W11	۰/۰۱۶	۴	۰/۰۶۴	۱	۰/۰۱۶	۴	۰/۰۶۴	۱	۰/۰۱۶	۳	۰/۰۴۸	۲	۰/۰۳۲
W12	۰/۰۱۳	۲	۰/۰۲۶	۲	۰/۰۲۶	۱	۰/۰۱۳	۲	۰/۰۲۶	۱	۰/۰۱۳	۳	۰/۰۳۹
W13	۰/۰۳۸	۳	۰/۱۱۴	۲	۰/۰۷۶	۱	۰/۰۲۸	۳	۰/۱۱۴	۲	۰/۰۷۶	۴	۰/۱۵۲
W14	۰/۰۵۰	۱	۰/۰۵۰	۱	۰/۰۵۰	۱	۰/۰۵۰	۲	۰/۱۰۰	۲	۰/۱۰۰	۲	۰/۱۰۰
جمع												۲/۲۸۲	۲/۱۵۵
فرصت‌ها													
O1	۰/۰۳۷	۱	۰/۰۳۷	۲	۰/۰۷۴	۳	۰/۱۱۱	۲	۰/۰۷۴	۳	۰/۱۱۱	۳	۰/۱۱۱

راهِبرد	راهِبرد ۱		راهِبرد ۲		راهِبرد ۳		راهِبرد ۴		راهِبرد ۵		راهِبرد ۶		ضریب اهمیت	عوامل داخلی
	تعداد	وزن	تعداد	وزن	تعداد	وزن	تعداد	وزن	تعداد	وزن	تعداد	وزن		
O2	۲	۰/۰۹۰	۲	۰/۰۹۰	۴	۰/۱۸۰	۱	۰/۰۴۵	۱	۰/۰۴۵	۱	۰/۰۴۵	۰/۰۴۵	
O3	۳	۰/۱۱۴	۲	۰/۰۷۶	۳	۰/۱۱۴	۲	۰/۰۷۶	۲	۰/۰۷۶	۲	۰/۰۷۶	۰/۰۳۸	
O4	۲	۰/۰۸۸	۳	۰/۱۳۲	۴	۰/۱۷۶	۱	۰/۰۴۴	۳	۰/۱۳۲	۳	۰/۱۳۲	۰/۰۴۴	
O5	۴	۰/۱۴۰	۱	۰/۰۲۵	۲	۰/۰۷۰	۲	۰/۰۷۰	۴	۰/۱۴۰	۲	۰/۰۷۰	۰/۰۳۵	
O6	۲	۰/۰۲۴	۴	۰/۰۴۸	۱	۰/۰۱۲	۴	۰/۰۴۸	۴	۰/۰۴۸	۱	۰/۰۱۲	۰/۰۱۲	
O7	۳	۰/۰۷۸	۱	۰/۰۲۶	۱	۰/۰۲۶	۲	۰/۰۵۲	۴	۰/۱۰۴	۲	۰/۰۵۲	۰/۰۲۶	
O8	۲	۰/۰۳۰	۳	۰/۰۴۵	۲	۰/۰۳۰	۱	۰/۰۱۵	۴	۰/۰۶۰	۱	۰/۰۱۵	۰/۰۱۵	
O9	۱	۰/۰۳۴	۱	۰/۰۳۴	۳	۰/۱۰۲	۲	۰/۰۶۸	۴	۰/۱۳۶	۲	۰/۰۶۸	۰/۰۳۴	
O10	۲	۰/۰۸۲	۲	۰/۰۸۲	۴	۰/۱۶۴	۱	۰/۰۴۱	۳	۰/۱۲۳	۴	۰/۱۶۴	۰/۰۴۱	
O11	۳	۰/۰۸۱	۳	۰/۰۸۱	۴	۰/۱۰۸	۳	۰/۰۸۱	۲	۰/۰۵۴	۲	۰/۰۵۴	۰/۰۲۷	
O12	۲	۰/۰۸۴	۳	۰/۱۲۶	۲	۰/۰۸۴	۲	۰/۰۸۴	۱	۰/۰۴۲	۱	۰/۰۴۲	۰/۰۴۲	
O13	۳	۰/۱۲۹	۲	۰/۰۸۶	۳	۰/۱۲۹	۱	۰/۰۴۳	۲	۰/۰۸۶	۲	۰/۰۸۶	۰/۰۴۳	
O14	۱	۰/۰۱۸	۳	۰/۰۵۴	۱	۰/۰۱۸	۲	۰/۰۳۶	۳	۰/۰۵۴	۱	۰/۰۱۸	۰/۰۱۸	
O15	۲	۰/۰۳۶	۲	۰/۰۳۶	۲	۰/۰۳۶	۳	۰/۰۵۴	۳	۰/۰۵۴	۳	۰/۰۵۴	۰/۰۱۸	
تهدیدها														
T1	۳	۰/۰۹۰	۱	۰/۰۲۰	۳	۰/۰۹۰	۲	۰/۰۶۰	۳	۰/۰۹۰	۲	۰/۰۶۰	۰/۰۳۰	
T2	۲	۰/۰۸۰	۳	۰/۱۲۰	۲	۰/۰۸۰	۱	۰/۰۴۰	۲	۰/۰۸۰	۱	۰/۰۴۰	۰/۰۴۰	
T3	۱	۰/۰۲۶	۱	۰/۰۲۶	۱	۰/۰۲۶	۲	۰/۰۵۲	۲	۰/۰۵۲	۲	۰/۰۵۲	۰/۰۲۶	
T4	۴	۰/۱۲۴	۲	۰/۰۶۲	۳	۰/۰۹۳	۳	۰/۰۹۳	۳	۰/۰۹۳	۱	۰/۰۳۱	۰/۰۳۱	
T5	۳	۰/۱۲۳	۳	۰/۱۲۳	۱	۰/۰۴۱	۲	۰/۰۸۲	۱	۰/۰۴۱	۲	۰/۰۸۲	۰/۰۴۱	
T6	۲	۰/۰۷۴	۱	۰/۰۳۷	۴	۰/۱۴۸	۱	۰/۰۳۷	۳	۰/۱۱۱	۱	۰/۰۳۷	۰/۰۳۷	
T7	۱	۰/۰۳۱	۲	۰/۰۶۲	۱	۰/۰۳۱	۱	۰/۰۶۲	۱	۰/۰۳۱	۲	۰/۰۶۲	۰/۰۳۱	
T8	۲	۰/۰۵۲	۲	۰/۰۵۲	۱	۰/۰۲۶	۳	۰/۰۷۸	۲	۰/۰۵۲	۳	۰/۰۷۸	۰/۰۲۶	
T9	۳	۰/۰۹۹	۱	۰/۰۳۳	۱	۰/۰۳۳	۲	۰/۰۶۶	۲	۰/۰۶۶	۱	۰/۰۳۳	۰/۰۳۳	
T10	۴	۰/۱۳۲	۱	۰/۰۳۳	۱	۰/۰۳۳	۱	۰/۰۳۳	۲	۰/۰۶۶	۱	۰/۰۳۳	۰/۰۳۳	
T11	۲	۰/۰۵۲	۲	۰/۰۵۲	۲	۰/۰۵۲	۱	۰/۰۲۶	۲	۰/۰۵۲	۲	۰/۰۵۲	۰/۰۲۶	
T12	۲	۰/۰۵۸	۳	۰/۰۸۷	۳	۰/۰۸۷	۲	۰/۰۵۸	۲	۰/۰۵۸	۳	۰/۰۸۷	۰/۰۲۹	
T13	۲	۰/۰۴۲	۲	۰/۰۴۲	۲	۰/۰۴۲	۳	۰/۰۶۳	۳	۰/۰۶۳	۱	۰/۰۴۲	۰/۰۲۱	
T14	۱	۰/۰۴۴	۴	۰/۱۷۶	۱	۰/۰۴۴	۲	۰/۰۸۸	۱	۰/۰۴۴	۴	۰/۱۷۶	۰/۰۴۴	
T15	۲	۰/۰۷۰	۲	۰/۰۷۰	۲	۰/۰۷۰	۱	۰/۰۳۵	۳	۰/۱۰۵	۳	۰/۱۰۵	۰/۰۳۵	
T16	۲	۰/۰۸۴	۱	۰/۰۴۲	۱	۰/۰۴۲	۴	۰/۱۶۸	۴	۰/۱۶۸	۱	۰/۰۴۲	۰/۰۴۲	
												جمع	۲/۲۴۶	
												مجموع امتیازات	۴/۴۰۱	
												جمع	۲/۲۹۸	
												مجموع امتیازات	۴/۲۰۰	
												جمع	۲/۰۷۲	
												مجموع امتیازات	۳/۹۶۸	
												جمع	۱/۸۷۲	
												مجموع امتیازات	۳/۸۱۸	
												جمع	۲/۴۳۷	
												مجموع امتیازات	۴/۹۵۹	
												جمع	۱/۹۳۷	
												مجموع امتیازات	۴/۲۱۹	

راهِبرد	راهِبرد ۱		راهِبرد ۲		راهِبرد ۳		راهِبرد ۴		راهِبرد ۵		راهِبرد ۶	
	ضریب	اهمیت	ضریب	اهمیت	ضریب	اهمیت	ضریب	اهمیت	ضریب	اهمیت	ضریب	اهمیت
عوامل داخلی	۰.۳۰	۰.۳۰	۰.۳۰	۰.۳۰	۰.۳۰	۰.۳۰	۰.۳۰	۰.۳۰	۰.۳۰	۰.۳۰	۰.۳۰	۰.۳۰
اولویت	۲	۲	۵	۵	۴	۴	۶	۶	۱	۱	۳	۳
	(ST1)	(ST1)	(ST2)	(ST2)	(ST3)	(ST3)	(ST4)	(ST4)	(ST5)	(ST5)	(ST6)	(ST6)

بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش، به دنبال تحلیل راهبردهای تعیین‌کننده توسعه کارآفرینی در میان زنان روستایی در شهرستان اردبیل بود. مطابق نتایج اکتشافی در ماتریس SWOT، ۲۸ شاخص قوت و ضعف و ۳۱ شاخص فرصت و تهدید جهت توسعه کارآفرینی زنان روستایی شناسایی شدند. مطابق بررسی مجموع امتیازهای نهایی عوامل داخلی و خارجی (IFE: ۲/۶۹۴؛ EFE: ۲/۱۵۸)، راهبردهای تعیین‌کننده و قانونی جهت توسعه کارآفرینی، شامل راهبردهای رقابتی (ST) به دست آمد که با یافته تحقیق قاسمی و همکاران (۱۴۰۱) همخوانی نداشت. در بررسی اهمیت راهبردهای منتخب در ماتریس QSPM، ایجاد واحد متولی کارآفرینی و مشاوره تخصصی زنان روستایی در مراکز کشاورزی یا روستایی در اولویت اول اهمیت قرار داشت. این یافته با نتایج تحقیقات حسن‌پور و همکاران (۱۴۰۰)، راتن و تاج‌الدینی (Ratten & Tajeddini, 2018) و رابرت و همکاران (Rubert et al., 2020) همخوانی داشت. اکثر اقدامات در راستای توسعه کارآفرینی زنان روستایی، اغلب به صورت برنامه‌های نامدون، بسته‌گرفته و پراکنده انجام شده است؛ لذا، توجه ساختاری و جامع به مقوله کارآفرینی زنان روستایی نیازمند تمرکز برنامه‌ریزی‌ها با محوریت یک واحد متولی مشخص با قدرت اجرایی و اداری مطلوب در نهادهای روستایی و نزدیک به محیط روستا مختص کارآفرینی زنان روستایی است که ضمن تمرکز حمایت‌های دولتی، مشاوره‌های تخصصی مطلوب را به زنان روستایی ارائه دهد و این مهم-ترین راهبرد در راستای توسعه کارآفرینی در میان زنان روستایی است. این اقدام در ابتدا نیازمند تدوین و ارائه یک چارچوب قانونی و اجرایی الزامی با محوریت حمایت از زنان روستایی کارآفرین با تبیین یک متولی خاص در نهادهای اجرایی است. بدیهی است نقصان وجود یک قانون مدون حمایتی در این زمینه می‌تواند به عنوان محرک اقدامات اجرایی در نهادهای توسعه روستایی باشد.

مطابق نتایج، راهبرد برنامه‌ریزی جهت نیازسنجی کارآفرینی زنان روستایی و طراحی برنامه‌های آموزشی-ترویجی مدون در اولویت دوم اهمیت قرار داشت که این یافته با نتایج حسن‌پور و همکاران (۱۴۰۰)، کبترایو و همکاران (Kabagerayo et al., 2022)، راتن و تاج‌الدینی (Ratten & Tajeddini, 2018) و رابرت و همکاران (Rubert et al., 2020) همخوانی داشت. در این زمینه، پیشنهاد می‌گردد در قالب یک طرح نیازسنجی، ناتوانی‌های دانشی و فنی زنان روستایی جهت اقدام به فعالیت‌های کارآفرینی مشخص شده و مطابق آن دوره‌های آموزشی برگزار گردد. بدیهی است در این زمینه، جلب مشارکت زنان کارآفرین روستایی به عنوان الگو و مشاور می‌تواند نقش مهمی در اثرگذاری هر چه بیشتر برنامه‌های آموزشی مورد نظر ایفا کنند. استفاده از زنان کارآفرین به عنوان مشاور در طراحی و برنامه‌ریزی برنامه‌های توسعه کارآفرینی زنان روستایی، علاوه بر تقویت جنبه‌های فنی و آموزشی، می‌تواند در تقویت روحیه کارآفرینی زنان و دختران روستایی نقشی سازنده داشته باشد.

نتایج تحقیق نشان داد هم‌راستا با تحقیقات نور و همکاران (Noor et al., 2021)، کوموری گانل و همکاران (Kuumuori, 2015) و کبترایو و همکاران (Kabagerayo et al., 2022)، ایجاد یا توسعه صندوق‌های اعتبارات خرد زنان روستایی در مناطق هدف، در اولویت سوم راهبردهای تعیین‌کننده جهت توسعه کارآفرینی زنان روستایی قرار داشت. لذا تقویت

صندوق‌های اعتبارات خرد، مختص زنان روستایی جهت اشتغال و کارآفرینی و بهبود حمایت‌های دولتی در این زمینه، می‌تواند بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی اثربخش باشد. دیگر یافته‌های تحقیق بر نقش راهبردهای شناسایی و مدیریت تهیه و آموزش فناوری‌های لازم جهت بهره‌برداری بیشتر از مهارت‌های اقتصادی زنان روستایی (هم‌راستا با نتایج کبترایو و همکاران (Kabagerayo et al., 2022))، شناسنامه‌دار کردن تولیدات اقتصادی و خانگی زنان روستایی و تبیین تنوع تولیدی (هم‌راستا با یافته‌های قاسمی و همکاران، ۱۴۰۱) و راه‌اندازی و توسعه بازارها و نمایشگاه‌های محلی جهت معرفی و فروش تولیدات زنان کارآفرین (هم‌راستا با نتایج کوموری گانل و همکاران (Kuumuori Ganle et al., 2015) و کبترایو و همکاران (Kabagerayo et al., 2022)) تأکید داشته است. لذا شناسایی فناوری‌های تسهیل‌کننده جهت اقدام به انواع فعالیت‌های کارآفرینانه مطابق با دانش روز، به رسمیت شناختن انواع تولیدات یا مشاغل خانگی و ارائه شناسنامه جهت ثبت و اعطای مجوز، ایجاد بازارها و نمایشگاه‌های محلی با مشارکت حداکثری زنان روستایی جهت فروش محصولات تولیدی و راه‌اندازهای کارگاه‌های آموزشی در زمینه‌های مختلف مدیریت اقتصادی و تعریف پتانسیل‌های تولیدی و کارآفرینانه در مناطق هدف برای زنان روستایی از مهم‌ترین راهکارهای پیشنهادی جهت توسعه کارآفرینی زنان روستایی در محیط‌های روستایی است.

منابع

- حاجی حسنی، مهرداد. و اختیاری، راضیه. (۱۴۰۰). توانمندسازی زنان سرپرست خانوار استان چهارمحال و بختیاری جهت حضور در بازار کار. *فصلنامه علمی پلیس زن*، ۱۵(۳۴)، ۳۰-۵۰.
- باغبانی، رضا. و خدابخشیان کارگر، رسول. (۱۴۰۱). طراحی مدل برنامه‌ریزی استراتژیک به کمک روش سوات مطالعه موردی: شرکت کیهان صنعت قائم. *فصلنامه علمی کارافرن*، ۱۹ (ویژه‌نامه)، ۴۴۱-۴۶۱.
- بهمنی، اکبر، زمانیان، علیرضا. و اصلانی، فرشید. (۱۳۹۹). تبیین نقش میانجی همدلی در ارتباط بین سرمایه‌های روانشناختی و کارآفرینی اجتماعی زنان روستایی (مورد مطالعه: زنان روستای چوب بست). *راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی*، ۷(۱۴)، ۸۷-۹۴.
- تاراسی، زهرا، کریم‌زاده، حسین. و آقایی‌هیر، محسن. (۱۳۹۹). بررسی ارتباط ظرفیت‌سازی و توانمندسازی زنان روستایی مطالعه موردی: شهرستان زنجان. *فصلنامه جغرافیا و توسعه*، ۱۸ (۲۵)، ۲۰۳-۲۲۴.
- حاجی‌لو، وحید، ولیزاده، حبیب. و مقیمی، زهرا. (۱۳۹۹). شناسایی مؤلفه‌های سازماندهی و توانمندسازی زنان سرپرست خانوار در شهرستان چالدران. *مطالعات راهبردی زنان (کتاب زنان سابق)*، ۳۳(۸۹)، ۹۵-۱۱۶.
- حسن‌پور، اکبر، ابطحی، سیدامیررضا، عزیزپور لینی، عبدالصمد. و داداشی، امیر. (۱۴۰۰). شناسایی و اولویت‌بندی راه‌های توانمندسازی زنان سرپرست خانوار. *رفاه اجتماعی*، ۲۱(۸۰)، ۸۱-۱۱۵.
- درویشی، یوسف. و اسعدی، علی. (۱۳۹۹). توان‌سنجی و شناسایی مناطق مستعد سیل‌خیزی با استفاده از مدل‌های تصمیم‌گیری چند معیاره (مورد مطالعه: شهرستان اردبیل). *جغرافیای طبیعی*، ۱۳(۵۰)، ۱۱۵-۱۲۸.
- ریسی، ابوبکر، سالارزهی، حبیب‌اله، و شیهکی تاش، مهیم. (۱۳۹۹). تعیین راهبردهای گردشگری در توسعه مناطق روستایی بر اساس ماتریس ترکیبی QSPM-SWOT (مورد مطالعه: شهرستان سرباز). *نشریه جغرافیا و توسعه*، ۱۸(۶۱)، ۲۲۷-۳۰۴.
- زمانی مقدم، مسعود. و افشانی، سیدعلیرضا. (۱۴۰۰). توانمندسازی زنان سرپرست خانوار در ایران: مروری نظام‌مند. *رفاه اجتماعی*، ۲۱(۸۰)، ۴۵-۸۰.
- سپهوند، فاطمه. و کریمی، سعید. (۱۳۹۹). پیشران‌های آموزشی مؤثر بر توانمندسازی اقتصادی زنان روستایی شهرستان نهاوند در توسعه کسب‌وکارهای خانگی. *پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی*، ۱۲(۵۴)، ۳۰-۵۲.
- سوختانلو، مجتبی، هادی، زهرا. و ایمانی، بهرام. (۱۴۰۱). تحلیل عوامل اثرگذار بر توانمندسازی کارآفرینی زنان روستایی سرپرست خانوار در شهرستان اردبیل. *راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی*، ۹(۱۷)، ۸۲-۹۳.

- صادقی، حسین. و خان‌زاده، مینو. (۱۳۹۸). تحلیل راهبردی توسعه بخش کشاورزی به روش SWOT و ماتریس QSPM (مطالعه موردی: حوضه آبریز دریاچه ارومیه). *اقتصاد کشاورزی و توسعه*، ۲۷ (۴)، ۸۷-۱۱۸.
- قاسمی، مریم، شیرمحمدی، محبوبه. و احمدی، سودابه. (۱۴۰۱). استراتژی‌های توسعه کارآفرینی در بین زنان روستایی با استفاده از ابزارهای برنامه‌ریزی استراتژیک مطالعه موردی: بخش نصرآباد، شهرستان تربت جام. *توسعه کارآفرینی*، ۱۵ (۲)، ۳۰۳-۳۲۰.
- منصوری سیروس. و بقایی طاهره. (۱۴۰۰). توسعه مدل فعالیت‌های کارآفرینانه زنان روستایی مبتنی بر دیدگاه صاحب‌نظران آموزشی. *راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی*، ۸ (۱۵)، ۱۱۰-۱۰۰.
- میرزاخانی کریم. (۱۳۹۹). مطالعه جامعه‌شناختی راهکارهای توانمندسازی زنان روستایی و عشایر. *رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری*، ۴ (۴۵)، ۱-۱۵.
- Al-Shami, S. A., Razali, M. M., Izaidin, M., Rozelan, A., & Rashid, N. (2016). The effect of microfinance on women's empowerment: Evidence from Malaysia. *Asian Journal of Women's Studies*, 22(3), 318-337.
- Çetindamar, D., Gupta, V.K., Karadeniz, E.E., & Egriçan, N. (2012). What the numbers tell: the impact of human, family, and financial capital on women and men's entry into entrepreneurship in Turkey? *Entrepreneurship & Regional Development*, 24 (1/2), 29-51.
- Rubert, E. J., & Shabu, J. S. (2020). Rural Women Entrepreneurship: Key to Industrial Growth, Social and Economic Development of a Country – A Study With Reference to Tamilnadu State, India. *International Journal of Management*, 11 (3), 325-336.
- Gavigan, S., Ciprikis, K., & Cooney, T. (2020). The impact of entrepreneurship training on self-employment of rural female entrepreneurs in Uganda. *Small Enterprise Research*, 27(2), 180-194.
- Kabagerayo, J., Mwambusa, F., Uyambaje, M., Olive, Z., Hamenyimana, L., Dusabe, P., Mwayuma, P., Joseph, M., & Mbafumoja, E. (2022). Impact of Rural Female Entrepreneurs on Social and Economic Inclusion: Case of Giharo District. *Modern Economy*, 13, 885-900.
- Kalemci Tuzun, I., & Araz Takay, B. (2017). Patterns of female entrepreneurial activities in Turkey. *Gender in Management: An International Journal*, 32(3), 166-182.
- Kelley, D.J., Baumer, B.S., Brush, C., Greene, P.G., Mahdavi, M., Cole, M.M.M., Dean, M., & Heavlow, R. (2017). *Women's entrepreneurship 2016/2017 report*. Global Entrepreneurship Research Association. Global Entrepreneurship Monitor. <https://www.fundacionmicrofinanzasbbva.org/revistaprogreso/wp-content/uploads/2017/12/gem-womens-2016-2017-report-v11df-1504758645.pdf>
- Kuumuori Ganle, J., Afriyie, K., & Yao Segbefia, A. (2015). Microcredit: empowerment and disempowerment of rural women in Ghana. *World Development*, 66, 335-345.
- Mobarok, M.H., Sk'va, T., & Thompson, Wf (2021). Women's empowerment in agriculture and productivity change: The case of Bangladesh rice farms. *PLoS ONE*, 16 (8), 61-89.
- Othman, N., Radin, A., Rahman, R.S.A., & Kamaruddin, H. (2022). Competences of Rural Women Entrepreneurs and Their Quality of Life. *Sustainability*, 14, 10143.
- Ratten, V., & Tajeddini, K. (2018). Women's entrepreneurship and internationalization: Patterns and trends. *International Journal of Sociology and Social Policy*, 38(9/10), 780-793.
- Nagarajan, N. (2016). The rural women entrepreneurial problems in India. *Primax International Journal of Commerce and Management Research*, (Special issue), 15-18.
- Noor, S., Isa, F. M., & Noor, L. M. (2021). Women Empowerment through Women Entrepreneurship: A Comparison between Women Entrepreneurs and Fulltime Housewife in Pakistan. *Iranian Journal of Management Studies*, 14(2), 347-363.