

جغرافیا و روابط انسانی، بهار ۱۴۰۵، دوره ۹ شماره ۱، صص ۱۴۹-۱۲۸

عوامل فردی و اقتصادی مؤثر بر کارآفرینی زنان

(مورد پژوهی: بخش مرکزی شهرستان خدابنده)

حسین رضا شهبازی

دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران hr.shahbazi@yahoo.com

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۰/۲۲

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۰۹/۰۷

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۸/۰۵

چکیده

توسعه کارآفرینی به عنوان راهبردی کارآمد برای حل معضل بیکاری، توسعه اقتصادی، فقرزدایی و عدالت اجتماعی به ویژه در جوامع روستایی ضرورت دارد. کارآفرینی و به تبع آن، توسعه کارآفرینی زنان روستایی پدیده‌ای پیچیده و چند بُعدی است و تحت تأثیر عوامل مختلفی قرار می‌گیرد. در این پژوهش تلاش گردیده عوامل و مؤلفه‌های فردی و اقتصادی مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان در بخش مرکزی شهرستان خدابنده شناسایی شود. جامعه آماری پژوهش زنان کارآفرین روستایی منطقه مورد مطالعه بودند که تعداد ۱۱۷ نفر به صورت تمام سرشماری بررسی شدند. روایی چهارچوب عملیاتی شده پژوهش با بهره‌گیری از نظرات کارشناسان بررسی شد و پایایی ابزار نیز با محاسبه میزان ضریب آلفای کرونباخ انجام که مقدار آن در قسمت‌های اقتصادی و فردی به ترتیب ۰/۸۱ و ۰/۸۷ محاسبه شد. یافته‌های پژوهش بیان‌کننده وجود رابطه معنادار بین ویژگی‌های شخصیتی ($r = ۰/۶۶۸$, $sig = ۰/۰۰۰$) و وضعیت اقتصادی زنان ($r = ۰/۴۲۰$, $sig = ۰/۰۰۰$) با سطح کارآفرینی است.

واژگان کلیدی: توسعه روستایی، کارآفرینی روستایی، زنان روستایی، بخش مرکزی خدابنده.

مقدمه و بیان مسئله

کارآفرینی سنگ بنای رشد اقتصادی، توسعه، ارتقای استانداردهای زندگی و تضمین رفاه کلی مردم در هر جامعه‌ای است که کار می‌کند. این موضوع در بین دانشگاهیان و سیاستگذاران عمومی مورد توجه قرار گرفته (Hoang et al., 2020) به عنوان مثال، ایالات متحده، آلمان، چین و ژاپن به دلیل توسعه کارآفرینی به کشورهای قوی و توسعه یافته تبدیل شده‌اند (Muhammed, 2021).

دنایای کار امروز تأکید فزاینده‌ای بر کارآفرینی دارد (Molema et al., 2024: 238). کارآفرینان با تقویت نوآوری، ایجاد مشاغل جدید و افزایش بهره‌وری، نقش مهمی در توسعه و گسترش اقتصاد در کشورها ایفا می‌کنند. این امر اهمیت کارآفرینان را برای بازار کار و اقتصاد برجسته می‌کند (Zizile & Tendai, 2018: 227).

از آنجایی که زنان دیر به «بازی» کارآفرینی تلقی می‌شوند، فرض بر این است که آنها فاقد مهارت‌ها و توانایی‌های لازم برای ایجاد و توسعه یک کسب و کار هستند (Zizile & Tendai, 2018: 228).

زنان نقش حیاتی در جامعه داشته و در بسیاری از جنبه‌های زندگی از جمله خانواده، جامعه، دولت و اقتصاد سهم هستند. از نظر اقتصادی (WeConnectInternational, 2023: 70) پیش‌بینی می‌کند که زنان کوچک و متوسط حدود ۳۳ درصد از شرکت‌های جهانی را تشکیل می‌دهند. پیگیری‌های کارآفرینانه، دیدگاه‌ها، توانایی‌ها و رهبری زنان برای پیشرفت و تعادل جهانی بسیار مهم است. آنها برای حفظ خود، افزایش درآمد خانواده، تأمین مالی آموزش کودکان، ارتقای سلامت خانواده و تأمین غذا و... درگیر تجارت می‌شوند (Ukwueze, 2022: 52). به این ترتیب، درک و ارزش‌گذاری این ویژگی‌ها برای دستیابی به برابری و ایجاد جامعه‌ای فراگیرتر و موفق‌تر ضروری است. متأسفانه، زنان کارآفرین در بخش مرکزی خداینده با موانع متعددی روبرو هستند که آنها را از دستیابی به پتانسیل کامل خود باز می‌دارد. کوریا، باتوره و عبداللهی (۲۰۲۴) مشاهده کردند که شرکت‌های تحت مالکیت زنان به ندرت بیش از پنج سال اول فعالیت خود را ادامه می‌دهند. متأسفانه، شرکت‌های کوچک و متوسط زنان با یک واقعیت غم‌انگیز، با نرخ شکست بالا و کاهش سهم تولید ناخالص داخلی مواجه هستند (Tagha, 2024: 12).

برای تبدیل شدن و رشد به عنوان یک زن کارآفرین به تلاش زیادی نیاز است. برای مثال، زنان کارآفرین باید روزهای کاری طولانی‌تر، محدودیت‌های زمانی شدید و پیچیدگی و عدم قطعیت زیادی را در مقایسه با زنان حرفه‌ای طبقه کارگر تحمل کنند (Stephen, 2018: 48). در نتیجه به دست آوردن حمایت اجتماعی کمتر در محل کار، استرس بیشتری دارند (Cote et al., 2020: 29). علاوه بر این، زنان کارآفرین معمولاً مشاغل متعددی را به طور همزمان انجام می‌دهند، هم به عنوان سهامدار و هم به عنوان کارمند داخلی شرکت (مثلاً به عنوان مدیر عامل)، در نتیجه سهم

قابل توجهی در کسب و کار خود به دست می‌آورند (St-Jean, 2011: 73). حتی اگر برخی از خواسته‌های شغل‌شان، مانند داشتن سطوح بالای مسئولیت، مشابه خواسته‌های مدیران اجرایی است (Bremen, 2019: 90).

زنان کارآفرین بیشتر از نظر عاطفی و مالی با کسب و کار خود در هم تنیده هستند (Cote et al., 2020: 17). ادبیات نشان می‌دهد که زنان کارآفرین هنگام راه‌اندازی کسب و کار خود با چالش‌های زیادی مانند تبعیض جنسیتی، فقدان آموزش، کمبود سرمایه، به حاشیه رانده شدن در کسب و کار خانه و در جوامع خود مواجه می‌شوند (Nzewi, 2019: 16). در نتیجه، به دلیل ادراکات فرهنگی و اجتماعی، زنان کارآفرین از فرصت‌سازی و کسب دانش دلسرد می‌شوند، این مانع از آن می‌شود که از فرصت‌های تجاری آتی استفاده کنند (Mahasha, 2016; Nieman & Nieuwenhuizen, 2019). با این حال کارآفرینی، به عنوان ابزاری برای به چالش کشیدن هنجارهای اجتماعی و فرهنگی، بسیاری از زنان از کارآفرینی برای حمایت از خانواده خود استفاده می‌کنند (Nxopo, 2014: 101).

آخرین گزارش کارآفرینی زنان ناظر جهانی کارآفرینی (GEM) نشان داد که نرخ راه‌اندازی زنان از سال ۲۰۱۹ تا ۲۰۲۰، ۱۵ درصد کاهش یافته و در سال ۲۰۲۱ بدون تغییر باقی مانده است. زنان در سال ۲۰۲۰ نسبت به مردان کاهش قابل توجهی داشتند هم در قصدشان برای راه‌اندازی کسب و کار در سه سال آینده و هم در نرخ کلی راه‌اندازی داشته‌اند (GEM, 2022: 112).

اگرچه زنان کارآفرین اغلب در راه‌اندازی و مدیریت کسب و کار خود با چالش‌های مهمی روبرو هستند، اما نقش مهمی در توسعه اقتصاد جهانی ایفا می‌کنند (Brush et al., 2017: 108). در شرایط محدودی که زنان از حقوق و منابع کمتری برخوردارند این مشکلات بدتر از مردان است (Chamlou, Klapper & Muzi, 2008: 76). بازارهایی که از موقعیت‌های ناعادلانه در مورد حقوق قانونی، محدودیت‌های تجاری یا دسترسی به سرمایه فعالیت می‌کنند، به عنوان محیط‌های محدود شناخته می‌شوند (Moullick, Pidduck & Busenitz, 2019: 97).

زنان کارآفرین در کشورهای در حال توسعه ممکن است محدودیت‌های اجتماعی و قانونی بیشتر و دسترسی کمتری به منابع نسبت به هم‌تایان مرد خود دارند (Simaras et al., 2022: 14; Soleimani & Kiaee, 2020: 352). علاوه بر این، زنان کارآفرین به دلیل تعهدات خانوادگی، فشار اجتماعی، کمبود اعتماد به نفس و خودکارآمدی پایین هنوز در اداره کسب و کار خود نگرانی‌ها و مشکلاتی دارند (Arvind & Ranjith, 2023: 279).

با این حال با توجه به اینکه حدود نیمی از جمعیت هر جامعه را زنان تشکیل می‌دهند و زنان در ردیف بزرگترین ذخایری هستند که هنوز از وجودشان استفاده بهینه به عمل نیامده و این گروه کثیر که عهده‌دار تنظیم امور خانوادگی و تعیین کننده مسیر اقتصاد و خانواده محسوب می‌شوند، در امور اقتصادی و تنظیم بودجه خانوادگی دخالت مستقیم دارند و هر نهضتی که بخواهد رفاه اجتماعی و نظم اقتصادی را توسعه دهد ناگزیر است که از توجه همکاری طبقه‌ای

که نیمی از جمعیت جامعه را تشکیل می‌دهند، بهره‌مند گردد، در عصر حاضر فراهم کردن زمینه‌های تازه برای مشارکت بیشتر زنان و بهره‌گیری جدی‌تر از قدرت تفکر، ابداع و خلاقیت آن باید در سرفصل سرمایه‌های مدیریت نوین قرار گیرد.

بنابراین عدم مشارکت زنان در فعالیت‌های اقتصادی می‌تواند مشکلی بر سر راه توسعه کشور تلقی گردد. ضرورت کارآفرینی زنان را باید با افزایش و گسترش فرصت‌های شغلی بر مبنای خلاقیت پاسخ مثبت داد و از آنجا که مادران دارای طبع لطیفی هستند باید شغلی را انتخاب نمایند که برای آن از هر حیث آمادگی داشته باشند.

با توجه به میزان پایین بودن مشارکت اقتصادی زنان روستایی و ضرورت اشتغال آنها در جهت رشد و توسعه روستایی و نیز با توجه به سهم انکار ناپذیر زنان روستایی و فعالیت‌های کارآفرینانه آنها در تولید ملی و توسعه اقتصادی، برنامه‌ریزی برای خود اشتغالی و کارآفرینی زنان از مسائل مورد توجه دولتمردان و مسئولان کشور بوده و لذا ضرور است که شرایط مناسب برای این‌گونه فعالیت‌های زنان روستایی در ایران فراهم شود تا از این طریق، ضمن شکوفایی قابلیت‌ها و توانمندی‌ها آنها، با ورود این قشر به عرصه کسب و کار، تحولات عظیمی در توسعه اقتصادی کشورها ایجاد شود. بر همین اساس و به منظور شناخت و درک جامع نسبت به زمینه‌ها و عوامل ایجاد و توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه زنانه در نواحی روستایی، در پژوهش حاضر به عوامل فردی و اقتصادی تأثیر گذار در کارآفرینی زنان روستاهای بخش مرکزی شهرستان خدابنده پرداخته است. پژوهش فوق به دنبال پاسخ به این سوال است که مهمترین عوامل فردی و اقتصادی مؤثر بر کارآفرینی زنان روستایی منطقه مورد مطالعه کدامند؟

مروری بر ادبیات تحقیق

محققان داخلی و خارجی پژوهش‌هایی پراکنده در زمینه کارآفرینی زنان انجام داده‌اند که برخی از آنها در جدول (۱) بیان می‌شود.

جدول ۱: پیشینه پژوهش

محقق / محققین	عنوان پژوهش	نتایج
رازقندی و درانی، ۱۳۸۸	شناسایی عوامل فردی و محیطی مؤثر بر موفقیت کارآفرینان برتر استان تهران جهت ارایه الگوی آموزشی	نتایج پژوهش نشان می‌دهد بین موفقیت و مرکز کنترل درونی، خطرپذیری حساب شده، خلاقیت، توفیق طلبی، استقلال طلبی و اراده رابطه‌ی مثبت و معناداری وجود دارد. نیز بین موفقیت و شرایط آموزشی، اقتصادی و اجتماعی - فرهنگی رابطه‌ی مثبت و معناداری وجود دارد، در حالی که بین شرایط سیاسی و موفقیت رابطه‌ی معناداری وجود ندارد.
ممیز و همکاران، ۱۳۹۲	بررسی عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی زنان	نتایج پژوهش نشان می‌دهد با وجود احراز نقش دوگانه زنان شاغل، آنان نسبت به فعالیت‌های خود احساس مثبتی دارند. در پایان پیشنهادها و

راهکارهایی به منظور توسعه و گسترش فعالیت‌های کارآفرینانه زنان مطرح می‌گردد که از مهمترین آنها فرهنگ‌سازی در تغییر نگرش جامعه نسبت به توانمندی زنان در فعالیت‌های اقتصادی است.		
نتایج تحقیقات نشان می‌دهد که، بین عوامل فردی مؤثر بر فرآیند شناسایی فرصت و عوامل فردی مؤثر بر فرآیند بهره‌برداری از فرصت می‌توان تمایز قائل شد.	عوامل فردی مؤثر بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه	عبدی جمایران و همکاران، ۱۳۹۶
طبق نتایج پژوهش، توسعه کارآفرینی زنان روستایی امری پویا و چند وجهی بوده، نیازمند توجه همزمان به عوامل فردی چون نیروی انسانی خلاق، حمایت‌های مالی و اقتصادی از زنان روستایی، عوامل فرهنگی و آموزشی و ارتقاء زیرساخت‌های محیطی در روستاهای کشور است.	فراتحلیل عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی	احمدی و همکاران، ۱۳۹۸
نتایج پژوهش نشان می‌دهد نسبت اندکی از زنان شاغل ایران کارآفرین هستند، باید یکی از دلایل آن را در تأثیر نابرابری جنسیتی بر ساختارهای روانی و شخصیتی زنان جستجو نمود. زیرا تفاوت‌هایی که مردم در انجام دادن کاری خاص در شرایط نسبتاً یکسان از خود نشان می‌دهند، ناشی از تفاوت ابعاد شخصیتی آنان است.	توسعه کارآفرینی زنان روستایی؛ چشم‌اندازها و چالش‌ها	پناهی، ۱۴۰۲
یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد عوامل فرهنگی، روانی، اجتماعی و زمینه‌ای بر کارآفرینی زنان روستایی تأثیر معنی‌داری داشته است. براساس یافته های پژوهش، عوامل زمینه‌ای با ضریب اثر ۰/۳۰۰ دارای بیشترین تأثیر بر کارآفرینی زنان روستایی داشته است.	فراتحلیل عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان روستایی (پژوهش‌های بازه زمانی ۱۴۰۱-۱۳۹۰)	ذوالفقاری و قانع‌ی یخدان، ۱۴۰۲
نتایج این مطالعه نشان داد که در حالی که مهارت‌های کارآفرینی بر شایستگی‌های کارآفرینی و عملکرد زنان کارآفرین تأثیر دارد، اما اهمیت آن محدود بود.	توانمندسازی زنان کارآفرین: رونمایی از تأثیر شایستگی‌های کارآفرینی و شبکه‌های اجتماعی بر عملکرد زنان کارآفرین	Engarnanie et al., 2024
این مطالعه توصیه کرد که دولت و سیاست‌گذاران باید مداخلات هدفمندی را با هدف افزایش خودکارآمدی کارآفرینانه در میان زنان توسعه دهند. این می‌تواند شامل برنامه‌های مربیگری باشد که زنان کارآفرین تازه‌کار را با صاحبان کسب‌وکار با تجربه، کارگاه‌هایی با تمرکز بر توسعه مهارت‌های تجاری خاص، و ایجاد شبکه‌های حمایتی که بازخورد مثبت و یادگیری مشترک را تشویق می‌کنند، باشد.	خودکارآمدی کارآفرینی، تاب‌آوری و عملکرد کارآفرینی زنان در نیجریه: نقش تعدیل‌کننده نوآوری	Calvin et al., 2024
نتایج پژوهش نشان داد که سواد بازاریابی دیجیتال و کنترل رفتاری درک شده در ایجاد قصد کارآفرینی ضروری است. آموزش سواد بازاریابی دیجیتال و توانمندسازی زنان کارگر مهاجر با قابلیت کارآفرینی برای ایجاد قصد کارآفرینی توصیه شده است.	ایجاد قصد کارآفرینی زنان کارگر مهاجر از طریق معرفی دانش کارآفرینی و سواد بازاریابی دیجیتال	Fatmawati et al., 2024
یافته‌های پژوهش نشان داد که شخصیت متغیرها ۶۶/۵ درصد از تغییرات در جهت‌گیری کارآفرینی را به خود اختصاص دادند. علاوه بر این، نتایج نشان داد که منبع کنترل (LOC) بیشترین کمک را به توسعه جهت‌گیری	تقویت کارآفرینی جهت‌گیری زنان: یک رویکرد رگرسیون چندگانه	Latiyan et al., 2024

کارآفرینی (EO) و به دنبال آن خودکارآمدی و عزت نفس این امر داشته است.		
یافته‌های پژوهش نشان داد که مربیگری کارآفرینی یک مداخله توسعه‌ای است که می‌تواند برای تقویت باورهای خودکارآمدی کارآفرینانه زنان کارآفرین مورد استفاده قرار گیرد و در نتیجه شانس مشارکت در ایجاد و عملیات موفق کسب‌وکار را افزایش دهد.	کوچینگ کارآفرینی برای توسعه خودکارآمدی کارآفرینانه در زنان کارآفرین	Molema et al., 2024
یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که چالش‌های عمده برای زنان کارآفرین در کشورهای در حال توسعه پنج شامل موضوعات مالی، اجتماعی-فرهنگی، آموزشی و مهارتی، شبکه و بازاریابی، سیاسی و حقوقی می‌باشند.	پاهای بسته: مروری بر چالش‌های زنان کارآفرین در کشورهای در حال توسعه	Rahman et al., 2024
یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که عوامل نهادی و اجتماعی نقش کلیدی در تقویت نوآوری در شرکت‌های تحت رهبری زنان در اکوادور دارند. این نوآوری با ایجاد ارتباطات بین فردی نزدیک و مکرر و همچنین سن کارآفرینان زن تسهیل می‌شود.	تأثیر زمینه و ویژگی‌های زنان کارآفرین بر عملکرد نوآوری	Chávez-Rivera et al., 2024
نتایج پژوهش نشان می‌دهد مبالغ وام به طور قابل توجهی بر قابلیت استخدام تأثیر گذاشته و نیز تسهیلات معیشت زنان را از نظر اقتصادی بهبود می‌بخشد که توانمندسازی روانی و اجتماعی مطالعه این کمک را تأیید می‌کند که از طریق اعتبارات خرد پتانسیل ایجاد اشتغال و توانمندسازی زنان را دارد. علاوه بر این، پیشنهاد می‌کند که دولت و بخش بانکی ممکن است سیاست‌های موجود را بهبود بخشد و ابتکارات برای افزایش دسترسی به طرح‌ها و ایجاد محیط حمایتی برای کمک به وام گیرندگان در مرحله اولیه از طریق برنامه‌های آموزشی مختلف اتخاذ کند.	اثربخشی اعتبارات خرد در ایجاد اشتغال و تحول معیشت زنان کارآفرین عشایر: شواهدی از PMMY	Sahu et al., 2024

منبع: نگارنده، ۱۴۰۳

مبانی نظری

واژه کارآفرینی از ریشه‌ی فرانسوی *Entreprendre* بوده که مفهوم تعهد کردن کاری را در بر می‌گیرد. این واژه اولین بار مورد توجه اقتصاددانان قرار گرفت و تمامی مکاتب اقتصادی از قرن ۱۶ میلادی تاکنون به نحوی کارآفرینی را در نظریه‌های اقتصادی خویش تشریح نموده‌اند. مطالعات جهانی نشان می‌دهند که کارآفرینی روستایی تا دهه ۱۹۸۰ میلادی اهمیت چندانی در متون علمی نداشته و کارآفرینان روستایی با وجود تفاوت‌های بسیار، در دسته یکسانی با کارآفرینان شهری مطالعه می‌شدند (شهبازی، ۱۴۰۰: ۴).

به نقل از سازمان بین‌المللی کار، کارآفرین، فردی با مجموعه‌ای از ویژگی‌هایی که به طور معمول شامل اعتماد به نفس، نتیجه‌گرا، ریسک‌پذیر، رهبر و آینده‌گرا است (احمدی و همکاران، ۱۳۹۸: ۲۳).

امروزه کارآفرینی به عنوان یک موتور پیشرفت اقتصادی، شغل و تعدیل اجتماعی دیده می شود که نقش اقتصادی مهمتری در کشورهای در حال توسعه دارد (Gurul and Atsan, 2006: 26). تعریف کارآفرینی کار ساده ای نیست، برخی آنرا فرآیند ایجاد، ارزیابی و بهره برداری از فرصت به منظور تولید کالاها و خدمات های آتی (Shane & Venkataraman, 2000: 221) همراه با صرف وقت، تلاش بسیار و پذیرش خطرهای مالی، روحی، اجتماعی برای بدست آوردن منابع مالی، رضایت شخصی و استقلال (Askun & Yildirim, 2011: 664) و برخی دیگر به معنای ریسک پذیری و شروع، مالکیت و مدیریت یک کسب و کار کوچک می دانند (Patel and Chawda, 2013: 28).

کارآفرینی در سطح روستا در زمینه های مختلف مانند تجارت، صنعت، کشاورزی رخ دهد و به عنوان یک عامل قوی برای توسعه اقتصادی عمل می کند، تعریف می شود (شهبازی و تقی زادفایند، ۱۴۰۲: ۲۹۸). یکی از حوزه هایی که در دهه های اخیر بسیار مورد توجه قرار گرفته است، کارآفرینی در مناطق روستایی می باشد. از آنجائی که امروزه مناطق روستایی کشورهای در حال توسعه، به ویژه در کشور ما از چالش های متعددی به مانند فقر، بیکاری پنهان، تخریب محیط زیست، تداوم نابرابری در توزیع فرصت ها و منابع میان نواحی شهری و روستایی رنج می برند و این بیانگر عدم موفقیت راهبردهای گذشته توسعه روستایی می باشد. از اینرو، برای غلبه بر مسائل اقتصادی - اجتماعی پیش روی جوامع روستایی در چند دهه اخیر رویکرد کارآفرینی به عنوان یکی از راهبردهای مهم توسعه روستایی مورد توجه برنامه ریزان قرار گرفته است (شاردوری، ۱۳۹۹: ۱۷).

کارآفرینان با تقویت نوآوری، ایجاد مشاغل جدید و افزایش بهره وری، نقش مهمی در توسعه و گسترش اقتصاد کشورها ایفا می کنند. این امر اهمیت کارآفرینان را برای بازار کار و اقتصاد کشور برجسته می کند (Zizile & Tendai, 2018: 229). رودومبو، دو پلسیس و مافوسا (۲۰۲۰) خاطرنشان می کنند که مفهوم کارآفرینی فراتر از شروع یک کسب و کار است و شامل فرآیندهای شناسایی و بهره برداری فرصت ها و همچنین رشد شخصی کارآفرین می شود.

کارآفرینی روستایی به عنوان یک مؤلفه مهم برای کمک به توسعه اقتصادی کشور به رسمیت شناخته شده که برای شکل گیری تحت تأثیر نیروهای بیرونی و درونی بوده است که هر یک به نوعی به ایجاد چالش هایی در جامعه روستایی امروزی منجر می شوند. این محیط ها برحسب منابع و فرصت های موجود در محیط های روستایی (بالقوه و بالفعل، نرم افزاری و سخت افزاری)، هدایت کننده اهداف توسعه، به ویژه توسعه اقتصادی، در این جوامع اند. در راستای همین فرآیندها و با در نظر گرفتن این دو محیط یک پیوند ارگانیکی میان اهداف توسعه روستایی و توسعه کارآفرینی در این مناطق برقرار می شود تا از ترکیب مناسب این عوامل، رفتارهای کارآفرینی در جوامع روستایی در راستای توسعه اقتصادی شکل گیرد (Julian et al, 2000: 19).

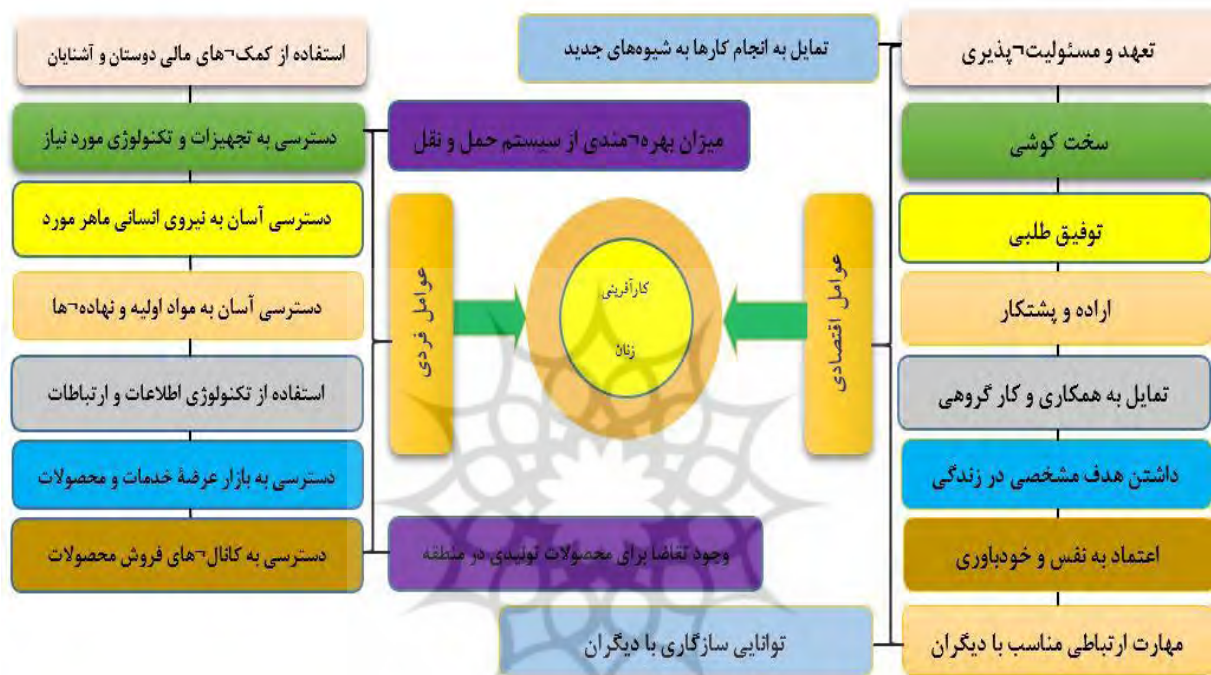
امروزه حضور زنان در بازار کار و مشارکت در فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی، به یکی از شناسه‌های مهم توسعه انسانی تبدیل شده، چرا که فعالیت‌های اقتصادی زنان پیوندی مستقیم با فقر و رفاه اجتماعی داشته (یعقوبی فرانی و همکاران، ۱۳۹۳: ۸) که طبق تعریف زیور (۲۰۰۹) کارآفرینی زنان را فعالیت زنانه دانسته که در زمینه خود اشتغالی مشارکتی، خود اشتغالی مستقل، کارفرمایی و کسب و کارهایی با مالکیت انحصار صورت می‌گیرد. همچنین، مهرانی زنان کارآفرین را زنانی دانسته که به تنهایی یا با مشارکت، کسب و کاری ایجاد کرده و با قبول خطرهای مالی، اجتماعی، اخلاقی و روانی با خلاقیت و نوآوری محصولات جدیدی را تولید می‌کنند تا در بازار بر رقبا غلبه کنند.

لذا برای تبدیل شدن و رشد به عنوان یک زن کارآفرین به تلاش زیادی نیاز است. برای مثال، زنان کارآفرین باید روزهای کاری طولانی‌تر، محدودیت‌های زمانی شدید، و پیچیدگی و عدم قطعیت زیادی را در مقایسه با زنان حرفه‌ای طبقه کارگر تحمل کنند (Tapfuma & Mwaura, 2019: 56). در نتیجه به دست آوردن حمایت اجتماعی کمتر در محل کار، استرس بیشتری دارند (Kotte et al., 2020: 14). علاوه بر این، زنان کارآفرین معمولاً مشاغل متعددی را به طور همزمان انجام می‌دهند، هم به عنوان سهامدار و هم به عنوان کارمند داخلی شرکت (مثلاً به عنوان مدیر عامل)، در نتیجه سهم قابل توجهی در کسب و کار خود به دست می‌آورند (St-Jean, 2011: 23). حتی اگر برخی از خواسته‌های شغل‌شان، مانند داشتن سطوح بالای مسئولیت، مشابه خواسته‌های مدیران اجرایی است (Berman, 2019: 20)، زنان کارآفرین بیشتر از نظر عاطفی و مالی با کسب و کار خود در هم تنیده هستند (Kotte et al., 2020: 32). ادبیات نشان می‌دهد که زنان کارآفرین هنگام راه اندازی کسب و کار خود با چالش‌های زیادی مانند تبعیض جنسیتی، فقدان آموزش، کمبود سرمایه، به حاشیه رانده شدن در کسب و کار، خانه و در جوامع خود مواجه می‌شوند (Nzewi 2019: 48)، در نتیجه، به دلیل ادراکات فرهنگی و اجتماعی، زنان کارآفرین از فرصت‌سازی و کسب دانش دلسرد می‌شوند، که مانع از آن می‌شود که از فرصت‌های تجاری آتی استفاده کنند.

با توجه به اینکه تداوم حیات اقتصادی و اجتماعی روستاها، در گرو کشف و احیاء منابع و سرمایه‌های مادی و معنوی آنهاست، شناسایی استعدادهای کارآفرینی روستاییان، به ویژه زنان روستایی و تلاش برای توسعه و تقویت کارآفرینی در فرایند توسعه روستایی، از طریق فراهم نمودن زمینه‌های اولیه آن، اهمیت ویژه‌ای دارد (یعقوبی‌فراهانی و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۰). پژوهش‌های کارآفرینی به ویژه کارآفرینی زنان نشان داده است که عوامل و شرایط مختلفی تأثیر مثبت و منفی بر توسعه کارآفرینی زنان دارد یکی از مهمترین آنها عوامل فردی (توفیق طلبی، استقلال طلبی، خطرپذیری، اداره، خلاقیت و کنترل درونی) و اقتصادی (داشتن سرمایه مالی، سیاست‌های دولت در ارائه تسهیلات بانکی، درآمد و هزینه خانوار، دسترسی به بازار، سیستم حمل و نقل و ارتباطات، نهاده‌ها و منابع، تجهیزات، امکانات و منابع، کمک و حمایت‌های مالی) است. بر این اساس یکی از راهبردهای بلند مدت توسعه کارآفرینی روستایی، توجه به زنان

روستایی و فراهم کردن زمینه‌هایی برای توانمندسازی آنهاست. در این راستا ضرورت دارد عوامل و زمینه‌های تأثیر-گذار بر کارآفرینی زنان روستایی در جهت بهبود وضعیت آنها، بررسی شده تا از این طریق اقدامات لازم انجام شود. آنچه از مباحث نظری پژوهش و نتایج مطالعات انجام شده در ارتباط با عنوان پژوهش مدل مفهومی پژوهش به شکل (۱) زیر ارائه می‌شود.

شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش

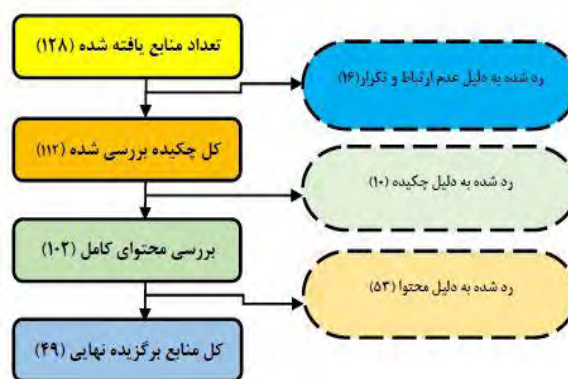


مآخذ: نگارنده: ۱۴۰۳

روش پژوهش

روش پژوهش عبارت است از مراحل و اطمینان از مراحل فرآیند پژوهش که می‌تواند به طور منظم، سیستماتیک، کنترل و هدایت شده انجام شود (Sukarsa et al., 2020: 224). در پژوهش حاضر بر اساس معیارهایی مانند بررسی عنوان، چکیده، محتوا، در پایگاه‌های داده و نشریه‌های علمی - پژوهشی داخلی و خارجی نهایتاً ۴۹ مقاله برای بررسی نهایی انتخاب شدند (شکل ۲).

شکل ۲: الگوریتم انتخاب مقالات نهایی



مأخذ: نگارندگان؛ ۱۴۰۳

پژوهش حاضر از لحاظ هدف، کاربردی و به لحاظ تجزیه و تحلیل داده ها، توصیفی - تحلیلی بود. با توجه به تعاریف ارائه شده در اسناد و مطالعات موجود برای زن کارآفرین و بر اساس آمار مربوطه، جامعه آماری پژوهش، متشکل از زنانی است که کسب و کاری را به طور مستقل یا با شراکت، تأسیس و اداره کرده و حداقل سه سال از فعالیت آنها گذشته باشد. تعداد کارکنان آنها حداقل یک یا بیش تر و دارای فروش یا سود در محصولات خود باشند. بر اساس آمار و اطلاعات کسب شده از مراکز ذیربط، ۱۲۲ نفر به عنوان زنان کارآفرین فعال در منطقه مورد مطالعه شناسایی شد. در نهایت پس از مراجعات مستمر به افراد مورد نظر و حذف صاحبان کسب و کارهای غیر فعال، تعداد ۱۱۷ نفر از زنان روستایی در سال ۱۳۹۵، به صورت تمام شماری بررسی شدند.

پرسشنامه (۵ گزینه ای لیکرت)، ابزار اصلی برای جمع آوری اطلاعات در پژوهش حاضر بوده که به منظور اطمینان از درک سؤالات آن از سوی افراد مورد مطالعه و بالا بردن دقت و صحت نتایج به دست آمده، گردآوری داده ها به صورت مراجعه حضوری به تک تک نمونه ها و مصاحبه با آنها برای تکمیل پرسشنامه ها انجام شد. برای معتبرسازی پرسشنامه پژوهش، از رویه استخراج اجزای متغیرهای مورد اندازه گیری از ادبیات و پیشینه موضوعی تحقیق و آنگاه بومی سازی آن با بهره گیری از نظریات متخصصان و نیز نمونه های مقدماتی در قالب پیش آزمون استفاده شده است. بدین منظور، پرسشنامه طراحی شده، ابتدا در اختیار متخصصان و اساتید صاحب نظر قرار گرفت و پس از اخذ نظریات اصلاحی و تعدیل برخی موارد، مرحله پیش آزمون پرسشنامه انجام شد. یکی از روش های موجود به منظور تعیین قابلیت اعتماد (پایایی) ابزار اندازه گیری، روش سنجش سازگاری درونی آن است (Conca et al., 2004: 389) سازگاری درونی ابزار اندازه گیری می تواند با ضریب آلفای کرونباخ اندازه گیری شود که پایایی پرسشنامه در این تحقیق با مقدار ضریب آلفای کرونباخ برای بخش های مختلف پرسشنامه، شامل ویژگی های فردی و اقتصادی به ترتیب ۸۱٪ و ۸۷٪ بوده (جدول ۲) که سطح کارآفرینی زنان روستایی مورد تأیید قرار گرفت.

به منظور تجزیه و تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده در دو سطح آمار توصیفی و استنباطی از نرم‌افزار SPSS 16 و GIS استفاده شد. در بخش تحلیل داده‌ها متناسب با مقیاس متغیرها از ضریب همبستگی اسپیرمن استفاده شد. همچنین به منظور بررسی عوامل مؤثر بر سطح کارآفرینی زنان روستایی تحلیل رگرسیون به کار گرفته شد.

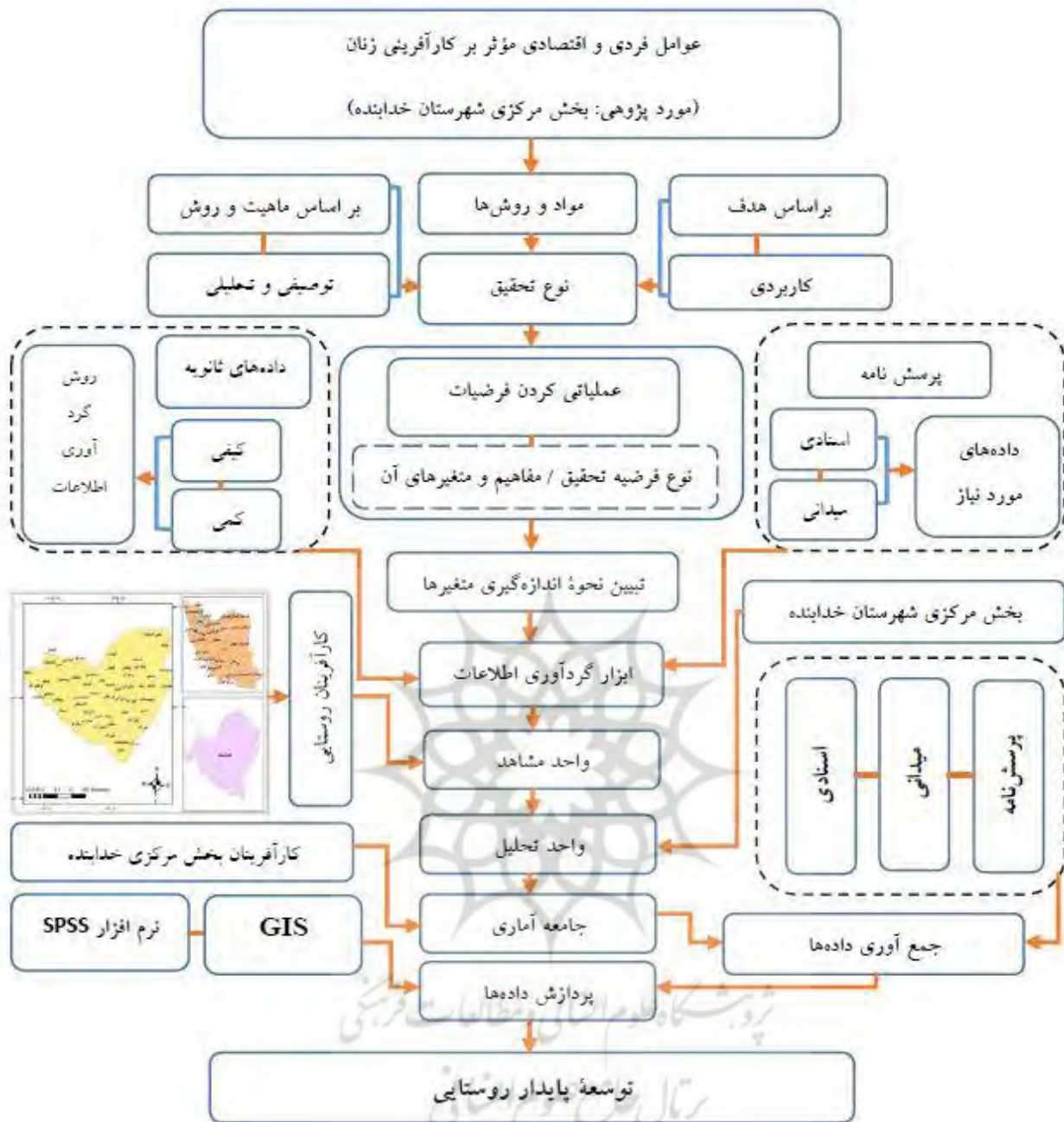
جدول ۲: ضرایب آلفای کرونباخ عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان

متغیر	N	گویه	ضریب آلفای کرونباخ	عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان منطقه مورد مطالعه
کارآفرینی زنان		استفاده از کمک‌های مالی دوستان و آشنایان دسترسی به تجهیزات و تکنولوژی مورد نیاز دسترسی آسان به نیروی انسانی ماهر مورد نیاز دسترسی آسان به مواد اولیه و نهاده‌ها استفاده از تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات دسترسی به بازار عرضه خدمات و محصولات دسترسی به کانال‌های فروش محصولات وجود تقاضا برای محصولات تولیدی در منطقه میزان بهره‌مندی از سیستم حمل و نقل	۸۱٪	عوامل اقتصادی
		تعهد و مسئولیت‌پذیری سخت کوشی توفیق طلبی اراده و پشتکار تمایل به همکاری و کار گروهی داشتن هدف مشخصی در زندگی اعتماد به نفس و خودباوری مهارت ارتباطی مناسب با دیگران توانایی سازگاری با دیگران تمایل به انجام کارها به شیوه‌های جدید	۸۷٪	عوامل فردی

منبع: نگارنده؛ ۱۴۰۳

بنابراین شکل (۳) مراحل روش‌شناسی مقاله و فرآیند انجام کار را به شکل مشخص‌تری ارائه می‌دهد.

شکل ۳: مراحل روش‌شناسی پژوهش



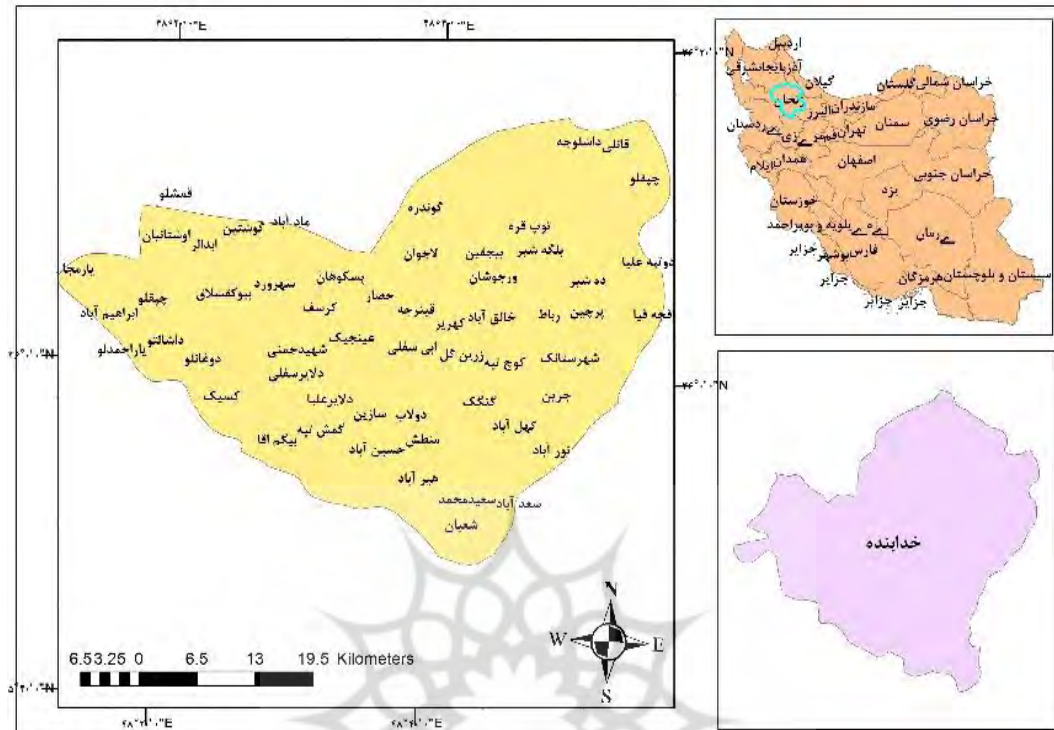
منبع: نگارنده؛ ۱۴۰۳

معرفی محدوده مورد مطالعه

شهرستان خدابنده با وسعتی معادل ۵۱۵۱ کیلومتر مربع در جنوب استان زنجان، بین طول شرقی ۴۸ درجه و ۳۵ دقیقه، و عرض شمالی ۳۶ درجه و ۷ دقیقه و ارتفاع آن از سطح دریا ۲۰۵۰ متر قرار دارد. از شمال به شهرستان ایجرود، از شرق به ابهر و از جنوب به شهرستان کبودرآهنگ و رزن و از غرب به شهرستان بیجار استان کردستان همسایه می‌باشد. آب و هوای شهرستان کوهستانی است و با توجه به شرایط خاص کوهستانی می‌توان آب و هوای آن را اقلیم معتدل کوهستانی نیز به شمار آورد. شهر قیدار مرکز شهرستان خدابنده است. جمعیت این شهرستان بر اساس سرشماری سال ۱۳۹۵ برابر با ۱۶۴/۴۹۳ نفر بوده و زبان اهالی آن ترکی آذربایجانی است. این شهرستان از ۵ بخش مرکزی،

افشار، بزینه رود، سجاسرود و دوتپه و با ۲۳۲ روستا و ۳۳ روستای خالی از سکنه تشکیل شده است (شهبازی، ۱۳۹۹: ۵). همچنین شکل (۴) توزیع روستاهای بخش مرکزی شهرستان خدابنده را نشان می‌دهد.

شکل (۴): موقعیت منطقه مورد مطالعه



مأخذ: نگارنده: ۱۴۰۲

یافته‌های پژوهش

- ویژگی تحصیلاتی پاسخگویان

با توجه به اطلاعات جدول (۳) توزیع فراوانی و درصد مربوط به متغیر سطح سواد نشان داده شده که ۷۶ درصد از پاسخگویان دارای مدرک تحصیلی لیسانس و ۱۵ درصد نیز دارای مدرک تحصیلی فوق دیپلم و پایین‌تر را تشکیل می‌دهند.

جدول ۳: توزیع سطح سواد پاسخگویان

میانگین درصدی	جامعه آماری		سطح سواد
	درصد	فراوانی	
۳۳٪	۱۵٪	۱۷	فوق دیپلم و پایین‌تر
	۷۶٪	۸۹	لیسانس
	۹٪	۱۱	فوق لیسانس و بالاتر
	۱۰۰٪	۱۱۷	مجموع

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۳

- ویژگی سنی پاسخگویان

با توجه به اطلاعات جدول (۴) توزیع فراوانی و درصد مربوط به متغیر سطح سواد نشان داده شده که بیشترین فراوانی با ۳۶٪ درصد در گروه سنی ۵۰ - ۴۱ و کمترین فراوانی با ۸٪ نیز در گروه سنی ۳۰-۲۰ را تشکیل می‌دهند.

جدول ۴: توزیع سطح سواد پاسخگویان

میانگین درصدی	جامعه آماری		سن
	درصد	فراوانی	
۲۵٪	۸٪	۱۰	۲۰-۳۰
	۳۳٪	۳۸	۴۰-۳۱
	۳۶٪	۴۲	۵۰-۴۱
	۲۳٪	۲۷	۵۰ به بالا
	۱۰۰٪	۱۱۷	مجموع

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۳

همچنین کسب و کار زنان روستایی منطقه مورد مطالعه در زمینه‌های کشاورزی، دامداری، صنایع دستی، صنایع تبدیلی و خدماتی است که حوزه دامداری (۲۹٪) و کشاورزی (۱۸٪) بیش‌تر از سایر حوزه‌ها مورد استقبال زنان روستایی قرار گرفته است. سابقه فعالیت اکثریت زنان روستایی (۶۹٪) کمتر از ۷ سال است و حدود ۲۰٪ از زنان مورد مطالعه نیز بیش از ۸ سال سابقه فعالیت در کسب و کار فعلی خود را دارند.

- ویژگی‌های شخصیتی زنان کارآفرین:

بر اساس یافته‌های پژوهش (جدول ۵)، میانگین رتبه‌ای ویژگی‌های شخصیتی زنان مورد مطالعه بالاتر از مقدار متوسط است. براین اساس، ویژگی‌های تعهد و مسئولیت‌پذیری، سخت‌کوشی، توفیق طلبی، اراده و پشتکار، تمایل به همکاری و کار گروهی، داشتن هدف مشخصی در زندگی، اعتماد به نفس و خودباوری، مهارت ارتباطی مناسب با دیگران و توانایی سازگاری با دیگران در سطح بالاتر و مطلوب‌تری نسبت به سایر ویژگی‌ها در زنان روستایی مشاهده شده است.

جدول ۵: توزیع فراوانی وضعیت اقتصادی زنان مورد مطالعه

اولین	تغییرات	انحراف معیار	میانگین رتبه‌ای	طیف لیکرت					سنجه‌ها	مقیاس
				خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم		
۳	۵۳٪	۲۲/۶۲	۵/۶۰	۳۶	۲۶	۵۳	۲	۰	فراوانی	تعهد و مسئولیت‌پذیری
				۳۰/۷۶	۲۲/۲۲	۴۵/۲۹	۱/۷	۰	درصد	
۶	۶۱٪	۲۶/۸۷	۵/۱۰	۴۱	۶۱	۱۵	۰	۰	فراوانی	سخت‌کوشی
				۳۵/۰۴	۵۲/۱۳	۱۲/۸۲	۰	۰	درصد	
۴	۴۰٪	۱۸/۱۸	۶/۵۰	۳۱	۳۶	۴۲	۶	۲	فراوانی	توفیق طلبی
				۲۶/۴۹	۳۰/۷۶	۳۵/۸۹	۵/۱۲	۱/۷	درصد	
۶	۵۲٪	۲۴/۴۵	۵/۱۰	۵۲	۴۵	۲۰	۰	۰	فراوانی	

اراده و پشتکار	درصد	۰	۰	۱۷/۰۹	۳۸/۴۶	۴۴/۴			
تمایل به همکاری و کار گروهی	فراوانی	۲۴	۴۰	۳۹	۱۱	۳	۴/۳۰	۱۶/۵۰	۳۷٪
	درصد	۲۰/۵۱	۳۴/۱۸	۳۳/۳۳	۹/۴۰	۲/۵۶			
داشتن هدف مشخصی در زندگی	فراوانی	۰	۰	۵	۳۵	۷۷	۵/۳۰	۳۳/۳۲	۷۷٪
	درصد	۰	۰	۴/۲۷	۲۹/۹۱	۶۵/۸۱			
اعتماد به نفس و خودباوری	فراوانی	۰	۳	۴۳	۶۲	۹	۶/۱۰	۲۷/۵۹	۶۲٪
	درصد	۰	۲/۵۶	۳۶/۷۵	۵۲/۹۹	۷/۶۹			
مهارت ارتباطی مناسب با دیگران	فراوانی	۲	۳	۶۱	۱۶	۳۵	۶/۶۰	۲۴/۸۸	۵۹٪
	درصد	۱/۷	۲/۵۶	۵۲/۱۳	۱۳/۶۷	۲۹/۹۱			
توانایی سازگاری با دیگران	فراوانی	۰	۰	۵۲	۴۹	۱۶	۵/۱۰	۲۵/۶۰	۵۲٪
	درصد	۰	۰	۴۴/۴	۴۱/۸۸	۱۳/۶۷			
تمایل به انجام کارها به شیوهای جدید	فراوانی	۰	۱	۳۹	۴۰	۳۷	۵/۳۰	۲۰/۹۳	۴۰٪
	درصد	۰	۰/۸۵	۳۳/۳	۳۴/۱۸	۳۱/۶۲			

* مقیاس: خیلی کم: ۱ کم: ۲ متوسط: ۳ زیاد: ۴ خیلی زیاد: ۵

منبع: نگارنده؛ ۱۴۰۳

- وضعیت اقتصادی زنان مورد مطالعه:

بر اساس یافته‌های پژوهش (جدول ۶)، سهولت دسترسی به دریافت وام برای زنان روستایی در حد متوسط به پایین بوده و برای اکثر آنها امکان دریافت آسان وام در حد خیلی کم وجود دارد. همچنین امکان دسترسی آسان به نیروی انسانی ماهر و مواد اولیه و نهاده‌های مورد نیاز برای اکثر افراد مورد مطالعه در حد متوسط فراهم است.

جدول ۶: توزیع فراوانی وضعیت اقتصادی زنان مورد مطالعه

اولویت	تغییرات	اثرات معیار	میانگین رتبه‌ای	طیف لیکرت					سنجه‌ها	مقیاس
				خیلی زیاد	زیاد	متوسط	۲	خیلی کم		
۵	۷۳٪	۳۰/۳۸	۵/۰۰	۷۶	۹	۲۳	۳	۶	فراوانی	استفاده از کمک‌های مالی
				۶۴/۹۵	۹/۶۹	۱۹/۶۵	۲/۵۶	۵/۱۲	درصد	دوستان و آشنایان
۳	۳۷٪	۱۴/۴۳	۵/۳۰	۲۳	۳۴	۱۹	۳۹	۲	فراوانی	دسترسی به تجهیزات و تکنولوژی مورد نیاز
				۱۹/۶۵	۲۹/۰۵	۱۶/۲۳	۳۳/۳۳	۱/۷۰	درصد	
۵	۵۱٪	۱۹/۴۲	۵/۰۰	۲۵	۳۰	۵۱	۱۱	۰	فراوانی	دسترسی آسان به نیروی انسانی
				۲۱/۳۶	۲۵/۶۴	۴۳/۵۸	۹/۴۰	۰	درصد	ماهر مورد نیاز
۶	۶۶٪	۲۶/۵۶	۴/۹۰	۹	۶۶	۳۲	۱۰	۰	فراوانی	دسترسی آسان به مواد اولیه و نهاده‌ها
				۹/۶۹	۵۶/۴۱	۲۷/۳۵	۸/۵۴	۰	درصد	
۱	۴۶٪	۲۰/۴۶	۵/۵۰	۰	۲۲	۴۲	۴۶	۷	فراوانی	استفاده از تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات
				۰	۱۸/۸۰	۳۵/۸۹	۳۹/۳۱	۵/۹۸	درصد	
۷	۵۹٪	۲۴/۶۳	۴/۶۰	۲۸	۵۹	۳۰	۰	۰	فراوانی	دسترسی به بازار عرضه خدمات و محصولات
				۲۳/۹۳	۵۰/۴۲	۲۵/۶۴	۰	۰	درصد	
۲	۵۹٪	۲۵/۵۴	۵/۴۰	۴۰	۱۱	۶۰	۱	۵	فراوانی	

				۳۴/۱۸	۹/۴۰	۵۱/۲۸	۰/۸۵	۴/۲۷	درصد	دسترسی به کانال‌های فروش محصولات
۴	٪۴۱	۱۶/۵۶	۵/۲۰	۲۳	۲۲	۱۰	۵۱	۱۱	فراوانی	وجود تقاضا برای محصولات تولیدی در منطقه
				۱۹/۶۵	۱۸/۸۰	۸/۵۴	۴۳/۵۸	۹/۴۰	درصد	
۸	٪۷۰	۲۹/۵۲	۴/۱۰	۷۰	۳۴	۱۳	۰	۰	فراوانی	میزان بهره‌مندی از سیستم حمل و نقل
				۵۹/۸۲	۲۹/۰۵	۱۱/۱۱	۰	۰	درصد	
* مقیاس: خیلی کم: اکم: ۲ متوسط: ۳ زیاد: ۴ خیلی زیاد: ۵										

منبع: نگارنده؛ ۱۴۰۳

- سطح کارآفرینی زنان روستایی:

در این پژوهش به منظور سنجش سطح کارآفرینی زنان روستایی از شاخص‌هایی نظیر رشد (اقتصادی) نوآوری در محصول و فرایند و اشتغالزایی در قالب ده گویه استفاده شده که میانگین رتبه‌ای متغیرهای تعیین کننده سطح کارآفرینی زنان روستایی بیان کننده آن است که تقریباً زنان مورد مطالعه از سطح کارآفرینی بالایی بهره‌مند نیستند. اطلاعات جدول (۷) وضعیت هر یک از شاخص‌های مورد استفاده برای سنجش سطح کارآفرینی زنان روستایی را نشان می‌دهد که به کارگیری روش‌های متنوع و جدید در توزیع و فروش و استفاده از ابزار و تکنولوژی جدید تولید در اولویت ۱ و ایجاد فرصت‌های شغلی در اولویت ۸ یعنی پایین‌ترین اولویت قرار دارد.

جدول ۷: اولویت‌بندی گویه‌های تعیین کننده سطح کارآفرینی زنان روستایی

اولویت	ضرب تغییرات	انحراف معیار	میانگین رتبه‌ای	طیف لیکرت					سنجه‌ها	متغیر
				خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم		
۵	٪۵۷	۲۲/۷۳	۵/۶۰	۲۶	۲۲	۶۰	۳	۶	فرآوانی	شناسایی و ورود به بازارهای جدید محصولات
				۲۲/۲۲	۱۸/۸۰	۵۱/۲۸	۲/۵۶	۵/۱۲	درصد	
۶	٪۵۲	۲۰/۱۰۸	۵/۴۰	۵	۵۷	۱۶	۲۵	۱۴	فرآوانی	رشد سطح درآمد
				۴/۲۷	۴۸/۷۱	۱۳/۶۷	۲۱/۳۶	۱۱/۹۶	درصد	
۸	٪۷۱	۲۹/۶۷	۴/۱۰	۷۱	۳۲	۱۴	۰	۰	فرآوانی	ایجاد فرصت‌های شغلی
				۶۰/۶۸	۲۷/۳۵	۱۱/۹۶	۰	۰	درصد	
۳	٪۳۹	۱۴/۶۰	۵/۸۰	۹	۲۱	۱۸	۴۸	۲۱	فرآوانی	جذب سرمایه و منابع گوناگون مالی
				۷/۶۹	۱۷/۹۴	۱۵/۳۸	۴۱/۰۲	۱۷/۹۴	درصد	
۴	٪۴۷	۱۸/۷۷	۵/۷۰	۲۴	۱۱	۵۵	۱۹	۸	فرآوانی	تولید و ارائه محصولات جدید و متنوع
				۲۰/۵۱	۹/۴۰	۴۷/۰۰	۱۶/۲۳	۶/۸۳	درصد	
۲	٪۲۸	۱۱/۶۵	۵/۹۰	۲۴	۸	۳۳	۳۶	۱۶	فرآوانی	استفاده از روش‌ها و شیوه‌های جدید تولید
				۲۰/۵۱	۶/۸۳	۲۸/۲۰	۳۰/۷۶	۱۳/۶۷	درصد	
۳	٪۴۵	۱۷/۵۳	۵/۸۰	۳۰	۲۳	۴۹	۱۱	۴	فرآوانی	افزایش سطح تولید و بهره‌وری سالانه
				۲۵/۶۴	۱۹/۶۵	۴۱/۸۸	۹/۴۰	۱۱/۹۶	درصد	
۱	٪۱۲	۱۷/۴۳	۶/۱۰	۱۲	۵۴	۲۰	۱۳	۱۸	فرآوانی	

				۱۰/۲۵	۴۶/۱۵	۱۷/۰۹	۱۱/۱۱	۱۵/۳۸	درصد	به کارگیری روش های متنوع و جدید در توزیع و فروش
۱	%۲۸	۱۲/۹۱	۶/۰۰	۳۲	۸	۳۰	۳۶	۱۱	فراوانی	استفاده از ابزار و تکنولوژی جدید تولید
				۲۷/۳۵	۶/۸۳	۲۵/۶۴	۳۰/۷۶	۹/۴۰	درصد	استفاده از شیوه های خلاق و متفاوت نسبت به کسب و کارهای مشابه
۷	%۴۳	۱۹/۰۶	۴/۸۰	۲۰	۴۱	۴۵	۹	۲	فراوانی	
				۱۷/۰۹	۳۵/۰۴	۳۸/۴۶	۷/۶۹	۱/۷۰	درصد	
* مقیاس: خیلی کم: ۱ کم: ۲ متوسط: ۳ زیاد: ۴ خیلی زیاد: ۵										

منبع: نگارنده؛ ۱۴۰۳

لذا به منظور طبقه بندی سطح کارآفرینی زنان روستایی از روش فاصله انحراف معیار از میانگین استفاده شد. در این روش، چگونگی تبدیل امتیازهای به دست آمده به چهار سطح به شرح زیر برآورد شده است:

$$A < \text{Mean} + \text{St.d} : A = \text{ضعیف}$$

$$\text{Mean} + \text{St.d} < B < \text{Mean} : B = \text{متوسط}$$

$$\text{Mean} < C < \text{Mean} + \text{St.d} : C = \text{خوب}$$

$$\text{Mean} + \text{St.d} < D : D = \text{عالی}$$

جدول (۸) توزیع فراوانی سطح کارآفرینی زنان روستایی منطقه مورد مطالعه را با توجه به امتیاز کسب شده نشان می دهد.

جدول ۸: توزیع فراوانی سطح کارآفرینی زنان روستایی منطقه مورد مطالعه

امتیاز	سطح کارآفرینی	فراوانی	درصد
کمتر از ۱۱/۱۱	ضعیف	۲۱	۱۷/۹۴
۱۱/۱۲ - ۱۶/۸۷	متوسط	۴۳	۳۵/۸۹
۱۶/۸۸ - ۲۱/۰۸	خوب	۱۹	۱۶/۲۳
بالاتر از ۲۱/۰۹	عالی	۳۴	۲۹/۰۵
مجموع		۱۱۷	%۱۰۰

منبع: نگارنده؛ ۱۴۰۳

بر اساس نتایج جدول (۸)، سطح کارآفرینی زنان منطقه مورد پژوهش با ۱۷/۹۴٪ ضعیف، و ۲۹/۰۵٪ عالی بوده است.

- همبستگی بین متغیرهای مستقل و سطح کارآفرینی:

برای تعیین رابطه همبستگی بین متغیرهای پژوهش از ضریب همبستگی اسپیرمن استفاده شد. نتایج حاصله بیان کننده آن است که بین متغیرهای ویژگی های فردی و وضعیت اقتصادی زنان روستایی با سطح کارآفرینی آنها رابطه

مثبت و معناداری در سطح ۱٪، وجود دارد. در واقع می‌توان بیان داشت که با اطمینان ۹۹٪، بالا بودن سطح ویژگی‌های فردی و بهبود وضعیت و شرایط اقتصادی زنان روستایی، افزایش سطح کارآفرینی آنها را به دنبال خواهد داشت. بر اساس نتایج به‌دست آمده، وضعیت و شرایط خانوادگی زنان روستایی بر سطح کارآفرینی آنها تأثیر معناداری داشته است. بعد از تعیین معنی‌داری و جهت رابطه، باید شدت رابطه ارزیابی شود. برای تفسیر شدت رابطه دومتغیر، تقسیم‌بندی‌های گوناگونی ارائه شده است. تقسیم‌بندی زیر یکی از آنهاست.

جدول ۹: شیوه تفسیر شدت رابطه در همبستگی پیرسون

شدت رابطه	تفسیر
۸/ تا ۱	رابطه بسیار قوی
۸/ تا ۶/	رابطه قوی
۶/ تا ۴/	رابطه متوسط
۴/ تا ۲/	رابطه کم (یا ضعیف)
صفر تا ۲/	فقدان رابطه یا رابطه ناچیز

منبع: میلر، ۱۳۸۰: ۲۹۹

در ادامه جدول (۱۰) ضرایب همبستگی بین سطح کارآفرینی و متغیرهای مستقل تحقیق را نشان می‌دهد.

جدول ۱۰: ضرایب همبستگی بین سطح کارآفرینی و متغیرهای مستقل

متغیر وابسته	متغیر مستقل	ضریب همبستگی (r)	سطح معناداری
کارآفرینی	ویژگی‌های فردی	۰/۶۸۸	۰/۰۰۰**
	وضعیت اقتصادی	۰/۴۲۰	۰/۰۰۰**
* معنادار در سطح ۵ درصد			
** معنادار در سطح ۱ درصد			

منبع: نگارنده؛ ۱۴۰۳

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

کارآفرینی فرایند ایجاد، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت به منظور تولید کالاها و خدمات‌های آتی همراه با صرف وقت، تلاش بسیار و پذیرش خطرهای مالی، روحی، اجتماعی برای به دست آوردن منابع مالی، رضایت شخصی و استقلال است. امروزه در نظریه‌های جدید توسعه روستایی از کارآفرینی روستایی به عنوان راهکاری مناسب برای توانمندسازی (به‌ویژه توانمندسازی زنان روستایی) و ظرفیت‌سازی در مناطق روستایی در جهت تغییر الگوی زندگی

کنونی، کاهش شکاف شهر و روستا، ایجاد برابری اقتصادی، اجتماعی، محیطی و نهادی یاد می‌شود. نتایج حاصل از پژوهش نشان می‌دهد که ویژگی‌های شخصیتی (فردی) زنان روستایی بر سطح کارآفرینی آنها تأثیرگذار بوده و رابطه مثبت و معناداری در سطح ۱٪ بین این دو متغیر وجود دارد ($r = 0.688$ ، $sig = 0.000$) که با پژوهش‌های مرادنژاد (۱۳۸۵)، مسعودنیا (۱۳۸۱)، ادلاج و همکاران (۲۰۰۷) و مولن هویز (۱۹۹۶) همخوانی دارد. همچنین بر اساس نتایج و معناداری همبستگی بین سطح کارآفرینی با متغیرهای شرایط اقتصادی ($r = 0.420$ ، $sig = 0.000$) چنین می‌توان برداشت کرد که وجود شرایط مطلوب‌تری از این متغیرها می‌تواند سطح کارآفرینی بالاتری را برای زنان به همراه داشته باشد. با توجه به نتایج به دست آمده، پیشنهاد می‌شود با تمهیداتی، امکان دسترسی آسان‌تر به شرایط و امکانات اقتصادی مورد نیاز کسب و کارهای زنان روستایی (مانند ابزار و تجهیزات، منابع مالی، مواد اولیه و نهاده‌ها و غیره) و ارائه تسهیلاتی برای تأمین منابع مالی لازم برای زنان کارآفرین از طریق تخصیص اعتباراتی با بهره کم در سیستم بانکی کشور و سایر مؤسسات اعتباری و نیز امکان سرمایه‌گذاری در کسب و کارهای پربازده و ایجاد امنیت سرمایه‌گذاری از طریق بیمه سرمایه و تولیدات زنان فراهم شود.

منابع

- احمدی، سنور؛ کوهستانی، حسین؛ یادآور، حسین؛ شعبانعلی فمی حسین، ۱۳۹۸؛ فراتحلیل عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، ۸ (۱)، ۳۸-۲۱.
- شاردردی، اسلام، ۱۳۹۵، عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی روستایی در حوزه گردشگری روستایی در چابهار، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه سیستان و بلوچستان. زاهدان.
- شهبازی، حسین رضا، ۱۴۰۰، واکاوی نقش کارآفرینی در توسعه روستایی، سومین همایش ملی توسعه پایدار روستایی در برنامه هفتم توسعه، ۱۲-۱.
- شهبازی، حسین رضا؛ تقی زادفانید، ابوالقاسم، ۱۴۰۲، کارآفرینی روستایی در محمودآباد خدابنده (زنجان): چشم اندازها و چالش‌ها، جغرافیا و روابط انسانی، ۶ (۲)، ۳۱۴-۲۹۸.

Arvind, T. and Ranjith, P.V., 2023, May. Women Entrepreneurship: Challenges and Solutions-An Exploratory Study. In *International Conference on Emerging Trends in Business and Management (ICETBM 2023)* (pp. 276-283). Atlantis Press.

Askun, B, Yıldırım, Nihan, 2011, "Insights on Entrepreneurship Education in Public Berman, W.H., 2019. Coaching C-suite executives and business founders. *Consulting Psychology Journal: Practice and Research*, 71(2), p.72.

- Brush, C., Ali, A., Kelley, D. and Greene, P., 2017. The influence of human capital factors and context on women's entrepreneurship: Which matters more?. *Journal of Business Venturing Insights*, 8, pp.105-113.
- Chamlou, N., Klapper, L. and Muzi, S., 2008. *The environment for women's entrepreneurship in the Middle East and North Africa*. World Bank Publications.
- Conca, F. J; Llopis, J & Tarç, J. J, (2004). Development of a measure to assess quality management in certified firms, *European journal of operational research*, (156): 683-697.
- Edwards, M., Davies, M., & Edwards, A. 2009. What are the external influences on information exchange and shared decision – making in healthcare consultations: a meta-synthesis of the literature. *Patient education and counseling*, 75(1): 37-52.
- Global Entrepreneurship Monitor .2022, Women's Entrepreneurship Report: From Crisis to Opportunity. London: GEM.
- Gurol, Y., & Atsan, N. 2006. Entrepreneurial Characteristics among University Students and Training in Turkey. *Education and training*, 48 (1), 25 -38. <https://doi.org/10.1108/00400910610645716>.
- Hoang, G., Le, T. T. T., Tran, A. K. T., & Du, T. 2020. Entrepreneurship education and entrepreneurial intentions of university students in Vietnam: The mediating roles of self-efficacy and learning orientation. *Education and Training*, 1–19. *Journal of Advance Research in Computer Science and Management Studies*, 1 (2), 28-37. <https://www.researchgate.net/publication/371574920>.
- Julian, S. D.; Justis, R. T. and Keels, J. K. , 2000, "SWOT, SWot, or swOT?: an exploration of the relative effect of the internal and external environments on organizational responses to a strategic issue". Available on: <http://www.sba.muohio.edu/management/mwAcademy/2000/31b.pdf>.
- Modiyani, R. 2022. *Women Entrepreneurship-Challenges & Opportunities*.
- Molema, L.M, Ndlovu-Hlatshwayo, E.N., Ebewo, P.E .2024, Entrepreneurial Coaching for the Development of Entrepreneurial Self-Efficacy in Women Entrepreneurs, *International Journal of Entrepreneurship and Business Development*, Volume 07, pp 238- 245.
- Moulick, A.G., Pidduck, R.J. and Busenitz, L.W., 2019. Bloom where planted: Entrepreneurial catalyzers amidst weak institutions. *Journal of Business Venturing Insights*, 11, p.e00127.

- Muhammed, Y. 2021. *Effect of Entrepreneurship Education and Subjective Norms on Entrepreneurial Intention: The Role of Attitude Towards Entrepreneurship and Perceived Social Support*. Ahmadu Bello University Zaria.
- Newman, A., Obschonka, M., Schwarz, S., Cohen, M. and Nielsen, I., 2019. Entrepreneurial self-efficacy: A systematic review of the literature on its theoretical foundations, measurement, antecedents, and outcomes, and an agenda for future research. *Journal of vocational behavior*, 110, pp.403-419.
- Nxopo, Z., 2014. *The role of government in empowering female entrepreneurs in the Western Cape, South Africa* (Doctoral dissertation, Cape Peninsula University of Technology).
- Patel, B., Chavda, K. 2013. Rural Entrepreneurship in India: challenge and problems. *International*
- Rudhumbu, N., Du Plessis, E.C. and Maphosa, C., 2020. Challenges and opportunities for women entrepreneurs in Botswana: revisiting the role of entrepreneurship education. *Journal of International Education in Business*, 13(2), pp.183-201.
- Shane, S., Venkataraman, S. , 2000, "The promise of entrepreneurship as a field of research", *Academy of Management Review*, 25: 217–226.
- Simarasl, N., Tabesh, P., Munyon, T.P. and Marzban, Z., 2022. Unveiled confidence: Exploring how institutional support enhances the entrepreneurial self-efficacy and performance of female entrepreneurs in constrained contexts. *European Management Journal*.
- Soleimani, M. and Kiaee, H., 2020. The socio-economic conditions of women in Iran. In *ECONOMIC EMPOWERMENT OF WOMEN IN THE ISLAMIC WORLD: Theory and Practice* .pp. 349-368.
- St-Jean, É., 2011. Mentor functions for novice entrepreneurs. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 17(1), pp.65-84.
- Suchitra & Pai .2022. A Systematic Review of Issues and Challenges Associated with Women Entrepreneurs. *International Journal of Management, Technology, and Social Sciences (IJMTS)*, 7(2), 548-571. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.7305053>
- Sukarsa I Made, Ananda Paramartha Ida Bagus, Cahyawan Anak Agung Ketut Agung, Wibawa Kadek Suar, 2020, Putu Gede Arya Sumertha Yasa, Ni Made Swasti Wulanyani, Ni Wayan Wisswani RESTI Journal (System Engineering and Information Technology) Vol. 4 No. 2, 243 – 253.

Tagha, E. S. 2024. *Moderating role of Entrepreneurial Networking on Entrepreneurial Orientation, Access to Finance and Performance of Women Owned MSMEs in Kaduna State Nigeria*. Ahmadu Bello University, Zaria.

Ukwueze, E. R. 2022. Women and entrepreneurship in Nigeria: What role does social inclusion play? *Journal of International Women's Studies*, 23(5), 41-62.

Universities In Turkey: Creating Entrepreneurs Or Not?", *Procedia Social and Behavioral Sciences*, PP. 663–676.

WeConnectInternational .2023. Creating Wealth, Jobs, and Community Through Women-Owned Businesses. Retrieved from

Zizile, T. and Tendai, C., 2018. The importance of entrepreneurial competencies on the performance of women entrepreneurs in South Africa. *Journal of Applied Business Research (JABR)*, 34(2), pp.223-236.

Zizile, T. and Tendai, C., 2018. The importance of entrepreneurial competencies on the performance of women entrepreneurs in South Africa. *Journal of Applied Business Research (JABR)*, 34(2), pp.223-236.

