

تحلیل عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان روستایی

احمد یعقوبی فرانی*

استادیار، گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه بوعلی سینا، همدان

عطیه سلیمانی

دانشجوی دکتری ترویج کشاورزی، دانشکده کشاورزی دانشگاه بوعلی سینا همدان

رضا موحدی

استادیار، گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی دانشگاه بوعلی سینا همدان

چکیده

این پژوهش با هدف شناسایی عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان روستایی استان همدان انجام شد. پژوهش از نوع کاربردی و توصیفی-همبستگی است که به روش پیمایشی و با استفاده از ابزار پرسشنامه اجرا شد. جامعه آماری پژوهش زنان روستایی کارآفرین استان همدان بودند که به تعداد ۱۱۷ نفر به صورت سرشماری بررسی شدند. روایی ابزار پژوهش با بهره‌گیری از نظرات کارشناسان بررسی شد و پایایی ابزار نیز با محاسبه میزان ضریب آلفای کرونباخ انجام شد که مقدار آن در قسمت‌های مختلف پرسشنامه بالاتر از $0/80$ محاسبه شد. یافته‌های پژوهش بیان‌کننده وجود رابطه معنادار بین ویژگی‌های شخصیتی، وضعیت اقتصادی و شرایط اجتماعی-فرهنگی زنان با سطح کارآفرینی آن‌ها و نیز نبود رابطه معنادار بین وضعیت خانوادگی و سطح کارآفرینی است. از بین سه متغیر وارد شده در رگرسیون، دو متغیر ویژگی‌های شخصیتی و وضعیت اقتصادی وارد معادله رگرسیون شد، همچنین بر مبنای نتایج تحلیل مسیر، متغیرهای وضعیت اقتصادی، ویژگی‌های شخصیتی و شرایط اجتماعی-فرهنگی زنان به ترتیب، بیش‌ترین تأثیرات را بر سطح کارآفرینی آن‌ها داشته و $40/7\%$ از تغییرات سطح کارآفرینی را تبیین کردند.

واژگان کلیدی

کارآفرینی؛ زنان؛ زنان روستایی؛ ویژگی‌های شخصیتی؛ عوامل اقتصادی اجتماعی

* نویسنده مسئول

تاریخ تصویب: ۱۳۹۳/۸/۰۴

تاریخ دریافت: ۱۳۹۲/۷/۳۰

مقدمه و بیان مسئله

امروزه در نظریه‌های جدید توسعه روستایی از کارآفرینی روستایی به‌عنوان راهکاری مناسب برای توانمندسازی 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. در عین حال کارآفرینی ابزاری مهم برای رسیدن به توسعه پایدار به شمار می‌رود (فرجی سبکبار و همکاران، ۱۳۹۰) و در متون توسعه، از کارآفرینی به‌عنوان بازسازماندهی و بازآرایش ساختار اقتصاد روستا نام برده می‌شود (افتخاری و سجاسی، ۱۳۸۹؛ به نقل از حیدری ساربان، ۱۳۹۱). کارآفرینان روستایی به دنبال شناسایی فرصت‌های جدید، نوآوری و خلاقیت در فعالیت‌های کشاورزی و غیر کشاورزی، کاربری اراضی و استفاده بهینه، متنوع و نوآورانه از منابع روستایی در جهت کسب سود بیش‌تر هستند (رضوانی و نجارزاده، ۱۳۸۷).

امروزه حضور زنان در بازار کار و مشارکت آن‌ها در فعالیت‌های اقتصادی-اجتماعی، به یکی از شناسه‌های مهم توسعه انسانی تبدیل شده است؛ زیرا فعالیت‌های اقتصادی زنان، پیوندی مستقیم با فقر و رفاه اجتماعی دارد (اخوان صراف و آراسته، ۱۳۸۶؛ به نقل از فیض، ۱۳۸۸). در برنامه‌های توسعه تلاش می‌شود تا افزون بر اینکه مشارکت زنان در بازار کار افزایش یابد، شرایط لازم برای توسعه و کارآفرینی زنان نیز فراهم شود تا زنان با پدید آوردن کسب‌وکار و فرصت‌های شغلی برای خود و دیگران، بتوانند مشکل کنونی جامعه را پایان بخشند (کولینگ و تیلور، ۲۰۰۱؛ به نقل از فیض، ۱۳۸۸). از طرفی، در تئوری‌های توسعه پایدار روستایی نیز، بر افزایش مشارکت و ایجاد فرصت‌های برابر به خصوص برای زنان روستایی، بسیار تأکید شده است (کرمی، ۱۳۹۰). نقش زنان روستایی در تحقق اهداف توسعه روستایی، نقشی انکارناپذیر است (بهویمایل و سامپا، ۲۰۰۵). زنان به‌عنوان یکی از عوامل غیرمشهود و نامرئی در اقتصاد کشاورزی، سهم عظیمی از کل نیروی انسانی مورد نیاز بخش کشاورزی در سطح جهان را تشکیل می‌دهند (خباززاده، ۱۳۹۰). آن‌ها نیرویی برای ایجاد تحول و منبعی بالقوه برای پیشبرد اقتصاد روستایی و افزایش هر چه بیش‌تر نرخ رشد تولید مواد غذایی هستند (صفری شالی، ۱۳۸۷). به منظور استفاده بهینه از توانایی‌های زنان و دستیابی به توسعه، کارگزاران و اقتصاددانان به دنبال ارائه الگویی هستند که نقش زنان را در توسعه همه‌جانبه به ویژه اقتصاد،



تقویت کند (آراستی، ۱۳۸۴). شواهد موجود نشان می‌دهد زنان در زمان کوتاهی توانسته‌اند با ورود به عرصه کسب و کار، تحولات عظیمی در توسعه اقتصادی کشورها ایجاد کنند. چنانچه آمارها نشان می‌دهد فعالیت‌های اقتصادی زنان، ۲۵ تا ۳۵٪ کل فعالیت‌های اقتصادی جهان را تشکیل می‌دهد (کانتور^۱، ۲۰۰۲).

کارآفرینی و اشتغال زنان روستایی ضمن افزایش درآمد خانواده، به واسطه کاهش تفاوت و شکاف موجود بین خانوارهای شهری و روستایی، صرفه‌جویی در هزینه‌های تولید محصولات زراعی و دامی، بهبود وضعیت سواد و بهداشت خانواده، تأمین هزینه‌های خانوار به عنوان سرپرست و نیز کاهش مهاجرت به شهرها می‌تواند زندگی روستایی و در نهایت کل جامعه را تحت تأثیر قرار دهد. بنابراین، شناسایی استعدادها و کارآفرینی روستاییان، به ویژه زنان روستایی و تلاش برای توسعه و تقویت کارآفرینی در فرایند توسعه روستایی از طریق فراهم کردن زمینه‌های اولیه آن، اهمیت ویژه‌ای دارد (میرترابی و حجازی، ۱۳۹۰).

زنان ۴۹/۱٪ از جمعیت کشور را تشکیل می‌دهند، در حالیکه نرخ مشارکت اقتصادی آن‌ها مطابق آخرین آمارهای موجود ۱۳/۴٪ است که با متوسط نرخ فعالیت اقتصادی زنان در فاصله بسیار زیادی دارد. تغییرات محسوسی در سهم زنان صاحب کسب و کار طی سال‌های اخیر مشاهده می‌شود و این سهم در طی یک دوره ۵ ساله از ۷۵ تا ۸۰، از ۲۲/۱٪ به ۲۷/۲٪ رسیده است که نشان‌دهنده موج حرکت زنان ایرانی در راه‌اندازی کسب و کار است. با توجه به پایین بودن میزان مشارکت اقتصادی زنان روستایی و ضرورت خوداشتغالی آن‌ها در جهت توسعه روستایی و رشد و توسعه اقتصادی کشور و نیز، باتوجه به سهم انکارناپذیر زنان روستایی و فعالیت‌های کارآفرینانه آن‌ها در تولید ملی و توسعه اقتصادی، برنامه‌ریزی برای خوداشتغالی و کارآفرینی زنان از مسائل مورد توجه دولت‌مردان و مسئولان کشور است و لذا ضروری است که شرایط مناسب برای این‌گونه فعالیت‌های زنان روستایی در ایران فراهم شود تا از این طریق، ضمن شکوفایی قابلیت‌ها و توانایی‌های آن‌ها، با ورود این قشر به عرصه کسب و کار، تحولات عظیمی در توسعه اقتصادی کشورها ایجاد شود. بر همین اساس و

1. Kantor

۲. مجموعه آمارهای جمعیتی کشور ۱۳۸۸

۳. نتایج آمارگیری نیروی کار ۱۳۸۸

به منظور شناخت و درکی جامع نسبت به زمینه‌ها و عوامل ایجاد و توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه زنان در نواحی روستایی، در پژوهش حاضر به طور دقیق مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار بر موفقیت زنان روستایی در کارآفرینی بررسی و تحلیل شد. به عبارتی پژوهش حاضر به دنبال پاسخگویی به این سؤال است که چه عواملی بر کارآفرینی زنان روستایی مؤثر بوده و میزان و نحوه تأثیرگذاری هر یک از این عوامل چگونه است؟ در این راستا تأثیر عوامل مهمی نظیر ویژگی‌های فردی و خانوادگی، شرایط اجتماعی- فرهنگی و شرایط اقتصادی بر کارآفرینی زنان روستایی بررسی شد.

یکی از شاخص‌های نوسازی اقتصادی ملی و توسعه اجتماعی، مشارکت زنان و نحوه ایفای نقش آن‌ها در ساختارهای اقتصادی است. زنان به‌ویژه در مناطق روستایی نقش عمده‌ای در تولید محصولات گوناگون زراعی و دامی بر عهده دارند. میزان مشارکت زنان روستایی در بخش کشاورزی کشورهای توسعه‌یافته، به دلیل مکانیزاسیون، کاهش یافته است، اما سهم آن‌ها در افزایش درآمد کشورهای خود ملاحظه‌پذیر است. در کشورهای درحال توسعه این میزان افزایش داشته است (معروفی، ۱۳۸۳). به باور کارشناسان، زنان به لحاظ توانایی‌های خود می‌توانند بر جریان‌ات توسعه در جوامع، اثرگذار بوده و امروزه میزان و نقش مشارکت‌های زنان از نشانه‌های اصلی موفقیت یا شکست سیاست‌های توسعه‌ای به شمار می‌رود (عباسی، ۱۳۸۸).

با توجه به اینکه تداوم حیات اقتصادی و اجتماعی روستاها، در گرو کشف و احیاء منابع و سرمایه‌های مادی و معنوی آن‌ها است (پترین، ۱۳۸۱)، شناسایی استعدادها و کارآفرینی روستاییان، به ویژه زنان روستایی و تلاش برای توسعه و تقویت کارآفرینی در فرایند توسعه روستایی از طریق فراهم کردن زمینه‌های اولیه آن، اهمیت ویژه‌ای دارد (میرترابی و حجازی، ۱۳۹۰). براین اساس، یکی از راهبردهای بلند مدت توسعه کارآفرینی روستایی، توجه به زنان روستایی و فراهم کردن زمینه‌هایی برای توانمندسازی آن‌ها است (بهرامی، ۱۳۸۳). در راستای توانمندسازی، ظرفیت‌سازی و افزایش زمینه فعالیت‌های کارآفرینانه زنان در روستاها، ضرورت دارد عوامل و زمینه‌های تأثیرگذار بر کارآفرینی زنان روستایی در جهت بهبود وضعیت آن‌ها، بررسی شود تا از این طریق، اقدامات لازم انجام شود.

برای توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه، علاوه بر مساعد بودن عوامل محیطی و ساختاری،



تقویت ویژگی‌های روان‌شناختی افراد برای گرایش به کارآفرینی نیز ضروری است. کوراتکو و هاجتس (۲۰۰۱) اظهار می‌دارند که کارآفرینی تابعی از کارآفرین است. لذا، بررسی خصوصیات کارآفرینان به بالا رفتن درک کارآفرینی کمک خواهد کرد. مولن هویز^۱ (۱۹۹۶) نیز در مطالعه خود به این نتیجه دست یافت که برای برقراری پیوند منطقی بین کشاورزی و توسعه اقتصادی ملی به کمک افرادی نیاز است که با ویژگی‌های خاص خود، بین این دو رابطه برقرار کنند. او از این افراد به عنوان کارآفرین کشاورزی یاد می‌کند. بنابراین، بر مبنای نتایج این مطالعه می‌توان به اهمیت ویژگی‌ها و گرایش‌های فردی و ویژگی‌های شخصیتی در توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی پی برد. در زمینه خصلت‌ها و ویژگی‌های تأثیرگذار بر کارآفرینی، مطالعات متعددی انجام شده است و بررسی ویژگی‌های افراد کارآفرین نشان می‌دهد این افراد خصلت‌هایی دارند که شناسایی این خصلت‌ها فراهم‌کننده زمینه لازم در تقویت و توسعه کارآفرینی میان سایر افراد جامعه خواهد بود. برخی از این خصلت‌ها عبارت هستند از: تحمل ریسک (بدری و همکاران، ۱۳۸۵؛ شاهرکنی، ۱۳۸۴)، فرصت‌گرا بودن، از خودگذشتگی، میل به پیشرفت و توفیق‌طلبی (شریف‌زاده و زمانی، ۱۳۸۵)، هدف‌گرا بودن (شاهرکنی، ۱۳۸۴)، خوش‌بینی، آینده‌نگر بودن (مفاخری، ۱۳۸۶)، رقابت‌مندی، قدرت تحمل (شریف‌زاده و زمانی، ۱۳۸۵)، کنترل محیط بیرون، انگیزش، مصمم بودن، اعتماد به نفس، نتیجه‌گرا بودن، خلاقیت و نوآوری، قدرت‌طلبی، استقلال‌طلبی (مفاخری، ۱۳۸۶).

زنان در مقایسه با مردان، بعد از ازدواج، تمایل به فعالیت‌های کارآفرینانه دارند. دلایل متعدد در این زمینه وجود دارد که مهم‌ترین آن‌ها شرایط شخصی و خانوادگی آن‌هاست (کاوالاین و آرنیوس^۲، ۲۰۰۶). گلرد (۱۳۸۸) در پژوهشی، نیازهای اقتصادی خانواده را مهم‌ترین عامل در ورود زنان به کارآفرینی می‌داند و بعد از آن، خانواده کارآفرین، حمایت عاطفی خانواده، فوت همسر، متارکه، حمایت مالی و در نهایت حمایت شبکه‌ای خانواده را به عنوان عوامل مهم و تأثیرگذار در توسعه کارآفرینی زنان بیان می‌کند.

پژوهشگران کارآفرینی معتقد هستند که کارآفرینی فرایندی پیچیده است و به میزان زیادی تحت تأثیر محیط و زمینه قرار دارد. در این راستا، محیط بر فرد اثر گذاشته و باعث بروز رفتار

-
1. Molenhuis
 2. Kavalainen & Arenius

کارآفرینانه در افراد می‌شود (ویکلاند و شفرد، ۲۰۰۵). محیط کارآفرینی ترکیبی از عواملی است که در توسعه کارآفرینی نقش دارند. عوامل کلان اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و سیاسی که در تمایل و توانایی افراد در انتخاب فعالیت‌های کارآفرینی مؤثر هستند. همچنین دسترسی به تسهیلات و خدمات حمایتی که فرایند راه‌اندازی را تسهیل می‌کنند (نیاوالی و فوگل، ۱۹۹۴ به نقل از آراستی، ۱۳۸۵). پژوهش‌های کارآفرینی نشان داده است که عوامل و شرایط محیطی مثل عوامل فرهنگی - اجتماعی، قانونی، سیاسی و فناوری تأثیر مثبت یا منفی بر توسعه کارآفرینی دارند (دیکینز و فریل، ۲۰۰۳؛ هیسریچ و درنوسک^۱، ۲۰۰۲). بنا به اعتقاد کالورید و آبلج^۲، درک یک محیط حمایتی و پر منبع در تصمیم کارآفرینان برای پیگیری فرصت‌ها، بسیار حیاتی است (لین و همکاران، ۲۰۰۶).

یکی از این ابعاد بسیار مهم محیط، بعد فرهنگی و ارزشی است. ابعاد فرهنگی و ارزشی هم خود بر فعالیت‌های کارآفرینانه تأثیر مستقیم می‌گذارند و هم اینکه به واسطه دیگر عوامل، تأثیری غیر مستقیم دارند. فرهنگ در بحث کارآفرینی مقوله مهمی است، زیرا نگرش افراد را نسبت به کارآفرینی مشخص می‌کند. بر طبق نظر جونیت و وارنر^۳ اگر فرهنگی، ارزش‌های طرفدار کارآفرینانه داشته باشد، مرکز رشدی برای کارآفرینی خواهد بود. معکوس آن نیز درست است (موریسون، ۲۰۰۰). «ژوزف مک گوایر»^۴ نقش کارآفرینی در جوامع مختلف را با توجه به تنوع فرهنگی متفاوت می‌داند و به نظر او منابع طبیعی و سرمایه نقدی، ممکن است یکسان باشد، اما آنچه باید در درک تفاوت رفتار، مورد توجه قرارداد، عواملی همچون عقاید اجتماعی، هنجارها، پاداش رفتارها، آرمان‌های فردی و ملی و مکاتب دینی است. بنابراین، اگرچه کارآفرینان، ارزش‌ها و باورهای متمایز از افراد جامعه دارند، ولی فرهنگ کارآفرینی متأثر از فرهنگ حاکم بر جامعه است (سلجوقی، ۱۳۸۸). صرف‌نظر از کلیه عوامل مؤثر بر کارآفرینی، هر فرد کارآفرین در یک زمینه اجتماعی مشغول فعالیت است و فعالیت کارآفرینانه خویش را در قالب اجتماع ایفا می‌کند، لذا عوامل اجتماعی از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر هر

-
1. Histrich & Drnovsek
 2. Kolveried & Obloj
 3. Joynt & Warner
 4. J. McGuire



فعالیت کارآفرینانه فردی و گروهی است. همچنین هنجارها و ارزش‌های زندگی اجتماعی بخشی از ساختار آگاهی‌های افراد را تشکیل می‌دهد، چنانچه در جوامعی که شروع کارهای جدید و نوآورانه مرسوم نبوده است، افراد کارآفرینی کم‌تری در مقایسه با جوامعی داشته‌اند که افراد درآمد خود را از فعالیت‌های خوداشتغالی به دست می‌آورند (رونینگ و جانگرن^۱، ۲۰۰۷). از طرفی، قرار نگرفتن فرد در جایگاه اجتماعی مورد انتظارش سبب می‌شود تا فرد به سوی فعالیت‌های کارآفرینانه برانگیخته شود. مطالعات نشان می‌دهد که هیچ یک از متغیرهای قدرت، جایگاه، رتبه و سمت، به تنهایی برای ایجاد انگیزه در فرد برای کارآفرین شدن کافی نیست. اما هنگامی که بین جایگاه اجتماعی فرد و انتظارش فاصله باشد، به سوی رفتارهایی متفاوت برانگیخته می‌شود (قربانی، ۱۳۸۹).

در سال‌های اخیر، یکی از محورهای عمده در پژوهش‌های مرتبط با کارآفرینی، بررسی عوامل تأثیرگذار بر انجام دادن فعالیت‌های کارآفرینانه از سوی زنان بوده و پژوهشگران بسیاری به مطالعه در این حوزه اقدام کرده‌اند. با مروری بر مباحث نظری و مطالعات تجربی در زمینه کارآفرینی زنان می‌توان دریافت که حضور زنان در بازار کار برحسب شرایط محیطی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی هر کشور متفاوت است و به عوامل گوناگون از جمله مشارکت زنان، اندازه و سیاست‌های دولت، توزیع درآمد و هزینه خانوار، نرخ بیکاری، شرایط محیطی خانواده، میزان سواد و سایر عوامل فرهنگی و اجتماعی بستگی دارد. براین اساس، پژوهش حاضر در راستای بررسی تأثیر عوامل فردی، خانوادگی، اقتصادی و اجتماعی - فرهنگی بر کارآفرینی زنان روستایی انجام شد.

با افزایش چشمگیر نقش زنان در فعالیت‌های اقتصادی و ظهور زنان کارآفرین، پژوهش‌های زیادی با تمرکز بر کارآفرینی زنان در مناطق شهری و روستایی انجام شده است. بر اساس مبانی نظری و مطالعات انجام شده در این حوزه، عوامل متعددی بر کارآفرینی زنان روستایی تأثیرگذار هستند که طبیعتاً مطالعه همه آن‌ها در یک پژوهش میسر نیست؛ از این رو در این پژوهش، تأثیر عوامل فردی و خانوادگی، اجتماعی - فرهنگی و اقتصادی بررسی شد که در این بخش برخی از مهم‌ترین نتایج پژوهش‌های انجام شده درباره این عوامل به تفکیک مرور می‌شود:

الف) عوامل فردی

بر مبنای نتایج پژوهش‌های انجام شده، می‌توان ویژگی‌های فردی را از مؤثرترین عوامل در فرایند راه‌اندازی و توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه دانست. در این زمینه می‌توان به پژوهش ادلاجا و همکاران (۲۰۰۷) اشاره کرد که در آن به تأثیر مثبت برخی ویژگی‌های شخصیتی نظیر مخاطره‌پذیری، نیاز به توفیق، وجود مرکز کنترل و... بر تسهیل و تسریع فرایند توسعه کارآفرینی کشاورزی تأکید شده است. بر اساس بررسی کیگوندو (۲۰۰۲)، ویژگی‌های شخصیتی فرد کارآفرین را می‌توان به چهار گروه عمده شامل ویژگی‌های جمعیت‌شناختی، ویژگی‌های روان‌شناختی، ویژگی‌های رفتار حرفه‌ای و شایستگی‌های اساسی تقسیم کرد. مسعودنیا (۱۳۸۱) در ارزیابی رویکردهای شخصیتی و تأثیر آن بر کارآفرینی، مجموعه‌ای از متغیرهای روان‌شناختی مانند خودکار بودن، احساس مثبت نسبت به دیگران، رهبری، مسئولیت‌پذیری، پشتکار، انرژی، ریسک‌پذیری، استقلال، منبع کنترل، عزت نفس و انگیزه پیشرفت را به عنوان عوامل متمایز کارآفرینان از غیرکارآفرینان معرفی کرده است. مراندزادی (۱۳۸۵) نیز در مطالعه خود دریافت که ویژگی‌های روان‌شناختی کارآفرینان، دسترسی آن‌ها به منابع، میزان مهارت‌های بازاریابی و نیز علاقه آن‌ها به کشاورزی تأثیر مثبتی بر توسعه کارآفرینی در واحدهای تولیدی کشاورزی دارد. در پژوهش دیگری، گلرد (۱۳۸۴) ویژگی‌های فردی را یکی از چهار دسته عوامل مهم و مؤثر در توسعه کارآفرینی زنان، در کنار عواملی نظیر عوامل سازمانی، شبکه‌ای و محیطی معرفی کرد. همچنین به عقیده ایشان، انگیزه‌ها و اهداف زنان کارآفرین، یکی از عوامل مهم و مؤثر در روند توسعه کارآفرینی توسط آن‌ها است.

ب) عوامل خانوادگی

شرایط و ویژگی‌های نظام خانواده و نحوه تأثیرگذاری آن بر تمایلات و رفتارهای کارآفرینانه، از دیگر عواملی است که مورد توجه محققان زیادی قرار گرفته است. این موضوع به‌ویژه برای کارآفرینی زنان با توجه به تأثیرپذیری بیش‌تر کسب و کارهای آن‌ها از شرایط و ویژگی‌های خانوادگی، از اهمیت بیش‌تری بهره‌مند است. بر اساس نظریه ویلیام بایگرو (۱۹۹۴) تصمیم‌گیری یا فقدان تصمیم‌گیری برای ورود به کسب و کار و تعقیب ایده کارآفرینی به عواملی نظیر شرایط کودکی، وضعیت نظام خانواده، دوستان، الگوی نقش و وضعیت اقتصادی تجارب قبلی بستگی دارد (احمدپورداریانی، ۱۳۸۳). ارهان و اسکات (۲۰۰۱) نیز در نظریه خود



عوامل انگیزشی محیطی مؤثر در کارآفرینی زنان را به دو دسته عوامل کششی و رانشی تقسیم می‌کنند که بر این اساس، عوامل رانشی به نیازهایی مانند کافی نبودن درآمد خانواده، بیکاری، فقدان رضایت شغلی و انتخاب مشاغل قابل انعطاف به علت تعهدات خانوادگی اشاره داشته و این عوامل سبب ورود زنان به کسب و کار می‌شود.

بر مبنای برخی پژوهش‌ها، وضعیت مالی خانواده بر کیفیت اشتغال زنان در بازار کار مؤثر است (ناکوی و شهناز، ۲۰۰۲). درباره تأثیر شرایط خانواده بر کارآفرینی زنان، گلرد (۱۳۸۸) شرایط و نیازهای اقتصادی خانواده را مهم‌ترین عامل در ورود زنان به کارآفرینی دانسته و سپس به شرایط خانواده کارآفرین، حمایت مالی و عاطفی خانواده، و در نهایت حمایت شبکه‌ای خانواده به عنوان سایر عوامل مهم و تأثیرگذار در توسعه کارآفرینی زنان اشاره می‌کند. موریس و لويس (۱۹۹۵) نیز معتقد هستند که پیشینه خانواده، قرار گرفتن در معرض کسب و کار دیگران و تجربه قبلی در زمینه کارآفرینی می‌تواند در نگرش افراد نسبت به کارآفرینی، تأثیرگذار باشد.

ج) عوامل اقتصادی

با توجه به نقش عوامل و شرایط اقتصادی در روند راه‌اندازی و توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه، عامل اقتصادی یکی از موضوعات مورد تأکید در پژوهش‌های مرتبط با عوامل تأثیرگذار بر کارآفرینی است. این موضوع به‌ویژه در کارآفرینی روستایی به دلیل برخی محدودیت‌ها در شرایط اقتصادی محیط روستا اهمیت بیش‌تری دارد. در این زمینه رکن‌الدین‌افتخاری و همکارانش (۱۳۸۸) در پژوهشی در محیط‌های روستایی به این نتیجه رسیدند که توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی نیازمند توجه مؤثر به عوامل اقتصادی است. آن‌ها در پژوهش خود پی بردند که برای توسعه کارآفرینی کشاورزی در مناطق روستایی مهم‌ترین عامل تأثیرگذار، عامل اقتصادی است و از بین متغیرهای اقتصادی نیز داشتن سرمایه مالی کافی در راه‌اندازی کسب و کار را می‌توان مهم‌ترین عامل دانست.

فلاح جلودار و همکارانش (۱۳۸۶) نیز در پژوهش خود در استان‌های شمالی کشور دریافتند که حمایت‌های مالی و اعتباری و سیاست‌های دولت در ارائه تسهیلات بانکی، یکی از مهم‌ترین عوامل در موفقیت زنان کارآفرین روستایی است. گلستانی و همکاران (۱۳۸۹) در پژوهش خود به این نتیجه دست یافتند که عوامل اقتصادی در کنار عوامل آموزشی و فرهنگی

می‌تواند روند توسعه کارآفرینی زنان و دختران را تسریع کند. در این پژوهش اهتمام و توجه دولت به عوامل اقتصادی به‌عنوان مهم‌ترین گام در مسیر توسعه کارآفرینی زنان معرفی شده است. در کشور سنگاپور نیز تانگ و یو (۱۹۹۵) در مطالعه‌ای دریافتند که رویه‌ها و سیاست‌های اقتصادی دولت و حمایت‌های مالی از ایجاد کسب و کار، عامل مؤثری در توسعه کارآفرینی است. تیجی و ویکری (۱۹۹۸) نیز در پژوهشی توسعه کارآفرینی را متأثر از رویه‌ها و سیاست دولت و شرایط اجتماعی- اقتصادی دانستند. از طرفی پاگز و مارکلی (۲۰۰۴) وجود منابع سرمایه‌ای متنوع، فرهنگ مشوق، شبکه‌های کارآفرینان و زیرساخت‌های حمایتی دولت را چهار عامل کلیدی مؤثر بر کارآفرینی گروهی دانسته‌اند.

د) عوامل اجتماعی - فرهنگی

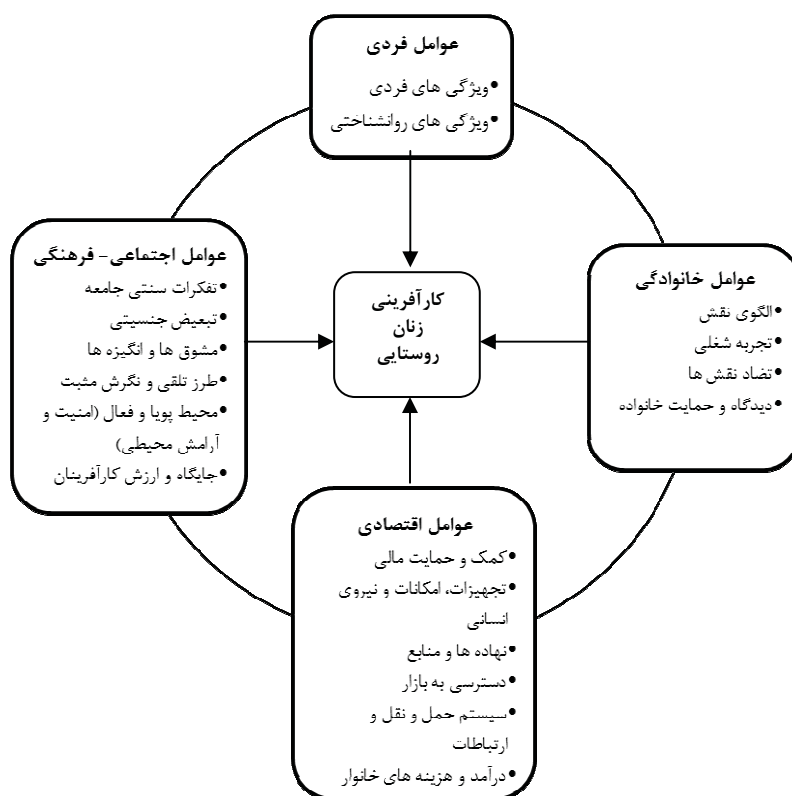
در زمینه تأثیر شرایط فرهنگی اجتماعی بر روند توسعه کارآفرینی، می‌توان به مطالعات کوالکانتی و تاواریس^۱ (۲۰۰۵) و وندریک^۲ (۲۰۰۰) اشاره کرد که در آن‌ها نقش عوامل فرهنگی- اجتماعی و آداب و سنن هر کشور در نرخ مشارکت زنان در بازار کار مورد تأکید قرار گرفته است. در همین زمینه جواهری و قضاتی (۱۳۸۳)، در مطالعه خود به این نتیجه رسیدند که نابرابری‌های جنسیتی موجود در جامعه ایران، به‌عنوان یک موضوع اجتماعی و فرهنگی از قابلیت کارآفرینی زنان می‌کاهد. همچنین بر مبنای نتایج این تحقیق، برخی باورهای کلیشه‌ای، ناهماهنگی انتظارات و نقش‌ها و نیز برخی مناسبات فرهنگی اجتماعی حاکم بر فضای جامعه، محدودکننده کارآفرینی زنان است. نتایج پژوهش آراستی (۱۳۸۵) در زمینه بررسی عوامل فرهنگی- اجتماعی مؤثر در راه‌اندازی فعالیت‌های اقتصادی کارآفرینان توسط زنان دانشگاهی ایران نشان داد که اکثر زنان کارآفرین ایرانی مورد حمایت اطرافیان خود قرار گرفته و این نگرش مثبت و موافق اطرافیان به زن کارآفرین، مهم‌ترین عامل تقویت‌کننده در ایجاد کسب و کار توسط آن‌ها بوده است.

بر اساس آنچه از مباحث نظری پژوهش و نتایج مطالعات انجام شده درباره تأثیر عوامل فردی، خانوادگی، اجتماعی- فرهنگی و اقتصادی در روند توسعه کارآفرینی زنان روستایی ذکر

-
1. Cavalcant & Tavares
 2. Vendrik



شد، مدل مفهومی پژوهش به شکل زیر، در برگیرنده عوامل مذکور و مهم‌ترین متغیرهای مربوط به هر یک از آنها، ارائه شد.



شکل ۱: مدل مفهومی تحقیق

روش پژوهش

پژوهش حاضر از لحاظ هدف، کاربردی و به لحاظ تجزیه و تحلیل داده‌ها، توصیفی-همبستگی 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 کسب‌شده از سازمان‌ها و مراکز ذیربط، ۱۳۵ نفر به عنوان زنان کارآفرین فعال در مناطق روستایی استان همدان 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 استان همدان در سال ۱۳۹۱، به صورت تمام شماری بررسی شدند. پرسشنامه، ابزار اصلی برای جمع‌آوری اطلاعات در پژوهش حاضر بود که به منظور اطمینان از درک سؤالات آن از سوی افراد مورد مطالعه و بالا بردن دقت و صحت نتایج به دست آمده، گردآوری داده‌ها به صورت مراجعه حضوری به تک تک نمونه‌ها و مصاحبه با آن‌ها برای تکمیل پرسشنامه‌ها انجام شد. پرسشنامه مورد استفاده را نویسندگان تهیه و تنظیم کردند. برای معتبرسازی پرسشنامه پژوهش، از رویه استخراج اجزای متغیرهای مورد اندازه‌گیری از ادبیات و پیشینه موضوعی تحقیق و آنگاه بومی‌سازی آن با بهره‌گیری از نظریات متخصصان و نیز نمونه‌ای مقدماتی در قالب پیش‌آزمون استفاده شده است (ساروخانی، ۱۳۸۶؛ سرمد و همکاران، ۱۳۸۹؛ حالت و فرل، ۱۹۹۷). بدین منظور، پرسشنامه طراحی شده، ابتدا در اختیار متخصصان و اساتید صاحب‌نظر و همچنین کارشناسان جهاد کشاورزی قرار گرفت و پس از اخذ نظریات اصلاحی و تعدیل برخی موارد، مرحله پیش‌آزمون پرسشنامه در یکی از شهرستان‌های استان به عنوان نمونه مقدماتی انجام شد. بر اساس نتایج به دست آمده از مرحله پیش‌آزمون، نواقص احتمالی پرسشنامه در حین تکمیل آن توسط زنان روستایی کارآفرین شناسایی شد و طبق نظریات اصلاحی این گروه نیز از مرتبط بودن سؤالات با توجه به جامعه آماری مورد مطالعه اطمینان حاصل شد. یکی از روش‌های موجود به منظور تعیین قابلیت اعتماد (پایایی) ابزار اندازه‌گیری، روش سنجش سازگاری درونی آن است (کونکا و همکاران، ۲۰۰۴). سازگاری درونی ابزار اندازه‌گیری می‌تواند با ضریب آلفای کرونباخ اندازه‌گیری شود (کلانتری، ۱۳۸۷؛ سرمد و همکاران، ۱۳۸۹) که پایایی پرسشنامه در این تحقیق با مقدار ضریب آلفای کرونباخ برای بخش‌های مختلف پرسشنامه، شامل ویژگی‌های شخصیتی ۰/۸۱، وضعیت خانوادگی ۰/۷۷، وضعیت اقتصادی ۰/۸۷، شرایط اجتماعی- فرهنگی ۰/۸۸ و سطح کارآفرینی زنان روستایی ۰/۸۰ تأیید شد. مهم‌ترین متغیرهای مستقل مورد بررسی در پژوهش حاضر ویژگی‌های شخصیتی، وضعیت خانوادگی، وضعیت اقتصادی و شرایط اجتماعی- فرهنگی زنان روستایی



کارآفرین هستند که گویه‌های مورد استفاده برای بررسی این متغیرها بر اساس سوابق پژوهشی پژوهش تعیین شد. متغیر وابسته نیز، سطح کارآفرینی در کسب و کارهای زنان روستایی بود که بر مبنای پژوهش‌های انجام شده در این زمینه (از جمله مطالعات لرنر و همکاران، ۱۹۹۷؛ مقیمی، ۱۳۸۳؛ گلرد، ۱۳۸۴، انصاری و سلمانی زاده، ۱۳۸۸؛ فرجی سبکیار و همکاران، ۱۳۹۰)، در قالب سه معیار ایجاد (ایجاد یک یا چند کسب و کار، خرید سهام)، رشد (فروش، سود، رشد در منابع انسانی) و نوآوری (در محصول و خدمات، روش، فرایند و فناوری تولید، بازار و روش‌های بازاریابی، توزیع و فروش، جذب منابع مالی جهت سرمایه‌گذاری اولیه یا توسعه سرمایه موجود) و با توجه به سطح فعالیت و کسب و کار زنان روستایی استان به‌وسیله ۱۰ گویه، ارزیابی شد. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده در دو سطح آمار توصیفی و استنباطی از نرم افزار *spss 16* 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 از تحلیل رگرسیون و برای تعیین سهم هر متغیر در تبیین متغیر وابسته و تعیین میزان اثرات مستقیم و غیر مستقیم یا بی‌اثری متغیرهای مورد مطالعه در این پژوهش، روش تحلیل مسیر به کار گرفته شد.

یافته‌های پژوهش

با توجه به یافته‌های پژوهش، سن زنان روستایی مورد بررسی بین ۱۸ - ۶۰ سال متغیر است که در این رابطه، بیش‌ترین فراوانی مربوط به افراد ۲۶ - ۳۵ سال است. میزان تحصیلات ۵۶٪ افراد مورد مطالعه، راهنمایی و پایین‌تر از راهنمایی است و ۴۴٪ از افراد مورد مطالعه نیز تحصیلات دبیرستانی و بالاتر دارند. کسب و کار زنان روستایی مورد مطالعه در زمینه‌های کشاورزی، دامداری، صنایع دستی، صنایع تبدیلی و خدماتی است که حوزه دامداری (۳۰/۸٪) و کشاورزی (۲۰/۵٪) بیش‌تر از سایر حوزه‌ها مورد استقبال زنان روستایی قرار گرفته است. سابقه فعالیت اکثریت زنان روستایی (۷۶٪) کم‌تر از ۶ سال است و حدود ۲۰٪ از زنان مورد مطالعه نیز بیش از ۷ سال سابقه فعالیت در کسب و کار فعلی خود را دارند. بر اساس یافته‌های پژوهش، کسب و کار اکثریت زنان روستایی مورد مطالعه به صورت شخصی است. اکثریت زنان روستایی مورد مطالعه، بدون الگوگیری از اشخاص موفق در حوزه کسب و

کار فعلی، کار خود را شروع کرده‌اند. میزان رضایت اکثر افراد مورد مطالعه از وضعیت اقتصادی گذشته خود (قبل از راه‌اندازی کسب و کار فعلی)، در حد متوسط بوده و ۴۰٪ افراد نیز رضایت خود را از وضعیت اقتصادی گذشته خود در حد کم و خیلی کم بیان کرده‌اند. بر اساس یافته‌های پژوهش، تنها حدود ۴۴٪ از افراد مورد مطالعه، سابقه فعالیت در شغل دیگری را پیش از شروع کسب و کار فعلی خود داشته‌اند. میزان رضایت زنان از شغل قبلی خود در افرادی که دارای چنین تجربه‌ای پیش از شروع کسب و کار فعلی خود بوده‌اند، در حد متوسط بوده است.

یافته‌های حاصل از پژوهش بیان‌کننده این است که درآمد افراد مورد مطالعه به طور میانگین، ۲۱٪ از درآمد خانواده را تشکیل می‌دهد. همچنین، درباره اکثر افراد مورد مطالعه، درآمد حاصل از کسب و کار، در حد خیلی کم می‌تواند تأمین‌کننده هزینه‌های خانواده باشد. طبق یافته‌های پژوهش، حدود ۴۴٪ از افراد مورد مطالعه، تاکنون برای کسب و کار فعلی خود، وام دریافت کرده‌اند. به طور میانگین، سهم وام در تأمین سرمایه مورد نیاز برای شروع کار در افراد مورد مطالعه، تنها ۲۲٪ و سهم پس‌انداز شخصی، ۷۸٪ بوده است.

ویژگی‌های شخصیتی زنان کارآفرین:

بر اساس یافته‌های پژوهش، 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. اطلاعات جدول ۱ وضعیت ویژگی‌های شخصیتی مورد نیاز برای کارآفرینی را در زنان مورد بررسی نشان می‌دهد.



جدول ۱: اولویت‌بندی ویژگی‌های شخصیتی

اولویت	ضریب تغییرات	انحراف معیار	میانگین رتبه‌ای*	ویژگی‌ها
۱	۰/۱۰۷	۰/۵۱۵	۴/۷۶	تعهد و مسئولیت‌پذیری
۲	۰/۱۰۴	۰/۴۹۴	۴/۷۴	سخت‌کوشی
۳	۰/۰۹۸	۰/۴۶۳	۴/۶۹	کسب موفقیت در کار و زندگی (توفیق طلبی)
۴	۰/۱۲۹	۰/۵۹۷	۴/۶۲	اراده و پشتکار
۵	۰/۲۲۲	۰/۹۰۹	۴/۰۹	تمایل به همکاری و کار گروهی
۶	۰/۱۶۵	۰/۶۷۳	۴/۰۵	داشتن هدف مشخصی در زندگی
۷	۰/۲۰۰	۰/۸۱۲	۴/۰۵	اعتماد به نفس و خودباوری
۸	۰/۱۳۱	۰/۵۳۱	۴/۰۴	مهارت ارتباطی مناسب با دیگران
۹	۰/۱۴۳	۰/۵۷۲	۴/۰۰	توانایی سازگاری با دیگران
۱۰	۰/۱۹۰	۰/۷۵۹	۳/۹۹	تمایل به انجام کارها به شیوه‌ای جدید
۱۱	۰/۱۹۴	۰/۷۵۸	۳/۸۹	خوش‌بینی
۱۲	۰/۱۷۰	۰/۶۵۱	۳/۸۲	دوراندیشی
۱۳	۰/۲۰۳	۰/۷۷۶	۳/۸۱	احساس نیاز به ایجاد تغییر در زندگی
۱۴	۰/۱۸۶	۰/۷۱۰	۳/۸۰	برخورد مثبت با مشکلات و چالش‌ها
۱۵	۰/۲۱۷	۰/۸۲۵	۳/۷۹	استقلال طلبی
۱۶	۰/۱۸۴	۰/۷۰۱	۳/۷۹	انعطاف‌پذیری در برابر مشکلات و تغییرات
۱۷	۰/۲۹۶	۰/۹۵۴	۳/۲۱	ریسک‌پذیری
۱۸	۰/۲۸۳	۰/۸۸۹	۳/۱۳	توانایی تصمیم‌گیری سریع

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

تعیین سطح ویژگی‌های شخصیتی:

به منظور توصیف سطح ویژگی‌های شخصیتی زنان روستایی، از روش «فاصله انحراف معیار از میانگین» (ISDM) استفاده شد. در این روش با استفاده از پارامترهای میانگین و انحراف معیار می‌توان ویژگی‌های شخصیتی زنان روستایی کارآفرین را مطالعه و آن را در چهار رده ضعیف، متوسط، خوب و عالی طبقه‌بندی کرد.

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

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

1. Interval of Standard Deviation from the Mean

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

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

جدول ۲: توزیع فراوانی زنان بر حسب ویژگی‌های شخصیتی با توجه به امتیاز کسب شده

امتیاز	ویژگی شخصیتی	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
کم‌تر از ۶۵/۶۶	ضعیف	۱۷	۱۴/۵	۱۴/۵
۶۵/۶۷-۷۲/۳۶	متوسط	۳۸	۳۲/۵	۴۷
۷۲/۳۷-۷۹/۰۶	خوب	۴۴	۳۷/۶	۸۴/۶
بالاتر از ۷۹/۰۶	عالی	۱۸	۱۵/۴	۱۰۰
جمع		۱۱۷	۱۰۰	----
میانگین: ۷۲/۳۶	انحراف معیار: ۶/۷۰	کمینه: ۵۱	بیشینه: ۸۵	

وضعیت خانوادگی زنان مورد مطالعه:

با توجه به نتایج جدول ۳، در اکثر افراد مورد مطالعه، وجود مسئولیت‌های متعدد در خانه، در حد خیلی کم به عنوان مشکل و مانعی برای کسب‌وکار آنها به حساب می‌آید. در همین راستا، اکثر افراد مورد مطالعه توانسته‌اند در حد متوسط بین زندگی خانوادگی و کسب‌وکار خود تعادل لازم را برقرار کنند. بیش‌تر زنان روستایی میزان حمایت همسر خود از کسب‌وکارشان را در حد خیلی زیاد و میزان حمایت والدین خود از کسب‌وکارشان را در حد زیاد ارزیابی کرده‌اند در اکثر افراد متأهل، همسران آنها در حد خیلی کم اعتقاد به تضعیف اقتدار مرد و کاهش وابستگی زن (در صورت داشتن فعالیت اقتصادی مستقل) دارند که این مسئله، نشان‌دهنده تغییر نگرش و دیدگاه مردان نسبت به اشتغال و کسب درآمد زنان به صورت مستقل است.



جدول ۳: توزیع فراوانی وضعیت خانوادگی زنان مورد مطالعه

انحراف معیار	میانگین رتبه‌ای*	خیلی زیاد درصد	زیاد درصد	متوسط درصد	کم درصد	خیلی کم درصد	n	گویه‌ها
۰/۸۸۵	۳/۰۰	۳/۴	۲۳/۹	۴۷/۹	۱۹/۷	۵/۱	۱۱۷	تقسیم مسئولیت‌های خانواده بین اعضا
۰/۷۰۰	۴/۳۶	۰	۰/۹	۱۰/۳	۴۱/۰	۴۷/۹	۱۱۷	ایجاد مشکلات ناشی از مسئولیت‌های خانه
۰/۹۹۳	۲/۷۹	۲/۹	۱۸/۸	۴۶/۴	۱۸/۸	۱۳	۶۹	کمک همسر و فرزندان در انجام کارهای منزل
۱/۱۵۳	۲/۸۵	۵/۸	۲۷/۵	۲۷/۵	۲۴/۶	۱۴/۵	۶۹	کمک همسر و فرزندان در امور کسب و کار
۰/۴۸۶	۳/۲۷	۰/۹	۲۶/۵	۷۱/۸	۰/۹	۰	۱۱۷	برقراری تعادل بین زندگی خانوادگی و کسب و کار
۰/۸۶۰	۴/۲۱	۴۳/۹	۳۸/۶	۱۲/۳	۵/۳	۰	۵۷	حمایت و پشتیبانی همسر از کسب و کار
۱/۰۵۲	۳/۸۴	۳۳/۰	۳۰/۲	۲۷/۴	۶/۶	۲/۸	۱۰۶	میزان حمایت و پشتیبانی پدر و مادر
۰/۵۱۵	۴/۸۰	۰	۰	۵/۳	۸/۸	۸۶	۶۰	اعتقاد همسر به تضعیف اقتدار مرد و کاهش وابستگی زن در صورت اشتغال
۰/۶۳۱	۴/۴۱	۴۷/۹	۴۶/۲	۵/۱	۰/۹	۰	۱۱۷	اعتقاد و اعتماد همسر (خانواده) به فرد و توانایی‌های او در کسب و کار
۰/۶۲۷	۴/۳۲	۴۱	۵۰/۴	۸/۵	۰	۰	۱۱۷	میزان حمایت‌های عاطفی توسط خانواده
۰/۹۹۵	۲/۶۹	۵/۱	۱۱/۱	۴۳/۶	۲۸/۲	۱۲/۰	۱۱۷	کمک خانواده در ارائه دانش و اطلاعات لازم
۱/۱۴۷	۲/۹۵	۶/۸	۲۹/۹	۲۸/۲	۲۲/۲	۱۲/۸	۱۱۷	میزان کمک‌های اجرایی و عملیاتی خانواده
۰/۷۴۸	۳/۶۴	۱۰/۳	۴۹/۶	۳۴/۲	۶/۰	۰	۱۱۷	کمک فکری خانواده در تصمیم‌گیری‌ها و برنامه‌ریزی‌های بلند مدت
۰/۶۷۳	۳/۱۴	۵/۱	۱۴/۵	۷۰/۹	۸/۵	۰/۹	۱۱۷	میزان کمک‌های مالی خانواده

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

وضعیت اقتصادی زنان مورد مطالعه:

بر اساس یافته‌های پژوهش، 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. در اکثر موارد، دسترسی به بازارهای محلی عرضه خدمات و محصولات تولیدی برای افراد مورد مطالعه در سطح خیلی کمی فراهم است. همچنین دسترسی اکثر زنان روستایی مورد مطالعه به کانال‌های فروش محصولات خود در حد متوسط بوده و تقاضا برای محصولات تولیدی بیش‌تر این افراد در سطح زیادی در منطقه محل فعالیت آن‌ها وجود دارد. جدول ۴ اطلاعات مرتبط با وضعیت اقتصادی زنان کارآفرین روستایی را نشان می‌دهد.

جدول ۴: توزیع فراوانی وضعیت اقتصادی زنان مورد مطالعه

انحراف معیار	میانگین رتبه‌ای*	گویه‌ها					n	هیچ درصد	خیلی کم درصد	کم درصد	متوسط درصد	زیاد درصد	خیلی زیاد درصد
		میانگین رتبه‌ای*	خیلی زیاد درصد	زیاد درصد	متوسط درصد	کم درصد							
۰/۶۱۰	۰/۲۷	۰	۰	۰/۹	۶/۰	۱۲/۸	۸۰/۳	۱۱۷	استفاده از کمک‌های مالی دوستان و آشنایان				
۰/۷۴۸	۲/۳۰	۰	۱/۷	۴۲/۷	۴۰/۲	۱۵/۴	۰	۱۱۷	دسترسی به تجهیزات و تکنولوژی مورد نیاز				
۰/۷۰۰	۲/۶۴	۰	۵/۱	۶۰/۷	۲۸/۲	۵/۱	۰/۹	۱۱۷	دسترسی آسان به نیروی انسانی ماهر مورد نیاز				
۰/۵۵۹	۲/۷۴	۰	۴/۳	۶۷/۵	۲۶/۵	۱/۷	۰	۱۱۷	دسترسی آسان به مواد اولیه و نهاده‌ها				
۰/۰۳۴	۰/۴۰	۰/۹	۳/۴	۳/۴	۱/۷	۸/۵	۸۲/۱	۱۱۷	استفاده از تکنولوژی اطلاعات و- ارتباطات				
۰/۸۹۹	۱/۷۱	۰/۹	۰/۹	۱۸/۴	۳۱/۶	۴۴/۷	۳/۵	۱۱۴	دسترسی به بازار عرضه خدمات و محصولات				
۰/۷۲۸	۲/۷۰	۰	۵/۳	۷۰/۸	۱۳/۳	۱۰/۶	۰	۱۱۳	دسترسی به کانال‌های فروش محصولات				
۰/۷۷۰	۳/۵۵	۶/۸	۵۲/۱	۳۰/۸	۱۰/۳	۰	۰	۱۱۷	وجود تقاضا برای محصولات تولیدی در منطقه				
۰/۶۰۱	۲/۸۳	۰	۶/۰	۶۷/۹	۱۲/۰	۵/۱	۰	۱۱۷	میزان بهره‌مندی از سیستم حمل و نقل				

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



شرایط اجتماعی - فرهنگی زنان مورد مطالعه:

نتایج جدول ۵ بیان‌کننده این است که اکثریت زنان مورد مطالعه در حد متوسط از جایگاه اجتماعی فعلی خود رضایت دارند. از دیدگاه اکثر این افراد، فعالیت اقتصادی زنان در حد متوسط مورد پذیرش و مقبولیت قرار گرفته و همچنین در حد متوسط، اعتماد کافی به توانایی‌های زنان در مدیریت کسب و کارشان وجود دارد. به عقیده بیشتر زنان روستایی مورد مطالعه، تلقی مردانه بودن کسب‌وکارهای انجام شده توسط آنها در حد کم است و تفکرات سنتی و منفی در مورد زنان و توانایی‌های آنها در حد کمی در جامعه روستایی کنونی رواج دارد.

جدول ۵: توزیع فراوانی شرایط اجتماعی - فرهنگی زنان مورد مطالعه (N=۱۱۷)

انحراف معیار	میانگین رتبه‌ای*	گروه‌ها					گروه‌ها
		خیلی زیاد درصد	زیاد درصد	متوسط درصد	کم درصد	خیلی کم درصد	
۰/۸۸۴	۳/۴۳	۱۴/۵	۲۵/۶	۴۹/۶	۹/۴	۰/۹	میزان رضایت فرد از جایگاه اجتماعی
۱/۱۸۲	۳/۷۰	۵/۱	۱۳/۷	۱۶/۲	۳۵/۰	۲۹/۹	تلقی مردانه بودن کسب و کار فرد در جامعه
۰/۷۵۶	۳/۰۷	۱/۷	۲۳/۱	۶۰/۷	۱۰/۳	۴/۳	پذیرش و مقبولیت فعالیت اقتصادی زنان در جامعه
۰/۸۷۶	۴/۰۸	۰/۹	۶/۰	۱۱/۱	۴۷/۹	۳۴/۲	رواج تفکرات سنتی درباره زنان و توانایی‌های آنها
۰/۶۶۸	۲/۸۶	۰	۱۱/۱	۶۹/۲	۱۴/۵	۵/۱	اعتماد به توانایی زنان در مدیریت کسب و کار
۰/۶۹۱	۲/۹۳	۱/۷	۱۳/۷	۶۲/۴	۲۰/۵	۱/۷	احترام به نظرات و تصمیمات زنان در جامعه
۰/۷۰۰	۲/۴۵	۰	۳/۴	۴۷/۰	۴۱/۰	۸/۵	نقش زنان در بیان راه حل برای مسائل جامعه
۰/۸۳۶	۳/۴۶	۱۲	۳۲/۵	۴۵/۳	۱۰/۳	۰	میزان مشارکت در فعالیت‌های گروهی
۰/۶۶۸	۲/۶۰	۰	۶/۰	۵۳/۰	۳۶/۸	۴/۳	میزان بهره‌مندی زنان از حقوق برابر در جامعه
۰/۴۹۸	۲/۹۵	۰	۸/۵	۸۰/۳	۹/۴	۱/۷	مناسب بودن فضا برای فعالیت اقتصادی زنان
۰/۷۶۳	۲/۶۱	۰	۹/۴	۵۰/۴	۳۲/۵	۷/۷	تشویق زنان در روستا برای فعالیت اقتصادی

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

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 است. میانگین رتبه‌ای متغیرهای تعیین‌کننده سطح کارآفرینی زنان روستایی بیان‌کننده آن است که تقریباً زنان مورد مطالعه از سطح کارآفرینی بالایی بهره‌مند نیستند. اطلاعات جدول ۶ وضعیت هر یک از شاخص‌های مورد استفاده برای سنجش سطح کارآفرینی زنان روستایی را نشان می‌دهد.

جدول ۶: اولویت‌بندی گویه‌های تعیین‌کننده سطح کارآفرینی زنان روستایی

اولویت	ضریب تغییرات	انحراف معیار	میانگین رتبه‌ای*	گویه‌ها
۱	۰/۱۹۷	۰/۶۹۱	۳/۴۹	شناسایی و ورود به بازارهای جدید محصولات
۲	۰/۱۶۳	۰/۵۲۰	۳/۱۸	رشد سطح درآمد
۳	۰/۱۶۲	۰/۵۱۷	۳/۱۷	افزایش سطح تولید و بهره‌وری سالانه
۴	۰/۲۶۲	۰/۷۶۷	۲/۹۲	استفاده از روش‌ها و شیوه‌های جدید تولید
۵	۰/۲۸۳	۰/۸۱۵	۲/۸۷	تولید و ارائه محصولات جدید و متنوع
۶	۰/۱۵۴	۰/۴۳۴	۲/۸۱	جذب سرمایه و منابع گوناگون مالی
۷	۰/۳۰۷	۰/۷۷۲	۲/۵۱	استفاده از شیوه‌های خلاق و متفاوت نسبت به کسب‌وکارهای مشابه
۸	۰/۲۷۹	۰/۶۶۷	۲/۳۸	استفاده از ابزار و تکنولوژی جدید تولید
۹	۰/۴۴۴	۱/۰۵۶	۲/۳۷	ایجاد فرصت‌های شغلی
۱۰	۰/۲۶۹	۰/۶۱۲	۲/۲۷	به‌کارگیری روش‌های متنوع و جدید در توزیع و فروش

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

تعیین سطح کارآفرینی زنان روستایی:

به منظور طبقه‌بندی سطح کارآفرینی زنان روستایی از روش فاصله انحراف معیار از میانگین استفاده شد. در این روش، چگونگی تبدیل امتیازهای به‌دست آمده به چهار سطح به شرح زیر برآورد می‌شود:

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



Mean - St.d < B < Mean: B = متوسط

Mean < C < Mean + St.d: C = خوب

Mean + St.d < D : D = عالی

جدول ۷: توزیع فراوانی سطح کارآفرینی زنان روستایی با توجه به امتیاز کسب شده

امتیاز	سطح کارآفرینی	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
کمتر از ۲۲/۶۶	ضعیف	۱۱	۹/۴	۹/۴
۲۲/۶۷ - ۲۷/۸۷	متوسط	۵۷	۴۸/۷	۵۸/۱
۲۷/۸۸ - ۳۳/۰۸	خوب	۳۵	۲۹/۹	۸۸
بالاتر از ۳۳/۰۹	عالی	۱۴	۱۲/۰	۱۰۰
جمع		۱۱۷	۱۰۰	----
میانگین: ۲۷/۸۷	انحراف معیار: ۵/۲۱	کمینه: ۱۲	بیشینه: ۴۳	

بر اساس نتایج جدول ۷، سطح کارآفرینی ۹/۴٪ از زنان روستایی ضعیف، ۴۸/۷٪ متوسط، ۲۹/۹٪ خوب و ۱۲٪ عالی است.

همبستگی بین متغیرهای مستقل و سطح کارآفرینی:

برای تعیین رابطه همبستگی بین متغیرهای پژوهش به تناسب جنس متغیرها از ضریب همبستگی اسپیرمن استفاده شد. نتایج حاصله بیان‌کننده آن است که بین متغیرهای ویژگی‌های شخصیتی و وضعیت اقتصادی زنان روستایی با سطح کارآفرینی آن‌ها رابطه مثبت و معناداری در سطح ۰/۱٪ وجود دارد. در واقع می‌توان بیان داشت که با اطمینان ۹۹٪، بالا بودن سطح ویژگی‌های شخصیتی و بهبود وضعیت و شرایط اقتصادی زنان روستایی، افزایش سطح کارآفرینی آن‌ها را به دنبال خواهد داشت. همچنین بین متغیر شرایط اجتماعی- فرهنگی و سطح کارآفرینی زنان مورد مطالعه رابطه مثبت و معناداری در سطح ۰/۵٪ وجود دارد که نشان‌دهنده تأثیرگذاری شرایط اجتماعی- فرهنگی زنان روستایی بر سطح کارآفرینی آن‌ها است. بر اساس نتایج به دست آمده، وضعیت و شرایط خانوادگی زنان روستایی بر سطح

کارآفرینی آن‌ها تأثیر معناداری نداشته است.

جدول ۸: ضرایب همبستگی بین سطح کارآفرینی و متغیرهای مستقل تحقیق

متغیر وابسته	متغیرهای مستقل	ضریب همبستگی (r)	سطح معناداری
سطح کارآفرینی	ویژگی‌های شخصیتی	۰/۵۲۹	** ۰/۰۰۰
	وضعیت خانوادگی	- ۰/۱۳۰	۰/۱۶۱
	وضعیت اقتصادی	۰/۴۳۰	** ۰/۰۰۰
	شرایط اجتماعی- فرهنگی	۰/۲۰۰	• ۰/۰۳۱

*معنادار در سطح ۵ درصد

**معنادار در سطح ۱ درصد

رگرسیون:

به منظور پیش‌بینی تغییرات متغیر وابسته و تعیین سهم هر یک از متغیرهای مستقل در تبیین متغیر وابسته از تحلیل رگرسیون استفاده شد. با توجه به نبود رابطه معنادار بین متغیر وضعیت خانوادگی با متغیر وابسته، از بین متغیرهای مورد بررسی، ۳ متغیر در تحلیل رگرسیون مد نظر قرار گرفت که بر اساس نتایج به دست آمده، تحلیل رگرسیون تا ۲ گام پیش رفته است.

جدول ۹: ضرایب همبستگی چندگانه، تعیین و ضریب تعیین تعدیل شده متغیرهای مؤثر بر سطح کارآفرینی

گام	متغیرهای مستقل	ضریب همبستگی چندگانه	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	F	sig
۱	ویژگی‌های شخصیتی	۰/۴۶۸	۰/۲۱۹	۰/۲۱۲	۳۲/۲۶۰	** ۰/۰۰۰
۲	وضعیت اقتصادی	۰/۶۰۲	۰/۳۶۲	۰/۳۵۱	۳۲/۳۴۲	** ۰/۰۰۰

**معنادار در سطح ۱ درصد

در گام اول، متغیر ویژگی‌های شخصیتی وارد معادله شده است که میزان همبستگی چندگانه آن با متغیر وابسته، ۰/۴۶۸ به دست آمده است. در این مرحله میزان ضریب تعیین تعدیل شده برابر با ۰/۲۱۲ برآورد شده است. به عبارتی ۲۱/۲٪ تغییرات معادله مربوط به سطح کارآفرینی زنان روستایی به وسیله این متغیر تبیین می‌شود.



در گام دوم، با وارد شدن متغیر وضعیت اقتصادی، ضریب همبستگی چندگانه به ۰/۶۰۲ و ضریب تعیین تعدیل شده به ۰/۳۵۱ افزایش یافته است. با اطمینان ۹۹٪ می توان گفت که وضعیت اقتصادی زنان روستایی بر سطح کارآفرینی آن‌ها تأثیرگذار است. با توجه به نتایج تحلیل رگرسیون، ۳۵/۱٪ تغییرات متغیر وابسته سطح کارآفرینی زنان روستایی توسط دو متغیر ویژگی‌های شخصیتی و وضعیت اقتصادی آن‌ها تعیین می‌شود.

جدول ۱۰: نتایج تحلیل رگرسیون متغیرهای مؤثر بر سطح کارآفرینی در گام اول و دوم

گام	متغیر مستقل	B	Beta	t	Sig
۱	ویژگی‌های شخصیتی (x1)	۰/۳۰۲	۰/۳۸۷	۵/۰۶۴	** ۰/۰۰۰
۲	وضعیت اقتصادی (x2)	۰/۵۷۸	۰/۳۸۷	۵/۰۵۴	** ۰/۰۰۰

** معنادار در سطح ۱ درصد

معادله خط رگرسیون به صورت زیر است:

$$Y = - ۵/۹۳۸ + ۰/۵۷۸(x_1) + ۰/۳۰۲(x_2)$$

بر طبق ضرایب بتای متغیرهای مستقل وارد شده در معادله رگرسیون، ملاحظه می‌شود که متغیرهای ویژگی‌های شخصیتی و وضعیت اقتصادی زنان روستایی مورد مطالعه، دارای سهم برابری در تبیین متغیر وابسته هستند.

تحلیل مسیر:

نتایج حاصل از تحلیل مسیر نشان می‌دهد که متغیرهای مستقل در مجموع ۳۵٪ از تغییرات سطح کارآفرینی زنان روستایی را تبیین می‌کنند.

جدول ۱۱: همبستگی کلی و ضریب تعیین عوامل مؤثر بر سطح کارآفرینی

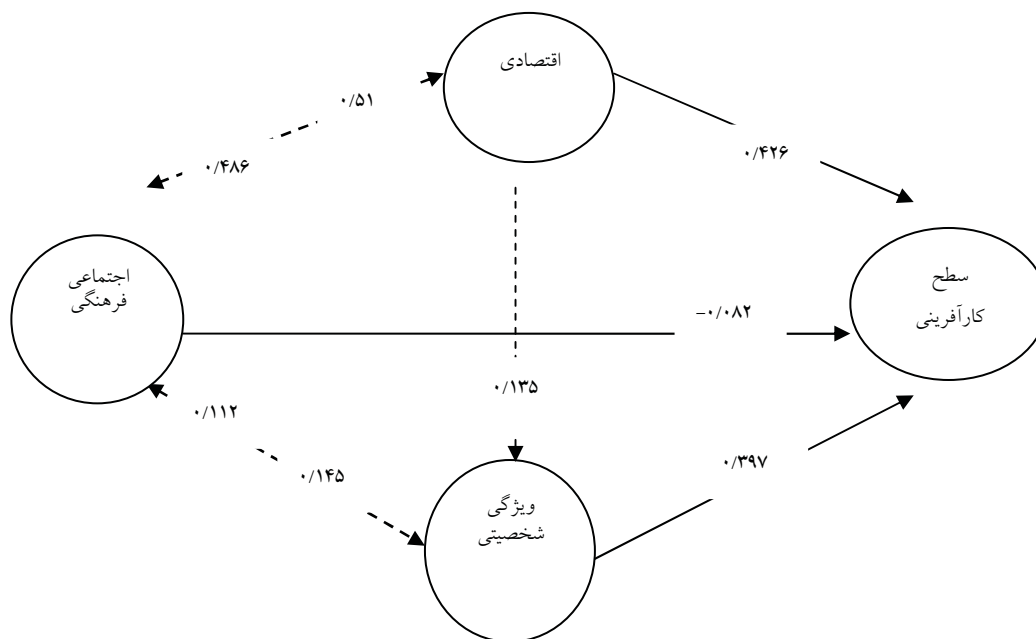
گام	ضریب همبستگی چندگانه	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	F	Sig
۱	۰/۶۰۶	۰/۳۶۷	۰/۳۵۰	۲۱/۸۲۴	** ۰/۰۰۰

** معنادار در سطح ۱ درصد

جدول ۱۲ به طور خلاصه آثار مستقیم، غیرمستقیم و کل اثرات متغیرهای مستقل مورد بررسی در این پژوهش را بر متغیر سطح کارآفرینی زنان روستایی نشان می‌دهد. نتایج این جدول بیان‌کننده آن است که کل اثرات متغیر وضعیت اقتصادی بر متغیر وابسته پژوهش ۰/۴۶۷، ویژگی‌های شخصیتی ۰/۴۱۲ و شرایط اجتماعی-فرهنگی ۰/۲۱۹ است. در این راستا، شرایط اجتماعی-فرهنگی دارای کم‌ترین تأثیر بر سطح کارآفرینی زنان بوده و عوامل اقتصادی بیش‌ترین تأثیر را بر سطح کارآفرینی زنان مورد مطالعه داشته است. شکل ۲ مدل نهایی پژوهش را بر اساس نتایج حاصل از تحلیل مسیر نشان می‌دهد.

جدول ۱۲: نتایج آثار مستقیم، غیر مستقیم و کل متغیرهای تحقیق

متغیرهای مستقل	اثر مستقیم	اثر غیرمستقیم	کل اثر
وضعیت اقتصادی	۰/۴۲۶	۰/۰۴۱	۰/۴۶۷
ویژگی‌های شخصیتی	۰/۳۹۷	۰/۰۱۵	۰/۴۱۲
شرایط اجتماعی-فرهنگی	-۰/۰۸۲	۰/۳۰۱	۰/۲۱۹



شکل ۲: شمای کلی عوامل مؤثر بر سطح کارآفرینی زنان روستایی بر اساس نتایج تحلیل مسیر



بحث و نتیجه‌گیری

نتایج حاصل از بررسی ویژگی‌های شخصیتی زنان مورد مطالعه بیان‌کننده آن است که میانگین ویژگی‌های مورد مطالعه، بالاتر از مقدار متوسط بوده است. همچنین نتایج پژوهش نشان داد که اکثریت زنان روستایی (۳۷/۶٪) از لحاظ ویژگی‌هایی که میزان بهره‌مندی از آن‌ها بیان‌کننده سطح روحیه کارآفرینی است، در سطح خوبی قرار دارند. این موضوع مؤید آن است که به‌رغم تصوراتی که ممکن است درباره زنان و خصوصیات کارآفرینانه آن‌ها در محیط روستایی وجود داشته باشد، زنان روستایی، توانایی‌های بالقوه و بالفعلی در زمینه فعالیت‌های کارآفرینانه دارند که نیاز به فراهم کردن بستر لازم برای شکوفا شدن استعدادها و تقویت روحیه کارآفرینی آن‌ها را ضروری می‌کند.

نتایج حاصل از بررسی سطح کارآفرینی زنان روستایی نشان می‌دهد که اکثریت افراد مورد مطالعه (۴۸/۷٪) از سطح کارآفرینی متوسطی بهره‌مند هستند. همچنین بررسی وضعیت متغیرهای تعیین‌کننده سطح کارآفرینی زنان روستایی بیان‌کننده آن است که زنان مورد مطالعه در زمینه شناسایی و ورود به بازارهای جدید محصولات خود موفق‌تر عمل کرده (میانگین رتبه‌ای: ۳/۴۹) و توانسته‌اند سطح تولید، بهره‌وری و درآمد خود را نسبت به زمان شروع کسب و کارشان تا حدودی افزایش دهند (میانگین رتبه‌ای: ۳/۱۷). اما با توجه به کمبود امکانات مورد نیاز، به خصوص منابع مالی و محدودیت‌های موجود در زمینه جذب سرمایه لازم برای گسترش حوزه فعالیت کارآفرین، کسب و کارهای زنان از سطح گسترده‌ای بهره‌مند نبوده و در نتیجه، امکان تولید محصولات جدید و متنوع برای آن‌ها در سطح مورد انتظار وجود نداشته است. همچنین بر اساس نتایج پژوهش، میزان استفاده زنان از شیوه‌های خلاق و متفاوت نسبت به کسب و کارهای مشابه در سطح محدودی (میانگین رتبه‌ای: ۲/۵۱) است. این موضوع ممکن است به دلیل ناآشنایی زنان با شیوه‌های جدید تولید، فقدان دسترسی به شرایط و امکانات لازم برای استفاده از این روش‌ها یا عدم تمایل خود زنان در به‌کارگیری روش‌های متفاوت و تجربه نشده در سایر کسب‌وکارها به‌خاطر ریسک از دست دادن موقعیت و جایگاه فعلی در کسب‌وکار آن‌ها باشد. زنان مورد مطالعه از ابزارها و تکنولوژی جدید در سطح مطلوبی استفاده نمی‌کنند (میانگین رتبه‌ای: ۲/۳۸). شاید بتوان گفت که این وضعیت به دلایلی مانند کوچک بودن سطح فعالیت و نداشتن امکان استفاده از بسیاری از تجهیزات، محدودیت

منابع مالی و بالا بودن هزینه تعمیر و نگهداری، ناآگاهی از وجود بسیاری از ابزار و تکنولوژی‌های جدید و نیز عدم مهارت کافی در به‌کارگیری آن‌ها در کسب و کار خود بوده است. با توجه به نتایج حاصل از پژوهش، فرصت‌های شغلی ایجاد شده توسط کسب و کارهای زنان روستایی مورد مطالعه کم‌تر از سطح متوسط است (میانگین رتبه‌ای: ۲/۳۷). کسب و کارهای زنان روستایی معمولاً در سطح خرد و محدود و گاهی به صورت مشاغل خانگی بوده و به جز در مواردی که فعالیت‌های تولیدی زنان در سطح وسیع‌تر انجام می‌شود، عمدتاً فرصت‌های شغلی ایجاد شده از طریق فعالیت‌های کارآفرینانه آن‌ها محدود است. علاوه بر این، زنان مورد مطالعه نتوانسته‌اند در زمینه به‌کارگیری روش‌های متنوع و جدید در توزیع و فروش محصولات تولیدی خود موفق عمل کنند (میانگین رتبه‌ای: ۲/۲۷) که این مشکل ممکن است به دلیل فقدان آشنایی کافی زنان با روش‌های بازاریابی و فروش و نیز فقدان دسترسی مطلوب به بازار محصولات تولیدی آن‌ها باشد. طبیعی است توانایی زنان در توزیع محصولات خود در بازارهای مختلف از طریق شیوه‌های جدید و متفاوت نسبت به کسب و کارهای مشابه (مانند به‌کارگیری کانال‌های مختلف فروش و استفاده از روش‌های جدید بسته‌بندی به منظور ارتقای مطلوبیت ظاهری در کنار حفظ کیفیت محصول) ضمن افزایش تقاضا برای محصولات تولیدی آن‌ها، میزان درآمد و سود حاصل از کسب و کار آن‌ها را تحت تأثیر قرار خواهد داد.

نتایج پژوهش بیان‌کننده آن است که ویژگی‌های شخصیتی زنان روستایی بر سطح کارآفرینی آن‌ها تأثیرگذار بوده و رابطه مثبت و معناداری در سطح ۱٪ بین این دو متغیر وجود دارد ($t=0/529$, $Sig=0/000$). مسعودنیا (۱۳۸۱)، گلرد (۱۳۸۴)، مرادنژادی (۱۳۸۵)، بایگرو (۱۹۹۴)، مولن هویز (۱۹۹۶)، کیگوندو (۲۰۰۲) و ادلاجا و همکاران (۲۰۰۷) نیز در مطالعات خود به تأثیر مثبت ویژگی‌های شخصیتی زنان بر سطح کارآفرینی آن‌ها اشاره کرده‌اند.

شرایط اجتماعی و فرهنگی بسترساز بروز کارآفرینان و پیدایش و توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه بوده و از این جهت یکی از متغیرهای زمینه‌ای مهم در توسعه کارآفرینی به حساب می‌آید. فرهنگ کارآفرینی در سطح خرد در قالب ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان متبلور می‌شود (مهدوی و عذاری، ۱۳۸۵). بسیاری از ویژگی‌های شخصیتی را می‌توان پرورش داد و به کمک آن در کسب و کار به موفقیت دست یافت (شاه حسینی، ۱۳۸۳). در گذشته پژوهشگران بر این اعتقاد بودند که این ویژگی‌ها ارثی است. با فرد متولد می‌شود و نمی‌توان



کارآفرینان را پرورش داد؛ اما نتایج پژوهش‌ها نشان می‌دهد که کارآفرینی همانند دیگر حرفه‌ها از طریق برنامه‌های آموزشی پرورش می‌یابد. برنامه‌های آموزش کارآفرینی عمدتاً با هدف ایجاد تجربه‌های علمی و تربیت نیروهایی با ویژگی‌های کارآفرین طراحی شده‌اند. افراد از طریق آموزش کارآفرینی توانایی ایجاد و اداره یک خطر جدید و توانایی تفکر خلاق و انتقادی را در خود رشد می‌دهند. زنان روستایی نیز به نوبه خود نیازمند آگاهی کامل از کارآفرینی هستند و با کسب تکنیک‌های آموزش و گسترش خصوصیات مورد نظر قادر خواهند بود از حالت سکون و یکنواختی درآیند. برخی از زنان نیازمند پرورش اعتماد به نفس و خود شکوفایی به همان اندازه مهارت‌های شغلی هستند. آموزش کارآفرینی بایستی برای زنان دانش ریسک‌پذیری و توانایی ارزیابی از ریسک و مخاطره را فراهم آورد و در راستای تقویت و بازآفرینی روحیه خلاقیت و نوآوری در میان زنان و دختران روستایی باشد؛ این امر به زنان کمک می‌کند که تعیین کنند آیا کارآفرینان خوبی هستند و در حقیقت قادر به حفظ کسب و کار خود در آینده هستند یا نه. بنابراین، پیشنهاد می‌شود دوره‌ها و کارگاه‌های آموزشی در زمینه‌های متنوع و مورد نیاز زنان روستایی در زمان‌هایی متناسب با فعالیت‌های آن‌ها برگزار شود. همچنین اطلاع‌رسانی مناسب در خصوص نوع، زمان و مکان برگزاری دوره‌ها انجام شود و به دلیل برخی مشکلات زنان روستایی برای حضور در دوره‌های آموزشی برگزار شده در شهرها، حتی‌المقدور این دوره‌ها در مناطق روستایی تشکیل شوند. با توجه به فقدان تأثیرگذاری مطلوب و مورد انتظار دوره‌های آموزشی بر فعالیت‌های کارآفرینانه زنان روستایی، پیشنهاد می‌شود بررسی و بازنگری در دوره‌ها و کارگاه‌های آموزشی از لحاظ کیفیت و محتوای آموزشی آن‌ها انجام شود. همچنین از هر یک از دوره‌های آموزشی در حال برگزاری، ارزشیابی‌های لازم در مقاطع مختلف به‌ویژه پس از اتمام دوره در زمینه میزان تأثیرگذاری و کسب مهارت‌های مورد نیاز و پیش‌بینی شده توسط فراگیران انجام شود.

با توجه به نبود رابطه معنادار بین وضعیت و شرایط خانوادگی زنان روستایی و سطح کارآفرینی آن‌ها ($t=0/130$ ، $Sig=0/161$) می‌توان گفت که وضعیت خانوادگی زنان روستایی مورد مطالعه، تأثیری بر سطح کارآفرینی آن‌ها نداشته است. این وضعیت می‌تواند به عواملی نظیر ناآشنایی خانواده‌های روستایی با مقوله کارآفرینی و در مواردی فقدان همراهی آن‌ها با فعالیت‌های کارآفرینانه زنان مرتبط باشد. نتایج به‌دست آمده در این زمینه با نتایج مطالعات

جواهری و قضاتی (۱۳۸۳)، آراستی (۱۳۸۵)، فلاح جلو دار و همکاران (۱۳۸۶)، گلرد (۱۳۸۸)، بایگرو (۱۹۹۴)، موریس و لویس (۱۹۹۵)، لرنر و همکارانش (۱۹۹۷)، ارهان و اسکات (۲۰۰۱) همخوانی ندارد.

بر اساس نتایج پژوهش و معناداری همبستگی بین سطح کارآفرینی با متغیرهای میزان بهره‌مندی زنان روستایی از امکانات و شرایط اقتصادی ($F=0/430$, $Sig=0/000$) و شرایط اجتماعی - فرهنگی ($F=0/200$, $Sig=0/031$)، می‌توان چنین برداشت کرد که وجود شرایط مطلوب‌تری از این متغیرها می‌تواند سطح کارآفرینی بالاتری را برای زنان به همراه داشته باشد. نتایج به‌دست آمده از این پژوهش در این زمینه با نتایج مطالعات جواهری و قضاتی (۱۳۸۳)، آراستی (۱۳۸۵)، مرادزادی (۱۳۸۵)، فلاح جلو دار و همکاران (۱۳۸۶)، گلرد (۱۳۸۸)، افتخاری و همکارانش (۱۳۸۸)، گلستانی و همکاران (۱۳۸۹)، نیاوالی و فوگل (۱۹۹۴) به نقل از آراستی (۱۳۸۵)، بایگرو (۱۹۹۴)، تیبجی و ویکری (۱۹۹۸)، وندریک (۲۰۰۰)، ارهان و اسکات (۲۰۰۱)، کیگوندو (۲۰۰۲)، ناگوی و شهناز (۲۰۰۲)، پاگز و مارکلی (۲۰۰۴) و کاوالکانتی و تاوارس (۲۰۰۵) همخوانی دارد. با توجه به نتایج به‌دست 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 پر بازده و ایجاد امنیت سرمایه‌گذاری از طریق بیمه سرمایه و تولیدات زنان فراهم شود. بر اساس نتایج تحلیل مسیر، شرایط اجتماعی - فرهنگی زنان نیز، از طریق تأثیرگذاری بر سایر متغیرها بیش‌ترین اثر غیرمستقیم (۰/۳۰۱) را بر سطح کارآفرینی آن‌ها داشته است. با توجه به نقش و تأثیر شرایط اجتماعی - فرهنگی در گرایش زنان روستایی به کارآفرینی و توسعه و گسترش فعالیت‌های کارآفرینانه آن‌ها، جلب توجه اقشار مختلف جامعه درباره جایگاه زنان روستایی در فعالیت‌های اقتصاد روستایی و حساس کردن عموم به موقعیت آن‌ها، پررنگ‌تر کردن دیدگاه‌ها و سنت‌های تشویق‌کننده کار زنان روستایی در جامعه و زمینه‌سازی برای جلب مشارکت زنان در فعالیت‌های اجتماعی از طریق آموزش و فرهنگ‌سازی و نیز زدودن برخی از افکار و باورهای ناپسند عامیانه و جایگزینی باورهای صحیح و منطقی در تعریف شأن و



جایگاه اجتماعی - اقتصادی زنان روستایی می‌تواند کمک مؤثری برای توسعه کارآفرینی زنان در مناطق روستایی باشد. همچنین، ضروری است مقوله ترویج فرهنگ کارآفرینی به عنوان یک عامل مهم و زیربنایی در توسعه ظرفیت‌های کارآفرینانه در سطح جوامع و به‌طور خاص در جوامع روستایی مد نظر قرار گیرد. در این راستا می‌توان به معرفی کارآفرینان شاخص و تقدیر شایسته از آنها، شناساندن اهمیت و نقش کارآفرینان در اقتصاد جامعه (به ویژه جامعه روستایی)، ارزش‌گذاری به کارآفرینی زنان و معرفی زنان کارآفرین موفق به منظور افزایش خودباوری، اعتماد به نفس و انگیزه کارآفرینی در زنان روستایی به عنوان اقداماتی مؤثر اشاره کرد.

منابع

- احمدپور داریانی، محمود (۱۳۸۳). کارآفرینی؛ تعاریف، نظریات، الگوها، چاپ دوم، تهران: پردیس.
- آراستی، زهرا (۱۳۸۴). سیر تحول کارآفرینی زنان (نگاهی به آینده)، همایش زنان کارآفرین در بازرگانی کشور، مرکز پژوهش‌های بازرگانی کشور، خرداد ۱۳۸۴.
- آراستی، زهرا (۱۳۸۵). زنان کارآفرین ایرانی؛ ساختارهای فرهنگی - اجتماعی مؤثر در ایجاد کسب و کارهای کارآفرینانه، پژوهش زنان، ۴ (۱ و ۲): ۹۳-۱۱۹.
- افتخاری، عبدالرضا رکن‌الدی، طاهرخانی، مهدی و سجاسی قیداری، حمدالله (۱۳۸۸). «تحلیل ابعاد و عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی کشاورزی مناطق روستایی»، روستا و توسعه، ۱۲ (۳): ۴۱-۷۲.
- انصاری، محمدتقی و سلمانی‌زاده، عباس (۱۳۸۸). بررسی عوامل محیطی مؤثر بر توسعه کارآفرینی از دیدگاه کارآفرینان کشور، پژوهش نامه مدیریت، ۱ (۱): ۸۷-۱۱۰.
- بدری، احسان، لیاقتدار، محمد جواد، عابدی، محمدرضا و جعفری، ابراهیم (۱۳۸۵). بررسی قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان دانشگاه اصفهان، قابل دسترسی در سایت: <http://www.jobportal.ir/Information/Inc/9-132-1.pdf>
- بهرامی، عبدالعلی (۱۳۸۳). «فرآیند برنامه‌ریزی توسعه روستایی»، مجموعه مقالات کنگره توسعه روستایی، چالش‌ها و چشم‌اندازها، مؤسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه‌ریزی، تهران: ۱۶۰-۱۴۵.
- پترین، تی (۱۳۸۱). کارآفرینی به منزله یک نیروی اقتصادی در توسعه روستایی، ترجمه حمیدرضا زرنگار، جهاد، ۲۲ (۲۵۱-۲۵۲): ۶۸-۷۵.
- جواهری، فاطمه و قضاتی، سرور (۱۳۸۳). بررسی تأثیر نابرابری جنسیتی بر کارآفرینی زنان در ایران: موانع کارآفرینی زنان، جامعه‌شناسی ایران، (۱۸): ۱۶۱-۱۷۸.
- حیدری ساریان، وکیل (۱۳۹۱). اولویت‌بندی موانع مؤثر بر کارآفرینی زنان روستایی (با روش AHP) مطالعه موردی: استان اردبیل، مطالعات اجتماعی - روان‌شناختی زنان، ۱۰ (۲): ۱۵۹-۱۷۷.
- خباززاده، نسیم (۱۳۹۰). جایگاه زنان روستایی و موانع مشارکت آن‌ها در فرایند توسعه،



دهیاری‌ها، ۶(۳۳): ۱۵-۱۲.

رکن الدین افتخاری، عبدالرضا، طاهرخانی، مهدی و سجاسی قیداری، حمدالله (۱۳۸۸). تحلیل ابعاد و عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی کشاورزی مناطق روستایی، روستا و توسعه، ۱۲ (۳): ۷۲-۴۳.

رضوانی، محمدرضا و نجارزاده، محمد (۱۳۸۷). بررسی و تحلیل زمینه‌های کارآفرینی روستاییان در فرآیند توسعه نواحی روستایی، توسعه کارآفرینی، ۱ (۲): ۱۶۱-۱۸۲. ساروخانی، باقر (۱۳۸۶). روش تحقیق در علوم اجتماعی، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی. سرمد، زهره، بازگان، عباس و حجازی، الهه (۱۳۸۹). روش تحقیق در علوم رفتاری، چاپ بیستم، تهران: آگاه.

سلجوقی، خسرو (۱۳۸۸). فرهنگ کارآفرینی، کارآفرینی فرهنگی، اهمیت، ضرورت و جایگاه، علوم اجتماعی، ۲۳: ۷۵-۵۸.

شاه حسینی، علی (۱۳۸۳). کارآفرینی، تهران: آبیژ.

شاهرکنی، سید حبیب اله (۱۳۸۴). ویژگی‌های کارآفرین، تدبیر، ۱۶ (۱۶۰): ۸۳-۸۲. شریف‌زاده، مریم و زمانی، غلامحسین (۱۳۸۵). روحیه کارآفرینی در دانشجویان کشاورزی: مطالعه موردی دانشگاه شیراز، علوم کشاورزی ایران، ۳۷ (۱): ۱۱۵-۱۰۷. صفری شالی، رضا (۱۳۸۷). عوامل فرهنگی و اجتماعی مرتبط با میزان مشارکت زنان روستایی در امور و مسائل خانوادگی و اجتماعی، پژوهش زنان، ۶ (۱): ۱۵۹-۱۳۷. عباسی، محمد (۱۳۸۸). باور تعاون (تعاون در اندیشه و عمل)، چاپ اول، تهران: مؤسسه توسعه روستایی ایران.

فرجی سبکبار، حسنعلی، بدری، سید علی، سجاسی قیداری، حمدالله، صادقلو، طاهره و شهدادی خواجه عسگر، علی (۱۳۹۰). اولویت‌بندی توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی با استفاده از تکنیک پرموتی، پژوهش‌های جغرافیایی، (۷۵): ۶۸-۵۳.

فلاح جلودار، ربیع، فرج‌الله حسینی، سید جمال، حسینی، سید محمود و میردامادی، سید مهدی (۱۳۸۶). عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینی زنان روستایی شمال کشور، روستا و توسعه، ۱۰ (۴): ۱۱۵-۸۷.

فیض، داوود (۱۳۸۸). بررسی تأثیر جنسیت بر ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه دانشجویان:

- بررسی دانشگاه سمنان، *مطالعات اجتماعی - روان‌شناختی زنان*، ۷ (۲): ۴۴-۲۵.
 قربانی، احمد (۱۳۸۹). مباحث سمینار کارآفرینی، قابل دسترسی در سایت:
<http://www.arakedu-ac.persianguig.com>
- کرمی، شهره (۱۳۹۰). *نظرسنجی زنان روستایی پیرامون اثر توسعه مشاغل جدید کشاورزی بر توسعه پایدار روستایی، مجموعه مقالات اولین کنفرانس ملی دانشجویی کارآفرینی*.
 کلاتری، خلیل (۱۳۸۷). *پردازش و تحلیل داده‌ها در تحقیقات اجتماعی - اقتصادی با استفاده از نرم افزار SPSS*، چاپ سوم، تهران: فرهنگ صبا.
- گلرد، پروانه (۱۳۸۴). عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی زنان ایرانی، *پژوهش زنان*، ۳ (۱): ۱۲۳-۱۰۱.
- گلرد، پروانه (۱۳۸۸). *خانواده و راهکارهای توسعه کارآفرینی زنان ایرانی، پژوهش زنان*، ۷ (۲۱): ۱۴۹-۱۳۱.
- گلستانی، سید هاشم، سعادت‌مند، زهره، قلی زاده، آ.، رجائیان، محمد حسین و احتشامی، طیبه (۱۳۸۹). عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان و دختران دانشجوی کارآفرین ناب، (۱۲): ۶۵-۶۱.
- مرادنژادی، همایون، شعبانعلی فمی، حسین،، ایروانی، هوشنگ، حسینی، سید محمود و کافی، محسن (۱۳۸۵). *تحلیل موانع توسعه کارآفرینی در واحدهای تولیدی گلخانه‌ای در ایران، علوم کشاورزی ایران*، جلد ۲-۳۸، (۲): ۱۸۴-۱۷۵.
- مسعودنیا، ابراهیم (۱۳۸۱). *ارزیابی رویکرد شخصیتی، خصیصه‌ای برای سنجش کارآفرینی. مدیریت و توسعه*، (۱۵): ۹۱-۸۶.
- معروفی، پروین (۱۳۸۳). *نقش ویژه زنان به عنوان تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان در کشاورزی پایدار، نشریه سبا*، ۱۴.
- مفاخری، ندا (۱۳۸۶). *کارآفرینی چیست؟، قابل دسترسی در سایت:*
<http://www.modiriat.ir/modules/article/trackback.php/331>
- مقیمی، سیدمحمد (۱۳۸۳). *کارآفرینی و عوامل محیطی مؤثر بر آن، فرهنگ مدیریت*، ۲ (۵): ۱۰۷-۷۷.
- میرترابی، مهدیه السادات و حجازی، یوسف (۱۳۹۰). *بررسی تأثیر ویژگی‌های فردی و خانوادگی زنان روستایی بر انگیزه مشارکت آن‌ها در فعالیتهای کشاورزی، مجموعه*



مقالات دومین همایش ملی توسعه پایدار روستایی، همدان: دانشگاه بوعلی سینا، ۱۵ و ۱۶ تیر.

مهدوی، مهدی و عذاری، زینب (۱۳۸۵). بررسی میزان کارآفرینی مدیران سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور و سازمان‌های تابع، مدیریت و توسعه، ۲۰(۳): ۲۷-۱۳.

Adelaja, Soji; Peterson, Chris; Beth lake, Mary; Popelier, Cristin & Rustem, Bill, (2007). Enabling Innovation in Michigan Agriculture; Available Agriculture Report. East Lansing: MSU land policy Institute, Report # 2007-02.

Bhuimail, A. & Sampa, P (2005). Development of Rural Women through Education and Empowerment. Delhi, Abhijeet Pub, 320p.

Bygrave, W, (1994). The Portable MBA in Entrepreneurship, N.Y: John Wiley & Sons Inc.

Cavalcanti, Tiago V. de V. and Tavares, José, (2005). Assessing the 'Engines of Liberation: Home appliances and female labor force participation. Available online at: <http://ics.purdue.edu/~tcavalca/research/EnginesofLiberationOct2005.pdf>.

Conca, F. J; Llopis, J & Tari, J. J, (2004). Development of a measure to assess quality management in certified firms, *European journal of operational research*, (156): 683-697.

Deakins, D & Freel, M (2003). Entrepreneurship and small firms. 3th ed. Berkshire: Mc Grow Hill.

Histrich, R.D & Drnovsek, M, (2002). Entrepreneurship and small business research: A European perspective. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 2: 172-222.

Hult, G. M. T & Ferrell, O. C, (1997). Global learning organization structure and market information processing", *Journal of business research*, (40): 155-166.

Kantor, P, (2002). Promoting Women's Entrepreneurship Development Based on Good Practice Programmes: Some Experience From the North to the South. ILO S In Focus Programme, *Working paper*, 9: 79

Kavalainen, A & Arenius, P, (2006). Women's Entrepreneurship in Finland, Growth-Oriented Women Entrepreneurs and their Businesses, A Global Research Perspective

Kiggundo, M. N, (2002). "Entrepreneurs and entrepreneurship in Africa: What is known and what needs to be done", *Journal of developmental entrepreneurship*, 7(3): 239-258.

Kuratko, D. F & Hodgetts, R. M, (2001). *Entrepreneurship: a contemporary approach*, 2nd ed. USA.: Harcourt College Publisher.

Lerner, M; Brush, C & Histrich, R, (1997). Israeli women entrepreneurs an examination of factors effecting performance, *Journal of Business Venturing*, 12:

315-339.

- Lin, B. W; Li, P. C & Chen, J. S, (2006).Social capital, capabilities, and entrepreneurial strategies:A study of Taiwanese high-tech new ventures,*Technological Forecasting & Social Change*, (73): 168–181.
- Molenhuis, j, (1996). Agri-Entrepreneurship: Opportunities in Nova Scotia, Nova Scotia.
- Naqvi, Z. F. & Shahnaz, L, (2002).How do women decide to work in Pakistan?. *Pakistan Development Review*,41(4): 1-23.
- Department of Agriculture and Marketing, Department Newsletter, 6 (8).
- Morrison, A, (2000).Entrepreneurship: what triggers it?.,*International Journal of Entrepreneurial Behavior & research*, MCB University Press, 6(2): 59-71.
- Morris, M. & Lewis, P, (1995) .The Determinants of Entrepreneurial Activity: Implication for Marketing, *European Journal of Marketing*, 29(7).
- Orhan, M, Scott D, (2001). Why Women Enter in to Entrepreneurship an Explanatory Model,*Women in Management Review*, 16(5):232-247.
- Pages, E.R & Markley, D.M, (2004). Understanding the environment for rural North Carolina. Center for Rural Entrepreneurship.Available at <http://www.ruraleship.org>.
- Ronning, L& Ljunggren, E, (2007).Community Entrepreneurship: Building Entrepreneurship-facilitating social capital, Nordland Research Institute, Norway.
- Tang, H. K. & Yeo, K. T, (1995) .Technology, entrepreneurship and national development: Lessons from Singapore, *International Journal of Technology Management*, 10 (7/8): 797-810.
- Tyebjee, T & Vickery, L, (1998). Venture capital in western Europe, *Journal of Business Venturing*, 3(2):123-136.
- Vendrik, M. C. M, (2000), Bandwagon and habit effects on female labour force participation, *Economic Review*, 78(2): 1-30.
- Wiklund, J & Shepherd, D, (2005).Entrepreneurial orientation and small business performance: A configurational approach, *Journal of Business Venturing*,20:71-91.



نویسندگان

amyaghoubi@yahoo.com

احمد یعقوبی فرانی

استادیار، گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه بوعلی سینا، همدان

پیشینه آموزشی و پژوهشی:

دکتری تخصصی ترویج و آموزش کشاورزی از دانشگاه تهران.

عضو هیأت علمی (استادیار) گروه ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه بوعلی سینا
چاپ بیش از ده مقاله علمی پژوهشی و علمی ترویجی در موضوعات مرتبط با ترویج و توسعه کشاورزی، کارآفرینی و اشتغال، زنان روستایی و...
ارائه مقاله‌های متعدد در همایش‌های معتبر داخلی و خارجی.
تألیف کتاب با عنوان «درآمدی بر کارآفرینی روستایی» با همکاری دکتر رضا موحدی.
انتشارات دانشگاه بوعلی سینا

atsoleymani@yahoo.com

عطیه سلیمانی

دانشجوی دکتری ترویج کشاورزی، دانشکده کشاورزی دانشگاه بوعلی سینا همدان

پیشینه آموزشی و پژوهشی:

دانشجوی دوره دکتری تخصصی رشته ترویج کشاورزی

کسب رتبه اول در دوره کارشناسی و کارشناسی ارشد ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه بوعلی سینا

چاپ یک مقاله ISI و دو مقاله علمی پژوهشی با موضوعات مرتبط با کارآفرینی

ارائه چندین مقاله در همایش‌های معتبر علمی

r.movahedi@basu.ac.ir

رضا موحدی

استادیار، گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی دانشگاه بوعلی سینا همدان

پیشینه آموزشی و پژوهشی:

دکتری تخصصی آموزش کشاورزی از آلمان
عضو هیأت علمی (استادیار) گروه ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه بوعلی سینا
دارای بیش از ده مقاله علمی پژوهشی و علمی ترویجی در موضوعات مرتبط با آموزش
کشاورزی، ترویج کشاورزی، کارآفرینی و اشتغال دانش آموختگان، زنان روستایی و...
ارائه دهها مقاله در همایش‌های معتبر داخلی و خارجی.
تألیف دو عنوان کتاب از جمله کتابی با عنوان «درآمدی بر کارآفرینی روستایی» با همکاری
دکتر احمد یعقوبی. انتشارات دانشگاه بوعلی سینا