

An Analysis of the Key Factors Influencing the Growth of Rural Women's Entrepreneurial Businesses (Case Study: Villages of Kermanshah County)

pages
21-38

Kh. Mirzaei ^{*1}, M. Sepehpanah ², R. Gorji ³ and A. Farrokhzadi ⁴

1. Deputy for Research and Director of the Research Group of Entrepreneurship Development and Sustainable Rural Employment Studies, Academic Center for Education, Culture and Research (ACECR), Hamedan Branch, Iran.

2. PhD in Agricultural Extension and Education, and Researcher of the Research Group of Entrepreneurship Development and Sustainable Rural Employment Studies, Academic Center for Education, Culture and Research (ACECR), Hamedan Branch, Iran.

3. PhD Student in Business Management.

4. M.Sc. in Physical Education.

*Corresponding author: khalilmirzaei421@gmail.com

Received date: 2026.01.05

Accepted date: 2026.05.23

Abstract

In recent years, rural entrepreneurship has emerged as a key strategy for promoting the economic and social development of rural areas in both developed and developing countries. Studies indicate that self-employment is the fastest-growing segment of the agricultural sector in rural communities. This study aimed to investigate the factors influencing the development of entrepreneurial businesses among rural women in Kermanshah County, Iran. A total of 125 rural women entrepreneurs were identified, from whom 92 actively engaged entrepreneurs were selected through a census method. Data were collected using a researcher-designed questionnaire. The content validity of the instrument was confirmed by experts in women's entrepreneurship, rural development, and faculty members from the Department of Agricultural Extension and Rural Development at Bu-Ali Sina University, Hamedan. Cronbach's alpha was used to assess the reliability of the questionnaire. Data analysis was performed using SPSS version 22 and exploratory factor analysis. The findings revealed seven key factors contributing to the enhancement of rural women's entrepreneurial activities: (1) personality traits, (2) socio-cultural factors, (3) family-related conditions, (4) educational and informational resources, (5) economic conditions, (6) institutional and organizational support, and (7) access to credit. Despite the global challenges surrounding women's employment, the study highlights that these challenges are even more pronounced in Iran. Interestingly, historical, cultural, legal, and social texts reviewed in the literature do not explicitly reflect any formal barriers to women's employment, suggesting a gap between documented frameworks and practical realities.

Keywords: Female entrepreneurship, Economic activity, Entrepreneur, Credit, Business.

واکاوی مؤلفه‌های مؤثر بر رشد کسب‌وکارهای زنان کارآفرین روستایی (مطالعه موردی: روستاهای شهرستان کرمانشاه)

شماره صفحات

۲۱-۳۸

خلیل میرزائی^{۱*}، مرجان سپه پناه^۲، رسول گرجی^۳ و عادلہ فرخ زادی^۴

(۱) معاون پژوهشی و مدیر گروه پژوهشی مطالعات توسعه کارآفرینی و اشتغال پایدار روستایی جهاد دانشگاهی واحد همدان، ایران.

(۲) دکتری تخصصی ترویج و آموزش کشاورزی و پژوهشگر گروه پژوهشی مطالعات توسعه کارآفرینی و اشتغال پایدار روستایی

جهاد دانشگاهی واحد همدان، ایران.

(۳) دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی

(۴) کارشناسی ارشد تربیت بدنی

* نویسنده مسئول: khalilmirzaei421@gmail.com

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۵/۰۳/۰۲

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۱۰/۱۵

چکیده

امروزه، در بسیاری از کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه، کارآفرینی روستایی به عنوان راهبردی برای توسعه اقتصادی و اجتماعی روستاها مطرح می شود. طبق مطالعات انجام شده، خوداشتغالی سریع ترین رشد بخش کشاورزی در روستاها است. از این رو هدف اصلی این پژوهش، تبیین عوامل مؤثر بر بهبود کسب و کارهای زنان روستایی کارآفرین در روستاهای شهرستان کرمانشاه بود. در این راستا، ۱۲۵ نفر به عنوان زنان روستایی کارآفرین در مناطق روستایی شهرستان کرمانشاه شناسایی شد که از این تعداد ۹۲ نفر از زنان روستایی کارآفرین فعال به صورت تمام شماری انتخاب شدند. ابزار اصلی پژوهش، پرسشنامه محقق ساخته بود. روایی پرسشنامه، توسط متخصصان کارآفرینی حوزه زنان، توسعه روستایی و اعضای هیأت علمی گروه ترویج و توسعه روستایی دانشگاه بوعلی سینا همدان تأیید شد و جهت تعیین پایایی پرسشنامه از روش ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS/22 و با بهره گیری از روش تحلیل عاملی انجام شد. عامل‌های شناسایی شده نیز به ترتیب: عامل اول: ویژگی‌های شخصیتی و عامل دوم: عامل فرهنگی- اجتماعی، عامل سوم: عامل شرایط خانوادگی، عامل چهارم: عامل آموزشی- اطلاعاتی، عامل پنجم: عامل شرایط اقتصادی، عامل ششم: عامل نهادی- سازمانی و عامل هفتم: عامل تأمین اعتبار بودند. نتایج نشان داد که علاوه بر وجود مشکلات و نارسائی‌های جهانی در زمینه اشتغال زنان، در کشور ایران این مشکلات مضاعف است و این در حالی است که حداقل به ظاهر، متون تاریخی، فرهنگی، قانونی و اجتماعی موجود در ادبیات تحقیق نشانی از هیچ گونه مانع در این رابطه در خود ندارند.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی زنان، فعالیت اقتصادی، کارآفرین، تأمین اعتبار، کسب و کار.

مقدمه

امروزه، در نظریه‌های جدید توسعه روستایی از کارآفرینی روستایی به‌عنوان راهکاری مناسب برای ایجاد شغل و ظرفیت‌سازی در مناطق روستایی در جهت تغییر الگوی زندگی فعلی، کاهش شکاف میان شهر و روستا، ایجاد برابری اقتصادی، اجتماعی، محیطی و نهادی بحث می‌شود (Farji Sabkbar et al, 2010). از طرف دیگر، نظریه‌های کارآفرینی چارچوبی جامع برای تبیین کارآفرینی زنان ارائه و تأکید کردند: اجرای دو مرحله شناخت فرصت‌های بالقوه ایجاد ارزش مشترک و نوآوری اجتماعی و استفاده از دانش و قابلیت‌های انباشته‌شده برای راه‌اندازی کسب‌وکار جدید زنان ضروری است (Derikvand Gelard, 2022).

کارآفرینی روستایی از سه گزاره نیرویی که سایر منابع را برای پاسخ‌گویی به یک تقاضای بدون پاسخ بازار بسیج می‌کند، توانایی خلق و ایجاد چیزی از هیچ و فرآیند خلق ارزش توسط امتزاج مجموعه واحدی از منابع در راستای بهره‌گیری از یک فرصت، تعریف می‌شود. آنچه می‌توان برای تعریف مقوله کارآفرینی روستایی به‌کار برد عبارت است از؛ به‌کارگیری نوآورانه امکانات روستا در راستای شکار فرصت‌های کسب‌وکار (Robert & Sternberg, 2004). با توجه به مفهوم کارآفرینی روستایی، کارآفرینان روستایی دارای خصوصیات خاصی هستند که مهم‌ترین آن‌ها شامل توانایی هماهنگی میان مردم، شیوه‌ها و فنون مختلف برای بهبود تغییرات محیطی و حفاظت از محیط طبیعی، افرادی خلاق و ریسک‌پذیر می‌باشند، با تغییرات رشد می‌کنند و با پیامدهای غیر مترقبه کنار می‌آیند، در تحقق بخشیدن به دیدگاه‌ها و ایده‌های خود مصمم و قاطع هستند، از اتخاذ تصمیم‌های پیش‌رونده لذت می‌برند، علاوه بر کشاورزی به توسعه فعالیت‌های دیگر نیز در راستای بهبود کسب‌وکار خود می‌پردازند (Kiakjuri et al, 2011).

امروزه، در بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه کارآفرینی روستایی به‌عنوان راهبردی برای توسعه اقتصادی و اجتماعی روستاها مطرح می‌شود. طبق مطالعات انجام‌شده، خوداشتغالی سریع‌ترین رشد بخش کشاورزی در روستاها است (Saxena, 2012). بنابراین، سیاست کارآفرینی در نواحی روستایی تبدیل به یک ابزار راهبردی برای رسیدن به توسعه پایدار بلندمدت شده است. لذا، برای تحقق این امر لازم است موانع پیش‌روی کارآفرینان روستایی از جمله؛ موانع انسانی و مالی توسط نهادهای مسئول به امر کارآفرینی برطرف شود، تا در نهایت منجر به اشتغال، افزایش درآمد و بهبود کیفی زندگی مردم روستایی به‌خصوص زنان روستایی شود (Khosravipour & Pourjavid, 2016). مطالعات در خصوص مشکلات و موانع روستا نشان از این است که مناطق روستایی با چالش‌های متعددی از جمله، فقر، بیکاری، دسترسی اندک به خدمات مختلف مانند آموزش و بهداشت، روبه‌رو هستند؛ لذا، این مسائل سبب بیکاری و کمبود خدمات در مناطق روستایی شده است که با مسن‌شدن جمعیت، مهاجرت را به همراه دارد (Paniagua, 2013). محققان اعتقاد دارند که از طریق عوامل اجتماعی و اقتصادی جوامع روستایی می‌توان کسب‌وکارهای کارآفرینانه را ارتقاء داد (Duarte & Diniz, 2011). از این رو، برنامه‌ریزان از کارآفرینی به‌عنوان راهبردی جهت جلوگیری از مهاجرت روستا بحث می‌کنند و کشاورزان آن را ابزاری جهت افزایش درآمد خود می‌دانند و زنان روستایی

آن را به عنوان شغل در محل زندگی خود می‌دانند. اما، با توجه به میزان اهمیت کارآفرینی زنان روستایی، تحقیقات مختلفی در این خصوص انجام شده است (Akgün et al, 2010). در حالی که، زنان کارآفرین منشأ تحول در زمینه‌های مختلف تولیدی، خدماتی و صنعتی هستند، که این مسئله بسیار مهمی است (Arasti, 2007). توسعه کارآفرینی سبب اشتغال‌زایی و تشویق به کسب‌وکارهای جدید و پیشرفت اقتصادی، اجتماعی و رفاهی در مناطق روستایی شده و کیفیت زندگی روستاییان را بهبود می‌بخشد. لذا، کارآفرینی روستایی را می‌توان، استفاده نوآورانه منابع و امکانات روستا برای خلق فرصت‌های کسب و کار تلقی نمود (Yagoubi Farani et al, 2014). زیرا، ساختار ساده، زودبازده بودن و حداقل سرمایه از مزایای مهم کارآفرینی روستایی به حساب می‌آید (Golrod, 2010). زنان روستایی به عنوان اولین مدیران منابع طبیعی از دیرباز در توسعه وضعیت کشاورزی نقش‌های درخور توجهی داشته‌اند، اما با این حال در کشورهای در حال توسعه اغلب زنان روستایی در انجام فعالیت‌های کشاورزی دامپروری و صنایع دستی نقش بالقوه‌ای دارند. بدون شک، زنان روستایی از شالوده‌های اصلی خانوار روستایی محسوب می‌شوند که بدون حضور آن‌ها ساختار اقتصادی ناپایدار خواهد بود (Khosravipour & Pourjavid, 2016).

فعالیت‌های اقتصادی زنان در جهان و جهت گیری آنان به سمت فعالیت‌های کارآفرینانه به دلایل متعددی از جمله بیکاری، استقلال، کسب درآمد، پایین بودن دستمزدها و عدم رضایت از شغل قبلی است. اما عوامل مختلفی در تسهیل و یا تضعیف این فعالیت‌ها مؤثر است. بررسی این عوامل می‌تواند در توسعه فعالیت کارآفرینانه زنان نقش مهمی ایفاء نماید. در گذر از مرحله سنتی به صنعتی باید به توانمندی‌ها و قابلیت‌های فردی کارآفرینان در بهره‌گیری از منابع طبیعی و به کارگیری تکنولوژی مدرن اهتمام ویژه قائل شویم. در دهه‌های اخیر زنان کارآفرین همواره مورد توجه جوامع پیشرفته بوده اند به طوری که بسیاری از زنان در اتحادیه‌های اروپایی توانسته‌اند در مشاغل تولیدی خرد و متوسط جایگاه خود را تثبیت نمایند. این زنان با بهره‌گیری از تسهیلات اعطایی از سوی دولت‌ها توانسته‌اند پس از گذشت چند سال تولیدات مرکز تحت پوشش خود را گسترش داده و به تنوع آن‌ها افزوده و سازمان‌دهی مناسبی را برای کارکنان خود ایجاد نمایند. از آنجا که کارآفرینی کانون و مرکز ثقل کار و تلاش و پیشرفت در عصر حاضر تلقی می‌شود و یک توسعه کارآفرینی و هنر اکتسابی است نه انتسابی، یک اندیشه قابل پرورش و کوشش اصولی است بدون توجه کافی به مقوله نمی‌توان به شاخص‌های رشد و توسعه که از طریق تغییر در روند تولید، پیشروی و توان افزاری فنی و صنعتی در فرهنگ آن عرصه اقتصاد حاصل می‌شود، دست یابیم. توسعه از جمله توسعه درون‌زا یک شاخص جهانی در ارزیابی کشورها از نظر توسعه‌یافتگی و توسعه نیافتگی به‌شمار می‌رود. شهروندان کشورهای توسعه یافته نسبت به سایر کشورها از شرایط زندگی بهتری برای رشد، پیشرفت و رفاه اجتماعی دارند. که یکی از مهم‌ترین این عوامل زمینه‌سازی در جهت توسعه نیروی انسانی مشارکت‌کننده در آن می‌باشد. که می‌تواند علاوه بر خصوصیات فردی بسترهای فرهنگی و اجتماعی و.... شامل شود از طرفی نیمی از جمعیت جامعه را زنان بخود اختصاص داده اند که خود منابع توسعه و عاملان توسعه به‌شمار

می‌آیند، که با حضور فعال خود از جمله مشارکت اجتماعی در قالب خلاقیت و کار آفرینی می‌توانند عامل نیروی مؤثری در پیشبرد توسعه در تمامی زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی جامعه باشند (Rafiei et al, 2019).

به طور کلی افراد، تحت تأثیر دو عامل کششی و اجباری وارد فضای کار می‌شوند. عامل کششی، اشاره به روندی دارد که در آن زنان ترغیب می‌شوند تا شغل یا فعالیت مخاطره‌آمیزی را به لحاظ اشتیاق و اصرار بر اینکه بخواهند کار و حرفه‌ای را انجام دهند، دایر می‌کنند. در حالی که عوامل اجباری اشاره به فرایندی دارد که در آن زنان ناچارند کسب‌وکاری را دایر کنند تا بتوانند مسائل و مشکلات اقتصادی خانواده و خود را برطرف نمایند (Nahovi & Kohensal, 2011).

امروزه، کارآفرینی مفاهیمی چون نوآوری، مخاطره‌پذیری، ایجاد یا تجدید ساختار یک واحد اقتصادی و اجتماعی، و استقلال-طلبی را به ذهن متبادر می‌سازد. کارآفرینی فرایند ایجاد و دستیابی به فرصت‌ها و دنبال کردن آن‌ها بدون توجه به منابعی است که در حال حاضر موجود است. یکی از جنبه‌های اصلی کارآفرینی شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌ها برای گسترش شرکت‌های کوچک‌تر است. این درحالی است که، مطالعات مختلف در مورد زنان کارآفرین نشان می‌دهند، زنانی که به تنهایی و یا با مشارکت سایر افراد کسب‌وکاری را ایجاد کرده و یا از طریق ارث پذیرفته‌اند و با قبول ریسک‌های مالی، اجتماعی، اخلاقی و روانی در اداره امور روزانه شرکت می‌کنند و با نوآوری محصولات جدیدی را تولید می‌کنند تا در بازار بر رقبا غلبه کنند، کارآفرین هستند (Lavoie & Filion, 1995). در کشورهای رو به توسعه، زنان امید اول برای ارتقاء خانواده‌ها و رشد و توسعه کشورهای خود محسوب می‌شوند. موفقیت زنان کارآفرین در جوامع، نه تنها سبب سودهای اقتصادی می‌شود، بلکه منافع اجتماعی و فرهنگی هم ایجاد می‌کند. زنان به دلایل متعددی نظیر بیکاری و کاهش دستمزدها و نارضایتی از شغل قبلی وارد کارآفرینی می‌شوند. با توجه به آمارهای رسمی اخیر، سهم اشتغال زنان فقط ۱۰ درصد است و نرخ بیکاری در میان زنان خصوصاً نیروی تحصیل کرده افزایش قابل توجهی داشته است. سه دلیل مهم کشورها برای توجه به مقوله کارآفرینی، تولید ثروت، توسعه فناوری و اشتغال مولد است. در اواخر دهه ۱۹۷۰ در بسیاری از کشورهای پیشرفته به علت تغییر در ارزش‌ها و گرایش‌های جامعه و تغییرات جمعیت‌شناختی، موجی از کسب‌وکارهای کوچک و افراد خوداشتغال به وجود آمد (Saxena, 2012).

طبق Burdus (2010) موفقیت کسب‌وکارها وابسته به در دسترس بودن سرمایه در شروع فعالیت‌های کارآفرینانه و کنترل مالی مناسب یا کافی و استفاده از شیوه‌های مناسب برای منابع مالی، هستند. هم‌چنین، شرایط اقتصادی بر نوع فرصت‌های در دسترس مؤثر هستند: شرایطی چون ثبات شرایط اقتصادی کلان و سطح رشد اقتصادی جامعه، سطوح اشتغال، نابرابری درآمدی، در دسترس بودن سرمایه و مالیات (Daskin, 2016). به‌طور کلی، عوامل مؤثر بر کسب‌وکار کارآفرینی زنان را می‌توان از ابعاد متنوعی بررسی کرد. از جمله:

بعد اجتماعی - فرهنگی

هنجارهای رایج در زمینه تقسیم کار، وجود نوعی مرزبندی طبیعی میان کار زنان و مردان مسئله تعدد نقش زنان به طوری که انتظار انجام مسئولیت‌های متفاوت زنان در قالب همسر، مادر، خانه‌دار، شاغل آن‌ها را دچار تنش و تضاد نقش و فشارهای ناشی از آن می‌کند (Robert & Sternberg, 2004). همچنین، وجود فرهنگ اقتدارگرا و مردسالار همواره رواج‌دهنده باورهای سنتی و کلیشه‌های جنسیتی بوده و از ابتدا، تربیت و اجتماعی شدن دختران، در نظر گرفتن خویش به عنوان جنس دوم و تضعیف اعتماد به نفس و تعمیق حس حقارت و خود کم‌بینی توانایی‌های خویش را در پی داشته است؛ همچنین، کمبود آگاهی زنان در ابعاد حقوق فردی، خانوادگی و اجتماعی، حرفه‌ای و عدم شرکت در تشکلهای صنعتی حرفه‌ای و فعالیت‌های اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، به استمرار ساخت نابرابر کمک می‌رساند (Yusefpour et al, 2011).

ابعاد سازمانی

سه دسته عوامل باعث توسعه کارآفرینی می‌شوند که عبارتند از: عوامل درون سازمانی، محیط بیرونی و ویژگی‌های شخصیتی. عوامل درون سازمانی عواملی هستند که مدیریت بر روی آن‌ها کنترل دارد. حمایت مدیریت، آزادی عمل و استقلال کاری، پاداش تقویت، دسترسی زمانی و مرزهای سازمانی در این دسته عوامل هستند که ناشی از مهارت‌های مدیریتی هستند (Kiakjuri et al, 2012). علاوه بر این، داشتن روحیه همکاری در داخل سازمان از عوامل مهم در موفقیت‌های سازمان و افراد داخل سازمان است (Mohammadi et al, 2010).

ابعاد ساختاری

حمایت نهادهای دولتی و ساختارهای قانونی مناسب در این بعد هستند. اثر مقررات قانونی بر کارآفرینی را می‌توان شامل مقررات قانونی که توسعه کارآفرینی را تشویق می‌کنند و یا نوآوری را محدود می‌کنند، در رابطه این دو مؤلفه جستجو نمود (Paniagua, 2013).

ابعاد شناختی - رفتاری

در این بعد بیش‌تر انگیزه، ویژگی‌های شخصیتی و جمعیت‌شناختی مد نظر هستند. می‌توان گفت میان توانایی‌های شخصیتی از قبیل اعتماد به نفس، انگیزه پیشرفت و نوآوری، و اشتغال زنان رابطه متقابل وجود دارد (Yusefpour et al, 2011).

ابعاد شبکه‌ای

طبق این دیدگاه، کارآفرینی فرآیندی است که در شبکه‌هایی از روابط اجتماعی قرار دارد. این روابط می‌توانند رابطه کارآفرین را با منابع و فرصت‌ها محدود یا تسهیل کنند. کارآفرین در هر مرحله از فعالیت به یک نظام مشاوره و پشتیبانی نیاز دارد؛ این شبکه‌ها به ویژه، در اولین مراحل فعالیت برای به دست آوردن اطلاعات و مشاوره نقش مؤثری دارند. لذا، وجود یا عدم وجود این بعد در توسعه کارآفرینی ضرورت دارد (Ahmadpour, 2008). اساساً مطالعات متعددی در زمینه کارآفرینی زنان از جمله زنان

روستایی انجام شده است ازجمله؛ et al YagoubiFarani (2014) در تحقیق خود به این نتیجه رسیدند که بین ویژگی‌های شخصیتی، وضعیت اقتصادی و شرایط اجتماعی فرهنگی زنان با سطح کارآفرینی آن‌ها رابطه معناداری وجود دارد.

Jamshidi et al (2013) در پژوهشی به بررسی عوامل پیش‌برنده توسعه کارآفرینی زنان در روستاهای شهرستان اردل پرداختند. در این پژوهش شش عامل اقتصادی، اجتماعی، زیرساختی، ترویجی، فردی رفتاری و محیطی به‌عنوان عوامل پیش‌برنده در توسعه کارآفرینی زنان شناسایی شدند. همچنین، بیش‌ترین اثرگذاری مربوط به عوامل اقتصادی و سپس مربوط به عوامل اجتماعی بوده که بر روی توسعه کارآفرینی زنان مؤثر هستند.

همچنین نتایج مطالعه Karimi& Ahmadi (2023) توسعه کارآفرینی زنان روستایی نه‌تنها ابزار توانمندسازی اقتصادی زنان است، بلکه نقشی اساسی در توسعه پایدار روستاها دارد. با این حال، موانعی نظیر کمبود سرمایه اولیه، دسترسی محدود به آموزش‌های کارآفرینی، باورهای فرهنگی بازدارنده و نبود حمایت نهادی مؤثر، مانع از رشد و شکوفایی این ظرفیت‌ها شده‌اند. تأکید شد که تقویت آموزش‌های مهارتی، بهبود دسترسی به منابع مالی، و ایجاد شبکه‌های حمایتی محلی می‌تواند به‌طور چشمگیری مشارکت اقتصادی زنان در مناطق روستایی را افزایش دهد.

نتایج تحلیل محتوای مطالعه Khosravipour & Pourjavid (2016) با عنوان عوامل مؤثر بر رشد کارآفرینی در کسب‌وکارهای کوچک زنان روستایی اسلام آباد نشان داد، که هفت عامل کلیدی فردی، محیطی، فرهنگی- اجتماعی، انگیزشی، آموزشی- ترویجی، سیاست‌گذاری و مدیریتی نقش مهمی در کارآفرین شدن زنان روستایی دارد.

نتایج مطالعه Rostamalizadeh & AliJumazadeh (2017) در خصوص بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت زنان کارآفرین شهر تهران گویای آن بود که ویژگی‌ها و شرایط اقتصادی و اجتماعی شامل سن، وضعیت تأهل، سطح تحصیلات، سابقه کار و میزان درآمد نقش مهمی در میزان کارآفرینی زنان تهرانی دارند. یعنی با افزایش سن، میزان کارآفرینی زنان اندکی کاهش پیدا می‌کند. افراد مجرد و افراد دارای تحصیلات لیسانس، روحیه کارآفرینی بالاتری دارند. همچنین، با افزایش سابقه کار به روحیه کارآفرینی زنان ارتقاء می‌یابد.

مطالعه Hurley (2000) در ارتباط با ترکیب نظریه‌های فمینیستی در ارتباط با کارآفرینی زنان نشان داد که کسب وکارهای خانگی اغلب توسط افرادی ایجاد می‌شوند که سرمایه زیادی ندارند. افزون براین، ایجاد سرمایه، آموزش‌های حرفه‌ای و بازاریابی می‌تواند مشوق‌های مهمی در گرایش افراد باشد و کمبود تعهد، نبود سرمایه و یا کمبود آن یک ریسک برای این نوع کسب‌وکارها است.

همچنین در تحقیقی مشخص شد که زنان نیازمند تشویق و حمایت خانواده‌های خود، محافل اجتماعی و از همه مهم‌تر دولت هستند و دولت نیز باید تأمین حمایت‌های مالی برای زنان کارآفرین را فراهم نماید (Simsek et al, 2009). یافته‌های تحقیق Lincoln (2012) نشان داده که زنان کارآفرین از فرصت‌های مساوی با مردان برخوردار نیستند که بخشی از آن از

هنجارهای تبعیض آمیز فرهنگی- اجتماعی ناشی می‌شود. از سوی دیگر، مطالعه Pourbakhsh et al (۲۰۲۴) نشان داد که راه‌اندازی کسب‌وکارهای خانگی نقش مؤثری در افزایش توانمندی اقتصادی زنان روستایی دارد. یافته‌ها حاکی از آن است که حدود ۶۰ درصد از تغییرات مربوط به توانمندسازی اقتصادی زنان روستایی به واسطه توسعه مشاغل خانگی تبیین می‌شود. مهم‌ترین جنبه‌های توانمندی شامل افزایش استقلال مالی، مشارکت در تصمیم‌گیری‌های اقتصادی خانواده، و ارتقای اعتمادبه‌نفس زنان بوده است. این تحقیق بر اهمیت حمایت‌های دولتی و تسهیل دسترسی زنان به منابع مالی، آموزشی و بازار فروش برای تداوم و توسعه این کسب‌وکارها تأکید دارد.

نتایج پژوهش Sotoudeh et al (2023) نشان می‌دهد که موانع زمینه‌ای (نظیر کمبود زیرساخت‌ها، نبود حمایت نهادی، مشکلات سیاسی و اقتصادی) بیشترین تأثیر را بر محدودسازی کارآفرینی زنان روستایی در ایران داشته‌اند، به‌طوری‌که ضریب تأثیر موانع زمینه‌ای ۰.۵۴۹ برآورد شده است. همچنین موانع فرهنگی (با ضریب ۰.۴۹۷)، اقتصادی (۰.۴۴۱) و اجتماعی (۰.۳۹۹) نیز نقش معناداری در تضعیف فعالیت‌های کارآفرینانه زنان داشته‌اند. این پژوهش تأکید می‌کند که برای ارتقاء مشارکت اقتصادی زنان روستایی، رفع این موانع از طریق سیاست‌گذاری هدفمند، آموزش، و تسهیل دسترسی به منابع مالی و بازار ضروری است.

در پژوهشی که به بررسی نگاه جنسیتی بر کارآفرینی زنان در کشور ترکیه پرداخته شده است. نتایج نشان داد که در زنان کارآفرین ترکیه‌ای برخی صفات شخصیتی مشابهی وجود دارد. زنان کارآفرین موفق در ترکیه، به‌عنوان مقاوم بودن و مصمم بودن، صبور، افکار ایده‌آلی، از لحاظ ذهنی قدرتمند و نوآور شناخته شدند. نتایج همچنین نشان داد، فرصت‌های منحصر به فرد در محیط کسب‌وکار، کار کردن برای یک جامعه‌ی مناسب و مستقل بودن در تصمیمات فردی و فعالیت‌ها از جمله عوامل اصلی برای تصمیم به کارآفرین بودن در زنان کارآفرین ترکیه‌ای است (Maden, 2015). به‌عبارت دیگر، یافته‌ها نشان داد که مدیریت سرمایه‌گذاری به‌عنوان مهم‌ترین مسئله برای زنان کارآفرین در کشور ترکیه علی‌رغم، وجود مکانیزم‌های حمایتی مختلف می‌باشد. با توجه به اینکه، تداوم حیات اقتصادی و اجتماعی روستاها، در جهت احیاء منابع و سرمایه‌های مادی و معنوی آن‌ها است، شناسایی عوامل مؤثر بر کارآفرینی روستاییان، به‌خصوص زنان روستایی و تلاش برای توسعه و تقویت کارآفرینی در فرایند توسعه روستایی از طریق فراهم کردن زمینه‌های اولیه آن، اهمیت خاصی دارد (Mirtrabi & Hijazi, 2010). لذا، از راهبردهای بلند مدت توسعه کارآفرینی روستایی، توجه به زنان روستایی و فراهم نمودن زمینه‌هایی برای کارآفرین شدن آنان است. بنا بر ضرورت توسعه سهم زنان روستایی در اقتصاد ملی و نیز مقابله با بحران بیکاری آنان، ضروری است که شرایط لازم برای توسعه کسب‌وکار زنان کارآفرین فراهم گردد تا آن‌ها با ایجاد کسب‌وکار و فرصت‌های شغلی برای خود و دیگران بتوانند معضل کنونی جامعه را پایان بخشند. بنابراین، هدف اصلی این پژوهش تبیین عوامل مؤثر بر کسب‌وکارهای زنان روستایی کارآفرین در روستاهای شهرستان کرمانشاه است. زمینه فعالیت زنان روستایی در شهرستان کرمانشاه بیشتر در حوزه جوارابافی (۱۶۸ نفر)، بسته‌بندی

گیاهان دارویی (۳۲ نفر)، تولید عرقیات گیاهی (۵۷ نفر)، قلم‌زنی (۳۳ نفر) و چرم دوزی (۷۸ نفر) می‌باشد. در خصوص بررسی وضعیت زنان روستایی کارآفرین شهرستان کرمانشاه لازم به ذکر است که متشکل از افرادی است که کسب‌و کاری را به طور مستقل یا با شراکت، تأسیس و اداره کرده و حداقل سه سال از فعالیت آنها می‌گذرد. تعداد کارکنان آنها یک یا بیشتر و دارای فروش یا سود در محصولات خود باشند. براساس مطالب بیان شده در بخش‌های پیشین هدف اصلی مطالعه حاضر، واکاوی مؤلفه‌های مؤثر بر رشد کسب‌وکارهای زنان کارآفرین روستایی بود.

مواد و روش‌ها

تحقیق حاضر از نظر پارادایم، کمی، با توجه به هدف از نوع تحقیقات کاربردی و از لحاظ گردآوری داده‌ها توصیفی-پیمایشی به‌شمار می‌آید. براساس آمار و اطلاعات کسب شده از سازمان‌ها و مراکز ذیربط، از تعداد ۱۲۵ نفر زنان روستایی کارآفرین در مناطق روستایی شهرستان کرمانشاه که در زمینه‌های صنعتی، خدمات و کشاورزی فعالیت داشتند، ۹۲ نفر زن کارآفرین به صورت تمام‌شماری از ۵ روستای هجیج، پریان، کندوله، کرتویج و ساتیاری انتخاب شدند. ابزار اصلی پژوهش پرسشنامه‌ای شامل دو بخش بود. بخش اول ویژگی‌های جمعیت‌شناختی زنان روستایی کارآفرین مورد مطالعه و در بخش دوم، به منظور تبیین مفهوم کارآفرینی زنان روستایی، ضمن بررسی کتاب‌های کارآفرینی دانشگاهی، مقالات متعدد علمی و نیز مصاحبه با اعضای هیأت علمی حوزه کارآفرینی روستایی و ترویج کشاورزی، فهرستی از مهم‌ترین متغیرهای مطرح در حوزه کارآفرینی زنان روستایی تهیه شد و پس از اعمال نظر متخصصان حوزه‌های یادشده، پرسشنامه‌ای محقق‌ساخت جهت انجام پژوهش آماده و مبنای کار قرار گرفت. روایی پرسشنامه، توسط متخصصان کارآفرینی حوزه زنان، توسعه روستایی و اعضای هیأت علمی گروه ترویج و توسعه روستایی دانشگاه بوعلی‌سینای همدان تأیید شد و جهت تعیین پایایی پرسشنامه از روش ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. میزان این ضریب برای مقیاس مذکور، ۰/۸۳ به‌دست آمد. تجزیه و تحلیل داده‌ها در دو بخش آمار توصیفی و استنباطی با استفاده از نرم‌افزار SPSS/22 و با بهره‌گیری از روش تحلیل عاملی انجام شد.

نتایج و بحث

همان‌گونه که از جدول ۱ مشاهده می‌گردد. از مجموع ۹۲ نفر نمونه آماری در این پژوهش تعداد ۳۱ نفر (۳۳/۷ درصد) از پاسخ‌گویان در دامنه سنی کمتر از ۲۵ تا ۳۵ سال و ۶۶/۳ درصد در دامنه سنی ۳۶ سال به بالا قرار دارند. با توجه به اطلاعات جمع‌آوری شده میانگین سنی زنان کارآفرین ۳۳/۸۶ سال (انحراف معیار = ۴/۰۳۴) می‌باشد. یافته تحقیق نشان داد که، تحصیلات ۱۲/۴ درصد زنان کارآفرین ابتدایی، ۷/۹ درصد راهنمایی، ۳/۴ درصد دبیرستان، ۳۲/۶ درصد دیپلم، ۲۷ درصد کاردانی، ۱۱/۱ درصد کارشناسی و ۵/۶ درصد کارشناسی ارشد و بالاتر می‌باشد. همچنین، سطح تحصیلات اکثر زنان کارآفرین روستایی در سطح دیپلم است و تنها پنج نفر از آنان در سطح کارشناسی ارشد و بالاتر تحصیلات دارند.

مطابق یافته‌های حاصل از تحقیق، ۳۷/۱ درصد از پاسخ‌گویان مجرد، ۵۳/۸ درصد متأهل و ۹/۱ درصد مطلقه می‌باشند. بر اساس نتایج ۱۲ نفر از زنان کارآفرین، سرپرست خانواده بودند؛ همچنین، ۴۱ نفر دارای کسب‌وکار شخصی، ۳۸ نفر کسب و کار شراکتی و ۱۳ نفر نیز در این خصوص اقدام به تشکیل تعاونی نموده‌اند. همان‌گونه که در جدول ۱ ملاحظه می‌شود، از مجموع زنان کارآفرین روستایی که زمینه فعالیت خود را ذکر کرده‌اند، بیش‌ترین فراوانی (۳۷ نفر) مربوط به زنانی است که به فعالیت‌های خدماتی اشتغال دارند و فعالیت‌های کشاورزی، صنایع دستی، صنعتی و سایر موارد در رتبه‌های بعدی قرار گرفته‌اند.

واکاوی متغیرهای زیربنایی

هدف اساسی تحلیل عاملی شناسایی عوامل زیربنایی یا زمینه‌ساز متغیرها است. در این راستا وجه مشترک متغیرها با توجه به واریانس مشترک شناسایی و سپس توسط محقق نام‌گذاری می‌شود. با وجود توانمندی این روش، داده‌هایی برای تحلیل عاملی کاربرد دارند که شایستگی لازم برای این کار را داشته باشند. بدین منظور از تحلیل عاملی اکتشافی استفاده شد. بدین منظور آزمون بارتلت و ضریب KMO محاسبه گردید. چنانچه مقدار KMO بالاتر از ۰/۷ باشد با اطمینان خاطر از تحلیل عاملی استفاده نمود. ضریب KMO با توجه به جدول ۲ برابر با ۰/۸۰۳ می‌باشد که رقم بسیار مناسبی است، سطح معنی‌داری آزمون بارتلت برابر ۰/۰۰ است که در نتیجه در سطح ۹۹ درصد معنی‌دار می‌باشد.

۱- توزیع فراوانی بر حسب سن، سطح تحصیلات و زمینه فعالیت زنان کارآفرین روستایی

Table 1: Frequency distribution of rural women entrepreneurs by age, education level, and field of activity.

سن، سطح تحصیلات و زمینه فعالیت زنان روستایی		گروه سنی
درصد	فراوانی	
۳۳/۷	۳۱	کم‌تر از ۲۵ تا ۳۵ سال
۶۶/۳	۶۱	۳۶ تا ۴۶ سال به بالا
۱۰۰	۹۲	جمع
درصد	فراوانی	سطح تحصیلات
۱۲/۴	۳	ابتدایی
۷/۹	۷	راهنمایی
۳/۴	۱۲	دبیرستان
۳۲/۶	۳۰	دیپلم
۲۷	۲۴	کاردانی
۱۱/۱	۱۱	کارشناسی
۵/۶	۵	کارشناسی ارشد و بالاتر
۱۰۰	۹۲	جمع
درصد	فراوانی	زمینه فعالیت
۳/۸	۴	صنعتی
۲۶/۵	۲۳	صنایع دستی
۲۷/۸	۲۵	کشاورزی
۳۹/۸	۳۷	خدماتی

سایر موارد	۳	۲/۱
جمع	۹۲	۱۰۰

جدول ۲: ضریب KMO و آزمون بارتلت عوامل مؤثر بر زنان کارآفرین روستایی

Table 2 : KMO coefficient and Bartlett's test for factors affecting rural women entrepreneurs

مقدار	آزمون
۰/۸۰۳	KMO
۲۷۹۸/۳۴۳	Bartlett's
۰/۰۰	Sig

جدول ۳: مقادیر ویژه و درصد واریانس تبیین‌شده

Table 3 : Eigenvalues and percentage of explained variance

ردیف	نام عامل	مقدار ویژه اولیه	درصد واریانس	مقادیر ویژه چرخش‌یافته	درصد واریانس	درصد واریانس تجمعی
۱	عامل اول	۵/۹۶۲	۲۲/۹۳۰	۲۲/۹۳۰	۲/۹۷۰	۱۱/۴۲۲
۲	عامل دوم	۲/۸۸۲	۱۱/۰۸۵	۳۴/۰۱۶	۲/۷۶۳	۲۲/۰۴۷
۳	عامل سوم	۲/۱۴۶	۸/۲۵۴	۴۲/۲۷۰	۲/۶۶۹	۳۲/۳۱۴
۴	عامل چهارم	۱/۴۱۹	۵/۴۵۹	۴۷/۷۲۹	۲/۴۹۹	۴۱/۹۲۵
۵	عامل پنجم	۱/۳۲۲	۵/۰۸۶	۵۲/۸۱۵	۱/۸۹۸	۴۹/۲۲۵
۶	عامل ششم	۱/۲۴۱	۴/۷۷۴	۵۷/۵۸۹	۱/۶۵۶	۵۵/۵۹۴
۷	عامل هفتم	۱/۰۷۹	۴/۱۵۱	۶۱/۷۴۰	۱/۵۹۸	۶۱/۷۴۰

جدول ۴: متغیرها و گویه‌های زیربنایی

Table 4: Variables and underlying items

ردیف	متغیرها	گویه‌های زیربنایی
۱	ویژگی‌های شخصیتی	اراده و پشتکار، اعتماد به نفس و خودباوری، تعهد و مسئولیت‌پذیری، دوراندیشی، همکاری و کار گروهی، ریسک‌پذیری، مهارت ارتباطی، استقلال در کار و زندگی، تصمیم‌گیری سریع
۲	فرهنگی - اجتماعی	پذیرش و مقبولیت اجتماعی، تفکرات سنتی و منفی، اعتماد به توانایی‌های زنان، احترام به نظرات زنان، حقوق برابر، وجود امنیت
۳	شرایط خانوادگی	تقسیم مسئولیت‌های خانواده، کمک‌های همسر و فرزندان، تعادل بین زندگی و کسب‌وکار، مشورت با خانواده، اعتماد خانواده به فرد
۴	آموزشی - اطلاعاتی	آشنایی با دانش و مهارت تخصصی، آشنایی با ضوابط و مقررات تجاری و اداری، آشنایی با دانش و مهارت - های مدیریتی، حقوقی، مالی، دسترسی به اطلاعات بازار خدمات، دانش و اطلاعات بازاریابی
۵	شرایط اقتصادی	کمک‌های مالی اطرافیان، سهولت دسترسی به تسهیلات، سهولت دسترسی به مواد اولیه، دسترسی به بازارهای محلی، وجود تقاضا در منطقه
۶	نهادی - سازمانی	دسترسی آسان به امکانات و تسهیلات بانک‌ها، بهره‌مندی از معافیت مالیاتی، کمک دولت جهت فروش محصولات تولیدی، کمک نهادهای دولتی در تأمین امکانات، نهادهای، استفاده از اعتبارات و خدمات صندوق‌های اعتبارات زنان
۷	تأمین اعتبار	خانواده، پس انداز و سرمایه شخصی، بانک‌ها و مؤسسات مالی و اعتباری، شریک و سرمایه‌گذار

براساس نتایج حاصله از تحلیل عاملی، هفت عامل تأثیرگذار بر کارآفرینی زنان روستایی روستاهای شهرستان کرمانشاه استخراج و شناسایی شدند که در جدول ۳ قابل مشاهده است.

عامل اول: عامل ویژگی‌های شخصیتی می‌باشد که به تنهایی ۱۱/۴۲۲ درصد از (تغییرات واریانس کل) عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان را تبیین می‌کند و در اولویت اول قرار دارد. در این عامل، ۹ متغیر با بار عاملی بیش از ۰/۵ ایفای نقش می‌کنند که عبارتند از: اراده و پشتکار، اعتماد به نفس و خودباوری، تعهد و مسئولیت‌پذیری، دوراندیشی، همکاری و کار گروهی، ریسک-پذیری، مهارت ارتباطی، استقلال در کار و زندگی، تصمیم‌گیری سریع؛

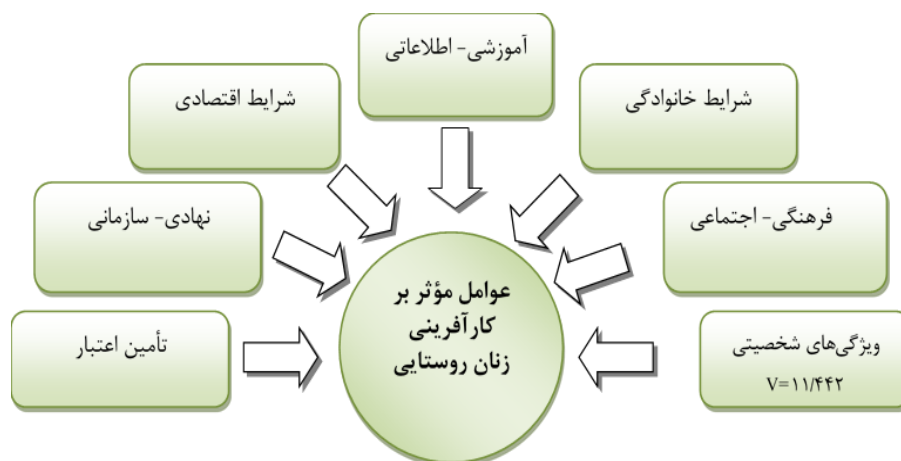
عامل دوم: عامل فرهنگی-اجتماعی، ۱۰/۶۲۵ درصد از (تغییرات واریانس کل) عوامل تأثیرگذار بر کارآفرینی زنان را تبیین می‌کند و در اولویت دوم قرار می‌گیرد. در این عامل ۶ متغیر با بار عاملی بیش از ۰/۵ ایفای نقش می‌کنند که شامل پذیرش و مقبولیت اجتماعی، تفکرات سنتی و منفی، اعتماد به توانایی‌های زنان، احترام به نظرات زنان، حقوق برابر، وجود امنیت می‌باشد؛ عامل سوم: عامل شرایط خانوادگی، ۱۰/۲۶۵ درصد از (تغییرات واریانس کل) واریانس کل را تبیین می‌کند که در اولویت سوم عوامل مؤثر بر کارآفرینی قرار می‌گیرد. در این عامل ۵ متغیر با بار عاملی بیش از ۰/۵ ایفای نقش می‌کنند که عبارتند از: تقسیم مسئولیت‌های خانواده، کمک‌های همسر و فرزندان، تعادل بین زندگی و کسب‌وکار، مشورت با خانواده، اعتماد خانواده به فرد؛

عامل چهارم: عامل آموزشی-اطلاعاتی، ۹/۶۱۱ درصد از (تغییرات واریانس کل) عوامل مؤثر بر کارآفرینی را تبیین می‌کند و در اولویت چهارم قرار می‌گیرد. در این عامل ۵ متغیر با بار عاملی بیش از ۰/۵ قرار می‌گیرند که شامل آشنایی با دانش و مهارت تخصصی، آشنایی با ضوابط و مقررات تجاری و اداری، آشنایی با دانش و مهارت‌های مدیریتی، حقوقی، مالی، دسترسی به اطلاعات بازار خدمات، دانش و اطلاعات بازاریابی می‌باشد؛

عامل پنجم: عامل شرایط اقتصادی، ۷/۳۰۰ درصد از (تغییرات واریانس کل) عوامل مؤثر بر کارآفرینی را تبیین می‌کند و در اولویت پنجم قرار دارد. این عامل ۵ متغیر کمک‌های مالی اطرافیان، سهولت دسترسی به تسهیلات، سهولت دسترسی به مواد اولیه، دسترسی به بازارهای محلی، وجود تقاضا در منطقه را پوشش می‌دهد؛

عامل ششم: عامل نهادی-سازمانی، ۶/۳۶۹ درصد از (تغییرات واریانس کل) عوامل مؤثر بر کارآفرینی را تبیین می‌کند و در اولویت ششم قرار دارد. در این عامل ۵ متغیر با بار عاملی بیش از ۰/۵ ایفای نقش می‌کنند که شامل دسترسی آسان به امکانات و تسهیلات بانک‌ها، بهره‌مندی از معافیت مالیاتی، کمک دولت جهت فروش محصولات تولیدی، کمک نهادهای دولتی در تأمین امکانات، نهادهای، استفاده از اعتبارات و خدمات صندوق‌های اعتبارات زنان می‌باشد؛

عامل هفتم: عامل تأمین اعتبار، ۶/۱۴۶ درصد از (تغییرات واریانس کل) عوامل تأثیرگذار بر کارآفرینی را تبیین می‌کند و شامل ۴ متغیر خانواده، پس انداز و سرمایه شخصی، بانک‌ها و مؤسسات مالی و اعتباری، شریک و سرمایه‌گذار می‌باشد. مطابق یافته‌های تحقیق، مدل تجربی عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان به صورت شکل ۱ ارائه شده است.



شکل ۱: مدل تجربی عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان روستایی شهرستان کرمانشاه

Figure 1: Empirical model of factors affecting rural women's entrepreneurship in the villages of Kermanshah County

نتیجه‌گیری

همان گونه که اشاره شد؛ عامل مهم و تأثیرگذار در راستای بررسی عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان به شرح زیر شناسایی شدند: عامل ویژگی‌های شخصی، عامل فرهنگی-اجتماعی، عامل شرایط خانوادگی، عامل آموزشی-اطلاعاتی، عامل شرایط اقتصادی، عامل نهادی-سازمانی و عامل هفتم، عامل تأمین اعتبار می‌باشد. طبق نتایج به دست آمده از مطالعه حاضر و بررسی عوامل اثرگذار مشخص گردید که یافته‌ها با نتایج منتج شده از مطالعه (2014) et al Yagoubi Farani، (2013) et al Jamshidi مطابقت دارد. آنها در مطالعات خود نشان دادند که عوامل فردی و شخصیتی نقش اثرگذاری بر بهبود فعالیت زنان کارآفرین روستایی دارد و لازم است برنامه‌ریزان بر این عوامل تأکید بیشتری داشته و برنامه‌های آموزشی و حمایتی را بر این راستا تدوین و طراحی کنند.

همچنین، مرور منابع نشان داد که علاوه بر وجود مشکلات و نارسائی‌های جهانی در زمینه اشتغال زنان، در کشور ایران مشکلات مضاعف است و این در حالی است که حداقل به ظاهر، متون تاریخی، فرهنگی، قانونی و اجتماعی موجود در ادبیات تحقیق نشانی از هیچ گونه مانع در این رابطه در خود ندارند. این مشکلات در حدی است که درصد ناچیز اشتغال زنان در ایران، این کشور را در آخرین رده‌ها حتی در میان کشورهای در حال توسعه قرار داده است. بررسی موانع اشتغال و کارآفرینی زنان از

دیدگاه‌های مختلف این فرضیه را به ذهن می‌آورد که شاید بر خلاف اکثریت آراء، عوامل درونی و به‌ویژه عدم وجود خلاقیت و خودباوری، مانع مهمی بر سر راه اشتغال و کارآفرینی بهینه زنان باشد. اکثریت محققین بر این باور هستند که عمده فعالیت‌های لازم برای پرورش این دو خصیصه باید در سنین خردسالی که مترادف با دوره‌های پیش‌دبستانی و دبستان می‌باشد، انجام بگیرد. در این رابطه نقش والدین، محیط‌های آموزشی و رسانه‌های گروهی مورد تأکید قرار گرفته است. متأسفانه در کشور ایران، رویکرد پیشگیری و برنامه‌ریزی‌های بلندمدت در سطح کلان طرفداران زیادی ندارد. این مسئله می‌تواند علل مدیریتی داشته باشد. در حالی که برنامه‌ریزی برای کارآفرینی زنان، ابعاد بسیار وسیعی دارد که از جمله مهم‌ترین آن‌ها بعد تعلیم و تربیتی آن است. ملاحظه شد که فعالیت زنان در عرصه کارآفرینی در جوامع مدرن، تحولات زیادی در کلیه فعالیت‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و غیره به وجود آورده و به عنوان مهم‌ترین ابزار کارآفرینی مدرن مورد توجه قرار گرفته است و همان‌گونه که گفته شد، زنان با داشتن دیدی خلاق و برخوردار از مهارت‌های بالا، به عنوان نان‌آور خانواده و عامل اصلی تربیت فرزندان نقش بسیار مهمی در چرخه اقتصاد خانواده و جامعه دارند و در جامعه اسلامی وجود و حضور آن‌ها حتی در تمامی دستاوردهای پیشرفته امروزی مانند تجارت الکترونیک، فناوری اطلاعات نباید نادیده گرفته شود و اگر کارآفرینی در خانواده‌ها به صورت مشترک صورت می‌گیرد، زوجین باید با تفاهم و تعامل در کسب‌وکار خود فعالیت نمایند.

پیشنهادهای کاربردی

تقویت اعتماد به نفس و مهارت‌های فردی: برگزاری کارگاه‌های آموزش خلاقیت، تصمیم‌گیری سریع و کار تیمی برای زنان روستایی.

تغییر نگرش فرهنگی: اجرای برنامه‌های رسانه‌ای و محلی برای کاهش نگاه سنتی و افزایش مقبولیت اجتماعی زنان کارآفرین.

حمایت خانوادگی: آموزش همسران و خانواده‌ها برای تقسیم مسئولیت‌ها و ایجاد تعادل بین زندگی شخصی و کسب‌وکار.

دسترسی به آموزش و اطلاعات بازار: راه‌اندازی مراکز مشاوره محلی و دوره‌های آموزشی در زمینه بازاریابی، مدیریت مالی و قوانین کسب‌وکار.

تسهیل منابع مالی: ایجاد صندوق‌های اعتباری خرد و ارائه تسهیلات بانکی ساده و کم‌بهره برای شروع یا توسعه کسب‌وکار زنان.

منابع

Ahmadpour, M. (2008). Entrepreneurship, definitions, theories, models, Tehran: Fardis Publications, 6th edition (In Persian).

Akgün, A.A., Nijkamp, P., Baycan, T. & Brons, M. (2010). Embeddedness of Entrepreneurs in Rural Areas: A Comparative Rough Set Data Analysis. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, 101(5): pp 538-553.

Arasti, Z. (2007). Female Iranian entrepreneurs; socio-cultural structures contributing to job creation for women. *Journal of women research*, 4(1,2): pp93-120(In Farsi).

Burdus, E. 2010. Fundamentals of Entrepreneurship, Review of International Comparative Management, 11(1): 33-42.

Daskin, M. (2016). Investigating the Influential Factors on Small and Medium-Sized Hospitality Entrepreneurs at the Start- Up Process: A Preliminary Study from Ipoh/Malaysia. *Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 5(1): pp51-69.

Derikvand, A. R., & Gelard, P. (2022). Designing a corporate social entrepreneurship model: Qualitative research based on Grounded theory. *Journal of Entrepreneurship Development*, 14(4), 619-638. <https://doi.org/10.22059/jed.2021.321950.653642> (In Persian).

Duarte, N. & Diniz, F. (2011). The role of firms and entrepreneurship on local development. Romanian. *Journal of Regional Science*, 5(1): pp 54-69.

Farji Sabkbar, H., Badri, S., Sejasi Keidari, H., Sadeghlou, T. & Shahdadi Khajeh Asgar, A. 2010. Prioritization of entrepreneurship development in rural areas by using PROMTY technique, *Geographical Researches*, (75): pp 53-68(In Persian).

Golrod, P. (2010). Family and solution developing entrepreneurship of women, *womenstudy*, 7(21): pp131-149.

Hurley, A. (2000). Incorporating Feminist Theories in to sociological theories of entrepreneurship, *women in management Review*, 14(2): pp 54-62.

Jamshidi, A., Gemini, A. & Nazari Sarmazeh, H. (2013). Study of factors promoting and inhibiting the development of rural women's entrepreneurship: a case study of rural women in Miankoh district of Ardel city. *Women and society quarterly*. 5 (1): pp 32-40(In Persian).

Karimi, Z., & Ahmadi, F. (2023). Tose'e-ye karāfarini-ye zanān-e rūstāyi; cheshmandāzhā va chālesh-hā [Rural women's entrepreneurship development; prospects and challenges]. National Conference on Geography and Human Relations in Iran, Shiraz, Iran. *Civilica*. <https://civilica.com/doc/2024559>(In Persian).

Khosravipour, B. & Pourjavid, S. (2016). Analyzing the factors affecting the growth of entrepreneurship in small businesses of rural women in Ghari city of Islamabad using content analysis technique. *Rural Development Strategies Quarterly*. 4 (3):pp 315-299(In Farsi).

Kiakjuri, K., Rudgrenjad, F. & Pouraisi, M. (2011). Presenting a conceptual model of effective obstacles on the development of rural entrepreneurship. National Rural Development Conference, Gilan University, Shahrivar, Rasht, 6: pp10-18(In Persian).

Iavoie, D. & Fillion, R. (1995). Forum sur Entrepreneurship feminine quebécois, Ecole des Hautes Etudes Commerciales, Montreal.

Lincoln, A. 2012. Prospects and challenges of women entrepreneurship in Nigeria, 28 November 2012.

Maden, C. (2015). A gendered lens on entrepreneurship: women entrepreneurship in Turkey. *Gender in Management An International Journal*, 30(4):pp 312 – 331.

Mirtrabi, M. & Hijazi, Y. (2010). Investigating the effect of rural women's personal and family characteristics on their motivation to participate in agricultural activities, *Proceedings of the Second National Conference on Sustainable Rural Development*, Hamedan: Bu ali Sina University, July 15 and 16(In Persian).

Mohammadi, H., Ahmadi, A. and Amin Shayan Jahormi, S. (2010). Investigating personality traits with entrepreneurial tendencies. *Women's Sociology Quarterly*, 2(1): pp15-24(In Persian).

Nahovi, A. & Kohensal, M. (2011). Factors affecting the progress of women entrepreneurs (case study: women of Mazandaran province). *Women and Family Studies*, 11(3):pp 111-95.

Orhan, M. & Scott, D. (2001). Why Women Enter in to Entrepreneurship an Explanatory Model. *Women in Management Review*, 16(5):pp232-247(In Persian).

Paniagua, A. (2013). Farmers in remote rural areas: The worth of permanence in the place. *Land Use Policy*, 35:pp 1-7.

Pourbakhsh, S., Arshadi, H., & Bastami, Sh. (2024). Rahandazi-ye kasbokarhā-ye khānegi va tavānmandi-ye eqtesādi-ye zanān-e rūstāyi. *Faslnameh-ye Rāhbordhā-ye Towse'e-ye Rūstāyi*, University of Tehran. (In Persian).

Rafiei, S.; Fathi, S. & Shiri, T. (2019). Study the fields of entrepreneurship development from the perspective of women entrepreneurs in Gilan province. *Iranian Social Development Studies Quarterly*, 12 (2): pp117-129(In Persian).

Robert, J & Sternberg, B. (2004). Successful intelligence as a basis for entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 19: pp189– 201.

Rostamalizadeh, A., & AliJumazadeh, P. (2017). Investigating factors affecting the success of female entrepreneurs in Tehran. *Social Development Quarterly*, 12 (3): 172-147.

Saxena, S. (2012). Problems Faced By Rural Entrepreneurs and Remedies to Solve. *Journal of Business and Management*, 3(1):pp 23-29(In Persian).

Sotoudeh, F., Khosravipour, B., & Shahbazi, A. (2023). A meta-analysis of barriers to rural women's entrepreneurship in Iran. *Journal of Rural Development Strategies*, University of Tehran.

Serafimovska, H., & Sotiroski, J. (2014). Implications of the Legal Framework for the Development of Entrepreneurship. *International Review of Social Sciences and Humanities*, 7(1):263-273.

Simsek, Z., Lubatkin, M.H., Veiga, J.F & Dino, R.N. (2009). The role of an entrepreneurially alert information system in promoting corporate entrepreneurship. *Journal of Business research*, 62: pp 810-817.

Yacoubi Farani, A., Soleimani, A., Mohadi, R. & Eskandari, F. (2012). The effect of educational and institutional factors on the self-creation of rural women (case study: Hamadan province). *Entrepreneurship Development*, 2(6):pp134-115(In Persian).

Yagoubi Farani, A; Soleimani, A. & Mohadi, R. (2014). Analysis of factors influencing rural women's entrepreneurship. *Women's Social Psychological Studies*, 12 (4): pp7-42(In Persian).

Yusefpour, M., Hosseinzadeh, M., Hosseinzadeh, H., Talenejad, S. & Akbari, Y. (2011). Investigating the factors of women's entrepreneurship in the country's economic development, *National Conference on Entrepreneurship and Management of Knowledge-Based Businesses*, Mazandaran University. pp 25-36 (In Persian).