

تأثیر عوامل آموزشی و نهادی بر کارآفرینی زنان روستایی (مورد مطالعه: استان همدان)

احمد یعقوبی فرانی*^۱ - عطیه سلیمانی^۲
رضا موحدی^۳ - فرزاد اسکندری^۴

۱. استادیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه بوعلی سینا همدان

۲. دانشجوی دکتری ترویج کشاورزی دانشگاه بوعلی سینا همدان

۳. استادیار، گروه ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه بوعلی سینا همدان

۴. استادیار گروه اقتصاد کشاورزی دانشگاه کردستان

(تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۱/۸/۲۱، تاریخ تصویب: ۱۳۹۲/۲/۲۱)

چکیده

امروزه نقش نیروی انسانی در توسعه یافتگی کشورها بر کسی پوشیده نیست. در این راستا، زنان نیز در تغییر وضعیت روستا نقش مهمی برعهده داشته و به عنوان منبعی ناشناخته تلقی می‌شوند که بهره‌برداری از آن می‌تواند اقتصاد روستا را شکوفا کند. لازمه‌ی به کارگیری توانایی‌ها و استعدادهای زنان، شناخت دقیق و علمی فعالیت‌های آن‌ها و گسترش امکانات و شرایط مورد نیازشان است. براین اساس، این پژوهش در صدد بررسی تأثیر عوامل آموزشی و نهادی - سازمانی بر کارآفرینی زنان روستایی استان همدان می‌باشد. این تحقیق از نظر هدف، کاربردی و از نظر نوع داده‌ها و شیوه‌ی جمع‌آوری از نوع تحقیق توصیفی - همبستگی می‌باشد که از طریق پرسش‌نامه انجام شده است. جامعه‌ی آماری تحقیق را کلیه‌ی زنان روستایی کارآفرین در استان همدان تشکیل می‌دهند که ۱۱۷ نفر به عنوان نمونه، بررسی شدند. میزان ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۳ محاسبه شده و یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که رابطه‌ی مثبت و معنی‌داری بین میزان بهره‌مندی از فرصت‌های آموزشی و میزان دسترسی زنان روستایی به عوامل نهادی - سازمانی با سطح کارآفرینی آن‌ها وجود دارد. نتایج به دست آمده از رگرسیون چند متغیره نشان می‌دهد که ۲ متغیر مستقل بررسی شده، ۳۵/۵ درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین کرده‌اند.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی، زنان کارآفرین، زنان روستایی، آموزش، عوامل نهادی - سازمانی

مقدمه

ضرورت شناسایی و بهره‌گیری عقلایی از تمامی منابع و دارایی‌های یک جامعه برای دستیابی به اهداف توسعه، همواره ذهن برنامه‌ریزان و مجریان برنامه‌های توسعه را به خود معطوف داشته است. به عبارتی، لازمه‌ی دستیابی به توسعه‌ی متوازن، شناسایی و تلاش برای بهره‌گیری از تمامی ظرفیت‌های انسانی جوامع می‌باشد که این موضوع بیش از همه، اهمیت جایگاه زنان و نیز زنان روستایی را به‌عنوان نیمی از جمعیت فعال روستا و بسترسازی برای بهره‌گیری شایسته از توانمندی‌های آن‌ها در فعالیت‌های اقتصادی و کارآفرینی و به تبع آن پیشبرد فرایند توسعه‌ی پایدار روستایی را نمایان می‌کند (فتوتی و همکاران، ۱۳۸۸). باوجود سیر پیشرونده‌ی فعالیت‌های کارآفرینانه در کشورهای مختلف، آمارهای موجود بیانگر این واقعیت است که هنوز جامعه ایران نتوانسته از توانمندی‌های مربوط به زنان و به ویژه زنان روستایی کارآفرین به نحو شایسته‌ای استفاده کند (کلانتری و همکاران، ۱۳۸۹). نتایج پژوهش‌ها نشان می‌دهد که لزوماً وجود افراد کارآفرین به کارآفرینی در جامعه منجر نمی‌شود، بلکه این امر زمانی قابل دستیابی است که از افراد یادشده حمایت و پشتیبانی شده و شرایط لازم و مورد نیاز برای فعالیت آن‌ها محقق شود (ملکی‌فر، ۱۳۸۵). براین اساس، لازمه‌ی ورود به عرصه‌ی کارآفرینی زنان روستایی در گام اول شناسایی دقیق عوامل پیش‌برنده‌ی توسعه‌ی کارآفرینی با توجه به زمینه‌ها و ظرفیت‌های موجود در این بخش می‌باشد. آثار محیطی گویای این واقعیت است که عواملی مانند فرصت‌های کاری برابر برای زنان و مردان، کمک‌های دولتی، سیاست‌ها، راهبردها و قوانین دولتی می‌تواند به گونه‌ی مثبت یا منفی در فرایند توسعه‌ی کارآفرینی زنان روستایی عمل کند (Ufuk & Ozgen, 2001). از میان سیاست‌ها و اقداماتی که دولت‌ها در حمایت از کارآفرینی زنان روستایی انجام می‌دهند، می‌توان به تقویت امکانات و تسهیلات آموزشی، ایجاد شبکه‌های اطلاع‌رسانی، ایجاد فرصت‌های کسب و کار مبتنی بر دانایی برای زنان کارآفرین و تقویت سازمان‌های غیردولتی زنان (امیدی‌نجف‌آبادی و سلطانی، ۱۳۸۵) و نیز اعمال مقررات گوناگون برای جلوگیری از تبعیض در مورد زنان و به کارگیری آن‌ها

در بازار کار (Cavalcanti & Tavares, 2011) اشاره کرد. بنابراین با توجه به سهم غیرقابل انکار زنان روستایی و فعالیتهای کارآفرینانهی آنها در تولید ملی و توسعهی اقتصادی، برنامه‌ریزی به‌منظور توسعهی ظرفیتهای شغلی و کارآفرینی زنان از مسائل مورد توجه دولتمردان و مسئولان کشور است، از این رو ضرورت دارد که شرایط مناسب برای این گونه‌های فعالیتهای زنان روستایی در ایران فراهم شود. بر همین اساس و به‌منظور شناخت و کسب درکی جامع نسبت به عوامل ایجاد و توسعهی فعالیتهای کارآفرینانهی زنان در نواحی روستایی، این تحقیق به دنبال پاسخ‌گویی به این سؤال می‌باشد که آیا میزان بهره‌مندی زنان روستایی از فرصتهای آموزشی و یادگیری و نیز دسترسی به عوامل نهادی - سازمانی بر ارتقای سطح کارآفرینی آنان اثرگذار بوده و میزان و نحوه‌ی تأثیرگذاری هر یک از این عوامل چگونه است؟ در این راستا، برای دستیابی به این هدف کلی باید اهداف اختصاصی در نظر گرفته شوند که عبارتند از:

- (۱) تعیین سطح کارآفرینی زنان روستایی؛
- (۲) بررسی تأثیر عوامل آموزشی بر کارآفرینی زنان روستایی؛
- (۳) بررسی تأثیر عوامل نهادی و سازمانی بر کارآفرینی زنان روستایی.

مروری بر ادبیات و پیشینه‌ی تحقیق

امروزه در بین راهبردهای دستیابی به توسعه، مبحث توسعهی کارآفرینی بخش جدایی‌ناپذیر و کلیدی مباحث توسعهی اقتصادی در کشورهای پیشرفته و در حال توسعه می‌باشد (پوراآتش، ۱۳۸۷). کارآفرینی نیروی محرکی است که نقش یافتن فرصتهای استفاده نشده در بازار و به‌دنبال ایجاد تعادل جدیدی در بازار را بازی می‌کند (Elenurm, 2007). کارآفرین، به فردی گفته می‌شود که به تنهایی یا با مشارکت سایرین، کسب و کاری را ایجاد کرده و با قبول مسئولیتهای اجتماعی و اداری و مالی، در اداره‌ی امور روزانه شرکت می‌کند (Bird & Brush, 2003). مقوله‌ی توسعهی کارآفرینی تحت تأثیر عوامل مختلفی است. در تعاریف و مفاهیم ارائه شده در مورد کارآفرینی، از آن به‌عنوان مفهومی پیچیده و چند بُعدی و دارای ابعاد اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی

یاد شده که توسعه‌ی آن در جوامع متضمن توجه به ابعاد مختلف (Audretsch, 2002). کارآفرینی روستایی را می‌توان «به‌کارگیری نوآورانه‌ی منابع و امکانات روستا برای خلق فرصت‌های کسب‌وکار» دانست (پترین، ۱۳۸۱). کارآفرین روستایی در پی یافتن ترکیبی مناسب از منابع برای فعالیت‌های اقتصادی اعم از کشاورزی و غیرکشاورزی به‌منظور کسب بیشترین سود ممکن است و می‌تواند تجارت و کسب‌وکار را در مشاغل کشاورزی و غیرکشاورزی گسترش دهد (رضوانی و نجارزاده، ۱۳۸۷). بر این اساس، کارآفرینی روستایی راهکاری جدید در نظریه‌های توسعه برای توانمندسازی و ظرفیت‌سازی در مناطق روستایی به‌منظور تغییر الگوی زندگی کنونی به الگوی مطلوب و شایسته‌ی انسانی، کاهش شکاف شهر و روستا، ایجاد برابری اقتصادی، اجتماعی، محیطی و نهادی بوده و در عین حال ابزاری مهم برای رسیدن به توسعه‌ی پایدار به‌شمار می‌رود (فرجی سبکبار و همکاران، ۱۳۹۰).

یکی از شاخص‌های نوسازی اقتصاد ملی و توسعه‌ی اجتماعی، مشارکت زنان و نحوه‌ی ایفای نقش آن‌ها در ساختارهای اقتصادی است (معروفی، ۱۳۸۳). بویمایل و سامپا^۱ (۲۰۰۵) معتقدند که در جوامع روستایی، نقش زنان روستایی در تحقق اهداف توسعه‌ی روستایی، نقشی انکارناپذیر می‌باشد. برای بهبود وضعیت اقتصادی زنان روستایی، نظریه‌های متعددی از جمله فقرزدایی، برابری (عدالت)، رفاه و توانمندسازی مطرح شده اما بر نظریه‌ی توانمندسازی به دلیل تأکید بر مشارکت زنان در توسعه از پایین، بیشتر توجه شده است (شکوری و همکاران، ۱۳۸۶). این نظریه بر ارتقای موقعیت زنان از طریق توزیع مجدد قدرت در بین خانواده و اجتماعات مختلف تأکید می‌کند، زیرا در نهایت به خوداتکایی زنان منجر می‌شود (محمدی و احمدی، ۱۳۸۶). بر این اساس، دیدگاه جامعه باید نسبت به اقشار مختلف زنان، تغییری بنیادی و اساسی کند که در این رابطه، یکی از بهترین اقدامات، توجه به مقوله‌ی «کارآفرینی» در بین زنان و برنامه‌ریزی اصولی به‌منظور فراهم کردن بستر و زمینه‌های مناسب برای رشد و توسعه‌ی آن می‌باشد (هزارجریبی،

1. Bhuimail and Sampa

. (۱۳۸۶)

توسعه‌ی کسب و کارهای کوچک زنان روستایی در ایران بی‌تردید می‌تواند میزان بیکاری را کاهش دهد و از هزینه‌هایی که دولت صرف ایجاد شغل می‌کند، بکاهد. مطالعاتی وجود دارد که نشان می‌دهد کسب و کارهای کوچک زنان روستایی، اثرات اجتماعی و روانی بالایی روی زنان روستایی داشته است (دادورخانی، ۱۳۸۵). از آنجایی که کارآفرینی زنان روستایی باعث افزایش درآمد خانواده می‌شود، این امر می‌تواند از جنبه‌های بسیاری (از جمله کاهش شکاف موجود بین خانوارهای شهری و روستایی، صرفه‌جویی در هزینه‌های تولید محصولات، بهبود وضعیت سواد و بهداشت خانواده، تأمین هزینه‌های خانوار به‌عنوان سرپرست و کاهش مهاجرت به شهرها)، زندگی روستایی و درنهایت کل جامعه را تحت تأثیر قرار دهد (خسروی‌پور و عسگریان دهکردی، ۱۳۸۸).

در راستای توانمندسازی، ظرفیت‌سازی و افزایش زمینه‌ی فعالیت‌های کارآفرینانه‌ی زنان در روستاها، ضرورت دارد عوامل و زمینه‌های تأثیرگذار بر کارآفرینی زنان روستایی برای بهبود وضعیت آنها، بررسی شود تا از این طریق، اقدامات لازم انجام شود. بر اساس پژوهش وونگ و همکاران^۱ (۲۰۰۷)، تحقق اهداف و برنامه‌های توسعه‌ی کارآفرینی در یک جامعه و به‌طور خاص جامعه‌ی روستایی، نیازمند تلاش آگاهانه برای تدارک و زمینه‌سازی مجموعه‌ای از عوامل و شاخص‌های زیرساختی و حمایتی توسط نهادهای دولتی و غیردولتی ذی‌ربط در راستای بهره‌گیری از فرصت‌های موجود در جوامع روستایی می‌باشد. با افزایش چشمگیر نقش زنان در فعالیت‌های اقتصادی و ظهور زنان کارآفرین، پژوهش‌های زیادی با تمرکز بر کارآفرینی زنان انجام شده است که در این بخش به مرور برخی از مهم‌ترین نتایج پژوهش‌های انجام شده در زمینه‌ی تأثیر بهره‌مندی از فرصت‌های آموزشی و دسترسی به عوامل نهادی-سازمانی بر روند توسعه‌ی کارآفرینی، به‌ویژه کارآفرینی زنان روستایی، پرداخته می‌شود. پژوهشگران زیادی بر این باورند که فرایند کارآفرینی، قابل آموزش بوده و از این راه می‌توان افراد را به سمت کارآفرینی و ایجاد

1. Wong et al

شغل برای خود سوق داد (Katz, 2003؛ Okudan and Rzasa, 2006؛ Kirby, 2004؛ Henry et al., 2005). بر پایه‌ی نتایج پژوهش مک‌ک الوی (۲۰۰۵) می‌توان چنین نتیجه‌گیری کرد که توسعه‌ی کارآفرینی در جوامع روستایی، نیازمند فراهم‌سازی زمینه‌های فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و از طرفی همکاری نظام‌های آموزشی با ساختارهای اداری و مالی و تدارک سایر سازوکارهای حمایتی می‌باشد. اسمیت^۱ (۲۰۰۴) بر پایه‌ی نتایج پژوهش‌های خود، وظیفه‌ی دولت‌ها را تدوین برنامه‌های راهبردی به‌منظور توسعه‌ی کارآفرینی با محوریت ارتقای توانمندی‌های افراد برای کارآفرینی می‌داند. پاگز و مارکلی^۲ (۲۰۰۴) وجود منابع سرمایه‌ای متنوع، فرهنگ مشوق، شبکه‌های کارآفرینانه و زیرساخت‌های حمایت‌کننده (حمایت‌های دولتی) را چهار عامل کلیدی اثرگذار بر کارآفرینی گروهی می‌دانند.

سیدو و کاور^۳ (۲۰۰۶) برنامه‌های توسعه‌ی کارآفرینی را نیازمند چهار بُعد اساسی شامل: آگاه‌سازی، انگیزش، توسعه‌ی مهارت‌های حرفه‌ای و پیگیری مستمر دانسته‌اند. بر مبنای نتایج تحقیق آناند سینگ و کریشنا^۴ (۱۹۹۴) آشنایی با مهارت‌های فنی و مدیریتی را می‌توان جزو مهم‌ترین عوامل اثرگذار بر توسعه‌ی کارآفرینی کشاورزی قلمداد کرد. فلاح جلودار و همکارانش (۱۳۸۶) در تحقیق خود نشان دادند که عواملی مانند حمایت‌های مالی و اعتباری، راه‌اندازی دوره‌های فنی و حرفه‌ای، سیاست‌های حمایتی دولتی و استفاده از کانال‌ها و منابع اطلاعات جمعی و فردی، و عضویت در تشکل‌های صنفی و روستایی از مهم‌ترین عوامل موفقیت کارآفرینی زنان روستایی هستند. آل بویه و آجیلی (۱۳۸۸) در تحقیق خود به‌منظور توسعه‌ی کارآفرینی در جوامع روستایی به راهکارهایی مانند شناساندن انواع کارآفرینی به اجتماعات روستایی، برگزاری دوره‌های آموزشی مختلف برای روستاییان در زمینه‌ی کارآفرینی، ایجاد و حمایت از تشکل‌ها و

-
1. Smit
 2. Pages and Markley
 3. Sidhu and Kaur
 4. Anand Singh and Krishna

سازمان‌های غیردولتی، فراهم کردن تسهیلات و خدمات برای زنان و جوانان، توسعه‌ی حمایت‌های دولتی و تشویق و معرفی کارآفرینان موفق روستایی و فراهم کردن شرایط لازم برای دست‌یابی روستاییان و تولیدکنندگان به خدمات بازارهای داخلی و خارجی اشاره کرده‌اند.

هیسریچ و براش^۱ (۱۹۹۸) در مطالعه‌ی خود به این نتیجه رسیدند که وابستگی به شبکه‌های اجتماعی و سرمایه‌ی انسانی در عملکرد واحد کسب‌وکار زنان تأثیر بسزایی دارند. همچنین آن‌ها متغیرهای منبع تأمین اعتبار مالی، استفاده از منابع اطلاعاتی، کانال‌های ارتباطی، سرمایه‌گذاری، قابلیت بازاریابی، دسترسی به وام‌های کشاورزی، میزان فرصت‌های آموزشی را به‌عنوان عوامل اثرگذار بر کارآفرینی زنان بررسی کرده‌اند. بر مبنای آنچه بیان شد، توسعه‌ی ظرفیت‌های نهادی و سازمانی و توجه به فرصت‌های آموزشی و یادگیری را می‌توان دو رکن اساسی در برنامه‌های توسعه‌ی کارآفرینی دانست. بر این اساس در این تحقیق نیز نقش و تأثیر این دو عامل به‌عنوان عوامل اساسی در توسعه‌ی کارآفرینی زنان روستایی بررسی شده است.

روش‌شناسی

این پژوهش از نظر هدف تحقیق، کاربردی و به لحاظ روش گردآوری داده‌ها، توصیفی-همبستگی می‌باشد. با توجه به تعاریف ارائه شده در اسناد و مطالعات موجود برای زن کارآفرین و براساس آمار مربوطه، جامعه‌ی آماری تحقیق، متشکل از تمامی زنانی است که کسب‌وکاری را به‌طور مستقل یا با مشارکت، تأسیس و اداره کرده و حداقل سه سال از فعالیت آن‌ها گذشته باشد. تعداد کارکنان آنان حداقل یک یا بیشتر بوده و دارای فروش یا سود در محصولات خود باشند. بر اساس آمار و اطلاعات کسب‌شده از سازمان‌ها و مراکز ذی‌ربط، ۱۳۵ نفر به‌عنوان زنان کارآفرین فعال در مناطق روستایی شناسایی شد. در نهایت پس از مراجعات مستمر به افراد مورد نظر و حذف صاحبان کسب‌وکارهای غیر

1. Hisrich and Brush

فعال، تعداد ۱۱۷ نفر از زنان روستایی استان همدان در سال ۱۳۹۱ به صورت تمام شماری بررسی شدند. پرسش نامه، ابزار اصلی برای جمع آوری اطلاعات در این پژوهش است و به منظور اطمینان یافتن از درک سؤالات آن از سوی افراد مورد مطالعه و بالا بردن دقت و درستی نتایج به دست آمده، گردآوری داده‌ها به صورت مراجعه‌ی حضوری به تک تک نمونه‌ها و انجام مصاحبه به منظور تکمیل پرسشنامه‌ها انجام شد. در این تحقیق با توجه به نبود پرسش‌نامه‌ی استاندارد در این زمینه، از پرسش‌نامه‌ی محقق ساخته، استفاده شد. برای معتبرسازی پرسش‌نامه‌ی تحقیق، از رویه‌ی استخراج اجزای متغیرهای مورد اندازه‌گیری از ادبیات و پیشینه‌ی 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؛ Hult & Ferrel, 1997). به این منظور، پرسش‌نامه‌ی 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، مرحله‌ی پیش‌آزمون پرسش‌نامه در یکی از شهرستان‌های استان به‌عنوان نمونه‌ی مقدماتی انجام شد. بر اساس نتایج به دست آمده از مرحله‌ی پیش‌آزمون، نواقص احتمالی پرسش‌نامه در حین تکمیل آن توسط زنان روستایی کارآفرین، شناسایی شده و براساس نظریات اصلاحی این گروه و با توجه به جامعه‌ی آماری مورد مطالعه از مرتبط بودن سؤالات اطمینان حاصل شد. یکی از روش‌های موجود به‌منظور تعیین قابلیت اعتماد (پایایی) ابزار اندازه‌گیری، روش سنجش سازگاری درونی آن است (Conca et al., 2004). سازگاری درونی ابزار اندازه‌گیری می‌تواند با ضریب آلفای کرونباخ سنجش شود (کلانتری، ۱۳۸۷؛ سرمد و همکاران، ۱۳۸۹)، پایایی پرسش‌نامه در این تحقیق با مقدار ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۳ تأیید شد. مهم‌ترین متغیرهای مستقل بررسی شده در این تحقیق، میزان بهره‌مندی زنان روستایی کارآفرین از فرصت‌های آموزشی و میزان دسترسی آن‌ها به عوامل نهادی- سازمانی بودند که گویه‌های استفاده شده برای بررسی این دو متغیر براساس سوابق پژوهشی تحقیق از جمله مطالعات آناندسینگ و کریشنا (۱۹۹۴)، سیدو و کائور (۲۰۰۶)، فلاح جلودار و همکاران (۱۳۸۶) و آل‌بویه و آجیلی (۱۳۸۸) تعیین شد. متغیر وابسته نیز، سطح کارآفرینی در کسب و کارهای زنان روستایی بود که براساس

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 کسب‌وکار، 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 به منظور سرمایه‌گذاری اولیه یا توسعه‌ی سرمایه موجود) و با توجه به سطح فعالیت و کسب‌وکار زنان روستایی استان به‌وسیله‌ی ۱۰ گویه، ارزیابی شد. به‌منظور تجزیه و تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده در دو سطح آمار توصیفی و استنباطی از نرم‌افزار SPSS16 استفاده شده و همچنین در بخش تحلیل داده‌ها متناسب با مقیاس متغیرها از ضریب همبستگی اسپیرمن استفاده شده است. در ضمن برای پیش‌بینی تغییرات متغیر وابسته از طریق متغیرهای مستقل، و تعیین سهم هر یک از متغیرهای مستقل در تبیین متغیر وابسته از تحلیل رگرسیون استفاده شد.

یافته‌ها

با توجه به یافته‌های تحقیق، سن زنان روستایی بررسی شده بین ۱۸ تا ۶۰ سال متغیر است که در این رابطه، بیش‌ترین فراوانی مربوط به افراد ۲۶ تا ۳۵ سال می‌باشد. میزان تحصیلات ۵۶ درصد افراد مورد مطالعه، راهنمایی و پایین‌تر از راهنمایی بوده و ۴۴ درصد نیز تحصیلات دبیرستانی و بالاتر دارند. کسب‌وکار زنان روستایی مورد مطالعه در زمینه‌های کشاورزی، دامداری، صنایع دستی، صنایع تبدیلی و خدماتی است. سابقه‌ی فعالیت بیش‌تر زنان روستایی (۷۶ درصد) کم‌تر از ۶ سال بوده و حدود ۲۰ درصد از زنان مورد مطالعه نیز بیش از ۷ سال سابقه‌ی فعالیت در کسب‌وکار فعلی خود را دارند. براساس یافته‌های تحقیق، کسب‌وکار بیش‌تر زنان روستایی مورد مطالعه به‌صورت شخصی است. تنها حدود ۴۴ درصد این افراد، سابقه‌ی فعالیت در شغل دیگری را پیش از شروع کسب‌وکار فعلی خود داشته‌اند. میزان رضایت زنان از شغل قبلی خود به نسبت افرادی که چنین تجربه‌ای را پیش از شروع کسب‌وکار فعلی خود نداشته‌اند، در حد متوسط بوده است. اکثریت افراد بررسی شده، بیش‌ترین کمک فکری و مشاوره‌ای برای شروع کسب‌وکار خود را از مروجان و کارشناسان دریافت کرده‌اند. براساس یافته‌های تحقیق، بیش‌تر افراد مورد مطالعه، قبل از

شروع کسب و کار خود در دوره‌های آموزشی مرتبط با آن شرکت کرده‌اند. از بین افرادی که پیش از شروع کسب و کار خود در دوره‌های آموزشی شرکت کرده بودند، اکثراً میزان تأثیرگذاری این دوره‌ها را در حد خیلی زیاد ارزیابی کرده‌اند.

جدول ۱. توزیع فراوانی میزان بهره‌مندی از فرصت‌های آموزشی زنان مورد مطالعه (N= ۱۱۷)

متغیر	هیچ		خیلی کم		متوسط		زیاد		خیلی زیاد		میانگین رتبه‌ای*	انحراف معیار
	درصد	درصد	درصد	درصد	درصد	درصد	درصد	درصد	درصد			
نقش تحصیلات در کسب و کار	۰	۱۷/۱	۱۹/۷	۳۸/۵	۱۷/۹	۶/۸	۲/۷۷	۱/۱۳۷				
آشنایی با دانش و مهارت تخصصی در زمینه کسب و کار	۰	۰	۱/۷	۴۷/۰	۳۸/۵	۱۲/۸	۳/۶۲	۰/۷۲۷				
علاقه‌مندی به کسب دانش و اطلاعات بیش‌تر در زمینه‌ی کسب و کار	۰	۰	۰	۶/۰	۲۶/۵	۶۷/۵	۴/۶۱	۰/۵۹۹				
برخورداری از آموزش‌های فنی و حرفه‌ای از زمان شروع کسب و کار	۶۰/۷	۲۲/۲	۷/۷	۷/۷	۱/۷	۰	۰/۶۷	۱/۰۲۴				
دسترسی به دوره‌های آموزشی مرتبط با کسب و کار	۰	۳۲/۵	۳۰/۸	۳۵/۰	۱/۷	۰	۲/۰۶	۰/۸۶۳				
علاقه‌مندی به شرکت در دوره‌های آموزشی مرتبط با زمینه‌ی کسب و کار	۰	۰/۹	۱۱/۱	۱۶/۲	۳۵/۹	۳۵/۹	۳/۹۴	۱/۰۲۴				
آشنایی با دانش و مهارت مدیریتی، حقوقی، مالی و حسابداری	۰	۴۷/۸	۲۷/۴	۱۷/۱	۶/۸	۰	۱/۸۲	۰/۹۵۲				
دسترسی به اطلاعات مربوط به بازار خدمات یا محصولات تولیدی خود	۰	۷/۱	۲۴/۸	۶۴/۱	۸/۵	۰/۹	۲/۸۲	۰/۶۳۸				
برخورداری از دانش و اطلاعات لازم در زمینه‌ی شیوه‌های بازاریابی	۰	۴۲/۷	۳۵/۹	۱۶/۲	۵/۱	۰	۱/۸۳	۰/۸۸۰				
استفاده از آموزش‌های ارائه شده از طریق رسانه‌های جمعی	۰	۲۲/۲	۴۱	۲۷/۴	۹/۴	۰	۲/۲۴	۰/۹۰۶				
تناسب دوره‌های آموزشی با نیاز فرد	۰	۰	۲/۶	۶۴/۱	۳۰/۸	۲/۶	۳/۳۳	۰/۵۷۳				
استفاده از کتاب و مجلات مرتبط با کسب و کار	۰	۲۹/۱	۱۹/۷	۲۹/۹	۱۱/۱	۱۰/۳	۲/۵۳	۱/۲۹۶				
استفاده از نشریات در کسب اطلاعات شغلی	۰	۳۴/۲	۲۹/۹	۲۶/۵	۷/۷	۱/۷	۲/۱۲	۱/۰۳۰				
استفاده از رادیو و تلویزیون در کسب اطلاعات شغلی	۰	۲۱/۴	۴۴/۴	۲۴/۸	۸/۵	۰/۹	۲/۲۰	۰/۹۳۳				
استفاده از اینترنت در کسب اطلاعات شغلی	۷۹/۵	۷/۷	۴/۳	۳/۴	۲/۲	۲/۲	۰/۴۹	۱/۱۷۱				
ارتباط با افراد با تجربه و موفق در حوزه‌ی کسب و کار به منظور کسب اطلاعات شغلی	۰	۷/۷	۲۳/۹	۴۹/۶	۱۵/۴	۳/۴	۲/۸۳	۰/۹۰۲				

* مقیاس: هیچ: ۰، خیلی کم: ۱، کم: ۲، متوسط: ۳، زیاد: ۴، خیلی زیاد: ۵

میزان بهره‌مندی از فرصت‌های آموزشی زنان مطالعه شده

با توجه به داده‌های جدول شماره (۱) بیش‌تر افراد مطالعه شده، میزان نقش تحصیلات (آموزش رسمی) خود را در موفقیت کسب و کارشان متوسط دانسته‌اند. با وجود اینکه

بیش تر زنان روستایی مورد نظر، در حد خیلی زیاد علاقه مند به کسب دانش و اطلاعات بیش تری در زمینه ی کسب و کار خود هستند، اما حدود ۶۱ درصد آن ها از زمان شروع کسب و کار خود آموزش های فنی و حرفه ای را دریافت نکرده اند.

جدول ۲. توزیع فراوانی میزان دسترسی به عوامل نهادی - سازمانی در زنان مورد مطالعه (N=117)

متغیرها	هیچ درصد	خیلی کم درصد	کم درصد	متوسط درصد	زیاد درصد	خیلی زیاد درصد	میانگین رتبه ای*	انحراف معیار
میزان فعالیت تشکل های خاص زنان روستایی در منطقه ی محل فعالیت	۲۳/۱	۳۷/۶	۳۵/۹	۳/۴	۰	۰	۱/۱۹	۰/۸۳۳
میزان ارتباط با تشکل های خاص زنان روستایی	۴۸/۷	۱۵/۴	۸/۵	۱۴/۵	۱۲/۸	۰	۱/۲۷	۱/۵۰۰
میزان دسترسی به مراکزی برای دریافت خدمات مشاوره ای در زمینه ی کسب و کار	۱/۷	۲۱/۴	۳۴/۲	۴۱/۹	۰/۹	۰	۲/۱۸	۰/۸۴۰
وجود امکان دسترسی آسان به امکانات و تسهیلات بانک ها	۰	۵۵/۶	۲۰/۵	۲۳/۹	۰	۰	۱/۶۸	۰/۸۳۷
میزان بهره مندی از کمک های مالیاتی دولت (معافیت مالیاتی) برای کسب و کار	۸۷/۲	۰/۹	۱/۷	۱۰/۳	۰	۰	۰/۳۵	۰/۹۴۰
میزان دسترسی به خدمات و تسهیلات بیمه برای کسب و کار	۷۶/۱	۶/۸	۴/۳	۱۰/۳	۲/۶	۰	۰/۵۶	۱/۱۲۴
میزان کمک دولت در زمینه ی فروش خدمات و محصولات تولیدی	۸۰/۳	۶	۶/۸	۵/۱	۱/۷	۰	۰/۴۱	۰/۹۴۹
میزان آرایه ی امکانات، نهاده ها و مواد اولیه ی مورد نیاز فرد در راستای فعالیت های کارآفرینانه توسط نهادهای دولتی	۱۳/۷	۴۶/۲	۲۹/۱	۱۱/۱	۰	۰	۱/۳۷	۰/۸۵۸
میزان استفاده از اعتبارات و خدمات صندوق های اعتبارات خرد زنان	۸۸/۹	۵/۱	۳/۴	۲/۶	۰	۰	۰/۱۹	۰/۶۱۹

* مقیاس: هیچ: ۰؛ خیلی کم: ۱؛ کم: ۲؛ متوسط: ۳؛ زیاد: ۴؛ خیلی زیاد: ۵

همچنین دسترسی اغلب زنان روستایی به دوره های آموزشی مرتبط با کسب و کارشان در حد متوسط به پایین است. در این راستا، بیش تر افرادی که در دوره های آموزشی شرکت کرده بودند، میزان تناسب مطالب ارائه شده در این دوره ها با نیاز خود را در حد متوسط ارزیابی کرده اند. براساس نتایج این تحقیق میزان استفاده بیشتر زنان روستایی از منابع گوناگون اطلاعاتی از جمله کتب و مجله های مرتبط با کسب و کار در حد متوسط، روزنامه و نشریات در حد خیلی کم، رادیو و تلویزیون در حد کم و ارتباط با افراد باتجربه و موفق در حد متوسط بوده و حدود ۸۰ درصد این افراد از اینترنت برای کسب اطلاعات

شغلی خود استفاده نمی‌کنند. در این زمینه می‌توان گفت که میزان استفاده‌ی زنان روستایی از این منابع اطلاعاتی به علاقه‌مندی زنان، سهولت دسترسی به این منابع و داشتن وقت لازم برای استفاده از منابع گوناگون اطلاعاتی در راستای کسب و کار خود بستگی دارد.

میزان دسترسی زنان مطالعه شده به عوامل نهادی - سازمانی

بر اساس یافته‌های تحقیق (جدول شماره ۲) بیش‌تر افراد مطالعه شده در حد متوسط به مراکزی برای دریافت خدمات مشاوره‌ای در زمینه‌ی کسب و کار خود دسترسی دارند. همچنین، دسترسی آسان به امکانات و تسهیلات بانکی برای اغلب زنان روستایی در سطح خیلی کم امکان‌پذیر است. حدود ۸۷ درصد از افراد مطالعه شده تاکنون از کمک‌های مالیاتی دولت در حوزه‌ی کسب و کار خود استفاده نکرده‌اند. افزون‌بر این، بیش‌تر زنان روستایی در کسب و کار خود از خدمات و تسهیلات بیمه نیز استفاده نکرده‌اند. در اکثر موارد (۴۶ درصد)، نهادهای دولتی در سطح خیلی کمی ارایه‌دهنده‌ی امکانات، نهاده‌ها و مواد اولیه‌ی مورد نیاز زنان در راستای کسب و کار آن‌ها بوده است.

جدول ۳. اولویت بندی گویه‌های تعیین کننده سطح کارآفرینی زنان روستایی

اولویت	ضریب تغییرات	انحراف معیار	میانگین رتبه‌ای*	متغیرها
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 ارایه‌ی 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 کسب و کارهای مشابه
۸	۰/۲۷۹	۰/۶۶۷	۲/۳۸	استفاده از ابزار و فناوری 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: هیچ: ۰ خیلی کم: ۱ کم: ۲ متوسط: ۳ زیاد: ۴ خیلی زیاد: ۵

سطح کارآفرینی زنان روستایی

میانگین رتبه‌ای متغیرهای تعیین کننده‌ی سطح کارآفرینی زنان روستایی (جدول شماره ۳) بیان می‌کند که زنان مورد مطالعه سطح کارآفرینی به نسبت بالایی ندارند. بر اساس نتایج به‌دست آمده، تنها متغیرهای شناسایی و ورود به بازارهای جدید محصولات، رشد سطح

درآمد و افزایش سطح تولید و بهره‌وری سالانه به‌طور میانگین در کسب و کار زنان روستایی بالاتر از حد متوسط مشاهده می‌شود. میزان استفاده‌ی زنان روستایی از شیوه‌های خلاق و متفاوت نسبت به کسب و کارهای مشابه، استفاده از ابزار و فناوری جدید تولید، ایجاد فرصت‌های شغلی و به‌کارگیری روش‌های متنوع و جدید در توزیع و فروش توسط زنان مطالعه شده کم‌تر از میانگین کل متغیرها است. علاوه بر این، براساس نتایج اولویت‌بندی متغیرهای تعیین‌کننده‌ی سطح کارآفرینی زنان روستایی می‌توان گفت که زنان روستایی مطالعه شده از نظر شناسایی و ورود به بازارهای جدید محصولات و رشد سطح درآمد، در سطح بالاتری نسبت به سایر متغیرهای تعیین‌کننده‌ی سطح کارآفرینی، قرار گرفته‌اند. در واقع این دو متغیر به‌عنوان مهم‌ترین عوامل تعیین‌کننده‌ی سطح کارآفرینی زنان روستایی، در اولویت اول و دوم قرار دارند. در مقابل، روش‌های متنوع و جدید در توزیع و فروش در حد (پایین‌تر) ضعیفی توسط زنان روستایی به‌کار گرفته شده است.

همبستگی بین متغیرهای مستقل و سطح کارآفرینی

نتایج همبستگی بین دو متغیر وضعیت آموزشی زنان و سطح کارآفرینی زنان آن‌ها نشان می‌دهد که رابطه‌ی مثبت و معنی‌داری در سطح ۱ درصد، بین این دو متغیر وجود دارد. از این رو میزان بهره‌مندی زنان از فرصت‌های آموزشی بر سطح کارآفرینی آن‌ها تأثیرگذار بوده است. همچنین، براساس نتایج تحقیق، رابطه‌ی مثبت و معنی‌داری بین میزان دسترسی زنان به عوامل نهادی- سازمانی و سطح کارآفرینی آن‌ها وجود دارد. به‌عبارتی بهبود دسترسی و استفاده از عوامل نهادی- سازمانی، می‌تواند موجب افزایش سطح کارآفرینی زنان شود.

جدول ۴. بررسی همبستگی اسپیرمن بین سطح کارآفرینی و متغیرهای مستقل تحقیق

متغیر	متغیرها	ضریب همبستگی (r)	سطح معنی‌داری
سطح کارآفرینی	میزان بهره‌مندی از فرصت‌های آموزشی	۰/۵۰۹	** ۰/۰۰۰
	میزان دسترسی به عوامل نهادی- سازمانی	۰/۵۰۱	** ۰/۰۰۰

** معنی‌دار در سطح ۱ درصد

رگرسیون

به منظور تعیین میزان اثرگذاری دو متغیر دسترسی به عوامل نهادی - سازمانی و میزان بهره‌مندی از فرصت‌های آموزشی بر کارآفرینی زنان، از تحلیل رگرسیون استفاده شد (جدول شماره ۵).

جدول ۵. ضریب همبستگی چندگانه، تعیین و ضریب تعیین تعدیل شده‌ی متغیرهای اثرگذار

بر سطح کارآفرینی

گام	متغیرها	ضریب همبستگی چندگانه	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	F	sig
۱	دسترسی به عوامل نهادی - سازمانی	۰/۵۶۷	۰/۳۲۲	۰/۳۱۶	۵۴/۵۴۲	۰/۰۰۰**
۲	میزان بهره‌مندی از فرصت آموزشی	۰/۶۰۵	۰/۳۶۶	۰/۳۵۵	۳۲/۹۵۹	۰/۰۰۰**

** معنی دار در سطح ۱ درصد

در گام اول، متغیر دسترسی به عوامل نهادی - سازمانی وارد معادله شده و میزان همبستگی چندگانه‌ی آن با متغیر وابسته، ۰/۵۶۷ به دست آمد. در این مرحله میزان ضریب تعیین برابر با ۰/۳۲۲ و ضریب تعیین تعدیل شده برابر با ۰/۳۱۶ برآورد شده است. به عبارتی ۳۱/۶ درصد تغییرات معادله مربوط به سطح کارآفرینی زنان روستایی به وسیله‌ی این متغیر تبیین می‌شود. در این گام، مقدار F برابر ۵۴/۵۴۲ و سطح معنی‌داری $P=۰/۰۰۰$ می‌باشد (جدول شماره ۵). از این رو با اطمینان ۹۹ درصد می‌توان گفت دسترسی به عوامل نهادی - سازمانی بر سطح کارآفرینی زنان روستایی تأثیر دارد. در گام دوم، با وارد شدن متغیر میزان بهره‌مندی از فرصت‌های آموزشی، ضریب همبستگی چندگانه به ۰/۶۰۵، ضریب تعیین به ۰/۳۶۶ و ضریب تعیین تعدیل شده به ۰/۳۵۵ افزایش یافته است. در این گام، مقدار F برابر ۳۲/۹۵۹ و سطح معنی‌داری $P=۰/۰۰۰$ می‌باشد (جدول شماره ۵). از این رو با اطمینان ۹۹ درصد می‌توان گفت که وضعیت اقتصادی زنان روستایی بر سطح کارآفرینی آن‌ها تأثیرگذار است. با توجه به نتایج تحلیل رگرسیون، ۳۵/۵ درصد تغییرات متغیر وابسته سطح کارآفرینی زنان روستایی توسط دو متغیر دسترسی به عوامل نهادی - سازمانی و میزان بهره‌مندی از فرصت‌های آموزشی تعیین می‌شود.

معادله‌ی خط رگرسیون در این مرحله به صورت زیر می‌باشد:

$$Y = 17/327 + 0/500(x_1) + 0/152(x_2)$$

بر اساس ضرایب بتای متغیرهای مستقل وارد شده در معادله‌ی رگرسیون، ملاحظه

می‌شود که متغیر دسترسی به عوامل نهادی - سازمانی سهم بیش‌تری نسبت به متغیر میزان بهره‌مندی از فرصت‌های آموزشی در تبیین متغیر وابسته دارد.

جدول ۶. نتایج تحلیل رگرسیون متغیرهای اثرگذار بر سطح کارآفرینی در گام اول و دوم

گام	متغیر	B	Beta	t	Sig
۱	دسترسی به عوامل نهادی - سازمانی (x_1)	۰/۵۰۰	۰/۴۳۲	۴/۸۷۹	۰/۰۰۰**
۲	میزان بهره‌مندی از فرصت آموزشی (x_2)	۰/۱۵۲	۰/۲۵۱	۲/۸۳۵	۰/۰۰۵**

** معنی دار در سطح ۱ درصد

بحث و نتیجه

نتایج به دست آمده از تحقیق نشان می‌دهد که بین میزان بهره‌مندی از فرصت‌های آموزشی و میزان دسترسی به عوامل نهادی - سازمانی با سطح کارآفرینی زنان روستایی رابطه‌ی مثبت و معنی‌دار وجود دارد که این نتایج در زمینه‌ی تأثیر برخوردارگی از فرصت‌های آموزشی مطلوب با مطالعات انجام شده توسط فلاح جلودار و همکاران (۱۳۸۶)، آل‌بویه و آجیلی (۱۳۸۸)، نامدار (۱۳۸۹)، آناندسینگ و کریشنا (۱۹۹۴)، سولتانا و همکاران (۱۹۹۴)، مک‌الوی (۲۰۰۵)، سیدو و کائور (۲۰۰۶) هم‌خوانی دارد. همچنین، نتایج مطالعات فلاح جلودار و همکاران (۱۳۸۶)، آل‌بویه و آجیلی (۱۳۸۸)، هیسریچ و براش (۱۹۹۸)، کلاپر و همکاران (۲۰۰۳)، اسمیت (۲۰۰۴)، پاگز و مارکلی (۲۰۰۴)، پروتی و ولپین (۲۰۰۴)، مک‌الوی (۲۰۰۵) نیز تأییدکننده‌ی تأثیر دسترسی به عوامل نهادی - سازمانی بر سطح فعالیت‌های کارآفرینانه‌ی زنان روستایی است. با توجه به نتایج به دست آمده از رگرسیون انجام شده در تحقیق، دو متغیر میزان دسترسی به عوامل نهادی سازمانی و میزان بهره‌مندی زنان روستایی به فرصت‌های آموزشی در مجموع حدود ۴۷/۳ درصد از تغییرات متغیر وابسته (سطح کارآفرینی زنان روستایی) را تبیین کرده‌اند. بر اساس نتایج تحقیق و با توجه به شرایط فعلی زنان در مناطق روستایی می‌توان گفت که افزایش سطح حمایت‌های ضروری برای فعالیت‌های کارآفرینانه‌ی زنان در مناطق روستایی (حمایت مالی، فکری، عاطفی و غیره) و فراهم کردن امکان دسترسی و استفاده‌ی مطلوب از تسهیلات و خدمات نهادها، مراکز و تشکل‌های مرتبط با فعالیت‌های کارآفرینانه‌ی زنان،

در کنار ارتقای سطح دانش، نگرش و مهارت‌های زنان از طریق ارایه‌ی آموزش‌های مورد نیاز در سطوح و زمینه‌های گوناگون و بهره‌مندی آن‌ها از فرصت‌های آموزشی مطلوب‌تر می‌تواند زمینه‌ساز گسترش کمی و کیفی فعالیت‌های کارآفرینانه‌ی آن‌ها و در نتیجه، ارتقای منزلت و جایگاه اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی آن‌ها (به‌عنوان بخشی از نیروی کار فعال در روستاها و عامل محرک توسعه‌ی همه‌جانبه و پایدار اینگونه مناطق) باشد. بدیهی است که اولین گام در برنامه‌ریزی توسعه‌ی منابع انسانی آگاهی از ویژگی‌های نیروی انسانی و سمت‌گیری مناسب به‌منظور دستیابی به این هدف خواهد بود. ضرورت دارد که برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران، کیفیت‌بخشی و تقویت آموزش را در اولویت کاری خود قرار دهند.

در نهایت، با توجه به نتایج به‌دست آمده در تحقیق، اقدامات زیر پیشنهاد می‌شود:

۱. فراهم کردن امکان دسترسی بیش‌تر و آسان‌تر زنان روستایی به کارشناسان و مروجان کشاورزی از طریق مراجعه‌ی منظم و دوره‌ای آن‌ها به روستاها، بازدید از کسب و کار زنان، بررسی مشکلات آنان و ارایه‌ی راهنمایی‌های مورد نیاز؛
۲. گسترش کمی و کیفی مراکز خدمات فنی و مشاوره‌ای در روستاها و نیز انتخاب برخی زنان فعال در روستاها به‌عنوان رابط بین زنان روستایی کارآفرین و مروجان و کارشناسان کشاورزی؛
۳. بررسی و بازنگری در کیفیت و محتوای دوره‌ها و کارگاه‌های آموزشی ویژه‌ی صاحبان کسب و کارهای روستایی؛
۴. ایجاد تنوع در برنامه‌های آموزشی و ترغیب زنان روستایی به بهره‌مندی از رسانه‌ها و شبکه‌های متنوع ارتباطی برای کسب اطلاعات تخصصی شغلی و حرفه‌ای مورد نیاز؛
۵. تلاش هدفمند و برنامه‌ریزی شده به‌منظور ایجاد و توانمندسازی تشکل‌ها و شبکه‌های اجتماعی متشکل از زنان کارآفرین در مناطق روستایی؛
۶. تقویت تعامل و همکاری منسجم بین مجموعه سازمان‌ها و نهادهای دولتی و غیردولتی ذی‌ربط در فرایند توسعه‌ی کارآفرینی زنان روستایی و تلاش برای دستیابی به «شبکه‌ی حمایت از کارآفرینی زنان روستایی».

منابع

- آل بویه، سعیده و آجیلی، عبدالعظیم (۱۳۸۸)، «راهکارهای توسعه کارآفرینی در جوامع روستایی»، *جهاد*، سال ۲۸، شماره ۲۸۷-۲۸۸، صص ۱۴۷-۱۶۷.
- امیدی نجف آبادی، مریم و سلطانی، شهره (۱۳۸۵)، «کارآفرینی و زنان روستایی»، *جهاد*، شماره ۲۷۲، صص ۵۶-۷۹.
- انصاری، محمدتقی و سلمانی زاده، عباس (۱۳۸۸)، «بررسی عوامل محیطی مؤثر بر توسعه کارآفرینی از دیدگاه کارآفرینان کشور»، *پژوهش نامه مدیریت*، سال اول، شماره ۱، صص ۸۷-۱۱۰.
- پترین، تی (۱۳۸۱)، «کارآفرینی به منزله یک نیروی اقتصادی در توسعه روستایی» (ترجمه حمیدرضا زرننگار)، *جهاد*، سال بیست و دوم، شماره ۲۵۱-۲۵۲، صص ۶۸-۷۵.
- پورآتشکی، مهتاب (۱۳۸۷)، «شناخت شناسی تعاون و کارآفرینی»، *تعاون*، شماره ۲۰۲-۲۰۱، صص ۵-۱۵.
- خسروی پور، بهمن و عسگریان دهکردی، فاطمه (۱۳۸۸)، «ضرورت تقویت آموزش‌های کارآفرینی در فعالیتهای کشاورزی»، *کار و جامعه*، شماره ۱۱۲، صص ۱۴-۲۳.
- دادورخانی، فضیله (۱۳۸۵)، «توسعه‌ی روستایی و چالش‌های اشتغال زنان»، *پژوهش‌های جغرافیایی*، شماره ۵۵، صص ۱۷۱-۱۸۸.
- رضوانی، محمدرضا و نجارزاده، محمد (۱۳۸۷)، «بررسی و تحلیل زمینه‌های کارآفرینی روستاییان در فرآیند توسعه نواحی روستایی»، *توسعه کارآفرینی*، سال اول، شماره ۲، صص ۱۶۱-۱۸۲.
- ساروخانی، باقر (۱۳۸۶)، *روش تحقیق در علوم اجتماعی*، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی.
- شکوری، علی، رفعت جاه، مریم و جعفری، معصومه (۱۳۸۶)، «مؤلفه‌های توانمندسازی زنان و تبیین عوامل مؤثر بر آنها»، *پژوهش زنان*، سال پنجم، شماره ۱، صص ۵-۲۶.
- فتوتی، هستی، چرم زاده، مولود، نوربخش، سید عطاالله و برادران، مسعود (۱۳۸۸)، نقش برنامه‌های آموزشی و ترویجی در افزایش مشارکت زنان در توسعه روستایی، اولین

- همایش ملی دانشجویی ترویج و آموزش کشاورزی، بخش ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه شیراز.
- فلاح جلودار، ربیع، فرج‌الله حسینی، سید جمال، حسینی، سید محمود و میردامادی، سید مهدی (۱۳۸۶)، «عوامل موثر بر موفقیت کارآفرینی زنان روستایی شمال کشور»، روستا و توسعه، سال دهم، شماره ۴، صص ۸۷-۱۱۵.
- فرجی سبکبار، حسنعلی، بدری، سیدعلی، سجاسی قیداری، حمدالله، صادق‌قلو، طاهره و شهدادی
- خواجه عسگر، علی (۱۳۹۰)، «اولویت‌بندی توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی با استفاده از تکنیک پرموتی»، پژوهش‌های جغرافیایی، شماره ۷۵، صص ۶۸-۵۳.
- کلانتری، خلیل، فمی، شعبانعلی و سروش مهر، هما (۱۳۸۹)، «بررسی عوامل تسهیل‌کننده و بازدارنده توانمندسازی اقتصادی زنان روستایی»، توسعه روستایی، دوره ۱، شماره ۲، صص ۱۰۷-۱۲۴.
- گلرد، پروانه (۱۳۸۴)، «عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی زنان ایرانی»، پژوهش زنان، ۳(۱): ۱۲۳-۱۰۱.
- محمدی، یگانه و احمدی، بهروز (۱۳۸۶)، «توسعه پایدار روستایی با تأکید بر نقش زنان»، جهاد، ۱(۲۷۱): ۱۵۰-۱۳۸.
- ملکی فر، عقیل (۱۳۸۵)، کارراهه گامی برای توسعه کارآفرینی در استان‌ها، کنفرانس ملی کارآفرینی.
- معروفی، پروین (۱۳۸۳)، «نقش ویژه زنان به عنوان تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان در کشاورزی پایدار»، نشریه سبا، شماره ۱۴.
- مقیم، سیدمحمد (۱۳۸۳)، «کارآفرینی و عوامل محیطی مؤثر بر آن»، فرهنگ مدیریت، سال دوم، شماره ۵، صص ۷۷-۱۰۷.
- هزارجریبی، جعفر (۱۳۸۶)، کارآفرینی، چاپ دوم، تهران: انتشارات پژوهشکده امور اقتصادی.

Anand Singh, K. & Krishna, K.V.S.M. (1994). "Agricultural Entrepreneurship: The Concept and Evidence", *Journal of Entrepreneurship*, New

Delhi, Thousand, Oaks, London.

- Audretsch, D. B. (2002). "Entrepreneurship: A Survey of the Literature. Institute for Development Strategies", Indiana University & Centre for Economic Policy Research (CEPR), London.
- Bird, B.J. and Brush, C.G. (2003). "A Gendered Perspective on Organizational Creation", *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol.26, No.3, pp 41-65.
- Bhuimail, A. and Sampa, P. (2005). "Development of Rural Women through Education and Empowerment. Delhi", Abhijeet Pub, 320p.
- Conca, F. J., Llopis, J. and Tarí, J. J. (2004). "Development of a measure to assess quality management in certified firms", *European journal of operational research*, No.156, pp. 683-697.
- Cavalcanti, T. V. de V & Tavares, J. (2011). "Women prefer larger governments: Growth, structural transformation and government Size". *Economic Inquiry*, Vol.49, Iss.1, pp.155-171.
- Elenurm, T., Ennulo, J. and Laar, J. (2007). "Structure of Motivation and Entrepreneurial Orientation in Students as the Basis for Differentiated Approach in Developing Human Resources for Future Business Initiatives", *Estonian business school review*, No.13, pp 62-75.
- Henry, C., Hill, F. & Leitch, c. (2005). "Entrepreneurship education and training", *Education and Training*, Vol. 47, p158.
- Hisrich R. & C. Brush (1998). "The woman entrepreneur: Management Skill and business problems", *Journal of small Business Managemant*, Vol.22, pp.30-37.
- Hult, G.M.T. and Ferrell, O.C. (1997). "Global learning organization structure and market information processing", *Journal of business research*, Vol. 40, pp.155-166.
- Katz, J. A. (2003). "The chronology and intellectual trajectory of America entrepreneurship education: 1867-1999", *journal of business venturing*, Vol.18, Iss.2, pp.293-300.
- Kirby, D. A. (2004). "Entrepreneurship education: can business schools meet the challenge? *Education and Training*, Vol. 46, Iss.8/9, pp.510-519.
- Lerner, M., Brush, C., and Hisrich, R. (1997). "Israeli women entrepreneurs an examination of factors effecting performance", *Journal of Business Venturing*, No.12, pp 315-339.
- Mc Elwee, G. (2005). Developing entrepreneurial skills of farmers. University of Lincoln.
- Okudan, G. E. & Rzasa, S.E. (2006). "A project- base approach to entrepreneurial leadership education", *Technovation*, Vol.26, Iss.2, pp195-210.

- Pages, E.R. & Markley, D.M. (2004). Understanding the environment for rural North Carolina. Center for Rural Entrepreneurship. Available at <http://www.ruraleship.org>.
- Smit, A. B. (2004). Changing external conditions require high levels of entrepreneurship in agriculture. ISHS Acta Horticulturae 655: XV International Symposium on Horticultural Economics and Management.
- Sidhu ,K., & Kaur, S.(2006). "Development of Entrepreneurship among Rural women", *Journal of social science*, Vol.13, No.2, pp.147-149.
- Sultana, N., Hina, N. & Malik, S. J. (1994), "Determinants of women time allocation in selected districts of rural Pakistan", *The Pakistan Development Review*, Vol.33, No.4, pp1141-1153.
- Ufuk, H. & Ozgen, O. (2001)." Interaction between the Business and Family Lives of Women Entrepreneurs in Turkey". *Journal of Business Ethics*, Vol.31, No.2, pp.95-106.
- Wong, P.K., Ho, Y.P. and Singh, A. (2007). "Towards an Entrepreneurial University model to support knowledge- based economic development: The Ease of the National University Singapore". *World Development*, Vol.35, No.6, pp. 941-958.