

روستا و توسعه، سال ۲۳، شماره ۹۲، زمستان ۱۳۹۹

DOI: 10.30490/RVT.2020.318629.1128

شناسایی پیشایندهای ورود موفق زنان روستایی به حوزه کارآفرینی: مطالعه موردی استان خراسان شمالی

محمد رضا فلاح^۱، فاطمه پرهیزکار برزلی^۲

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۳/۲۱ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۲/۲۹

چکیده

پژوهش کاربردی حاضر، با هدف ارائه چارچوبی برای شناسایی پیشایندهای ورود موفق زنان روستایی به حوزه کارآفرینی، به روش توصیفی-پیمایشی صورت گرفت؛ و گردآوری داده‌های پژوهش از طریق مطالعات کتابخانه‌ای و پرسشنامه محقق ساخته انجام شد. جامعه آماری تحقیق شامل همه زنان ساکن روستاهایی با جمعیت بیش از هزار نفر در استان خراسان شمالی بود که از آن میان، به روش نمونه‌گیری در دسترس و بر اساس جدول مورگان، ۳۸۳ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. برای تحلیل داده‌ها، از معادلات ساختاری و برای

۱- نویسنده مسئول و استادیار گروه مدیریت، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه حضرت معصومه (س)، قم، ایران.

(mfallah@hmu.ac.ir)

۲- دانش‌آموخته کارشناسی ارشد مدیریت، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه حضرت معصومه (س)، قم، ایران.

رتبه‌بندی شاخص‌ها، از آزمون فریدمن استفاده شد. یافته‌ها نشان داد که ورود موفق زنان روستایی به حوزه کارآفرینی نیازمند «ظرفیت‌سازی کسب‌وکار» است که از طریق ایجاد صندوق‌های خرد روستایی، تسهیل در پرداخت وام اشتغال، فروش برخط محصولات، نمایشگاه‌های دائمی عرضه محصولات، تشکیل تعاونی زنان کارآفرین روستایی، خرید تضمینی محصولات، کانون زنان کارآفرین روستایی و مراکز خلاقیت و نوآوری روستایی به وجود می‌آید.

کلیدواژه‌ها: ظرفیت‌سازی کسب‌وکار، زنان کارآفرین روستایی، عوامل محیطی-نهادی، عوامل مدیریتی-بازاریابی، عوامل فردی-اجتماعی.

مقدمه

از آنجا که رشد اقتصادی بسیاری از کسب‌وکارها بر پایه کارآفرینی بنا شده است، بسترسازی برای رشد افرادی که ایده را به محصول و دانش را به صنعت تبدیل می‌کنند، ضروری به نظر می‌رسد (Jayadatta, 2017). امروزه، کارآفرینی به عنوان ابزاری برای توسعه پایدار و حل مسائل اقتصادی مانند فقر و بیکاری بیش‌ازپیش مورد توجه قرار گرفته است (Aggarwal, 2018)؛ و از آن به عنوان وسیله‌ای برای بهبود کیفیت زندگی فردی، خانوادگی، اجتماعی و حافظ منافع اقتصادی-زیستی نام برده می‌شود (Asha, 2018). کارآفرینی، در واقع، فرآیند ایجاد ارزش از طریق خلق مجموعه‌ای منحصر به فرد از منابع به منظور بهره‌گیری از فرصت‌هاست (Varestefar and Vakilifard, 2016)، که با تحلیل فرصت‌ها آغاز می‌شود و با رشد سرمایه‌گذاری مخاطره‌آمیز، کسب موفقیت و سودآوری حاصل از آن ادامه می‌یابد (Ghouse et al., 2017).

امروزه، فعالیت‌های کارآفرینانه در ابعاد مختلف زندگی فردی و اجتماعی نفوذ کرده است (Sondari, 2014)؛ و اهمیت آن با تمرکز بر کارآفرینی روستایی دوچندان می‌شود، زیرا

کارآفرینی در روستا به روستاییان کمک می‌کند تا در جوامع محلی خود، فرصت‌های اقتصادی را بشناسند و آنها را به فعالیت‌های سودآور اقتصادی تبدیل کنند (Ghadermarzi et al., 2015). با کارآفرینی در روستاها توانی ایجاد می‌شود که از طریق آن، بتوان روستاییان را توانمند کرد تا از هیچ، همه‌چیز بسازند و از طریق کنار هم قرار دادن منابع فراوان موجود در روستاها که اغلب نادیده گرفته می‌شود، به خلق و ایجاد ارزش پردازند، که خود به تقویت فرصت‌های اقتصادی در جوامع محلی کمک می‌کند (Ghouse et al., 2017). ظهور کارآفرینی در سطح روستاها می‌تواند زمینه‌های مختلف سرمایه‌گذاری در تجارت، صنعت و کشاورزی را ایجاد و به توسعه اقتصاد محلی کمک کند (Asha, 2018). کارآفرینی روستایی چیزی جز صنعتی شدن روستا نیست (Katekhaye 2018). کارآفرینی در مناطق روستایی به ایجاد تفکر، ترویج توسعه کسب و کار، الحاق خدمات متنوع به انواع خدمات محلی و حمایت قابل قبول و یکپارچه از جمعیت روستایی می‌پردازد (Figueroa-Armijos et al., 2012). از کارآفرینی در روستاها به‌عنوان فرصتی برای ایجاد و مدیریت مخاطره و سازمان‌دهی منابع مختلف انسانی، مادی و مالی در راستای اجرای پروژه‌ها خلاقانه در مناطق روستایی یاد می‌شود (Katekhaye 2018). از این رو، تقویت و توسعه کارآفرینی روستایی در کشورهای در حال توسعه به گونه‌ای فزاینده رو به رشد بوده، که خود نیازمند توانمندسازی روستاییان و وارد کردن آنها به جریان اصلی فرآیند توسعه اقتصادی-اجتماعی روستایی و بهبود وضعیت اقتصادی و همچنین، ارائه فرصت‌های جدید خوداشتغالی از طریق ارتقای کارآفرینی در بخش‌های مختلف اجتماعی و اقتصادی است (Aggarwal, 2018).

در توسعه کارآفرینی در روستاها، زنان نقش بسیار مهمی دارند و آمار سال‌های اخیر نیز نشان از حضور فعال بیش از ۱۶۳ میلیون زن در ایجاد کسب و کارهای نوپا و کارآفرینانه دارد (Sekatane, 2018). بر پایه گزارش مرکز آمار ایران در پاییز ۱۳۹۶، نرخ بیکاری در سطح جامعه ۱۲/۱ درصد بوده که از آن میان، نرخ بیکاری مردان و زنان، به ترتیب، ۱۰/۲ و ۱۹/۸ درصد و نرخ بیکاری کل در نقاط شهری و روستایی، به ترتیب، ۱۳/۴ و ۸/۲ درصد است؛ این داده‌ها نشان

می‌دهد که نرخ بیکاری زنان نسبت به مردان بالاتر بوده و کاهش این شکاف نیازمند برنامه‌ریزی مناسب است (Qambarali and Rostami, 2015).

شایان یادآوری است که توجه به مقوله کارآفرینی در بین زنان روستایی می‌تواند علاوه بر بهبود نگرش‌ها نسبت به استفاده از توان‌ها و ظرفیت‌های زنان روستایی (Bebbington et al., 2006; Gaduh, 2010)، به تقویت بنیادی روستاییان و معکوس شدن مهاجرت به شهرها (Sohrabi, 2015)، ارتقای سطح اقتصادی (Altman, 2015) و ترویج فرهنگ کار در روستا (Mazonde and Carmichael, 2016) بینجامد و همچنین، می‌تواند توانمندسازی و ظرفیت‌سازی مناطق روستایی در راستای تغییر الگوی زندگی، ایجاد برابری اقتصادی، اجتماعی، محیطی و نهادی و رفع فقر و سایر محدودیت‌های اجتماعی (Jones and Warhuus, 2018) را در پی داشته باشد.

هرچند، در خصوص اهمیت توسعه کارآفرینی در بین زنان روستایی، تحقیقات فراوان انجام شده، اما موضوع شناسایی و تبیین پیشایندها، پیشرانها، محرک‌ها و چالش‌های ذاتی و بنیادی کارآفرینی زنان روستایی کمتر مورد توجه قرار گرفته است. در مطالعه حاضر، با توجه به اهمیت و ضرورت فعالیت‌های کارآفرینانه زنان روستایی، به شناسایی و تبیین پیشرانها و چالش‌های کارآفرینی زنان روستایی پرداخته شده است تا با اولویت‌بندی و ارائه پیشنهادها کاربردی، زمینه رشد و توسعه این فعالیت‌ها در روستا فراهم شود. با این توصیف، هدف اصلی پژوهش حاضر ارائه چارچوبی برای شناسایی پیشایندهای ورود موفق زنان روستایی به حوزه کارآفرینی بوده و برای رسیدن بدین هدف، سؤالاتی به شرح زیر تدوین شده است:

- شاخص‌ها و ابعاد مؤثر در ورود موفق زنان روستایی به حوزه کارآفرینی کدامند؟
- اولویت‌بندی شاخص‌ها و ابعاد ورود موفق زنان روستایی به حوزه کارآفرینی چگونه است؟
- چارچوب مناسب ورود موفق زنان روستایی به حوزه کارآفرینی چگونه است؟

1. antecedents

2. drivers

نتایج پژوهش‌های مختلف در کشورهای در حال توسعه حاکی از آن است که موانع و چالش‌های کارآفرینی زنان روستایی شباهت زیادی به یکدیگر دارند. به‌طور مثال، پژوهشی که در سال ۲۰۱۷ در کشور مالزی انجام شده نشان می‌دهد درگیری‌های خانوادگی، عدم جذب منابع مالی، تجربه پایین مدیریتی، کمبود دانش کسب و کار، کمبود مشاوره‌های کسب و کار، کمبود مهارت‌های تجاری، عدم اعتماد به نفس، عدم ریسک‌پذیری و عدم حمایت اجتماعی از شاخص‌ترین چالش‌های کارآفرینی زنان روستایی است (Mohamad and Bakar, 2017). همچنین شواهد و بررسی‌های انجام گرفته در کشور عمان نیز نشان می‌دهد قوانین و مقررات دولتی نه تنها زمینه‌های مناسب برای فعالیت‌های کارآفرینی در روستاها را فراهم نکرده است، بلکه این قوانین و مقررات خود به‌عنوان مانعی جهت رشد کارآفرینی درآمده که نتیجه آن عدم رشد و توسعه اقتصادی است. نتایج برخی یافته‌ها نیز حاکی از آن است که باوجود تشویق دولت و ارائه تسهیلات مناسب، وجود فرهنگ ریسک‌گریزی در بین زنان روستایی، مانعی مهم برای کارآفرینی به حساب می‌آید (Ghouse et al., 2017).

بر پایه نتایج برخی از یافته‌های محققان، عدم حمایت کافی از کسب و کار، تبعیض جنسیتی، شرایط دشوار کسب و کار، بی‌ثباتی سیاسی، دسترسی محدود به منابع، کمبود دانش کسب و کار، عدم تعادل بین کار و خانواده، ناامنی اجتماعی و عدم مخاطره‌پذیری از جمله چالش‌هایی است که زنان کارآفرین در عربستان سعودی، امارات متحده عربی، ترکیه، لبنان و نیجریه را آزار می‌دهد و در این بین، جوامع پدرسالار و بازار کار مردسالار مهم‌ترین موانع ورود زنان در فضای کارآفرینی شناخته شده‌اند (Panda, 2018). همچنین، مطالعات کارآفرینی زنان در کشورهای در حال توسعه آسیایی نشان می‌دهد که سطح تحصیلات پایین، نبود امکانات آموزشی، عدم دسترسی به اعتبارات رسمی و سایر امکانات بر میزان کارآفرینی زنان تأثیر می‌گذارد (Kungwansupaphan and Leihaothabam, 2016). البته، وجود مسائلی از قبیل عدم حمایت خانواده از بانوان کارآفرین، مسئولیت دوگانه مراقبت از خانواده و امور اقتصادی و همچنین، دسترسی محدود به مواد (Sekatane, 2018) و فناوری و کمبود منابع دانش و مهارت و

مسائل ناشی از سلطه مرد در جامعه موجب تشدید عدم حضور بانوان در حوزه کارآفرینی می شود (Tur-Porcar et al., 2017). نتایج برخی از پژوهش‌های پیشین در زمینه چالش‌ها و موانع کارآفرینی زنان روستایی در جدول ۱ آمده است.

جدول ۱- نتایج پژوهش‌های پیشین در زمینه چالش‌ها و موانع کارآفرینی زنان روستایی

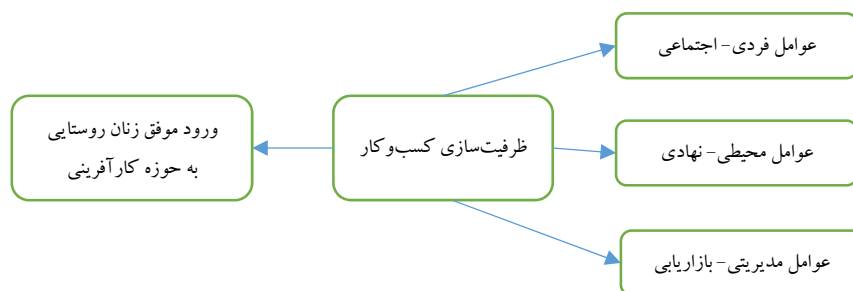
چالش‌ها و موانع کارآفرینی زنان روستایی	منابع
روحیه مخاطره‌پذیری	Ghouse et al., 2017; Katekhaye 2018; Sojasi Qidari and Arabteimour, 2018
اعتماد به نفس و خودباوری	Ghouse et al., 2017; Raghuvanshi et al., 2017
مخالفت خانواده با راه‌اندازی کسب و کار	Jones and Warhuus, 2018; Katekhaye 2018
سطح خلاقیت و نوآوری	Heidari Sareban, 2012; Kaur and Aulakh, 2017
داشتن مسئولیت‌ها و وظایف متعدد در خانواده	Halkias et al., 2011; Kaur and Aulakh, 2017
توانایی شناسایی به موقع فرصت‌های محلی	Asha, 2018; Kaur and Aulakh, 2017
نداشتن سرمایه و منابع مالی	Basu and Chatterjee, 2018; Khorrambakht, 2017; Mohamad and Bakar, 2017
بالا بودن نرخ بهره‌های بانکی	Kalemci Tuzun and Araz Takay, 2017; Lekovic et al., 2014
دشواری شرایط اخذ تسهیلات بانکی	Aggarwal, 2018; Mtisi et al., 2017
عدم دسترسی به مواد اولیه	Heidari Sareban, 2012; Sharma, 2017
فرهنگ مردسالارانه در جامعه	Asha, 2018; Basu and Chatterjee, 2018
نگاه منفی به حضور زنان در بازار کار	Heidari Sareban, 2012; Kaur and Aulakh, 2017
عدم پذیرش زنان از سوی فرهنگ روستا	Ghouse et al., 2017
مشارکت زنان در امور روستا	Kaur and Aulakh, 2017; Sá et al., 2019
طولانی بودن روند کسب مجوز کسب و کار	Aggarwal, 2018; Sharma, 2017
کم توجهی به نواحی روستایی از سوی دولت	Ehsanifar et al., 2018; Garg and Agarwal, 2017; Rai, 2018
نبود صنف یا سازمان پشتیبان زنان کارآفرین	Aggarwal, 2018; Basu and Chatterjee, 2018
برگزاری نمایشگاه‌ها و بازارهای محلی	Asha, 2018; Mohamad and Bakar, 2017
ناکافی بودن تلاش نهادهای دولتی و غیردولتی در حذف دلالان و واسطه‌ها	Ehsanifar et al., 2018
فاصله زیاد روستا از شهر و بازار فروش	Shyamala, 2016
کمبود وسایل حمل و نقل	Asha, 2018; Bouzarjomehri and Masoumi, 2018

شناسایی پیشایندهای ورود موفق زنان روستایی.....

منابع	چالش‌ها و موانع کارآفرینی زنان روستایی
Aggarwal, 2018; Das, 2014	بروز بحران‌های زیست‌محیطی (خشکسالی، سرمازدگی، فرسایش خاک، ...)
Basu and Chatterjee, 2018; Katekhaye 2018	ضعف زیرساخت‌ها (جاده، گاز، اینترنت و ...) در محیط روستا
Rai, 2018; Sharma, 2017	نفوذ مخرب دلالان و واسطه‌های در بازار
Asha, 2018; Das, 2014	تغییرات مستمر و تنوع سلیقه‌ها و ذائقه‌های مصرف‌کنندگان
Sá et al., 2019	آشنایی با مفاهیم بازاریابی به‌ویژه قیمت‌گذاری
Asha, 2018; Das, 2014; Ghadermarzi et al., 2015	کیفیت محصولات تولیدشده در مقایسه با رقبای
Aggarwal, 2018; Asha, 2018	دسترسی به بازار فروش محصولات در شهرها
Asha, 2018; Jones and Warhuus, 2018	عدم وجود آموزش‌های کسب‌وکار مرتبط
Basu and Chatterjee, 2018; Heidari Sareban, 2012	پایین بودن سطح سواد زنان روستایی
Mohamad and Bakar, 2017; Sharma, 2017	کمبود دانش فنی و مهارت‌های تخصصی
Ghadermarzi et al., 2015	دسترسی به متخصصان و مشاوران فنی
Asha, 2018; Das, 2014; Khorrambakht, 2017; Ngorora and Mago, 2013	دسترسی به اطلاعات و فناوری‌های نوین مانند اینترنت پرسرعت
Katekhaye 2018; Mohamad and Bakar, 2017	نداشتن دانش کافی در ایجاد کسب‌وکارها

مأخذ: یافته‌های پژوهش

مطابق بررسی‌های انجام‌شده در ادبیات و پیشینه نظری و تجربی پژوهش، ورود موفق زنان روستایی به حوزه کارآفرینی دربرگیرنده ابعاد مختلف فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و نهادی بوده، که ضرورت «ظرفیت‌سازی کسب‌وکار» را دوچندان کرده است. بر پایه یافته‌های پژوهش، برای ظرفیت‌سازی کسب‌وکار، عوامل «فردی-اجتماعی»، «محیطی-نهادی» و «مدیریتی-بازاریابی» بیش از سایر عوامل مورد تأکید قرار گرفته‌اند. بر این اساس و مطابق یافته‌های پژوهش‌های پیشین، مدل مفهومی تحقیق به صورت شکل ۱ تبیین می‌شود.



شکل ۱- مدل مفهومی تحقیق (محقق ساخته)

روش‌شناسی تحقیق

هرچند، هدف اصلی تحقیق حاضر شناسایی پیشایندهای ورود موفق زنان روستایی به حوزه کارآفرینی بوده، اما به لحاظ هدف کاربردی و از نظر روش توصیفی-پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش را زنان روستایی استان خراسان شمالی و ساکنان روستاهای بالای هزار نفر جمعیت تشکیل می‌دهند. بر اساس آخرین سرشماری (سال ۱۳۹۵)، در استان خراسان شمالی، تعداد روستاهای دارای جمعیت ساکن ۷۹۲ روستا بوده که حدود ۹۴ روستا جمعیتی بالای هزار نفر دارند و جمعیت زنان در این نوع روستاها در حدود ۸۲۴۷۲ نفر است. در تحقیق حاضر، با توجه به حجم نمونه و گستردگی مناطق جغرافیایی، از روش نمونه‌گیری غیراحتمالی «در دسترس - هدفمند» استفاده شده است، به گونه‌ای که با مراجعه به روستاهای دارای جمعیت بالای هزار نفر، بر اساس جدول مورگان، تعداد ۳۸۳ نفر از زنان روستایی در دسترس و فعال در حوزه‌های مختلف کشاورزی و دامداری، صنایع دستی، فرآوری محصولات دامی، فرآوری محصولات کشاورزی و سایر حوزه‌های مرتبط با فعالیت‌های کارآفرینانه به‌عنوان نمونه در سال ۱۳۹۷ انتخاب شدند.

در پژوهش حاضر، جمع‌آوری اطلاعات با بررسی مبانی نظری و پیشینه تجربی آغاز و موضوع تحقیق از طریق مصاحبه با خبرگان حوزه‌های مختلف کسب‌وکار (دو نفر از اساتید

دانشگاه و چهار نفر از زنان کارآفرینی که در روستاها فعالیت داشته‌اند) در محدوده تحقیق صورت گرفت. ابزار جمع‌آوری داده‌های تحقیق پرسشنامه محقق‌ساخته شامل چهل گویه بود، که شش گویه به عوامل فردی- خانوادگی، پنج گویه به عوامل اقتصادی- مالی، چهار گویه به عوامل اجتماعی- فرهنگی، پنج گویه به عوامل نهادی، چهار گویه به عوامل محیطی- جغرافیایی، هفت گویه به عوامل آموزشی- مدیریتی و چهار گویه به عوامل بازاریابی می‌پردازند.

سؤالات تحقیق بر اساس نظر پنج نفر از خبرگان حوزه‌های مختلف کارآفرینی، مدیریت و جامعه‌شناسی پالایش شد و روایی آنها مورد تأیید قرار گرفت؛ همچنین، پایایی پرسشنامه، با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ، برآورد شد و مقدار ضریب پایایی کل ۰/۸۶۳ به دست آمد، که نشان‌دهنده پایا بودن پرسشنامه در شناسایی پیشایندهای ورود موفق زنان روستایی به حوزه کارآفرینی است.

پس از توزیع و جمع‌آوری پرسشنامه‌ها، تحلیل داده‌های به دست آمده در دو بخش آمار توصیفی و استنباطی با استفاده نرم‌افزارهای آماری SPSS و Amos صورت گرفت. نخست، با بهره‌گیری از آمار توصیفی بخش جمعیت‌شناختی، داده‌ها (شامل سن، وضعیت تأهل، سطح سواد، وضعیت شغلی و انگیزه شغلی) و سپس، با استفاده از معادلات ساختاری، روابط بین شاخص‌ها، ابعاد و مقوله‌ها بررسی شدند. شایان یادآوری است که در مدل‌های تبیین‌شده از طریق معادلات ساختاری، برای تفسیر روابط بین متغیرهای آشکار و پنهان، از مدل اندازه‌گیری و تفسیر روابط بین متغیرهای پنهان- وزن رگرسیونی (بار عاملی)- و مدل ساختاری استفاده می‌شود. وزن رگرسیونی (بار عاملی) شدت و قدرت رابطه بین متغیر پنهان و متغیر آشکار را نشان می‌دهد. اگر بار عاملی کمتر از ۰/۲ باشد، شدت رابطه ضعیف است و از آن صرف‌نظر می‌شود و در صورتی که بار عاملی بین ۰/۲ تا ۰/۶ باشد، شدت رابطه قابل قبول و اگر بزرگ‌تر از ۰/۶ باشد، شدت رابطه خیلی مطلوب در نظر گرفته می‌شود (Kline, 1998). همچنین، در تحقیق حاضر، برای رتبه‌بندی شاخص‌ها، ابعاد و مقوله‌ها، از آزمون فریدمن استفاده شده است.

نتایج و بحث

یافته‌های پژوهش حاضر در دو بخش توصیفی و استنباطی بررسی شدند. در بخش توصیفی، بررسی محتوای جمعیت‌شناختی داده‌های آماری با بهره‌گیری از شاخص‌های مرکزی و در بخش استنباطی، بررسی شدت و قدرت روابط بین شاخص‌ها، ابعاد و مقوله‌ها با استفاده از معادلات ساختاری انجام شد و اولویت‌بندی آنها نیز به کمک آزمون فریدمن صورت گرفت.

آمار توصیفی: شاخص‌های مرکزی

با توجه به اهمیت موضوع، وضعیت جمعیت‌شناختی جامعه آماری از نظر سن، وضعیت تأهل، سطح سواد، وضعیت شغلی و انگیزه شغلی مورد بررسی قرار گرفت و نتایج نشان داد که بیش از ۶۸ درصد نمونه آماری متأهل‌اند و حدود ۷۸ درصد در رده سنی کمتر از چهل سال قرار دارند؛ این موضوع نشان‌دهنده جوان بودن زنان روستایی مورد مطالعه و توان بالای آنها برای راه‌اندازی کسب‌وکارهای مختلف است. همچنین، حدود ۶۲ درصد پاسخ‌گویان انگیزه خود را ایجاد درآمد، اشتغال و افزایش رفاه ذکر کردند، که نشان‌دهنده تمایل جامعه زنان روستایی به حوزه کارآفرینی از نگاه اقتصادی است. بررسی وضعیت سواد پاسخ‌گویان نیز نشان می‌دهد که بیش از ۷۵ درصد آنها مدرک دیپلم و پایین‌تر دارند؛ و از این رو، توجه به آموزش‌های مقدماتی کارآفرینی، مهارت‌های بازاریابی، مدیریتی و ... بسیار ضروری می‌نماید. درنهایت، حضور بیش از ۲۲ درصدی پاسخ‌گویان در فعالیتهای کشاورزی و دامداری خانگی و سنتی گویای عدم آشنایی زنان روستایی با سامانه‌های نوین صنعتی است و توجه و برنامه‌ریزی هرچه بیشتر مسئولان در راستای تسریع فرآیند صنعتی شدن فعالیتهای کشاورزی و دامداری ضروری به‌نظر می‌رسد (جدول ۲).

جدول ۲- وضعیت جمعیت شناختی جامعه آماری

		متاهل		مجرد		وضعیت تاهل	
		۱/۶۸		۳۱/۵		درصد فراوانی	
		بالتر از ۵۰ سال		بین ۴۰ تا ۵۰ سال		سن	
		۱۴/۶۰		۷/۳		درصد فراوانی	
		دسترسی به مواد اولیه		علاقه مندی به کسب و کار		انتگیزه شغلی	
		۳/۱۰		۱۶/۷۰		درصد فراوانی	
		لیسانس و بالاتر		دیپلم		وضعیت سواد	
		۷/۳۰		۱۲		درصد فراوانی	
مشاغل آزاد		فرآوری محصولات کشاورزی		فرآوری محصولات دامی		وضعیت شغلی	
۷/۶۰		۸/۴۰		۰/۷۰		درصد فراوانی	
		۲۰/۶۰		۱۰/۴۰		درصد فراوانی	

مأخذ: یافته‌های پژوهش

تحلیل استنباطی: معادلات ساختاری و آزمون فریدمن

در تحقیق حاضر، برای ارائه چارچوب مناسب و اولویت‌بندی شاخص‌ها و ابعاد ورود موفق زنان روستایی به حوزه کارآفرینی، با استفاده از معادلات ساختاری، روابط بین شاخص‌ها، ابعاد و مقوله‌ها تبیین شده و از طریق آزمون فریدمن، اولویت‌بندی آنها صورت گرفته است.

بررسی مدل اندازه‌گیری

بر پایه یافته‌های پژوهش، وزن رگرسیونی (بار عاملی) کلیه متغیرها از ۰/۲ بیشتر بوده و سطح معنی‌داری آنها از پنج صدم کمتر است؛ از این رو، شدت و قدرت رابطه بین شاخص‌ها و ابعاد مدل قابل قبول و معنی‌دار است (جدول ۳).

جدول ۳- بار عاملی مدل اندازه‌گیری در حالت استاندارد

پارامترها	بار عاملی	سطح معنی‌داری
عوامل محیطی - نهادی	۰/۷۷۲	۰/۰۰۱
عوامل مدیریتی - بازاریابی	۰/۸۵۷	۰/۰۰۱
ورود موفق زنان روستایی	۰/۹۱۱	۰/۰۰۱
عوامل فردی - اجتماعی	۰/۹۶۶	۰/۰۰۱
اقتصادی - مالی	۰/۴۴۹	۰/۰۰۱
عوامل نهادی	۰/۶۱۱	۰/۰۰۱
محیطی - جغرافیایی	۰/۴۹۹	۰/۰۰۱
عوامل بازاریابی	۰/۵۹۹	۰/۰۰۱
آموزشی - مدیریتی	۰/۶۴۸	۰/۰۰۲
جذب مشتری	۰/۹۰۸	۰/۰۰۲
درآمد پایدار	۱/۰۰۵	۰/۰۰۱
رشد پایدار	۰/۳۶۶	۰/۰۰۱
فردی - خانوادگی	۰/۵۳۴	۰/۰۰۱
اجتماعی - فرهنگی	۰/۹۵۳	۰/۰۰۱

مأخذ: یافته‌های پژوهش

با توجه به معنی‌داری کلیه روابط بین متغیرهای تحقیق، مدل مفهومی تحقیق بدون تغییر مورد تأیید قرار می‌گیرد. همچنین، نکته بااهمیت در تحلیل عاملی مرتبه دوم این است که «عوامل فردی - اجتماعی» دارای بیشترین بار عاملی (۰/۹۶۶) و «عوامل محیطی - نهادی» دارای کمترین بار عاملی (۰/۷۷۲) روی «ظرفیت‌سازی کسب‌وکار» است. همچنین، در تحلیل عاملی مرتبه اول، از بین شاخص‌های مربوط به مؤلفه عوامل «فردی - اجتماعی»، شاخص «اجتماعی - فرهنگی» دارای بیشترین بار عاملی (۰/۹۵۳) و از بین شاخص‌های مربوط به مؤلفه‌های عوامل «محیطی - نهادی»، شاخص عوامل «اقتصادی - مالی» دارای کمترین بار عاملی (۰/۴۴۹) است.

نتایج تحلیل مسیر

در مدل ساختاری، ضریب رگرسیونی به بررسی قدرت و شدت رابطه بین متغیرهای پنهان می‌پردازد. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که مقدار ضریب مسیر بین «ظرفیت‌سازی کسب‌وکار» و

شناسایی پیشایندهای ورود موفق زنان روستایی.....

«ورود موفق زنان روستایی به حوزه کارآفرینی» ۰/۹۱۱ بوده و سطح معنی داری آن نیز کمتر از ۰/۰۵ و معنی دار است و مطابق تعریف کلاین (Kline, 1998)، قدرت و شدت این رابطه در محدوده خیلی مطلوب قرار می‌گیرد (جدول ۴).

جدول ۴- ضریب مسیر مستقیم بین متغیرهای مدل

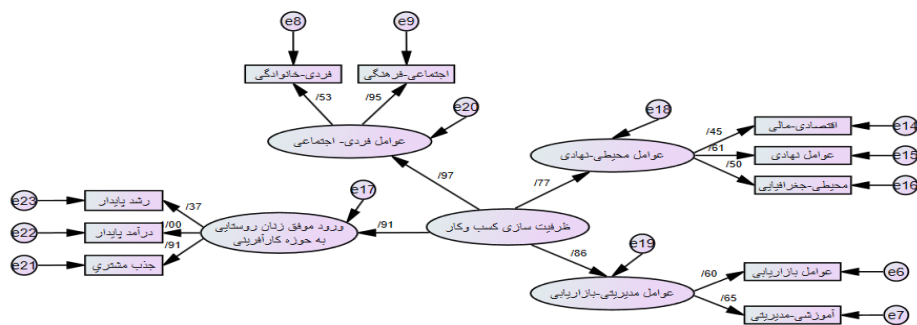
متغیر	ضریب مسیر	سطح معنی داری
ورود موفق زنان روستایی به حوزه کارآفرینی	۰/۹۱۱	۰/۰۰۱

مأخذ: یافته‌های پژوهش

بنابراین، با اطمینان ۹۹ درصد، می‌توان گفت که «ظرفیت‌سازی کسب و کار» باعث ورود موفق زنان روستایی به حوزه کارآفرینی می‌شود.

با توجه به نتایج برآورد مدل اندازه‌گیری داده‌ها و تحلیل مسیر، مدل تحقیق به صورت

شکل ۲ تبیین شده است.



شکل ۲- تبیین مدل تحقیق (محقق ساخته)

شاخص‌های نیکویی برازش مدل

در معادلات ساختاری، به منظور بررسی اعتبار مدل و همچنین، تأیید چارچوب مفهومی تحقیق، از شاخص‌های برازش مدل استفاده می‌شود. در تحقیق حاضر، مقدار کای اسکوئر ۳/۲۴۲ به دست آمده، که در بازه مورد قبول (۱ تا ۵) است. همچنین، یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که سایر شاخص‌های نیکویی برازش نیز در بازه مورد قبول قرار گرفته‌اند؛ بنابراین، مدل از برازش مطلوب برخوردار است (جدول ۵).

جدول ۵- شاخص‌های نیکویی برازش مدل

IFI	CFI	NFI	AGFI	GFI	RMSEA	شاخص برازندگی
۰-۱	<۰/۹	<۰/۹	<۰/۹	<۰/۹	>۰/۱	مقادیر قابل قبول
۰/۸۷۸	۰/۹۰۳	۰/۹۱۲	۰/۹۲۴	۰/۹۱۲	۰/۰۵۳	مقادیر محاسبه شده

مأخذ: یافته‌های پژوهش

اولویت‌بندی شاخص‌ها و ابعاد ورود موفق زنان روستایی به حوزه کارآفرینی

در پژوهش حاضر، برای اولویت‌بندی شاخص‌ها و ابعاد ورود موفق زنان روستایی به حوزه کارآفرینی، از آزمون فریدمن استفاده شده و یافته‌ها حاکی از آن است که در بعد اقتصادی-مالی، شاخص بالا بودن نرخ بهره‌های بانکی (۲۲/۶۴)، در بعد فردی-خانوادگی، شاخص روحیه مخاطره‌پذیری (۱۵/۰۴)، در بعد اجتماعی-فرهنگی، شاخص مشارکت زنان در امور روستا (۱۸/۹۱)، در بعد نهادی (دولتی-غیردولتی)، شاخص طولانی بودن روند اخذ مجوز کسب‌وکار (۲۰/۱۵)، در بعد محیطی-جغرافیایی، شاخص بروز بحران‌های زیست‌محیطی (خشکسالی، سرمازدگی، فرسایش خاک و...) (۱۹/۶۲)، در بعد آموزشی-مدیریتی، شاخص دسترسی پایین به متخصصان و مشاوران فنی در زمینه بازاریابی، فروش و... (۲۰/۵۴) و در نهایت، در بعد بازاریابی، شاخص نفوذ مخرب دلالان و واسطه‌ها در بازار (۲۲/۰۵) بیشترین تأثیر را در ورود موفق زنان روستایی به حوزه کارآفرینی دارند (جدول ۶).

شناسایی پیشایندهای ورود موفق زنان روستایی.....

جدول ۶- نتایج آزمون فریدمن

میانگین	شاخص‌ها	ابعاد
۱۹/۶۸	نداشتن سرمایه و منابع مالی کافی	اقتصادی - مالی
۲۲/۶۴	بالا بودن نرخ بهره‌های بانکی	
۲۱/۳۱	تخفیف و معافیت‌های بیمه‌ای و مالیاتی	
۱۹/۸۹	شرایط سخت اخذ تسهیلات بانکی	
۱۵/۰۴	روحیه مخاطره‌پذیری	فردی - خانوادگی
۱۳/۱۰	اعتماد به نفس و خودباوری	
۹/۵۸	مخالفت خانواده با راه‌اندازی کسب و کار	
۱۲/۶۳	سطح خلاقیت و نوآوری	
۱۳/۸۷	داشتن مسئولیت‌ها و وظایف متعدد در خانواده	
۱۴/۹۵	عدم توانایی شناسایی به موقع فرصت‌های محلی	اجتماعی - فرهنگی
۱۶/۷۷	فرهنگ مردسالارانه در جامعه روستایی	
۱۶/۱۲	نگاه منفی به حضور زنان در بازار کار	
۱۶/۷۴	عدم پذیرش زنان از سوی فرهنگ روستا	
۱۸/۹۱	مشارکت پایین زنان در امور روستا	نهادی (دولتی - غیردولتی)
۲۰/۱۵	طولانی بودن روند اخذ مجوز کسب و کار	
۱۹/۳۰	کم توجهی به نواحی روستایی از سوی دولت	
۱۸/۲۷	نبود صنف یا سازمان غیردولتی پشتیبان	
۱۸/۱۱	ناکافی بودن تلاش نهادهای دولتی و غیردولتی در حذف دلالان و واسطه‌ها	
۱۶/۶۵	توجه دولت در برگزاری نمایشگاه‌ها و بازارهای محلی	محیطی - جغرافیایی
۱۵/۴۹	فاصله زیاد روستا از شهر و بازار فروش	
۱۵/۲۲	کمبود وسایل حمل و نقل	
۱۹/۶۲	پرواز بحران‌های زیست‌محیطی (خشکسالی، سرمازدگی، فرسایش خاک و ...)	
۱۸/۳۰	ضعف زیرساخت‌های موجود (جاده، گاز، اینترنت و ...) در محیط روستا	

میانگین	شاخص‌ها	ابعاد
۱۹/۵۴	ناکافی بودن آموزش‌های کسب و کار متناسب و مرتبط با زنان و اقلیم روستا	آموزشی-مدیریتی
۱۸/۱۲	پایین بودن سطح سواد زنان روستایی	
۱۹/۰۱	کمبود دانش فنی و مهارت‌های تخصصی	
۱۹/۷۸	ناکافی بودن دسترسی به اطلاعات و فناوری‌های نوین مانند اینترنت پرسرعت	
۲۰/۵۴	دسترسی پایین به متخصصان و مشاوران فنی در زمینه بازاریابی، فروش و ...	
۱۹/۱۹	ارتباط ضعیف و ناکافی بین زنان روستایی و کارآفرینان موفق	
۱۸/۸۲	عدم آشنایی کافی با مفاهیم بازاریابی به‌ویژه قیمت‌گذاری، تبلیغات و نظام توزیع	بازاریابی
۲۲/۰۵	نفوذ مخرب دلالان و واسطه‌ها در بازار	
۲۰/۵۹	ناکافی بودن کیفیت محصولات تولیدشده در مقایسه با سایر رقبا	
۲۰/۱۳	تغییرات مستمر و تنوع سلیقه و ذائقه‌های مصرف‌کنندگان	

مأخذ: یافته‌های پژوهش

از آنجا که مقدار آزمون کای اسکوئر به‌دست آمده (۱۲۲۶/۵۲) در سطح خطای کوچک‌تر از ۰/۰۱ است، می‌توان گفت که از نظر آماری و با اطمینان ۹۹ درصد، رتبه‌بندی انجام‌شده معنی‌دار است (جدول ۷).

جدول ۷- نتایج آزمون فریدمن

تعداد	۳۸۳
کای اسکوئر	۱۲۲۶/۵۲
درجه آزادی	۳۴
سطح معنی‌داری آزمون	۰/۰۰۰

مأخذ: یافته‌های پژوهش

برای درک بهتر نتایج تحقیق، ابعاد گوناگون ورود موفق زنان روستایی به حوزه کارآفرینی بر اساس میانگین رتبه‌ای اولویت‌بندی شده‌اند (جدول ۸).

جدول ۸- رتبه‌بندی چالش‌ها، موانع و پیشایندهای کارآفرینی زنان روستایی

اولویت	چالش‌ها، موانع و پیشایندهای کارآفرینی زنان روستایی	میانگین رتبه‌ها
اول	عوامل بازاریابی	۴/۸۶
دوم	عوامل آموزشی - مدیریتی	۴/۷۸
سوم	عوامل اقتصادی - مالی	۴/۵۷
چهارم	عوامل نهادی (دولتی - غیردولتی)	۴/۱۴
پنجم	عوامل اجتماعی - فرهنگی	۳/۶۹
ششم	عوامل محیطی - جغرافیایی	۳/۵۵
هفتم	عوامل فردی - خانوادگی	۲/۴۰

مأخذ: یافته‌های پژوهش

یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که ضعف در بازاریابی (قیمت‌گذاری، تبلیغات، کیفیت محصول)، مسائل آموزشی - مدیریتی، بالا بودن نرخ بهره‌های بانکی، نداشتن سرمایه و منابع مالی، دشواری فراهم کردن شرایط اخذ تسهیلات بانکی، مشکلات دیوان‌سالاری، عوامل اجتماعی - فرهنگی، عوامل محیطی - جغرافیایی و عوامل فردی - خانوادگی از مهم‌ترین چالش‌های ورود زنان روستایی به حوزه کارآفرینی به‌شمار می‌روند.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

بر پایه یافته‌ها و نتایج تحقیق، پیشایندهای ورود موفق زنان روستایی به حوزه کارآفرینی در خراسان شمالی در قالب چهل شاخص، هفت بعد و چهار مقوله دسته‌بندی شدند.

نتایج تحقیق نشان می‌دهد که زنان روستایی استان خراسان شمالی برای ورود موفق به حوزه کارآفرینی با چالش‌ها و موانع زیادی مواجه‌اند که از آن میان، مهم‌ترین چالش‌ها و موانع زنان روستایی عبارت‌اند از: «عوامل مدیریتی - بازاریابی» مانند نفوذ مخرب دلالان و واسطه‌ها در بازار و کیفیت پایین محصولات تولیدشده در مقایسه با سایر رقبا (Asha, 2018; Das, 2014)، نداشتن دانش کافی در ایجاد کسب‌وکارهای جدید (Katekhaye 2018;)

(Mohamad and Bakar, 2017; Shyamala, 2016) و عدم ارتباط مؤثر بین زنان روستایی و کارآفرینان موفق برای تبادل تجارب.

پایین بودن سطح سواد و دانش اندک زنان روستایی باعث تضعیف آنها در شناسایی و یادگیری مفاهیم بازاریابی و مدیریتی می‌شود و توانایی قیمت‌گذاری مناسب، تبلیغات اثربخش و تولید محصولات باکیفیت را کاهش می‌دهد، که خود باعث نفوذ دلالتان و واسطه‌ها به بازار شده، امکان تعامل مستقیم بین تولیدکننده و مشتری نهایی را با مشکل مواجه می‌سازد. در این راستا، مشکلات زیرساختی مانند عدم دسترسی به شبکه‌های ارتباطی، سامانه حمل و نقل مطمئن و اینترنت پرسرعت نیز خود تشدیدکننده مسائل و چالش‌های بنیادی می‌شود که از آن میان، می‌توان به ضعف نظام‌های توزیع و بهره‌گیری اندک از شبکه‌های مجازی در تبلیغات و بازاریابی اشاره کرد.

عوامل «محیطی- نهادی» نیز از دیگر عواملی است که برای زنان روستایی مشکلات زیادی را ایجاد می‌کند. در این خصوص، عوامل اقتصادی- مالی مانند بالا بودن نرخ بهره‌های بانکی (Kalemci Tuzun and Araz Takay, 2017; Lekovic et al., 2014) مهم‌ترین چالش زنان روستایی به حساب می‌آید. از آنجا که این نوع چالش‌ها به دلیل ضعف مالی و ساختاری روستاها پدید آمده است، توجه دولت به ارائه تسهیلات ارزان‌قیمت و تخفیف‌های بیمه‌ای و مالیاتی برای رقابت‌پذیر کردن تولیدات روستایی سنتی در برابر صنایع بزرگ شهری که از صرفه‌جویی مقیاس در اثر تولید مکانیزه در حجم زیاد بهره می‌برند، ضروری است. همچنین، عوامل نهادی مانند طولانی بودن روند اخذ مجوز کسب و کار (Aggarwal, 2018; Sharma,) و کم‌توجهی به نواحی روستایی از سوی دولت (Aggarwal, 2018; Rai, 2018) نیز با توجه به شرایط خاص زنان روستایی، چالش‌ها و موانع بسیاری را ایجاد و شاخص سلامت کسب و کار را بسیار بحرانی و نگران‌کننده کرده است.

همچنین، عوامل «محیطی- جغرافیایی» مانند بروز بحران‌های زیست‌محیطی (خشکسالی، سرمازدگی، فرسایش خاک، ...) و عوامل زیرساختی (جاده، گاز، اینترنت و ...) در محیط

روستا (Aggarwal, 2018; Basu and Chatterjee, 2018; Das, 2014; Katekhaye, 2018)

نیز باید مورد توجه مسئولان و برنامه‌ریزان قرار گیرند.

یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که عوامل «اجتماعی- فرهنگی» نیز در ورود زنان روستایی به حوزه کارآفرینی نقش بسیار مهمی دارند. عوامل فرهنگی مانند فرهنگ مردسالاری در جامعه، مشارکت ندادن زنان در امور روستا (Ghouse et al., 2017; Kaur and Aulakh, 2017) و عوامل فردی- خانوادگی مانند روحیه مخاطره‌گریزی (Ghose et al., 2017; Katekhaye 2018) و عدم توانایی شناسایی به موقع فرصت‌های محلی (Asha, 2018; Kaur and Aulakh, 2017) چالش‌های زیادی را برای زنان روستایی فراهم کرده و از این رو، لازم است که موانع بروز استعدادهای ذاتی زنان روستایی برطرف شود. بر اساس یافته‌ای تحقیق و در راستای رفع موانع و چالش‌های کارآفرینی زنان روستایی در خصوص هر کدام از ابعاد تحقیق، پیشنهادهایی به شرح زیر ارائه می‌شود:

● **اقتصادی- مالی:**

- تأسیس «صندوق‌های خرد روستایی» با مشارکت روستاییان و دولت با مدیریت خود روستاییان و همچنین، در راستای رفع محدودیت‌های مالی از طریق یکپارچه‌سازی نقدینگی خرد، حمایت از زنان روستایی در خصوص تسهیل روند اخذ تسهیلات بانکی و رفع مشکل تأمین وثیقه برای متقاضیان دریافت وام؛

- تأمین سرمایه اولیه و در گردش زنان کارآفرین روستایی به وسیله دولت از طریق ارائه تسهیلات ارزان قیمت؛

- ارائه بسته‌های تشویقی سوی دولت مانند پرداخت یارانه به منظور حمایت از زنان کارآفرین روستایی؛

- تسهیل در پرداخت وام اشتغال به زنان کارآفرین روستایی؛

● **فردی- خانوادگی:**

- ایجاد «مراکز خلاقیت و نوآوری روستایی» در راستای شناسایی و تولید ایده‌های جدید متناسب با بازارهای هدف و ذائقه‌های مصرف کنندگان؛

- ارزش‌گذاری به کارآفرینی زنان و معرفی زنان کارآفرین موفق به منظور افزایش خودباوری،

- اعتماد به نفس و انگیزه کارآفرینی در زنان روستایی؛
- توسعه بازدیدهای میدانی از فعالیتهای کارآفرینان موفق به منظور ایجاد روحیه رقابت و آموزش عملی مهارتهای کارآفرینی؛
- ایجاد امنیت شغلی برای زنان کارآفرین روستایی با برقراری پوشش بیمه‌های بیکاری در راستای تقویت روحیه مخاطره‌پذیری؛
- اجتماعی-فرهنگی:
 - فرهنگ‌سازی پذیرش زنان کارآفرین روستایی از طریق تهیه و پخش برنامه‌های فرهنگی مانند فیلم‌های مستند درباره شیوه کسب و کار زنان کارآفرین روستایی، تهیه و پخش برنامه گفت‌وگو با زنان کارآفرین روستایی در صداوسیما استانی و تقدیر از زنان کارآفرین موفق روستایی؛
 - برگزاری کلاس‌های توجیهی برای آشنایی همسران و سرپرستان خانوار با مزیت‌های حضور زنان در عرصه کارآفرینی؛
 - افزایش اعتماد به نفس زنان روستایی از طریق سپردن مسئولیت کارهای اجرایی و گروهی به زنان کارآفرین روستایی؛
- نهادی (دولتی - غیردولتی):
 - ایجاد سازوکارهای «فروش برخط محصولات زنان کارآفرین روستایی» و حمایت دولت و نهادهای محلی از مراکز و فروشگاه‌هایی که خدمات فروش برخط و توزیع سریع و ارزان را برای زنان کارآفرین روستایی فراهم می‌آورند؛
 - توسعه «نمایشگاه‌های دائمی عرضه محصولات زنان روستایی» در سطح استانی، محلی و ملی در راستای عرضه مستقیم محصولات و حذف دلالتان و واسطه‌ها؛
 - ایجاد «مراکز کارآفرینی» در سطح منطقه‌ای به منظور معرفی و سهولت دسترسی به کارآفرینان برتر و برقراری ارتباط میان آنها؛
 - «تشکیل تعاونی زنان کارآفرین روستایی» در راستای حذف دلالتان و واسطه‌ها؛
 - توجه ویژه دولت به نواحی روستایی از طریق بهبود فضای کسب و کار در روستاها و تسهیل روند اعطای مجوز به زنان کارآفرین روستایی؛

- ایجاد تشکلهای زنان کارآفرین روستایی در راستای حمایت مالی از آنها از طریق ارائه وامها و اعتبارات کم بهره با بازپرداخت بلندمدت و تسهیل در پرداخت وامهای خوداشتغالی؛
- **محیطی - جغرافیایی:**
- «توسعه بستر فناوری اطلاعات در روستاها» و ارائه تخفیفات ویژه در این خصوص به منظور استفاده از مزایای آن مانند خرید و فروش برخط، ایجاد بستر آموزش مجازی و شناساندن تواناییها و فرصتهای موجود در روستا به سرمایه گذاران داخل و خارج روستا؛
- ایجاد «صندوقهای بیمه ویژه زنان کارآفرین روستایی» و حمایت دولت از این صندوقها برای بیمه کردن محصولات زنان روستایی در مقابل حوادث غیرمترقبه و همچنین، خرید تضمینی محصولات؛
- جذب سرمایه گذاران خصوصی به مناطق روستایی از طریق تشویقها و تخفیفهای مالی و همچنین، ایجاد محیطی جذاب از طریق ارائه خدمات و امکانات زیرساختی (کالبدی، مالی و نهادی)؛
- **آموزشی - مدیریتی:**
- ایجاد «کانون زنان کارآفرین روستایی» در راستای برقراری ارتباط مؤثر بین زنان روستایی و کارآفرینان موفق به صورت حضوری و غیرحضوری برای تبادل تجارب و افزایش دانش و مهارتهای تخصصی؛
- فراهم سازی زمینه بهره گیری از شبکههای مجازی به منظور برخورداری زنان کارآفرین روستایی از مشاوران متخصص، مشاوره مؤسسات و انجمنهای تخصصی، تجاری و صنفی؛
- توانمندسازی زنان کارآفرین روستایی در حوزه مهارتی و حرفه ای از طریق برگزاری دورههای آموزشی به کمک مربیان مجرب یا کارآفرینان موفق و فراهم سازی زمینه مشارکت تسهیل گران و دانشگاهیان در مهارت آموزی فنی و حرفه ای؛
- **بازاریابی:**
- احداث بازارچهها و مراکز خرید کوچک محلی به منظور فراهم سازی زمینه فروش مستقیم و مناسب محصولات و کالاهای تولید شده؛
- خرید تضمینی محصولات و کالاهای تولیدی زنان کارآفرین روستایی، که می تواند مانع دخالت و

- سودجویی دلالتان و واسطه‌ها در بازار شود؛
- تأسیس مراکز آموزش حرفه‌ای تخصصی در حوزه‌های مختلف برای آشنایی و دانش‌افزایی حرفه‌ای زنان کارآفرین روستایی با مفاهیم بازاریابی؛
 - برقراری ارتباط مستمر با مراکز تحقیقاتی و دانشگاهی در راستای تولید محصولات متناسب با ذائقه‌های مشتریان در مناطق مختلف.

منابع

1. Aggarwal, A.K. (2018). Rural entrepreneurship development ecosystem—an emerging paradigm of rural socio-economic development. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3184127> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3184127>.
2. Altman, M. (2015). Cooperative organizations as an engine of equitable rural economic development. *Journal of Co-operative Organization and Management*, 3(1): 14-23.
3. Asha, K. (2018). A study on problems faced by rural entrepreneurs in India and remedies to solve it. Paper Presented at the National Conference on “Innovation, Entrepreneurship and Start-UPS for Economic Transformation-Trends, Opportunities and Challenges.
4. Basu, R. and Chatterjee, S. (2018). What barriers do women face in becoming high-tech entrepreneurs in rural India? *Technology Innovation Management Review*, 8(1): 33-36.
5. Bebbington, A., Dharmawan, L., Fahmi, E. and Guggenheim, S. (2006). Local capacity, village governance, and the political economy of rural development in Indonesia. *World Development*, 34(11): 1958-1976.
6. Bouzarjomehri, Kh. and Masoumi, M. (2018). Surveying the barriers and challenges faced by women in the marketing of dairy products (case study: Sarchehan district, Bavanat County). *Spatial Planning*, 8(3): 1-18. DOI: 10.22108/sppl.2018.111441.1237. (Persian)
7. Das, D.C. (2014). Prospects and challenges of rural entrepreneurship development in NER-A study. *International Journal of Humanities Social Science Studies*, 1(3): 178-182.
8. Ehsanifar, T., Shahmoradi, M., Moradian, P., Rostami Ghobadi, F. and Farahmand, K. (2018). Rural women's entrepreneurship development barriers (case study: women entrepreneurs of Lahijan County). *Entrepreneurship in Agriculture*, 5(1): 93-106. (Persian)

9. Figueroa-Armijos, M., Dabson, B. and Johnson, T.G. (2012). Rural entrepreneurship in a time of recession. *Entrepreneurship Research Journal*, 2(1): 3-3. DOI: 10.2202/2157-5665.1044.
10. Gaduh, A.B. (2010). Village capacity in maintaining infrastructure: evidence from rural Indonesia. Jakarta: World Bank Office.
11. Garg, S. and Agarwal, P. (2017). Problems and prospects of woman entrepreneurship—a review of literature. *IOSR Journal of Business Management*, 19(1): 55-60. Available at <http://www.iosrjournals.org/iosr-jbm/papers/Vol19-issue1/Version-6/H1901065560.pdf>
12. Ghadermarzi, H., Jamshidi, A., Jamini, D, and Nazari Sarmazeh, H. (2015). Identification of hampering factors affecting development of rural women's entrepreneurship: a case study of Shalil sub-district, Ardal County. *Regional Planning*, 5(17): 103-118. (Persian)
13. Ghouse, S., McElwee, G., Meaton, J. and Durrah, O. (2017). Barriers to rural women entrepreneurs in Oman. *International Journal of Entrepreneurial Behavior Research*, 23(6): 998-1016.
14. Halkias, D., Nwajiuba, C., Harkiolakis, N. and Caracatsanis, S.M. (2011). Challenges facing women entrepreneurs in Nigeria. *Management Research Review*, 34(2): 221-235.
15. Heidari Sareban, V. (2012). Prioritizing major barriers to rural women's entrepreneurship using AHP method: a case study of Ardabil province. *Women's Studies Sociological and Psychological*, 10(2): 159-177. DOI: 10.22051/jwsps.2012.1430. (Persian)
16. Jayadatta, S. (2017). Major challenges and problems of rural entrepreneurship in India. *Journal of Business and Management*, 19(9): 35-44.
17. Jones, S. and Warhuus, J.P. (2018). “This class is not for you”; An investigation of gendered subject construction in entrepreneurship course descriptions. *Journal of Small Business Enterprise Developmen*, 25(2): 182-200.
18. Kalemci Tuzun, I. and Araz Takay, B. (2017). Patterns of female entrepreneurial activities in Turkey. *Gender in Management: An International Journal*, 32(3): 166-182.
19. Katekhaye, D. (2018). Barriers and opportunities of rural entrepreneurship: Indian and Hungarian scenario. PhD Thesis, Godollo: Szent Istvan University.
20. Kaur, R. and Aulakh, G. (2017). Challenges encountered in promoting sustainable development. *International Journal of Sustainable Development*, 10(04): 11-18.

21. Khorrambakht, A.A. (2017). Determination of entrepreneurship development strategies in peri-urban villages: a case study of villages around Lar city of Iran. *Village and Development*, 20(3): 65-83. (Persian)
22. Kline, R B. (1998). Structural equation modeling. New York: Guilford.
23. Kungwansupaphan, C. and Leihaothabam, J. K.S. (2016). Capital factors and rural women entrepreneurship development: a perspective of Manipur state, India. *Gender in Management: An International Journal*, 31(3): 207-221.
24. Lekovic, B., Maric, S., Djurovic, S. and Berber, N. (2014). Perception of entrepreneurs regarding business environment in Montenegro: regional analysis. *European Scientific Journal, ESJ*, 10(7). Available at <https://doi.org/10.19044/esj.2013.v9n28p%p>.
25. Mazonde, N.B. and Carmichael, T. (2016). The influence of culture on female entrepreneurs in Zimbabwe. *The Southern African Journal of Entrepreneurship Small Business Management*, 8(1): 1-10.
26. Mohamad, M. and Bakar, M.S. (2017). Malay women entrepreneurial success: challenges and barriers. *International Journal of Accounting*, 2(5): 76-84.
27. Mtisi, S., Dube, A. and Dube, T. (2017). Assessing the challenges faced by rural agro-dealers in Matabeleland North Province, Zimbabwe. *African Journal of Business Management*, 11(9): 183-193.
28. Ngorora, G. and Mago, S. (2013). Challenges of rural entrepreneurship in South Africa: insights from Nkonkobe municipal area in the Eastern Cape Province. *International Journal of Information Technology Business Management*, 16(1): 1-11.
29. Panda, S. (2018). Constraints faced by women entrepreneurs in developing countries: review and ranking. *Gender in Management: An International Journal*, 33(4): 315-331. DOI: 10.1108/GM-01-2017-0003.
30. Qambarali, R. and Rostami, F. (2015). Identifying the problems of women entrepreneurs in Kermanshah province. *Entrepreneurship in Agriculture*, 2(1): 1-17. (Persian)
31. Raghuvanshi, J., Agrawal, R. and Ghosh, P. (2017). Analysis of barriers to women entrepreneurship: the DEMATEL approach. *The Journal of Entrepreneurship*, 26(2): 220-238.
32. Rai, M.K. (2018). Issues and challenges of women entrepreneurs in India. *International Journal of Academic Research and Development*, 3(1): 633-635.
33. Sá, E., Casais, B. and Silva, J. (2019). Local development through rural entrepreneurship, from the Triple Helix perspective: the case of a peripheral

- region in northern Portugal. *International Journal of Entrepreneurial Behavior Research*, 25(4): 698-716.
34. Sekatane, M.B. (2018). South African women entrepreneurs: challenges and coping strategies. In: *Challenges to African Entrepreneurship in the 21st Century* (pp. 97-115), Springer.
 35. Sharma, N. (2017). Role and importance of rural entrepreneurs in India. *Journal of HR, Organizational Behaviour Entrepreneurship Development*, 1(2): 25-29.
 36. Shyamala, J. (2016). Problems and challenges faced by rural women entrepreneurs in India. *Asia Pacific Journal of Research*, 2: 193-201.
 37. Sohrabi, A. (2015). Rural industry, a factor influencing the process of rural migration and development. Paper Presented at The 1st Annual Iranian Agriculture Research Conference [The First Annual Conference of Iranian Agricultural Research], Shiraz. (Persian)
 38. Sojasi Qidari, H. and Arabteimour, Y. (2018). Analyzing and measuring the entrepreneurial mentality among employees of agricultural sector in rural areas: a case study of sub-districts in Khaf County of Iran. *Village and Development*, 19(3): 25-53. (Persian)
 39. Sondari, M.C. (2014). Is entrepreneurship education really needed?: Examining the antecedent of entrepreneurial career intention. *Procedia - Social Behavioral Sciences*, 115: 44-53.
 40. Tur-Porcar, A., Mas-Tur, A. and Belso, J.A. (2017). Barriers to women entrepreneurship: different methods, different results? *Quality and Quantity*, 51(5): 2019-2034.
 41. Varestefar, A. and Vakilifard, M. (2016). Entrepreneurship of women: case study of Industrial Parks of Tehran and Semnan. *Scientific Journal of Management System*, 27(106): 45-59. (Persian)

