

تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه کسب‌وکارهای خانوادگی زنان در مناطق روستایی (مطالعه موردی: شهرستان فاروج)

سمانه کیومرثی بیرک علیا^۱، حمدالله سجاسی قیداری^{۲*} و خدیجه بوزرجمهری^۳
۱. کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، گروه جغرافیا، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران.
۲. دانشیار جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، گروه جغرافیا، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران.
۳. دانشیار جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، گروه جغرافیا، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران.

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۲/۲۴

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۱/۱۵

اطلاعات مقاله چکیده

زنان به عنوان نیمی از جامعه انسانی، می‌توانند منشأ تحولات بزرگی در زمینه‌های ایجاد کسب و کارها بوده و عامل تولید ثروت و ایجاد اشتغال باشند. کسب‌وکارهای خانوادگی به عنوان یکی از گونه‌های کارآفرینی محلی و در سطح خرد می‌باشد که زنان به‌ویژه در مناطق روستایی می‌توانند راه اندازی کنند؛ اما باید توجه داشت که راه اندازی کسب‌وکار در مقیاس محلی مانند روستاها، متأثر از عوامل متعددی می‌باشد که اجازه راه اندازی راحت کسب و کارها توسط زنان را نمی‌دهد. لذا هدف از انجام پژوهش حاضر بررسی عوامل مؤثر بر توسعه کسب‌وکارهای خانگی زنان روستایی می‌باشد. تحقیق حاضر به لحاظ روش، توصیفی-تحلیلی و از لحاظ هدف، کاربردی است. نحوه جمع‌آوری اطلاعات به صورت کتابخانه‌ای و میدانی (پرسشنامه) در قالب دو گروه زنان دارای کسب‌وکار و بدون کسب‌وکار انجام شده است. جامعه آماری تحقیق شامل زنان دارای کسب‌وکار روستایی و بدون کسب‌وکار می‌باشد. حجم نمونه به صورت هدفمند و تمام شماری ۱۸۶ زن در دو گروه انتخاب گردید. یافته‌های به دست آمده نشان می‌دهد که بر اساس نتایج آزمون T، در گروه زنان دارای کسب و کار شاخص‌های حمایت مالی خانواده، تجربه کاری، شاخص صدور آسان مجوز مشاغل و در دسترس بودن انشعابات آب، برق و گاز در توسعه کسب و کارها تأثیرگذار می‌باشد؛ اما از دیدگاه زنان بدون کسب و کار، شاخص‌هایی مانند نزدیکی به راه‌های ارتباطی و نبود بروکراسی در توسعه کسب‌وکارهای زنان می‌تواند تأثیرگذار باشد.

کلیدواژه‌ها: توسعه کارآفرینی، کارآفرینی زنان، کسب و کار خانگی، زنان روستایی، شهرستان فاروج.

دوره ۴، شماره ۱۱، بهار ۱۴۰۲

صفحه ۲۶-۵۵

DOR: 20.1001.1.27173747.1402.4.11.3.5

مقدمه

یکی از موضوعات اساسی در برنامه‌ریزی‌های خرد و کلان اقتصاد کشورها توجه به نیروی انسانی است. از آنجایی که نیمی از جمعیت جهان را زنان تشکیل می‌دهند، لذا توجه به استعداد و نقش زنان در توسعه کشورها ضرورت دارد؛ زیرا زنان امروزه با توجه به پیشرفت‌های آموزشی و مهارتی و فراگیری فناوری‌ها، بسیار بیشتر در فعالیتهای اقتصادی خانواده و کشورها نقش آوری می‌کنند و حتی به صورت مستقل کسب‌وکارهای جدیدی را راه اندازی و مدیریت می‌کنند. از طرف دیگر در جهان پیچیده و متحول امروز، تحولات اساسی وقوع یافته در دو دهه اخیر، در قالب انقلاب کارآفرینی، تأثیر عمده‌ای در میزان توسعه کشورها داشته است تا آنجا که در حال حاضر توسعه کارآفرینی، هسته برنامه توسعه بسیاری از کشورها است. در ایران نیز، توسعه و ترویج کارآفرینی، به‌ویژه در مناطق روستایی، به منزله مناطقی با سطح بالایی از ظرفیتهای انسانی، مادی و طبیعی یکی از نیازهای جدی جامعه است (حیدری مکرر و محبی، ۱۳۹۱).

با توجه به اینکه ایجاد اشتغال در جامعه روستایی به یک مشکل حاد بدل شده، مشاغل کوچک روستایی با تأکید بر مشاغل خانگی می‌تواند زمینه ایجاد اشتغال و ماندگاری در جامعه روستایی را در فعالیتهای کشاورزی و غیر کشاورزی فراهم ساخته و نوعی امید و شادابی را به جامعه هدف ارزانی دارند؛ این مساله با استقبال متخصصان توسعه روستایی نیز روبه رو شده است، به‌گونه‌ای که برخی متخصصان، توسعه کسب‌وکارهای کوچک و خانگی در محیط روستایی را مهم‌ترین راهکار توسعه روستایی در کشورهای جهان سوم در نظر می‌گیرند (Gibosen & Olivia, 2006). فرصتهای کسب و کار خانگی باعث خوداشتغالی در راستای رفع کاستی‌ها و تأمین نیازهای محلی یک اقتصاد گردیده و راه را برای توسعه پایدار اقتصادی در جوامع روستایی هموار می‌نماید (Horgan, 2001). همچنین باید گفت که امروزه با توجه به افزایش سریع و گسترده جمعیت از جمله جمعیت روستایی ایران از یک سو و ناتوانی بخش کشاورزی در اشتغال‌زایی کافی برای نیروی کار حجیم و در حال افزایش روستایی از سوی دیگر، توسعه اشتغال غیر کشاورزی به‌ویژه برای گروه‌های کم یا فاقد زمین که برای تأمین نیازهای زندگی درآمد کافی ندارند، از اهمیت زیادی برخوردار است و در همین راستا و به‌منظور فراهم‌سازی فضایی برای ایفای نقش مؤثر زنان در فعالیتهای اقتصادی و اجتماعی و توسعه فرصتهای شغلی در جامعه و به‌تبع آن دستیابی به سطح بالاتری از بهره‌وری نیروی انسانی، طرح توسعه مشاغل خانگی به عنوان یکی از راهکارهای موفق تجربه‌شده در کشورهای مختلف جهان در سال‌های اخیر مورد توجه دولت‌ها قرار گرفته است (واحدی و ناصری، ۱۳۹۴). در این راستا، زنان روستایی نخستین گروهی هستند که از کسب‌وکارهای کوچک استقبال کرده‌اند و از دیدگاه صاحب‌نظران توسعه روستایی، سامان‌دهی کسب‌وکارهای کوچک و زودبازده راهبردی برای توانمندسازی روستاییان است. کارآفرینی از طریق کسب‌وکارهای کوچک منجر به رشد و توسعه اقتصادی می‌شود و توجه به کسب‌وکارهای خانگی از طریق کاهش بیکاری و افزایش تولید ملی به توسعه اقتصادی کمک می‌کند، از طرفی به دلیل نقش زنان در اقتصاد خانواده و همچنین تناسب کسب‌وکارهای خانگی با فعالیت‌ها و وظایف سنتی زنان، ترویج و توسعه کارآفرینی در حوزه کسب‌وکارهای خانگی نقش مهم و ارزنده‌ای در توسعه اقتصاد ملی خواهد داشت (حجازی و همکاران، ۱۳۸۹)؛ زنان روستایی دارای روحیه مخاطره‌پذیری، میل به استقلال‌طلبی، اعتمادبه‌نفس بالا، خلاقیت و ایده‌سازی، خودمحموری، پیش قدم بودن، فرصت‌گرایی، اهل کار و عمل بودن، ظرفیت بالا، واقع‌بینی و... می‌باشند (Hrivnak & Shrman, 2010). در این راستا می‌توان بر اساس پارادایم توسعه پایدار، عوامل مؤثر بر توسعه کسب‌وکارهای خانگی زنان روستایی را عوامل اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، زیرساختی، قانونی و سیاسی برشمرد. مطالعه عوامل مؤثر بر کسب‌وکارهای زنان روستایی به شناسایی محدودیت‌های موجود، اصلاح مسیر آتی و درنهایت افزایش کارایی فردی و اجتماعی آنان کمک می‌کند (جوهری و همکاران، ۱۳۸۳). همچنین، شناسایی و واکاوی عوامل مؤثر بر توسعه کسب‌وکارهای خانوادگی زنان روستایی، زمینه شناخت لازم و کافی را پیش روی سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان قرار داده تا با اتخاذ تصمیمات مبتنی بر واقعیت، با کمبودها و کاستی‌ها مقابله نموده و زمینه‌های توسعه کارآفرینی زنان روستایی و درنهایت توسعه پایدار نواحی روستایی را مهیا نمایند (افتخاری و سجاسی قیداری، ۱۳۸۹). بر این اساس بسیاری از نقاط روستایی ایران مانند

روستاهای شهرستان فاروج، به جهت برخورداری از ظرفیت‌های محیطی و انسانی بالا بستر مناسبی را برای راه اندازی کسب و کارهای جدید به‌ویژه کسب‌وکارهای خانوادگی توسط زنان را دارد؛ زیرا در حال حاضر روستاهای دهستان‌های شهرستان فاروج، زانی توانسته‌اند با وجود موانع مختلف اقتصادی، اجتماعی، قانونی و محیطی مختلف، اقدام به راه اندازی کسب‌وکارهای در محیط‌های روستایی کنند. این فعالیت‌ها هم در اقتصاد خانوار و هم در اقتصاد محلی روستاها و ایجاد اشتغال‌زایی کوچک‌مقیاس بسیار تأثیرگذار می‌باشد؛ بنابراین با توجه به اهمیت توسعه کسب‌وکارهای خانگی زنان و نقش آن در توسعه پایدار روستایی، ضروری است تا به مطالعه و بررسی تحلیل عوامل مؤثر توسعه کسب‌وکار خانگی زنان روستایی محدوده مورد مطالعه پرداخته شود. در این راستا این مطالعه در پی پاسخگویی به این سؤال می‌باشد که عوامل مؤثر (اقتصادی، اجتماعی، زیرساختی و سیاسی) در توسعه کسب‌وکارهای خانوادگی زنان روستایی از دیدگاه دو گروه زنان دارای کسب و کار و زنان بدون کسب و کار کدام است؟

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

توسعه روستایی یک ضرورت بنیادی برای توسعه ملی است و می‌بایست در اولویت برنامه‌های توسعه‌ای قرار گیرد و اگر قرار است در کشورهای جهان سوم نیز انجام گیرد و خود پایدار باشد، به‌طور اعم از مناطق روستایی و به‌طور اخص از بخش کشاورزی آغاز شود (بدری، طاهر خانی، ۱۳۸۷)؛ بنابراین یکی از راهکارهای توسعه پایدار روستایی، توسعه کارآفرینی در میان روستائیان به‌ویژه زنان روستایی است (نجفی کانی و همکاران، ۱۳۹۴) و به عنوان یکی از شیوه‌های دستیابی به پایداری می‌باشد. زنان روستایی نامریی‌ترین مشارکت‌کنندگان در فرآیند اقتصادی جامعه و خانواده هستند؛ زیرا نیمی از جامعه را تشکیل می‌دهند، بنابراین عدم توجه به توانایی این بخش جامعه نتایج زیانباری را به دنبال خواهد داشت (نوری زمان‌آبادی و علی محمدی، ۱۳۸۸). زنان روستایی در واقع مدیران اقتصاد خانوار بوده، بسیاری از فعالیت‌های مرتبط با آماده‌سازی، نگهداری و فرایند مواد غذایی را بر عهده‌دارند و در امور مربوط به نگهداری از دام‌ها، تهیه مواد غذایی، جمع‌آوری سوخت و مدیریت اقتصاد خانوار نیز نقش عمده‌ای ایفا می‌کنند، در واقع زنان روستایی با ایجاد کارآفرینی در مناطق روستایی، سهم عمده‌ای از درآمد خانوارهای روستایی را به دست می‌آورند (عمادی، ۱۳۸۰).

کارآفرینی، به جای کلمه Entrepreneurship به کار می‌رود که در اصل از کلمه فرانسوی ENTREPRENDEUR به معنای متعهد شدن نشأت گرفته است. بعضی از دانشمندان نظیر شومپتر، کارآفرین را مهم‌ترین عامل توسعه اقتصادی دانسته‌اند، وی معتقد است کارآفرین یک مدیر صاحب‌فکر و ابتکار است که همراه با خلاقیت، ریسک‌پذیری، هوش، اندیشه و وسعت دید، فرصت‌های طلایی می‌آفریند (افتخاری و سجاسی قیداری، ۱۳۸۹). بر این اساس کارآفرینی روستایی از مهم‌ترین مباحث مطرح در حوزه کارآفرینی در چند سال اخیر می‌باشد (Andrew, 2016). توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی را می‌توان به عنوان سیاستی مبتنی بر باز ساخت جغرافیایی در مناطق روستایی فرض کرد که می‌تواند به‌نوعی تقسیم جدید فضایی نیروی کار، انرژی و منابع رهنمون شود و درنهایت، منجر به تغییر در کیفیت زندگی مردم روستایی بر اساس نظریه توسعه پایدار گردد که در آن ابعاد مختلف توسعه کارآفرینی و دیدگاه‌های موجود، به عنوان قمرها و اجزای اصلی نمود می‌یابند و درنهایت رویکردی ترکیبی را در توسعه کارآفرینی مناطق روستایی ایجاد می‌کنند (فرجی سبکبار و همکاران، ۱۳۹۰). هرکدام از محققان و ارگان‌ها و نهادها نگرشی متفاوت نسبت به توسعه کارآفرینی در روستا دارند؛ اما درمجموع سیاست‌گذاران آن را به عنوان یک راهبرد اساسی و کلیدی برای جلوگیری از کاهش جمعیت روستایی، کشاورزان آن را به‌مثابه وسیله‌ای برای افزایش درآمد خود، زنان آن را فرصتی برای اشتغال نزدیک به خانه‌های خود که همان کسب و کار خانگی اطلاق می‌شود و یافتن استقلال می‌دانند (Hiedanpaa & Salo, 2017). کارآفرینی در انواع مختلف فردی، خانوادگی، گروهی و سازمانی شکل می‌گیرد و می‌تواند مقیاس آن کوچک مانند یک کسب و کار در روستا، متوسط مانند یک کسب و کار گروهی و یا سازمانی باشد؛ اما امروزه دولت‌ها بیشتر به دلیل چابک بودن، کم‌هزینه بودن، امکان به نتیجه رسیدن زودتر و ... تأکید بر کارآفرینی در مقیاس‌های کوچک مانند فردی و خانوادگی دارند.

کسب‌وکارهای خانگی

به هر نوع فعالیت اقتصادی در محل سکونت شخصی که با استفاده از امکانات و وسایل منزل راه اندازی شود کسب و کار خانگی می‌گویند (لاریجانی و شعبانی نژاد، ۱۳۸۹). امروزه کسب‌وکارهای خانگی از بخش‌های حیاتی و ضروری فعالیت‌های اقتصادی کشورهای پیشرفته محسوب می‌شوند. برای جوانان، کسب‌وکارهای خانگی نقطه شروع مناسبی برای راه اندازی کسب‌وکار شخصی است، زیرا راه اندازی آن در مقایسه با دیگر انواع کسب‌وکار ساده و آسان است. به عنوان نمونه می‌توان با یک رایانه و یک خط تلفن، یک کسب‌وکار ساده را راه انداخت و کارهای خدماتی مختلفی را برای مردم عرضه و از این راه برای خود درآمد کسب کرد (نجفی و همکاران، ۱۳۹۳). مشاغل کوچک روستایی با تأکید بر مشاغل خانگی توانسته‌اند زمینه ایجاد اشتغال و ماندگاری در جامعه روستایی را در فعالیت‌های کشاورزی و غیر کشاورزی فراهم ساخته‌اند (نجفی و همکاران، ۱۳۹۳ به نقل از جیبوسن و الویا، ۲۰۱۶). ایجاد و راه اندازی کسب‌وکارهای خانوادگی و گروهی در روستاها به دلیل وجود پیوندهای قوی اجتماعی و روحیه بالای مشارکت و تعاون در روستاها بالاتر از شهرها است و روحیه کار و تلاش و مسئولیت‌پذیری و التزام و تعهد به پیشرفت در میان جمعیت روستایی بیشتر از شهرنشینان وجود دارد (طاهر خانی، ۱۳۸۱). کسب‌وکارهای خانگی نه تنها باعث افزایش تولید ملی و اشتغال‌زایی می‌شود، بلکه به استقلال اقتصادی و توسعه توانایی‌های اجتماعی و شخصی در میان زنان روستایی کمک می‌کند (Sathibama, 2010). با توجه نقش مهم مشاغل خانگی در فرایند اشتغال، رشد اقتصادی در سطوح مختلف و بهبود فضای کسب‌وکار در کشورهای مختلف دنیا، در ایران دلایل عمده و قویتری برای توسعه کسب‌وکار خانگی به شرح زیر وجود دارد که باید در کانون سیاست‌های دولت قرار گیرد (جدول ۱).

جدول ۱. دلایل و مزیت‌های توسعه کسب و خانگی

دلایل و ضرورت توسعه کسب و کار خانگی در ایران	عمده‌ترین مزیت‌های نسبی کسب و کار خانگی
نرخ بالای بیکاری جوانان (۲۸ درصد در ابتدای برنامه چهارم)	صرفه‌جویی ناشی از حذف هزینه خرید یا اجاره محل کار
نرخ بالای بیکاری زنان (۱۹/۸ درصدی در سال ابتدای برنامه چهارم)	صرفه‌جویی ناشی از حذف هزینه‌های اضافی انرژی و نیروی کار
ضرورت جلوگیری از به هدر رفتن سرمایه انسانی و استعدادهای خانم‌ها	انعطاف‌پذیری و شناور بودن زمان کار
علاقه ویژه خانم‌ها برای بروز خلاقیت‌های خود در عرصه خدمت به جامعه از طریق انجام کسب‌وکارهای اقتصادی	کاهش چشمگیر قیمت تمام‌شده محصول خانگی
علاقه‌مندی زنان به کسب استقلال مالی و اقتصادی	تبدیل شاغلین مزدبگیر به خویش کارفرمایان جدید
	بهره‌وری بالای نیروی کار و سرمایه در کسب‌وکارهای خانگی

Source: www.karafariny.com

در ارتباط با پیوند کسب‌وکارهای خانگی و کارآفرینی باید گفت که: ۱- این نوع کسب و کارها فرصت مناسبی برای اجرای یک ایده کارآفرینانه با خطر و هزینه‌های بسیار پایین فراهم می‌کند، به طوری که مطالعات نشان داده بیش از ۷۰ درصد کارآفرینان موفق در ابتدا کار خود را از خانه شروع کرده‌اند (خنیفر و همکاران، ۱۳۸۹).

زنان روستایی و کارآفرینی

امروزه یکی از مسیرهای مشارکت زنان برای پیشبرد اهداف توسعه اقتصادی از طریق کارآفرینی است (Graudia and Volkova, 2013)؛ زیرا کارآفرینی می‌تواند فرصت‌های جدید اقتصادی برای زنان ایجاد کند و به افزایش درآمد و رهایی آن‌ها از فقر کمک کند؛ از سوی دیگر، کارآفرینی به عنوان شغلی با انعطاف‌پذیری بالقوه در ساعات کار موجب می‌گردد تا زنان بتوانند تعادلی بین کار و تعهدات (وظایف) خانوادگی‌شان ایجاد کنند، در نتیجه کارآفرینی زنان، از تعهدات آن‌ها نسبت به خانواده نمی‌کاهد (Daynard, 2015). یکی از محیط‌های دارای قابلیت مناسب برای توسعه کارآفرینی، محیط‌های روستایی است، چراکه روستا قابلیت زیادی در ایجاد انواع کسب‌وکار در بخش‌های سه‌گانه اقتصاد (کشاورزی، صنعت و خدمات) دارد (قادرمرزی و همکاران، ۱۳۹۴). مشکلات کمبود درآمد روستاییان (ضعف اقتصادی) و به دنبال آن عواقب

و پیامدهای اجتماعی، فرهنگی و سیاسی ناشی از آن را نمی‌توان تنها با انتقال دانش فنی و فناوری‌ها و نیز انتقال سرمایه‌های مادی به مناطق روستایی حل شده پنداشت، بلکه عنصر مهم‌تری که بایستی مورد توجه سیاست‌گذاران و کارشناسان روستایی قرار گیرد، تأکید بر توسعه کسب‌وکارهای کوچک روستایی و فراهم ساختن بسترهای ضروری برای رشد و توسعه آن‌هاست (فتوتی و همکاران، ۱۳۹۰). همچنین در بین اقشار مختلف روستایی، زنان به خاطر شرایط اجتماعی و فرهنگی و اقتصادی، بخشی از نیروی‌های مؤثر کار و تولید و فعالیت‌های اقتصادی دخیل در اقتصاد خانوار هستند و فراگیری کارآفرینی بین زنان روستایی نیازمند برنامه‌ریزی‌های دقیق‌تری برای شناسایی عوامل کلیدی تأثیرگذار در توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه است (سجاسی قیداری و همکاران، ۱۳۹۶).

عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان و ایجاد کسب و کار

کارآفرینی را می‌توان فرآیندی پویا نامید که شامل آرمان، تحول و خلاقیت می‌شود، این فرآیند به کاربرد نیرو و انگیزه افراد جهت خلق و اجرای ایده‌های نو و راه‌حل‌های کاربردی نیاز دارد (حیدری مکرر و سارانی، ۱۳۹۴). موفقیت زنان کارآفرین در جوامع روستایی نه تنها سبب سود اقتصادی می‌شود بلکه منافع اجتماعی و فرهنگی ایجاد می‌نماید (simmor, 2012). عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی زنان را می‌توان در چهار دسته کلی: عوامل فردی، شبکه‌ای، سازمانی و محیطی بررسی کرد. از عوامل فردی می‌توان ویژگی‌های شخصیتی، سرمایه انسانی، انگیزه‌ها و اهداف را نام برد. درباره عوامل شبکه‌ای باید گفت شبکه ارتباطی زنان کارآفرین از دو بخش شبکه اولیه و ثانویه تشکیل شده است. عوامل محیطی شرایط مساعدی برای ایجاد و رشد فضای کارآفرینی پدید می‌آورد (گلرد، ۱۳۸۴). با افزایش لزوم توجه به این بعد از توسعه و عوامل مؤثر آن در فرآیند توسعه اهمیت بالایی یافت. کارآفرینی در محیط‌های روستایی نیز نمی‌تواند از این امر مستثنی باشد، زیرا جوامع روستایی به دلیل ماهیت وجودی و کارکردی و ساختاری خود ارتباط تنگاتنگی با محیط پیرامون دارند (حیدری مکرر و محبی، ۱۳۹۱). عوامل محیطی در ۶ دسته به این صورت بررسی می‌شود: عوامل اقتصادی شامل بیکاری و نوع فعالیت‌های زنان است. عوامل اجتماعی در سه بخش الگوی نقش، واقعه مهم در زندگی و تضاد نقش به تفکیک می‌باشد. عوامل فرهنگی در دو بخش رسمی و غیررسمی مورد تأکید قرار می‌گیرند. فرهنگ رسمی، هنجارها و قواعدی هستند که از طرف دولت و مراجع رسمی تعیین می‌شوند که همان قوانین و مقررات، نظام آموزشی جامعه و مذهب است. فرهنگ غیررسمی، قواعدی است که مردم برای روابط اجتماعی خود تنظیم کرده‌اند و به‌طور خودجوش به وجود آمده است که شامل مراسم سنتی، عرف، عادات و رسوم و... می‌شود (ملک پور، ۱۳۸۱). عوامل بین‌المللی شامل عضویت در سازمان بین‌المللی کار و عضویت در کنوانسیون رفع تبعیض زنان است. عوامل سیاسی شامل سیاست‌های دولت و قوانین است. عوامل تکنولوژیکی به‌کارگیری تکنولوژی اطلاعات و استفاده از تجارب الکترونیک و متغیرهای توصیف‌کننده عوامل تکنولوژیکی است (گلرد، ۱۳۸۴)؛ اما در مجموع با توجه به تحقیقات پیشین، ابعاد توسعه پایدار و رویکرد یکپارچه‌نگری در راه اندازی کسب‌وکارهای کارآفرینانه، عوامل تأثیرگذار در راه اندازی و توسعه کسب‌وکارهای زنان روستایی را می‌تواند در چهار محور کلیدی عوامل اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی، زیرساختی- محیطی و سیاسی و قانونی مورد بررسی قرار داد. در رابطه با تحلیل عوامل مؤثر توسعه کسب‌وکارهای خانوادگی زنان روستایی مطالعاتی در ایران و دیگر کشورها صورت گرفته است که هر کدام از پژوهشگران به جنبه خاصی از مشکلات راه اندازی و ایجاد و توسعه کسب و کار توسط زنان از جمله اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی تأکید کرده‌اند (جدول ۲).

جدول ۲. پیشینه‌ی تحقیق

مؤلف/سال	عنوان	نتایج
سواری و همکاران (۱۳۹۲)	بررسی موانع اشتغال زنان روستایی در بخش صنایع دستی در شهرستان دیواندره	بر اساس نتایج، مهم‌ترین موانع گسترش صنایع دستی از دیدگاه زنان روستایی این شهرستان عدم توجه و حمایت‌های دولتی است؛ و تحلیل عاملی موانع توسعه‌ی صنایع دستی به استخراج پنج مانع اقتصادی؛ زیرساختی؛ اجتماعی- فرهنگی؛ کمبود آموزش و روان‌شناختی منجر شده است.

تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه ... / کیومرثی بیرک‌علیا و همکاران

تجزیه و تحلیل داده‌ها نشان داد که ارتباط بین متغیرهایی نظیر اهداف، انگیزه‌ها، داشتن مهارت برنامه‌ریزی، مهارت مختلف کسب و کار و درنهایت برخورداری زنان از برخی نقاط قوت در کسب و کار با عملکرد کسب و کار آن‌ها معنادار است و این متغیرها می‌توانند عملکرد کسب و کارهای کارآفرینانه زنان روستایی را تبیین کنند.	سنجش عوامل مؤثر بر عملکرد کسب و کارهای زنان کارآفرین	حسینی نیا و همکاران (۱۳۹۳)
بر مبنای نتایج تحلیل عاملی، مهم‌ترین تأثیرات اقتصادی مشاغل خانگی بر زندگی زنان روستایی را می‌توان در چهار دسته کلی شامل بهبود وضعیت اقتصادی خانواده، افزایش آگاهی اقتصادی، افزایش استقلال مالی و ارتقا قدرت ریسک‌پذیری و نوآوری تقسیم‌بندی نمود.	اثرات اقتصادی و اجتماعی مشاغل خانگی زنان روستایی	یعقوبی فرانی و جلیلیان (۱۳۹۴)
بر اساس نتایج حاصل از تحلیل داده‌ها، از میان عوامل تأثیرگذار، دو متغیر عوامل محیطی و وضعیت درآمدی خانوار، تأثیر معنی‌دار و مثبتی بر سطح فعالیت‌های اقتصادی زنان داشته‌اند و این تأثیر در رابطه با دیگر متغیرهای مستقل مربوط به عوامل فرهنگی، عوامل نهادی و عوامل فردی فاقد معنی‌داری آماری بوده است.	تحلیلی بر نقش‌پذیری زنان روستایی در فعالیت‌های اقتصادی و عوامل مؤثر بر آن	امینی و طاهری (۱۳۹۵)
مهم‌ترین عوامل مؤثر بر تنوع‌بخشی به فعالیت‌های تولیدی عبارت‌اند از: عوامل اقتصادی، آموزشی، مدیریتی، انگیزشی و جامعه‌شناختی و مهم‌ترین موانع تنوع‌بخشی به فعالیت‌های غیر کشاورزی عبارت‌اند از: موانع اقتصادی، آموزشی، ساختاری و مدیریتی می‌باشد.	تحلیل عوامل مؤثر و موانع توسعه فعالیت‌های غیر کشاورزی با تأکید بر مشاغل خانگی	میرک زاده و همکاران (۱۳۹۶)
یافته‌ها نشان داد که بین کارکردهای آزادی و استقلال عمل بیشتر کسب و کارهای خانگی، پایین بودن هزینه راه اندازی کسب و کارهای خانگی، تناسب با اقشار مختلف کسب و کارهای خانگی، عدم نیاز به مجوز کسب و کارهای خانگی و کاهش فقر خانوارهای روستایی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.	نقش کسب و کارهای کوچک خانگی در کاهش فقر خانوارهای روستایی	امیدی و چهارسوقی امین (۱۳۹۷)
در مناطق روستایی طیف گسترده‌ای از زنان با توانمندی‌های مختلف وجود دارند که شناسایی و نوین برنامه‌های ویژه برای آن‌ها می‌تواند تأثیرات بسزایی در وضعیت اقتصادی و اشتغال آنان در مناطق روستایی داشته باشد.	چارچوبی برای توسعه کسب و کارهای خانگی در مناطق روستایی	مارکلی ۲۰۰۶ ^۱
نقش دوگانه زنان، تعصب در برابر زنان، فقدان آزادی اقتصادی، قرار نگرفتن در معرض دید، فقدان اعتماد به نفس، امنیت اجتماعی و ترس از انجام سفرهای مربوط از موانع اجتماعی و فقدان دانش مالی، نداشتن وثیقه برای گرفتن وام، کمبود سرمایه ثابت و جاری، پیچیده و وقت‌گیر بودن فرایند گرفتن وام و ترس از واسطه‌ها از موانع مالی بوده است.	بررسی موانع مالی و اجتماعی زنان روستایی کارآفرین در منطقه جالنا	آهیرا و سادوارت ^۲ ، ۲۰۱۰
مشارکت زنان در خانه، کسب و کار سنتی می‌تواند در ایجاد فرصت‌ها و افزایش توانایی آن‌ها برای بالا بردن موقعیت آن‌ها باشد.	توانمندسازی زنان از طریق توسعه کارآفرینی کوچک در روستاهای بنگلادش	بیلکیش و همکاران ^۳ ، ۲۰۱۰
نتایج نشان داده است که برنامه‌های کوچک تأثیر بیشتری بر هر دو جنبه اقتصادی و اجتماعی زنان روستایی داشته است.	توانمندسازی زنان در ادیسه‌های روستایی از طریق شرکت‌های کوچک	موهانتی ^۴ ، ۲۰۱۳
نتایج نشان می‌دهد که تفاوت عوامل محیطی، شخصیتی و انگیزشی در زنان کارآفرین و غیر کارآفرین قابل توجه است.	عوامل محیطی، شخصیتی و انگیزشی: مطالعه‌ای مقایسه‌ای بین زنان کارآفرین و زنان غیر کارآفرین در مالزی	کاویتهارامان و همکاران ^۵ ، ۲۰۱۳

1. Markely
2. Ahirrao & Sadavarte
3. Bilkish
4. Mohanty
5. Kavitha Raman

نتایج نشان می‌دهد که ۱۱ عامل مرتبط با توسعه کارآفرینی زنان در بنگلادش وجود دارد. عوامل عبارت‌اند از: مذاکره و مهارت‌های چانه‌زنی، مدیریت فروش، خودآگاهی، مشارکت در درازمدت در کسب و کار و آموزش در زمینه کسب و کار به‌طور قابل توجهی مرتبط با توسعه کل کارآفرینی زنان در بنگلادش است.	عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان در بنگلادش	ریزوی احمد ^۱ ، ۲۰۱۴
نتایج نشان می‌دهد که مدیریت سرمایه‌گذاری به عنوان مهم‌ترین مسئله برای زنان کارآفرین در کشور ترکیه علیرغم وجود مکانیزم‌های حمایتی مختلف می‌باشد.	بررسی نگاه جنسیتی بر کارآفرینی زنان بر کشور ترکیه	مادن ^۲ ، ۲۰۱۵

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۱.

چنانچه از بررسی نتیجه تحقیقات مشخص می‌باشد، تمرکز عمده تحقیقات انجام گرفته در ارتباط با موضوع بر دو نکته است: اول اینکه اکثر آن‌ها به بررسی موانع و چالش‌ها و کاستی‌های پیش روی کسب‌وکار زنان روستایی پرداخته‌اند و دیگر اینکه توجه خاصی به اثرات و نتایج کسب‌وکارهای زنان روستایی پرداخته‌اند. لذا از دیدگاه ابعاد پایداری به بررسی عوامل مؤثر بر ایجاد کسب‌وکارهای زنان روستایی توجه نشده است.

روش پژوهش

تحقیق حاضر به لحاظ روش، توصیفی-تحلیلی و به لحاظ هدف، کاربردی است. همچنین نحوه جمع‌آوری اطلاعات به دو روش کتابخانه‌ای و میدانی انجام شد. در شیوه کتابخانه‌ای، بر اساس پیشینه و مبانی نظری تحقیق، اقدام به استخراج شاخص‌ها بر اساس سؤالات پژوهش گردید و بر اساس شاخص‌های تحقیق اقدام به تهیه پرسشنامه محقق ساخته گردید (جدول ۳).

جدول ۳. متغیرهای تحقیق

منابع	شاخص‌ها	سؤالات تحقیق
حمایت مالی خانواده، دسترسی به سرمایه اولیه، حمایت سرمایه‌گذاران اقتصادی، وجود بازار فروش محصولات، حمایت مالی دولت، حمایت بیمه‌ای از ابزار و امکانات و وسایل تهیه شده، میزان نرخ بهره بانکی، قیمت محصولات تولید شده، دسترسی به وثیقه و ضامن برای استفاده از اعتبارات دولتی، قیمت مواد اولیه، دسترسی به منابع مالی، و وضعیت مالی خانواده، دسترسی به بازار محلی برای فروش محصولات، همکاری بانک‌های عامل در تأمین منابع مالی موردنیاز، درآمد سرپرست خانوار، دسترسی راحت به مواد اولیه و تجهیزات ارزان، و.	حمایت مالی خانواده، دسترسی به سرمایه اولیه، حمایت سرمایه‌گذاران اقتصادی، وجود بازار فروش محصولات، حمایت مالی دولت، حمایت بیمه‌ای از ابزار و امکانات و وسایل تهیه شده، میزان نرخ بهره بانکی، قیمت محصولات تولید شده، دسترسی به وثیقه و ضامن برای استفاده از اعتبارات دولتی، قیمت مواد اولیه، دسترسی به منابع مالی، و وضعیت مالی خانواده، دسترسی به بازار محلی برای فروش محصولات، همکاری بانک‌های عامل در تأمین منابع مالی موردنیاز، درآمد سرپرست خانوار، دسترسی راحت به مواد اولیه و تجهیزات ارزان، و.	عوامل اقتصادی مؤثر در توسعه کسب‌وکارهای خانوادگی زنان روستایی
میزان فرهنگ کار و تلاش در خانواده، میزان مشارکت اعضای خانوار، میزان تشویق از طرف خانواده، معرفی و دیدار با الگوها و افراد موفق، استفاده از تجارب افراد مجرب و کارآموده، وجود الگوهای موفق در منطقه، داشتن اوقات فراغت، انگیزه کسب استقلال، روحیه ریسک‌پذیری، انگیز و نیاز به پیشرفت، تجربه کاری، نوآوری و خلاقیت، روحیه ارتباط و تعامل با سایر افراد، بیمه اجتماعی مشاغل زنان، وجود دوره‌های آموزشی و مهارت شغلی برای زنان، پذیرش کار زنان از سوی فرهنگ روستا، نگرش نسبت به کار زنان در روستا، سنت‌های موجود در روستا، حمایت افراد خانواده و...	میزان فرهنگ کار و تلاش در خانواده، میزان مشارکت اعضای خانوار، میزان تشویق از طرف خانواده، معرفی و دیدار با الگوها و افراد موفق، استفاده از تجارب افراد مجرب و کارآموده، وجود الگوهای موفق در منطقه، داشتن اوقات فراغت، انگیزه کسب استقلال، روحیه ریسک‌پذیری، انگیز و نیاز به پیشرفت، تجربه کاری، نوآوری و خلاقیت، روحیه ارتباط و تعامل با سایر افراد، بیمه اجتماعی مشاغل زنان، وجود دوره‌های آموزشی و مهارت شغلی برای زنان، پذیرش کار زنان از سوی فرهنگ روستا، نگرش نسبت به کار زنان در روستا، سنت‌های موجود در روستا، حمایت افراد خانواده و...	عوامل اجتماعی و فرهنگی مؤثر در توسعه کسب‌وکارهای خانوادگی زنان روستایی
شرایط اقلیمی منطقه جهت فعالیت اقتصادی، موقعیت جغرافیایی محل فعالیت، کیفیت راه دسترسی به بازارها، در دسترس بودن انشعابات آب، برق و گاز، ضعف دسترسی به فناوری‌ها و اطلاعات جدید، دسترسی به وسایل ارتباطی (تلفن)	شرایط اقلیمی منطقه جهت فعالیت اقتصادی، موقعیت جغرافیایی محل فعالیت، کیفیت راه دسترسی به بازارها، در دسترس بودن انشعابات آب، برق و گاز، ضعف دسترسی به فناوری‌ها و اطلاعات جدید، دسترسی به وسایل ارتباطی (تلفن)	عوامل زیرساختی - محیطی مؤثر در توسعه کسب‌وکارهای

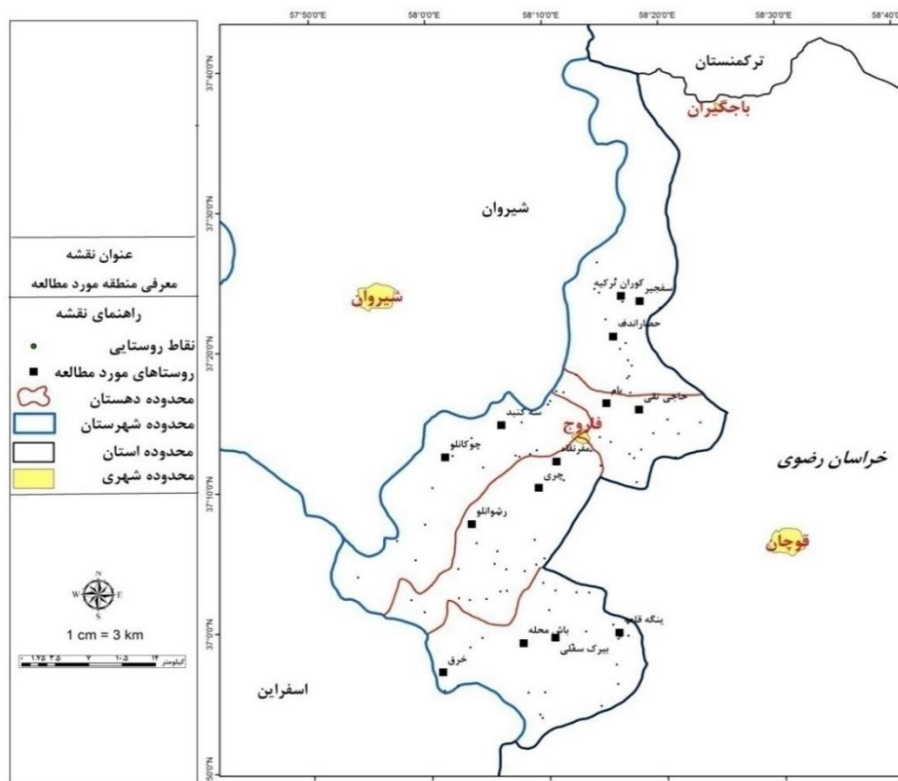
1. Rizvy Ahmed
2. Maden
3. Feldmein
4. Feldmein

تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه ... / کیومرثی بیرک‌علیا و همکاران

منابع	شاخص‌ها	سؤالات تحقیق
همکاران، (۱۳۹۶)، (فرانی و همکاران، ۱۳۹۲)،	همراه و ثابت، اینترنت و...، نزدیکی به راه‌های ارتباطی، وجود منابع اولیه تولیدشده و فعالیت در روستا (آب‌وخاک و...)	خانوادگی زنان روستایی
(بشیر احسن و قربانی نژاد، ۱۳۹۶)، (سعدی، ۱۳۹۲)، (همتی وینه، ۱۳۹۱)، با اقتباس از شاطریان و همکاران، (۱۳۹۵)	عدم لزوم سپردن وثیقه و سند برای دریافت تسهیلات، وجود قوانین و دستورالعمل‌ها به‌ویژه قانون ساماندهی و حمایت از مشاغل زنان، در اولویت بودن اشتغال زنان در سازمان‌های دولتی، حمایت‌های ویژه سازمانی از کسب‌وکارهای زنان، نبود بروکراسی اداری برای کسب‌وکار زنان، صدور آسان مجوز مشاغل زنان و...	عوامل سیاسی و قانونی مؤثر در توسعه کسب‌وکارهای خانوادگی زنان روستایی

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۱.

برای عملیاتی‌سازی مطالعه، روستاهای شهرستان فاروج در استان خراسان رضوی انتخاب گردید؛ زیرا بخش قابل توجهی از جمعیت روستاها در حوزه دامداری و کشاورزی فعال بوده و به همین سبب زنان روستایی نیز در فعالیت‌های مختلف اقتصادی خانوار دخیل می‌باشند (کلانتری، ۱۳۸۲). در برخی موارد زنان روستایی مستقلاً اقدام به فعالیت‌های کارآفرینانه تولیدی کرده‌اند. لذا جامعه آماری تحقیق شامل تمامی زنان روستایی است که در محیط روستایی زندگی می‌کنند و کسب‌وکار خانگی راه اندازی کرده‌اند، می‌باشد. بر طبق آمار اطاعات مربوط به تعداد زنان دارای کسب‌وکار گرفته‌شده از ارگان‌های جهاد کشاورزی، اداره کار و رفاه اجتماعی، اداره صنعت و معدن شهرستان فاروج طی مصاحبه حضوری، تعداد کل کسب‌وکارهای خانوادگی ثبت‌شده توسط زنان روستایی ۹۳ مورد در ۱۴ نقطه روستای بیان شد (شکل ۱). لذا نمونه‌های مربوط به زنان دارای کسب و کار به‌صورت تمام شماری انتخاب گردید و بر اساس لیست تهیه‌شده جهت جمع‌آوری داده‌ها از طریق پرسشنامه مراجعه گردید. همچنین برای مقایسه عوامل مؤثر در عدم توسعه کسب‌وکارهای خانوادگی زنان، به‌صورت برابر تعداد ۹۳ نمونه نیز از زنان روستایی بدون کسب و کار برای مطالعه در همان روستاها انتخاب گردید که مجموع نمونه‌ها ۱۸۶ زن می‌باشد که به‌صورت هدفمند انتخاب‌شده‌اند.



شکل ۱. پراکنش فضایی روستاهای مورد مطالعه

در ادامه، روایی پرسشنامه از طریق نظر ۱۴ نفر از متخصصان و کارشناسان حوزه کسب‌وکارهای کارآفرینانه و زنان موردبررسی و تأیید گردید. سپس از طریق پیش‌آزمون آلفای کرونباخ بر اساس ۳۰ پرسشنامه پر شده از نمونه‌ها، ضریب پایایی پرسشنامه در ابعاد مختلف موردبررسی قرار گرفت که نتایج به دست آمده در حد متناسبی بوده و نشان‌دهنده همبستگی درونی بین متغیرها برای سنجش مفاهیم موردنظر می‌باشد و بیانگر این است که تحقیق از پایایی لازم و قابل قبولی برخوردار است (جدول ۴).

جدول ۴. بررسی پایایی پرسشنامه با استفاده از نرم‌افزار SPSS

شاخص	گویه	آلفا
اقتصادی	۱۸	۰/۷۵۲
اجتماعی-فرهنگی	۲۲	۰/۸۶۳
زیرساختی - محیطی	۸	۰/۶۶۰
سیاسی و قانونی	۹	۰/۷۷۳

مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۱.

به‌منظور بررسی و سنجش متغیرها و شاخص‌های تحقیق و تجزیه‌وتحلیل داده‌ها و اطلاعات به دست آمده، از روش‌های آمار توصیفی (میانگین‌ها، فراوانی، نمودار و...)، استنباطی (آزمون t دو نمونه مستقل، همبستگی پیرسون، آزمون T و آزمون تحلیل واریانس) در نرم‌افزار SPSS استفاده شد.

یافته‌ها و بحث

بررسی ویژگی‌های توصیفی جامعه نمونه نشان می‌دهد که بیشتر زنان دارای کسب و کار در رده سنی ۳۱ تا ۴۰ سال قرار دارند؛ زیرا زنان در این سن دارای تجربه کافی، جسارت و قدرت عمل بیشتری هستند و دست به تولید و کسب‌وکار می‌زنند. از لحاظ وضعیت تحصیلات، در هر دو گروه زنان، بیشترین پاسخگویان در رده تحصیلی دیپلم و بالاتر قرار دارند. شاید یکی از دلایل برای زنان دارای کسب‌وکار این است که برای ایجاد کسب‌وکاری مناسب باید تحصیلات حداقل در حد دیپلم باشد تا بتوان موفقیت نسبی داشت (جدول ۵).

جدول ۵. خلاصه‌ای از ویژگی‌های توصیفی پاسخگویان

شاخص توصیفی	زنان دارای کسب‌وکار خانگی	زنان بدون کسب‌وکار خانگی
بیشترین گروه سنی	۳۱-۴۰ سال	۳۱-۴۰ سال
بیشترین تحصیلات	دیپلم و بالاتر	سیکل
بیشترین درآمد خانوار (تومان)	بالاتر از پنج میلیون تومان	بالاتر از یک تا دو میلیون تومان
سنجش سابقه کار	۵-۱۰ سال	-
میزان درآمد حاصل	۱۰۰۰۰۰-۵۰۰۰۰۰ تومان	-
متوسط میزان اشتغال‌زایی	برای سه نفر	-

مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۱.

ارزیابی وضعیت کسب و کار نشان می‌دهد که زنان دارای کسب و کار خانگی، ۲۰/۴ درصد در دامداری، ۱۵/۱ درصد در خیاطی، ۲/۲ درصد در قالبیافی فعال هستند؛ بنابراین با توجه به ظرفیت غالب منطقه و فعالیت اقتصادی رایج در آن، بیشترین نوع کسب و کار مربوط به دامداری می‌باشد. لذا بیشترین محصول تولیدشده مربوط به دام می‌باشد (جدول ۶).

جدول ۶. توزیع فراوانی کسب‌وکارهای زنان روستایی

نام کسب و کار	فراوانی	درصد	نام کسب و کار	فراوانی	درصد
دامداری	۱۹	۲۰/۴	کشت زعفران	۲	۲/۲

تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه ... / کیومرثی بیرک‌علیا و همکاران

نام کسب و کار	فراوانی	درصد	نام کسب و کار	فراوانی	درصد
خیاطی	۱۴	۱۵/۱	عروسک دوزی	۳	۳/۲
قالی بافی	۲	۲/۲	پرورش گاو شیر	۲	۲/۲
پرورش ماهی	۳	۳/۲	جمع‌آوری شیر	۱	۱/۱
تولید و بسته‌بندی انواع مواد غذایی	۳	۳/۲	کیف و کفش	۴	۴/۳
تابلو فرش	۳	۳/۲	بافتنی	۳	۳/۲
آش و قیش	۳	۳/۲	خرازی	۴	۴/۳
گیاهان دارویی	۲	۲/۲	پرورش زنبور عسل	۵	۵/۴
جوراب بافی	۳	۳/۲	معرق کاری	۳	۳/۲
پرورش کرم ابریشم	۴	۴/۳	کشاورزی	۷	۷/۵
پرورش مرغ بومی	۲	۲/۲	تولید سبزی	۱	۱/۱
جمع	۹۳	۱۰۰			

مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۱.

بررسی ابعاد توسعه کسب و کار خانگی زنان

در جدول (۷) آماره‌های توصیفی (میانگین و انحراف معیار) ابعاد توسعه کسب و کار خانگی زنان را نشان می‌دهد. در گروه زنان دارای کسب و کار بعد اجتماعی- فرهنگی دارای بیشترین میانگین ۳/۷۶ و در گروه زنان بدون کسب و کار بعد سیاسی- قانونی دارای بیشترین میانگین معادل ۳/۵۳ می‌باشد.

جدول ۷. آماره‌های توصیفی ابعاد توسعه کسب و کار خانگی زنان

ابعاد	زنان دارای کسب و کار		زنان بدون کسب و کار	
	میانگین	انحراف معیار	میانگین	انحراف معیار
اقتصادی	۳/۷۱	۰/۴۸	۳/۵۲	۰/۲۹
محیطی- زیرساختی	۳/۲۴	۰/۶۸	۳/۴۴	۰/۴۱
سیاسی- قانونی	۳/۵۷	۰/۴۴	۳/۵۳	۰/۳۷
اجتماعی- فرهنگی	۳/۷۶	۰/۴۰	۳/۱۱	۰/۳۶

مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۱.

مقایسه بعد اقتصادی بین دو گروه (زنان دارای کسب و کار و زنان بدون کسب و کار)

جدول (۸) با استفاده از آزمون t دو نمونه مستقل، تفاوت میانگین بعد اقتصادی در بین دو گروه زنان دارای کسب و کار و زنان بدون کسب و کار را نشان می‌دهد. نتایج آزمون لون نشان می‌دهد اختلاف معنی‌داری در سطح بالای ۹۵ درصد در واریانس داده‌ها وجود دارد. لذا از نتایج آزمون t با فرض نابرابری واریانس‌ها استفاده می‌شود. نتایج آزمون t با فرض نابرابری واریانس‌ها نیز نشان می‌دهد که میانگین بعد اقتصادی بین زنان دارای کسب و کار و زنان بدون کسب و کار یکسان است. با توجه به میانگین بعد اقتصادی بین زنان دارای کسب و کار ۳/۷۱ و زنان بدون کسب و کار ۳/۵۲ است. در نتیجه بعد اقتصادی زنان دارای کسب و کار و زنان بدون کسب و کار از میانگین مشابهی در سطح معنی‌داری کمتر از ۰/۰۵ برخوردار است؛ بنابراین، از دیدگاه دو گروه عوامل اقتصادی تأثیر بالایی در شکل‌گیری کسب و کارهای زنان روستایی دارد. زنان بدون داشتن پشتوانه‌های اقتصادی و حمایت‌های مالی، امکان راه اندازی کسب و کار را ندارند.

جدول ۸. مقایسه بعد اقتصادی در دو گروه نمونه پاسخگویان با استفاده از آزمون t دو نمونه مستقل

فاصله اطمینان تفاوت ۹۵٪		میانگین		سطح معناداری	درجه آزادی	مقدار آزمون t	سطح معناداری	آزمون F	فرض برابری واریانس‌ها
پایین	بالا								
۰/۳۰	۰/۷۳	۳/۷۱	۰/۰۰۱	۰/۰۰۰	۱۸۸	۳/۲۴	۰/۰۰۰	۲۰/۸۷	فرض برابری واریانس‌ها
۰/۳۰	۰/۷۲	۳/۵۲	۰/۰۰۲	۰/۰۰۰	۱۵۲/۶۹	۳/۲۱	۰/۰۰۰	۲۰/۸۷	فرض نابرابری واریانس‌ها

مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۱.

مقایسه بعد محیطی - زیرساختی بین دو گروه (زنان دارای کسب و کار و زنان بدون کسب و کار)

جدول (۹) با استفاده از آزمون t دو نمونه مستقل تفاوت میانگین بعد محیطی - زیرساختی در بین دو گروه زنان دارای کسب و کار و زنان بدون کسب و کار را نشان می‌دهد. نتایج آزمون لون نشان می‌دهد اختلاف معنی‌داری در سطح بالای ۹۵ درصد در واریانس داده‌ها وجود دارد. لذا از نتایج آزمون t با فرض نابرابری واریانس‌ها استفاده می‌شود. نتایج آزمون t با فرض نابرابری واریانس‌ها نیز نشان می‌دهد که میانگین بعد محیطی - زیرساختی بین زنان دارای کسب و کار و زنان بدون کسب و کار یکسان است. با توجه به میانگین بعد اقتصادی بین زنان دارای کسب و کار ۳/۲۴ و زنان بدون کسب و کار ۳/۴۴ است در نتیجه بعد محیطی - زیرساختی زنان دارای کسب و کار و زنان بدون کسب و کار از میانگین مشابهی در سطح معنی‌داری کمتر از ۰/۰۵ برخوردار است؛ بنابراین، از دیدگاه دو گروه مورد مطالعه، عوامل محیطی - زیرساختی تأثیر بالایی در شکل‌گیری کسب‌وکارهای زنان روستایی دارد. دسترسی زنان به زیرساخت‌های مناسب، در تسهیل کسب‌وکارهای زنان روستایی مؤثر می‌باشد.

جدول ۹: مقایسه بعد محیطی - زیرساختی در دو گروه نمونه پاسخگویان با استفاده از آزمون t دو نمونه مستقل

فاصله اطمینان تفاوت ۹۵٪		میانگین		سطح معناداری	درجه آزادی	مقدار آزمون t	سطح معناداری	آزمون F	فرض برابری واریانس‌ها
پایین	بالا								
-۰/۰۴	-۰/۳۶	۳/۲۴	۰/۰۱۳	۰/۰۰۰	۱۸۸	-۲/۵۰	۰/۰۰	۲۰/۳۴	فرض برابری واریانس‌ها
-۰/۰۴	-۰/۳۶	۳/۴۴	۰/۰۱۴	۰/۰۰۰	۱۵۰/۶۸	-۲/۴۸	۰/۰۰	۲۰/۳۴	فرض نابرابری واریانس‌ها

مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۱.

مقایسه بعد سیاسی - قانونی بین دو گروه (زنان دارای کسب و کار و زنان بدون کسب و کار)

جدول (۱۰) با استفاده از آزمون t دو نمونه مستقل تفاوت میانگین بعد سیاسی - قانونی در بین دو گروه زنان دارای کسب و کار و زنان بدون کسب و کار را نشان می‌دهد. نتایج آزمون لون نشان می‌دهد اختلاف معنی‌داری در سطح بالای ۹۵ درصد در واریانس داده‌ها وجود ندارد. لذا از نتایج آزمون t با فرض برابری واریانس‌ها استفاده می‌شود. نتایج آزمون t با فرض برابری واریانس‌ها نیز نشان می‌دهد که میانگین بعد سیاسی - قانونی بین زنان دارای کسب و کار و زنان بدون کسب و کار یکسان است. با توجه به میانگین بعد سیاسی - قانونی بین زنان دارای کسب و کار ۳/۵۷ و زنان بدون کسب و کار ۳/۵۳ است در نتیجه بعد محیطی - زیرساختی زنان دارای کسب و کار و زنان بدون کسب و کار از میانگین مشابهی

تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه ... / کیومرثی بیرک‌علیا و همکاران

در سطح معنی‌داری کمتر از ۰/۰۵ برخوردار است. لذا از دیدگاه دو گروه، عوامل سیاسی - قانونی تأثیر بالایی در محیط‌های روستایی بر روی راه اندازی کسب‌وکارهای زنان دارد.

جدول ۱۰. مقایسه بعد سیاسی - قانونی در دو گروه با استفاده از آزمون t دو نمونه مستقل

فاصله اطمینان تفاوت ۹۵٪		آزمون Levene برای برابری واریانس‌ها						
پایین	بالا	میانگین	سطح معناداری	درجه آزادی	مقدار آزمون t	سطح معناداری	آزمون F	
۰/۱۵	۰/۰۷	۳/۵۷	۰/۰۰۷	۱۸۸	۰/۶۶	۰/۰۶۰	۳/۵۶	فرض برابری واریانس‌ها
۰/۱۵	۰/۰۷	۳/۵۳	۰/۰۰۹	۱۷۹/۷۰	۰/۶۶			فرض نابرابری واریانس‌ها

مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۱.

مقایسه بعد اجتماعی - فرهنگی بین دو گروه (زنان دارای کسب و کار و زنان بدون کسب و کار)

جدول (۱۱) با استفاده از آزمون t دو نمونه مستقل تفاوت میانگین بعد اجتماعی - فرهنگی در بین دو گروه زنان دارای کسب و کار و زنان بدون کسب و کار را نشان می‌دهد. نتایج آزمون لون نشان می‌دهد اختلاف معنی‌داری در سطح بالای ۹۵ درصد در واریانس داده‌ها وجود ندارد. لذا از نتایج آزمون t با فرض برابری واریانس‌ها استفاده می‌شود. نتایج آزمون t با فرض برابری واریانس‌ها نیز نشان می‌دهد که اختلاف معنی‌داری بین دو گروه زنان دارای کسب و کار و زنان بدون کسب و کار وجود دارد که با توجه به اینکه میانگین بعد اجتماعی - فرهنگی در دو گروه به ترتیب ۴/۳۵ و ۳/۶۰ می‌باشد؛ تأثیرگذاری بعد اجتماعی - فرهنگی در گروه زنان دارای کسب و کار بر توسعه کسب‌وکارهای خانگی بیشتر می‌باشد؛ بنابراین، از دیدگاه دو گروه عوامل اجتماعی - فرهنگی تأثیر بالایی در شکل‌گیری کسب‌وکارهای زنان روستایی دارد. زنان بدون داشتن پشتوانه‌های اجتماعی و حمایت‌های فرهنگی، امکان راه اندازی کسب و کار را ندارند.

جدول ۱۱. مقایسه بعد اجتماعی - فرهنگی در دو گروه با استفاده از آزمون t دو نمونه مستقل

فاصله اطمینان تفاوت ۹۵٪		آزمون Levene برای برابری واریانس‌ها						
پایین	بالا	میانگین	سطح معناداری	درجه آزادی	مقدار آزمون t	سطح معناداری	آزمون F	
۰/۱۸۸	۰/۶۲	۴/۳۵	۰/۰۰۰	۱۸۸	۱۱/۶۵	۰/۵۵۹	۰/۳۴	فرض برابری واریانس‌ها
۰/۱۸۸	۰/۶۲	۳/۶۰	۰/۰۰۰	۱۸۵/۱۷	۱۱/۶۳			فرض نابرابری واریانس‌ها

مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۱.

بررسی اثر عامل اقتصادی بر توسعه کسب‌وکارهای خانگی زنان

بر اساس نتایج آزمون T، با توجه به مقدار آماره T، مقدار میانگین در تمام شاخص‌های عامل اقتصادی و در هر دو گروه زنان دارای کسب‌وکار و زنان بدون کسب‌وکار بالاتر از مقدار متوسط (میانگین نظری ۳) است. شاخص حمایت مالی خانواده دارای بالاترین میانگین معادل ۴/۱۹ در گروه زنان دارای کسب‌وکار با سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد. بر این اساس حمایت مالی خانواده در گروه زنان دارای کسب‌وکار بیشترین تأثیر اقتصادی را در توسعه کسب‌وکارهای خانگی داشته است. شاخص حمایت مالی دولت و دسترسی به وثیقه و ضامن برای استفاده از اعتبارات دولتی دارای بالاترین میانگین معادل ۳/۷۸ در گروه زنان بدون کسب‌وکار با سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد. بر این اساس حمایت مالی

دولت و دسترسی به وثیقه و ضامن برای استفاده از اعتبارات دولتی در گروه زنان بدون کسب‌وکار بیشترین تأثیر اقتصادی را در توسعه کسب‌وکارهای خانگی داشته است (جدول ۱۲).

جدول ۱۲. نتایج مقایسه میانگین اثر شاخص‌های عامل اقتصادی بر توسعه کسب‌وکارهای خانگی زنان

شاخص	میانگین		انحراف معیار		آماره t		درجه آزادی		میزان معناداری	
	زنان بدون کسب و کار	زنان دارای کسب و کار	زنان بدون کسب و کار	زنان دارای کسب و کار	زنان بدون کسب و کار	زنان دارای کسب و کار	زنان بدون کسب و کار	زنان دارای کسب و کار	زنان بدون کسب و کار	زنان دارای کسب و کار
حمایت مالی خانواده	۴/۱۹	۳/۶۹	۰/۷۲	۰/۶۰	۱۵/۸۵	۱۱/۳۱	۹۳	۹۳	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
دسترسی به سرمایه اولیه	۳/۸۳	۳/۵۷	۱/۱۶	۰/۶۸	۶/۹۵	۸/۲۴	۹۳	۹۳	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
حمایت سرمایه‌گذاران اقتصادی	۳/۵۹	۳/۶۲	۱/۱۳	۰/۷۴	۵/۰۲	۸/۳۶	۹۳	۹۳	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
وجود بازار فروش محصولات	۳/۹۴	۳/۴۸	۰/۹۵	۰/۸۰	۹/۵۰	۵/۹۲	۹۳	۹۳	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
حمایت مالی دولت	۳/۳۶	۳/۷۸	۱/۱۹	۰/۶۸	۲/۹۴	۱۱/۳۴	۹۳	۹۳	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
حمایت بیمه‌ای از ابزار و امکانات	۳/۷۷	۳/۳۱	۱/۰۹	۰/۷۰	۶/۸۲	۴/۴۹	۹۳	۹۳	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
میزان نرخ بهره بانکی	۳/۶۳	۳/۳۲	۱/۰۴	۰/۶۴	۵/۸۸	۵/۰۶	۹۳	۹۳	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
قیمت محصولات تولیدشده	۳/۸۷	۳/۵۴	۱/۱۴	۰/۷۲	۷/۳۴	۷/۴۵	۹۳	۹۳	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
دسترسی به وثیقه و ضامن	۳/۴۳	۳/۷۸	۱/۱۱	۰/۶۴	۳/۷۱	۱۱/۸۸	۹۳	۹۳	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
قیمت مواد اولیه	۳/۶۱	۳/۴۱	۱/۲۹	۰/۸۰	۴/۵۶	۵/۰۷	۹۳	۹۳	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
دسترسی به منابع مالی	۳/۶۴	۳/۵۰	۱/۰۶	۰/۸۴	۵/۸۱	۵/۹۰	۹۳	۹۳	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
وضعیت مالی خانواده	۳/۸۸	۳/۵۲	۰/۹۴	۰/۷۵	۹/۰۲	۶/۸۹	۹۳	۹۳	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
دسترسی به بازار محلی	۳/۵۸	۳/۴۶	۱/۳۱	۰/۷۷	۴/۲۶	۵/۸۷	۹۳	۹۳	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
همکاری بانک‌های عامل در تأمین منابع مالی موردنیاز	۳/۳۶	۳/۳۵	۱/۱۲	۰/۹۱	۳/۱۴	۳/۷۸	۹۳	۹۳	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
درآمد سرپرست خانوار	۳/۶۲	۳/۵۶	۱/۱۰	۰/۸۰	۵/۴۵	۶/۹۵	۹۳	۹۳	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
دسترسی راحت به مواد اولیه و تجهیزات ارزان	۴/۱۱	۳/۴۲	۰/۹۳	۰/۷۱	۱۱/۵۸	۵/۷۸	۹۳	۹۳	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
هزینه‌های راه اندازی یک کسب و کار جدید	۳/۸۲	۳/۵۱	۰/۸۵	۰/۶۹	۹/۳۳	۷/۳۱	۹۳	۹۳	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
دسترسی به تسهیلات اشتغال‌زایی زنان	۳/۶۰	۳/۴۷	۱/۱۰	۰/۷۲	۵/۲۵	۶/۴۶	۹۳	۹۳	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰

مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۱.

بررسی اثر شاخص‌های عامل محیطی - زیرساختی بر توسعه کسب‌وکارهای خانگی زنان

بر اساس نتایج آزمون T، با توجه به مقدار آماره T، مقدار میانگین در تمام گویه‌های عامل محیطی - زیرساختی و در هر دو گروه زنان دارای کسب‌وکار و زنان بدون کسب‌وکار بالاتر از مقدار متوسط (میانگین نظری ۳) است. شاخص در دسترس بودن انشعابات آب، برق و گاز دارای بالاترین میانگین معادل ۳/۶۱ در گروه زنان دارای کسب‌وکار با سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد. بر این اساس در دسترس بودن انشعابات آب، برق و گاز در گروه زنان دارای کسب‌وکار بیشترین تأثیر محیطی - زیرساختی را در توسعه کسب‌وکارهای خانگی داشته است. شاخص نزدیکی به راه‌های ارتباطی دارای بالاترین میانگین معادل ۳/۷۰ در گروه زنان بدون کسب‌وکار با سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد. بر این

تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه ... / کیومرثی بیرک‌علیا و همکاران

اساس نزدیکی به راه‌های ارتباطی در گروه زنان بدون کسب‌وکار بیشترین تأثیر محیطی- زیرساختی را در توسعه کسب-وکارهای خانگی داشته است. همچنین شاخص شرایط اقلیمی منطقه جهت فعالیت اقتصادی در هر دو گروه، موقعیت جغرافیایی محل فعالیت، دسترسی به وسایل ارتباطی، نزدیکی به راه‌های ارتباطی، وجود منابع اولیه تولیدشده و فعالیت در روستا (آب و خاک و...) در گروه زنان دارای کسب‌وکار، دارای سطح معناداری بیشتر از ۰/۰۵ است که به معنی عدم وجود تفاوت معنادار بین شاخص‌های عامل محیطی- زیرساختی با توسعه کسب‌وکارهای خانگی زنان روستایی می‌باشد (جدول ۱۳).

جدول ۱۳. نتایج مقایسه میانگین اثر شاخص‌های عامل محیطی- زیرساختی بر توسعه کسب‌وکارهای خانگی زنان

شاخص	میانگین		انحراف معیار		آماره t		درجه آزادی		میزان معناداری	
	زنان بدون کسب و کار	زنان دارای کسب و کار	زنان بدون کسب و کار	زنان دارای کسب و کار	زنان بدون کسب و کار	زنان دارای کسب و کار	زنان بدون کسب و کار	زنان دارای کسب و کار	زنان بدون کسب و کار	زنان دارای کسب و کار
شرایط اقلیمی منطقه جهت فعالیت اقتصادی	۳/۰۶	۳/۱۵	۱/۳۵	۰/۷۹	۰/۴۵	۱/۹۱	۹۳	۹۳	۰/۶۴۸	۰/۰۵۸
موقعیت جغرافیایی محل فعالیت	۳/۰۴	۳/۱۸	۱/۳۲	۰/۷۶	۰/۳۱	۲/۳۷	۹۳	۹۳	۰/۷۵۵	۰/۰۱۹
کیفیت راه دسترسی به بازارها	۳/۳۵	۳/۴۹	۱/۰۷	۰/۷۵	۳/۱۶	۶/۴۸	۹۳	۹۳	۰/۰۰۲	۰/۰۰۰
در دسترس بودن انشعابات آب، برق و گاز	۳/۶۱	۳/۵۱	۱/۲۶	۰/۸۰	۴/۶۹	۶/۳۰	۹۳	۹۳	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
ضعف دسترسی به فناوری‌ها و اطلاعات جدید	۳/۴۴	۳/۳۷	۱/۱۵	۰/۸۰	۳/۶۷	۴/۵۲	۹۳	۹۳	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
دسترسی به وسایل ارتباطی (تلفن همراه و ثابت، اینترنت)	۳/۰۵	۳/۵۷	۱/۲۷	۰/۷۴	۰/۴۰	۷/۶۰	۹۳	۹۳	۰/۶۸۴	۰/۰۰۰
نزدیکی به راه‌های ارتباطی	۳/۲۰	۳/۷۰	۱/۲۴	۰/۷۷	۱/۵۸	۸/۸۵	۹۳	۹۳	۰/۱۱۸	۰/۰۰۰
وجود منابع اولیه تولیدشده و فعالیت در روستا (آب و خاک و...)	۳/۲۴	۳/۴۲	۱/۳۳	۰/۷۶	۱/۷۹	۵/۴۶	۹۳	۹۳	۰/۰۷۷	۰/۰۰۰

مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۱.

بررسی اثر شاخص‌های عامل سیاسی- قانونی بر توسعه کسب‌وکارهای خانگی زنان

بر اساس نتایج آزمون T، مقدار میانگین در تمام شاخص‌های عامل سیاسی- قانونی و در هر دو گروه زنان دارای کسب‌وکار و زنان بدون کسب‌وکار بالاتر از مقدار متوسط (میانگین نظری ۳) است. گویه صدور آسان مجوز مشاغل زنان بالاترین میانگین معادل ۳/۸۰ در گروه زنان دارای کسب‌وکار با سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد. بر این اساس صدور آسان مجوز مشاغل زنان در گروه زنان دارای کسب‌وکار بیشترین تأثیر سیاسی- قانونی را در توسعه کسب‌وکارهای خانگی داشته است. شاخص نبود بروکراسی اداری برای کسب‌وکار زنان دارای بالاترین میانگین معادل ۳/۷۸ در گروه زنان بدون کسب‌وکار با سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد. بر این اساس نبود بروکراسی اداری برای کسب‌وکار زنان در گروه زنان بدون کسب‌وکار بیشترین تأثیر سیاسی- قانونی را در توسعه کسب‌وکارهای خانگی داشته است (جدول ۱۴).

جدول ۱۴. نتایج مقایسه میانگین اثر شاخص‌های عامل سیاسی- قانونی بر توسعه کسب و کارهای خانگی زنان

شاخص	میانگین		انحراف معیار		آماره t		درجه آزادی		میزان معناداری	
	زنان دارای کسب و کار	زنان بدون کسب و کار	زنان دارای کسب و کار	زنان بدون کسب و کار	زنان دارای کسب و کار	زنان بدون کسب و کار	زنان دارای کسب و کار	زنان بدون کسب و کار	زنان دارای کسب و کار	زنان بدون کسب و کار
عدم لزوم سپردن وثیقه و سند برای دریافت تسهیلات	۳/۳۹	۳/۶۰	۱/۱۱	۰/۹۸	۵/۲۱	۳/۹۱	۹۳	۹۳	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
وجود قوانین برای حضور فعال زنان در امور تجاری و اقتصادی	۳/۵۲	۳/۲۷	۱/۲۱	۰/۸۰	۲/۲۲	۶/۴۳	۹۳	۹۳	۰/۰۰۰	۰/۰۲۸
وجود قوانین و دستورالعمل‌ها به‌ویژه قانون ساماندهی و حمایت از مشاغل زنان	۳/۴۸	۳/۳۷	۱/۰۷	۰/۷۷	۳/۳۸	۶/۱۲	۹۳	۹۳	۰/۰۰۰	۰/۰۰۱
در اولویت بودن اشتغال زنان در سازمان‌های دولتی	۳/۴۴	۳/۵۵	۱/۰۹	۰/۷۴	۴/۹۱	۵/۸۲	۹۳	۹۳	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
حمایت‌های ویژه سازمانی از کسب و کارهای زنان	۳/۵۹	۳/۷۸	۰/۹۶	۰/۸۴	۷/۸۴	۶/۹۳	۹۳	۹۳	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
نبود بروکراسی اداری برای کسب و کار زنان	۳/۷۸	۳/۶۲	۰/۹۹	۰/۷۱	۶/۰۲	۱۰/۸۶	۹۳	۹۳	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
صدور آسان مجوز مشاغل زنان	۳/۵۷	۳/۸۰	۰/۹۱	۰/۷۸	۸/۵۲	۷/۲۱	۹۳	۹۳	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
همکاری سازمان‌های ذیربط جهت حمایت از مجریان مشاغل زنان	۳/۵۷	۳/۵۱	۱/۰۴	۰/۷۳	۴/۷۴	۷/۷۵	۹۳	۹۳	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
ارائه خدمات فنی و مشاوره‌ای در قالب نظارت دوره‌های بر مشاغل زنان	۳/۳۹	۳/۶۵	۱/۰۲	۰/۸۲	۶/۱۶	۴/۶۸	۹۳	۹۳	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰

مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۱.

بررسی اثر شاخص‌های عامل اجتماعی- فرهنگی بر توسعه کسب و کارهای خانگی زنان

بر اساس نتایج آزمون T، مقدار میانگین در تمام شاخص‌های عامل اجتماعی- فرهنگی و در گروه زنان دارای کسب و کار بالاتر از مقدار متوسط (یعنی ۳) است. گویه تجربه کاری بالاترین میانگین معادل ۴/۰۲ در گروه زنان دارای کسب و کار می‌باشد. براین اساس تجربه کاری در گروه زنان دارای کسب و کار بیشترین تأثیر اجتماعی- فرهنگی را در توسعه کسب و کارهای خانگی داشته است. همچنین مقدار میانگین در تمام شاخص‌های عامل اجتماعی- فرهنگی به‌جز تجربه کاری، نوآوری و خلاقیت، روحیه ارتباط و تعامل با سایر افراد، بیمه اجتماعی مجریان مشاغل زنان، وجود دوره‌های آموزشی و مهارت شغلی برای زنان، پذیرش کار زنان از سوی فرهنگ روستا، نگرش نسبت به کار زنان در روستا، سنت‌های موجود در روستا، حمایت افراد خانواده، تداخل کار و زندگی، باور جامعه به توان زنان در کسب و کار، در گروه زنان بدون کسب و کار بالاتر از مقدار متوسط (میانگین نظری ۳) است. شاخص همکاری همسر در اشتغال زنان دارای بالاترین میانگین معادل ۳/۸۰ در گروه زنان بدون کسب می‌باشد. بر این اساس همکاری همسر در اشتغال زنان برای کسب و کار زنان در گروه زنان بدون کسب و کار بیشترین تأثیر اجتماعی- فرهنگی را در توسعه کسب و کارهای خانگی داشته است. همچنین شاخص‌های بیمه اجتماعی مجریان مشاغل زنان دارای سطح معناداری بیشتر از ۰/۰۵ است که به معنی عدم وجود تفاوت معنادار بین شاخص‌های عامل اجتماعی- فرهنگی با توسعه کسب و کارهای خانگی زنان روستایی می‌باشد (جدول ۱۵).

تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه ... / کیومرثی بیرک‌علیا و همکاران

جدول ۱۵. نتایج مقایسه میانگین اثر شاخص‌های عامل اجتماعی- فرهنگی بر توسعه کسب‌وکارهای خانگی زنان

شاخص	میانگین		انحراف معیار		آماره t		درجه آزادی		میزان معناداری	
	زنان بدون کسب و کار	زنان دارای کسب و کار	زنان بدون کسب و کار	زنان دارای کسب و کار	زنان بدون کسب و کار	زنان دارای کسب و کار	زنان بدون کسب و کار	زنان دارای کسب و کار	زنان بدون کسب و کار	زنان دارای کسب و کار
میزان فرهنگ کار و تلاش در خانواده	۳/۵۱	۳/۲۵	۱/۱۰	۰/۷۲	۴/۴۸	۳/۴۹	۹۳	۹۳	۰/۰۰۰	۰/۰۰۱
میزان مشارکت اعضای خانوار	۳/۶۹	۳/۵۲	۱/۰۱	۰/۷۷	۶/۶۱	۶/۶۵	۹۳	۹۳	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
میزان تشویق از طرف خانواده	۳/۸۶	۳/۵۵	۱/۰۱	۰/۷۰	۸/۱۵	۷/۷۵	۹۳	۹۳	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
معرفی و دیدار با الگوها و افراد موفق	۳/۸۹	۳/۳۲	۰/۸۰	۰/۸۱	۱۰/۷۵	۳/۹۹	۹۳	۹۳	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
استفاده از تجارب افراد مجرب و کارآموده	۳/۸۰	۳/۳۸	۱/۰۳	۰/۷۹	۷/۵۱	۴/۷۱	۹۳	۹۳	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
وجود الگوهای موفق در منطقه	۳/۹۰	۳/۳۶	۰/۹۳	۰/۷۹	۹/۳۳	۴/۴۸	۹۳	۹۳	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
داشتن اوقات فراغت	۴/۰۳	۳/۱۳	۰/۸۷	۰/۹۰	۱۱/۳۳	۱/۴۵	۹۳	۹۳	۰/۱۵۰	۰/۰۰۰
انگیزه کسب استقلال	۳/۸۲	۳/۳۵	۱/۰۷	۰/۹۶	۷/۳۹	۳/۵۶	۹۳	۹۳	۰/۰۰۱	۰/۰۰۰
روحیه ریسک‌پذیری	۳/۹۰	۳/۳۹	۰/۷۲	۰/۸۶	۱۲/۰۴	۴/۴۸	۹۳	۹۳	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
انگیزه و نیاز به پیشرفت	۳/۸۶	۳/۳۰	۱/۰۵	۰/۸۴	۷/۸۳	۳/۶۰	۹۳	۹۳	۰/۰۰۱	۰/۰۰۰
تجربه کاری	۴/۰۲	۲/۸۲	۰/۹۶	۰/۹۶	۱۰/۱۹	-۱/۷۸	۹۳	۹۳	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
نوآوری و خلاقیت	۳/۹۷	۲/۶۲	۰/۸۹	۱/۰۴	۱۰/۵۲	-۳/۵۰	۹۳	۹۳	۰/۰۰۱	۰/۰۰۰
روحیه ارتباط و تعامل با سایر افراد	۳/۶۹	۲/۷۹	۰/۹۹	۱/۰۸	۶/۷۵	-۱/۸۶	۹۳	۹۳	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
بیمه اجتماعی مجریان مشاغل زنان	۳/۶۱	۲/۸۶	۱	۰/۹۶	۵/۹۰	-۱/۳۶	۹۳	۹۳	۰/۱۷۴	۰/۰۰۰
وجود دوره‌های آموزشی و مهارت‌شغلی	۳/۵۵	۳/۲۰	۱/۲۴	۱/۲۱	۴/۳۲	-۱/۶۷	۹۳	۹۳	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
پذیرش کار زنان از سوی فرهنگ روستا	۳/۸۳	۲/۷۶	۱/۰۱	۱/۰۴	۷/۹۷	-۲/۲۲	۹۳	۹۳	۰/۰۲۸	۰/۰۰۰
نگرش نسبت به کار زنان در روستا	۳/۶۵	۲/۷۹	۱/۱۶	۰/۹۷	۵/۴۲	-۲/۰۷	۹۳	۹۳	۰/۰۴۱	۰/۰۰۰
سنت‌های موجود در روستا	۳/۵۹	۲/۶۹	۱/۰۴	۱	۵/۴۵	-۳/۰۳	۹۳	۹۳	۰/۰۰۳	۰/۰۰۰
حمایت افراد خانواده	۳/۸۹	۲/۹۵	۱/۰۲	۱/۲۰	۸/۳۸	-۰/۳۳	۹۳	۹۳	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
تداخل کار و زندگی	۳/۷۶	۲/۷۷	۰/۹۲	۱/۰۱	۷/۹۵	-۲/۲۰	۹۳	۹۳	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
باور جامعه به توان زنان در کسب و کار	۳/۸۴	۲/۷۲	۰/۹۴	۰/۸۸	۸/۶۸	-۳/۰۹	۹۳	۹۳	۰/۰۰۳	۰/۰۰۰
همکاری همسر در اشتغال زنان	۳/۲۷	۳/۸۰	۱/۴۵	۱/۱۳	۱/۸۵	۶/۹۸	۹۳	۹۳	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰

مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۱.

بررسی اثر عوامل بر توسعه کسب‌وکارهای خانگی زنان

بر اساس نتایج آزمون T، با توجه به مقدار آماره T، مقدار میانگین در تمام عوامل مؤثر در توسعه کسب‌وکارهای خانگی زنان روستایی بالاتر از مقدار متوسط (میانگین نظری ۳) است. عامل اجتماعی- فرهنگی بالاترین میانگین معادل ۳/۹۷ با سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد. بر این اساس عامل اجتماعی- فرهنگی بیشترین تأثیر را در توسعه کسب‌وکارهای خانگی داشته است (جدول ۱۶).

جدول ۱۶. نتایج مقایسه میانگین اثر عوامل اقتصادی، محیطی- زیرساختی، سیاسی- قانونی و فرهنگی- اجتماعی بر توسعه

کسب‌وکارهای خانگی زنان

شاخص	میانگین	انحراف معیار	آماره t	درجه آزادی	سطح معناداری
اقتصادی	۳/۶۱	۰/۴۱	۲۰/۶۵	۱۸۹	۰/۰۰۰
محیطی- زیرساختی	۳/۳۴	۰/۵۶	۸/۲۹	۱۸۹	۰/۰۰۰

سیاسی- قانونی	۳/۵۵	۰/۴۱	۱۸/۴۵	۱۸۹	۰/۰۰۰
اجتماعی- فرهنگی	۳/۹۷	۰/۵۸	۲۲/۸۰	۱۸۹	۰/۰۰۰

مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۱.

نتیجه‌گیری

یکی از موضوعات اساسی در برنامه‌ریزی های خرد و کلان اقتصادی کشورها توجه به نیروی انسانی است. قشر عظیمی از جمعیت جهان را زنان تشکیل می‌دهند، بنابراین توجه به استعداد و نقش زنان در رشد و توسعه کشورها ضرورت دارد. زنان در محیط‌های روستایی، به دلیل ماهیت اقتصاد روستایی که خانواده محور و گروهی می‌باشد، بیشتر در اقتصاد و معیشت خانوار حضور دارند. همچنین برخی از زنان، از فرصت‌های تولیدی موجود در روستا و توانمندی‌های خود استفاده کرده و کسب‌وکارهای کوچک و خانوادگی را راه اندازی می‌کنند؛ اما باید توجه داشت که عوامل متعددی در شکل‌گیری کسب‌وکارهای زنان روستایی تأثیرگذار می‌باشد.

لذا در این مطالعه هدف بررسی عوامل مؤثر در توسعه کسب‌وکارهای خانوادگی زنان روستایی از دیدگاه دو گروه زنان دارای کسب و کار و زنان بدون کسب و کار در روستاهای شهرستان فاروج می‌باشد. نتایج تحقیق نشان داد که حمایت مالی خانواده در گروه زنان دارای کسب‌وکار بیشترین تأثیر اقتصادی را در توسعه کسب‌وکارهای خانگی داشته است. همچنین حمایت مالی دولت و دسترسی به وثیقه و ضامن برای استفاده از اعتبارات دولتی در گروه زنان بدون کسب و کار بیشترین تأثیر اقتصادی را در توسعه کسب‌وکارهای خانگی داشته است. در ارتباط با عامل اجتماعی- فرهنگی تجربه کاری در گروه زنان دارای کسب‌وکار بیشترین تأثیر اجتماعی- فرهنگی را در توسعه کسب‌وکارهای خانگی داشته است؛ و همکاری همسر در اشتغال زنان برای کسب و کار زنان در گروه زنان بدون کسب‌وکار بیشترین تأثیر اجتماعی- فرهنگی را در توسعه کسب‌وکارهای خانگی داشته است. در ارتباط با عامل محیطی- زیرساختی در دسترس بودن انشعابات آب، برق و گاز در گروه زنان دارای کسب‌وکار بیشترین تأثیر محیطی- زیرساختی را در توسعه کسب‌وکارهای خانگی داشته است. همچنین نزدیکی به راه‌های ارتباطی در گروه زنان بدون کسب‌وکار بیشترین تأثیر محیطی- زیرساختی را در توسعه کسب‌وکارهای خانگی داشته است. در عامل سیاسی- قانونی، صدور آسان مجوز مشاغل زنان در گروه زنان دارای کسب‌وکار بیشترین تأثیر سیاسی- قانونی را در توسعه کسب‌وکارهای خانگی داشته است. همچنین نبود بروکراسی اداری برای راه اندازی کسب و کار زنان، از دیدگاه زنان بدون کسب‌وکار بیشترین تأثیر را دارد.

لذا به‌طور کلی می‌توان گفت که نتایج به دست آمده در راستای یافته‌های میرک زاده و همکاران (۱۳۹۶)، Rizvy Ahmed (۲۰۱۴) و آگهی و همکاران (۱۳۹۱) می‌باشد. لذا در روستاهای منطقه مورد مطالعه، جهت نیل به توسعه کسب‌وکارهای خانوادگی زنان، توجه به عوامل و جوانب اقتصادی، محیطی- زیرساختی، سیاسی- قانونی و اجتماعی- فرهنگی بسیار ضروری است. با توجه به نتایج تحقیق که عوامل حمایت مالی خانواده، حمایت مالی دولت، دسترسی به وثیقه و ضامن برای استفاده از اعتبارات دولتی، تجربه کاری، همکاری همسر در اشتغال زنان برای کسب و کار زنان، در دسترس بودن انشعابات آب، برق و گاز، نزدیکی به راه‌های ارتباطی، صدور آسان مجوز مشاغل زنان و نبود بروکراسی اداری برای کسب و کار زنان به عنوان مهم‌ترین عوامل مؤثر در توسعه کسب‌وکارهای خانوادگی زنان روستایی هستند؛ بنابراین توجه به بخش‌های مذکور، آموزش و برنامه‌ریزی در این زمینه و همچنین اتخاذ سیاست‌های کاربردی توصیه می‌گردد. بر اساس یافته‌ها می‌توان پیشنهادات زیر را ارائه کرد: (۱) کمک به افزایش توان مالی خانواده در جهت حمایت بیشتر از زنان برای راه اندازی کسب و کار؛ (۲) ایجاد صندوق‌های قرض‌الحسنه در روستاها با همکاری اهالی روستا که بضاعت مالی خوبی در زمینه اشتغال زنان دارند؛ (۳) همکاری و حمایت دولت با روستاییان و زنان روستایی از طریق پرداخت وام با سودهای پایین؛ (۴) کاهش سختگیری و سیاست بانک‌ها در ارائه وثیقه و ضامن از جانب روستاییان برای استفاده از اعتبارات دولتی.

منابع

- امیدی، سجاد؛ و چهارسوقی امین، حامد (۱۳۹۷). نقش کسب‌وکارهای کوچک خانگی در کاهش فقر خانوارهای روستایی، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال هفتم، شماره اول (پیاپی ۲۳)، ۱۸۲-۱۶۷.
- امینی، عباس؛ و طاهری، علی حسین (۱۳۹۵). تحلیلی بر نقش‌پذیری زنان روستایی در فعالیت‌های اقتصادی، علوم ترویج و آموزش کشاورزی ایران، جلد ۱۲، شماره ۲، ۵۱-۳۷.
- بدری، سید علی؛ و طاهر خانی، مهدی (۱۳۸۷). مقدمه‌ای بر توسعه پایدار روستای، سازمان شهرداری و دهیاری‌های کشور، تهران
- بشیر احسن، مسلم؛ و قربانی نژاد، ربیاز (۱۳۹۶). نقش زنان کارآفرین در توسعه اقتصادی روستایی، فصلنامه جغرافیایی سرزمین علمی - پژوهش، سال چهاردهم، شماره ۵۳، ۹۳-۱۰۷.
- جمینی، داود؛ جمشیدی، علیرضا؛ کاماسی، حسین؛ و هوشنگی، عطا (۱۳۹۵). تحلیل موانع توسعه کارآفرینی زنان در نواحی روستایی، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال پنجم، شماره ۴، پیاپی ۱۸، ۶۳-۴۵.
- جواهری، فاطمه؛ قضاتی، سرور (۱۳۸۳). موانع کارآفرینی زنان: بررسی تأثیر نابرابری جنسیتی بر کارآفرینان زنان در ایران، مجله جامعه‌شناسی ایران، دوره ۵، شماره ۲، ۱۶۱-۱۷۸.
- حسینی نیا، غلامحسین؛ یعقوبی فرانی، احمد؛ سید رضا، سیددین (۱۳۹۳). سنجش عوامل مؤثر بر عملکرد کسب‌وکارهای زنان کارآفرین، زن در توسعه و سیاست، دوره ۱۲، شماره ۴، ۵۴۵-۵۵۸.
- حیدری مکرر، حمید؛ و سارانی، افسانه (۱۳۹۴). بررسی و تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان در مناطق روستایی، همایش ملی عمران و معماری با رویکردی بر توسعه پایدار، ۱-۱۵.
- حیدری مکرر، حمید؛ و محبی، زهرا (۱۳۹۱). بررسی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی، کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب‌وکارهای دانش‌بنیان، بابلسر، ۱۹-۱.
- خسروی پور، بهمن؛ مهرباب قوچانی، امید؛ و بوعدرا، منتهی (۱۳۹۲). زنان روستایی و کارآفرینی: ضرورت، چالش‌ها و راهکارها، ماهنامه اجتماعی، اقتصادی، علمی و فرهنگی کار و جامعه، شماره ۱۶۵، ۵۵-۶۳.
- خنیفر، حسین؛ احمدی آزر، هادی؛ و زمانی فر، محسن (۱۳۸۹). کارآفرینی خانگی: انگیزه‌ها و نقش عوامل جمعیت شناختی بر آن، توسعه کارآفرینی، سال سوم، شماره نهم، ۱۸۱-۲۰۳.
- رضوانی، محمدرضا؛ نظری، ولی اله؛ و خراسانی، محمدمامین (۱۳۸۹). فرهنگ مفاهیم و اصطلاحات برنامه‌ریزی و توسعه روستایی، انتشارات جهاد دانشگاهی
- سجاسی قیداری، حمدالله؛ محمودی، حمیده؛ و جعفری، فهیمه (۱۳۹۶). تحلیل مهارت‌های کارآفرینی زنان در مناطق روستایی، فصلنامه پژوهش‌های روستایی، دوره ۸، شماره ۲، ۲۴۲-۲۶۳.
- سعدی، حشمت‌الله؛ جلیلیان، سارا؛ و یعقوبی فرانی، احمد (۱۳۹۳). تأثیر کسب‌وکارهای خانگی بر توانمندی اجتماعی زنان روستایی، فصلنامه علمی - پژوهشی زن و جامعه، سال پنجم، شماره سوم، ۱۰۶-۸۵.
- سواری، مسلم؛ شعبانعلی فمی، حسین؛ و شریف‌زاده، محمد شریف (۱۳۹۲). بررسی موانع اشتغال زنان روستایی در بخش صنایع دستی در شهرستان دیواندره، مجله‌ای پژوهش و برنامه‌ریزی روستایی، شماره ۴، ۲۷۹-۲۵۹.
- شاطریان، محسن؛ نصرآبادی، زهرا؛ و منصوریان، فاطمه (۱۳۹۶). تحلیل موانع کارآفرینی زنان روستایی، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال ششم، شماره ۳، ۱۹۶-۱۸۱.
- طاهر خانی، مهدی (۱۳۸۱). صنایع کوچک، سنگ بنای استراتژی آینده توسعه روستایی، تحقیقات جغرافیایی، دوره ۱۷، شماره ۲-۳، ۱۵۱-۱۶۸.
- عمادی، محمدحسین (۱۳۸۰). تسریع روند توسعه روستایی از طریق اولویت‌بخشی به زنان، مجموعه مقالات زن و مشارکت سیاسی و اجتماعی، تهران: نهاد ریاست جمهوری، مرکز امور مشارکت زنان، ۱۹-۲۳.

فتوتی، هستی؛ برادران، مسعود؛ سلمان زاده، سیروس؛ غنیان، منصور (۱۳۹۰). تبیین نقش ترویج و آموزش کشاورزی در افزایش مشارکت زنان روستایی در توسعه پایدار روستایی، مجموعه مقالات همایش ملی راهبردهای دستیابی به کشاورزی پایدار، ۱-۴.

فرجی سبکبار، حسن علی؛ بدری، سید علی؛ سجاسی قیداری، حمدالله؛ صادق لو، طاهره؛ و شهدادی خواجه عسگر، علی (۱۳۹۰)، اولویت‌بندی توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی با استفاده از تکنیک پرموتی (مطالعه موردی: دهستان حومه بخش مرکزی شهرستان خدابنده استان زنجان)، پژوهش‌های جغرافیای انسانی، شماره ۷۵، ۵۳-۶۸.

قادرمرزی، حامد؛ جمشیدی، علیرضا؛ جمینی، داوود؛ و نظری سرمایه، حمید (۱۳۹۴). شناسایی موانع توسعه کارآفرینی زنان روستایی، فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای، سال پنجم، شماره ۱۷، ۱۰۳-۱۱۸.

قنبری، نصیه؛ بوزرجمهری، خدیجه؛ و صادق‌لو، طاهره (۱۳۹۶). موانع و چالش‌های زنان روستایی در ایجاد کسب‌وکارهای کوچک، همایش ملی بررسی راهکارهای مدیریت توسعه کارآفرینی روستایی در ایران، ۱۳-۱.

گلرد، پروانه (۱۳۸۴). عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی زنان ایرانی، زن در توسعه و سیاست (پژوهش زنان)، دوره ۳، شماره ۱، ۱۰۱-۱۲۳.

لاریجانی، نرگس؛ شعبانی نژاد، اسماعیل (۱۳۸۹). بررسی نقش کسب‌وکارهای خانگی در توسعه اشتغال و کارآفرینی زنان، اولین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، نوآوری و کارآفرینی، شیراز

ملک پور، علی (۱۳۸۱)، تعارض فرهنگی دولت و مردم (۱۳۷۵-۱۳۸۰)، جلد اول، تهران، نشر آزاد اندیشان
میرک‌زاده، علی‌اصغر؛ خالدی، فخرالدین؛ کرمی‌ریگی، ضیل شه؛ و اله ویسی، محمد ادریس (۱۳۹۶). تحلیل عوامل مؤثر و موانع توسعه فعالیت‌های غیر کشاورزی با تأکید بر مشاغل خانگی، مجله تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران، دوره ۲-۴۸، شماره ۳، ۵۴۵-۵۳۳.

نجفی کانی، علی‌اکبر؛ حسام، مهدی؛ و آشور، حدیثه (۱۳۹۴). سنجش وضعیت توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، دوره ۴، شماره ۱۱، ۳۷-۵۶.

نوری زمان‌آبادی، سید هدایت‌اله؛ و علی محمدی، نرگس (۱۳۸۸). تحلیلی بر فعالیت‌های اقتصادی زنان روستایی، جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی، سال ۲۰، شماره پیاپی ۳۴، شماره ۲، ۸۷-۱۰۴.

واحدی، مرجان؛ و ناصری، ستار (۱۳۹۴). سازوکارهای توسعه کسب‌وکارهای خانگی صنایع دستی برای زنان روستایی، مجله پژوهش‌های اقتصاد و روستا، سال دوم، شماره ۴، ۱۱۵-۱۰۲.

همتی وینه، هانا (۱۳۹۱). تحلیل عوامل تعیین‌کننده موفقیت کسب‌وکارهای زنان روستایی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان

همتی، هانا؛ عابدی سروستانی، احمد؛ عبدالله زاده، غلامحسین؛ محبوبی، محمدرضا (۱۳۹۱). اشتغال خانگی و موانع کسب و کار زنان: مطالعه‌ای درباره زنان روستایی شهرستان کرمانشاه، کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب‌وکارهای دانش‌بنیان.

یعقوبی فرانی، احمد؛ و جلیلیان، سارا (۱۳۹۴). اثرات اقتصادی و اجتماعی مشاغل خانگی زنان روستایی، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال چهارم، شماره ۲، ۱۱۳-۹۳

Ahirrao, J., & Sadavarte, M.N. 2010. Social & financial constricts of rural women entrepreneurs: A case study of Jalna, District in Maharashtra, International Referred Research Journal, 3 (26), 14-18.

Andrew S, Rebcca, J and Robert, N. 2016. Potholes and Pitfalls: The impact of rural transport on female entrepreneurs in Nigeria, of Transport Geography, 54, 140-147

Bilkish Sultana, Z.B and Katsuhiko, U. 2010. Women s Empowerment through the Development of Micro Entrepreneurship in rural Bangladesh, the socail Sciences, 5(1):1-9.

تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه ... / کیومرثی بیرک‌علیا و همکاران

- Gibosen, J., Olivia, S. 2006. The effect of infrastructure access and quality on non-farm enterprises in rural Indonesia. *Journal of World Development*.12: 28-36.
- Hiedanpää, J., & Salo, M. 2017. Emerging forest ecosystem service entrepreneurship in Finland and Peru. *International Forestry Review*, 19(1), 113-124.
- Horgan, M. 2001. Policy, regulations and approaches to home-based business in the Eastern Metropolitan Region. Research Report, Eastern Metropolitan Regional Council.
- Mohanty, R.S., Das, B., and Mohanty, T. 2013. Empowerment of Women in Rural Odisha through Microenterprises, *IOSR Journal of Humanities and Social Science (IOSR-JHSS)* Volum12, Issue 1(May-Jun 2013), 01-08.
- Maden, C.2015. A gendered lens on entrepreneurship: women entrepreneurship in turkey, *Gender in Management, An International Journal*, 30 (4), 33-312.
- Markley, D.M. 2006. A Framework for developing rural entrepreneurship, *Economic Development America*, RUPRI for Rural Entrepreneurship.
- Seymour, N. 2001. Women entrepreneurs in the developing world, august, caffman center for entrepreneurial leadership digest number 1-4.
- Raman, K, Anantharaman, R.N., and Ramanathan, S .2013. Environmental, Personality and Motivational Factors: A Comparison Study between Women Entrepreneurs and Women Non Entrepreneurs in Malaysia, *International Journal of Business and Management*, 8(13), 15-23.
- Rizvy Ahmed, Md. 2014. Factors Influencing the Development of Women Entrepreneurship in Bangladesh, Article in *SSRN ElectronicJournal*.December 2014, DOI:10.2139/ssrn.2851786, 1-14.
- Sathiababa, K. 2010. Rural Women Empowerment and Entrepreneurship Development, from: <http://ideas.repec. Org/p/ess/wpaper/id 2475.html>.