

بررسی عوامل پیش برنده و بازدارنده‌ی توسعه‌ی کارآفرینی زنان روستایی (مطالعه‌ی موردی: زنان روستایی بخش میان کوه شهرستان اردل)

علی‌رضا جمشیدی^{۱*}، داود جمینی^۲، حمید نظری سرمازه^۳

چکیده

این پژوهش، باهدف بررسی عوامل پیش برنده و بازدارنده‌ی توسعه‌ی کارآفرینی زنان روستایی بخش میان کوه شهرستان اردل انجام گرفته است. روش تحقیق از نوع توصیفی - تحلیلی بوده که جهت گردآوری داده‌ها از مطالعات اسنادی و میدانی استفاده شده است. جامعه‌ی آماری پژوهش حاضر را کلیه‌ی زنان روستایی بخش میان کوه (N=۸۳۸۱) تشکیل می‌دهند که ۲۵۴ نفر به عنوان نمونه‌ی مورد مطالعه انتخاب شده‌اند. ابزار جمع‌آوری اطلاعات میدانی، پرسشنامه‌ای بود که روایی صوری و پایایی آن مورد تأیید قرار گرفت. با استفاده از تحلیل عاملی، شش عامل به عنوان عوامل پیش برنده و بازدارنده‌ی توسعه‌ی کارآفرینی زنان روستایی بخش میان کوه استخراج و نام‌گذاری شد. نتایج نشان داد که این عوامل به ترتیب ۷۱/۸۲۴ درصد و ۶۷/۷۸۴ درصد از واریانس عوامل پیش برنده و بازدارنده‌ی توسعه‌ی کارآفرین را در بین زنان روستایی مورد مطالعه، تبیین می‌کنند. همچنین، نتایج پژوهش نشان داد که سهم عوامل پیش برنده، مؤثرتر از عوامل بازدارنده بوده و در نتیجه با ایجاد زمینه‌ی لازم می‌توان با تقویت عوامل پیش برنده و فائق آمدن بر عوامل بازدارنده، به توسعه‌ی کارآفرینی در بین زنان روستایی در بخش میان کوه کمک کرد.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی، عوامل پیش برنده، عوامل بازدارنده، توسعه، بخش میان کوه.

^۱ - دانشجوی دکترای جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی دانشگاه اصفهان

^۲ - دانشجوی دکترای جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی دانشگاه اصفهان

^۳ - دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی دانشگاه اصفهان

* - نویسنده‌ی مسوول مقاله: alireza472003@yahoo.com

مقدمه

تجربه‌ی بسیاری از کشورها نشان می‌دهد که کارآفرینی یکی از اثرگذارترین راه‌حل‌ها برای کاهش سطح بی‌کاری است (Stel et al., 2004:24). کارآفرینی و کارآفرینان به عنوان نماد تلاش و موفقیت و هم‌چنین، منشأ تحولات بزرگ در زمینه‌های تولیدی، خدماتی، تجاری و نیز موتور محرک توسعه، پیش‌رفت اقتصادی، ایجاد شغل و اصلاح اجتماع محسوب می‌شوند (Urbano et al., 2010: 5). تا جایی که اقتصاد کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه، برای فرار از بی‌کاری، با کمک نیروی کارآفرینی، حیاتی دوباره یافته و این مهم موجب توجه خاص کشورهای مختلف به موضوع کارآفرینی شده است (Archibong, 2004:5). جامعه‌ی روستایی نیز از قاعده‌ی فوق مستثنا نبوده و کارآفرینی در این مناطق می‌تواند برطرف‌کننده‌ی بسیاری از چالش‌ها از جمله بی‌کاری، درآمد پایین، فقدان تنوع اقتصادی و ... باشد. با توجه به نقش غیرقابل‌انکار زنان در توسعه‌ی روستایی، تقویت کارآفرینی زنان روستایی راه‌کاری مؤثر در راستای تحقق توسعه‌ی پایدار روستایی و حفاظت از محیط زیست محسوب می‌گردد (Heidari Sareban, 2012:160).

با این وجود سازه‌های مختلفی در روند کارآفرینی تأثیرگذار هستند. بدیهی است که بررسی تفصیلی هر یک از این سازه‌ها، کمبودها و تنگناهای موجود در آن زمینه را بهتر و دقیق‌تر مشخص می‌نماید و در نتیجه برنامه‌ریزی برای رفع این نارسایی‌ها را به صورت بهینه و مناسب‌تری امکان‌پذیر می‌نماید. بنابراین با توجه به مطالب بالا و علم به این مهم که عوامل تأثیرگذار بر پدیده کارآفرینی بسیار گسترده می‌باشند، هویداست که کارآفرینی می‌تواند به وسیله‌ی عوامل مختلفی محدود و یا تسهیل شود. بخش میان‌کوه شهرستان اردل، از توابع استان چهارمحال و بختیاری، دارای ۱۶۷۴۲ نفر جمعیت بوده که از این تعداد حدود ۵۰ درصد (۸۳۸۱ نفر) را گروه زنان تشکیل می‌دهند. از کل جمعیت زنان این بخش، ۸۲ درصد در سن فعالیت اقتصادی می‌باشند که از بین زنان واقع در سن فعالیت اقتصادی، کمتر از ۳ درصد شاغل هستند، این در حالی است که نرخ اشتغال برای مردان بخش میان‌کوه حدود ۴۴ درصد هست. بنابراین با توجه به تأثیر به‌سزای کارآفرینی در توسعه‌ی اشتغال، شناسایی عوامل پیش برنده و بازدارنده‌ی کارآفرینی در بین زنان روستایی بخش میان‌کوه شهرستان اردل - با وجود وضعیت نامساعد اشتغال زنان این منطقه - مساله‌ای است که محققان در پی پاسخ‌گویی به آن هستند.

مروری بر ادبیات و مبانی نظری پژوهش

کارآفرینی، فرایند خلق ابتکارها و نوآوری‌ها، ایجاد کسب و کارهای جدید از طریق کشف فرصت‌ها و بهره‌گیری از منابع است. در این میان، کارآفرین کسی است که با کشف و شناخت

فرصت‌های محیطی و بهره‌گیری مناسب از فرصت‌ها بتواند در شرایط پر ابهام و ریسک‌آمیز، به ابتکارات و نوآوری‌ها و ایجاد کسب و کار جدید اقدام کند (Imani Gheshlagh et al., 2012: 221). توسعه‌ی کارآفرینی و عوامل مؤثر بر آن، در نظریه‌های مختلفی مورد بررسی قرار گرفته است. نظریه‌های روان‌شناسان برای توسعه‌ی کارآفرینی، ویژگی‌های روان‌شناختی کارآفرینان را مورد توجه قرار داده و ویژگی‌های مشخص از جمله مخاطره‌پذیری، میل به استقلال‌طلبی، تحمل ابهام، اعتماد به نفس بالا، مرکز کنترل درونی و ... را شرط لازم برای کارآفرین می‌دانند. در نظریه‌های اقتصادی بیش‌تر به بحث نوآوری در تولید محصول و جلب سرمایه‌گذاری، ایجاد تعادل بین عرضه و تقاضا، ایجاد مبادله و گردش پول در اقتصاد، فراهم آوردن ابزار و تولید محصولات جدید قابل عرضه به بازار، تحمل عدم قطعیت، داشتن مهارت‌های مدیریتی، جابه‌جایی منابع اقتصادی بر اساس اصول بهره‌وری، آگاهی از فرصت‌های سودآور و کشف نشده اشاره کرده‌اند (Chowdhury, 2007: 240). در نظریه‌ی رفتاری، کارآفرینی یکی از اساسی‌ترین وسیله‌ی ارزش آفرینی شناخته شده است. طرفداران نظریه‌ی رفتاری، فرایند کارآفرینی را یک فرایند پیچیده دانسته که به شدت تحت تأثیر محیط و زمینه‌هاست (Imani Gheshlagh et al., 2012: 221). بر کامه‌ی نظریه‌های بالا، در ارتباط با عوامل مؤثر بر کارآفرینی و موانع آن، دیدگاه‌های متفاوتی وجود دارد؛ از جمله‌ی این دیدگاه‌ها می‌توان به موارد ذیل اشاره کرد:

ویژگی‌های فرد کارآفرین، عوامل و موانع تأثیرگذار بر آن

"لیتونن" (Littunen, 2000)، ویژگی‌های فرد کارآفرین را شامل توانایی خطرپذیری، نوآوری، دانش در زمینه‌ی فنون کار، بازار و بازاریابی، مهارت‌های مدیریت کسب و کار، توانایی برای همکاری، برداشت خوب نسبت به کسب و کار و توانایی برای شکار فرصت می‌داند. از طرفی، "مارکمن" و "بارون" (Markman and Baron, 2003)، عوامل اثرگذار بر موفقیت کارآفرینانه را مناسب بودن ویژگی‌های فردی کارآفرینان شامل خودیابی، فرصت‌شناسی، استقلال در کار، داشتن سرمایه‌ی انسانی و مهارت‌های اجتماعی می‌دانند.

"کیگوندو" (Kiggundu, 2002) عوامل اثرگذار بر موفقیت کارآفرینانه را به سه گروه ویژگی‌های شخصیتی کارآفرین، ویژگی‌های شرکت و محیط آن تقسیم کرده است. "واگنر" و "استرنبرگ" (Wagner and Sternberg, 2004)، عوامل اثرگذار بر فرایند کارآفرینی را به سه گروه عوامل کلان، خرد و ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان تقسیم کرده‌اند. "راشل" و همکاران (Russel et al, 2008)، در مطالعات خود بیان می‌کند که محیط کارآفرینی از عواملی مانند عوامل کلان اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و سیاسی تشکیل می‌شود که در تمایل و توانایی افراد برای انتخاب فعالیت‌های کارآفرینی اثرگذارند.

"لرنر" و "هابر" (Lerners and Haber, 2000)، عوامل اثرگذار بر موفقیت شرکت‌های کارآفرینانه را به چهار گروه ویژگی‌های فردی کارآفرینان، حمایت‌های مالی و مشورتی دولتی، جذابیت‌های محیطی محل فعالیت شرکت و تنوع خدمات قابل ارائه تقسیم کرده‌اند.

"فورتر" (Forter, 2006) عواملی مانند انگیزه‌ی پیش‌رفت، خلاقیت، ریسک‌پذیر بودن و تحمل ابهام را عوامل موثر بر توسعه‌ی کارآفرینی زنان روستایی قلمداد می‌کند؛ درحالی‌که "کابالا" (Cabala, 2008) توسعه‌ی فرهنگ کارآفرینی و آموزش کارآفرینی را از پیش‌نیازهای اصلی برای توسعه‌ی کارآفرینی زنان در روستاها به حساب می‌آورد. هم‌چنین، مطالعات بانک جهانی در زمینه‌ی توسعه‌ی کارآفرینی، نشان می‌دهد که برای تحقق کارآفرینی زنان در روستاها باید زمینه‌های دسترسی آسان به سرمایه، تشدید حمایت‌های فنی - تخصصی و بسترسازی فرهنگی صورت گیرد. (World Bank, 2002: 65-68) به عبارتی، بانک جهانی پیش‌نیاز توسعه‌ی کارآفرینی زنان روستایی را در ابعاد اقتصادی می‌داند.

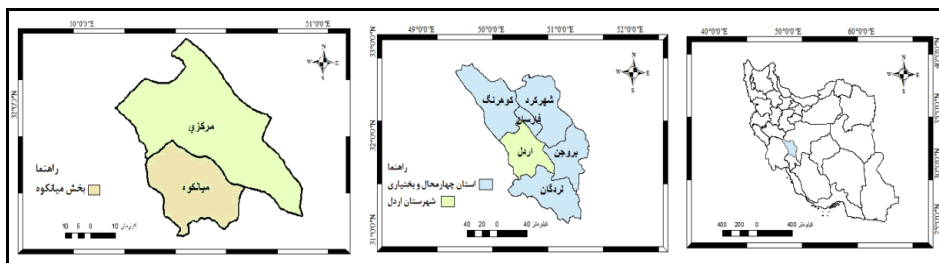
از دیگر موانع کارآفرینی به ویژه در مناطق روستایی، می‌توان به درون‌گرایی، انعطاف‌ناپذیری و ثبات در برابر تغییرات، عدم تمایل به ریسک‌پذیری در قالب فعالیت‌های کارآفرینی (Johannisson, 2002: 28)، ناآشنایی از عدم پذیرش و تشویق و نیز تأمین مالی کشاورزان، ارائه‌ی پیشنهادهای و طرح‌های بدون نقشه‌ی قبلی و طراحی نشده، عدم پاسخ سریع به ایده‌ها و پیشنهادهای جدید و فقدان سیستم پیشنهادها، عدم اطمینان از سرقت ایده‌ها، فقدان دورنمای مشترک از نوآوری، وجود تنش و نارضایتی، انزوای مدیریت ارشد (Heriot, 2002: 4)، گسستگی‌های درونی میان جامعه، ناآگاهی از چگونگی استفاده از دانش، منابع و شبکه‌های موجود برای ورود به محیط جدید (Edward and Stuart, 2004: 10)، عدم دسترسی به اطلاعات موثق و شفاف، ساختار مکانیکی، فقدان فرهنگ حمایت از کارآفرینی، فاصله با بازار و خدمات، شکاف در دسترسی به سرمایه، کاهش فرصت‌های شبکه‌ای و ارتباطی، نبود خوشه‌های صنعتی تسریع‌کننده‌ی نوآوری و شیوه‌ی زندگی سنتی و معیشتی که مانع نوآوری، خلاقیت و کارآفرینی می‌شود (Habbershon et al, 2006: 41)، اشاره کرد.

از نظر "دابسون" (Dabson, 2007) امروزه موانع عمده‌ی کارآفرینی زنان روستایی در فقدان ظرفیت‌سازی، فقدان توانمندسازی و فقدان تسریع رشد از طریق تحرک بخشی نهفته است؛ اما به باور "الیس" (Ellis, 2003)، فقدان دسترسی زنان به اعتبارات و خدمات حمایتی از موانع تأثیرگذار بر کارآفرینی زنان روستایی هستند. "کرونیس" (Cronies, 2006)، نبود نهادهای حمایت‌کننده و سازمان‌دهی ضعیف کارآفرینان زنان روستایی، پایین بودن سطح تحصیلات، وجود تبعیض در بازار

کار و وجود باورهای سنتی و کلیشه‌ای درباره‌ی زنان، از موانع مؤثر در توسعه و تقویت کارآفرینی زنان در مناطق روستایی است. از نظر "حیدری ساربان" (Heidari Sareban, 2012)، موانع مؤثر در کارآفرینی زنان روستایی در چهار عامل اصلی، که هر کدام زیرمجموعه‌هایی را نیز شامل می‌شوند، تقسیم می‌شوند: الف) موانع فردی (وضعیت تأهل، میزان تحصیلات)؛ ب) موانع اجتماعی - فرهنگی (حاکم بودن فرهنگ مردسالاری و باورهای کلیشه‌ای درباره‌ی زنان)؛ ج) موانع روان‌شناختی (پایین بودن اعتماد به نفس و خودباوری زنان روستایی، فقدان ریسک‌پذیری)؛ د) موانع اقتصادی (فقدان دسترسی به اعتبارات و پایین بودن میزان درآمد زنان روستایی). بنابراین می‌توان عنوان کرد: برای ایجاد کارآفرینی مؤثر روستایی، به ویژه در بین زنان، باید به ترکیبی از عوامل مؤثر توجه کرد تا تأثیرگذاری آن در محیط روستا بیش‌تر نمود یابد. به طور کلی، با توجه به مطالب ارائه‌شده، هدف از مطالعه‌ی حاضر، بررسی عوامل پیش‌برنده و بازدارنده‌ی توسعه‌ی کارآفرینی زنان روستایی بخش میان‌کوه شهرستان اردل است.

معرفی محدوده‌ی مطالعاتی

شهرستان اردل در طول شرقی ۵۰ درجه و ۱۰ دقیقه تا ۴۳ دقیقه طول شرقی و ۳۱ درجه و ۳۹ دقیقه تا ۳۲ درجه و ۱۳ دقیقه عرض شمالی واقع شده و از دو بخش مرکزی و میان‌کوه تشکیل شده است. (شکل ۱) بخش میان‌کوه ۶۰ آبادی را در بر گرفته که از این تعداد ۴۴ آبادی مسکونی و ۱۶ آبادی خالی از سکنه می‌باشند. جمعیت این بخش ۱۶۷۴۲ نفر بوده که از این تعداد ۸۳۸۱ نفر آن را گروه زنان تشکیل می‌دهد.



شکل ۱. موقعیت بخش میان‌کوه نسبت به استان چهارمحال و بختیاری و کشور ایران

روش پژوهش

این پژوهش از نظر نوع تحقیق، کاربردی، از نظر روش تحقیق، توصیفی - تحلیلی که به صورت پیمایشی انجام شده است، می‌باشد. زنان روستایی ساکن در بخش میان‌کوه شهرستان اردل واقع در استان چهارمحال و بختیاری، جامعه‌ی آماری این تحقیق را تشکیل می‌دهند. (N= ۸۳۸۱) حجم

نمونه از طریق فرمول "کوکران" ($d = 0/06$; $p \& q = 0/5$) و به روش تصادفی، با انتساب متناسب تعداد ۲۵۴ نفر ساکن در ۴۴ روستا، به عنوان نمونه تعیین گردید. ابزار اصلی این پژوهش، پرسشنامه‌ای است که روایی گویه‌ها توسط اعضای هیات علمی دانشگاه اصفهان (صوری) و هم‌چنین، با استفاده از روش تحلیل عاملی مورد تأیید قرار گرفته است. (جدول ۱) به منظور بررسی پایایی ابزار مورد تحقیق، یک مطالعه‌ی راهنما در خارج از نمونه‌ی مورد تحقیق، با تعداد ۳۰ پرسشنامه به عنوان یک مطالعه‌ی مقدماتی ترتیب داده شد. برای این‌که میزان اعتماد به ابزار اندازه‌گیری مشخص شود، از روش "آلفای کرونباخ" که مبتنی بر ماتریس همبستگی گویه‌هاست و ضریب کل طیف را می‌سنجد، استفاده شد. نتایج نشان داد که ضرایب آلفای کرونباخ ارزیابی شده با استفاده از نرم‌افزار SPSS برای بخش‌های مختلف پرسشنامه، بیان‌کننده‌ی قابلیت بالایی و اعتماد و اطمینان ابزار مورد تحقیق می‌باشد. جدول (۱) نشان‌دهنده‌ی آلفای کرونباخ و KMO برای مقیاس‌های مختلف است.

جهت گردآوری اطلاعات میدانی مورد نیاز، پرسشنامه‌ای که شامل سه بخش (بخش اول آن مربوط به اطلاعات توصیفی، بخش دوم آن مربوط عوامل پیش برنده‌ی توسعه‌ی کارآفرینی در بین زنان روستایی و بخش سوم مربوط عوامل بازدارنده‌ی توسعه‌ی کارآفرینی در بین زنان روستایی منطقه‌ی مورد مطالعه) بود، مورد استفاده قرار گرفت. لازم به ذکر است که مقیاس متغیرهای مورد مطالعه در سطح لیکرت می‌باشند. در این تحقیق برای تجزیه و تحلیل آماری از آمار توصیفی (فراوانی، میانگین، واریانس و انحراف معیار، درصد، بیشینه و کمینه) و هم‌چنین به منظور تعیین عوامل پیش برنده و بازدارنده‌ی توسعه‌ی کارآفرینی زنان روستایی از فن تحلیل عاملی استفاده شده است.

جدول ۱: محاسبه‌ی میزان پایایی و روایی مفاهیم اصلی به کار رفته در پژوهش

شاخص	آلفای کرونباخ	ضریب KMO	تعداد گویه‌ها
عوامل پیش برنده	۰/۹۵	۰/۸۳۲	۳۸
عوامل بازدارنده	۰/۹۴	۰/۸۱۲	۳۴

مأخذ: یافته‌های پژوهش تابستان ۱۳۹۲

یافته‌های تحقیق

- ویژگی‌های شخصی

نتایج جدول (۲) نشان می‌دهد، میانگین سن زنان روستایی مورد مطالعه، ۳۱/۳۸ سال و سطح سواد آن‌ها در حد دبیرستان می‌باشد. هم‌چنین، نما در متغیرهای تعداد اعضای باسواد، شاغل و زن شاغل در خانوار به ترتیب ۲ نفر، ۱ نفر و ۱ نفر می‌باشد.

جدول (۲): میانگین و انحراف معیار متغیرهای توصیفی تحقیق

متغیرها	میانگین	انحراف معیار	نما	بیش‌ترین	کم‌ترین
سن (سال)	۳۱/۳۸	۱۰/۰۸	-	۵۵	۱۹
تعداد اعضای خانوار	-	-	۵	۹	۲
سطح سواد*	-	-	۴	۵	۱
سطح سواد سرپرست خانوار*	-	-	۲	۵	۱
تعداد اعضای باسواد خانوار	-	-	۲	۷	۱
تأهل**	-	-	۲	-	-
تعداد اعضای شاغل خانوار	-	-	۱	۴	۱
تعداد زن شاغل خانوار	-	-	۱	۲	۱

مأخذ: یافته‌های پژوهش تابستان ۱۳۹۲، برای سطح سواد، با توجه به این‌که به صورت کیفی برآورد شده است لذا از آماره مد استفاده شده است (۱- بی‌سواد ۲- ابتدایی ۳- راهنمایی ۴- دبیرستان ۵- دیپلم ۶- بالاتر از دیپلم)؛ ** ۱ = مجرد و ۲ = متأهل.

نتایج جدول (۳) نشان می‌دهد اکثر افراد مورد مطالعه، زنان خانه‌دار (۵۲/۴ درصد کل پاسخ‌گویان) بوده و اکثر سرپرستان خانوارهای مورد مطالعه در بخش کشاورزی مشغول به فعالیت هستند.

جدول ۳: وضعیت اشتغال سرپرست خانوار و افراد مورد مطالعه

عنوان شغل	فرد مورد مطالعه		عنوان شغل	سرپرست خانوار	
	درصد	فراوانی		درصد	فراوانی
خانه‌دار	۵۲/۴	۱۳۳	کارمند	۳۸	۱۵
خیاط	۱۱	۲۸	کشاورز	۹۳	۳۶/۶
آرایشگر	۶/۳	۱۶	دامدار	۲۸	۱۱
کارمند	۱۱	۲۸	راننده	۳۶	۱۴/۲
کشاورز	۳/۱	۸	کارگر	۴۵	۱۷/۷
دامدار	۲/۴	۶	کشاورز، دامدار، کارگر	۱۴	۵/۵
قالی‌بافی	۷/۵	۱۹			
دانشجو	۶/۳	۱۶			
جمع کل	۱۰۰	۲۵۴		۲۵۴	۱۰۰

مأخذ: یافته‌های پژوهش تابستان ۱۳۹۲

نتایج نشان داد، ۴۱/۳ درصد دارای آشنایی در حد زیاد و خیلی زیادی با مفهوم کارآفرینی هستند. هم‌چنین ۱۹/۷ در حد کم و خیلی کم و ۳۹ درصد دارای آشنایی در حد متوسط با مفهوم کارآفرینی بودند. در رابطه با متغیر توانایی ایجاد مشاغل جدید، ۶/۷ درصد توانایی کم و بسیار کم،

۲۲/۴ درصد توانایی متوسط و ۷۰/۸ درصد دارای توانایی در حد زیاد و بسیار زیادی بودند. (جدول ۴)

جدول (۴): وضعیت متغیرهای مربوط به کارآفرینی مربوط به افراد مورد مطالعه

انحراف معیار	میانگین	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	
۱/۰۵	۲/۶۲	۱۸/۹	۲۲/۴	۳۹	۱۶/۹	۲/۸	آشنایی با مفهوم کارآفرینی
۰/۸۸۱	۳/۹۲	۲۸/۷	۴۲/۱	۲۲/۴	۶/۷	۰	توانایی ایجاد مشاغل جدید

مأخذ: یافته‌های پژوهش تابستان ۱۳۹۲

عوامل پیش برنده‌ی توسعه‌ی کارآفرینی زنان روستایی

برای بررسی همبستگی درونی و دسته‌بندی کردن عوامل مؤثر بر توسعه‌ی کارآفرینی زنان روستایی در منطقه مورد مطالعه، در قالب چند عامل محدود و تعیین مقدار واریانس تبیین شده توسط هر کدام از عوامل، از روش آماری تحلیل عاملی استفاده شد. هدف از این کار، دستیابی به ابعادی که به صورت پنهانی در مجموعه‌ی گویه‌ها وجود دارد ولی به آسانی قابل مشاهده نمی‌باشند، است.

آزمون KMO و "بارتلت" در این تحقیق برای عوامل پیش برنده‌ی توسعه‌ی کارآفرینی زنان روستایی، مقدار KMO برابر با (۰/۸۴۶) به دست آمد که نشان‌دهنده‌ی وضعیت مناسب داده‌ها برای تحلیل عاملی است. مقدار بارتلت نیز برابر با ۱۲۸۱/۶۲۲ به دست آمد که در سطح ۹۹ درصد اطمینان معنی‌دار بود.

تعیین تعداد و عوامل: برای تعیین تعداد و عوامل در این تحقیق، عواملی مورد پذیرش قرار گرفتند که مقدار ویژه‌ی آن‌ها بزرگ‌تر از یک باشد. بر این اساس، تعداد شش عامل که مقدار ویژه‌ی آن‌ها بزرگ‌تر از عدد یک بود، استخراج گردید. در جدول (۵) تعداد عوامل استخراج شده، مقدار ویژه‌ی هر یک از آن‌ها، درصد واریانس هر یک از عوامل و فراوانی تجمعی درصد واریانس عوامل آورده شده است.

مقدار ویژه: بیانگر سهم هر عامل از کل واریانس متغیرهاست و هرچه مقدار آن بزرگ‌تر باشد، نشان‌دهنده‌ی اهمیت و تأثیر بیش‌تر آن عامل است. نتایج جدول (۵) نشان می‌دهد که عامل اول بیش‌ترین سهم (۳۶/۳۹۱ درصد) را در تبیین واریانس کل متغیرهای مربوط به عوامل پیش برنده‌ی توسعه‌ی کارآفرینی زنان روستایی دارد.

جدول ۵: عامل‌های استخراج شده در خصوص عوامل پیش برنده‌ی توسعه کارآفرینی زنان روستایی در بخش میان کوه

عامل	مقدار ویژه	درصد واریانس مقدار ویژه	درصد تجمعی واریانس
اول	۱۲/۳۷۳	۳۶/۳۹۱	۳۶/۳۹۱
دوم	۳/۹۳۵	۱۱/۵۷۵	۴۷/۹۶۶
سوم	۲/۴۸۷	۷/۳۱۵	۵۵/۲۸۲
چهارم	۲/۱۴۶	۶/۳۱۲	۶۱/۵۹۳
پنجم	۱/۷۸۹	۵/۲۶۱	۶۶/۸۵۴
ششم	۱/۶۹۰	۴/۹۷۰	۷۱/۸۲۴

مأخذ: یافته‌های پژوهش، تابستان ۱۳۹۲

نتایج جدول ۵ نشان می‌دهد عامل اول و دوم به ترتیب ۳۶/۳۹۱ درصد و ۱۱/۵۷۵ درصد از واریانس کل متغیرها را تبیین کرده‌اند، به عبارتی، این دو عامل دارای بیش‌ترین تأثیر را در پیش‌برد توسعه‌ی کارآفرینی زنان روستایی در منطقه‌ی مورد مطالعه دارند. هم‌چنین، عامل سوم، چهارم، پنجم و ششم به ترتیب ۷/۳۱۵ درصد، ۶/۳۱۲ درصد، ۵/۲۶۱ درصد و ۴/۹۷۰ درصد از واریانس کل متغیرها را تبیین کرده‌اند. در مجموع، نتایج نشان می‌دهد شش عامل وارد شده، ۷۱/۸۲۴ درصد از واریانس کل متغیرهای مربوط به عوامل پیش برنده‌ی توسعه‌ی کارآفرینی زنان روستایی در بخش میان کوه را تبیین کرده‌اند.

چرخش عامل‌ها: در پژوهش حاضر برای چرخش عامل‌ها از روش "وریمایکس" استفاده شد. در این مرحله متغیرهایی که بار عاملی بزرگ‌تر از ۰/۵۰ دارند، معنی‌دار فرض شده که در جدول ۶ نشان داده شده‌اند.

نام‌گذاری عامل‌ها:

عامل اول: با توجه به جدول (۶)، ملاحظه می‌شود که هشت متغیر در عامل اول بارگذاری شده‌اند که شامل متغیر سهولت دسترسی به سرمایه و منابع مالی، فراهم بودن سرمایه (در اختیار داشتن سرمایه)، برخورداری از تخفیف‌های مالیاتی در ایجاد کارگاه‌ها و مشاغل جدید، اعطای وام‌های بی‌بازگشت یا با بهره‌ی پایین، بازاریابی محصولات تولیدشده، بالا بودن درآمد ناخالص از شغل اصلی سرپرست خانوار، دریافت یا تأمین سرمایه‌ی اولیه و ارائه‌ی وام‌های مخصوص کارآفرینی بدون وثیقه است. این متغیرها ۳۶/۳۹۱ درصد از واریانس کل عوامل پیش برنده‌ی توسعه‌ی کارآفرینی زنان روستایی در منطقه‌ی مورد مطالعه را تبیین می‌کنند. به طور کلی، با توجه به عوامل بارگذاری شده در این دسته، این مورد "عامل اقتصادی" نام‌گذاری شد.

عامل دوم: همان‌طور که ملاحظه می‌شود (جدول ۶)، پنج متغیر عضویت در گروه‌های ثانویه (شورای روستا، هسته‌ی مشورتی مسجد و هیات امنای مسجد)، استفاده از تجارب کارآفرینان محلی، افزایش ارتباط با کارآفرینان موفق، افزایش سطح ارتباط و صمیمیت بین زنان روستا و تقویت ارتباطات زنان روستایی با سازمان‌های مرتبط با کارآفرینی، در یک گروه یا عامل بارگذاری شده‌اند. این متغیرها در مجموع ۱۱/۵۷۵ درصد از واریانس کل را برای عوامل پیش برنده‌ی توسعه‌ی کارآفرینی زنان روستایی، تبیین می‌کنند. متغیرهایی که در این عامل بارگذاری شده‌اند بیش‌تر بر وضعیت اجتماعی تمرکز دارند؛ از این رو عامل دوم در این مطالعه "عامل اجتماعی" نام‌گذاری شد.

عامل سوم: با توجه به این‌که چهار متغیر گسترش و توسعه‌ی حمل و نقل، فراهم کردن بسترها و زیرساخت‌ها مناسب (برق، تلفن و جاده)، ارائه‌ی فناوری‌ها و اطلاعات جدید به زنان روستایی و مشخص کردن یک مکان خاص و ارائه‌ی زیرساخت‌های فیزیکی آن (دارای قدرت تبیین ۷/۳۱۵ درصد از واریانس کل برای عوامل پیش برنده‌ی توسعه‌ی کارآفرینی زنان روستایی مورد مطالعه)، وارد شده در گروه سوم، هر کدام به نوعی نشانگر عوامل زیرساختی در توسعه‌ی کارآفرینی می‌باشند، لذا عامل سوم "عامل زیرساخت" نام‌گذاری گردید.

عامل چهارم: متغیرهای برگزاری دوره‌های آموزشی-مهارتی، آشنایی با کانال‌ها و منابع اطلاعاتی، پوشش فراگیر رسانه‌های جمعی، وجود انجمن‌های کارآفرینی در مناطق روستایی و انتقال دانش کارآفرینان موفق منطقه به افراد عادی که در عامل چهارم بارگذاری شده‌اند، مجموعاً ۶/۳۱۲ درصد از واریانس کل را تبیین می‌نمایند. توجه به متغیرهای بارگذاری شده در این عامل (جدول ۶)، تداعی‌کننده‌ی عامل ترویجی است. از این رو عامل چهارم در این مطالعه، "عامل ترویجی" نام‌گذاری گردید.

عامل پنجم: واقع‌شدن هشت متغیر مصمم و سرسخت بودن در ایجاد شغل جدید، انضباط و نظم در کارها، اصرار بر حل مساله، آمادگی برای از دست دادن منابع، توجه کامل و غرق شدن در کار، اعتماد به نفس در پذیرش مسؤلیت و کار، ارائه‌ی راه‌حل‌های منطقی برای حل مشکلات و توانایی شناخت دقیق نیازهای بازار و مصرف، که تبیین‌کننده‌ی ۵/۲۶۱ درصد از واریانس کل برای عوامل پیش برنده‌ی توسعه‌ی کارآفرینی زنان روستایی مورد مطالعه می‌باشند، بیش‌تر مبین عوامل فردی و رفتاری در توسعه‌ی کارآفرینی است. لذا، عامل مذکور "فردی - رفتاری" نام‌گذاری شد.

عامل ششم: همان‌طور که مشاهده می‌شود (جدول ۶)، چهار متغیر کیفیت آب و هوای منطقه، شناسایی منابع موجود در منطقه، وجود منابع اولیه در منطقه و شناسایی الگوی مناسب با شرایط غالب محیطی، با تبیین ۴/۹۷۰ درصد از واریانس کل برای عوامل پیش برنده‌ی توسعه‌ی

کارآفرینی زنان روستایی مورد مطالعه، به عنوان آخرین عامل تأثیرگذار در پیش برد توسعه‌ی کارآفرینی زنان روستایی بخش میان‌کوه، شناسایی شده‌اند. از آن‌جا که هر یک از متغیرهای بالا به نوعی به شرایط محیطی گرایش دارند؛ لذا، عامل ششم، "محیطی" نام‌گذاری گردید.

جدول ۶: نام‌گذاری عامل‌ها، ضرایب عاملی، عامل‌های پیش برنده و متغیرهای مربوط به آن‌ها

عامل	مؤلفه	بار عاملی
اقتصادی (۳۶/۳۹۱)	سهولت دسترسی به سرمایه و منابع مالی	۰/۵۳۰
	فراهم بودن سرمایه (در اختیار داشتن سرمایه)	۰/۶۷۰
	برخورداری از تخفیف‌های مالیاتی در ایجاد کارگاه‌ها و مشاغل جدید	۰/۶۵۰
	اعطای وام‌های بی‌بازگشت یا با بهره‌ی پایین	۰/۶۲۰
	بازاریابی محصولات تولید شده	۰/۵۸۸
	بالا بودن درآمد ناخالص از شغل اصلی سرپرست خانوار	۰/۶۷۸
	دریافت یا تأمین سرمایه‌ی اولیه	۰/۶۴۳
	ارائه وام‌های مخصوص کارآفرینی بدون وثیقه	۰/۷۴۸
اجتماعی (۱۱/۵۷۵)	عضویت در گروه‌های ثانویه (شورای روستا، هسته‌ی مشورتی مسجد و هیات امنای مسجد)	۰/۶۹۸
	استفاده از تجارب کارآفرینان محلی	۰/۷۰۹
	افزایش ارتباط با کارآفرینان موفق	۰/۶۹۹
	افزایش سطح ارتباط و صمیمیت بین زنان روستا	۰/۵۰۲
زیرساختی (۷/۳۱۵)	تقویت ارتباطات زنان روستایی با سازمان‌های مرتبط با کارآفرینی	۰/۸۱۰
	گسترش و توسعه حمل‌ونقل	۰/۷۱۲
	فراهم کردن بسترها و زیرساخت‌ها مناسب (برق، تلفن و جاده)	۰/۸۲۳
	ارائه فناوری‌ها و اطلاعات جدید به زنان روستایی	۰/۶۴۲
	مشخص کردن یک مکان خاص و ارائه زیرساخت‌های فیزیکی آن	۰/۶۹۱
ترویجی (۶/۳۱۲)	برگزاری دوره‌های آموزشی - مهارتی	۰/۷۵۲
	آشنایی با کانال‌ها و منابع اطلاعاتی	۰/۵۷۱
	پوشش فراگیر رسانه‌های جمعی	۰/۵۷۸
	وجود انجمن‌های کارآفرینی در مناطق روستایی	۰/۷۷۵
فردی و رفتاری (۵/۲۶۱)	انتقال دانش کارآفرینان موفق منطقه به افراد عادی	۰/۷۳۵
	مصمم و سرسخت بودن در ایجاد شغل جدید	۰/۷۱۳
	انضباط و نظم در کارها	۰/۵۵۷
	اصرار بر حل مساله	۰/۵۶۶
	آمادگی برای از دست دادن منابع	۰/۶۴۵
	توجه کامل به کار و غرق شدن در کار	۰/۶۲۶

۰/۶۴۶	اعتمادبه‌نفس در پذیرش مسؤلیت و کار	
۰/۵۹۶	ارائه‌ی راه‌حل‌های منطقی برای حل مشکلات	
۰/۵۱۲	توانایی شناخت دقیق نیازهای بازار و مصرف	
۰/۵۶۰	کیفیت آب و هوای منطقه	
۰/۵۳۸	شناسایی منابع موجود در منطقه	محیطی
۰/۶۴۵	وجود منابع اولیه در منطقه	(۴/۹۷۰)
۰/۵۹۹	شناسایی الگوی مناسب با شرایط غالب محیطی	

مأخذ: یافته‌های پژوهش تابستان ۱۳۹۲

عوامل بازدارنده‌ی توسعه‌ی کارآفرینی زنان روستایی

برای بررسی همبستگی درونی و دسته‌بندی کردن عوامل بازدارنده بر توسعه‌ی کارآفرینی زنان روستایی بخش میان‌کوه شهرستان اردل، در قالب چند عامل محدود و تعیین مقدار واریانس تبیین شده توسط هر کدام از عوامل، از روش آماری تحلیل عاملی استفاده شد.

آزمون KMO و بارتلت: در این تحقیق برای عوامل بازدارنده بر توسعه‌ی کارآفرینی زنان روستایی بخش میان‌کوه شهرستان اردل مقادیر KMO و بارتلت به ترتیب ۰/۸۶۴ و ۱۵۳۶/۲۵۱ به دست آمد که نشان‌دهنده‌ی وضعیت مناسب داده‌ها برای انجام تحلیل عاملی می‌باشند.

تعیین تعداد و عوامل: در پژوهش حاضر، در بخش بررسی عوامل بازدارنده بر توسعه‌ی کارآفرینی زنان روستایی مورد مطالعه، شش عامل که مقدار ویژه آن‌ها بزرگ‌تر از عدد یک بود، استخراج گردید. تعداد عوامل استخراج شده، مقدار ویژه هر یک از آن‌ها، درصد واریانس هر یک از عوامل و فراوانی تجمعی درصد واریانس عوامل در جدول (۷) نشان داده شده است.

مقدار ویژه: بیانگر سهم هر عامل از کل واریانس متغیرهاست. نتایج جدول (۷) نشان می‌دهد در بین عامل‌های بازدارنده‌ی کارآفرینی در بین زنان روستایی منطقه‌ی مورد مطالعه، عوامل اول و دوم به ترتیب با مقادیر ۱۹/۶۳۴ درصد و ۱۶/۶۱۶ درصد، بیش‌ترین و عوامل پنجم و ششم به ترتیب با مقادیر ۸/۲۵۹ درصد و ۶/۹۸۸ درصد، کم‌ترین سهم را در تبیین واریانس کل متغیرهای عوامل بازدارنده بر توسعه‌ی کارآفرینی زنان روستایی دارند. هم‌چنین، نتایج نشان می‌دهد شش عامل بازدارنده‌ی توسعه‌ی کارآفرینی زنان روستایی بخش میان‌کوه، در مجموع ۶۸/۷۸۴ درصد از کل واریانس متغیرهای این بخش را تبیین می‌نمایند.

جدول ۷: عامل‌های بازدارنده‌ی توسعه‌ی کارآفرینی زنان روستایی استخراج‌شده در بخش میان-

کوه شهرستان اردل

عامل	مقدار ویژه	درصد واریانس مقدار ویژه	درصد تجمعی واریانس
اول	۷/۶۴۱	۱۹/۶۳۴	۱۹/۶۳۴

۳۶/۲۴۹	۱۶/۶۱۶	۶/۳۱۴	دوم
۴۵/۰۹۹	۸/۸۴۹	۳/۳۶۳	سوم
۵۳/۶۲۸	۸/۵۲۹	۳/۲۴۱	چهارم
۶۱/۸۸۶	۸/۲۵۹	۳/۱۳۸	پنجم
۶۸/۷۸۴	۶/۹۸۸	۲/۲۶۱	ششم

مأخذ: یافته‌های پژوهش، تابستان ۱۳۹۲

چرخش عامل‌ها: در پژوهش حاضر برای این منظور از روش "وریمایکس" استفاده شد. به این صورت که متغیرهایی که بار عاملی آن‌ها بزرگ‌تر از $0/50$ بود، معنی‌دار فرض شده که هر یک از آن‌ها با بار عاملی خود، در مقابل عامل اصلی مربوطه در جدول ۸ آورده شده است. نام‌گذاری عامل‌ها:

عامل اول: همان‌طور که ملاحظه می‌شود (جدول ۸)، ده متغیر ناامنی اجتماعی برای حضور زنان در بازار، محدودیت‌های اجتماعی - فرهنگی برای فعالیت زنان در بازار و تجارت، نگاه نه چندان مثبت به حضور زنان در بازار آزاد کار و تجارت، عدم موافقت خانواده برای حضور زنان در بازار کسب‌وکار و تجارت، وظایف زیاد زنان در خانواده، اجازه ندادن همسر به اشتغال زنان در بازار و امور تجارت، وابسته بودن زنان به نظرات همسر و سرپرست خانوار، عدم باور جامعه به توان زنان در بازار کار، عدم باور جامعه به توان زنان در امر نوآوری و کارآفرینی و نبود صنف یا سازمان غیردولتی پشتیبان زنان کارآفرین، با تبیین $36/391$ درصد از واریانس کل عوامل بازدارنده بر توسعه‌ی کارآفرینی زنان روستایی بخش میان‌کوه شهرستان اردل، در گروه ۱ بارگذاری شده‌اند. با توجه به عوامل بارگذاری شده در این عامل، نام "اجتماعی- فرهنگی" برای این عامل انتخاب گردید.

عامل دوم: هفت متغیر نداشتن پشتوانه‌ی مالی و پس‌انداز کافی، نداشتن وثیقه و ضامن برای استفاده از اعتبارات دولتی، عدم تنوع در فعالیت‌های اقتصادی روستا، عدم توانایی جهت پیگیری امور بانکی، عدم توانایی در رقابت با مردان در عرصه‌ی تجارت و اقتصاد، عدم امکان راه‌اندازی مشاغل مورد علاقه‌ی زنان در منطقه و نبود بازار محلی یا ظرفیت پایین بازار محلی برای متنوع شدن فعالیت‌های اقتصادی، که هر کدام به نوعی بر عوامل اقتصادی دلالت دارند، در یک گروه قرار می‌گیرند که سبب شد عامل دوم "عامل اقتصادی" نام‌گذاری گردد. لازم به ذکر است متغیرهای فوق مجموعاً $16/616$ درصد از واریانس کل عوامل بازدارنده بر توسعه‌ی کارآفرینی زنان روستایی بخش میان‌کوه شهرستان اردل را تبیین می‌نمایند.

عامل سوم: شش متغیر پایین بودن سطح سواد زنان روستایی، عدم وجود کلاس‌های تخصصی مربوط به کارآفرینی زنان، کمبود دانش فنی و مهارت تخصص در بین زنان، پایین بودن دانش

مربوط به مباحث مالی در بین زنان، عدم دسترسی به اطلاعات و فناوری‌های نوین و نداشتن مدیریت کافی در ایجاد کسب و کارهای جدید در بین زنان، در عامل سوم قرار گرفته‌اند. در مجموع متغیرهای واقع در این عامل توان تبیین ۸/۸۴۹ درصد از واریانس کل عوامل بازدارنده بر توسعه‌ی کارآفرینی زنان روستایی بخش میان‌کوه شهرستان اردل را داشته‌اند. با توجه به تمرکز شش متغیر مذکور در زمینه‌های آموزشی و مدیریتی، عامل سوم "آموزشی - مدیریتی"، نام‌گذاری شد.

عامل چهارم: نتایج جدول ۸ نشان می‌دهد، پنج متغیر واقع در عامل چهارم (پایین بودن سطح خلاقیت و نوآوری در ایجاد کارهای نو، عدم شناسایی به موقع زنان در زمینه‌ی فرصت‌های محلی موجود برای ایجاد کسب‌وکار جدید، ناتوانی زنان در مقابله با مشکلات یا رویدادهای پیش‌بینی نشده، پایین بودن سطح ریسک جهت ایجاد اشتغال جدید و نداشتن تصویری روشن از آینده‌ی شغل‌های جدید)، ۸/۵۲۹ درصد واریانس کل عوامل بازدارنده بر توسعه‌ی کارآفرینی زنان روستایی بخش میان‌کوه شهرستان اردل را تبیین کرده که با دقت در متغیرهای بالا، گرایش آن‌ها به سوی عوامل روان‌شناختی مشاهده می‌گردد. لذا، عامل مذکور "عامل روان‌شناختی" نام‌گذاری گردید.

عامل پنجم: شش متغیر عدم دسترسی به نهاده‌های تولیدی مثل زمین یا نیروی کار متخصص، دسترسی پایین به متخصصان و مشاوران فنی، مهارت پایین در زمینه‌ی استفاده از ابزارآلات و فناوری نوین، عدم دسترسی به فناوری‌های جدید، عدم استفاده از فناوری‌های جدید و عدم ارتباط کافی با زنان کارآفرین موفق، در عامل پنجم بارگذاری شده‌اند. متغیرهای فوق با تبیین ۸/۲۵۹ درصد از واریانس کل عوامل بازدارنده بر توسعه‌ی کارآفرینی زنان روستایی بخش میان‌کوه شهرستان اردل، نشان‌گر عوامل فنی بوده، لذا عامل پنجم، "عامل فنی" نام‌گذاری شد.

عامل ششم: همان‌طور که در جدول ۸ قابل مشاهده است، متغیرهای وجود قوانین محدودکننده برای حضور فعال زنان در امور اقتصادی و تجاری (بازار کار)، وجود محدودیت‌های زیاد برای فعالیت‌های اقتصادی مستقل زنان در جامعه، نبود یک سازمان متولی خاص که حامی زنان کارآفرین در مناطق روستایی کشور باشد و نبود جایگاه مناسب زنان به ویژه زنان روستایی در سیاست‌های توسعه‌ی کشور، ۶/۹۸۸ درصد واریانس کل عوامل بازدارنده بر توسعه‌ی کارآفرینی زنان روستایی بخش میان‌کوه شهرستان اردل را تبیین کرده‌اند. دقت در متغیرهای یاد شده که هر کدام به نوعی تداعی‌کننده‌ی عامل سیاست‌گذاری‌ها می‌باشند، سبب گردید تا عامل ششم "سیاست گذاری" نام‌گذاری گردد.

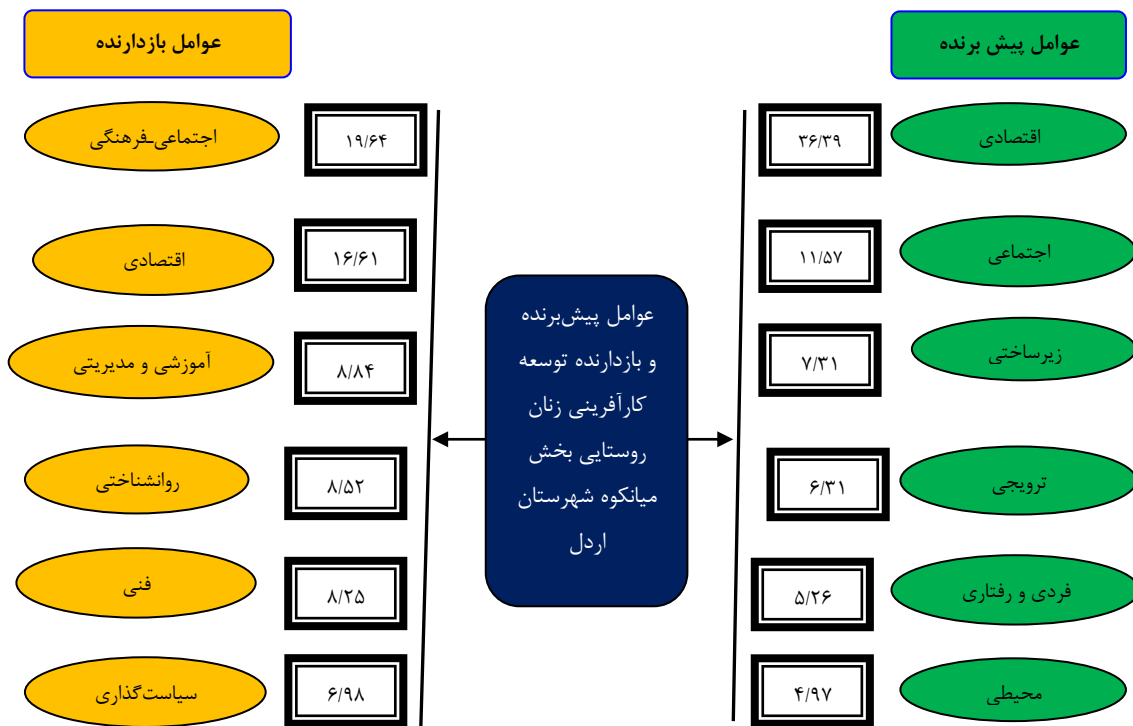
جدول ۸: نام‌گذاری عامل‌ها، ضرایب عاملی دوران یافته عامل‌های بازدارنده و متغیرهای مربوط به آن‌ها

بار عاملی	مؤلفه	عامل
۰/۷۵۲	نام‌ی اجتماعی برای حضور زنان در بازار	اجتماعی - فرهنگی (۱۹/۶۳۴)
۰/۶۰۳	محدودیت‌های اجتماعی - فرهنگی برای فعالیت زنان در بازار و تجارت	
۰/۵۷۱	نگاه نه چندان مثبت به حضور زنان در بازار آزاد کار و تجارت	
۰/۶۰۲	عدم موافقت خانواده برای حضور زنان در بازار کسب‌وکار و تجارت	
۰/۵۱۴	وظایف زیاد زنان در خانواده	
۰/۶۳۷	اجازه ندادن همسر به اشتغال زنان در بازار و امور تجارت	
۰/۷۳۶	وابسته بودن زنان به نظرات همسر و سرپرست خانوار	
۰/۶۷۶	عدم باور جامعه به توان زنان در بازار کار	
۰/۶۵۸	عدم باور جامعه به توان زنان در امر نوآوری و کارآفرینی	
۰/۶۴۴	نبود صنف یا سازمان غیردولتی پشتیبان زنان کارآفرین	
۰/۶۸۴	نداشتن پشتوانه مالی و پس‌انداز کافی	اقتصادی (۱۶/۶۱۶)
۰/۵۸۷	نداشتن وثیقه و ضامن برای استفاده از اعتبارات دولتی	
۰/۶۷۰	عدم تنوع در فعالیت‌های اقتصادی روستا	
۰/۶۷۶	عدم توانایی جهت پیگیری امور بانکی	
۰/۵۴۷	عدم توانایی در رقابت با مردان در عرصه‌ی تجارت و اقتصاد	
۰/۶۲۳	عدم امکان راه‌اندازی مشاغل مورد علاقه‌ی زنان در منطقه	
۰/۵۶۸	نبود بازار محلی یا ظرفیت پایین بازار محلی برای متنوع شدن فعالیت‌های اقتصادی	
۰/۷۰۴	پایین بودن سطح سواد زنان روستایی	آموزشی - مدیریتی (۸/۸۴۹)
۰/۵۸۳	عدم وجود کلاس‌های تخصصی مربوط به کارآفرینی زنان	
۰/۶۶۳	کمبود دانش فنی و مهارت تخصص در بین زنان	
۰/۷۱۷	پایین بودن دانش مربوط به مباحث مالی در بین زنان	
۰/۷۷۹	عدم دسترسی به اطلاعات و فناوری‌های نوین	
۰/۷۷۴	نداشتن مدیریت کافی در ایجاد کسب و کارهای جدید در بین زنان	
۰/۷۸۴	پایین بودن سطح خلاقیت و نوآوری در ایجاد کارهای نو	روان‌شناختی (۸/۵۲۹)
۰/۷۲۸	عدم شناسایی فرصت‌های محلی موجود برای ایجاد کسب‌وکار جدید	
۰/۹۰۴	ناتوانی زنان در مقابله با مشکلات یا رویدادهای پیش‌بینی نشده	
۰/۷۵۲	پایین بودن سطح ریسک جهت ایجاد اشتغال جدید	
۰/۷۷۸	نداشتن تصویری روشن از آینده‌ی شغل‌های جدید	
۰/۸۴۴	عدم دسترسی به نهاده‌های تولیدی مثل زمین یا نیروی کار متخصص	فنی (۸/۲۵۹)
۰/۵۹۵	دسترسی پایین به متخصصان و مشاوران فنی	
۰/۸۱۲	مهارت پایین در زمینه‌ی استفاده از ابزارآلات و فناوری نوین	
۰/۸۳۲	عدم دسترسی به فناوری‌های جدید	
۰/۶۴۰	عدم استفاده از فناوری‌های جدید	
۰/۵۰۶	عدم ارتباط کافی با زنان کارآفرین موفق	

۰/۵۷۲	وجود قوانین محدودکننده برای حضور فعال زنان در امور اقتصادی و تجاری (بازار کار)	
۰/۶۷۲	وجود محدودیت‌های زیاد برای فعالیت‌های اقتصادی مستقل زنان در جامعه	سیاست‌گذاری
۰/۷۰۱	نبود یک سازمان متولی خاص که حامی زنان کارآفرین در مناطق روستایی کشور باشد	(۶/۹۸۸)
۰/۶۸۷	نبود جایگاه مناسب زنان به ویژه زنان روستایی در سیاست‌های توسعه‌ی کشور	

مأخذ: یافته‌های پژوهش تابستان ۱۳۹۲

نتایج تحلیل عاملی نشان می‌دهد که عوامل پیش برنده‌ی توسعه‌ی کارآفرینی زنان روستایی بخش میان‌کوه، بیش‌تر از عوامل بازدارنده‌ی آن بوده است که نویدبخش وجود زمینه‌های مساعدتری برای توسعه‌ی کارآفرینی در محدوده‌ی مورد مطالعه است، که در صورت تدوین برنامه‌های مناسب و رفع موانع مطرح‌شده، می‌توان به توسعه‌ی کارآفرینی در منطقه امیدوار شد. جمع‌بندی مربوط به عوامل پیش برنده و بازدارنده‌ی توسعه‌ی کارآفرینی زنان روستایی بخش میان‌کوه در شکل (۲) ارائه شده است:



شکل ۲: مدل تجربی عوامل پیش برنده و بازدارنده‌ی توسعه‌ی کارآفرینی زنان روستایی بخش

میان‌کوه همراه با سهم هر یک از عوامل

بحث و نتیجه گیری

کارآفرینی زنان روستایی ابزاری برای ارتقای توانمندسازی، پایداری مکان‌های زندگی روستایی، افزایش درآمد، بهره‌برداری مناسب از منابع در دسترس، شناسایی هرچه بیشتر فرصت‌های موجود اقتصادی، کاهش فقر روستایی، فراهم نمودن زمینه‌های رشد اقتصادی، افزایش مشارکت، توزیع مناسب درآمد و غیره است. بنابراین، برای تقویت هرچه بیشتر کارآفرینی، به ویژه کارآفرینی زنان روستایی و به دنبال آن توسعه‌ی مناطق روستایی، مطالعه‌ی موانع پیش‌روی کارآفرینان و عوامل مؤثر بر توسعه‌ی آن در بین زنان روستایی دارای اهمیت بسیار زیادی است. لذا با توجه به اهمیت موضوع، هدف از مطالعه‌ی حاضر، بررسی عوامل پیش برنده و بازدارنده‌ی توسعه‌ی کارآفرینی زنان روستایی می‌باشد که این مطالعه به صورت مورد در بین زنان روستایی بخش میان‌کوه شهرستان اردل انجام گرفته است.

نتایج بررسی عوامل پیش برنده‌ی کارآفرینی زنان در محدوده‌ی مورد مطالعه نشان داد، شش عامل اصلی در توسعه‌ی کارآفرینی زنان در مناطق روستایی بخش میان‌کوه تأثیر دارند که به ترتیب اهمیت عبارت‌اند از: عوامل اقتصادی (۳۶/۳۹۱ درصد)، اجتماعی (۱۱/۵۷۵ درصد)، زیرساختی (۷/۳۱۵ درصد)، ترویجی (۶/۳۱۲ درصد)، فردی و رفتاری (۵/۲۶۱ درصد) و محیطی (۴/۹۷۰ درصد). لازم به ذکر است عوامل بالا در مجموع ۷۱/۸۲۴ درصد از واریانس کل را تبیین می‌کنند.

از دلایل اصلی قرار گرفتن عامل اقتصادی به عنوان مهم‌ترین عامل پیش برنده‌ی کارآفرینی در محدوده‌ی مورد مطالعه، می‌توان به اهمیت مباحث اقتصادی در ایجاد، گسترش و توسعه‌ی کارآفرینی، با توجه به مشکلات متعدد اقتصادی در منطقه (از جمله: نبود و یا کمبود سرمایه‌ی اولیه جهت فعالیت‌های کارآفرینی، دسترسی دشوار به تسهیلات بانکی با توجه به نیاز به وثیقه‌های سنگین و ضامن‌های متعدد و معتبر، بالا بودن نرخ بهره‌ی بانکی، در نظر نگرفتن تخفیف‌های مالیاتی ویژه، وجود واسطه‌های متعدد برای عرضه‌ی تولیدات به دلیل نبود و یا ضعف بازار متمرکز و ...) اشاره کرد. لذا، با توجه به این‌که عامل اقتصادی و اجتماعی از نظر پاسخ‌گویان دارای بیش‌ترین تأثیر در پیش‌برد توسعه‌ی کارآفرینی بوده‌اند، باید دو عامل یاد شده در مرکز توجه مسؤولان و برنامه‌ریزان منطقه قرار گیرند. بنابراین، پیشنهادهای زیر جهت تقویت کارآفرینی منطقه ارائه می‌گردد: تسهیل دسترسی به سرمایه و منابع مالی برای زنان روستایی. اتخاذ سیاست‌های تخفیف مالیاتی در ایجاد کارگاه‌ها و مشاغل جدید. اعطای وام‌های بی‌برگشت یا با بهره‌ی پایین. بازاریابی محصولات تولیدشده در سطوح محلی، منطقه‌ای، ملی و حتا جهانی. ارائه‌ی وام‌های مخصوص کارآفرینی بدون وثیقه یا با وثیقه‌ی پایین. زمینه‌سازی برای حضور و مشارکت هر چه بیشتر زنان

روستایی در گروه‌های ثانویه از قبیل شورای روستا، هسته‌ی مشورتی مسجد و هیات امنای مسجد. فراهم کردن زمینه‌ی آشنایی بیش‌تر با کارآفرینان محلی به ویژه کارآفرینان موفق جهت استفاده از تجرب آن‌ها با استفاده از برگزاری کلاس‌های آموزشی در مدارس و یا حتا مساجد روستاها. افزایش سطح ارتباط و صمیمیت بین زنان روستا و تقویت ارتباط‌های زنان روستایی با سازمان‌های مرتبط با کارآفرینی. لازم به ذکر است جهت توسعه‌ی هر چه بیش‌تر کارآفرینی در منطقه، تنها توجه به دو عامل اقتصادی و اجتماعی کافی نبوده و باید دیگر عوامل (چهار عامل زیرساختی، ترویجی، فردی و رفتاری و محیطی)، نیز مورد توجه و تقویت گردند.

در بررسی عوامل بازدارنده‌ی کارآفرینی در بین زنان روستایی بخش میان‌کوه، شش عامل شناسایی گردید که به ترتیب اهمیت عبارت‌اند از: عوامل اجتماعی - فرهنگی (۱۹/۶۳۴)، اقتصادی (۱۶/۶۱۶)، آموزشی - مدیریتی (۸/۸۴۹)، روان‌شناختی (۸/۵۲۹)، فنی (۸/۲۵۹) و سیاست‌گذاری (۶/۹۸۸). عوامل بیان شده در مجموع ۶۸/۷۸۴ درصد از واریانس کل را تبیین کرده‌اند. همان‌طور که مشاهده می‌شود موانع اجتماعی - فرهنگی به عنوان مهم‌ترین عامل بازدارنده‌ی توسعه‌ی کارآفرینی زنان روستایی در بخش میان‌کوه مطرح می‌باشند. دلایل اصلی این امر را به محدودیت‌های اجتماعی - فرهنگی از جمله دید منفی به حضور زنان در بازار کار و تجارت، اعتقاد نه چندان زیاد به توانایی‌های زنان در زمینه‌ی کارآفرینی، نبود صنف یا سازمان‌های پشتیبان حقوق زنان کارآفرین، محدودیت‌های خانوادگی، ناامنی‌های اجتماعی زنان برای فعالیت در مراکز و کارگاه‌ها و حتی مناطق دورافتاده و ... اشاره کرد. رفع این موانع به طرق مختلف می‌تواند راه‌گشای توسعه‌ی کارآفرینی در منطقه باشد. بنابراین، باید سعی شود با برنامه‌ریزی‌های مناسب، موانع مذکور تا حد توان کاهش و در نهایت به حداقل ممکن برسند. نکته قابل توجهی که در برنامه‌ریزی مذکور باید مد نظر برنامه‌ریزان و مسؤولان امر قرار بگیرد این است که تقویت عامل اجتماعی - فرهنگی و بعد از آن عامل اقتصادی، که از نظر پاسخگویان مهم‌ترین موانع توسعه‌ی کارآفرینی زنان هستند، در اولویت قرار گیرند. بنابراین، جهت تضعیف دو عامل مذکور پیشنهادهایی بدین صورت ارائه می‌گردد: زمینه‌سازی برای حضور بیش‌تر زنان در بازار کار به ویژه در مشاغل که زنان به آسانی و حتا بهتر از مردان، از عهده‌ی آن برمی‌آیند؛ از جمله صنایع دستی، فرش‌بافی، خیاطی و... تضعیف تدریجی باورهای سنتی رایج در منطقه (از جمله‌ی این باورها می‌توان به این مهم اشاره کرد که فقط مردان، نان‌آور خانه بوده و حق کار و فعالیت در بیرون از منزل را دارند)؛ دعوت از کارآفرینان نمونه‌ی زن در سطح شهرستان، استان و حتا کشور به منطقه جهت آشنایی و زمینه‌سازی برای ورود تدریجی زنان به بازار کار و تجارت. تقسیم کار و کاهش وظایف زنان در منزل. توجه و اهمیت بیش‌تر به نظرات زنان. تأسیس صنف یا سازمان‌های دولتی و غیردولتی برای

پشتیبانی از زنان کارآفرین؛ برگزاری کلاس‌های آموزشی جهت تقویت پذیرش زنان در بازار کار و تجارت. رفع موانع دسترسی به منابع مالی از طریق احداث صندوق‌های قرض‌الحسنه روستایی و احداث مؤسسات بانکی در نقاط روستایی. احداث بازارهای محلی روزانه و هفتگی جهت عرضه‌ی تولیدات بومی.

شایان‌ذکر است که جهت توسعه‌ی کارآفرینی در بین زنان روستایی بخش میان‌کوه، رفع موانع اجتماعی - فرهنگی و اقتصادی کافی نبوده و باید کاهش و رفع سایر موانع (موانع آموزشی - مدیریتی، روان‌شناختی، فنی و سیاست‌گذاری)، مد نظر برنامه‌ریزان و مسوولان امر قرار گیرد.

Refrence

1. Archibong, C.A, (2004), *Technology, infrastructure and entrepreneurship: Role of the government in building a sustainable economy*, School of Business and Economics North Caroliana & T State University.
2. Cabala, L, (2008). *Design rural entrepreneurship in practice*, COTF System for Community Transformation. New York: Guilford Press.
3. Chowdhury, M.S., (2007), *Overcoming Entrepreneurship Development Constraints: the Case of Bangladesh*, Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy, Vol. 1, No. 3, PP. 240-251.
4. Cronies, S,(2006). *Understanding enterprise, entrepreneurship and small business*, Macmillan, Basingstoke, (5): 243-246.
5. Dabson B., Malkin J., Matthews A., Pate K., Stickle S., 2003, *Mapping Rural Entrepreneurship*, Washington, D.C.: Corp. for Enterprise Development. 68 p.
6. Edward J., Chambers and Stuart E., Shaw, 2004, *A Primer on Western Canadian Entrepreneurship*; The Western Centre for Economic Research gratefully acknowledges the support of Western Economic Diversification Canada; NUMBER: 76.
7. Ellis, F,(2003). *Livelihoods and rural poverty reduction in Kenya*, Development Policy Review, (13):566-571.
8. Forter, L.M, (2006). *Entrepreneurs and Their Social Network: Motivation, Expectations and Outcomes*.PhD Dissertation.
9. Habbershon, T.G., Pistrui, J. and McGrann, M., 2006, *Enterprising Families: Mindset and Methods for Wealth Acceleration in a Dynamic Marketplace*.
10. Heidari Sareban, V. (2012). *Prioritizing Major Barriers to Rural Women's Entrepreneurship*, Using AHP Method Case study: Ardabil province. Womens studies (Sociological & Psychological), Vol 10, No 2, pp: 159-177. (Persian)

11. Heriot, Kirk 2002, *A New Approach to Rural Entrepreneurship a Case Study of Two Rural Electric Cooperatives*, Western Kentucky University, and Noel D, Campbell, North Georgia College & State University.
12. Imani Gheshlagh, S., Khani, F and Hashemi, S. S. (2012). *The role of Tourism in improvement of rural women's entrepreneurship: A comparative Study of Kandovan and Eskandan villages in Osku District*. Journal of Geography and Regional Development Reseach Journal, No 18, pp: 217-238. (Persian)
13. Johannisson, B., 2002, *Energizing Entrepreneurship: Ideological Tensions in the Mediumsized Family Business*, in Fletcher (Ed) *Understanding the Small Family Business*. London: Routledge Studies in Small Business.
14. Kiggundu, M. N (2002). *Entrepreneurs and entrepreneurship in Africa: What is known and what needs to be done*, Journal of Developmental Entrepreneurship, 7(3), pp. 239-258.
15. Lerner, M. and Haber, S (2000). *Performance factors of small tourism ventures: The interface of tourism, entrepreneurship and the environment*, Journal of Business Venturing, (16), p. 77.
16. Littunen, H (2000). *Entrepreneurship and the Characteristics of Entrepreneurial Personality*, Greenwood press, United State.
17. Lordkipanidze, Maia, 2002, *Enhancing Entrepreneurship in Rural Tourism for Sustainable Regional Development*, the case of Söderslätt region, Sweden, Published by IIIIEE, Lund University, P.O. Box 196, S-221 00 LUND, Sweden.
18. Markman, G. D. & Baron, R. A (2003). *Person-entrepreneurship fit: why some people are more successful as entrepreneurs than others*, Human Resource Management.
19. Russel, S, and Kerry, A (2008). *Dose School Choice Increase the Rate of Youth Entrepreneurship?* Economic of Education Review 27, PP.429-438.
20. Stel, A., M. Caree and R. Thurik (2004). "*The effect of entrepreneurship on national economic growth: An analysis using the GEM database*", The First GEM Research Conference, Entrepreneurship, Government Policies, and Economic Growth.
21. Urbano, D., Toledano, N. & Soriano, D. (2010). "*Analyzing social entrepreneurship from an institutional perspective: Evidence from Spain*". Journal of Social Entrepreneurship, 1(1), 54-69.
22. Wagner, J. & Sternberg, R (2004). *Start-up activities, individual characteristics, and the regional milieu: Lessons for entrepreneurship support policies from German micro data*, The Annals of Regional Science, (38), pp. 219-240.
23. World Bank, (2002). *Reading the rural poor: UN Updated Strategy for Rural Development*, Washington D.C, (1):65-68.