

## شناسایی بازدارنده‌های گرایش زنان روستایی به مشاغل خانگی (مورد مطالعه: بخش سردرود شهرستان رزن)

احمد یعقوبی فرانی<sup>۱\*</sup>، هاجر وحدت‌مؤدب<sup>۲</sup>، سمیه لطیفی<sup>۳</sup>

### چکیده

اگرچه مشاغل خانگی یکی از زمینه‌های مناسب فعالیت اقتصادی زنان، به‌ویژه در مناطق روستایی، به‌شمار می‌رود، توسعه آن با موانع و محدودیت‌های متعددی روبه‌روست. بر همین اساس، در پژوهش حاضر، به بررسی موانع عمده گرایش زنان و دختران روستایی به مشاغل خانگی پرداخته شده است. جامعه آماری این پژوهش را زنان روستایی بالای هجده سال بخش سردرود شهرستان رزن در استان همدان تشکیل می‌دهند که براساس فرمول کوکران ۱۸۷ نفر از آن‌ها به صورت تصادفی و با استفاده از نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای گزینش و مطالعه شدند. مهم‌ترین ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه بود که روایی صوری آن به تأیید متخصصان رسید و جهت بررسی پایایی آن با محاسبه ضریب آلفای کرونباخ، پایایی در همه قسمت‌های پرسشنامه بیشتر از ۰/۸ برآورد شد که بیانگر قابلیت اعتماد آن است. طبق نتایج به دست آمده از تحلیل عاملی، عوامل بازدارنده گرایش زنان روستایی به راه‌اندازی مشاغل خانگی در شش عامل فرهنگی و اجتماعی، زیرساختی و مالی، شخصیتی، حمایتی، خانوادگی، و آموزشی دسته‌بندی شدند. همچنین، نتایج پژوهش نشان داد، به‌رغم وجود این محدودیت‌ها، نگرش زنان روستایی به راه‌اندازی مشاغل خانگی در سطح مطلوبی قرار دارد که بر این اساس می‌توان گفت در صورت رفع عوامل بازدارنده، مشاغل خانگی در این منطقه توسعه خواهد یافت.

### کلیدواژگان

توسعه روستایی، زنان روستایی، کسب‌وکار، مشاغل خانگی، موانع کارآفرینی.

۱. استادیار ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی دانشگاه بوعلی سینا، همدان  
amyaghoubi@yahoo.com

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد توسعه روستایی دانشگاه بوعلی سینا، همدان  
vahdat.moadab@yahoo.com

۳. دانشجوی دکتری توسعه کشاورزی دانشکده کشاورزی، دانشگاه تبریز  
somaye.latifi84@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۳۹۲/۸/۳۰، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۲/۱۱/۹

## مقدمه و طرح مسئله

امروزه، در رویکردهای جدید توسعه، به جای توجه صرف به ارتقاء شاخص‌های رشد اقتصادی، تأمین و تدارک فرصت‌ها و ظرفیت‌های مناسب به منظور بهبود نقش‌آفرینی گروه‌های مختلف مردم مورد توجه قرار می‌گیرد [۲۹]. بدیهی است در این زمینه، شناسایی و بهره‌گیری شایسته از همه ظرفیت‌های انسانی و زنان، به‌عنوان نیمی از جمعیت جامعه، امری ضروری است. با این حال، در اکثر جوامع و به‌طور خاص جوامع در حال توسعه، فرصت‌های برابر در دسترس همه اقشار جامعه نبوده و در مقایسه بین زنان و مردان، همواره نوعی نابرابری وجود دارد [۱۷]. این نابرابری در جوامع روستایی نمود بیشتری دارد و زنان روستایی در بهره‌گیری از منابع و ظرفیت‌های موجود در جوامع از محرومیت بیشتری برخوردارند. این موضوع باعث شده فعالیت‌های اقتصادی زنان در سطحی محدودتر و با درآمد کمتر انجام شود و به‌تبع آن زنان روستایی موقعیت اقتصادی-اجتماعی پایین‌تری از سایر اقشار داشته باشند [۲۲]. طبق اطلاعات مرکز آمار ایران در سال ۱۳۸۵ فقط ۱۷ درصد از شاغلان روستایی را زنان تشکیل می‌دهند که این وضعیت در مقایسه با میزان اشتغال متعارف زنان (۳۰ درصد) پذیرفتنی نیست و به عبارتی بیانگر بهره‌وری نامناسب از نیروی انسانی در جامعه روستایی کشور است [۱۴]. این در حالی است که زنان و دختران یکی از گروه‌های تأثیرگذار جامعه روستایی محسوب می‌شوند و تقویت زمینه‌های کسب‌وکار آنها راهکاری مؤثر در جهت ارتقای دو شاخص توسعه، یعنی افزایش اشتغال و کاهش بیکاری، تلقی می‌شود [۵]. اما به علت وظایف متعدد زنان از جمله لزوم اختصاص وقت بیشتر به تربیت فرزندان و انجام دادن مسئولیت‌های مربوط به خانه، به اشتغالی متفاوت از اشتغال مردان نیاز دارند [۳].

مشاغل خانگی به‌منزله راه‌حلی متناسب با شرایط زندگی فردی و اجتماعی زنان روستایی می‌تواند باعث ارتقای وضعیت اقتصادی و اجتماعی آنان شود؛ به‌طوری‌که اکثر صاحبان کسب‌وکارهای خانگی بر این باورند که کارکردن در خانه، کیفیت زندگی آنها را بهبود می‌بخشد [۱۱]. بنابراین، مشاغل خانگی می‌تواند به‌منزله راهکاری مناسب به منظور توسعه اشتغال‌های خرد و متوسط برای جمعیت وسیعی از زنان، که مهارت کافی در انجام دادن برخی از کارها را دارند ولی به دلیل وضعیت نامناسب اشتغال نمی‌توانند جذب بازار شوند، محسوب شود. دلایل کافی برای توجیه این مسئله وجود دارد که مشاغل خانگی یکی از گزینه‌های مناسب اشتغال زنان روستایی و ابزاری مهم برای رسیدن به توسعه پایدار روستایی است؛ با این حال، وضعیت فعالیت‌های زنان در ایران گویای این واقعیت است که اشتغال زنان روستایی در وضعیت مناسبی قرار ندارد [۱۲] و این وضعیت معلول موانع متعددی است که زنان و دختران روستایی را از پرداختن به این کسب‌وکارها باز می‌دارد. پژوهش‌های متعدد انجام‌شده در نقاط مختلف ایران و جهان نیز مؤید این مسئله است. بررسی و تحلیل مطالعات انجام‌شده

حاکمی از آن است که پژوهش‌های زیادی در زمینه موانع کارآفرینی و خوداشتغالی زنان انجام شده است. اما به‌رغم سابقه‌ای که مشاغل خانگی در جوامع روستایی کشور دارد، مطالعات چندانی در خصوص موانع عمده گرایش و تمایل زنان روستایی به راه‌اندازی کسب‌وکارهای خانگی انجام نشده است. بر همین اساس، پژوهش حاضر با درک اهمیت و ضرورت این موضوع، شناسایی و واکاوی عوامل بازدارنده گرایش زنان و دختران روستایی به راه‌اندازی مشاغل خانگی، و گروه‌بندی این عوامل را از دیدگاه خودشان به‌منزله اهداف اختصاصی مد نظر قرار داده است.

### مبانی نظری و پیشینه پژوهش

کسب‌وکارهای خانگی به لحاظ تأثیری که در ایجاد اشتغال آسان و کم‌هزینه در جوامع دارد، در دهه اخیر کانون توجه بسیاری از محققان و پژوهشگران حوزه کسب‌وکار و تجارت بوده است [۲]. براساس یک تعریف ساده، هر نوع فعالیت اقتصادی در محل سکونت شخصی که با استفاده از امکانات و وسایل منزل راه‌اندازی شود کسب‌وکار خانگی است [۱]. بر طبق نظریه هورگان<sup>۱</sup> (۲۰۰۱) «کسب‌وکارهای خانگی موجب رشد اشتغال و کم‌کردن هزینه‌های سربار اقتصادی شده و درنهایت، وسیله‌ای برای رشد اقتصادی منطقه‌ای است». درواقع این امر که افراد بیشتر ترجیح می‌دهند نیازهای خود را در نزدیک‌ترین مکان ممکن تأمین کنند، دلیلی برای به وجود آمدن کسب‌وکارهای خانگی در مناطق مختلف است که به نگرداشتن حجم پولی و فعالیت‌های مبادله‌ای در آن منطقه منجر می‌شود و خود باعث فرصت‌های کاری بیشتر و افزایش اشتغال در آن مناطق می‌شود [۱۶].

امروزه، این نوع مشاغل از بخش‌های حیاتی و ضروری فعالیت‌های اقتصادی، حتی در کشورهای پیشرفته [۱۵]، و یکی از زمینه‌های مهم و مناسب فعالیت اقتصادی زنان و به‌منزله راهکاری مهم برای ایجاد اشتغال و درآمد در سراسر جهان، به‌ویژه برای زنان روستایی، به‌شمار می‌رود [۳]. با وجود اینکه این نوع کسب‌وکارها در ایران نیز سابقه‌ای دیرینه دارد و می‌تواند به‌منزله رویکردی مناسب در فرایند بهینه‌سازی و بهره‌وری نیروی کار و افزایش زمینه‌ها و فرصت‌های اشتغال برای زنان و دختران روستایی محسوب شود، به‌منزله گزینه‌ای مناسب برای اشتغال زنان و دختران ظرفیت‌های مناسبی ندارد و توسعه آن با موانعی روبه‌روست.

بر مبنای پژوهش‌های انجام‌شده، عوامل گوناگونی مانع از بروز و رشد استعدادها بالقوه زنان در عرصه اشتغال و کارآفرینی شده است که مهم‌ترین آن‌ها را موانع خانوادگی، تحصیلی، شخصیتی، مالی، فرهنگی-اجتماعی، و قانونی تشکیل می‌دهند [۱۵]. بررسی‌های انجام‌شده

درباره موانع اشتغال و کارآفرینی زنان بیانگر آن است که به‌طور کلی زنان روستایی در مسیر حرکت به سمت کارآفرینی در مقایسه با زنان شهری با موانع بیشتری مواجه‌اند و به دلیل شرایط خاص فرهنگی و اجتماعی حاکم بر جامعه روستایی، تأثیر موانعی چون موانع فرهنگی، اقتصادی، و اجتماعی در این جوامع پررنگ‌تر است. با مروری بر مباحث مطرح‌شده درباره موانع کارآفرینی و به‌طور خاص کارآفرینی زنان می‌توان به دسته‌بندی‌های متنوعی از موانع و محدودیت‌های پیش روی کارآفرینان و صاحبان کسب‌وکارهای اقتصادی دست یافت. در این زمینه، یعقوبی فرانی و موحدی [۱۵] موانع و محدودیت‌های کارآفرینی زنان روستایی را در چندین مقوله شامل شرایط و ویژگی‌های فردی، شخصیتی، و رفتاری زنان روستایی، شرایط و ویژگی‌های خانوادگی، دانش و مهارت زنان روستایی (آموزش، تجربه، ارتباطات)، شرایط فرهنگی، اجتماعی، دسترسی به امکانات و خدمات مورد نیاز زنان روستایی، عوامل قانونی و حقوقی، عوامل مالی و اقتصادی، عوامل نهادی و سازمانی، شرایط جغرافیایی، و عوامل محیطی (محیط روستا) دسته‌بندی کرده‌اند.

در بررسی دیگری که در همین زمینه انجام شده، به عواملی نظیر کمبود فضای مناسب و نبود تعریف مشخص از قوانین کسب‌وکار خانگی در کشور به‌منزله موانع راه‌اندازی کسب‌وکارهای خانگی اشاره شده است [۳]. نتایج پژوهش نواز [۲۶] نیز نشان می‌دهد که عوامل هنجاری، قانونی، و شناختی به‌منزله مهم‌ترین عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی مطرح است. همچنین آگهی و همکاران [۴] داشتن مهارت، تخصص، تجربه، انگیزه کسب استقلال بیشتر، و معرفی و دیدار با الگوها و افراد موفق را از متغیرهای مهم مورد نیاز برای توسعه مشاغل خانگی از دیدگاه زنان و برگزاری کلاس‌های آموزشی، برطرف کردن نیاز مالی زنان، و ایجاد بازار محلی برای فروش محصولات را از متغیرهای مهم توسعه مشاغل خانگی از دیدگاه کارشناسان عنوان کرده‌اند. فلاح جلودار و همکاران [۱۲] نیز در پژوهش خود نشان دادند که عواملی چون حمایت‌های مالی و اعتباری، راه‌اندازی دوره‌های فنی و حرفه‌ای، شبکه‌های خانوادگی، سیاست‌های حمایتی دولتی شامل تسهیلات بانکی، خدماتی، اطلاعاتی، و مشاوره‌ای، و دسترسی و استفاده از کانال‌ها و منابع اطلاعات جمعی و فردی، و عضویت در تشکل‌های صنفی و روستایی از عوامل مهم موفقیت کارآفرینی زنان روستایی است.

رودگرزاد و همکاران [۶] راهکار بهبود این نوع از کسب‌وکارها را در توسعه همه‌جانبه توانمندی‌های فنی و تکنولوژیکی از طریق برنامه‌های آموزشی، استفاده از شیوه‌های آموزشی جدید، تشویق و ترغیب کارآفرینان، به‌کارگیری سیاست‌های تشویقی و حمایتی از صنایع کوچک، به‌ویژه تولیدات خانگی، استفاده از نوآوری و خلاقیت‌های تولید محصولات ویژه و منحصر به فرد، سیاست‌های حمایتی در بازاریابی، و تأمین نیازهای مالی و اعتباری از راه تعدیل

سیاست‌های مالی و پولی دانسته‌اند. علی میرزایی و طهماسبی [۱۰] نیز با تأکید بر وضعیت نامناسب کارآفرینی زنان روستایی به لزوم رفع موانع اجتماعی فرهنگی، اقتصادی، شناختی، و سیاستگذاری به‌منزله متغیرهای اصلی بازدارنده کارآفرینی زنان اشاره کردند. حیدری ساریان [۵] مؤثرترین موانع فراروی کارآفرینی زنان روستایی را موانع فردی، اقتصادی، و روان‌شناختی و در اولویت‌های بعدی موانع اجتماعی- فرهنگی تشخیص دادند و توانمندسازی آن‌ها را بعدها می‌مخلف راه‌حلی برای بهبود مشاغل خانگی زنان عنوان کردند. شراگ و ژاک [۳۰] نیز نشان دادند فقدان آموزش و تجربه کم در زمینه مدیریت تجاری و نبود شبکه‌های اطلاع‌رسانی، فقدان حمایت‌های مالی، محیط نامناسب خانوادگی، و نداشتن خودباوری از موانع مهم برای کارآفرینی زنان است.

بر مبنای مرور اجمالی پژوهش‌های انجام‌شده در حوزه مشاغل خانگی و به‌طور خاص کسب‌وکارهای روستایی، می‌توان دریافت که توسعه این مشاغل در گرو فراهم‌سازی مجموعه‌ای از عوامل و زمینه‌ها و رفع مجموعه‌ای از موانع و بازدارنده‌هاست. از سویی با توجه به همبستگی عوامل فرهنگی اجتماعی با موانع توسعه این‌گونه مشاغل، به‌ویژه در مناطق روستایی، ارائه تصویر دقیقی از این موانع و محدودیت‌ها بر مبنای پژوهش‌های موجود امکان‌پذیر نیست. بدین ترتیب، در این پژوهش با درک اهمیت و ضرورت بررسی موانع گرایش زنان و دختران روستایی به کسب‌وکارهای خانگی به‌منزله اولین عامل زمینه‌ای برای توسعه طرح‌های اشتغال‌زا در مناطق روستایی و با نظرداشت دیدگاهی جامع، به شناسایی مهم‌ترین موانع گرایش زنان روستایی به مشاغل خانگی پرداخته شده است تا براساس آن با کسب درک صحیحی از این موانع و نحوه تأثیرگذاری آن‌ها در فرایند راه‌اندازی و توسعه کسب‌وکارهای زنان، بتوان پیشنهادهایی راهگشا برای تصمیم‌گیران به منظور تسهیل این فرایند ارائه کرد.

## روش تحقیق

پژوهش حاضر از حیث هدف نوعی تحقیق کاربردی است که به شیوه پیمایشی انجام شده است. پرسشنامه مهم‌ترین ابزار گردآوری اطلاعات در پژوهش حاضر بود. به منظور معتبرسازی گویه‌های پرسشنامه و به‌ویژه گویه‌های مرتبط با سنجش نگرش زنان به راه‌اندازی کسب‌وکارهای خانگی، از رویه استخراج اجزای متغیرهای اندازه‌گیری‌شده از ادبیات نظری و پیشینه موضوعی تحقیق و بومی‌سازی آن با بهره‌گیری از نظریه‌های متخصصان تبعیت شد. برای بررسی سؤالات پرسشنامه از حیث روایی محتوایی و صوری، پرسشنامه طراحی‌شده در اختیار متخصصان قرار گرفت و پس از اخذ نظریه‌های اصلاحی و تعدیل برخی موارد، پرسشنامه نهایی آماده شد. با اجرای آزمونی مقدماتی در یکی از روستاهای منطقه، با محاسبه ضریب آلفای کرونباخ، مقدار پایایی تعیین شد که این رقم برای سؤالات مرتبط با سنجش نگرش به

مشاغل خانگی معادل ۰/۸۰ و برای گویه‌های مرتبط با عوامل بازدارنده گرایش زنان و دختران روستایی به مشاغل خانگی ۰/۹۰ به دست آمد که رقم پذیرفتنی‌ای است.

جامعه آماری این پژوهش زنان روستایی بالای هجده سال بخش سردرود شهرستان رزن استان همدان بود که با استفاده از نمونه‌گیری خوشه‌ای<sup>۱</sup> افراد مورد نظر گزینش و مطالعه شدند. براساس سرشماری سال ۱۳۹۰، جمعیت روستایی این بخش ۳۶ هزار و ۸۳۷ نفر بوده است. بخش سردرود شهرستان رزن سه دهستان و ۴۲ روستا دارد. به منظور برآورد حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شد. پس از تعیین حجم نمونه، از هر دهستان چهار روستا و از هر روستا ۱۵ خانوار و از هر خانوار یک زن بالای هجده سال به صورت تصادفی انتخاب شدند. در مجموع ۱۸۰ پرسشنامه در بین زنان روستایی توزیع شد و پس از حذف پرسشنامه‌های مخدوش، اطلاعات ۱۷۸ پرسشنامه تحلیل و بررسی شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها علاوه بر آماره‌های توصیفی از شیوه تحلیل عاملی با استفاده از نرم‌افزار SPSS استفاده شد.

### یافته‌های تحقیق

بر مبنای یافته‌های پژوهش، سن زنان و دختران روستایی مطالعه‌شده بین ۱۸ تا ۵۷ سال متغیر بوده و میانگین سنی آن‌ها در حدود ۲۷ سال با انحراف معیار ۸ سال است. حدود ۴۴/۱ درصد از آن‌ها مجرد، ۵۱/۶ درصد متأهل، و ۴/۳ درصد از آن‌ها سرپرست خانواده هستند. بر مبنای داده‌های پژوهش، ۸/۷ درصد زنان بی‌سواد، سطح تحصیلات ۲۱/۲ درصد ابتدایی و در حد خواندن و نوشتن، ۲۵/۵ درصد در حد راهنمایی، ۳۱ درصد در حد دبیرستان، و ۱۳/۶ درصد در حد دیپلم و بالاتر بوده است. می‌توان گفت به لحاظ سطح تحصیلات، زنان در وضعیت مناسبی قرار ندارند. نتایج نشان داد که ۴۲/۷ درصد از زنان و دختران روستایی در دوره‌های فنی و حرفه‌ای شرکت کرده‌اند.

### نگرش زنان و دختران روستایی به راه‌اندازی کسب‌وکارهای خانگی

به منظور سنجش نگرش زنان و دختران روستایی به مشاغل خانگی از گویه‌هایی با طیف لیکرت استفاده شد و پاسخ‌های آزمودنی در طیف پنج قسمتی لیکرت از کاملاً مخالفم تا کاملاً موافقم قرار گرفت. گویه‌های مربوط به نگرش افراد با توجه به میزان موافقت یا مخالفت افراد، اولویت‌بندی شد که نتایج آن در جدول ۱ آمده است.

۱. با توجه به اینکه جامعه آماری مورد نظر در روستاهای زیادی پراکنده بوده و فرض بر وجود واریانس بین ویژگی‌های جامعه آماری در هر روستا بوده و هر روستا یک خوشه فرض شده است، این روش نمونه‌گیری مناسب تشخیص داده شده است.

جدول ۱. میانگین رتبه‌ای و انحراف معیار گویه‌های نگرش زنان روستایی به مشاغل خانگی

| رتبه | ضریب تغییرات | انحراف معیار | میانگین رتبه‌ای | گویه‌ها  |
|------|--------------|--------------|-----------------|--|
| ۱    | ۰/۲۴۷        | ۰/۹۹۴        | ۴/۰۲            | مشاغل خانگی می‌تواند در تأمین برخی نیازهای مالی زنان مؤثر باشد.        |
| ۲    | ۰/۲۶۲        | ۱/۰۳۹        | ۳/۹۵            | راه‌اندازی کسب‌وکار در خانه به من احساس مفید بودن می‌دهد.              |
| ۳    | ۰/۲۸۹        | ۱/۰۹۳        | ۳/۷۸            | راه‌اندازی کسب‌وکار برای خود در خانه به من اعتماد به نفس می‌دهد.       |
| ۴    | ۰/۲۹۰        | ۱/۰۹۵        | ۳/۷۷            | راه‌اندازی کسب‌وکار در خانه برای من بالارزش است.                       |
| ۵    | ۰/۲۹۱        | ۱/۱۵۰        | ۳/۹۵            | کسب‌وکار خانگی می‌تواند در پرکردن اوقات فراغت من مؤثر باشد.            |
| ۶    | ۰/۲۹۸        | ۱/۰۸۰        | ۳/۶۲            | فکر می‌کنم توانایی و مهارت لازم برای راه‌اندازی کسب‌وکار را دارم.      |
| ۷    | ۰/۳۰۲        | ۱/۱۶۸        | ۳/۸۶            | در صورت مهیا بودن شرایط، حاضرم کسب‌وکاری در خانه راه‌اندازی کنم.       |
| ۸    | ۰/۳۶۴        | ۱/۲۴۶        | ۳/۴۲            | ایده‌هایی برای راه‌اندازی کسب‌وکار خانگی برای خود دارم.                |
| ۹    | ۰/۳۹۹        | ۱/۳۷۸        | ۳/۴۵            | تمایلی به راه‌اندازی کسب‌وکار خانگی ندارم.*                            |
| ۱۰   | ۰/۴۱۶        | ۱/۳۳۲        | ۳/۲۰            | حاضرم ریسک بالای راه‌اندازی کسب‌وکار خانگی را تجربه کنم.               |
| ۱۱   | ۰/۵۰         | ۱/۵۰۲        | ۳               | وظیفه تأمین زندگی برعهده مرد است و زنان در این زمینه وظیفه‌ای ندارند.* |

مقیاس: ۱= کاملاً مخالفم، ۲= مخالفم، ۳= نظری ندارم، ۴= موافقم، ۵= کاملاً موافقم، \*: امتیازدهی برخلاف گویه‌های مثبت است.

به منظور توصیف کیفی متغیر نگرش از روش «فاصله انحراف معیار از میانگین»<sup>۱</sup> استفاده شده است. در این روش، برای گروه‌بندی نگرش از دو مشخصه میانگین و انحراف معیار استفاده می‌شود [۷]. همان‌گونه که ملاحظه می‌شود، با تکیه بر نظر زنان روستایی، نگرش آن‌ها را می‌توان در چهار طبقه تقسیم‌بندی کرد. در کل، با توجه به جدول ۲، نگرش ۱۶ درصد از زنان و دختران روستایی به مشاغل خانگی ضعیف، ۳۴/۷ درصد از آن‌ها در حد متوسط، ۳۱/۳ درصد از افراد در حد خوب، و ۱۸ درصد از افراد در حد عالی است. با توجه به نتایج به دست آمده، می‌توان گفت که نگرش زنان روستایی به راه‌اندازی مشاغل خانگی در حد مطلوبی قرار دارد.

1. Interval of standard Deviation from the Mean (ISDM)

جدول ۲. توزیع فراوانی نگرش زنان روستایی به مشاغل خانگی

| سطوح نگرش | فراوانی | درصد | درصد تجمعی |
|-----------|---------|------|------------|
| ضعیف      | ۲۴      | ۱۶   | ۱۶         |
| متوسط     | ۵۲      | ۳۴٫۷ | ۵۰٫۷       |
| خوب       | ۴۷      | ۳۱٫۳ | ۸۲         |
| عالی      | ۲۷      | ۱۸   | ۱۰۰        |
| جمع       | ۱۵۰     | ۱۰۰  |            |

### اولویت‌بندی عوامل بازدارنده گرایش زنان روستایی به مشاغل خانگی

به منظور تعیین میزان اهمیت هریک از متغیرهای بازدارنده گرایش زنان روستایی به مشاغل خانگی، از میانگین، انحراف معیار، و ضریب تغییرات استفاده شده است. نتایج جدول ۳ نشان می‌دهد ناتوانی زنان در فراهم کردن وثیقه و ضامن برای دریافت وام (میانگین ۳/۵۷ و انحراف معیار ۱/۲۲۵)، فقدان یا کمبود زیرساخت‌های فیزیکی مناسب در مناطق روستایی (میانگین ۳/۴۰ و انحراف معیار ۱/۲۰۳)، نگرش منفی روستاییان درخصوص درگیرشدن دختران و زنان در کسب‌وکار (میانگین ۳/۲۸ و انحراف معیار ۱/۱۹۸)، و ناتوانی زنان و دختران روستایی در تأمین سرمایه اولیه برای راه‌اندازی کسب‌وکار (میانگین ۳/۴۶ و انحراف معیار ۱/۲۶۸) از عوامل مهم بازدارنده گرایش زنان و دختران روستایی به مشاغل خانگی است.

جدول ۳. اولویت‌بندی عوامل بازدارنده گرایش زنان روستایی به مشاغل خانگی

| اولویت | ضریب تغییرات | انحراف معیار | میانگین | گویه‌ها  |
|--------|--------------|--------------|---------|--|
| ۱      | ۰٫۳۵۱        | ۱٫۲۵۵        | ۳٫۵۷    | ناتوانی زنان در فراهم کردن وثیقه و ضامن برای دریافت وام                      |
| ۲      | ۰٫۳۵۳        | ۱٫۲۰۳        | ۳٫۴۰    | فقدان یا کمبود زیرساخت‌های فیزیکی مناسب در مناطق روستایی                     |
| ۳      | ۰٫۳۶۴        | ۱٫۱۹۸        | ۳٫۲۸    | نگرش منفی روستاییان درخصوص درگیرشدن دختران و زنان در کسب‌وکار                |
| ۴      | ۰٫۳۶۶        | ۱٫۲۶۸        | ۳٫۴۶    | ناتوانی زنان و دختران روستایی در تأمین سرمایه اولیه برای راه‌اندازی کسب‌وکار |
| ۵      | ۰٫۳۶۶        | ۱٫۲۴۲        | ۳٫۳۹    | بی‌اطلاعی از حمایت‌های دولت از راه‌اندازی کسب‌وکار خانگی                     |
| ۶      | ۰٫۳۶۷        | ۱٫۱۷۷        | ۳٫۲۰    | نداشتن مهارت در برقراری تعادل بین کار و زندگی شخصی                           |
| ۷      | ۰٫۳۶۹        | ۱٫۱۶۸        | ۳٫۱۶    | تعصب مردان و ممانعت از ایجاد کسب‌وکار توسط زنان و دختران                     |



| اولویت | ضریب تغییرات | انحراف معیار | میانگین | گویه‌ها   |
|--------|--------------|--------------|---------|---|
| ۸      | ۰٫۳۷۳        | ۱٫۲۲۱        | ۳٫۲۶    | ترس از ناتوانی در پاسخ به انتظارات خانواده و دیگران                         |
| ۹      | ۰٫۳۸۳        | ۱٫۳۰۸        | ۳٫۴۱    | دشواری در تهیه امکانات و مواد اولیه برای شروع کسب‌وکار                      |
| ۱۰     | ۰٫۳۸۷        | ۱٫۲۴۸        | ۳٫۲۲    | آسیب‌پذیری بیشتر زنان و دختران در هنگام مواجهه با شکست                      |
| ۱۱     | ۰٫۳۸۸        | ۱٫۲۸۷        | ۳٫۳۲    | ناآشنایی با مراحل اداری و گرفتن مجوز شروع کسب‌وکار                          |
| ۱۲     | ۰٫۳۸۸        | ۱٫۲۶۸        | ۳٫۲۶    | نداشتن خودباوری و اعتماد به نفس کافی در زنان و دختران روستایی               |
| ۱۳     | ۰٫۳۹۱        | ۱٫۳۱۲        | ۳٫۳۵    | فقدان مراکز مشاوره برای راهنمایی زنان و دختران روستایی در زمینه مشاغل خانگی |
| ۱۴     | ۰٫۳۹۵        | ۱٫۲۸۰        | ۳٫۲۴    | کمبود یا نبود مکان مناسب در خانه برای استقرار کسب‌وکار                      |
| ۱۵     | ۰٫۳۹۷        | ۱٫۲۵۸        | ۳٫۱۶    | بی‌اعتمادی خانواده به امکان نان‌آور بودن زنان و دختران                      |
| ۱۶     | ۰٫۴۰۴        | ۱٫۲۹۶        | ۳٫۲۰    | ناتوانی تصمیم‌گیری قاطعانه برای شروع کسب‌وکار                               |
| ۱۷     | ۰٫۴۰۹        | ۱٫۲۸۷        | ۳٫۱۴    | نبود فرد موفق در زمینه مشاغل خانگی در روستا به‌عنوان الگو                   |
| ۱۸     | ۰٫۴۱۰        | ۱٫۲۷۵        | ۳٫۱۱    | فراگیرنشدن فرهنگ کسب‌وکارهای خانگی بین زنان روستایی                         |
| ۱۹     | ۰٫۴۱۰        | ۱٫۳۰۵        | ۳٫۱۸    | حمایت بیشتر سازمان‌ها از مردان نسبت به زنان (سوگیری جنسیتی)                 |
| ۲۰     | ۰٫۴۱۶        | ۱٫۲۲۹        | ۲٫۹۵    | تعدد وظایف و مسئولیت‌های زنان و دختران روستایی در خانه                      |
| ۲۱     | ۰٫۴۱۸        | ۱٫۲۴۹        | ۲٫۹۸    | پایین بودن مهارت و تجربه زنان و دختران روستایی در زمینه راه‌اندازی کسب‌وکار |
| ۲۲     | ۰٫۴۲۴        | ۱٫۲۳۲        | ۲٫۹۱    | برگزارنشدن کلاس‌های آموزشی در زمینه مشاغل خانگی در روستا                    |
| ۲۳     | ۰٫۴۳۰        | ۱٫۲          | ۲٫۷۹    | اعتقاد به معین بودن روزی و قسمت توسط زنان و دختران روستایی                  |
| ۲۴     | ۰٫۴۳۱        | ۱٫۳۱۲        | ۳٫۰۴    | کمبود حمایت‌های مادی و معنوی از طرف خانواده برای راه‌اندازی کسب‌وکار        |
| ۲۵     | ۰٫۴۳۱        | ۱٫۳۸۰        | ۳٫۲۰    | وجود فرهنگ مردسالاری در جامعه روستایی                                       |
| ۲۶     | ۰٫۴۳۵        | ۱٫۳۲۳        | ۳٫۰۴    | سطح سواد و اطلاعات پایین زنان و دختران روستایی                              |
| ۲۷     | ۰٫۴۳۷        | ۱٫۳۵۸        | ۳٫۱۰    | باورهای کلیشه‌ای نادرست درباره توانایی‌های زنان و دختران                    |
| ۲۸     | ۰٫۴۵۳        | ۱٫۳۳۶        | ۲٫۹۴    | پایین بودن روحیه ریسک‌پذیری بین زنان و دختران روستایی                       |

## گروه‌بندی عوامل بازدارنده گرایش زنان روستایی به مشاغل خانگی

به منظور گروه‌بندی گویه‌های پژوهش در قالب عوامل بازدارنده و تعیین سهم هریک، از تحلیل عاملی استفاده شد. محاسبه‌های انجام‌شده نشان داد که انسجام درونی داده‌ها برای بهره‌گیری از این تکنیک مناسب بوده ( $KMO=0.788$ ) و آماره بارتلت نیز در سطح ۱ درصد معنادار بوده است. در این بررسی، شش عامل استخراج شد که نتیجه در جدول ۴ به همراه مقدار ویژه و درصد واریانس آن ذکر شده است.

جدول ۴. عوامل استخراج‌شده همراه مقدار ویژه، درصد واریانس، و درصد واریانس تجمعی

| عامل       | مقدار ویژه | درصد واریانس مقدار ویژه | فراوانی تجمعی درصد واریانس |
|------------|------------|-------------------------|----------------------------|
| عامل اول   | ۳,۸۲۰      | ۱۳,۶۴                   | ۱۳,۶۴                      |
| عامل دوم   | ۳,۲۴۱      | ۱۱,۵۷                   | ۲۵,۲۱                      |
| عامل سوم   | ۲,۷۴۰      | ۹,۷۸                    | ۳۵                         |
| عامل چهارم | ۲,۴۵۷      | ۸,۷۷                    | ۴۳,۷۷                      |
| عامل پنجم  | ۲,۲۶۳      | ۸,۰۸                    | ۵۱,۸۵                      |
| عامل ششم   | ۱,۷۲۹      | ۶,۱۷                    | ۵۸,۰۳                      |

براساس نتایج به‌دست آمده، بیشترین مقدار ویژه مربوط به فرهنگی و اجتماعی (۳,۸۲) است که ۱۳,۶۴ درصد از واریانس عوامل بازدارنده گرایش زنان روستایی به راه‌اندازی مشاغل خانگی را تبیین می‌کند. پس از آن، به ترتیب عامل زیرساختی و مالی (۱۱,۵۷ درصد)، عامل شخصیتی (۹,۷۸ درصد)، عامل حمایتی (۸,۷۷ درصد)، عامل خانوادگی (۸,۰۸ درصد)، و عامل آموزشی (۶,۱۷ درصد) در رتبه‌های بعدی قرار دارند. در مجموع، شش عامل مذکور توانسته‌اند ۵۸,۰۳ درصد از کل واریانس متغیرها را تبیین کنند. برای چرخش عاملی از روش وریماکس (جدول ۵) استفاده شد.

### عامل اول: موانع فرهنگی و اجتماعی

با توجه به ماهیت متغیرهایی که در عامل اول قرار گرفته‌اند، این عامل با عنوان موانع فرهنگی و اجتماعی نام‌گذاری شده که مقدار ویژه آن برابر ۳,۸۲ است و از همه عوامل دیگر بزرگ‌تر است. این عامل بیشترین تأثیر و بیشترین اهمیت را در تبیین متغیرها دارد و ۱۳,۶۴ درصد از کل واریانس متغیرها را به خود اختصاص می‌دهد. بنابراین، می‌توان گفت موانع فرهنگی و اجتماعی بیشترین نقش را به منزله عامل بازدارنده در گرایش زنان و دختران روستایی به مشاغل خانگی ایفا می‌کنند.

نتایج پژوهش یعقوبی فرانی و موحدی [۱۸] نیز نشان داد که اصول فرهنگی حاکم بر جامعه و خانواده روستایی، از جمله باورها، اعتقادات، سنت‌ها، و رفتارهای اجتماعی بر نحوه و

نوع کارآفرینی زنان روستایی مؤثر است و از جمله دلایل ریشه‌ای است که فعالیت‌های اقتصادی و کارآفرینی زنان را کاهش می‌دهد. همچنین در پژوهش میرغفوری و همکاران [۱۵] به وجود برخی موانع فرهنگی-اجتماعی نظیر باورهای کلیشه‌ای دربارهٔ زنان، وجود فرهنگ مردسالاری در سازمان‌ها و جامعه، و مناسبات حاکم بر سازمان کار اشاره شده است.

جدول ۵. متغیرهای مربوط به هریک از عوامل بازدارنده و میزان بارهای عاملی به دست آمده از ماتریس چرخش یافته

| عامل                        | متغیرها   | بار عاملی |
|-----------------------------|---|-----------|
| موانع فرهنگی و اجتماعی      | فراگیرنشدن فرهنگ کسب‌وکارهای خانگی بین زنان روستایی                             | ۰/۵۱۸     |
|                             | باورهای کلیشه‌ای نادرست دربارهٔ توانایی‌های زنان و دختران                       | ۰/۷۲۰     |
|                             | وجود فرهنگ مردسالاری در جامعهٔ روستایی  | ۰/۶۹۴     |
|                             | پایین‌بودن مهارت و تجربهٔ زنان و دختران روستایی در زمینهٔ راه‌اندازی کسب‌وکار   | ۰/۶۱۴     |
|                             | سطح سواد و اطلاعات پایین زنان و دختران روستایی                                  | ۰/۵۷۷     |
|                             | اعتقاد به معین‌بودن روزی و قسمت توسط زنان و دختران روستایی                      | ۰/۵۱۵     |
| ضعف زیرساخت‌ها و منابع مالی | تعصب مردان و ممانعت از ایجاد کسب‌وکار توسط زنان و دختران                        | ۰/۵۴۳     |
|                             | کمبود یا نبود مکان مناسب در خانه برای استقرار کسب‌وکار                          | ۰/۶۹۸     |
|                             | ناتوانی زنان و دختران روستایی در تأمین سرمایهٔ اولیه برای راه‌اندازی کسب‌وکار   | ۰/۶۲۳     |
|                             | فقدان یا کمبود زیرساخت‌های فیزیکی مناسب در مناطق روستایی                        | ۰/۶۱۱     |
|                             | فقدان مراکز مشاوره برای راهنمایی زنان و دختران روستایی در زمینهٔ مشاغل خانگی    | ۰/۵۳۰     |
| موانع شخصیتی                | دشواری در تهیهٔ امکانات و مواد اولیه برای شروع کسب‌وکار                         | ۰/۶۹۵     |
|                             | پایین‌بودن روحیهٔ ریسک‌پذیری در بین زنان و دختران روستایی                       | ۰/۶۶۵     |
|                             | ناتوانی تصمیم‌گیری قاطعانه برای شروع کسب‌وکار                                   | ۰/۷۸۰     |
|                             | نداشتن خودباوری و اعتماد به نفس کافی در زنان و دختران روستایی                   | ۰/۵۸۸     |
| ضعف نظام‌های حمایتی         | کمبود حمایت‌های مادی و معنوی از طرف خانواده برای راه‌اندازی کسب‌وکار در خانواده | ۰/۶۵۱     |
|                             | ناتوانی زنان در فراهم‌کردن وثیقه و ضامن برای دریافت وام                         | ۰/۵۶۶     |
|                             | آسیب‌پذیری بیشتر زنان و دختران در هنگام مواجهه با شکست                          | ۰/۵۰۳     |
|                             | بی‌اطلاعی از حمایت‌های دولت از راه‌اندازی کسب‌وکار خانگی                        | ۰/۶۵۸     |
| موانع خانوادگی              | تعدد وظایف و مسئولیت‌های زنان و دختران روستایی در خانه                          | ۰/۶۴۹     |
|                             | نداشتن مهارت در برقراری تعادل بین کار و زندگی شخصی                              | ۰/۵۵۵     |
|                             | بی‌اعتمادی خانواده به امکان نان‌آور بودن زنان و دختران                          | ۰/۷۲۰     |
| ضعف آموزش                   | نداشتن مهارت در برقراری تعادل بین کار و زندگی شخصی                              | ۰/۶۳۵     |
|                             | برگزارنشدن کلاس‌های آموزشی در زمینهٔ مشاغل خانگی در روستا                       | ۰/۷۲۵     |

### عامل دوم: ضعف زیرساخت‌ها و منابع مالی

این عامل بعد از عامل فرهنگی و اجتماعی در رده دوم اهمیت قرار دارد و در مجموع ۱۱/۵۷ درصد از واریانس کل متغیرهای تحت بررسی را تبیین می‌کند. شراگ و ژاک [۳۰] نیز فراهم‌نبودن زیرساخت‌ها را از موانع مهم کارآفرینی زنان در کانادا معرفی کرده‌اند که از جمله این عوامل می‌توان به نبود حمایت‌های مالی و ضعف در شبکه‌های اطلاعاتی اشاره کرد. همچنین هیسریچ و براش [۲۱] در پژوهش خود عوامل مالی را مهم‌ترین مشکل زنان کارآفرین امریکا در راه‌اندازی کسب‌وکار معرفی کردند. انتظاریان و طهماسبی [۳] از جمله موانع راه‌اندازی کسب‌وکار خانگی را کمبود فضای مناسب در خانه می‌دانند. فرای [۲۰]، علی میرزایی و طهماسبی [۱۰]، میرغفوری و همکاران [۱۵]، و حیدری ساربان [۵] نیز به نتایج مشابهی دست یافته و عامل مالی و زیرساختی را به‌منزله یکی از عوامل اصلی تأثیرگذار بر کارآفرینی و راه‌اندازی کسب‌وکار زنان معرفی کرده‌اند.

### عامل سوم: موانع شخصیتی

متغیرهایی تشکیل‌دهنده این عامل به نوعی به شخصیت افراد برمی‌گردد. بنابراین، این عامل باعنوان موانع شخصیتی زنان نامگذاری شد. مقدار ویژه این عامل برابر با ۲/۷۴ است و این عامل ۹/۷۸ درصد از واریانس کل متغیرها را به خود اختصاص داده است. غلامی [۱۱] نیز در پژوهش خود به این نتیجه رسید که عوامل شخصیتی و فردی مهم‌ترین عامل تأثیرگذار بر راه‌اندازی کسب‌وکارهای خانگی در تهران است. به عبارت دیگر، تأثیر عواملی چون خلاقیت و نوآوری، ریسک‌پذیری، انگیزه بالا، اعتمادبه‌نفس، تلاش و پشتکار، اراده و قاطعیت، دستیابی به استقلال فردی، و داشتن رؤیاهای بزرگ در راه‌اندازی کسب‌وکارهای خانگی تأثیر بسزایی دارد. حیدری ساربان [۵] نیز بر اهمیت عوامل شخصیتی در کارآفرینی زنان تأکید دارد؛ به‌طوری‌که فقدان ریسک‌پذیری، نداشتن خودمختاری، پایین‌بودن اعتماد به نفس زنان روستایی، نداشتن خلاقیت، و... را به‌منزله موانعی مهم برای کارآفرینی زنان معرفی می‌کند. میرغفوری و همکاران [۱۵]، انتظاریان و طهماسبی، و هیسریچ و براش [۲۱] نیز بر اهمیت این عامل تأکید دارند.

### عامل چهارم: ضعف نظام‌های حمایتی

مقدار ویژه این عامل برابر با ۲/۴۵ است که ۸/۷۷ درصد از واریانس کل متغیرها را به خود اختصاص داده است. انتظاریان و طهماسبی [۳] نیز با دستیابی به نتایج مشابهی، بر لزوم حمایت از مشاغل خانگی زنان تأکید داشته‌اند. همچنین یعقوبی فرانی و موحدی [۱۸] از جمله موانع کارآفرینی زنان را حمایت‌نکردن خانواده دانسته‌اند. هیسریچ و براش [۲۱] و شراگ و ژاک [۳۰] نیز در پژوهش‌های خود بر اهمیت حمایت‌های دولتی تأکید کرده‌اند.

### عامل پنجم: موانع خانوادگی

تعدد وظایف و مسئولیت‌های زنان و دختران روستایی در خانه، نداشتن مهارت در برقراری تعادل بین کار و زندگی شخصی، و بی‌اعتمادی خانواده به امکان نان‌آور بودن زنان و دختران سه متغیر تشکیل‌دهنده این عامل‌اند. مقدار ویژه این عامل برابر ۲/۲۶ است و ۸۷/۰۸ درصد از کل واریانس متغیرها را به خود اختصاص داده است.

میرغفوری و همکاران [۱۵] نیز در مطالعه خود به این نتیجه رسیدند که کمبود حمایت معنوی و مادی از طرف خانواده، مخالفت والدین با فعالیت‌های کارآفرینی دخترانشان، تضاد نقش زن به عنوان همسر، مادر، و کارآفرین، وجود مسئولیت خانه‌داری و مراقبت از فرزندان، لزوم برقراری تعادل بین کار و زندگی شخصی از جمله موانع مؤثر بر کارآفرینی زنان است. همچنین یعقوبی فرانی و موحدی [۱۸] مخالفت خانواده، سوگیری جنسیتی، حمایت‌نکردن مالی خانواده، و روحیه مردسالاری را از موانع خانوادگی برشمردند.

### عامل ششم: موانع آموزشی

مقدار ویژه این عامل برابر با ۱/۷۲ است که ۶/۱۷ درصد از واریانس کل متغیرها را به خود اختصاص داده است. میرغفوری و همکاران [۱۵]، یعقوبی فرانی و موحدی [۱۸]، شراگ و ژاک [۳۰]، و فرای [۲۰] بر اهمیت این عامل تأکید داشته‌اند و دسترسی نداشتن به آموزش‌های کافی و برابر، تحصیلات ناکافی، فقدان دانش کافی در مهارت‌های مدیریتی، فقدان دانش راجع به قوانین و مقررات حقوقی، پایین بودن حضور زنان در برخی از رشته‌های دانشگاهی همانند فنی-مهندسی، و ... را از موانع مهم برای کارآفرینی و راه‌اندازی کسب‌وکار زنان معرفی کردند.

### نتیجه‌گیری

بر مبنای نتایج تحلیل عاملی انجام‌شده در این پژوهش می‌توان دریافت که موانعی نظیر ضعف زیرساخت‌ها و منابع مالی، موانع فرهنگی و اجتماعی، موانع شخصیتی، ضعف نظام‌های حمایتی، موانع خانوادگی و برخوردار نبودن از فرصت‌های آموزشی از جمله مهم‌ترین عوامل بازدارنده گرایش زنان روستایی به مشاغل خانگی است. البته طبق نتایج به دست آمده، به‌رغم وجود این محدودیت‌ها، نگرش زنان روستایی به راه‌اندازی مشاغل خانگی در سطح مطلوبی قرار دارد که بر این اساس می‌توان گفت در صورت رفع عوامل بازدارنده این امکان وجود دارد که آن‌ها به راه‌اندازی مشاغل خانگی اقدام کنند.

اهمیت توجه به آموزش و بهسازی توانمندی‌ها و قابلیت‌های زنان روستایی برای غلبه بر ضعف‌های موجود و نیز فرهنگ‌سازی برای رفع موانع فرهنگی اجتماعی حضور و فعالیت زنان روستایی در عرصه فعالیت‌های اقتصادی اجتماعی از یافته‌های درخور تأمل در این پژوهش

است که این نتایج با تحقیقات متعددی در زمینه عوامل توسعه کارآفرینی در جوامع نظیر مطالعات سازمان بین‌المللی کار<sup>۱</sup> [۲۳]، دیونینگ و شریل [۱۹]، لی و وونگ [۲۴]، سولومون و همکارانش [۲۸]، و صابر [۹]، که در آنها توجه به مقوله آموزش و فرهنگ کارآفرینی به‌منزله یک جزء ضروری در برنامه‌های توسعه کارآفرینی تأکید شده است، همخوانی دارد. همچنین با دقت در نتایج پژوهش می‌توان به این مهم دست یافت که برنامه‌های توسعه مشاغل خانگی در جوامع روستایی، علاوه بر فرهنگ‌سازی و ارائه برنامه‌هایی به منظور آگاه‌سازی، انگیزش، و آموزش مخاطبان، بایستی فراهم‌سازی فضای حمایتی مناسب را نیز مد نظر قرار دهند. این نتایج با یافته‌های پژوهش‌های انجام‌شده از سوی شورای توسعه روستایی امریکا [۲۷]، پژوهش لرد کیپانیدز [۲۵] و نتایج پژوهش‌های سازمان بین‌المللی کار [۲۳] همخوانی دارد.

در مجموع، با توجه به ماهیت موانع و محدودیت‌های پیش روی توسعه مشاغل خانگی می‌توان دریافت که توسعه مشاغل خانگی نیازمند فعالیت‌ها و اقدامات مجموعه‌ای از سازمان‌ها و نهادهای کنشگر بوده و حصول به اهداف و مقاصد نهایی آن در گرو تعامل و همکاری این مجموعه سازمانی در گذر زمان است. این وضعیت از سویی دیگر بیانگر ضرورت تدوین برنامه‌هایی جامع با اهداف بلندمدت و میان‌مدت و دارای زمان‌بندی مشخص برای فراهم‌سازی زمینه‌ها و ظرفیت‌ها و رفع موانع موجود است.

بنابر نتایج به دست آمده می‌توان به موارد زیر به‌عنوان راهکارهایی برای رفع عوامل بازدارنده گرایش زنان روستایی به راه‌اندازی مشاغل خانگی اشاره کرد:

- گسترش فرهنگ کارآفرینی و خوداشتغالی در جامعه روستایی از طریق الگو قراردادن افراد کارآفرین برای مردم از طریق رسانه‌ها، مطبوعات، و قدرانی از آنها؛
- ارائه خدمات آموزشی و مشاوره‌ای در زمینه راه‌اندازی و مدیریت مشاغل خانگی برای زنان روستایی؛
- قراردادن منابع مالی لازم و وام و تسهیلات بانکی مدت‌دار برای ایجاد مشاغل خانگی؛
- تقویت اعتماد به نفس و ارتقای روحیه ریسک‌پذیری در بین زنان روستایی؛
- تشکیل صندوق‌های حمایت از مشاغل خانگی؛
- به‌کارگیری سیاست‌های تشویقی و حمایتی از تولیدات خانگی روستایی به منظور ترغیب زنان روستایی به ایجاد مشاغل خانگی؛
- تشکیل انجمن صاحبان کسب‌وکار خانگی جهت تبادل نظر با یکدیگر و مرکزی به‌عنوان کسب مشاوره.

## منابع

- [۱] احمدپور داریانی، محمود؛ عزیزی، محمود (۱۳۸۸). کارآفرینی، تهران: محراب قلم.
- [۲] احمدپور داریانی، محمود (۱۳۸۵). کارآفرینی در کسب‌وکارهای خانگی، تهران: قلم.
- [۳] انتظاریان، ناهید؛ طهماسبی، طاهره (۱۳۸۹). «موانع و راهکارهای توسعه مشاغل خانگی در ایران»، ماهنامه اجتماعی، اقتصادی، علمی و فرهنگی، ش ۱۲۷، ص ۷۸-۹۸.
- [۴] آگهی، حسین؛ میرک زاده، علی اصغر؛ تقی بیگی، معصومه (۱۳۹۱). «اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر توسعه مشاغل خانگی زنان روستایی»، فصلنامه زن و جامعه، س ۳، ش ۳، ص ۱۸۱-۲۰۲.
- [۵] حیدری ساربان، وکیل (۱۳۹۱). «اولویت‌بندی موانع مؤثر بر کارآفرینی زنان روستایی (با روش AHP)»، مطالعات اجتماعی روان‌شناختی زنان. س ۱۰، ش ۲، ص ۱۵۹-۱۷۷.
- [۶] رودگرنژاد، فروغ؛ کیاکجوری، کریم (۱۳۸۹). «چالش‌ها و موانع توسعه کسب‌وکارهای خانگی»، همایش توسعه مشاغل خانگی (چالش‌ها-راهکارها)، تهران.
- [۷] سعدی، حشمت‌اله؛ شعبانعلی فمی، حسین؛ لطیفی، سمیه (۱۳۹۱). «سنجش میزان توانمندی اقتصادی و اجتماعی زنان قالیباف روستایی و عوامل مؤثر بر آن»، فصلنامه زن در توسعه و سیاست. دوره ۱، ش ۲، ص ۱۰۷-۱۲۶.
- [۸] شاه‌حسینی، علی (۱۳۸۶). کارآفرینی، تهران: آبیژ.
- [۹] صابر، فیروزه. (۱۳۸۱). راه‌های توسعه کارآفرینی زنان در ایران: راهکارهای تواناسازی زنان در راستای برابری اقتصادی، اجتماعی و سیاسی در ایران. تهران: روشنگران و مطالعات زنان.
- [۱۰] علی میرزایی، عرفان؛ طهماسبی، مریم (۱۳۸۹). «موانع توسعه کارآفرینی زنان روستایی»، کنفرانس بین‌المللی مدیریت و نوآوری، شیراز.
- [۱۱] غلامی، نادر (۱۳۹۱). «بررسی عوامل مؤثر بر راه‌اندازی کسب‌وکار خانگی و ارائه الگوی آن در شهر تهران»، ماهنامه کار و جامعه. ش ۱۴۳، ص ۴-۱۸.
- [۱۲] فلاح جلودار، ربیع؛ فرج‌اله حسینی و همکاران (۱۳۸۶). «عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینی زنان روستایی شمال کشور»، روستا و توسعه، س ۱۰، ش ۴، ص ۸۷-۱۱۵.
- [۱۳] کلانتری، خلیل (۱۳۸۴). پردازش و تحلیل داده‌ها در تحقیقات اجتماعی-اقتصادی. تهران: شریف.
- [۱۴] مرکز آمار ایران، سرشماری نفوس و مسکن ۱۳۸۵، ۱۳۹۲.
- [۱۵] میرغفوری، سید حبیب‌الله؛ صیادی تورانلو، حسین؛ طاهری دمنه، محسن (۱۳۸۸). «تبیین و تحلیل موانع مؤثر بر کارآفرینی زنان»، پژوهش‌نامه مدیریت تحول، س ۱، ش ۲، ص ۴۷-۶۴.
- [۱۶] ناهید، مجتبی؛ قنبری، محمد امین (۱۳۸۹). «بررسی نقش کسب‌وکارهای خانگی در اشتغال‌زایی و کارآفرینی جوانان»، همایش توسعه مشاغل خانگی (چالش‌ها-راهکارها)، تهران.

- [۱۷] ویسی، هادی؛ بادسار، محمد (۱۳۸۴). «بررسی عوامل مؤثر بر نقش اجتماعی زنان در فعالیتهای روستایی: مطالعه موردی استان کردستان»، فصلنامه روستا و توسعه، س ۸، ص ۱۹-۴۲.
- [۱۸] یعقوبی فرانی، احمد؛ موحدی، رضا (۱۳۹۱). «بررسی و تحلیل موانع و محدودیتهای توسعه کارآفرینی زنان روستایی در ایران»، ماهنامه کار و جامعه. ش ۱۴۲، ص ۳۸-۵۰.
- [19] Duening, T.N & Sherrill, W.W. (2006). Teaching Entrepreneurship to Engineers: A logico- edctive Review of Leading Curricula. Submitted to the Americam Society of Engineering Education Annual Conference, Excellence in Education, Chicago, IL, June 18-21, 2006.
- [20] Fry, F. (1993). Entrepreneurship: Approach Englewood cliffs: prentice Hall.P142-159.
- [21] Hisrich R. D; Brush C. G (1984) «The Women Entrepreneur: Management Skills and Business Problems», Journal ofSmall business Management. 22, 1.
- [22] Kaur, A, Sherbinin, A, Toure, A, Jensen,L (2005). «Economic Empowerment of Women», United Nations Population Fund (UNPF).
- [23] ILO (2006). Stimulating Youth Entrepreneurship: Barriers and incentives to enterprise start-ups by young people. By Ulrich Schoof. Small Enterprise Development Programme Job Creation and Enterprise Development Department International Labour Office . Geneva
- [24] Lee, L., & Wong, P.K. (2005) Entrepreneurship Education: A Compendium Of Issues. NUS Entrepreneurship Centre National University of Singapore. Working Paper.
- [25] Lordkipanidze, M. (2002) Enhancing Entrepreneurship in Rural Tourism for Sustainable Regional Development The case of Söderslätt region, Sweden. Published in 2002 by The International Institute for Industrial Environmental Economics , Lund University.
- [26] Nawaz, F (2009) « Critical Factors of Women Entrepreneurship Development in Rural Bangladesh», *Bangladesh Development Research Center (BDRC)* Accessable in This site:<http://ssrn.com/abstract=1403411>
- [27] Rural Development Council. (2001) Entrepreneurship in rural America. Culture & Entrepreneurship. [Online]. Available: <http://www.wvrdc.state.wv.us/chapter3.pdf>
- [28] Solomon, G.T., Duffy, S., & Tarabishy, A. (2002) the State of Entrepreneurship Education in the United States: A Nationwide Survey and Analysis. *International Journal of Entrepreneurship Education*. 1(1): 1-22.
- [29] Sanni, Lekan (2006) «Comparative Study of Female-Headed Households in the City of Ibadan». *JENdA: A Journal of Culture and African Women Studies*.No8.
- [30] Shragg, P; Jacuk, L; Glass, A (1992) «Study of barriers facing Albertan women in business», *Journal of SmallBusiness and Entrepreneurship*. 9, 4, pp 40-9.