فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال یازدهم، شماره چهارم (پیاپی ۴۲)، زمستان ۱۴۰۱
شاپای چاپی ۲۱۳۱-۲۳۲۲ شاپای الکترونیکی ۴۷۶X- ۲۵۸۸
http://serd.khu.ac.ir
مقاله پژوهشی صفحات ۱۰۶-۷۷ DOR: 20.1001.1.23222131.1401.11.42.4.3

تحلیل جنسیتی عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینی روستایی با تأکید بر دیدگاه زنان (مورد مطالعه: بخش امیرآباد شهرستان دامغان)

علی‌اکبر تقی‌پور*؛ استادیار گروه جغرافیا، دانشکده علوم زمین، دانشگاه دامغان، دامغان، ایران.
فاطمه مطلبی‌نژاد؛ دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران.
پارسا احمدی‌دهرشید؛ دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

دریافت مقاله: ۱۴۰۱/۰۱/۰۹ پذیرش نهایی: ۱۴۰۱/۰۷/۲۷

چکیده

مفهوم کارآفرینی در پاسخ به نیازهای حاصل از تحولات نظام‌های اجتماعی و اقتصادی عصر حاضر مطرح شد. در بسیاری از جوامع درحال‌توسعه از جمله ایران، در مسیر کارآفرینی زنان، مشکلات زیادی وجود دارد که سبب شده تا روند حضور زنان در کارآفرینی، کُند باشد. در پژوهش حاضر تلاش می‌شود تا عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینی روستایی از دیدگاه زنان و مردان روستاهای بخش امیرآباد شهرستان دامغان شناسایی شود. پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی، از نظر ماهیّت توصیفی - تحلیلی و از نظر روش گردآوری اطلاعات اسنادی - پیمایشی است. به‌منظور سنجش میزان همبستگی میان متغیرها از آزمون همبستگی پیرسون و برای تحلیل دیدگاه زنان و مردان نسبت به شاخص‌های موفقیت کارآفرینی از آزمون T مستقل استفاده شد. نتایج پژوهش دال بر وجود تفاوت معناداری در دیدگاه زنان و مردان دارد؛ البته دراین‌بین هر دو گروه جنسیتی عامل «فردی» را بیش از هر عامل دیگری در موفقیت کارآفرینی مؤثر می‌دانند؛ زنان «داشتن تعهد» و «مصمم بودن در کارها» و مردان «داشتن روحیه ریسک‌پذیری» و «داشتن روحیه خودباوری» را مهم‌ترین زیرمؤلفه‌های عامل «فردی» برشمردند. در میان سایر عوامل نیز، تفاوت دیدگاه معناداری از نظر زنان و مردان وجود دارد؛ از نظر زنان، عوامل «فردی»، «زیرساختی – نهادی»، «اقتصادی»، «خانوادگی» و «اجتماعی – فرهنگی» به ترتیب نقش مهمی را در موفقیت کارآفرینی ایفا می‌نمایند.

واژگان کلیدی: کارآفرینی روستایی، کارآفرینی زنان، توسعه روستایی، تحلیل جنسیتی، شهرستان دامغان.

* ataghipour@du.ac.ir

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1401.11.42.4.3]

۱) مقدمه

تحولات نظام‌های اجتماعی و اقتصادی عصر حاضر سبب شده تا نیازهای جدید عرصه‌های مختلف زندگی پدید آید. با اتکا به این موضوع، می‌بایست درصدد ارضای نیازهای جدید برآمد تا زمینه برای بقا و حفظ نظام‌های مختلف از جمله نظام‌های اجتماعی و اقتصادی فراهم شود. «امروزه با افزایش سیستم اقتصاد جهانی که موجب ایجاد ثروت‌های کلان و گسترش تناقض‌های اقتصادی همچون شکاف بین فقیر و غنی شده است، تغییرات اجتماعی گسترده‌ای را به همراه داشته و موجب مطرح‌شدن اندیشه‌های کارآفرینانه در حوزه مسائل اجتماعی شده است» (آرامش و همکاران، ۱۳۹۹: ۴۲). بهره‌گیری از نوابغ، نخبگان علمی، پرورش کارآفرین و توسعه کارآفرینی از جمله راهکارهای مؤثر در این زمینه هستند. «امروزه در بیشتر جوامع بر گسترش کارآفرینی به‌عنوان «موتور رشد و توسعه» اتفاق‌نظر وجود دارد» (منصوری و همکاران، ۱۴۰۱: ۲۳۶). از سوی دیگر در سالیان گذشته، تلاش برای کاهش فقر روستایی و بهبود وضعیت معیشت روستائیان، بیش‌ازپیش موردتوجه متخصصان و کارشناسان قرار گرفته است. جمعیت روستایی، مؤلفه درخور توجهی از کشورهای درحال‌توسعه هستند و بیش از ۷۰ درصد جمعیت آن جوامع را تشکیل می‌دهد. «اساساً حوزه‌های روستایی، در قالب قاعده نظام سکونت و فعالیت ملّی، نقش مهمی در توسعه ملی ایفا می‌کنند، چراکه توسعه پایدار سرزمین در گرو پایداری نظام روستایی به‌عنوان زیرنظام تشکیل‌دهنده نظام سرزمین است و پایداری فضاهای روستایی در ابعاد مختلف می‌تواند نقش مؤثری در توسعه منطقه‌ای و ملّی داشته باشد» (زندیه و همکاران، ۱۴۰۱: ۱۴۳). کارآفرینی از فعالیت‌هایی است که می‌تواند برطرف‌کننده بسیاری از چالش‌های عمده‌ای همچون بیکاری، درآمد کم، فقدان تنوع اقتصادی و ... در مناطق روستایی باشد. «محققان کارآفرینی را بزرگ‌ترین اهرم توسعه روستایی می‌دانند» (Aggarwl, 2018: 5). «یکی از محیط‌های دارای قابلیت‌های مناسب برای توسعه کارآفرینی، محیط‌های روستایی است، چرا که روستا قابلیت زیادی در ایجاد انواع کسب‌وکار در بخش‌های سه‌گانه (کشاورزی، خدمات و صنعت) دارد» (قادرمرزی و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۰۶). ازاین‌رو برنامه‌ریزان روستایی بدین نتیجه رسیده‌اند که تشویق روستائیان برای گرایش به کارهای تجاری به شیوه کارآفرینی، مناسب‌ترین راهبرد برای پاسخ‌گویی به چالش‌های اجتماعی و اقتصادی موجود در روستاها است. «کارآفرینی روستایی مبتنی بر تحریک استعداد محلی کارآفرین روستائیان و رشد شرکت‌های بومی است و وجود فرصت را در مناطق روستایی تشخیص می‌دهد و ترکیبی منحصربه‌فرد از منابع را در داخل یا خارج از کشاورزی تسریع کند» (Ellis, 2003: 570).

«یکی از موضوعات اصلی در مباحث توسعه، میزان بهره‌گیری صحیح از توانمندی‌ها و استعدادهای نیروی انسانی جامعه است، براین‌اساس باید فرصت‌هایی برای ایجاد مشارکت عادلانه همه اقشار جامعه فراهم نمود و همه از مزایای اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و آموزشی بهره‌مند گردند» (آرامش و همکاران، ۱۳۹۹: ۴۲). در زمینه کارآفرینی، تا کنون اکثر برنامه‌ها، استراتژی‌ها و راهبردهای مطرح شده، بر پایه مردان بوده است؛ به بیانی دیگر مردمحوری در کارآفرینی، اساس غالب تصمیمات و برنامه‌ها بوده است. «در واقع تحقیقات، سیاست‌ها و برنامه‌های حوزه کارآفرینی عمدتاً بر پیش‌فرض «کارآفرین مرد» مبتنی-

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-07]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1401.11.42.4.3]

اند و تمایل به مردانه بودن و مردانه شدن دارند، در نتیجه به‌جرئت می‌توان گرفت غالباً نیازها، زمینه‌ها، فرصت‌ها و حمایت‌های لازم برای نقش‌آفرینی زنان کارآفرین و کارآفرینان زن در سیاست‌های تنظیم-گری‌ها در نظر گرفته نمی‌شوند» (OECD, 2004: 5). کارآفرینی زنان در بسیاری از کشورها از جمله ایران، دارای موانع و مشکلات بسیاری است و درصد قابل‌توجهی از این مسئله، به مرد محور بودن برنامه-ریزی‌ها، تحقیقات و استراتژی‌ها بر می‌گردد. زنان به‌عنوان نیمی از جامعه، همواره در تمامی عرصه‌های مختلف اجتماعی، اقتصادی و ... حضور فعال دارند و بررسی ایشان به‌عنوان اعضای فعال جامعه، امری مهم در برنامه‌ریزی توسعه محور است. «چرا که وقتی نیمی از جمعیت و نیروی کار جوامع را زنان تشکیل می‌دهند قطعاً نمی‌توان نقش آن‌ها را در صحنه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی نادیده گرفت؛ بنابراین یکی از معیارهای ارزیابی کشورها از نظر توسعه، میزان حضور و مشارکت زنان در فعالیت‌های اجتماعی و اقتصادی است» (Seymour, 2003: 2 به نقل از منصوری و همکاران، ۱۴۰۰: ۹۲۱). «زنان به‌عنوان عوامل کلیدی، نقش فعالی در تولیدات اقتصادی و معیشتی روستایی عهده‌دار هستند. آن‌ها همواره بیشتر از زنان شهری در معرض نابرابری‌ها و آسیب‌ها قرار دارند» (Pelling et al., 2015: 116). «از جمله راهکاری مهم کاهش این تفاوت‌ها، کاهش آسیب‌های زنان روستایی و افزایش توانمندی و اشتغال آن‌ها و توسعه فعالیت‌های کارآفرینی است» (مؤمنی‌هلالی و مؤذن، ۱۳۹۴: ۱۱).

مطرح‌شدن مفهوم جنسیت در راستای دستیابی به توازن جنسیتی است. موضوع تحلیل جنسیتی و تفاوت‌های زنان و مردان در نگرش و اعتقادات در زمینه‌های مختلف، در کارآفرینی نیز صدق می‌کند. هرکدام از این دو گروه جنسیتی، نسبت به مسائل مختلف و شرایط متفاوت، نگرش بخصوص خودشان را دارند و شناخت این تفاوت‌ها، در زمینه برنامه‌ریزی کارآفرینی، بسیار حائز اهمیت است. «در برخی مطالعات، عامل جنسیت به تفاوت میان زنان و مردان و اینکه آیا جنسیت به رفتارهای فردی خاصی در راه‌اندازی کسب‌وکار جدید منجر می‌شود یا خیر، توجه دارد» (Rittippan & Kokchang, 2011: 217).

موفقیت کارآفرینی مستلزم وجود زیرساخت‌ها و پیش‌نیازهایی است؛ منتهی مراتب، این پیش‌نیازها بسته به هر گروه جنسیتی، دارای اهمیت‌های متفاوتی هستند. عوامل «فردی»، «خانوادگی»، «اقتصادی»، «فرهنگی و اجتماعی» و «زیرساختی - نهادی» عوامل پنج‌گانه‌ای هستند که در پژوهش حاضر به‌منظور تبیین نگرش گروه‌های جنسیتی بر آن‌ها، مورد ارزیابی قرار می‌گیرند. پژوهش حاضر درصدد آن است تا به سه سؤال پاسخ دهد:

- نحوه توسعه کارآفرینی بین زنان و مردان تحت‌تأثیر چه شرایطی است؟
- چه عواملی سبب ناهمگونی فرایند توسعه کارآفرینی در بین دو جنس می‌شود؟
- مهم‌ترین عامل در موفقیت کارآفرینی از نظر زنان کدام عامل است؟

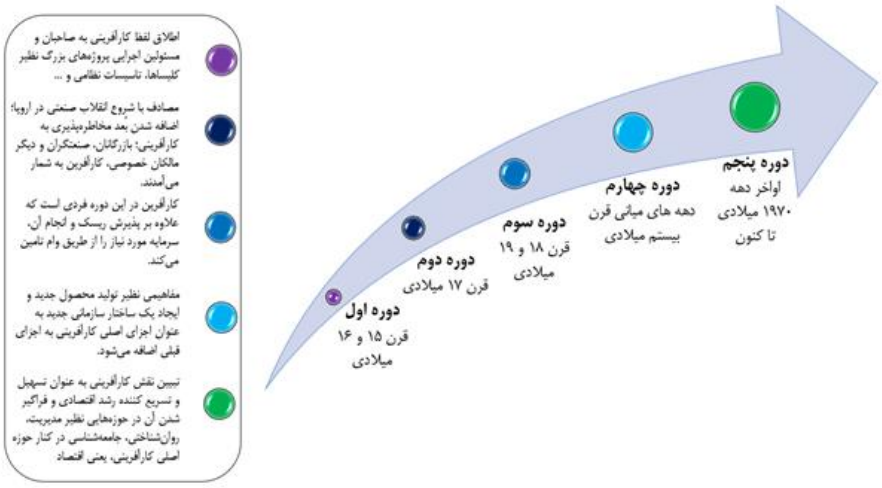
[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-07]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1401.11.42.4.3]

۲) مبانی نظری

کارآفرین و کارآفرینی

پیتر دراکر[1]– پدر علم مدیریت - کارآفرینی را کسی می‌داند که فعالیتی را با سرمایه اقتصادی خودش شروع می‌کند، ارزش‌ها را تغییر می‌دهد و در محیط اطراف خود تحول ایجاد می‌کند و به سمت بهترشدن می‌برد و منجر به موفقیت جامعه و زنان و مردان آن می‌شود (Mson & Brown, 2014 به نقل از آنی و همکاران، ۱۳۹۹). کارآفرینان محصولات و خدمات جدیدی تولید می‌کنند که سبب اشتغال (Malchow et al, 2011)، پیشرفت تکنولوژی (Acs & Audretsch, 2003) و رشد اقتصادی می‌شوند (Galindo & Mendez, 2014). بارون (۲۰۰۷) کارآفرینی و روان‌شناختی را با هم مرتبط دانسته است. در حقیقت کارآفرینی اساساً یک ویژگی شخصیتی است و عوامل و ویژگی‌هایی وجود دارد که افراد را به کارآفرین شدن ترغیب می‌کند. نیاز به موفقیت، منبع کنترل، تمایل به ریسک، خودکارآمدی (Bygrave & Hofer, 1992; Calindo et al, 2014)، استقلال (Rauch & Frese, 2000)، خوش‌بینی (Ivanova & Gibcus, 2003)، اشتیاق، خودکارآمدی کارآفرینانه و ادراک ریسک (Stroe et al, 2018) از جمله ویژگی‌های شخصیتی مرتبط با کارآفرینی هستند (Rosado-Cubero et al, 2022). واژه کارآفرینی تا پیش از مطرح‌شدن در جهان، در ادبیات فرانسه رواج داشت. واژه Enterprendre به معنی تعهد داشتن واژه‌ای بود که فرانسویان از آن استفاده می‌کردند. در سال ۱۸۴۸، جان استوارت میل[2]کارآفرینی را به زبان انگلیسی ترجمه نمود. کارآفرینی موتور محرکه رشد اقتصادی، تکنولوژی و اجتماعی است (Bhawe & Zahra, 2019: 451). امروزه نظریه‌های کارآفرینی به مفاهیم جدیدی گسترش یافته‌اند و در آن کارآفرینی علاوه بر پتانسیل اقتصادی آن، برای رفاه روانی و غیراقتصادی موردتوجه قرار می‌گیرد که افراد می‌توانند از طریق توانایی‌های خود به آن دست پیدا کنند (رضائی‌مقدم و معصومی، ۱۳۹۷: ۸۶). در شکل ۱، سیر تحول مفهوم کارآفرینی از قرن ۱۵ میلادی تاکنون آورده شده است.



شکل ۱. سیر تحول مفهوم کارآفرینی

[1] Peter Drucker
[2] John Stuart Mill

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1401.11.42.4.3]

کارآفرینی روستایی

«در آغاز هزاره سوم، به‌منظور فقرزدایی از مناطق محروم روستایی و عشایری و حمایت از زنان ساکن در این مناطق، طرح‌ها و برنامه‌های توانمندسازی با محوریت کارآفرینی و اشتغال موردتوجه جدی مجامع ملی و بین‌المللی واقع شد» (خسروی‌پور و همکاران، ۱۳۹۹: ۲۱۹). «در این گذار، کارآفرینی روستایی و خوداشتغالی در بخش کشاورزی به‌عنوان اصلی‌ترین و سریع‌ترین راهبرد رشد و توسعه روستایی موردتوجه واقع شد» (Amidzic et al, 2014: 26). کسب‌وکارهای روستایی مهم‌ترین عنصر اقتصاد روستایی هستند که سبب اشتغال‌زایی و کاهش بیکاری، افزایش درآمد و افزایش بهره‌وری می‌شوند (Bosworth, 2012). «در رویکرد کارآفرینی روستایی، کارآفرینان باید به‌عنوان عامل محرک اقتصادی به‌وسیله سیاست‌گذاران، حکومت‌های محلی و ملی، بخش خصوصی و سازمان‌های مردم‌نهاد و مؤسسه‌های مختلف توسعه که به‌نوعی با جامعه روستایی و فعالیت‌های اقتصادی آن در ارتباط هستند به کار گرفته شود» (احمدی و همکاران، ۱۳۹۸: ۸۵). «کارآفرینی روستایی راهکاری جدید در نظریه‌های توسعه برای توانمندسازی و ظرفیت‌سازی در مناطق روستایی به‌منظور تغییر الگوی زندگی کنونی به الگوی مطلوب و شایسته انسانی، کاهش شکاف شهر – روستا و ایجاد برابری اقتصادی، اجتماعی، محیطی و نهادی است» (زندیه و همکاران، ۱۴۰۰: ۱۴۴). توسعه کارآفرینی روستایی از طریق توسعه متوازن منطقه‌ای، اشتغال عمومی، بهبود استانداردهای زندگی و افزایش درآمد سرانه، منجر به خوداتکایی ملی و توزیع متناسب قدرت و توسعه اقتصادی می‌گردد (Das, 2014).

زنان کارآفرین روستایی

کارآفرین زن روستایی را می‌توان شخصی دانست که با ایجاد نوآوری در اکثر کالاهای اجتماعی، تغییرات کلی در فضای روستا ایجاد می‌کند، لذا کارآفرین زن عامل مهمی در توسعه اقتصادی روستاها است (Muthulakshmi & Gurudevi, 2019). «کارآفرینی و زنان کارآفرین به دو دلیل به مطالعه و تحقیقات مستقل نیاز دارد: اول اینکه کارآفرینی زنان در طی دهه‌های گذشته به نحوی متمایز به‌عنوان یک منبع مهم در رشد اقتصادی شناخته شده است، دوم آنکه مسئله جنسیت بر مقولاتی همچون فقر، توزیع درآمد و ثروت، تخصیص منابع و خانواده سایه انداخته و در این میان زنان کارآفرین علاوه بر اینکه دوشادوش کارآفرینان مرد کسب‌وکارها و مشاغل جدیدی را برای خود و دیگران ایجاد می‌کنند، درعین‌حال به دلیل متفاوت‌بودن روحیه و توانایی‌ها و نقش‌های متمایز اجتماعی و انسانی، راه‌حل‌های مختلفی را نیز برای مدیریت، سازماندهی و حل مشکلات و همچنین بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینی به جامعه ارائه می‌دهند» (منصوری و همکاران، ۱۴۰۰: ۹). ازآنجاکه توسعه کارآفرینی تحت‌تأثیر عوامل زمینه‌ای و ساختاری متعددی واقع می‌شود که در این میان انگیزه‌های کارآفرینی می‌تواند اثر تقویت-کننده یا تضعیف‌کننده بسیاری بر فرایند کارآفرینی داشته باشد، شناخت این نیازها و انگیزه‌ها باتوجه‌به تفاوت‌های جنسیتی می‌تواند مراتب تسهیل توسعه کارآفرینی زنان را فراهم کند (آراستی و همکاران، ۱۳۹۲). «سازمان ملل متحد در سال ۲۰۰۶، موانع پیشروی توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه زنان

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1401.11.42.4.3]

روستایی را شامل مواردی نظیر مدیریت ضعیف بر منابع مالی، ضعف نقدینگی، عدم وجود یا ضعف در نظام ثبت و ضبط، بی‌تجربگی، عدم برخورداری از صلاحیت‌های مدیریتی، مشکلات مربوط به بازاریابی، مشکلات کارگزینی، عدم دسترسی به خدمات مشاورهای تخصصی، محدودیت شبکه‌های تجاری و اجتماعی، موانع فرهنگی، ناامنی اجتماعی و تسلط مردان بر بازارها دانسته است» (Okafor & Amalu, 2010: 40).

نظریات، دیدگاه‌ها و رویکردهای مشارکت زنان در فعالیت‌های اقتصادی

منابع انسانی رکن اساسی توسعه پایدار جوامع به شمار می‌آیند؛ با درنظرگرفتن این اصل، جوامع/دولت‌های مختلف همواره در صدد آن هستند تا با بهره‌مندی از توان اقتصادی و اجتماعی خود، زمینه‌ساز رشد و شکوفایی جوامع انسانی (اعم از زن یا مرد) باشند. بنا بر آخرین سرشماری نفوس و مسکن انجام شده در سال ۱۳۹۵، جمعیت زنان ایران ۴۹/۳٪ از جمعیت کل کشور است؛ در مقیاس جهانی نیز زنان، ۴۹/۶٪ از جمعیت جهان را به خود اختصاص داده‌اند (The World Bank., 2020). این آمار و ارقام بیانگر آن است که از نظر کمیّت، زنان و مردان تفاوت چندانی ندارند، اما از نظر فعالیت‌های و مشارکت‌های اقتصادی، سهم زنان بسیار ناچیز است. با نگاهی کلی به بازار کار و جمعیت شاغل کشور می‌توان نابرابری مشارکت در فعالیت‌های اقتصادی را به‌صورت واضح‌تری مشاهده کرد. آن‌گونه که معاونت توسعه کارآفرینی و اشتغال وزارت کار و رفاه اجتماعی (۱۳۹۸) گزارش می‌دهد، جمعیت فعال مردان ایرانی که نشان‌دهنده عَرضه نیروی کار مردان است برابر با ۲۲ میلیون نفر در سال ۱۳۹۷ بوده، در طرف مقابل جمعیت فعال زنان تقریباً برابر با ۵/۵ میلیون نفر در همان سال گزارش شده است. این ارقام دال بر شکاف چشمگیری در نرخ مشارکت زنان و مردان در فعالیت‌های اقتصادی است. شکافی که در صورت پُر شدن، می‌تواند جمعیت قابل‌توجهی از جامعه را وارد فعالیت‌های اقتصادی کرده و مسیر توسعه را با سرعت بیشتری طی کند. ازاین‌رو، بهره‌مندی بهینه از توانمندی‌های زنان و به دنبال آن، حرکت به‌سوی توسعه اقتصادی، مستلزم تقویت زیرساخت‌ها و شرایط موردنیاز جهت حضور هر چه بیشتر و بهتر زنان در زمینه کارآفرینی است. در زمینه کارآفرینی زنان، رویکردها و نظریات مختلفی وجود دارد؛ در پژوهش حاضر، نگارندگان این رویکردها را در چهار گروه اقتصادی، حامی حقوق زن (فمینیسم)، جامعه‌شناختی و توسعه مورد بررسی قرار داده‌اند.

نظریات، دیدگاه‌ها و رویکردهای اقتصادی

نئوکلاسیک: این گروه از نظریه‌پردازان برای توضیح و تشریح این‌که چرا درآمد زنان کمتر از مردان است، متغیرهایی نظیر مسئولیت‌های خانوادگی، توان جسمی، آموزش‌های عمومی و فنی، ساعت کار، غیبت از کار، جابه‌جایی در کار و چگونگی تأثیر این متغیرها در بهره‌وری نیروی کار و عرضه آن می‌پردازد؛ از سوی دیگر اقتصاددانانِ جدید نئوکلاسیک معتقدند که خانواده، منابعی نظیر وقت و پول خود را به روش عقلایی بین افراد خانواده تقسیم می‌کنند و این امر سبب می‌شود که زنان، سرمایه‌های مادی و

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1401.11.42.4.3]

انسانی کمتری در سنین پائین دریافت کنند و هنگامی که سن آن‌ها بیشتر می‌شود، برای نگه‌داری کودکان در خانه بمانند (امینی، ۱۳۸۳). پس می‌توان یکی از دلایل پائین بودن نرخ مشارکت زنان در بازار کار را پائین بودن سرمایه انسانی و بهره‌وری آنان در فعالیت‌های اقتصادی دانست؛ همچنین زنان به دلیل این‌که پس از ازدواج، در دوران بارداری و یا پرورش کودک اقدام به ترک شغل خود می‌کنند و به‌تبع کارفرمایان نیز تمایلی به سرمایه‌گذاری بر روی نیروی کار زنان را ندارند. زیرا این امکان وجود دارد که آن‌ها پس از مدتی شغل خود را ترک کنند و امکان بهره‌برداری از سرمایه‌گذاری انجام شده توسط کارفرما را سلب کرده و باعث ضرر و آسیب اقتصادی به آن بنگاه اقتصادی می‌شود. هرچند ذکر این مسئله حائز اهمیت است که در مقوله سرمایه انسانی، فرضیه‌ها و مباحثی وجود دارد که نظریه‌پردازان بازار کار جنسیتی در خصوص صحت‌وسقم آن‌ها دچار تردید هستند. فرضیه اول بیان می‌کند که امروزه شرایطی وجود دارد (علی‌الخصوص در کشورهای توسعه‌یافته) که زنان بتوانند فرزندان خود را در مراکز پرورشی نظیر مهدهای کودک بگذارند و بدین‌وسیله شرایط را برای حضورشان در فضای کار خارج از خانه فراهم نمایند.

تفکیک بازار: به اعتقاد امینی (۱۳۸۳)، نظریه‌های تفکیک بازار را از جهاتی می‌توان صافی نظریه‌های نئوکلاسیک تلقی کرد که بازار کار را همچون مجموعه‌ای می‌بینند که موانع سازمانی آن را به قسمت‌های مختلف تقسیم کرده است. در زمینه دیدگاه‌ها و نظریات تفکیک بازار، نظریه بازار کار دوگانه[1] یا تجزیه بازار کار، همواره در پژوهش‌های مختلف موردتوجه اندیشمندان قرار گرفته است. پیروان این نظریه معتقد بر آن هستند که باید تفاوتی میان گروه‌های شغلی وجود داشته باشد؛ پیروان این نظریه گروه‌های شغلی را به دو گروه کاملاً متفاوت تقسیم می‌کنند. گروه نخست، آن دسته از مشاغلی هستند که دارای ویژگی-های مثبت و فوق‌العاده‌ای نظیر دستمزد، امنیت شغلی، امکان پیشرفت شغلی و نظایر آن هستند. از سوی دیگر، گروه دوم مشاغل مربوط به آن دسته از مشاغل هستند که به‌مراتب دارای وضعیت نامناسب و نامطلوب‌تری نسبت به گروه نخست مشاغل هستند؛ این گروه دارای دستمزد، امنیت شغلی، امکان پیشرفت شغلی نامناسبی هستند. وجود این تفکیک و تقسیم بر پایه جنسیت است (زنجانی‌زاده، ۱۳۷۰ به نقل از همت و همکاران، ۱۴۰۰). کارفرمایان در گروه اول، تأکید ویژه‌ای به «مهارت» کارگران و کارمندان دارند و به‌تبع، مزد بیشتر و مزایای بهتری را در اختیار آن‌ها قرار می‌دهند. پس از آن، «ثبات» دارای اهمیت بسزایی برای کارفرمایان است؛ زنان باتوجه‌به جابه‌جایی بیشتری که دارند، شانس کمتری را در مشاغل گروه اول داشته و به سمت مشاغل گروه دوم سوق داده می‌شوند. «سطح آموزش، وضعیت خانوادگی (تجرد، تأهل، طلاق، بچه‌دار بودن یا نبودن) و محل اقامت (شهری یا روستایی) موجب ناپیوسته بودن و قطعه‌قطعه‌شدن مشارکت زنان در اقتصاد و بازار کار می‌شود. آن‌ها در طول زندگی خود بارها وارد بازار کار می‌شوند و الگوی مشارکتشان تحت‌تأثیر تغییرات زندگی است» (همان، ۱۴۰۰: ۸۲). دیکنز (۱۹۸۷) بیان می‌کند که تفاوت‌های جنسیتی تنها به دلیل ویژگی‌های ذاتی نیست، بلکه بخشی از آن‌ها به دلیل نوع شغل‌هایی است که به زنان واگذار می‌شود؛ ازاین‌رو، حتی اگر کیفیت نیروی کار زن و مرد

[1] Dual labor market theory

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-07]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1401.11.42.4.3]

پیش از ورود به شغل برابر باشد، احتمال به کار گماردن مردان (با فرض داشتن ثبات شغلی بیشتر) در شغل‌های بخش اول که امکان پیشرفت بعدی در آن‌ها از لحاظ مزد، آموزش و حرفه‌ای و ترفیع بیشتر از زنان است (Dickens., 1987). دو نقد کلی در زمینه این نظریه وجود دارد و منتقدین با استناد بر این دو نقد، رویکرد بازار کار دوگانه را نفی می‌کنند؛ انتقاد اولی که بر این رویکرد وارد می‌شود، عدم شفافیت در شیوه جداسازی نیروی کار بر مبنای جنسیت در گروه‌های شغلی اول و دوم است. به بیانی دیگر، هرچند این نظریه به طور موفق به تبیین و شفافیت در الگوی توزیع شغل‌ها در بین گروه‌های جنسیتی پرداخته است، اما چگونگی و نحوه این جداسازی در گروه‌های شغلی اول و دوم شفاف نبوده و دارای ابهام است. زنان و حضورشان در فضای کار به‌شدت متأثر از وجود بازار کار جداگانه است. آن‌ها به‌ناچار محدود به گروهی محدودی از مشاغل هستند و از سوی دیگر برای اشتغال در همین گروه‌های محدود، متقاضیان فراوانی وجود دارد. این تراکم سبب رقابت شغلی در میان زنان می‌شود؛ رقابت بر شغل‌هایی که دارای مزایا و مزد کم‌تری هستند. بیان این نکته نیز حائز اهمیت است که زنان به دلایلی که پیش‌تر بیان شد، نمی‌توانند با مردان در بسیاری از مشاغل رقابت داشته باشند؛ مردانی که در گروه‌های شغلی با مزد و درآمد به‌مراتب بهتر فعالیت دارند. انتقاد دومی که بر این رویکرد وارد است، این است که نظریه تفکیک بازار هیچ پاسخ شفافی را در پاسخ به چرایی تأثیر جنسیت در این ابعاد و اهمیت که سبب تفکیک بازار شده است را نداده است؛ به اعتقاد برخی از صاحب‌نظران، علت اصلی در بیرون از چارچوب‌های اقتصادی است، آن‌ها معتقدند برخوردهای متعصبانه با رسوم اجتماعی که بیشتر در فرایند اجتماعی شدن و آموزش‌وپرورش صورت می‌گیرد، عامل تبعیض مستقیم و حتی غیرمستقیم بازار است (Booth & Amato., 1994؛ امینی، ۱۳۸۳).

نظریه جنسیتی بازار کار: پیروان این نظریه نقد خود را معطوف به مباحثی نظیر جایگاه زن به‌عنوان پایگاه خانواده و نظایر آن که سبب وضعیت نامساعد شغلی آن‌ها شده می‌دانند و معتقدند که پرداختن زنان به کارهای خانگی نظیر پرورش کودک و مدیریت خانه که به طور عمده بدون مزد هستند، ارتباطی با توانایی کمتر آن‌ها در کسب درآمد ندارد. در کشورهای صنعتی، جوامع متکی بر بازار و جوامعی که به بازار متکی نیستند، زنان با وجود کار در خارج از خانه، باز هم امور خانه‌داری و پرورش کودک جزو وظایف آن‌ها است (Bodrova & Anker., 1985). در کشورهای درحال‌توسعه نیز این قاعده وجود دارد. در راستای قاعده مذکور (امور خانه وظیفه زن است)، افزایش هزینه مراکز نگه‌داری کودکان و همچنین تعداد کم و گاهی کیفیت نامطلوب آن‌ها نیز سبب افزایش موانع حضور هر چه‌بهتر زنان در بازار کار است.

نظریات، دیدگاه‌ها و رویکردهای طرفداران حقوق زن[1]

به‌صورت کلی، سه دیدگاه مارکسیستی، رادیکال و سوسیالیستی در میان طرفداران حقوق زن/فمینیست‌ها در زمینه حضور و مشارکت اقتصادی زنان در بازار کار وجود دارد.

[1] feminism

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-07]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1401.11.42.4.3]

مارکسیسم: بارت[1](۱۹۸۹: ۷۰) بیان می‌کند: «بر اساس تقسیم نامتوازن کار، کار بی‌مزد خانگی نصیب زن و کسب درآمد و اعتبار اجتماعی نصیب مرد می‌شود و این وضعیت، یکی از ویژگی‌های نظام سرمایه‌داری است». پیروان این دیدگاه معتقدند که رهایی‌یافتن زنان از این وضعیت، در گروه آزادی و رهایی از سلطه سرمایه‌داری است.

رادیکال: فمینیسم رادیکال در اواخر دهه شصت میلادی، آهسته‌آهسته وارد عرصه نظریات و دیدگاه-های مشارکت اقتصادی زنان شد و به اعتقاد همت و همکاران (۱۴۰۰)، رادیکال و فمینیسم از تأثیرگذارترین نظریات بر روند شکل‌گیری نظام فکری و ارزشی زنان بودند. این دیدگاه زن را بی‌نیاز از مرد دانسته و اصولی نظیر کنارگذاشتن سلطه مرد و رفع خشونت علیه زن را مطرح می‌کند. آن‌ها با رویکردی رادیکال، بیان می‌کنند که نظام مردسالارانه سبب شده تا زنان به شیوه تولید خانگی پایبند بمانند و این مردان هستند که با استفاده از این امر، زنان را به استثمار خود درآورده‌اند. به‌صورت کلی، فمینیسم‌های رادیکال (و حتی لیبرال) معتقدند که حاکمیت نظام مردسالارانه در جوامع سبب کاهش مشارکت اقتصادی زنان است.

سوسیالیست: این شاخه از فمینیسم همچون فمینیسم مارکسیسم، نظام سرمایه‌داری را عامل سوق‌دادن زنان به‌سوی دستمزد کمتر و حضور در تولید و کار نابرابر دانسته که نتیجه آن روی‌آوردن آنان به ازدواج برای تأمین زندگی و پذیرش نقش‌های مادری و همسری است که آن‌ها را وابسته و محدود می‌سازد و غیرمستقیم با تمایز حیطه‌های خصوصی و عمومی به استواری نظام مردسالاری می‌انجامد (آبوت و والاس، ۱۳۸۰: ۲۸۸-۲۹۳ به نقل از همت و همکاران، ۱۴۰۰). باربارا (۱۹۷۶) بیان می‌کند که یک رابطه دوسویه در میان زنان و اقتصاد وجود دارد؛ به اعتقاد وی زنان هم مصرف‌کننده و هم مورد مصرف قرار می‌گیرند. از یک سو، زن خانه‌دار کالاهایی را مصرف می‌کند که با پول دیگری خریداری شده است؛ این مسئله سبب کاهش قدرت و عزت‌نفس او می‌شود و سبب بروز حس بی‌مصرفی برای وی می-شود. از سوی دیگر نیز آن زن خانه‌دار به منزله یک کالا مورد مصرف قرار می‌گیرد.

نظریات، دیدگاه‌ها و رویکردهای جامعه‌شناختی

دیدگاه کارکردگرایی: رویکرد کارکردگرایی بدین شکل است که عناصر و اجزا یک سیستم را فارغ از کلیت آن‌ها مورد بررسی قرار می‌دهد؛ در این رویکرد تلاش می‌شود تا با کشف عناصر، توجیهی برای کارکردهایشان انجام شود. آن‌طور که مصفا (۱۳۷۰) بیان می‌کند، کارکردگرایان معتقدند نقش‌های زن و مرد در ابتدا به‌صورت مجزا از هم و سپس به‌صورت مکمل هم درک می‌شود.

دیدگاه جنسیتی: این دیدگاه حول محور یک مفهوم است: زنان در بازار کار و خانه دارای موقعیتی مرتبط با هم بوده که این مسئله جزوی از نظام اجتماعی مردسالارانه است. در این دیدگاه همواره یک-سری از مشاغل که برگرفته از نقش خانگی زنان هستند، به‌عنوان مشاغل زنانه برای آن‌ها در نظر گرفته می‌شود. مشاغلی نظیر پرستاری، نگه‌داری از کودک، معلمی، پذیرایی و نظافت از جمله این مشاغل

[1] Barrett

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1401.11.42.4.3]

هستند. همان‌گونه که در بیشتر جوامع کار خانگی زن‌ها کم‌ارزش‌تر شده است این مشاغل و مهارت‌ها نیز کم‌ارزش هستند(تراویده، ۱۳۹۵). صفری[1] (۱۹۹۷) اذعان دارد که توجه این دیدگاه به مشارکت مساوی مرد و زن در زندگی اجتماعی و خصوصی بوده و معتقد است که فرصت‌ها باید به شکلی آزاد میان نقش‌های ابزاری و میانی، برای مرد و زن تقسیم شود.

نظریه یادگیری اجتماعی: تئوری یادگیری اجتماعی یکی از ۵ جنبه تئوری مطالعه هیسریچ و برایش (۲۰۰۰) است که در مطالعه‌ای در زمینه عملکرد زنان، ۵ تئوری را مورد بررسی قراردادند. این تئوری بیان می‌کند که یادگیری از طریق مشاهده رفتار دیگران (خانواده و دوستان) در رفتار زنان مؤثر است. همچنین زمینه‌های خانوادگی، نقش والدین و وجود یک فرد که در آن زمینه کارکرده باشد، نقش مهمی را در انتخاب شغل و موفقیت زنان دارد.

نظریات، دیدگاه‌ها و رویکردهای توسعه

رفاه: پس از جنگ جهانی دوم و روند فزاینده تعداد خانواده‌های تک‌سرپرست، اولین کمک‌ها و حمایت‌ها به زنان شکل گرفت. در این رویکرد تصور می‌شد که با کمک‌کردن به زنان، خانواده‌ها نیز از این حمایت‌ها منتفع خواهند شد؛ در حقیقت این رویکرد بر محوریت خانواده بود. یکی از مشکلات عمده این رویکرد، عدم مشارکت زنان در فرایند توسعه بود و زنان مانند کودکان، معلولان و گروه‌های آسیب‌پذیر جامعه، صرفاً کمک‌گیرنده بودند.

برابری و عدالت: بررسی نظریه‌های توسعه در دهه ۱۹۷۰ میلادی نشان از آن داشت که زنان علی‌رغم مشارکت فعال در فعالیت‌های اقتصادی، تولیدات آن‌ها در پروژه‌های توسعه به‌حساب نمی‌آمد؛ زیرا زنان بیشتر فعالیتشان در بخش کشاورزی بود و یا به‌عنوان نیروی کار خانوادگی محسوب می‌شدند و به همین دلیل مزدی را نیز دریافت نمی‌کردند. به دنبال آن، نظریه برابری و عدالت مطرح و بیان شد که فرصت‌های شغلی باید به‌صورت مساوی برای زنان و مردان ایجاد شود. «این نظریه دو رهیافت را دنبال می‌کند؛ الف) رهیافت حساسیت جنسیتی، ب) رهیافت بی‌طرفی جنسیتی. در رهیافت حساسیت جنسیتی، اعتقاد بر این است که ازآنجاکه میان زنان و مردان در همه ابعاد توسعه تفاوت‌هایی وجود دارد و زنان از امکانات مردان برخوردار نیستند، بنابراین، باید به زنان توجه خاص شود» (موسوی، ۱۳۹۲: ۲۰). «در رهیافت بی‌طرفی جنسیتی، نظر بر آن است که برنامه‌ها باید برای همه مردم تدوین شوند و بین مشارکت زنان و مردان فرقی گذاشته نشود و همگان از مزایا و منافع توسعه به طور یکسان بهره‌برداری کنند» (دادورخانی، ۱۳۸۵: ۲۵-۲۶).

کارایی: در این نظریه پنداشته می‌شود که در صورت وقوع توسعه، مشارکت زنان به‌صورت خودکار اتفاق می‌افتد و به دنبال آن برابری و مساوات نیز حاصل می‌شود. دادورخانی (۱۳۸۵) معتقد است که هدف این نظریه، افزایش کارایی و تولید تعریف می‌شود و نه بهبود وضعیت زنان.

[1] Safari

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-07]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1401.11.42.4.3]

توانمندسازی زنان: همان گونه که مصفا (۱۳۷۰) بیان می‌کند، این نظریه نوعی راهبرد است که به دنبال تغییر تدریجی موقعیت زنان برای کسب قدرت بیشتر در عرصه‌های عمومی به وجود آمده است. این نظریه بیان می‌کند که زنان دارای اختیار و کنترل زندگی خود هستند. پس می‌توان بیان کرد که نظریه توانمندسازی زنان خواهان اعطای قدرت و افزایش توان آن‌ها در حق انتخاب در زندگی است؛ مراد از قدرت به معنای برتری یک فرد از فرد دیگر نمی‌باشد؛ بلکه بدین معناست که فرد بتواند به خوداتکا کند.

همان‌طور که پیش‌تر بیان شد، اندیشمندان و پژوهشگران حوزه‌های مختلف مطالعات شهری، اقتصاد، کارآفرینی و توسعه جوامع محلی در سالیان اخیر رویکردهای مختلف و متفاوتی را در بررسی مشارکت زنان در فعالیت‌های اقتصادی به کار گرفته‌اند. در پژوهش حاضر تلاش شده تا مطالعات و پژوهش‌هایی که به ارزیابی موانع و یا مشوق‌های حضور زنان در فضای کارآفرینی پرداخته‌اند، مورد بررسی قرار گیرد.

ناواز[1](۲۰۰۹) در پژوهشی به سنجش عوامل بحرانی در توسعه کارآفرینی زنان روستایی در بنگلادش پرداخت؛ او در نتایج پژوهش خود بدین نتیجه دست‌یافت که چند عامل اساسی در این زمینه اثرگذار هستند: قانونی (شامل قوانین سازمانی، دولتی و سیاست بانکی)، هنجاری (شامل رسم‌ورسوم و عادات اجتماعی)، دسترسی به سرمایه و پول (میزان ارتباط با بازار)، شناختی (توانایی کنترل ریسک، آموزش و دسترسی به داده‌های دوره‌های آموزش کارآفرینی و دانش کسب‌وکار). ساتیاباما[2](۲۰۱۰) پژوهشی را باهدف توانمندسازی و توسعه کارآفرینی روستایی انجام داد و در پایان بدین نتیجه دست‌یافت که زنان کارآفرین ضمن وجود مشکلات موجود در جامعه، مواردی مانند مسئولیت‌های خانوادگی نیز مانع از کارآفرینی آن‌ها می‌شود. بهارتواجان[3](۲۰۱۴) در پژوهشی به بررسی مهم‌ترین موانع کارآفرینی زنان در هند پرداخت؛ موانع مالی، محدودیت‌های قانونی و اداری، فقدان مهارت‌های مدیریتی و آموزشی، موانع بازاریابی، موانع فناوری، فقدان اعتمادبه‌نفس، محدودیت تردد، مردسالاری و عدم ریسک‌پذیری عواملی هستند که در این پژوهش به‌عنوان موانع کارآفرینی زنان شناخته شدند. ناتسولیشویلی[4]در سال ۲۰۱۷ به بررسی نابرابری جنسیتی و کارآفرینی زنان در گرجستان پرداخت؛ او در این پژوهش مشخص کرد که در زمینه‌های اشتغال، آموزش‌وپرورش و توزیع درآمد شکاف جنسیتی وجود دارد و شرایط اقتصادی، فناوری، ارزش‌های اجتماعی و آداب‌ورسوم بر فضای کسب‌وکار زنان مؤثر است. راغوانشی و همکاران[5]نیز در همان سال (۲۰۱۷) در پژوهشی به اولویت‌بندی موانع کارآفرینی زنان با استفاده از مدل DEMATEL پرداختند. آن‌ها ۱۴ مانع را شناسایی نمودند که از بین آن‌ها ۵ مانع به‌عنوان موانع علی هستند؛ کمبود آموزش و فرصت‌های آموزشی، تحرک فضایی و عدم حمایت خانواده، عدم حمایت نهادی، عدم مدیریت کارآفرینی و مشکل در دستیابی به منابع مالی مهم‌ترین موانع کارآفرینی زنان هستند. وو و همکاران[6](۲۰۱۹) با بهره-

[1] Nawaz, F
[2] Sathiabama, K
[3] Bharthvajan, R
[4] Natsvlishvili
[5] Raghuvanshi et al
[6] Wu et al

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1401.11.42.4.3]

گیری از رویکرد فمینیستی جهت بررسی موانع کارآفرینی زنان، ۴ مانع نابرابری جنسیتی، شناخت‌های کارآفرینانه، هنجارها و امور مالی را مورد بررسی قرار دادند؛ در پایان مشاهده شد که شناخت‌های ضعیفی که از کارآفرینی زنان وجود دارد و نیازهای مالی اولیه که هنگفت هستند، سبب پائین بودن سطح کارآفرینی زنان شده است. لی و همکاران[1] نیز در همان سال به بررسی تأثیر عوامل جنسیتی بر کارآفرینی زنان در مناطق روستایی پرداختند؛ نتایج حکایت از آن داشت که تبعیض جنسیتی، فقدان تحصیلات زنان و دسترسی به سرمایه، ارتباط مثبتی دارند و از علل اصلی کارآفرینی زنان در مناطق روستایی پاکستان هستند، درحالی‌که بی‌سوادی، محدودیت‌ها، وضعیت پایین، نقش‌زنان در تصمیم‌گیری، در مراحل اولیه ازدواج، بی‌توجهی دولت، حمایت خانواده، فرهنگ و سنت و تسلط مردان در بازارها از عوامل اصلی بازدارندگی زنان برای کارآفرینی هستند. آگراوال و همکاران[2](۲۰۲۰) در پژوهشی به بررسی عوامل اساسی برای توسعه پایدار یک چارچوب مفهومی در جوامع به‌منظور ارتقا کارآفرینی زنان پرداختند و در پایان دریافتند که عوامل فردی، اجتماعی و محیطی برای توسعه یادگیری کارآفرینانه و شایستگی-هایی که برای موفقیت زنان کارآفرین بسیار مهم است، تأثیر گذاشته است. رودومبو و همکاران[3](۲۰۲۰) در پژوهشی به بررسی چالش‌ها و فرصت‌های زنان کارآفرین در بوتسوانا پرداختند و این مسئله را نیز مورد بررسی قرار دادند که چگونه آموزش کارآفرینی می‌تواند سبب افزایش دانش و مهارت آن‌ها برای انجام کسب‌وکارهای سودآور و در نتیجه توانمندسازی آن‌ها - زنان - شود؛ یافته‌ها نشان داد که زنان کارآفرین با شبکه پیچیده‌ای از چالش‌ها مواجه هستند که از جمله آن‌ها می‌توان به دسترسی به منابع مالی، فقدان آموزش منجر به کمبود مهارت‌های فنی، عدم آگاهی از منابع مالی و پشتیبانی فنی، رقابت زیاد در بازار، به حاشیه راندن زنان و فقدان اشاره کرد؛ جدایِ از چالش‌ها، محیط قانونی و نظارتی در بوتسوانا به‌شدت مساعد و حمایت‌کننده از کارآفرینی زنان بود و همچنین آموزش و آموزش کارآفرینی سفارشی فرصت‌هایی را برای زنان کارآفرین فراهم می‌کرد تادانش و مهارت‌های فنی خود را افزایش دهند. چوو و همکاران (۲۰۲۱) در پژوهشی به بررسی انگیزه‌های زنان کارآفرین کره جنوبی برای راه‌اندازی یک کسب‌وکار، چالش‌های موجود در راه توسعه آن و همچنین عوامل کلیدی مؤثر در موفقیت شغلی آن‌ها را موردمطالعه قرار دادند؛ نتایج پژوهش کلیشه‌های جنسیتی به‌عنوان «چالش‌ها»، ایجاد یک فرهنگ‌سازمانی خانواده مانند به‌عنوان «فرصت»، ضرورت اقتصادی برای خانواده به‌عنوان «انگیزه‌های انگیزشی مبتنی بر نیاز» و احساس رضایت از خود به‌عنوان «کششی مبتنی بر فرصت» را اعلام داشت. در همان سال، گهوس و همکاران[4](۲۰۲۱) در مطالعه خود به مشکلات زنان کارآفرین روستایی پرداختند و در پایان دریافتند که مسائلی نظیر ویژگی‌های شخصیتی، خانوادگی، تحصیلات، وضعیت اجتماعی – فرهنگی، امکانات، حقوق و مسائل اقتصادی، سازمانی و جغرافیایی از جمله عواملی هستند که سبب بروز

[1] Li et al
[2] Agarwal et al
[3] Rudhumbu et al
[4] Ghouse et al

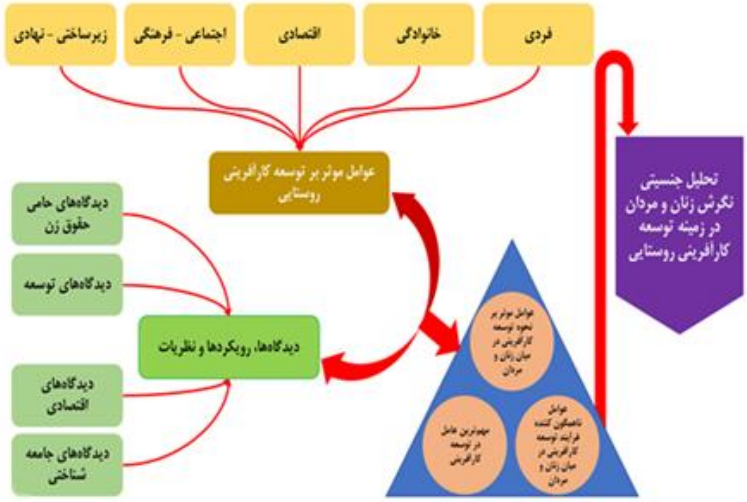
[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1401.11.42.4.3]

چالش برای زنان کارآفرین روستایی عمان می‌شوند و دراین‌بین، مسائل خانوادگی، سازمان‌ها/نهادها و موقعیت جغرافیایی نقش پررنگ‌تری را نسبت به سایر عوامل دارند.

حسینی و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهشی به بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینی زنان روستایی در شمال استان تهران پرداختند؛ یافته‌های پژوهش نشان داد که رابطه معناداری میان عوامل فردی، خانوادگی، اقتصادی - مالی، اجتماعی - فرهنگی و سیاسی - قانونی با موفقیت کارآفرینی زنان روستایی وجود دارد که دراین‌بین بیشترین تأثیر مربوط به عوامل اقتصادی – مالی است. خسروی‌پور و همکاران (۱۳۹۸) به بررسی دیدگاه زنان روستایی بخش مرکزی استان کرمانشاه نسبت به موانع کارآفرینی در بین ایشان پرداختند؛ نتایج تحلیل عاملی بیانگر آن است که به ترتیب عوامل زمینه‌ای، حمایتی، دولتی، شغلی، شخصیتی، جنسیتی و آموزشی به ترتیب مهم‌ترین عوامل مؤثر بر کارآفرینی هستند. در همان سال (۱۳۹۸)، هاشم‌زاده‌فروزان و ملکیان به بررسی عوامل تأثیرگذار در موفقیت کسب‌وکار زنان کارآفرین در شهر تهران پرداختند؛ نتایج پژوهش نشان داد که متغیر خطرپذیری (ریسک‌پذیری) و عمل‌گرایی (نتیجه‌گرایی) بیشترین میانگین را دارد و بین خطرپذیری، توفیق‌طلبی، ایده‌پردازی، عمل‌گرایی و توسعه کارآفرینی زنان رابطه معنی‌داری وجود دارد. آرامش و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهشی به ارائه الگوی اثربخشی کارآفرینی اجتماعی در راستای توانمندسازی زنان جامعه محلی پرداختند؛ نتایج بیانگر آن بود که شاخص اعتمادبه‌نفس مهم‌ترین شاخص و شاخص‌های انگیزه ایجاد اشتغال، میزان تحصیلات، رفع تبعیض از بازار کار، سیاست‌های حمایتی دولت به ترتیب دیگر شاخص‌های دارای اهمیت در توانمندسازی زنان منطقه موردمطالعه هستند. خسروی‌پور و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهشی به شناسایی عوامل زمینه‌ای تأثیرگذار بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی از دیدگاه اعضاء صندوق‌های اعتباری خرد زنان روستایی در شهرستان آبادان پرداختند؛ بر اساس نتایج آزمون تحلیل عاملی متغیرهای زمینه‌ای اثرگذار بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی در پنج دسته عوامل زیرساختی - نهادی، آموزش، فنی، فرهنگی – اجتماعی دسته‌بندی شدند. آنی و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهشی به شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه و موانع بازدارنده کارآفرینی زنان روستایی شهرستان کرمانشاه پرداختند؛ نتایج پژوهش بیانگر آن بود که عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی شامل ابتکار عمل، فعال‌بودن، شناسایی فرصت‌ها، پشتکار، تلاش و غلبه بر موانع و شایستگی‌های فردی زنان است، از سوی دیگر موانع اجتماعی – فرهنگی، حمایتی – اقتصادی و مدیریتی مهم‌ترین موانع بازدارنده کارآفرینی زنان روستایی در شهرستان کرمانشاه است.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-07]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1401.11.42.4.3]



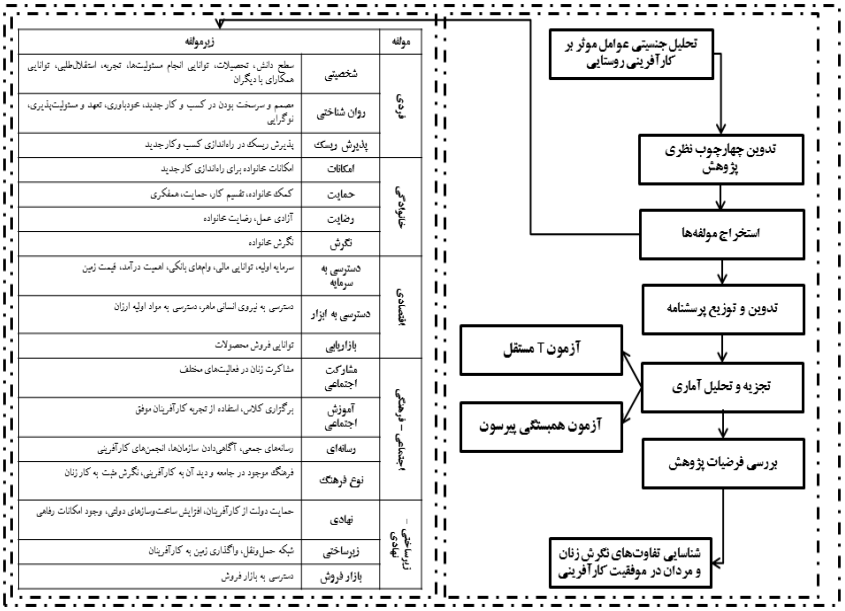
شکل ۲. مدل مفهومی پژوهش

۳) روش تحقیق

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و روش توصیفی - تحلیلی است. روش گردآوری اطلاعات اسنادی – پیمایشی بوده که در مرحله اول، از طریق مطالعه کتب، پایان‌نامه‌ها، مقالات و اسناد مرتبط اقدام به تدوین چهارچوب نظری پژوهش و استخراج مؤلفه‌های مرتبط با موضوع پژوهش جهت استفاده در پرسش‌نامه شد. با استفاده از مؤلفه‌های مستخرج در روش کتابخانه‌ای، به‌منظور توزیع پرسش‌نامه در میان جامعه آماری موردنظر در روش پیمایشی، اقدام به تدوین پرسش‌نامه و توزیع آن در سال ۱۴۰۱ در بین جامعه آماری شد. برای تعیین حجم نمونه از روش کوکران استفاده شد. حجم نمونه با ضریب اطمینان ۹۵٪، ۳۷۹ نفر تعیین شد. برای تحلیل جنسیتی در پرسش‌نامه که با استفاده از طیف لیکرت تنظیم شده بود، از پنج بُعد (فردی، خانوادگی، اقتصادی، زیربنایی، فرهنگی و اجتماعی) در قالب ۱۷ شاخص و ۴۱ گویه استفاده شد. برای سنجش روایی، از سنجش روایی محتوای استفاده شد. روایی محتوای در واقع ابزاری است که بررسی می‌کند که آیا ابزار/مدل/پرسش‌نامه تمامی جوانب مهم را مورد سنجش و اندازه-گیری قرار داده و آیا این ابزار/مدل/پرسش‌نامه می‌تواند بررسی‌کننده آن چه که باید، است؟ برای سنجش روایی پرسش‌نامه، پرسش‌نامه پس از تدوین در اختیار پنج نفر از کارشناسان قرار گرفت و پس از اعمال نظرات ایشان، روایی آن مورد تأیید قرار گرفت. به‌منظور سنجش پایایی پرسش‌نامه، از روش آلفای کرونباخ استفاده شد که میزان آلفای کرونباخ به‌دست‌آمده برابر با ۰/۸۱۴ است. در این پژوهش برای بررسی میزان همبستگی بین دو متغیر، از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شد. آزمون همبستگی پیرسون در زمره آزمون‌های آماری پارامتریک است که نشان‌دهنده همبستگی میان دو متغیر است مقدار همبستگی بین ۱+ و ۱- متغیر بوده و شدت یا درجه ارتباط بین دو متغیر با علامت + یا – نمایش داده می‌شود. به‌منظور تحلیل جنسیتی در شاخص‌های توسعه کارآفرینی نیز از آزمون T مستقل استفاده شد. آزمون T مستقل از جمله آزمون‌های مقایسه دو گروه مستقل هستند که داده‌های آن دارای توزیع نرمالی است. نرمال بودن داده‌ها، از طریق آزمون کولموگروف – اسمیرنوف به دست می‌آید؛ این آزمون

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1401.11.42.4.3]

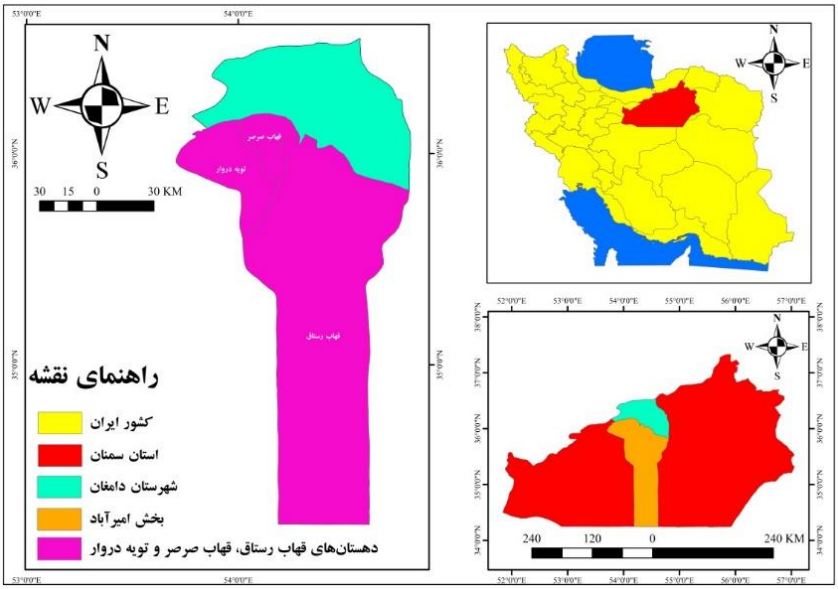
می‌تواند مشخص نمایند که باتوجه‌به داده‌های موجود استفاده از داده‌های پارامتری بهتر است یا ناپارامتری. در شکل ۳، سیر انجام پژوهش به‌صورت مصور آورده شده است:



شکل ۳. مراحل انجام پژوهش

شهرستان دامغان در طول جغرافیایی ۵۴ درجه و ۲۰ دقیقه و ۸ ثانیه و عرض جغرافیایی ۳۶ درجه و ۹ دقیقه و ۴۸ ثانیه قرار دارد. این شهرستان با وسعت ۱۲۱۱۰ کیلومترمربع از طرف شمال به کوه‌های البرز، از شرق به شهرستان شاهرود، از جنوب به دشت کویر مرکزی و از غرب به شهرستان سمنان منتهی می‌شود. دامغان دارای دو بخش مرکزی و امیرآباد است. بخش امیرآباد که منطقه موردمطالعه پژوهش حاضر است، شامل سه دهستان قهاب رستاق، قهاب صرصر و تویه درروار است (شکل ۴). جامعه آماری پژوهش حاضر، ۵۱ روستای دارای سکنه بخش امیرآباد شهرستان دامغان است که بر اساس آخرین سرشماری نفوس و مسکن (سال ۱۳۹۵)، تعداد ۴۱۲۲ خانوار و ۱۲۲۹۶ نفر جمعیت در آن سکونت داشتند.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1401.11.42.4.3]



شکل ۴. نقشه جایگاه محدوده مورد مطالعه در تقسیمات کشوری

۴) یافته‌های تحقیق

یافته‌های توصیفی

جامعه آماری پژوهش، ساکنان روستاهای بخش امیرآباد شهرستان دامغان است. ۵۱٪ پرسش‌شوندگان را مردان و ۴۹٪ را زنان تشکیل می‌دهند؛ از نظر گروه سنی، گروه سنی ۳۵-۴۵ سال بیشترین فراوانی را در بین پرسش‌شوندگان دارند و از سوی دیگر گروه سنی ۱۵-۲۵ سال کم‌ترین فراوانی را در بین پرسش-شوندگان دارد. از نظر تحصیلات، ۲۷٪ پرسش‌شوندگان دارای مدرک تحصیلی دیپلم هستند و به ترتیب دارندگان مدرک تحصیلی لیسانس، دبیرستان، راهنمایی، ابتدایی و کارشناسی ارشد و بالاتر به ترتیب دارای بیشترین فراوانی هستند (جدول ۱).

جدول ۱. فراوانی شاخصه‌های جمعیتی پرسش‌شوندگان

مؤلفه	زیرمؤلفه	فراوانی	درصد
جنسیت	زن	۱۸۶	٪۴۹
	مرد	۱۹۳	٪۵۱
سن	۱۵ – ۲۵	۵۸	٪۱۵
	۲۵ – ۳۵	۶۹	٪۱۸
	۳۵ – ۴۵	۹۴	٪۲۴
	۴۵ – ۵۵	۹۰	٪۲۳
	۵۵ و بیشتر	۶۸	٪۱۷
تحصیلات	ابتدایی	۳۸	٪۱۰
	راهنمایی	۵۲	٪۱۳
	دبیرستان	۵۶	٪۱۴
	دیپلم	۱۰۳	٪۲۷
	کارشناسی	۹۲	٪۲۴
	کارشناسی ارشد و بالاتر	۳۸	٪۱۰

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1401.11.42.4.3]

یافته‌های استنباطی

ارزیابی شاخص‌های موفقیت در کارآفرینی از دیدگاه زنان و مردان

عوامل فردی: ویژگی‌های و شاخص‌های فردی، از جمله مهم‌ترین و مؤثرترین عوامل در موفقیت کارآفرینی هستند؛ به عبارتی دیگر، اهداف، انگیزه‌ها، امیال، دیدگاه و نگرش هر فرد، از مهم‌ترین عوامل در زمینه کارآفرینی به شمار می‌آید. نتایج مستخرج از آزمون T مستقل در خصوص شاخص‌های مهم از نظر مردان و زنان در موفقیت کارآفرینی بیانگر آن است که از نظر مردان، مهم‌ترین عوامل در موفقیت کارآفرینی در شاخص فردی، «داشتن روحیه ریسک‌پذیری» با میانگین وزنی ۴/۲۲۸، «داشتن روحیه خودباوری» (۴/۰۶۲۲) و در نهایت «داشتن روحیه نوگرایی» با میانگین وزنی ۳/۸۸۰۸ است. در بین زنان، «داشتن تعهد» با میانگین وزنی ۴/۰۶۹۹ و سپس زیرشاخص‌های «مصمم بودن در کارها» و «تحصیلات» به ترتیب با میانگین وزنی ۴/۰۳۷۶ و ۳/۹۴۶۲ در رتبه‌های بعدی قرار دارند.

جدول ۲. نتایج ارزیابی مولفه‌هایِ شاخص فردی با استفاده از آزمون آماری T مستقل

شاخص	جنسیت	ضریب همبستگی	سطح معنی-داری	میانگین	آماره T مستقل	درجه آزادی	سطح معنی-داری	اختلاف میانگین	ضریب اطمینان ۹۵٪	
									حد پائین	حد بالا
مصمم بودن	زنان	۰/۲۷۶**	۰/۰۰۲	۴/۰۳۷۶	-۴/۷۴۰	۳۷۷	۰/۰۰۰	-۰/۵۱۹۵۰	-۰/۷۳۵۰۰	-۰/۳۰۴۰۰
	مردان	۰/۲۲۴**	۰/۰۰۰	۳/۵۱۸۱						
تعهد	زنان	۰/۲۹۹**	۰/۰۰۰	۴/۰۶۹۹	-۴/۷۲۹		۰/۰۰۰	-۰/۴۷۹۹۲	-۰/۶۷۸۴۹	-۰/۲۷۹۹۵
	مردان	۰/۳۲۲**	۰/۰۰۰	۳/۵۹۰۷						
روحیه نوگرایی	زنان	۰/۲۵۷**	۰/۰۰۰	۳/۴۵۷۰	۳/۹۸۳		۰/۰۰۰	-۰/۴۲۳۸۴	۰/۲۱۴۵۹	۰/۶۳۳۹۰
	مردان	۰/۴۸۴**	۰/۰۰۰	۳/۸۸۰۸						
دانش	زنان	۰/۲۷۷**	۰/۰۰۰	۳/۸۳۳۳	-۵/۸۲۵		۰/۰۰۰	-۰/۶۳۶۴۴	-۰/۸۵۱۳۰	-۰/۴۲۱۵۹
	مردان	۰/۲۱۹**	۰/۰۰۲	۳/۱۹۶۹						
تصحیلات	زنان	۰/۰۶۵	۰/۳۸۱	۳/۹۴۶۲	-۵/۱۶۲		۰/۰۰۰	۰/۵۷۸۳۶	-۰/۷۹۸۶۹	-۰/۳۵۸۰۴
	مردان	۰/۰۶۹	۰/۳۴۱	۳/۳۶۷۹						
خودباوری	زنان	۰/۱۹۵**	۰/۰۰۵	۳/۵۰۵۴	۵/۷۵۹		۰/۰۰۰	۰/۵۵۶۸۰	۰/۳۶۶۷۱	۰/۷۴۶۸۹
	مردان	۰/۳۴۱**	۰/۰۰۰	۴/۰۶۲۲						
استقلال‌طلبی	زنان	۰/۲۵۵**	۰/۰۰۰	۳/۴۵۷۰	۴/۴۷۲		۰/۰۰۰	۰/۴۷۰۴۷	۰/۲۶۳۶۳	۰/۶۷۷۳۱
	مردان	۰/۴۳۹**	۰/۰۰۰	۳/۹۲۷۵						
تجربه	زنان	۰/۳۲۲**	۰/۰۰۰	۲/۹۵۱۶	۵/۵۸۵		۰/۰۰۰	۰/۶۵۴۶۰	۰/۴۲۴۱۲	۰/۸۸۵۰۹
	مردان	۰/۲۴۳**	۰/۰۰۱	۳/۶۰۶۲						
همکاری با دیگران	زنان	۰/۲۸۲**	۰/۰۰۰	۳/۸۳۸۷	-۴/۳۱۷		۰/۰۰۰	-۰/۴۴۴۹۳	-۰/۶۴۷۵۶	-۰/۲۴۲۲۹
	مردان	۰/۳۸۱**	۰/۰۰۰	۳/۳۹۳۸						
انجام مسئولیت	زنان	۰/۲۷۳**	۰/۰۰۰	۳/۹۱۴۰	-۱/۸۴۰		۰/۰۰۰	-۰/۱۸۳۴۱	-۰/۳۷۹۵۳	۰/۰۱۲۵۴
	مردان	۰/۳۲۴**	۰/۰۰۰	۳/۷۳۰۶						
ریسک‌پذیری	زنان	۰/۱۹۶**	۰/۰۰۵	۳/۳۱۷۲	۹/۲۸۵		۰/۰۰۰	۰/۹۰۵۵۹	۰/۷۱۳۸۱	۱/۰۹۷۳۸
	مردان	۰/۱۷۹**	۰/۰۱۳	۴/۲۲۲۸						
بعد فردی	زنان	۰/۴۷۳**	۰/۰۰۰	۴۰/۳۲۸۰	۲۸۰		۰/۰۰۰	۰/۱۶۹۵۴	۱/۰۱۹۴۶	۱/۳۵۸۳۷
	مردان	۰/۵۵۳**	۰/۰۰۰	۴۰/۴۹۷۴						

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-07]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1401.11.42.4.3]

عوامل خانوادگی: وضعیت خانوادگی و شرایط آن، بر رفتارها، تمایلات و غرایض هر فردی تأثیرگذار است؛ دراین‌بین زنان، باتوجه‌به شرایط اجتماعی خانواده‌ها در ایران و فرهنگ و سنت‌های موجود، بیش از آقایان از خانواده‌های خود تأثیر می‌پذیرند. در شاخص «خانوادگی»، آقایان «داشتن امکانات خانوادگی» را با میانگین ۳/۸۷۵۶ مهم‌ترین زیرشاخص دانسته‌اند و به ترتیب «تقسیم کار در انجام کارها و مسئولیت-ها» و «حمایت خانواده در کارها» در رتبه‌های بعدی قرار دارند. از طرفی دیگر، زنان «نگرش خانواده به ایجاد کسب‌وکار جدید» را ارجح‌تر نسبت به سایر متغیرها دانستند و در رتبه‌های بعدی «آزادی عمل از جانب خانواده برای کارهای جدید» و «کمک فکری خانواده» قرار دارد. میانگین وزنی مردان ۲۹/۱۸۶۵ و زنان ۲۷/۸۶۰۲ است، از سوی دیگر سطح معنی‌داری شاخص خانوادگی برابر با ۰/۰۰۵ است که بیانگر اختلاف معنی‌دار در نگرش دو گروه جنسی است.

جدول ۳. نتایج ارزیابی مولفه‌های شاخص خانوادگی با استفاده از آزمون آماری T مستقل

شاخص	جنسیت	ضریب همبستگی	سطح معنی-داری	میانگین	آماره T مستقل	درجه آزادی	سطح معنی‌داری	اختلاف میانگین	ضریب اطمینان ۹۵٪	
									حد پائین	حد بالا
کمک خانواده	زنان	۰/۲۶۶**	۰/۰۰۰	۳/۶۹۸۹	-۴/۶۳۸	۳۷۷	۰/۰۰۰	-۰/۵۰۷۲۱	-۰/۷۲۲۲۴	-۰/۲۹۲۱۹
	مردان	۰/۳۶۵**	۰/۰۰۰	۳/۱۹۱۷						
رضایت خانواده	زنان	۰/۳۸۳**	۰/۰۰۰	۳/۲۹۵۷	۲/۸۸۵		۰/۰۰۴	۰/۳۳۶۴۳	۰/۱۰۷۲۱	۰/۵۶۵۷۳
	مردان	۰/۳۱۶**	۰/۰۰۰	۳/۶۳۲۱						
آزادی عمل	زنان	۰/۲۷۳**	۰/۰۰۰	۳/۹۶۸۹	۴/۱۴۲		۰/۰۰۰	۰/۳۹۹۰۲	۰/۲۰۹۵۹	۰/۵۸۸۴۴
	مردان	۰/۱۲۰	۰/۰۹۷	۳/۵۶۹۹						
امکانات خانواده	زنان	۰/۳۱۶**	۰/۰۰۰	۳/۵۰۰۰	۳/۶۱۵		۰/۰۰۰	۰/۳۷۵۶۵	۰/۱۷۱۳۴	۰/۵۷۹۹۵
	مردان	۰/۳۹۳**	۰/۰۰۰	۳/۸۷۵۶						
تقسیم کار	زنان	۰/۱۷۵*	۰/۱۷	۳/۱۱۲۹	۵/۲۲۶		۰/۰۰۰	۰/۵۷۱۰۳	۰/۳۵۵۶۹	۰/۷۸۵۸۹
	مردان	۰/۲۳۰**	۰/۰۰۱	۳/۶۸۳۹						
حمایت خانواده	زنان	۰/۲۲۹**	۰/۰۰۲	۳/۴۸۹۲	۱/۶۸۱		۰/۰۹۴	۰/۱۶۸۷۸	-۰/۰۲۸۶۲	۰/۳۶۶۱۹
	مردان	۰/۳۴۴**	۰/۰۰۰	۳/۶۵۸۰						
کمک فکری	زنان	۰/۳۸۸**	۰/۰۰۰	۳/۷۰۹۷	-۴/۵۲۰		۰/۰۰۰	-۰/۴۷۶۵۲	-۰/۶۸۳۸۰	-۰/۲۶۹۲۴
	مردان	۰/۳۴۰**	۰/۰۰۰	۳/۲۳۳۲						
نگرش خانواده	زنان	۰/۱۸۰**	۰/۰۱۴	۴/۰۲۶۹	-۴/۱۴۸		۰/۰۰۰	-۰/۴۴۶۵۷	-.۶۵۸۲۶	-۰/۲۳۴۸۹
	مردان	۰/۲۴۹**	۰/۰۰۰	۳/۵۸۰۳						
بعد خانوادگی	زنان	۰/۴۴۰**	۰/۰۰۰	۲۷/۸۶۰۲	۲/۶۳۶		۰/۰۰۵	۱/۳۲۶۳۱	۱/۳۳۶۹۷	۲/۳۱۵۶۵
	مردان	۰/۵۱۹**	۰/۰۰۰	۲۹/۱۸۶۵						

عوامل اقتصادی: وضعیت و شرایط اقتصادی، متغیر مؤثری بر موفقیت در کارآفرینی به شمار می‌آید و در مناطق کوچک، کم‌برخوردار و دارای وضعیت نامطلوب اقتصادی نظیر روستاها، این مسئله بیش‌ازپیش اهمیت می‌یابد. در شاخص اقتصادی، مؤلفه‌های مهم در موفقیت کارآفرینی از نظر آقایان «اهمیت درآمد کسب‌وکار جدید» با میانگین وزنی ۴/۲۸۵۰، «قیمت زمین» و دسترسی به مواد اولیه ارزان با میانگین وزنی (به ترتیب) ۴/۱۶۵۸ و ۳/۶۹۹۵ است؛ از سوی دیگر زنان «داشتن توانایی مالی

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1401.11.42.4.3]

برای کسب‌وکار جدید» را بسیار حائز اهمیت دانسته‌اند و سپس متغیرهای «اهمیت درآمد کار جدید» و «قیمت زمین» را در رتبه‌های بعدی قرار دادند. به‌صورت کلی در شاخص اقتصادی، باتوجه‌به میانگین وزنی به‌دست‌آمده (مردان=۲۵/۶۹۴۳ و زنان=۲۴/۵۱۶۱) و سطح معنی‌داری ۰/۰۰۵، اختلاف در نگرش مردان و زنان مشهود است.

جدول ۴. نتایج ارزیابی مولفه‌های شاخص اقتصادی با استفاده از آزمون آماری T مستقل

شاخص	جنسیت	ضریب همبستگی	سطح معنی‌داری	میانگین	آماره T مستقل	درجه آزادی	سطح معنی‌داری	اختلاف میانگین	ضریب اطمینان ۹۵٪	
									حد پائین	حد بالا
توانایی بازاریابی	زنان	۰/۲۴۲**	۰/۰۰۱	۳/۶۸۲۸	-۴/۵۰۳	۳۷۷	۰/۰۰۰	-۰/۴۶۵۱۸	-۰/۶۶۸۳۲	-۰/۲۶۲۰۴
	مردان	۰/۲۴۳**	۰/۰۰۱	۳/۲۱۷۶						
توانایی مالی	زنان	۰/۳۷۴**	۰/۰۰۰	۲/۸۲۲۶	۵/۳۹۳		۰/۰۰۰	۰/۶۱۷۸۳	۰/۳۹۲۵۶	۰/۸۴۳۱۱
	مردان	۰/۲۲۹**	۰/۰۰۱	۳/۴۴۰۴						
سرمایه اولیه	زنان	۰/۱۴۹*	۰/۰۴۲	۲/۸۶۵۶	۳/۳۲۱		۰/۰۰۱	۰/۳۸۸۲۹	۰/۱۵۸۳۹	۰/۶۱۸۲۰
	مردان	۰/۳۱۰**	۰/۰۰۰	۳/۲۵۳۹						
وام بانکی	زنان	۰/۱۰۷*	۰/۱۴۷	۴/۱۶۱۳	-۴/۷۱۴		۰/۰۰۰	-۰/۵۲۹۱۷	-.۷۴۹۹۱	-۰/۳۰۸۴۲
	مردان	۰/۲۳۵**	۰/۰۰۱	۳/۶۳۲۱						
نیرو انسانی	زنان	۰/۱۴۳**	۰/۰۵۲	۳/۰۷۵۳	۴/۱۳۶		۰/۰۰۰	۰/۴۴۸۰۵	۰/۲۳۵۰۳	۰/۶۶۱۰۶
	مردان	۰/۴۰۶**	۰/۰۰۰	۳/۵۲۳۳						
قیمت زمین	زنان	۰/۳۸۱**	۰/۰۰۰	۳/۸۷۱۰	۲/۸۳۰		۰/۰۰۵	۰/۲۹۴۸۴	۰/۸۹۹۸	۰/۴۹۹۶۹
	مردان	۰/۴۶۶**	۰/۰۰۰	۴/۱۶۵۸						
دسترسی به مواد اولیه	زنان	۰/۳۱۰**	۰/۰۰۰	۳/۲۱۵۱	۴/۶۲۴		۰/۰۰۰	۰/۴۸۴۴۳	۰/۲۷۸۴۲	۰/۶۹۰۴۴
	مردان	۰/۱۸۸**	۰/۰۰۰	۳/۶۹۹۵						
اهمیت درآمد	زنان	۰/۰۸۵	۰/۰۲۵۰	۳/۸۹۷۸	۳/۵۹۴		۰/۰۰۰	۰/۳۸۷۱۲	۰/۱۷۵۳۱	۰/۵۹۸۹۴
	مردان	۰/۲۱۱**	۰/۰۰۳	۴/۲۸۵۰						
بعد اقتصادی	زنان	۰/۴۵۳**	۰/۰۰۰	۲۴/۵۱۶۱	۲/۸۳۷		۰/۰۰۵	۱/۱۷۸۱۷	۰/۳۶۱۵۴	۱/۹۹۴۸۱
	مردان	۰/۴۷۶**	۰/۰۰۰	۲۵/۶۹۴۳						

عوامل اجتماعی – فرهنگی: عوامل فرهنگی - اجتماعی در برگیرنده نگرش‌ها و تفکرات مؤثر بر راه‌اندازی فعالیت‌های اقتصادی است؛ در وضعیت کنونی، یکی از مهم‌ترین عواملی که سبب شده تا زنان به مقدار کم‌تری نسبت به مردان در مقوله کارآفرینی فعالیت کنند، موضوع اجتماعی و فرهنگی به نام نابرابری جنسیتی است، در حقیقت وجود یک دسته باورها و اندیشه‌های نادرست سبب ایجاد محدودیت برای فعالیت زنان در کارآفرینی شده است. در شاخص اجتماعی – فرهنگی، مردان پرسش‌شونده، «مشارکت زنان در کسب‌وکارها» با میانگین وزنی ۳/۸۸۰۸ مهم‌ترین متغیر است و پس از آن، «برگزاری کلاس‌ها برای یادگیری فنون کسب‌وکار جدید» و در نهایت وجود «انجمن‌های کارآفرینی» به ترتیب با

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1401.11.42.4.3]

میانگین‌های وزنی ۳/۳۰۵۷ و ۳/۹۰۳۲ در رتبه‌های بعدی قرار دارند. از سوی دیگر زنان پرسش‌شونده، «نوع فرهنگ در جامعه» را با میانگین وزنی ۳/۹۰۳۲، «وجود انجمن‌های کارآفرینی» با میانگین وزنی ۳/۸۰۶۵ و «برگزاری کلاس» با میانگین وزنی ۳/۸۰۱۱ را سه مؤلفه مهم در شاخص اجتماعی - فرهنگی ارزیابی کردند. اختلاف میانگین وزنی مردان (۲۳/۲۶۹۴) و زنان (۲۶/۱۸۲۸) و همچنین سطح معنی‌داری ۰/۰۰۰، دلالت بر آن دارد که اختلاف معنی‌داری بین دو گروه جنسی وجود دارد.

جدول ۵. نتایج ارزیابی مولفه‌های شاخص اجتماعی ــ فرهنگی با استفاده از آزمون آماری T مستقل

شاخص	جنسیت	ضریب همبستگی	سطح معنی-داری	میانگین	آماره T مستقل	درجه آزادی	سطح معنی-داری	اختلاف میانگین	ضریب اطمینان ۹۵٪	
									حد پائین	حد بالا
برگزاری کلاس	زنان	۰/۲۹۲**	۰/۰۰۰	۳/۸۰۱۱	-۴/۴۲۷	۳۷۷	۰/۰۰۰	-۰/۴۵۳۹۳	-۰/۶۵۵۵۳	-۰/۲۵۲۳۲
	مردان	۰/۳۴۸**	۰/۰۰۰	۳/۳۴۷۲						
مشارکت زنان	زنان	۰/۲۴۱**	۰/۰۰۱	۳/۴۸۳۹	۴/۳۹۹		۰/۰۰۰	۰/۳۹۶۹۶	۰/۲۱۹۵۴	۰/۵۷۴۳۷
	مردان	۰/۲۹۷**	۰/۰۰۰	۳/۸۸۰۸						
نگاه مثبت	زنان	۰/۱۴۷*	۰/۰۴۶	۳/۵۳۷۶	-۴/۸۲۳		۰/۰۰۰	-۰/۵۳۲۴۵	-۰/۷۴۹۵۳	-۰/۳۱۵۹۷
	مردان	۰/۲۷۶**	۰/۰۰۰	۳/۰۰۵۲						
نوع فرهنگ	زنان	۰/۲۱۵**	۰/۰۰۳	۳/۹۰۳۲	-۳/۸۳۷		۰/۰۰۰	-۰/۴۴۶۶۰	-۰/۶۷۵۴۶	-۰/۲۱۷۷۳
	مردان	۰/۲۹۱**	۰/۰۰۰	۳/۱۹۶۹						
استفاده از تجارب	زنان	۰/۲۱۲**	۰/۰۰۴	۳/۷۹۰۳	-۵/۲۹۵		۰/۰۰۰	-۰/۵۶۲۳۴	-۰/۷۷۱۱۸	-۰/۳۵۳۵۱
	مردان	۰/۱۸۲*	۰/۰۱۱	۳/۲۲۸۰						
انجمن‌ها	زنان	۰/۳۲۲**	۰/۰۰۰	۳/۸۰۶۵	-۴/۶۸۵		۰/۰۰۰	-۰/۵۰۰۷۵	-۰/۷۱۰۹۳	-۰/۲۹۰۵۷
	مردان	۰/۳۰۴**	۰/۰۰۰	۳/۳۰۵۷						
رسانه‌ها	زنان	۰/۳۵۸**	۰/۰۰۰	۳/۷۷۴۲	-۴/۱۷۱		۰/۰۰۰	-۰/۴۷۸۸۶	-۰/۷۰۴۶۰	-۰/۲۵۳۱۱
	مردان	۰/۲۷۱**	۰/۰۰۰	۳/۲۹۵۳						
آگاهی دادن سازمان‌ها	زنان	۰/۲۵۶**	۰/۰۰۰	۳/۷۴۱۹	-۶/۱۷۸		۰/۰۰۰	-۰/۷۰۶۳۳	-۰/۹۳۱۱۴	-۰/۴۸۱۵۳
	مردان	۰/۲۸۳**	۰/۰۰۰	۳/۲۹۵۳						
بعد اجتماعی - فرهنگی	زنان	۰/۳۹۳**	۰/۰۰۰	۲۶/۱۸۲۸	-۶/۶۵۸		۰/۰۰۰	-۲/۹۱۳۳۷	-۳/۷۷۰۲۷	-۲/۰۵۶۴۷
	مردان	۰/۴۹۵**	۰/۰۰۰	۲۳/۲۶۹۴						

عوامل نهادی - زیرساختی: این عوامل شامل زیرساخت‌ها و سخت‌افزارهایی می‌شوند که دولت با فراهم‌کردن آن، می‌تواند زمینه‌ساز ترغیب هرچه بیشتر روستائیان به کارآفرینی شود. مهم‌ترین متغیر از نظر مردان، «واگذاری زمین به افراد برای راه‌اندازی کسب‌وکار جدید» با میانگین ۳/۶۷۸۸، «حمایت دولت از کارآفرینان و کسب‌وکارهای جدید» و «ساخت‌وسازهای دولتی» به‌صورت مشترک با میانگین وزنی ۳/۲۴۳۵ و «شبکه حمل‌ونقل مناسب» با میانگین ۳/۱۲۹۵ است و از طرف مقابل زنان، «واگذاری

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1401.11.42.4.3]

زمین به کارآفرینان»، «حمل‌ونقل مناسب» و «ساخت‌وسازهای دولتی» را به ترتیب با میانگین‌های وزنی ۴/۱۸۸۲، ۳/۸۰۶۵ و ۳/۷۷۹۶ را مهم‌ترین متغیرها در شاخص نهادی - زیرساختی معرفی کردند. اختلاف میانگین وزنی ۱۹/۱۲۳۷ در زنان و ۱۶/۳۱۶۱ در مردان و همچنین معنی‌داری ۰/۰۰۰ بیانگر اختلاف معنی‌دار بین دو مردان و زنان در این متغیر است.

جدول ۶. نتایج ارزیابی مولفه‌های شاخص نهادی ــ زیرساختی با استفاده از آزمون آماری *T* مستقل

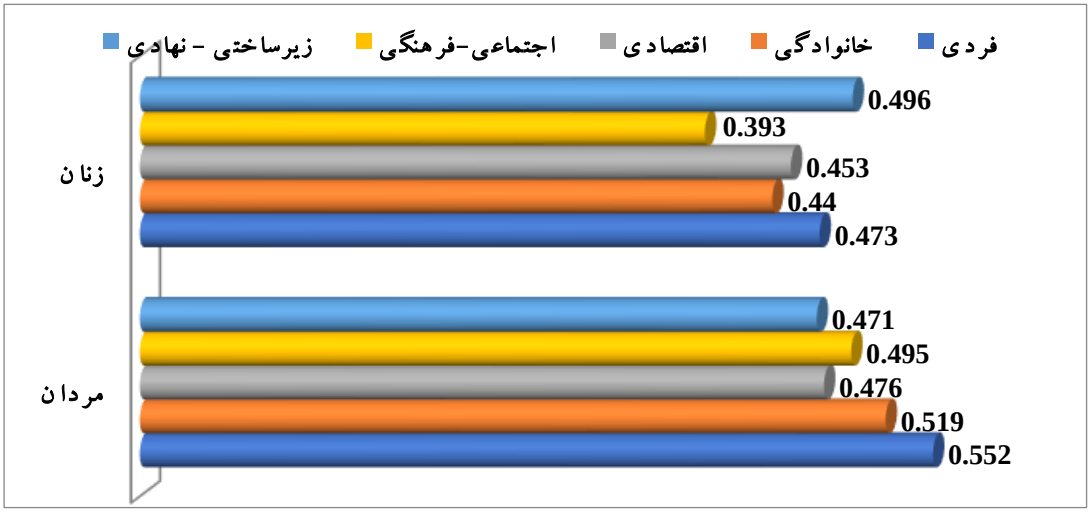
شاخص	جنسیت	ضریب همبستگی	سطح معنی‌داری	میانگین	آماره T مستقل	درجه آزادی	سطح معنی‌داری	اختلاف میانگین	ضریب اطمینان ۹۵٪	
									حد پائین	حد بالا
حمایت دولت	زنان	۰/۳۵۸**	۰/۰۰۰	۳/۶۵۰۵	-۳/۴۶۸	۳۷۷	۰/۰۰۱	-۰/۴۰۷۰۱	-۰/۶۳۷۷۸	-۰/۱۷۶۲۵
	مردان	۰/۳۵۰**	۰/۰۰۰	۳/۲۴۳۵						
دسترسی به بازار فروش	زنان	۰/۲۲۲**	۰/۰۰۲	۳/۵۱۰۸	-۴/۰۷۰		۰/۰۰۰	-۰/۴۵۸۹۴	-۰/۶۸۰۶۴	-۰/۲۳۷۲۴
	مردان	۰/۴۰۲**	۰/۰۰۰	۳/۰۵۱۸						
حمل‌ونقل	زنان	۰/۱۷۲*	۰/۰۱۹	۳/۸۰۶۵	-۵/۸۳۴		۰/۰۰۰	-۰/۶۷۶۹۲	-۰/۹۰۵۰۸	-۰/۴۴۸۷۶
	مردان	۰/۲۵۸**	۰/۰۰۰	۳/۱۲۹۵						
ساخت‌وساز دولتی	زنان	۰/۴۱۹**	۰/۰۰۰	۳/۷۷۹۶	-۴/۶۴۵		۰/۰۰۰	-۰/۵۳۶۰۵	-۰/۷۶۲۹۵	-۰/۶۰۹۱۴
	مردان	۰/۲۷۳**	۰/۰۰۰	۳/۲۴۳۵						
امکانات رفاهی	زنان	۰/۲۷۷**	۰/۰۰۰	۳/۶۹۸۹	-۵/۶۲۵		۰/۰۰۰	-۰/۶۷۸۲۰	-۰/۹۱۵۲۶	-۰/۴۴۱۱۴
	مردان	۰/۳۲۳**	۰/۰۰۰	۳/۰۲۰۷						
واگذاری زمین	زنان	۰/۲۳۲**	۰/۰۰۱	۴/۱۸۸۲	-۴/۸۷۱		۰/۰۰۰	-۰/۵۰۹۴۲	-۰/۷۱۵۰۴	-۰/۳۰۳۷۹
	مردان	۰/۲۳۳**	۰/۰۰۰	۳/۶۷۸۸						
نهادی - زیرساختی	زنان	۰/۴۶۹**	۰/۰۰۰	۱۹/۱۲۳۷	-۷,۶۱۰		۰/۰۰۰	-۲,۸۰۷۵۹	-۳,۵۳۲۹۸	۲,۰۸۲۲۰
	مردان	۰/۴۷۱**	۰/۰۰۰	۱۶/۳۱۶۱						

ارزیابی شاخص‌های موفقیت در کارآفرینی از دیدگاه زنان و مردان

بهره‌گیری از آزمون همبستگی پیرسون به‌منظور سنجش میزان همبستگی میان متغیرها بیانگر آن است که بین شاخص‌های توسعه کارآفرینی و موفقیت ناشی از آن، بر اساس نظرات پرسش‌شوندگان رابطه معناداری وجود دارد، امّا پائین بودن میزان میانگین وزنی آن‌ها سبب شده تا معنی‌داری رابطه در حد متوسط باشد. نتایج به‌دست‌آمده نشان می‌دهد که بیشترین میزان همبستگی در بین مردان شاخص فردی با میزان همبستگی ۰/۵۵۲ است و به ترتیب شاخص‌های خانوادگی (r= 0.519)، فرهنگی – اجتماعی (r= 0.495)، اقتصادی (r= 0.476) و زیرساختی – نهادی (r= 0.471) در رتبه‌های بعدی قرار دارند. در بین زنان، بالاترین مقدار همبستگی همچون مردان مربوط به شاخص «فردی» و با مقدار ۰/۴۷۳ است و شاخص‌های زیرساختی – نهادی (r= 0.469)، اقتصادی (r= 0.453)، خانوادگی (r= 0.440)، اجتماعی – فرهنگی (r= 0.393) در رتبه‌های بعدی قرار دارند (شکل ۵). باتوجه‌به نتایج

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1401.11.42.4.3]

به‌دست‌آمده، فرضیه اول پژوهش رد می‌شود؛ در فرضیه اول بیان شد که «به نظر می‌رسد در بین عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی، عوامل اقتصادی دارای تأثیر بیشتری از نظر زنان است»، نتایج حاصل از آزمون پیرسون دال بر آن داشت که شاخص اقتصادی با مقدار r= 0.453 در رتبه سوم شاخص‌ها از نظر زنان قرار دارد. از سوی دیگر باتوجه‌به نتایج فوق، فرضیه دوم پژوهش تأیید می‌گردد، زیرا عوامل شاخص‌های پنج‌گانه پژوهش، اولویت یکسانی را از نظر زنان و مردان ندارند و هرکدام از گروه‌های جنسیتی، دیدگاه متفاوتی را نسبت به اهمیت شاخص‌ها دارند.



شکل ۵. ارزیابی میزان همبستگی بین شاخص‌ها از نظر زنان و مردان با استفاده از آزمون همبستگی پیرسون

شناسایی مهم‌ترین گویه‌ها در هر شاخص از دیدگاه زنان و مردان

نتایج آزمون T مستقل بیانگر آن است که در شاخص «فردی»، مهم‌ترین گویه از نظر زنان برای موفقیت در کارآفرینی «داشتن تعهد» و از نظر مردان «ریسک‌پذیری» است. در شاخص «خانوادگی» از نظر زنان «نگرش خانواده» و از نظر مردان «داشتن آزادی عمل از طرف خانواده» مهم‌ترین گویه ارزیابی شدند. در شاخص «اقتصادی» از نظر هر دو گروه جنسی «درآمد ناشی از کارآفرینی»؛ در شاخص «فرهنگی – اجتماعی» از نظر زنان «نوع فرهنگ موجود در محل زندگی» و از نظر مردان «مشارکت زنان»؛ در شاخص نهادی – زیرساختی نیز «واگذاری زمین به کارآفرینان» مهم‌ترین گویه از نظر هر دو گروه جنسی ارزیابی شد.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1401.11.42.4.3]

جدول ۷. نتایج آزمون T مستقل برای ارزیابی مهم‌ترین زیرشاخص‌ها از نظر زنان و مردان

شاخص	گویه	جنسیت	درجه آزادی	میانگین آماری	مقدار t	سطح معنی-داری	ضریب اطمینان ۹۵٪	
							حد بالا	حد پائین
فردی	داشتن تعهد	زنان	۳۷۷	۴/۰۶۹۹	-۴/۷۲۹	۰/۰۰۰	-۰/۲۷۹۹۵	-۰/۶۷۸۴۹
	ریسک‌پذیری	مردان		۴/۲۲۲۸	۹/۲۸۵	۰/۰۰۰	۱/۰۹۷۳۸	۰/۷۱۳۸۱
خانوادگی	نگرش خانواده	زنان		۴/۰۲۶۹	-۴/۱۴۸	۰/۰۰۰	-۰/۲۳۴۸۹	-۰/۶۵۸۲۶
	داشتن آزادی عمل از جانب خانواده	مردان		۳/۵۶۹۹	۴/۱۴۲	۰/۰۰۰	۰/۵۸۸۴۴	۰/۲۰۹۵۹
اقتصادی	درآمد ناشی از کارآفرینی	زنان		۳/۸۹۷۸	۳/۵۹۴	۰/۰۰۰	۰/۵۹۸۹۴	۰/۱۷۵۳۱
		مردان		۴/۲۸۵۰				
فرهنگی – اجتماعی	نوع فرهنگ موجود در محل زندگی	زنان		۳/۹۰۳۲	-۳/۸۳۷	۰/۰۰۰	-۰/۲۱۷۷۳	-۰/۶۷۵۴۶
	مشارکت زنان	مردان		۳/۸۸۰۸	۴/۳۹۹	۰/۰۰۰	۰/۵۷۴۳۷	۰/۲۱۹۵۴
نهادی - زیرساختی	واگذاری زمین به کارآفرینان	زنان		۴/۱۸۸۲	-۴/۸۷۱	۰/۰۰۰	-۰/۳۰۳۷۹	-۰/۷۱۵۰۴
		مردان		۳/۶۷۸۸				

۵) نتیجه‌گیری

هدف پژوهش حاضر، بررسی شاخص‌های موفقیت کارآفرینی از دیدگاه زنان و مردان در روستاهای بخش امیرآباد شهرستان دامغان بود که با استفاده از آزمون‌های آماری T مستقل و همبستگی پیرسون، تلاش شد تا به سؤالات پژوهش، پاسخ داده شود. نتایج به‌دست‌آمده بیانگر آن بود که زنان «داشتن تعهد» در انجام کار و قبول مسئولیت، را مهم‌ترین ویژگی فردی می‌دانند که می‌تواند سبب موفقیت کارآفرینی شود. در واقع این ویژگی بدین معنی است که فرد خود را در کار و سیستم خلق شده مسئول می‌داند و در تمامی بخش‌های آن سیستم، تعهد لازم را برای پذیرش مسئولیت و انجام آن به بهترین نحو دارد. پس از آن «مصمم بودن در کارها» از نظر زنان، دومین ویژگی فردی است که بر موفقیت کارآفرینی مؤثر است؛ به اعتقاد زنان موفقیت کارآفرینی مستلزم آن است که اهداف و تصمیمات با عزم راسخی از سوی فرد کارآفرین پیگیری و مقدمات انجام آن فراهم شود. «تحصیلات» سومین مقوله‌ای است که زنان پرسش‌شونده، آن را معرفی نموده‌اند؛ استنباط می‌شود که مراد از تحصیلات، صرفاً داشتن یک مدرک تحصیلی دانشگاهی نیست و آنچه که پرسش‌شوندگان را ترغیب به انتخاب این مؤلفه نموده است، مهارت-های اجتماعی است که افراد با افزایش تحصیلات به دست می‌آورند. آشنایی با روند امور اداری، توانایی مدیریت سیستم و مسائلی نظیر این مهارت‌هایی است که معمولاً افراد با افزایش تحصیلات و قرارگیری در محیط‌هایی که سبب بروز خلاقیت‌ها می‌شود، به دست می‌آورند. در طرف مقابل و در میان مردان، «ریسک‌پذیری» مهم‌ترین ویژگی شخصیتی است که یک فرد با داشتن آن می‌تواند، در زمینه کارآفرینی موفق باشد. ریسک‌پذیری یا همان توان پذیرش خطر، ویژگی است که فرد این توان و قدرت را دارد تا در صورت شروع کسب‌وکار جدید، توان مواجهه با آن را داشته باشد. برای مثال فرد کارآفرین این توان ریسک‌پذیری را داشته باشد تا در مواقع ضروری و موردنیاز اقدام به گرفتن وام کند، با بودجه اندک

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1401.11.42.4.3]

به‌خوبی سیستم را مدیریت کند و یا اقدام به‌اضافه کردن بخش دیگری به کسب‌وکار خود، زمانی که سایر رقبا نسبت به شرایط فعلی بازار از انجام آن بیم دارند، نماید. پس از آن داشتن «روحیه خودباوری» از نظر مردان حائز اهمیت است، خودباوری در واقع یک عامل وادارکننده در عملکرد اعضای یک سیستم است و فردی که دارای این روحیه است، توانایی‌ها و ویژگی‌های خود را برای شروع و مدیریت یک کسب‌وکار جدید باور دارد و می‌پندارد که توانایی لازم را برای پی‌ریزی و هدایت یک سیستم داراست. «روحیه نوگرایی» سومین ویژگی است که مردان پرسش‌شونده معتقدند که با داشتن آن، موفقیت کارآفرینی با سهولت بیشتری به وقوع می‌پیوندد. نوگرایی روحیه‌ای است که به بازتولید یک یا فکر نو و به‌کارگیری و علمی ساختن آن در قالب یک محصول و یا خدمت اشاره دارد؛ در واقع می‌توان استنباط نمود، افرادی که روحیه نوگرایی دارند، پس از مشاهده کاستی‌ها، سعی دارند تا با ایده‌هایی جدید و نوین، آن‌ها را پوشش دهند و ازآنجایی‌که ایده‌های خلاقانه و نوین در کارآفرینی یک ویژگی‌ها مهم تلقی می‌گردد، افرادی که دارای روحیه نوگرایی هستند، می‌تواند شرایط بهتری را نسبت به سایر افراد در موفقیت کارآفرینی داشته باشند.

به‌صورت کلی زنان به ترتیب عوامل فردی، زیرساختی – نهادی، اقتصادی، خانوادگی و اجتماعی – فرهنگی و مردان عوامل فردی، خانوادگی، فرهنگی – اجتماعی، اقتصادی، زیرساختی – نهادی را به‌عنوان مهم‌ترین عوامل در توسعه کارآفرینی معرفی نمودند.

نتایج پژوهش دال بر آن دارد که تفاوت معناداری نسبت به موفقیت کارآفرینی از دیدگاه زنان و مردان وجود دارد و هرکدام از آن‌ها، وجود یک دسته عوامل به‌خصوصی را برای موفقیت در کارآفرینی الزامی می‌دانند. ازاین‌رو، در برنامه‌ریزی‌های مرتبط با توسعه کارآفرینی، این مسئله باید در نظر گرفته شود که هرکدام از گروه‌های جنسیتی خواسته‌های متفاوتی دارند و به‌تبع مشوق‌هایی که سبب ترغیب آن‌ها به فعالیت کارآفرینی می‌شود نیز متفاوت است و با درنظرگرفتن این امر، می‌توان انتظار بهبود و توسعه وضعیت کارآفرینی را در بین روستائیان داشت.

همان‌طور که در نتایج تحقیق بیان شد، شاخص‌های فردی، خانوادگی، اقتصادی، فرهنگی - اجتماعی و نهادی - زیرساختی به ترتیب مهم‌ترین شاخص‌ها از نظر پرسش‌شوندگان هستند؛ بهارتواجان (۲۰۱۴) موانع مالی، محدودیت‌های قانونی و اداری، فقدان مهارت‌های مدیریتی و آموزشی، موانع بازاریابی، موانع فناوری، فقدان اعتمادبه‌نفس، محدودیت تردد، مردسالاری و عدم ریسک‌پذیری را به‌عنوان موانع کارآفرینی زنان معرفی کردند. ناتسولیشویلی (۲۰۱۷) بدین نتیجه دست‌یافت که در زمینه‌های اشتغال، آموزش‌وپرورش و توزیع درآمد شکاف جنسیتی وجود دارد و شرایط اقتصادی، فناوری، ارزش‌های اجتماعی و آداب‌ورسوم بر فضای کسب‌وکار زنان مؤثر است. موحدی و یعقوبی فرانی (۱۳۹۳) در پژوهش خود، متغیرهای وضعیت اقتصادی، ویژگی‌های شخصیتی و شرایط اجتماعی - فرهنگی زنان را به ترتیب به‌عنوان متغیرهایی که بیشترین تأثیر را بر سطح کارآفرینی زنان دارد، شناسایی کردند. جمینی و همکاران (۱۳۹۴) در پژوهش خود دریافتند که عوامل اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، محیطی، فردی، مدیریتی، زیرساختی و آموزشی از مهم‌ترین عوامل تعیین‌کننده توسعه کارآفرینی در شهرستان روانسر

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1401.11.42.4.3]

هستند. حسینی و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهش خود بیان کردند که رابطه معناداری میان عوامل فردی، خانوادگی، اقتصادی – مالی، اجتماعی – فرهنگی و سیاسی – قانونی با موفقیت کارآفرینی زنان روستایی وجود دارد که دراین‌بین بیشترین تأثیر مربوط به عوامل اقتصادی – مالی است. خسروی‌پور و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهش خود متغیرهای زمینه‌ای اثرگذار بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی را در پنج دسته عوامل زیرساختی - نهادی، آموزش، فنی، فرهنگی – اجتماعی دسته‌بندی کردند. همچنین این تحقیق نشان داد که زنان معتقدند داشتن تعهد، نگرش خانواده، درآمد ناشی از کارآفرینی، نوع فرهنگ موجود در محل زندگی و واگذاری زمین به کارآفرینان مهم‌ترین مؤلفه‌های مرتبط با موفقیت کارآفرینی است. آرامش و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهش خود بدین نتیجه دست یافتند که شاخص اعتمادبه‌نفس مهم‌ترین شاخص و شاخص‌های انگیزه ایجاد اشتغال، میزان تحصیلات، رفع تبعیض از بازار کار، سیاست‌های حمایتی دولت به ترتیب دیگر شاخص‌های دارای اهمیت در توانمندسازی زنان منطقه موردمطالعه هستند.

از سوی دیگر ناواز (۲۰۰۹) در نتایج پژوهش خود بدین نتیجه دست‌یافت که عوامل قانونی، هنجاری، دسترسی به سرمایه و پول و شناختی عوامل اساسی در عدم توسعه کارآفرینی زنان روستایی هستند. ساتیاباما (۲۰۱۰) در پژوهش خود بدین نتیجه دست‌یافت که علاوه بر مشکلات موجود بر جامعه، مسئولیت‌های خانوادگی زنان نیز به‌عنوان عاملی مهم در عدم کارآفرینی آن‌ها به شمار می‌رود. راغوانشی و همکاران (۲۰۱۷) پنج عامل کمبود آموزش و فرصت‌های آموزشی، تحرک فضایی و عدم حمایت خانواده، عدم حمایت نهادی، عدم مدیریت کارآفرینی و مشکل در دستیابی به منابع مالی را مهم‌ترین موانع کارآفرینی زنان دانستند. شاطریان و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهش خود دریافتند که عدم کارآفرینی زنان روستایی و عوامل محیطی - جغرافیایی نسبت به سایر عوامل بیشترین تأثیر را داشته و بیشترین میزان کارآفرینی در زنان با تحصیلات کم‌تر و زنان سرپرست خانوار مشاهده شده است. یافته‌های پژوهش‌های فوق با یافته‌های مستخرج از پژوهش حاضر همسو نیست.

- تغییر نگرش مدیران بالادستی در نگرش به کارآفرینی و مداخله متغیر جنسیت در استراتژی‌ها و راهبردها به‌منظور مرتفع‌سازی دیدگاه جنسیتی به کارآفرینی و بازار کار آن؛
- نیازسنجی مخاطبان توسط نهادهای مرتبط با توسعه کارآفرینی و ارزیابی نگرش زنان و مردان نسبت به کارآفرینی؛
- ایجاد مراکزی برای توانمندسازی روستائیان در زمینه کارآفرینی؛
- دعوت از زنان موفق در عرصه کارآفرینی در قالب برنامه‌های متنوع نظیر وبینارها، نشست‌های هفتگی و ...
- بهبود وضعیت تسهیلات برای ایجاد کارآفرینی و تسهیل در روند مجوزها و مراحل قانونی؛ و
- ایجاد حلقه‌های اقتصادی (بدین صورت که زنان کارآفرین موفق، به‌عنوان مدیر یک کسب‌وکار تجربیات خود را به‌صورت عملی در اختیار سایر افراد قرار دهند).

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-07]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1401.11.42.4.3]

۶) منابع

- آبوت، پاملا، والاس، کلر، ۱۳۸۰، **جامعه شناسی زنان**. ترجمه: منیژه نجم عراقی. تهران: نشر نی.
- احمدی، سنور، کوهستانی، حسین، یادآور، حسین، شعبانعلی فمی، حسین، ۱۳۹۸، **طراحی مدل توسعه کارآفرینی کشاورزی پایدار در بین زنان روستایی (مطالعه موردی استان کردستان)**. دانش کشاورزی وتولید پایدار، سال ۲۹، شماره۳، صص ۲۳۷-۲۵۱.
- آراستی، زهرا، زارعی، هادی، دیده‌ور، فاطمه، ۱۳۹۲، **بررسی سیاست‌های تنظیمی توسعه کارآفرینی اجتماعی با رویکرد تطبیقی**. فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، سال ۶، شماره۲، صص ۱۹۵-۲۱۴. https://dx.doi.org/10.22059/jed.2013.36265
- آرامش، حامد، رس، فاطمه، کشاورز، سهیلا، ۱۳۹۹، **اثربخشی کارآفرینی اجتماعی در توانمندسازی زنان روستایی مورد: مناطق حاشیه‌نشین چابهار**. فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال ۹، شماره ۳۴، صص ۶۲-۴۱. http://dorl.net/dor/20.1001.1.23222131.1399.9.34.3.2
- امینی، علیرضا، ۱۳۸۳، **رویکرد جنسیتی به عدم تعادل های بازار کار**. فصلنامه زن در توسعه و سیاست، سال ۲، شماره ۱، صص ۱۳۳-۱۴۶.
- آنی، نادیا، خسروی‌پور، بهمن، آجیلی، عبدالعظیم، عبدشاهی، عباس، ۱۳۹۹، **عوامل موثر بر توسعه و موانع باز دارنده کارآفرینی زنان روستایی**. نشریه زن و فرهنگ، سال ۱۲، شماره۴۴، صص ۶۱-۷۰.
- تراویده، آزاده، ۱۳۹۵، **بررسی عوامل موثر در کارآفرینی زنان در حوزه کسب و کارهای خانگی (مورد مطالعه: دست بافته‌های شهر کرمانشاه)**. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده پژوهش‌های عالی هنر و کارآفرینی، دانشگاه هنر اصفهان. استاد راهنما: غلامرضا هاشمی.
- جمینی، داود، تقدیسی، احمد، علیپور، خالد، فیضی، شلیر، ۱۳۹۴، **تحلیل عاملی متغیرهای پیش‌برنده و بازدارنده توسعهٔ کارآفرینی در میان زنان روستایی شهرستان روانسر**. فصلنامه علمی مطالعات اجتماعی روان‌شناختی زنان، سال ۱۳، شماره ۱، صص ۶۳-۸۸.https://doi.org/10.22051/jwsps.2015.1914
- حسینی، میرزاحسن، دولتی، مهین، پرپنجی، مهدیه، ۱۳۹۷، **بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینی زنان روستایی عضو تعاونی‌های روستایی زنان در شمال استان تهران**. تعاون و کشاورزی (تعاون)، سال ۷، شماره۲۶، صص ۱۲۹-۱۵۶.
- خسروی‌پور، بهمن، سلیمانی‌هارونی، خدیجه، آنی، نادیا، ۱۳۹۸، **موانع کارآفرینی زنان روستایی بخش مرکزی استان کرمانشاه**. فصلنامه تعاون و کشاورزی، سال ۸، شماره ۲۹، صص ۱۳۳-۱۵۲.
- خسروی‌پور، بهمن، طهماسبی، مریم، عامری، مریم، ۱۳۹۹، **شناسایی عوامل زمینه‌ای اثرگذار بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی در شهرستان آبادان**. اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال ۹، شماره ۳۴، صص ۲۱۷-۲۳۸. http://dorl.net/dor/20.1001.1.23222131.1399.9.34.11.0
- دادورخانی، فضیله، ۱۳۸۵، **جنسیت و توسعه**. تهران: انتشارات پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
- درگاه ملی آمار، ۱۳۹۵، **توزیع جنسیتی جمعیت ایران**.
- درگاه ملی آمار، ۱۳۹۵، **سرشماری نفوس و مسکن شهرستان دامغان**.
- رضائی‌مقدم، کورش، معصومی، احسان، ۱۳۹۷، **کارآفرینی روستایی پایدار: پاسخی به پیامدهای توسعه بی‌حد و مرز کارآفرینی در نواحی روستایی**. مطالعات کارآفرینی و توسعه پایدار کشاورزی، سال ۵، شماره۲، صص ۸۳-۱۰۴. https://dx.doi.org/10.22069/jead.2018.15243.1338

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-07]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1401.11.42.4.3]

- زنجانی‌زاده، هما،۱۳۷۰، **بررسی نظریه‌های نابرابری جنسی در بازار کار**. مجله تخصصی زبان و ادبیات دانشکده ادبیات و علوم انسانی مشهد دوره ۲۴، شماره ۱.
- زندیه، شهنام، صرافی‌زاده قزوینی، اصغر، عالم‌تبریز، اکبر، سخدری، کمال، ۱۴۰۱، **توسعهٔ مدل کارآفرینی روستایی در ایران از طریق مطالعهٔ نقش میانجی توانمندسازی روستاییان**. روستا و توسعه، سال ۲۴، شماره۴، صص ۱۴۱-۱۷۰. https://doi.org/10.30490/rvt.2021.352169.1281
- شاطریان، محسن، نصرآبادی، زهرا، منصوریان، فاطمه، ۱۳۹۶، **تحلیل موانع کارآفرینی زنان روستایی در شهرستان کاشان**. اقتصاد فضا و توسعه روستایی. سال ۶، شماره ۲۱، صص ۱۹۶-۱۸۱.
- قادرمرزی، حامد، جمشیدی، علیرضا، جمینی، داود، نظری سرمازه، حمید، ۱۳۹۴، **شناسایی موانع توسعه کارآفرینیِ زنان روستایی (مطالعه موردی: دهستان شلیل- شهرستان اردل)**، فصلنامه علمی - پژوهشی برنامه‌ریزی منطقه‌ای، سال ۵، شماره۱۷، صص ۱۰۳-۱۱۸.
- مصفا، نسرین، ۱۳۷۷، **مشارکت سیاسی زنان در ایران**. تهران: انتشارات وزارت امور خارجه.
- معاونت توسعه کارآفرینی و اشتغال وزارت کار و رفاه اجتماعی، ۱۳۹۸، **گزارش مشارکت اقتصادی زنان و شاخص‌های کلان اقتصادی**.
- منصوری، سمانه، پیغامی، عادل، قاسمی، عاصمه، ۱۴۰۰، **تحلیل تطبیقی و انتقادی مطالعات کارآفرینی زنان: گونه شناسی و ارائه دلالت‌های سیاستی**. مطالعات راهبردی زنان، سال ۲۳، شماره ۹۲، صص ۷-۳۲. https://dx.doi.org/10.22095/jwss.2021.280741.2641
- منصوری، سمانه، پیغامی، عادل، قاسمی، عاصمه، ۱۴۰۱، **الگوی ارتقایافتهٔ کارآفرینی زنان مبتنی بر رویکردها و تحولات جدید مطالعات جنسیت**. نشریه زن در توسعه و سیاست، سال ۲۰، شماره ۲، صص ۲۳۵-۲۵۸. https://doi.org/10.22059/jwdp.2022.341645.1008196
- موحدی، رضا، یعقوبی‌فرانی، احمد، ۱۳۹۳، **تحلیل عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان روستایی**. فصلنامه علمی مطالعات اجتماعی روان‌شناختی زنان، سال ۱۲، شماره ۴، صص ۷-۴۲. https://doi.org/10.22051/jwsps.2015.1493
- موسوی، سمیه‌سادات، ۱۳۹۲، **تحلیل جنسیتی در فرآیند پخش کارآفرینی در مناطق روستایی، مطالعه موردی: بخش کن-دهستان سولقان**. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشکده جغرافیا، دانشگاه تهران. استاد راهنما: فضلیه دادورخانی.
- مؤمنی‌هلالی، هادی، مؤذن، زینب، ۱۳۹۴، **مروری بر موانع توسعه کارآفرینی در بخش کشاورزی**. نشریه مطالعات کارآفرینی و توسعه پایدار کشاورزی، سال ۲، شماره ۱، صص ۱۱۱-۱۲۴. https://dorl.net/dor/20.1001.1.24767735.1394.2.1.6.8
- هاشم‌زاده‌فروزان، زهرا، ملکیان، نازنین، ۱۳۹۸، **بررسی عوامل تأثیرگذار در موفقیت کسب و کار زنان کارآفرین در شهر تهران**. فصلنامه زن و مطالعات خانواده، سال ۱۲، شماره ۴۶، صص ۷۷-۹۶. https://doi.org/10.30495/jwsf.2020.1891179.1422
- همت، سارا، قاسمی، وحید، رنانی، محسن، یزدخواستی، بهجت، خواجه‌نوری، بیژن، ۱۴۰۰، **کارآفرینی زنانه‌محور به مثابه مقاومت در برابر ساختارهای جنسیتی**. مجله بررسی مسائل اجتماعی ایران، سال ۱۲، شماره ۲، صص ۷۵-۱۱۷.https://doi.org/10.22059/ijsp.2022.87904

- Acs, Z.J., Audretsch, D.B, 2003, **Introduction to the Handbook of Entrepreneurship Research**. In: Acs, Z.J., Audretsch, D.B. (eds) Handbook of Entrepreneurship Research. International Handbook Series on Entrepreneurship, vol 1. Springer, Boston, MA. https://doi.org/10.1007/0-387-24519-7_1

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-07]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1401.11.42.4.3]

- Agarwal, S., Lenka, U., Singh, K., Agrawal, V., & Agrawal, A. M, 2020, **A qualitative approach towards crucial factors for sustainable development of women social entrepreneurship: Indian cases**. Journal of Cleaner Production, 274, 123135. https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.123135
- Aggarwal, A. K, 2018, **Rural Entrepreneurship Development Ecosystem–An Emerging Paradigm of Rural Socio-Economic Development**. Project of Rural Entrepreneurship Development in the State of Haryana, India, pp. 1-16. https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3184127
- Amidžic, G., Massara, M. A., & Mialou, A, 2014, **Assessing countries' financial inclusion standing-A new composite index**. International Monetary Fund.
- Barrett, M, 1989, **Women's Oppression Today**, Haloton Journal of social relations, Vol. 9, No 1, pp. 210-212.
- Bharthvajan, R, 2014, **Women entrepreneurs & problems of women entrepreneurs**. International Journal of Innovative Research in Science, Engineering and Technology, Vol. 3, No 9, 16109.
- Bhawe, N., Zahra, S.A, 2019, **Inducing heterogeneity in local entrepreneurial ecosystems: the role of MNEs**. Small Bus Econ Vol. 52, pp. 437–454. https://doi.org/10.1007/s11187-017-9954-7
- Bodrova, V., & Anker, R, 1985, **Working women in socialist countries**. International Labour Office.
- Booth, A., & Amato, P. R, 1994, **Parental Gender Role Nontraditionalism and Offspring Outcomes**. Journal of Marriage and Family, Vol. 56, No 4, pp. 865–877. https://doi.org/10.2307/353599
- Bosworth, G, 2012, **Characterising rural businesses tales from the paperman**. Journal of Rural Studies, Vol. 28, No 4, pp. 499-506. https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2012.07.002
- Burris, V., & Wharton, A, 1982, **Sex segregation in the US labor force**. Review of Radical Political Economics, Vol. 14, No 3, pp. 43-56. https://doi.org/10.1177/048661348201400304
- Bygrave, W. D., & Hofer, C. W, 1992, **Theorizing about Entrepreneurship**. Entrepreneurship Theory and Practice, Vol. 16, No 2, pp. 13–22. https://doi.org/10.1177/104225879201600203
- Caliendo, M., Fossen, F. & Kritikos, A.S, 2014, **Personality characteristics and the decisions to become and stay self-employed**. Small Bus Econ, Vol. 42, pp. 787–814. https://doi.org/10.1007/s11187-013-9514-8
- Cho, Y., Park, J., Han, S.J., Sung, M. and Park, C, 2021, **Women entrepreneurs in South Korea: motivations, challenges and career success**. European Journal of Training and Development, Vol. 45 No 2/3, pp. 97-119. https://doi.org/10.1108/EJTD-03-2020-0039
- Das, D. C, 2014, **Prospects and challenges of rural entrepreneurship development in NER-A study**. International Journal Of Humanities & Social Science Studies, Vol. 1, No 3, pp. 178-182.
- Dickens, W. T, 1987, **A Goodness of Fit Test of Dual Labor Market Theory**. National Bureau of Economic Research, Cambridge.
- Ellis, F. 2003. **Livelihoods and rural poverty reduction in Kenya**. Development Policy Review, Vol. 13, pp. 566-571.
- Galindo, M. Á., & Méndez, M. T, 2014, **Entrepreneurship, economic growth, and innovation: Are feedback effects at work?**. Journal of business research, Vol. 67, No 5, pp. 825-829. https://doi.org/10.1111/j.1467-7679.2004.00243.x
- Ghouse, S. M., Durrah, O., & McElwee, G, 2021, **Rural women entrepreneurs in Oman: Problems and opportunities**. International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, Vol. 27, No 7, pp. 1674-1695. https://doi.org/10.1108/IJEBR-03-2021-0209
- Ivanova, E., & Gibcus, P. (2003). **The decision-making entrepreneur**. Recuperado junio, 23, 2006.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-07]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1401.11.42.4.3]

- Li, C., Ahmed, N., & Qalati, S. A, 2019, **Impact of gender-specific causes on women entrepreneurship: An opportunity structure for entrepreneurial women in rural areas.** Journal of Entrepreneurship & Organization Managemen, Vol. 8, No 1, pp. 1-9.
- Malchow-Møller, N., Schjerning, B., & Sørensen, A, 2011, **Entrepreneurship, job creation and wage growth**. Small Business Economics, Vol. 36, pp. 15-32. https://doi.org/10.1007/s11187-009-9173-y
- Mason, C., & Brown, R. (2014). Entrepreneurial ecosystems and growth oriented entrepreneurship. Final report to OECD, Paris, Vol. 30, No 1, pp. 77-102.
- Muthulakshmi, C., Gurudevi, A. 2019. **A Study on Entrepreneurship Skill Development in Kovilpatti Town**. Asian Journal of Multidimensional Research (AJMR), Vol. 8, No 2, pp. 23-27.
- Natsvlishvili, I, 2017, **Gender Inequality and Women's Entrepreneurship-Challenges and Opportunities (Case of Georgia)**. Country Experiences in Economic Development, Management and Entrepreneurship, pp. 491-505. https://doi.org/10.1007/978-3-319-46319-3_30
- Nawaz, F, 2009, **Critical Factors of Women Entrepreneurship Development in Rural Bangladesh**. Bangladesh Development Research Working Paper No. 5. http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1403411
- OECD, 2004, **Promoting Enterproneurship And Inovative SMEs In A Global Economy: Towards A More Responsible And Inclusive Globalization**. Istanbul, Turkey 3-5 June.
- Okafor, C., & Amalu, R, 2010, **Entrepreneurial motivations as determinants of women entrepreneurship challenges**. Petroleum-Gas University of Ploiesti Bulletin, Vol. 62, No 2, pp. 67-77.
- Pelling, M., O'Brien, K., & Matyas, D, 2015, **Adaptation and transformation**. Climatic Change, Vol. 133, pp. 113-127. https://doi.org/10.1007/s10584-014-1303-0
- Rauch, A., & Frese, M, 2000, **Psychological approaches to entrepreneurial success**. In I. T. Robertson (Ed.), International Review of Industrial and Organizational Psychology, Vol. 15, pp. 101-142.
- Rittippant, N., Kokchang, W., Vanichkitpisan, P., & Chompoodang, S, 2011, **Measure of entrepreneurial intention of young adults in Thailand**. In Proceedings of the international conference on engineering, project, and production management (EPPM 2011) (pp. 20-21).
- Rosado-Cubero, A., Freire-Rubio, T., & Hernández, A, 2022, **Entrepreneurship: What matters most**. Journal of Business Research, Vol. 144, pp. 250-263. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.01.087
- Rudhumbu, N., du Plessis, E. (E). and Maphosa, C, 2020, **Challenges and opportunities for women entrepreneurs in Botswana: revisiting the role of entrepreneurship education**, Journal of International Education in Business, Vol. 13 No 2, pp. 183-201. https://doi.org/10.1108/JIEB-12-2019-0058
- Sathiabama, K, 2010, **Rural women empowerment and entrepreneurship development**. Working Papers id:2475, eSocialSciences.
- Seymour, N, 2003, **women entrepreneurs in developing world**.
- Stroe, S., Parida, V., & Wincent, J, 2018, **Effectuation or causation: An fsQCA analysis of entrepreneurial passion, risk perception, and self-efficacy**. Journal of Business Research, Vo. 89, pp. 265-272. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.01.035
- Wu, J., Li, Y., & Zhang, D, 2019, **Identifying women's entrepreneurial barriers and empowering female entrepreneurship worldwide: a fuzzy-set QCA approach**. International Entrepreneurship and Management Journal, Vol. 15, No 3, pp. 905-928. https://doi.org/10.1007/s11365-019-00570-z

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-07]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1401.11.42.4.3]

- World Bank, 2020, Population, female (% of total population). https://data.worldbank.org/indicator/SP.POP.TOTL.FE.ZS

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-07]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1401.11.42.4.3]