



## بررسی تاثیر خدمات ترویجی و مشاوره ای بر گرایش زنان روستایی به کسب و کارهای خانگی

کریم نادری مهدی<sup>۱\*</sup>، هاجر وحدت مودب<sup>۲</sup>، احمد یعقوبی فرانی<sup>۳</sup>

استادیار گروه توسعه روستایی دانشگاه بوعلی سینا<sup>۱</sup>، دانشجوی کارشناسی ارشد توسعه روستایی دانشگاه بوعلی سینا<sup>۲</sup>، استادیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه بوعلی سینا

### چکیده

مشاغل خانگی یکی از مناسب ترین زمینه های فعالیت اقتصادی زنان بوده و به عنوان راهکاری مهم برای ایجاد اشتغال و درآمد در سراسر جهان بویژه برای زنان روستایی بشمار می رود که عوامل متعددی بر گرایش زنان و دختران روستایی تاثیر گذارند لذا هدف اصلی پژوهش حاضر بررسی تاثیر کلاس های آموزشی و خدمات مشاوره ای بر گرایش زنان و دختران روستایی شهرستان رزن به راه اندازی کسب و کار خانگی و همچنین تحلیل عوامل بازدارنده موجود در این راستا می باشد، روش انجام تحقیق توصیفی پیمایشی است. جامعه آماری این تحقیق زنان روستایی بالای ۱۸ سال شهرستان رزن (استان همدان) بود. مهم ترین ابزار گردآوری داده ها پرسشنامه بوده که روایی صوری آن توسط متخصصان تأیید و جهت بررسی پایایی آن با محاسبه ضریب آلفای کرونباخ، پایایی پرسشنامه حدود ۰/۹۰ برآورد شد که نشانه قابلیت اعتماد آن است. طبق نتایج بدست آمده بین شرکت در کلاس های آموزشی و همچنین دریافت خدمات مشاوره ای از متخصصین با گرایش به راه اندازی مشاغل خانگی رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد، همچنین طبق نتایج بدست از تحلیل عاملی، عوامل بازدارنده گرایش زنان روستایی به راه اندازی مشاغل خانگی در ۶ عامل؛ فرهنگی و اجتماعی زیرساختی و مالی، شخصیتی، حمایتی، خانوادگی و آموزشی دسته بندی شدند.

واژه های کلیدی: خدمات ترویجی و مشاوره ای، زنان روستایی، عوامل بازدارنده، مشاغل خانگی، شهرستان رزن.

### مقدمه

امروزه در رویکرد های جدید توسعه، به جای توجه به افزایش شاخص های رشد اقتصادی، به افزایش فرصت های عمومی و نقش آفرینی گروه های مختلف اجتماع توجه می شود. به طوری که توسعه پایدار یک اجتماع حاصل مشارکت همه اقشار است و این مشارکت نیز در گرو توجه به نیازها و مسائل و به طور کلی توجه به توانمندی آن ها است (سانی، ۲۰۰۶، ۳؛ چانت، ۱۹۹۷) لذا شناسایی و بهره گیری از تمامی ظرفیت های انسانی جوامع، امری ضروری در جهت دستیابی به اهداف توسعه است. زنان به عنوان نیمی از جمعیت، تأثیر مستقیمی در توسعه جوامع روستایی دارند ولی در اغلب نقاط جهان، نسبت به مردان، محروم تر و آسیب پذیرترند؛ و در جوامع روستایی این آسیب پذیری به نسبت شدیدتر می باشد. به طوری که با وجود مشارکت در بسیاری از فعالیت ها

E-mail: knadery@yahoo.com

\* نویسنده مسئول

<sup>۲</sup> -Sanni

<sup>۳</sup> -Chant



در سطح روستا از جایگاه و رتبه خاص اجتماعی برخوردار نیستند (ویسی و بادیار، ۱۳۸۴). زیرا شکل متفاوت فعالیت زنان در مناطق روستایی کشورهای در حال توسعه سبب گشته که این قشر از زنان شکل متفاوتی از تبعیض را تجربه کنند که ناشی از پرداختن به فعالیت های اقتصادی است که منجر به درآمد ملموسی نمی گردد و نهایتاً از موقعیت اجتماعی پایین تری نسبت به سایر اقشار برخوردارند. (Kaur, 2005). طبق اطلاعات مرکز آمار ایران در سال ۱۳۸۵ تنها ۱۷ درصد از شاغلان روستایی را زنان تشکیل می دهند که این وضعیت در مقایسه با میزان اشتغال متعارف زنان (۳۰ درصد) قابل قبول نبوده و به عبارتی بیانگر عدم بهره وری مناسب از نیروی انسانی در جامعه روستایی کشور می باشد (مرکز آمار ایران، ۱۳۸۵). این در حالی است که زنان و دختران به عنوان یکی از گروه های تاثیر گذار جامعه روستایی محسوب می شوند و تقویت زمینه های کسب و کار آنان راهکاری موثر در راستای ارتقای دو شاخص توسعه، یعنی افزایش اشتغال و کاهش بیکاری تلقی می شود (حیدری ساربان، ۱۳۹۱). اما به علت وظایف متعدد زنان از جمله لزوم اختصاص دادن وقت بیشتر به تربیت فرزندان و انجام مسئولیت های مربوط به خانه، نیاز به اشتغالی متفاوت از اشتغال مردان دارند (آگهی، ۱۳۹۱). مشاغل خانگی به عنوان راه حلی متناسب با شرایط زندگی فردی و اجتماعی زنان روستایی می تواند باعث ارتقا وضعیت اقتصادی و اجتماعی آنان شود به طوری که اکثر صاحبان کسب و کارهای خانگی بر این باورند که کارکردن در خانه، کیفیت زندگی آنان را بهبود می بخشد (غلامی، ۱۳۹۱). بنابراین مشاغل خانگی می تواند به عنوان راهکاری مناسب به منظور توسعه اشتغال های خرد و متوسط برای جمعیت وسیعی از زنان که دارای مهارت کافی در انجام برخی از کارها هستند ولی به دلیل وضعیت نامناسب اشتغال نمی توانند جذب بازار شوند، محسوب گردد. دلایل کافی برای توجیه این مسئله که مشاغل خانگی یکی از مناسب ترین گزینه های اشتغال زنان روستایی و ابزاری مهم برای رسیدن به توسعه پایدار روستایی است، وجود دارد؛ با این حال وضعیت فعالیت های زنان در ایران گویای این واقعیت است که اشتغال زنان روستایی در وضعیت مناسبی قرار ندارد (فلاح جلودار و همکاران، ۱۳۸۶) و این وضعیت معلول موانع متعددی است که زنان و دختران روستایی را از پرداختن به این کسب و کارها باز می دارد که تحقیقات متعدد انجام شده در نقاط مختلف ایران و جهان نیز مؤید این مسأله است. بررسی و تحلیل مطالعات انجام شده حاکی از آن است تحقیقات زیادی در زمینه موانع کار آفرینی و خود اشتغالی زنان انجام شده است. اما علی رغم سابقه ای که مشاغل خانگی در جوامع روستایی کشور دارد مطالعات چندانی در خصوص عواملی که مانع از گرایش و تمایل زنان روستایی به راه اندازی کسب و کارهای خانگی می شود، انجام نشده است و با توجه به اهمیت مشاغل خانگی و تاثیری که در بهبود شرایط زندگی زنان به ویژه زنان روستایی دارند، شناسایی و واکاوی عوامل بازدارنده گرایش زنان و دختران روستایی به راه اندازی مشاغل خانگی برای خود به عنوان مسأله ای مهم مطرح است، که می توان با شناسایی و رفع عوامل بازدارنده و تقویت عوامل سوق دهنده زنان روستایی به شاغل خانگی، زمینه ها و بسترهای لازم برای این امر را ایجاد کرد. لذا مطالعه حاضر درصدد است به بررسی تاثیر خدمات ترویجی و مشاوره ای بر گرایش زنان روستایی به کسب و کارهای خانگی و عوامل بازدارنده گرایش آنان به راه اندازی این نوع کسب و کار بپردازد.

### مبانی نظری و پیشینه ی تحقیق

تعاریف متعددی از کسب و کار های خانگی (HBB)<sup>۴</sup> ارائه شده است که در ذیل به اختصار به چند مورد اشاره می شود: زمانی می توان فعالیت را کسب و کار خانگی نامید که، افراد خود مستقلاً یک فعالیت اقتصادی را راه اندازی نموده و درباره تولید، ارائه خدمات و فروش محصولاتشان، خود تصمیم بگیرند (Pratt, 2000). واحدهای کاری که در زمینه تولید و فروش محصول یا خدمتی به بازار، فعالیت می کند و مدیر مالک از منزل مسکونی خود جهت اداره امور استفاده می کند را به عنوان کسب و کار خانگی تعریف کرده است (Mamsen, 1991). موسسه (۲۰۰۵) نیز در تعریف کسب و کار های خانگی به این نکته اشاره دارد که در قدم نخست باید در یک اقامتگاه خصوصی انجام شوند یا در یک بنیاد خانگی متمرکز باشند (ناهدی و قنبری، ۱۳۸۹). بر اساس تعاریف علمی هر نوع فعالیت اقتصادی در محل سکونت شخصی که با استفاده از امکانات و وسایل منزل راه اندازی شود کسب و

<sup>4</sup>-Home Based Business



کار خانگی است (احمد پور داریانی و عزیزی، ۱۳۸۸).

مشاغل خانگی در طول قرن ها همواره یکی از مهم ترین منابع تولید و درآمد در جوامع انسانی به شمار می آمده و تبدیل مشاغل خانگی به کارگاه های بزرگ تر خانگی در طول یک سده اخیر منبع شکل گیری کارخانه های بزرگ صنعتی و تولید انبوه شده است. با این وجود ارزش اقتصادی و نقش آفرینی مشاغل خانگی کاهش نیافته و همچنان تاثیر چشمگیری در افزایش درآمد خانوار داشته و نقش قابل توجه آن در تولید ناخالص ملی سبب شده است که دولت های جوامع صنعتی و یا در حال رشد، با نگاه متفاوت تری به مشاغل خانگی بنگرند (انتظاریان و طهماسبی، ۱۳۸۹). به طوری که امروزه این مشاغل از بخش های حیاتی و ضروری فعالیت های اقتصادی در کشور های پیشرفته محسوب می شوند. و از نظر ایجاد شغل و نوآوری در عرضه محصول یا خدمات موجب تنوع و دگرگونی زیادی در اجتماع می گردد. علاوه بر این کاهش بیکاری، کاهش قیمت تمام شده محصولات تولیدی، نبود نیاز به سرمایه بالا برای اشتغال، افزایش درآمد خانوار، اشتغال محوری و توسعه خلاقیت و نوآوری را از ویژگی های دیگر مشاغل خانگی است (میر غفوری و همکاران، ۱۳۸۸). با توجه به این مطالب می توان گفت مشاغل خانگی یکی از مهم ترین و مناسب ترین زمینه های فعالیت اقتصادی زنان بوده و به عنوان راهکاری مهم برای ایجاد اشتغال و درآمد در سراسر جهان بویژه برای زنان روستایی بشمار می رود (آگهی و همکاران، ۱۳۹۱). همچنین با توجه به این که کسب و کار های خانگی در ایران سابقه ای دیرینه دارد (داریانی و عزیزی، ۱۳۸۳) و می تواند به عنوان رویکردی مناسب در فرایند بهینه سازی و بهره وری نیروی کار و افزایش زمینه ها و فرصت های اشتغال برای زنان و دختران روستایی در کشور ما محسوب گردد تا با بهره گیری از خلاقیت های فردی آنان به عنوان شاغلان پنهان جامعه روستایی موجب توانمندسازی زنان روستایی، کاهش فقر و بهبود معیشت جامعه روستایی شود (علی میرزایی و طهماسبی، ۱۳۸۹). اما علی رغم ایده آل بودن مشاغل خانگی به عنوان گزینه ای بر ای اشتغال زنان و دختران روستایی وضعیت مناسبی را در اشتغال زنان شاهد نیستیم.

### پیشینه تحقیق

پژوهشگران زیادی بر این باورند که فرایند کارآفرینی، قابل آموزش بوده و از این راه می توان افراد را به سمت کارآفرینی و ایجاد شغل برای خود سوق داد (Henry et al., 2005; Kirby, 2004; Okudan and Rza, 2006; Katz, 2003). می توان چنین نتیجه گیری کرد که توسعه ی کارآفرینی در جوامع روستایی، نیازمند فراهم سازی زمینه های فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و از طرفی همکاری نظام های آموزشی با ساختارهای اداری و مالی و تدارک سایر سازوکار های حمایتی می باشد. پژوهش وونگ و همکاران<sup>۵</sup> (2007)، تحقق اهداف و برنامه های توسعه ی کارآفرینی در یک جامعه و به طور خاص جامعه ی روستایی، نیازمند تلاش آگاهانه برای تدارک و زمینه سازی مجموعه ای از عوامل و شاخص های زیرساختی و حمایتی توسط نهادهای دولتی و غیردولتی ذی ربط در راستای بهره گیری از فرصت های موجود در جوامع روستایی می باشد. با افزایش چشمگیر نقش زنان در فعالیتهای اقتصادی و ظهور زنان کارآفرین، پژوهش های زیادی با تمرکز بر کارآفرینی زنان انجام شده است که در این بخش به مرور برخی از مهم ترین نتایج پژوهش های انجام شده در زمینه ی تأثیر بهره مندی از فرصت های آموزشی و دسترسی به عوامل نهادی - سازمانی بر روند توسعه ی کارآفرینی، به ویژه کارآفرینی زنان روستایی، پرداخته می شود.

نواز<sup>۶</sup> (۲۰۰۹) در پژوهش خود عوامل هنجاری، قانونی و شناختی را به عنوان مهم ترین عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی معرفی نموده در حالی که آگهی و همکاران (۱۳۹۱) داشتن مهارت، تخصص، تجربه، انگیزه ی کسب استقلال بیشتر، معرفی و دیدار با الگوها و افراد موفق را از مهم ترین متغیرهای توسعه مشاغل خانگی از دیدگاه زنان و برگزاری کلاس های آموزشی، برطرف نمودن نیاز مالی زنان، ایجاد بازار محلی برای فروش محصولات را از مهم ترین متغیرهای توسعه مشاغل خانگی از دیدگاه کارشناسان عنوان کرده اند. فلاح جلودار و همکاران (۱۳۸۶) در تحقیق خود درباره عوامل موثر بر موفقیت کارآفرینی زنان

<sup>5</sup> Wong et al

<sup>6</sup>Nawaz



روستایی نشان دادند که عواملی چون حمایت‌های مالی و اعتباری، راه اندازی دوره های فنی و حرفه ای، شبکه های خانوادگی، سیاست های 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 مهم‌ترین عوامل موفقیت کارآفرینی زنان روستایی بودند. و در همین زمینه رودگر نژاد و همکاران (۱۳۸۹) با بررسی چالش‌ها و موانع توسعه کسب و کارهای خانگی، راهکارهای بهبود این نوع از کسب و کارها را در توسعه همه جانبه توانمندی های فنی و تکنولوژیکی از راه برنامه های آموزشی، استفاده از شیوه های آموزشی جدید، تشویق و ترغیب کارآفرینان، بکارگیری سیاست های تشویقی و حمایتی از صنایع کوچک بویژه تولیدات خانگی، استفاده از نوآوری و خلاقیت های تولید محصولات ویژه و منحصر به فرد، سیاست های حمایتی در بازار یابی و تامین نیاز های مالی و اعتباری از راه تعدیل سیاستهای مالی و پولی دانسته اند.

همان طور که اشاره شد عوامل فردی، شخصیتی و رفتاری نقش موثری در راه اندازی مشاغل خانگی توسط زنان دارند و در برخی مواقع نیز همین بی توجهی به این عوامل می تواند به عنوان موانعی در راه ایجاد و توسعه مشاغل خانگی باشد. در این زمینه شاه حسینی (۱۳۸۶) موانع فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی را از جمله موانعی می داند که زنان کارآفرین با آن روبرو هستند. این موانع در جوامع روستایی با توجه به شرایط خاص فرهنگی و اجتماعی آن، پررنگ تر است و در حقیقت زنان روستایی در مسیر حرکت به سمت کارآفرینی با موانع بیشتری نسبت به زنان شهری مواجه هستند. میرغفوری و همکاران (۱۳۸۸) نیز در تحلیل موانع مؤثر بر کارآفرینی، موانع خانوادگی، علمی- تحصیلی، شخصیتی، مالی، فرهنگی- اجتماعی و قانونی را از مهم ترین موانع مؤثر بر کارآفرینی زنان عنوان کرده اند. در همین راستا یعقوبی فرانی و موحدی (۱۳۹۱) به بررسی و تحلیل موانع و محدودیت های توسعه کار آفرینی زنان روستایی پرداخته و موانع و محدودیت های کار آفرینی زنان روستایی را در نه مقوله قرار دادند که عبارتند از: شرایط و ویژگی های فردی، شخصیتی و رفتاری زنان روستایی، شرایط و ویژگی های خانوادگی، دانش و مهارت زنان روستایی (آموزش، تجربه، ارتباطات)، شرایط فرهنگی، اجتماعی، دسترسی به امکانات و خدمات مورد نیاز زنان روستایی (در فرایند راه اندازی، اداره و توسعه کسب و کار)، عوامل قانونی و حقوقی، عوامل مالی و اقتصادی، عوامل نهادی و سازمانی، شرایط جغرافیایی و عوامل محیطی (محیط روستا). میرزایی و طهماسبی (۱۳۸۹) متغیر های بازدارنده توسعه کار آفرینی زنان روستایی در چهار عامل کلی تحت عناوین اجتماعی فرهنگی، اقتصادی، شناختی و سیاست گذاری دسته بندی نموده اند. در تحقیقی دیگر انتظاربان و طهماسبی (۱۳۸۹) عوامل فردی، شخصیتی و رفتاری را از جمله عوامل تاثیر گذار بر راه اندازی مشاغل خانگی دانسته و مواردی مانند: عوامل مختل کننده حواس، نیاز به انضباط کاری، کمبود فضای مناسب و عدم تعریف مشخص از قوانین کسب و کار خانگی در کشور ما را، به عنوان موانع راه اندازی کسب و کار خانگی عنوان کردند. فرای<sup>۷</sup> (۱۹۹۳) به این نتیجه رسید که عدم تخصص، نبود بازار، موانع اطلاعاتی، عدم تأمین مالی، موانع قانونی و عدم وجود طرح کسب و کار را از مهم ترین موانع توسعه کسب و کار- های خانگی است. حیدری ساربان (۱۳۹۱) طی مطالعه‌ای در استان اردبیل، موثرترین موانع فرآروی کار آفرینی زنان روستایی را موانع فردی، اقتصادی و روان شناختی و در اولویت های بعدی موانع اجتماعی- فرهنگی تشخیص دادند. شراک و ژاک<sup>۸</sup> (۱۹۹۲) نیز نشان داد که فقدان آموزش و تجربه کم در زمینه مدیریت تجاری و نبود شبکه های اطلاع رسانی، فقدان حمایت های مالی، محیط نامناسب خانوادگی، عدم خودباوری، از مهم ترین موانع برای کار آفرینی زنان است. نتیجه مطالعه هیسریچ و براش<sup>۹</sup> (۱۹۸۴) نیز حاکی از آن است که مهم ترین مشکلات زنان کار آفرین در مرحله راه اندازی را کمبود مهارت های حرفه‌ای، تأمین سرمایه، کمبود راهنمایی و مشاوره و کمبود تجربه در برنامه ریزی مالی و در ادامه کار عدم تعادل در بین مسائل کاری و شخصی، ناتوانی در کسب سرمایه و کمبود مهارت های حرفه ای می باشد.

<sup>7</sup>Fry

<sup>8</sup>Shragg & Jacuk

<sup>9</sup>Hisrich & Brush



## روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از حیث هدف نوعی تحقیق کاربردی می باشد که به شیوه پیمایشی انجام شده است. جامعه آماری این تحقیق زنان روستایی بالای ۱۸ سال بخش سردرود شهرستان رزن استان همدان بود که با استفاده از نمونه گیری خوشه ای چند مرحله ای، افراد مورد نظر گزینش و مورد مطالعه قرار گرفتند. براساس سرشماری سال ۱۳۹۰ جمعیت روستایی این بخش ۳۶۸۳۷ نفر بوده است. بخش سردرود شهرستان رزن دارای سه دهستان و ۴۲ روستا می باشد. به منظور برآورد حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شد. پس از تعیین حجم نمونه از هر دهستان چهار روستا به صورت تصادفی انتخاب و در هر روستا ۱۵ خانوار و در هر خانوار یک زن بالای ۱۸ سال به صورت تصافی انتخاب شدند. در مجموع ۱۸۰ پرسشنامه در بین زنان روستایی توزیع شد و پس از حذف پرسشنامه های مخدوش اطلاعات ۱۷۸ پرسشنامه مورد تحلیل قرار گرفت.

پرسشنامه مهم ترین ابزار برای جمع آوری داده های مورد نیاز این تحقیق بود که برای آزمون پایایی آن، یک مطالعه راهنما خارج از محدوده مطالعه ی اصلی انجام و مقادیر ضریب آلفای کرونباخ برای بخش های مختلف آن محاسبه شد که مقادیر بدست آمده در تمامی قسمت ها بیشتر از ۰/۸ بود که نشان دهنده مناسب بودن گویه های پرسشنامه می باشد. برای تجزیه و تحلیل داده ها علاوه بر آماره های توصیفی از شیوه تحلیل عاملی با استفاده از نرم افزار SPSS استفاده شد.

## نتایج

نتایج بدست آمده نشان می دهد که سن زنان و دختران روستایی مورد مطالعه بین ۱۶ تا ۵۷ سال متغیر بوده و میانگین سنی آن ها در حدود ۲۷ سال می باشد. ۴۴/۱ درصد از آن ها مجرد، ۵۱/۶ درصد متأهل و ۴/۳ درصد از آن ها سرپرست خانواده هستند. بر مبنای داده های تحقیق، ۸/۷ درصد زنان بی سواد، 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. می توان گفت به لحاظ سطح تحصیلات زنان در وضعیت مناسبی قرار ندارند. نتایج نشان داد که ۴۲/۷ درصد از زنان و دختران روستایی در دوره های فنی و حرفه ای شرکت کرده اند.

## نگرش زنان و دختران روستایی نسبت به راه اندازی کسب و کارهای خانگی

شان<sup>۱۰</sup> و همکارانش (۲۰۰۳) معتقدند انگیزش افراد عامل بسیار مهمی در تصمیم گیری برای فعالیت های کارآفرینانه است. آن ها بیان کردند که انگیزش مانند نقشه راهی است که به محققان کمک می کند تا در فرایند کارآفرینی مسیر درست و تصمیم صحیح را اتخاذ نمایند. به منظور سنجش نگرش زنان و دختران روستایی نسبت به مشاغل خانگی از گویه هایی با طیف لیکرت استفاده شد. و پاسخ های آزمودنی در طیف ۵ قسمتی لیکرت از کاملاً مخالفم تا کاملاً موافقم قرار می گیرند. گویه های مربوط به نگرش افراد با توجه به میزان موافقت یا مخالفت افراد، اولویت بندی شده اند که جدول ۱ نتایج را نشان می دهد.

جدول ۱- میانگین و انحراف معیار هر یک از گویه های مربوط به نگرش زنان روستایی نسبت به مشاغل خانگی

رتبه	ضریب تغییرات	انحراف معیار	میانگین	گویه
۱	۰/۲۴۷	۰/۹۹۴	۴/۰۲	مشاغل خانگی می تواند در تأمین برخی از نیاز های مالی زنان و دختران روستایی موثر باشد.
۲	۰/۲۶۲	۱/۰۳۹	۳/۹۵	راه اندازی کسب و کار در خانه به من احساس مفید بودن می دهد.
۳	۰/۲۸۹	۱/۰۹۳	۳/۷۸	راه اندازی کسب و کار برای خود در خانه به من اعتماد به نفس می دهد
۴	۰/۲۹۰	۱/۰۹۵	۳/۷۷	راه اندازی کسب و کار در خانه برای من با ارزش است.
۵	۰/۲۹۱	۱/۱۵۰	۳/۹۵	کسب و کار خانگی می تواند در پر کردن اوقات فراغت من موثر است.

<sup>10</sup>. Shan



۶	۰/۲۹۸	۱/۰۸۰	۳/۶۲	فکر می کنم توانایی و مهارت لازم برای راه اندازی کسب و کار خانگی را دارم
۷	۰/۳۰۲	۱/۱۶۸	۳/۸۶	در صورت محیا بودن شرایط، حاضرم کسب و کاری در خانه برای خود راه اندازی کنم
۸	۰/۳۶۴	۱/۲۴۶	۳/۴۲	ایده های برای راه اندازی کسب و کار خانگی برای خود دارم.
۹	۰/۳۹۹	۱/۳۷۸	۳/۴۵	تمایلی به راه اندازی کسب و کار خانگی ندارم.*
۱۰	۰/۴۱۶	۱/۳۳۲	۳/۲۰	حاضرم ریسک بالای راه اندازی کسب و کار خانگی را تجربه کنم.
۱۱	۰/۵۰	۱/۵۰۲	۳	وظیفه تأمین زندگی بر عهده مرد است و زنان در این زمینه وظیفه ای ندارند.*

مقیاس: ۱= کاملاً مخالفم ۲= مخالفم ۳= نظری ندارم ۴= موافقم ۵= کاملاً موافقم \*: امتیازدهی برخلاف گویه های مثبت می باشد

به منظور توصیف کیفی متغیر نگرش از روش (ISDM) استفاده شده است. در این روش برای گروه بندی نگرش از دو مشخصه میانگین و انحراف معیار و روابط زیر استفاده می شود. همان گونه که ملاحظه می شود با تکیه بر نظرات زنان روستایی نگرش آن ها را می توان در چهار طبقه تقسیم بندی نمود. در کل با توجه به جدول ۳، نگرش ۱۶ درصد از زنان و دختران روستایی نسبت به مشاغل خانگی ضعیف، نگرش ۳۴/۷ درصد از آنها در حد متوسط، نگرش ۳۱/۳ درصد از افراد در حد خوب و نگرش ۱۸ درصد از افراد در حد عالی می باشد. با توجه به نتایج بدست آمده می توان گفت که نگرش زنان روستایی نسبت به راه اندازی مشاغل خانگی در حد مطلوبی قرار دارد.

نگرش ضعیف  $Min < A < Mean - St.d : A =$

نگرش متوسط  $Mean - St.d < B < Mean : B =$

نگرش خوب  $Mean < C < Mean + St.d : C =$

نگرش عالی  $Mean + St.d < D < Max : D =$

جدول ۲- توزیع فراوانی نگرش زنان روستایی نسبت 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	

به منظور بررسی تاثیر خدمات ترویجی بر گرایش زنان به مشاغل خانگی ۴ فرضیه آزمون شده اند.

همانگونه که جدول (۳) نشان می دهد برای آزمون دو فرضیه از ضرایب همبستگی استفاده شده است. نتیجه در هر دو مورد به شرح ذیل معنی دار شده است.

۱- همبستگی بین رضایت از خدمات ترویجی و نگرش به مشاغل خانگی: با توجه به نتیجه آزمون فرضیه می توان با اطمینان ۹۹ درصد پذیرفت که بین نگرش به مشاغل خانگی و رضایت از خدمات ترویجی رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد ( $R=0/294$  و  $p=0/004$ ).

۲- همبستگی بین تعداد دفعات شرکت در دوره های آموزشی و نگرش به مشاغل خانگی: با آزمون این فرضیه نیز با اطمینان ۹۹ درصد می توان گفت که بین تعداد دفعات شرکت در دوره های آموزشی و نگرش به مشاغل خانگی رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد ( $R=0/446$  و  $p=0/002$ ).

جدول ۳- ضرایب همبستگی و سطح معنی داری آن ها در آزمون فرضیات



ردیف	متغیر مستقل	جنس متغیر	متغیر وابسته	جنس متغیر	ضریب	R	p
۱	رضایت از خدمات ترویجی	رتبه ای	نگرش به مشاغل خانگی	فاصله ای	اسپیرمن	۰/۲۹۴	۰/۰۰۴
۴	تعداد دفعات شرکت در دوره های آموزشی	فاصله ای	نگرش به مشاغل خانگی	فاصله ای	پیرسون	۰/۴۴۶	۰/۰۰۲

منبع: یافته‌های تحقیق

در آزمون دو مورد از فرضیات تحقیق از مقایسه میانگین ها استفاده شده است. همانگونه که در جدول ۴ می توان دید، نتیجه در یک مورد معنی دار بوده است.

۱-مقایسه نگرش به مشاغل خانگی در بین زنان با وضعیت کسب مشاوره مختلف: همانگونه که از جدول (۴) برمی آید با اطمینان ۹۹ درصد می توان گفت تفاوت معناداری بین نگرش به مشاغل خانگی در افرادی که مشاوره کسب کرده اند با افرادی که مشاوره ای در این زمینه نداشته اند وجود دارد ( $T=1/275$  و  $p=0/206$ ).

۲-مقایسه نگرش به مشاغل خانگی با منابع مشاوره ای مختلف: باتوجه به نتایج حاصل از آزمون تحلیل واریانس جدول (۴) می توان گفت بین نگرش به مشاغل خانگی در زنان روستایی با منابع مشاوره ای مختلف تفاوت معنی دار وجود ندارد ( $F=0/709$  و  $p=0/549$ ).

جدول ۴- مقایسه گروه بندی رتبه‌ای و فاصله‌ای متغیرهای مستقل و وابسته

ردیف	متغیر گروه بندی	جنس متغیر	متغیر وابسته	جنس متغیر	آزمون	مقدار	p
۱	استفاده از خدمات مشاوره ای	اسمی دو وجهی	نگرش به مشاغل خانگی	فاصله‌ای	T	۱/۲۷۵	۰/۲۰۶
۲	منابع کسب مشاوره	اسمی چند وجهی	نگرش به مشاغل خانگی	فاصله‌ای	F	۰/۷۰۹	۰/۵۴۹

منبع: یافته‌های تحقیق

#### ۴.۲ اولویت بندی عوامل بازدارنده گرایش زنان روستایی به مشاغل خانگی

به منظور تعیین میزان اهمیت هر یک از متغیرهای بازدارنده گرایش زنان روستایی به مشاغل خانگی، از میانگین، انحراف معیار و ضریب تغییرات استفاده شده است. نتایج جدول شماره ۵ نشان می‌دهد عدم توانایی زنان در فراهم نمودن وثیقه و ضمان جهت دریافت وام (میانگین ۳/۵۷ و انحراف معیار ۱/۲۲۵)، فقدان یا کمبود زیر ساخت های فیزیکی مناسب در مناطق روستایی (میانگین ۳/۴۰ و انحراف معیار ۱/۲۰۳)، نگرش منفی روستاییان در خصوص درگیر شدن دختران و زنان در کسب و کار (میانگین ۳/۲۸ و انحراف معیار ۱/۱۹۸) و ناتوانی زنان و دختران روستایی در تأمین سرمایه اولیه برای راه اندازی کسب و کار (میانگین ۳/۴۶ و انحراف معیار ۱/۲۶۸) از مهم ترین عوامل بازدارنده گرایش زنان و دختران روستایی به مشاغل خانگی می باشند.

جدول ۵- اولویت بندی عوامل بازدارنده گرایش دانش‌آموختگان به کارآفرینی و خود اشتغالی

گویه	میانگین	انحراف معیار	ضریب تغییرات	اولویت
عدم توانایی زنان در فراهم نمودن وثیقه و ضمان جهت دریافت وام	۳/۵۷	۱/۲۵۵	۰/۳۵۱	۱
فقدان یا کمبود زیر ساخت های فیزیکی مناسب در مناطق روستایی	۳/۴۰	۱/۲۰۳	۰/۳۵۳	۲
نگرش منفی روستاییان در خصوص درگیر شدن دختران و زنان در کسب و کار	۳/۲۸	۱/۱۹۸	۰/۳۶۴	۳
ناتوانی زنان و دختران روستایی در تأمین سرمایه اولیه برای راه اندازی کسبوکار	۳/۴۶	۱/۲۶۸	۰/۳۶۶	۴





۵	۰/۳۶۶	۱/۲۴۲	۳/۳۹	عدم اطلاع از حمایت های دولت از راه اندازی کسب و کار خانگی
۶	۰/۳۶۷	۱/۱۷۷	۳/۲۰	عدم مهارت در برقراری تعادل بین کار و زندگی شخصی
۷	۰/۳۶۹	۱/۱۶۸	۳/۱۶	تعصب مردان و ممانعت از ایجاد کسب و کار توسط زنان و دختران
۸	۰/۳۷۳	۱/۲۲۱	۳/۲۶	ترس از عدم توانایی در پاسخ به انتظارات خانواده و دیگران
۹	۰/۳۸۳	۱/۳۰۸	۳/۴۱	دشواری در تهیه امکانات و مواد اولیه برای شروع کسب و کار
۱۰	۰/۳۸۷	۱/۲۴۸	۳/۲۲	آسیب پذیری بیشتر زنان و دختران در هنگام مواجهه با شکست
۱۱	۰/۳۸۸	۱/۲۸۷	۳/۳۲	عدم آشنایی با مراحل اداری و گرفتن مجوز شروع کسب و کار
۱۲	۰/۳۸۸	۱/۲۶۸	۳/۲۶	عدم خود باوری و اعتماد به نفس کافی در زنان و دختران روستایی
۱۳	۰/۳۹۱	۱/۳۱۲	۳/۳۵	عدم وجود مراکز مشاوره جهت 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 کسب و کار
۱۵	۰/۳۹۷	۱/۲۵۸	۳/۱۶	عدم اعتماد خانواده به امکان نان آور بودن زنان و دختران
۱۶	۰/۴۰۴	۱/۲۹۶	۳/۲۰	عدم توانایی تصمیم گیری قاطعانه برای شروع کسب و کار
۱۷	۰/۴۰۹	۱/۲۸۷	۳/۱۴	نبود فرد موفق در زمینه مشاغل خانگی در روستا به عنوان الگو
۱۸	۰/۴۱۰	۱/۲۷۵	۳/۱۱	فراگیر نشدن فرهنگ کسب و کارهای خانگی در بین زنان روستایی
۱۹	۰/۴۱۰	۱/۳۰۵	۳/۱۸	حمایت بیشتر سازمان ها از مردان نسبت به زنان ( سوگیری جنسیتی)
۲۰	۰/۴۱۶	۱/۲۲۹	۲/۹۵	تعدد وظایف و مسئولیت های زنان و دختران روستایی در خانه
۲۱	۰/۴۱۸	۱/۲۴۹	۲/۹۸	پایین بودن مهارت و تجربه زنان و دختران روستایی در زمینه راه اندازی کسب و کار
۲۲	۰/۴۲۴	۱/۲۳۲	۲/۹۱	عدم برگزاری کلاس های 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 حمایت های مادی و معنوی از طرف خانواده برای راه اندازی کسب و کار
۲۵	۰/۴۳۱	۱/۳۸۰	۳/۲۰	وجود فرهنگ مرد سالاری 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 کلیشه ای نادرست در مورد توانایی های زنان و دختران
۲۸	۰/۴۵۳	۱/۳۳۶	۲/۹۴	پایین بودن روحیه ریسک پذیری در بین زنان و دختران روستایی

#### ۳.۴ گروه بندی عوامل بازدارنده گرایش زنان روستایی به مشاغل خانگی

به منظور گروه بندی گویه های تحقیق در قالب عوامل بازدارنده و تعیین سهم هر یک، از تحلیل عاملی استفاده شد. محاسبات انجام شده نشان داد که انسجام درونی داده ها برای بهره گیری از این تکنیک مناسب بوده ( $KMO=0/788$ ) و آماره بارتلت نیز در سطح ۱ درصد معنی دار بوده است. در این بررسی شش عامل استخراج شد که نتیجه در جدول ۶ به همراه مقدار ویژه و درصد واریانس مربوطه ذکر شده است.

جدول ۶- عوامل استخراج شده همراه با 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 بدست آمده بیشترین مقدار ویژه مربوط به فرهنگی و اجتماعی (۳/۸۲) می باشد که ۱۳/۶۴ درصد از واریانس عوامل بازدارنده گرایش زنان روستایی به راه اندازی مشاغل خانگی را تبیین می کند. 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 رتبه های بعدی قرار دارند. در مجموع شش عامل مذکور توانسته اند، ۵۸/۰۳ درصد از کل واریانس متغیرها را تبیین نمایند. برای چرخش عملی از روش وریماکس (جدول ۷) استفاده شد.

جدول ۷- متغیرهای مربوط به هر یک از عوامل بازدارنده و میزان بارهای عاملی بدست آمده از ماتریس چرخش یافته

عامل	متغیرها	بار عاملی
موانع فرهنگی و اجتماعی	فراگیر نشدن فرهنگ کسب و کارهای خانگی در بین زنان روستایی	۰/۵۱۸
	باورهای کلیشه ای نادرست درمورد توانایی های زنان و دختران	۰/۷۲۰
	وجود فرهنگ مرد سالاری در جامعه روستایی	۰/۶۹۴
	پایین بودن مهارت و تجربه زنان و دختران روستایی در زمینه راه اندازی کسب و کار	۰/۶۱۴
	سطح سواد و اطلاعات پایین زنان و دختران روستایی	۰/۵۷۷
	اعتقاد به معین بودن روزی و قسمت توسط زنان و دختران روستایی	۰/۵۱۵
	تعصب مردان و ممانعت از ایجاد کسب و کار توسط زنان و دختران	۰/۵۴۳
ضعف زیرساخت ها و منابع مالی	کمبود یا نبود مکان مناسب در خانه برای استقرار کسب و کار	۰/۶۹۸
	ناتوانی زنان و دختران روستایی در تأمین سرمایه اولیه برای راه اندازی کسب و کار	۰/۶۲۳
	فقدان یا کمبود زیر ساخت های فیزیکی مناسب در مناطق روستایی	۰/۶۱۱
	عدم وجود مراکز مشاوره جهت راهنمایی زنان و دختران روستایی در زمینه مشاغل خانگی	۰/۵۳۰
	دشواری در تهیه امکانات و مواد اولیه برای شروع کسب و کار	۰/۶۹۵
موانع شخصیتی	پایین بودن روحیه ریسک پذیری در بین زنان و دختران روستایی	۰/۶۶۵
	عدم توانایی تصمیم گیری قاطعانه برای شروع کسب و کار	۰/۷۸۰
	عدم خود باوری و اعتماد به نفس کافی در زنان و دختران روستایی	۰/۵۸۸
ضعف نظام های حمایتی	کمبود حمایت های مادی و معنوی از طرف خانواده برای راه اندازی کسب و کار در خانواده	۰/۶۵۱
	عدم توانایی زنان در فراهم نمودن وثیقه و ضامن جهت دریافت وام	۰/۵۶۶
	آسیب پذیری بیشتر زنان و دختران در هنگام مواجهه با شکست	۰/۵۰۳
	عدم اطلاع از حمایت های دولت از راه اندازی کسب و کار خانگی	۰/۶۵۸
موانع خانوادگی	تعدد وظایف و مسئولیت های زنان و دختران روستایی در خانه	۰/۶۴۹
	عدم مهارت در برقراری تعادل بین کار و زندگی شخصی	۰/۵۵۵
	عدم اعتماد خانواده به امکان نان آور بودن زنان و دختران	۰/۷۲۰



۰/۶۳۵	عدم مهارت در برقراری تعادل بین کار و زندگی شخصی	ضعف آموزش
۰/۷۲۵	عدم برگزاری کلاس های آموزشی در زمینه مشاغل خانگی در روستا	

**عامل اول: موانع فرهنگی و اجتماعی:** متغیرهایی که در عامل اول قرار گرفته‌اند عبارتند از: فراگیر نشدن فرهنگ کسب و کارهای خانگی در بین زنان روستایی، باورهای کلیشه ای نادرست در مورد توانایی های زنان و دختران، وجود فرهنگ مرد سالاری در جامعه روستایی، پایین بودن مهارت و تجربه زنان و دختران روستایی در زمینه راه اندازی کسب و کار، سطح سواد و اطلاعات پایین زنان و دختران روستایی، اعتقاد به معین بودن روزی و قسمت توسط زنان و دختران روستایی، تعصب مردان و ممانعت از ایجاد کسب و کار توسط زنان و دختران. لذا با توجه به ماهیت متغیرهای که در این عامل قرار گرفته اند این عامل تحت عنوان موانع فرهنگی و اجتماعی نام گذاری شده که مقدار ویژه آن برابر ۳/۸۲ می باشد و از تمامی عوامل دیگر بزرگتر است. این عامل بیشترین تأثیر و بیشترین اهمیت را در تبیین متغیرها داشته و ۱۳/۶۴ درصد از کل واریانس متغیرها را به خود اختصاص می دهد. بنابراین می توان گفت موانع فرهنگی و اجتماعی بیشترین نقش را به عنوان عامل بازدارنده در گرایش زنان و دختران روستایی به مشاغل خانگی ایفا می کنند.

نتایج تحقیق یعقوبی فرانی و موحدی (۱۳۹۱) نیز نشان داد که اصول فرهنگی حاکم بر جامعه و خانواده روستایی، از جمله باورها، اعتقادات، سنت ها و رفتارهای اجتماعی بر نحوه و نوع کارآفرینی زنان روستایی موثر است و از جمله دلایل ریشه ای است که فعالیت های اقتصادی و کارآفرینی زنان را کاهش می دهد. در حالی که نتایج تحقیق غلامی (۱۳۹۱) نشان می دهد اولین عامل تأثیرگذار بر عوامل راه اندازی کسب و کارهای خانگی در تهران عوامل شخصیتی و رفتاری بوده و سپس عوامل اجتماعی و فرهنگی و عوامل و شرایط تأثیر گذار دولتی در الویت های بعدی قرار دارند.

**عامل دوم: ضعف زیرساخت ها و منابع مالی:** متغیرهایی که در عامل دوم قرار گرفته‌اند عبارتند از: کمبود یا نبود مکان مناسب در خانه برای استقرار کسب و کار، ناتوانی زنان و دختران روستایی در تأمین سرمایه اولیه برای راه اندازی کسب و کار، فقدان یا کمبود زیرساخت های فیزیکی مناسب در مناطق روستایی، عدم وجود مراکز مشاوره جهت راهنمایی زنان و دختران روستایی در زمینه مشاغل خانگی و دشواری در تهیه امکانات و مواد اولیه برای شروع کسب و کار. همان گونه که در جدول (۵) نیز مشخص است، مقدار ویژه این عامل برابر با ۳/۲۴ می باشد که بعد از عامل فرهنگی و اجتماعی در رده دوم قرار دارد. این عامل در مجموع ۱۱/۵۷ درصد از واریانس کل متغیرهای تحت بررسی را تبیین می کند.

شراک و ژاک<sup>۱۱</sup> (۱۹۹۲) نیز فراهم نبودن زیر ساخت ها را از موانع مهم کارآفرینی زنان در کانادا معرفی نموده اند که از جمله این عوامل می توان به عدم برخورداری از حمایت های مالی و ضعف در شبکه های اطلاعاتی اشاره نمود. در حالی که هیسریچ و براس<sup>۱۲</sup> (۱۹۸۴) در تحقیق خود عوامل مالی را مهمترین مشکل زنان کارآفرین آمریکا در راه اندازی کسب و کار معرفی نمودند که قسمت عظیمی از این مشکلات ناشی از باور های غلط نسبت به توانایی های زنان و در نتیجه عدم تمایل به قرار دادن تسهیلات اعتباری در اختیار آنان است. ا

**عامل سوم: موانع شخصیتی:** متغیرهایی که در مجموع این عامل را ساخته‌اند عبارتند از: پایین بودن روحیه ریسک پذیری در بین زنان و دختران روستایی، عدم توانایی تصمیم گیری قاطعانه برای شروع کسب و کار و عدم خودباوری و اعتماد به نفس کافی در زنان و دختران روستایی. تفسیر متغیرهای فوق نشان می دهد که هر سه متغیر تشکیل دهنده این عامل به نوعی به شخصیت افراد بر می گردد، بنابراین این عامل تحت عنوان موانع شخصیتی زنان نام گذاری شد. مقدار ویژه این عامل برابر با ۲/۷۴ می باشد و بر اساس جدول (۵) این عامل ۹/۷۸ درصد از واریانس کل متغیرها را به خود اختصاص داده است. حیدری ساربان (۱۳۹۱) نیز بر اهمیت عوامل شخصیتی در کارآفرینی زنان تأکید دارد به طوری که فقدان ریسک پذیری، نداشتن خود مختاری، پایین بودن اعتماد به نفس زنان روستایی، نداشتن خلاقیت و... به عنوان موانعی مهم برای کارآفرینی زنان معرفی می کند. میرغفوری و همکاران

<sup>11</sup>Shragg & Jacuk

<sup>12</sup>Hisrich & Brush



(۱۳۸۸)، انتظاریان و طهماسی و هیسریج و براش<sup>۱۳</sup> (۱۹۸۴) نیز بر اهمیت این عامل تاکید دارند.

**عامل چهارم: ضعف نظام های حمایتی:** کمبود حمایت های مادی و معنوی از طرف خانواده برای راه اندازی کسب و کار در خانواده، عدم توانایی زنان در فراهم نمودن وثیقه و ضامن جهت دریافت وام، آسیب پذیری بیشتر زنان و دختران در هنگام مواجهه با شکست و عدم اطلاع از حمایت های دولت از راه اندازی کسب و کار خانگی متغیرهای تشکیل دهنده این عامل هستند که با توجه به ماهیت آن ها این عامل تحت عنوان ضعف نظام های حمایتی نامگذاری شده است. مقدار ویژه این عامل برابر با ۲/۴۵ می باشد که ۸/۷۷ درصد از واریانس کل متغیرها را به خود اختصاص داده است. یعقوبی فرانی و موحدی (۱۳۹۱) نیز از جمله موانع کار آفرینی زنان را عدم حایت از طرف خانواده دانسته اند همچنین هیسریج و براش<sup>۱۴</sup> (۱۹۸۴)، شراگ و ژاک<sup>۱۵</sup> (۱۹۹۲) در تحقیقات خود بر اهمیت حمایت های دولتی تاکید نمودند.

**عامل پنجم: موانع خانوادگی:** تعدد وظایف و مسئولیت های زنان و دختران روستایی در خانه، عدم مهارت در برقراری تعادل بین کار و زندگی شخصی و عدم اعتماد خانواده به امکان نان آور بودن زنان و دختران سه متغیر تشکیل دهنده این عامل هستند. مقدار ویژه این عامل برابر ۲/۲۶ می باشد و ۸/۰۸ درصد از کل واریانس متغیرها را به خود اختصاص داده است.

همچنین یعقوبی فرانی و موحدی (۱۳۹۱) مخالفت خانواده، سوگیری جنسیتی، عدم حمایت مالی خانواده، روحیه مردسالاری را به عنوان موانع خانوادگی بر شمردند، شراگ و ژاک<sup>۱۶</sup> (۱۹۹۲) نیز حمایت خانواده را از عوامل ضروری برای کارآفرینی زنان دانست.

**عامل ششم: موانع آموزشی:** عدم مهارت در برقراری تعادل بین کار و زندگی شخصی و عدم برگزاری کلاس های آموزشی در زمینه مشاغل خانگی در روستا از جمله متغیرهای تشکیل دهنده این عامل هستند که با توجه به ماهیت آن ها این عامل تحت عنوان موانع آموزشی نام گذاری شده است. مقدار ویژه این عامل برابر با ۱/۷۲ می باشد که ۶/۱۷ درصد از واریانس کل متغیرها را به خود اختصاص داده است. میرغفوری و همکاران (۱۳۸۸)، یعقوبی فرانی و موحدی (۱۳۹۱)، شراگ و ژاک<sup>۱۷</sup> (۱۹۹۲) و فرای<sup>۱۸</sup> (۱۹۹۳) بر اهمیت این عامل تاکید داشته اند و عدم دسترسی به آموزش های کافی و برابر تحصیلات ناکافی، فقدان دانش کافی در مهارت های مدیریتی، فقدان دانش راجع به قوانین و مقررات حقوق، پایین بودن حضور زنان در برخی از رشته های دانشگاهی همانند فنی- مهندسی و ... را از موانع مهم برای کارآفرینی و راه اندازی کسب و کار زنان معرفی نمودند.

## بحث

ارتقاء حضور زنان در فعالیت های اجتماعی، اقتصادی و برنامه ریزی جهت گسترش مشارکت آنان، به ویژه در زمینه های اقتصادی، شرطی لازم در جهت توسعه پایدار است. این امر در نواحی روستایی که زنان از دیرباز و به طور سنتی در کارهای اقتصادی خانواده مشارکت داشته اند، از ضرورت بیشتری برخوردار است. مشاغل خانگی یکی از مهم ترین فعالیت های اقتصادی زنان در مناطق روستایی است که از گذشته های دور تا کنون در مناطق روستایی کشور وجود داشته است. دلیل کافی نیز برای توجیه این مسئله که مشاغل خانگی یکی از مناسب ترین گزینه های اشتغال زنان روستایی است، وجود دارد؛ با این حال وضعیت فعالیت های زنان در ایران گویای این واقعیت است که اشتغال زنان روستایی در وضعیت مناسبی قرار ندارد (فلاح جلودار و دیگران، ۱۳۸۶)

البته بر اساس نتایج پژوهش حاضر نشان داد که خدمات مشاوره ای و ترویجی تاثیر قابل توجهی بر نگرش زنان روستایی نسبت به مشاغل خانگی دارد که لزوم توجه به این نوع خدمات و توسعه و ارتقا آن را گوشزد می کند.

همچنین نتایج مطالعه حاضر نیز نشان می دهد از دیدگاه زنان و دختران روستایی، فقدان یا کمبود زیرساخت های فیزیکی مناسب در مناطق روستایی، نگرش منفی روستاییان در خصوص درگیر شدن دختران و زنان در کسب و کار و ناتوانی زنان و دختران روستایی در تأمین سرمایه اولیه برای راه اندازی کسب کار و عدم توانایی زنان در فراهم نمودن وثیقه و ضامن جهت دریافت وام و تسهیلات از مهمترین عوامل بازدارنده گرایش آنها به مشاغل خانگی می باشد.



نتایج حاصل از تحلیل عاملی در این تحقیق نشان داد که موانع متعددی از قبیل موانع فرهنگی و اجتماعی، ضعف زیرساخت ها و منابع مالی، موانع شخصیتی، ضعف نظام های حمایتی، موانع خانوادگی و عدم برخورداری از فرصت های آموزشی از مهم ترین عوامل بازدارنده گرایش زنان روستایی به مشاغل خانگی از دیدگاه جامعه مورد مطالعه می باشند. البته طبق نتایج بدست آمده نگرش زنان روستایی به راه اندازی مشاغل خانگی در سطح مطلوبی قرار دارد که بر این اساس می توان گفت در صورت رفع عوامل بازدارنده این امکان وجود دارد که آن ها به راه اندازی مشاغل خانگی اقدام کنند. در مجموع با توجه به یافته های تحقیق می توان چنین دریافت نمود که توسعه مشاغل خانگی نیازمند فعالیت ها و اقدامات مجموعه ای از سازمان ها و نهادهای کنشگر بوده و حصول به اهداف و مقاصد نهایی آن در گرو تعامل و همکاری این مجموعه سازمانی در گذر زمان می باشد. این وضعیت از سویی دیگر بیانگر ضرورت تدوین برنامه هایی جامع با اهداف بلندمدت و میان مدت و دارای زمان بندی مشخص برای فراهم سازی زمینه ها و ظرفیت ها و رفع موانع موجود می باشد.

اهمیت توجه به آموزش و بهسازی توانمندی ها و قابلیت های زنان روستایی برای غلبه بر ضعف های موجود و نیز فرهنگ سازی برای رفع موانع فرهنگی اجتماعی حضور و فعالیت زنان روستایی در عرصه فعالیت های اقتصادی اجتماعی از یافته های قابل تأمل در این تحقیق می باشد که این نتایج با تحقیقات متعددی در زمینه عوامل توسعه کارآفرینی در جوامع نظیر مطالعات سازمان بین المللی کار<sup>۱۴</sup> (ILO, 2006)، دیونینگ و شریل<sup>۱۵</sup> (۲۰۰۶)، لی و وونگ<sup>۱۶</sup> (۲۰۰۵)، سولومون و همکارانش<sup>۱۷</sup> (۲۰۰۲) و صابر (۱۳۸۱) که در آنها توجه به مقوله آموزش و فرهنگ کارآفرینی بعنوان یک جزء ضروری در برنامه های توسعه کارآفرینی مورد تأکید قرار گرفته است، همخوانی دارد. همچنین با دقت در نتایج تحقیق می توان به این مهم دست یافت که برنامه های توسعه مشاغل خانگی در جوامع روستایی، علاوه بر فرهنگ سازی و ارائه برنامه هایی به منظور آگاه سازی، انگیزش و آموزش مخاطبین، بایستی فراهم سازی فضای حمایتی مناسب را نیز مد نظر قرار دهند. این نتایج با یافته های تحقیقات انجام شده توسط شورای توسعه روستایی آمریکا<sup>۱۸</sup> (۲۰۰۱)، پژوهش لرد کیپانیدز<sup>۱۹</sup> (۲۰۰۲) و نتایج تحقیقات سازمان بین المللی کار (۲۰۰۶) همخوانی دارد. در مجموع با توجه به نتایج بدست آمده می توان به موارد زیر بعنوان راهکارهایی برای رفع عوامل بازدارنده گرایش زنان روستایی به راه اندازی مشاغل خانگی اشاره نمود:

گسترش فرهنگ کارآفرینی و خود اشتغالی در جامعه روستایی از طریق الگو قرار دادن افراد کارآفرین برای مردم از طریق رسانه ها، مطبوعات و قدردانی از آنها.

ارائه خدمات آموزشی و مشاوره ای در زمینه راه اندازی و مدیریت مشاغل خانگی برای زنان روستایی.

قرار دادن منابع مالی لازم و وام و تسهیلات بانکی مدت دار برای ایجاد مشاغل خانگی.

تقویت اعتماد به نفس و ارتقاء روحیه ریسک پذیری در بین زنان روستایی.

تشکیل صندوق های حمایت از مشاغل خانگی.

به کارگیری سیاست های تشویقی و حمایتی از تولیدات خانگی روستایی به منظور ترغیب زنان روستایی به ایجاد مشاغل خانگی.

تشکیل انجمن صاحبان کسب و کار خانگی جهت تبادل نظر با یکدیگر و مرکزی به عنوان کسب مشاوره.

## منابع مورد استفاده

۱. آگهی، حسین؛ میرک زاده، علی اصغر؛ تقی بیگی، معصومه (۱۳۹۱) «اولویت بندی عوامل مؤثر بر توسعه مشاغل خانگی

14 ILO

15 Duening & Sherrill

16 Lee & Wong

17 Solomon et al

18 Rural Development Council

19 Lord kipanidz



- زنان روستایی»، فصلنامه زن و جامعه، سال ۳، شماره ۳: صص ۱۸۱-۲۰۲.
۲. احمد پور داریانی، محمود؛ عزیزی، محمود (۱۳۸۸) کارآفرینی. تهران: محراب قلم.
  ۳. انتظاریان، ناهید؛ طهماسبی، طاهره (۱۳۸۹) «موانع و راهکار های توسعه مشاغل خانگی در ایران»، ماهنامه اجتماعی، اقتصادی، علمی و فرهنگی. شماره ۱۲۷، صص: ۷۸-۹۸.
  ۴. حیدری ساربان، وکیل (۱۳۹۱) «اولویت بندی موانع مؤثر بر کارآفرینی زنان روستایی (با روش AHP)»، مطالعات اجتماعی روان شناختی زنان. سال ۱۰، شماره ۲: صص ۱۵۹-۱۷۷.
  ۵. رودگر نژاد، فروغ؛ کیاکجوری، کریم (۱۳۸۹) «چالش ها و موانع توسعه کسب و کار های خانگی»، همایش توسعه مشاغل خانگی (چالش ها-راهکاره)، تهران.
  ۶. شاه حسینی، علی (۱۳۸۶) کارآفرینی (ویرایش دوم). تهران: آبیژ.
  ۷. صابری، 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.
  ۸. [علی میرزایی، عرفان؛ طهماسبی، مریم \(۱۳۸۹\)، «موانع توسعه کارآفرینی زنان روستایی»، کنفرانس بین المللی مدیریت و نوآوری، شیراز.](#)
  ۹. غلامی، نادر (۱۳۹۱) «بررسی عوامل مؤثر بر راه اندازی کسب و کار خانگی و ارائه الگوی آن در شهر تهران»، ماهنامه کاروجامعه. شماره: ۱۴۳، صص ۴-۱۸.
  ۱۰. فلاح جلودار، ربیع؛ فرج اله حسینی، سیدجمال؛ حسینی، سیدمحمود؛ میردامادی، سید مهدی (۱۳۸۶) «عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینی زنان روستایی شمال کشور»، روستا و توسعه. سال ۱۰، شماره: ۴، صص ۸۷-۱۱۵.
  ۱۱. کلانتری، [خلیل \(۱۳۸۴\) پردازش و تحلیل داده ها در تحقیقات اجتماعی - اقتصادی](#). تهران: شریف.
  ۱۲. مرکز آمار ایران، سرشماری نفوس و مسکن ۱۳۸۵، ۱۳۹۲.
  ۱۳. میرغفوری، سیدحبيب ا...؛ صیادی تورانلو، حسین؛ طاهری دمنه، محسن (۱۳۸۸) «تبیین و تحلیل موانع مؤثر بر کارآفرینی زنان»، پژوهش نامه مدیریت تحول. سال ۱، شماره ۲: صص ۴۷-۶۴.
  ۱۴. ناهید، مجتبی؛ قنبری، محمد امین (۱۳۸۹) «بررسی نقش کسب و کار های خانگی در اشتغال زایی و کارآفرینی جوانان»، همایش توسعه مشاغل خانگی (چالش ها-راهکاره)، تهران.
  ۱۵. ویسی، هادی؛ بادسار، محمد (۱۳۸۴) «بررسی عوامل مؤثر بر نقش اجتماعی زنان در فعالیت های روستایی: مطالعه موردی استان کردستان»، فصلنامه روستا و توسعه، سال ۸، شماره: صص ۴۲-۱۹.
  ۱۶. یعقوبی فرانی، احمد؛ موحدی، رضا (۱۳۹۱) «بررسی و تحلیل موانع و محدودیت های توسعه کارآفرینی زنان روستایی در ایران»، ماهنامه کار و جامعه. شماره ۱۴۲: صص ۳۸-۵۰.
17. 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.
  18. Fry, F. (1993) Entrepreneurship: Approach Englewood cliffs: prentice Hall. P142-159.
  19. Hisrich R. D; Brush C. G (1984) «The Women Entrepreneur: Management Skills and Business Problems», Journal of Small business Management. 22, 1.
  20. 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



21. Kaur, A, Sherbinin, A, Toure, A, Jensen,L (2005) «Economic Empowerment of Women», United Nations Population Fund (UNPF).
22. Lee, L., & Wong, P.K. (2005) Entrepreneurship Education: A Compendium Of Issues. NUS Entrepreneurship Centre National University of Singapore. Working Paper.
23. 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.
24. Mc Elwee, G. (2005). Developing entrepreneurial skills of farmers. University of Lincoln.
25. Momsen J (1991) Women and development in third world. New York: Routledge.
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. Pratt, J. H (2000) «Home-based Business: The Hidden Economy», *Report for the United States Small Business Administration, Dallas, TX.*
28. Rural Development Council. (2001) Entrepreneurship in rural America. Culture & Entrepreneurship. [Online]. Available: <http://www.wvrdc.state.wv.us/chapter3.pdf>
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. Shane, S; Locke, E. A; and Collins, C. J (2003) «Entrepreneurial motivation. Human Resource Management Review», 13 (3): 257–279.
31. Shragg, P; Jacuk, L; Glass, A (1992) «Study of barriers facing Albertan women in business», *Journal of SmallBusiness and Entrepreneurship.* 9, 4, p 40-9.
32. 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.
33. Wong, P.K., Ho, Y.P. and Singh, A. (2007). "Towards an EntrepreneurialUniversity model to support knowledge- based economic development:The Ease of the National University Singapore". *World Development*, Vol.35, No.6, pp. 941-958.



## **Effect of extension and advisory services on rural womens tend to home businesses (Case study: Razan county)**

Naderi mahdayi K<sup>\*1</sup>, Vahdat moadab H<sup>2</sup>, yaghoobi farani A<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Assistant Professor, rural development Department, Bu Ali Sina University, -rural development graduate student, Bu Ali Sina University, Assistant Professor, Agricultural Extension & Education Department, Bu Ali Sina University<sup>3</sup>

### **Abstract**

Home business is one of the best fields of women's economic activity and is considered as an important strategy for job creation worldwide, particularly for rural women. Nonetheless many barriers avoid addressing rural women to these businesses. The main aim of this study was to analyze the barriers for trends of rural women and girls to home businesses. The statistical population of this study was rural women that are over 18 years of Razan county, Hamedan province. 187 people were studied randomly according to cochran formula. The most important data collection tool was a questionnaire that its validity was confirmed by panel of experts the reliability was tested by cronbach's alpha coefficient. According to results of factor analysis, barriers to rural women tend to establish home businesses were classified in six factors that are: social and cultural, infrastructure and finance, personality, support, domestic and training. Social and cultural factors as the most important factor was introduced.

**Key Words:** Effect of extension and advisory services, rural womens, Barriers, Home businesses, Razan county.