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 ۲۱۲-۱۹۵ DOR: 20.1001.1.23222131.1401.11.42.9.8

واکاوی عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان روستایی شهرستان نهاوند

کلثوم طهماسبی؛ دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت کارآفرینی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران.
بیژن رضایی*؛ استادیار گروه مدیریت و کارآفرینی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران.
نادر نادری؛ دانشیار گروه مدیریت و کارآفرینی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران.

دریافت مقاله: ۱۴۰۰/۱۰/۲۲ پذیرش نهایی: ۱۴۰۱/۰۱/۱۷

چکیده

پژوهش حاضر با هدف واکاوی عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان روستایی شهرستان نهاوند صورت گرفته است. این پژوهش ازنظر هدف، کاربردی، به لحاظ روش، توصیفی- همبستگی و ازنظر فلسفه، قیاسی است که بر مبنای پارادایم اثبات‌گرایی اجرا شده است. جامعه آماری تحقیق را زنان کارآفرین روستاهای شهرستان نهاوند تشکیل می‌دهند که در مجموع ۱۱۰ نفر به عنوان نمونه، به صورت تمام شماری مورد بررسی قرار گرفت. ابزار گردآوری داده‌ها، پرسشنامه محقق‌ساخته بود. تجزیه و تحلیل داده‌های به دست آمده با استفاده از نرم‌افزار اسمارت پی آل اس نسخه ۳، صورت گرفت. یافته‌های پژوهش حاکی از رابطه مثبت و معناداری بین عوامل فردی، عوامل خانوادگی، عوامل اقتصادی، عوامل اجتماعی- فرهنگی و کارآفرینی زنان روستایی وجود دارد، بر اساس نتایج تحلیل مسیر، میزان تأثیرگذاری عوامل فردی (۰۵۵۶)؛ عوامل خانوادگی (۰,۱۲۵)؛ عوامل اقتصادی (۰,۳۹۸)؛ عوامل فرهنگی – اجتماعی (۰,۳۴۹) می‌باشد، که نشان دهنده تأثیر تمامی عوامل شناسایی شده بر کارآفرینی زنان روستایی بوده است. همچنین معیار فردی و اقتصادی بیشترین تأثیر را بر کارآفرینی زنان روستایی دارا بودند.

واژگان کلیدی: کارآفرینی روستایی، اقتصاد روستایی، زنان روستایی، شهرستان نهاوند.

* rezaee61@yahoo.com

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1401.11.42.9.8]

۱) مقدمه

تحولات در عرصه‌های علمی و فنی، چالش‌های پی در پی نظام اقتصادی و اجتماعی، کاهش ذخایر زیر زمینی، بیشتر شدن فقر و بیکاری سبب شده سیاستمداران و اندیشمندان به کارآفرینی روی بیاورند. امروز کارآفرینی از مهم‌ترین رشته‌های دانشگاهی است. آموزش اصول و پایه‌های کارآفرینی مستلزم دامنه وسیعی از توانایی‌ها و اطلاعات است و عرصه آن فراتر از کسب و کار می‌باشد (احمدپورداریانی و کریمی، ۱۳۹۹: ۶).

هم اکنون، افراد خلاق، نوآور و مبتکر به عنوان کارآفرینان باعث ایجاد تحولات بزرگی در زمینه‌های صنعتی، تولیدی و خدماتی در سراسر جهان شده‌اند. کارآفرینان کسانی هستند که با ایجاد کسب و کار جدید، محصولات و خدمات مورد نیاز مردم را تولید کرده و درآمد خوبی کسب می‌کنند. در این میان، توجه به روستائیان و روحیه کارآفرینی آنان به عنوان عوامل مهم اجتماعی و اقتصادی در جامعه از اهمیت ویژه‌ای برخوردار بوده و بی شک از مهم‌ترین راهکارهای توسعه روستایی که زیر مجموعه توسعه پایدار کشور هم هست محسوب می‌شود (کلاگر و آقایی، ۱۳۹۳: ۶۱).

امروزه در نظریه‌های جدید توسعه روستایی به عنوان راهکاری مناسب برای توانمندسازی و ظرفیت‌سازی در مناطق روستایی در جهت تغییر الگوی زندگی کنونی، کاهش شکاف شهر و روستا، ایجاد برابری اقتصادی، محیطی و نهادی یاد می‌شود. امروزه حضور زنان در بازار کار و مشارکت آن‌ها در فعالیت‌های اقتصادی - اجتماعی، به یکی از شناسه‌های مهم توسعه انسانی تبدیل شده است؛ زیرا فعالیت‌های اقتصادی زنان، پیوندی مستقیم با فقر و رفاه اجتماعی دارد کارآفرینی و اشتغال زنان روستایی ضمن افزایش درآمد خانواده به واسطه کاهش تفاوت و شکاف موجود بین خانوارهای شهری و روستایی، صرفه جویی در هزینه‌های تولید محصولات زراعی و دامی، بهبود وضعیت سواد و بهداشت خانواده، تأمین هزینه‌های خانوار به عنوان سرپرست و نیز کاهش مهاجرت به شهرها می‌تواند زندگی روستایی و در نهایت کل جامعه را تحت تأثیر قرار دهد. بسیاری از محققان معتقدند که فعالیت‌های کارآفرینی توسط زنان نقش برجسته‌ای در سلامت اقتصاد ملت‌ها دارد. زنان در زمان کوتاهی توانستند با ورود به عرصه کسب و کار تحولات عظیمی در توسعه اقتصادی کشورها ایجاد کنند.

کمبود مشارکت زنان به عنوان نیمی از جمعیت کشور (۴۹ درصد از کل جمعیت)، در فعالیت‌های اجتماعی، اقتصادی، وجود تعداد کثیری از زنان جامعه ایران زیر خط فقر، کمبود اعتماد به نفس و عزت نفس در میان آنان برای حضور در فعالیت‌های مختلف اجتماعی، فقدان آگاهی و دانش آنان از اطلاعات بازار کار، دوره‌های آموزش فنی و حرفه‌ای، شرایط محیط کار، قانون کار و از همه مهم‌تر محدودیت های فرهنگی از مهم‌ترین مباحث مربوط به توانمندسازی زنان می‌باشد.

از طرفی اگر نهاد خانواده نتواند با شرایط جدید فرهنگی منطبق شود و به نحو صحیح و منطقی با سایر نهادهای اجتماعی ارتباط برقرار کند و قادر نباشد به نیازهای اعضای خود پاسخ دهد، دچار بحران و از هم پاشیدگی خواهد شد. بنابراین یکی از موضوعاتی که باید همگام با فعالیت‌های اجتماعی به آن توجه کرده و تأثیر آن را در ارزش‌های جامعه مورد بحث قرار داد، ابعاد فرهنگی خانواده است. سرمایه فرهنگی فراهم کننده فضای فرهنگی برای زندگی افراد بوده و تأثیر زیادی در منش، کنش‌ها و رفتار زنان دارد (یادگاری، سنایی‌فرد، ۱۳۹۶: ۲۰). در حقیقت توسعه فرهنگی به عنوان نیروی محرک در تجدید و تعالی حیات فرهنگی جامعه در تمامی

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1401.11.42.9.8]

حوزه‌های اجتماعی، سیاسی و اقتصادی و فرهنگی مؤثر بوده و با تکیه بر آن می‌توان به مزیت مادی و معنوی در جامعه رسید(امیدکهن‌شوری، ۱۳۹۷).

مردم روستایی شهرستان نهاوند واقع در جنوب استان همدان به دلایل عمده‌ای همچون بیکاری و کمبود امکانات آمار مهاجرت بسیار بالایی دارند. همچنین به دلیل مکانیزاسون شدن فعالیت‌های کشاورزی و تمایل کم ساکنین روستایی برای نگهداری احشام این جمعیت نیازمند ایجاد مشاغل جدید و پردرآمد می‌باشند به همین دلیل مسئله موجود در محدوده مورد مطالعه پایین بودن میزان کارآفرینی زنان توانایی‌های شخصیتی از قبیل اعتماد بنفس و پنداشت از خود، حمایت‌های دولتی و محیط رفتاری دارای تأثیر می‌باشند. حال آن که زنان روستایی در این شهرستان دارای توانمندی‌های بالقوه و بالفعل خاصی هستند که اگر به آنها بها داده شود تأثیر بسیار مهم و قابل توجهی در پیشرفت شهرستان خواهند داشت. بنابراین مسئله اصلی در این پژوهش واکاوی عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان روستایی شهرستان نهاوند می‌باشد.

۲) مبانی نظری

مهم‌ترین شرط برای رشد و توسعه جوامع ایجاد اشتغال است. به طوری که نیروی کار منبعی برای موفقیت است و اگر از نیروی کار به درستی و به طور مناسب استفاده نشود به جای فراهم کردن سود، زیان به همراه خواهد داشت (Celik and Tatar, 2011: 1211).

تا قبل از دهه ۷۰ در متون توسعه به ندرت متنی می‌بینیم که آثاری از جنسیت و زنان در آن وجود داشته باشد. موازی با این نظریه پردازان توسعه اهمیت نظام‌های زراعی را مورد توجه قرار دادند، اهمیت جایگاه زنان در ادبیات توسعه مد نظر قرار گرفت. تا حدی که مشخص شد ۷۰ درصد تولیدات کشاورزی آفریقا توسط زنان حاصل می‌شود به همین دلیل به تدریج مقولات جنسیتی را در تفکرات توسعه قرار دادند (شریفی و همکاران، ۱۳۹۴: ۲).

یکی از دلایل عمده عدم توسعه روستاها، برنامه ریزی نامناسب در سطح روستاهاست که منجر به هدر رفتن سرمایه و بودجه‌های اختصاص یافته به روستاها می‌شود (برقی و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۲۰). دستیابی به توسعه در هر سطحی و با هر هدفی که باشد نیازمند برنامه ریزی اصولی، کارآمد و اجرای دقیق آن است. این مهم در گرو شناخت جامع و آگاهی دقیق از امکانات، فرصت‌ها، توان‌ها و محدودیت‌هایی است که در رسیدن به وضع مطلوب وجود دارد (موسوی و صدیقی، ۱۳۹۳: ۵۶). همچنین، یکی از مهم‌ترین معیارها جهت سنجش درجه توسعه-یافتگی یک کشور، میزان اهمیت و اعتباری است که زنان در آن کشور دارا می‌باشند. زنان روستایی یکی از گروه‌های موجود و مؤثر در روستا هستند که حدود چهل درصد از فعالیت‌های انجام گرفته در زمینه کشاورزی و نود درصد در زمینه صنایع دستی توسط آنان انجام می‌شود (میرزایی و شهیدی، ۱۳۸۶: ۲). نظریه‌های اصلی در این زمینه، نظریه نئوکلاسیک، نظریه تفکیک شدن بازار کار و نظریه جنسیت می‌باشد (کار، ۱۳۷۹: ۳۶):

نظریه نئوکلاسیک: این نظریه برای تبیین تفاوت‌های جنسیتی و اختلاف درآمد بین کار مردان و زنان به متغیرهایی نظیر مسئولیت‌های خانوادگی، نیروی جمعیتی، آموزش‌های عمومی، غیبت و جابه جایی از کار اشاره می‌کند و این عوامل را در مقدار بهره وری نیروی کار مؤثر می‌داند.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1401.11.42.9.8]

نظریه تفکیک بازار: در این جا بین دو گروه از مشاغل تفاوت وجود دارد: مشاغل گروه نخست که از لحاظ پرداخت مزد، تأمین بیش‌تر و فرصت‌های بیش‌تر وضع نسبتاً خوبی دارند. مشاغل گروه دوم با مزد کم‌تر، تأمین کم‌تر و محدودیت در زمینه امکان پیشرفت روبه رو هستند. در مشاغل گروه نخست ثبات کارگر در کار برای کارفرما اهمیت دارد. جابه جایی که در کار زنان دیده می‌شود، احتمال جذب آن‌ها را به مشاغل گروه دوم بیش‌تر می‌کند.

نظریه مبتنی بر جنسیت: نکته اصلی این نظریه این است که موقعیت تابعی زنان در بازار کار و خانواده با یکدیگر مرتبط و جزئی از یک سیستم اجتماعی است که زنان تابع مردان هستند.

براساس رویکردهای جامعه شناختی رویکرد زنان به اشتغال تحت تأثیر عوامل فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، اقتصادی قرار دارد. اگر اهداف یک جامعه متعالی و خواهان رشد و توسعه فردی و اجتماعی در همه زمینه‌ها باشد، برای گام نهادن در مسیر توسعه پایدار، توسعه‌ای که کاملاً با نیازها و خواسته‌های واقعی مردم و با اهداف و آرمان‌های جامعه سازگار باشد، مشارکت همه احاد جامعه اعم از زن و مرد ضروری است (رفعت‌جاه، و خیرخواه، ۱۳۹۱: ۱۵۳).

به نظر گاردنر نرخ مشارکت نیروی کار بویژه زنان تحت تأثیر ترکیبی از عوامل قرار دارد که عبارتند از: الف) طول مدت تحصیل که باعث مشارکت کم‌تر جوانان در نیروی آماده به کار می‌شود؛ ب) امکان دسترسی به شغل مناسب که باز باعث تغییر نرخ مشارکت می‌شود؛ ج) ایجاد تغییرات در باورهای عمومی، بویژه پیرامون اشتغال زنان در خارج از خانه؛ در واقع علل این امر برای کشورهای گوناگون متفاوت است، ولی نبود فرصت‌های شغلی جذاب را می‌توان مهم‌ترین این موضوع دانست (یزدخواستی و احمدی، ۱۳۹۱).

مطالعات زیادی در خصوص عوامل مؤثر بر کارافرینی زنان روستایی انجام شده است که در ادامه به تعدادی از آنها اشاره می‌شود.

زارعی‌پهنه‌کلائی و همکاران (۱۳۹۲) با عنوان "عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در شرکت‌های تعاونی روستایی زنان استان مازندران" نتایج نشان داد یافته‌های تحیلی رابطه مثبت و معنی داری بین عوامل پیش برنده توسعه کارآفر ینی و میزان توسعه کارآفرینی وجود دارد. همچنین نتایج حاصل از رگرسیون چندگانه هم نشان داد که متغیرهای عوامل شخصیتی و آموزشی پیش برنده توسعه کارآفرینی ۱۸,۴۰٪ از تغییرات میزان توسعه کارآفرینی را تبعیین کردند.

یعقوبی‌فرانی و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهشی با عنوان "تحلیل عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان روستایی" به بررسی تأثیر عوامل فردی، خانوادگی، اقتصادی و اجتماعی – فرهنگی بر سطح کارآفرینی زنان روستایی پرداختند و به این نتیجه رسیدند رابطه معناداری بین ویژگی‌های شخصیتی، وضعیت اقتصادی و شرایط اجتماعی – فرهنگی زنان با سطح کارآفرینی آنها وجود دارد و بین وضعیت خانوادگی و سطح کارآفرینی رابطه معناداری وجود ندارد.

خسروی‌پور (۱۳۹۴) با عنوان "بررسی راهکارهای توسعه کارآفرینی زنان روستایی دهستان بدر" نتایج نشان داد شاخص فرهنگی و اجتماعی و حمایت مردان از زنان در توسعه کارآفرینی اهمیت دارد، در شاخص مالی حمایت مالی دولت و وام بانکی و میزان دسترسی به بازار فروش می‌تواند باعث راه اندازی کسب وکار جدید شود.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1401.11.42.9.8]

نتایج بدست آمده در ارتباط با مهم‌ترین موانع توسعه کارآفرینی زنان روستایی نشان می‌دهد، عامل اجتماعی و فرهنگی و دولت به عنوان مهم‌ترین عوامل شناخته شده‌اند. و ارائه اعتبارات مالی توسط بانک‌ها، شناسایی، بهره-گیری و توسعه جاذبه‌های طبیعی و اکو توریستی، ایجاد تشکل‌های کارافرینی، افزایش توجه دولت در جهت ترویج و توسعه صنعت روستایی به عنوان مهم‌ترین راهکارها برای کاهش موانع توسعه کارآفرینی منطقه مورد مطالعه محسوب می‌گردد.

حسینی و همکاران (۱۳۹۷) با "عنوان بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینی زنان روستایی عضو تعاونی‌های روستایی زنان در شمال استان تهران" نتایج پژوهش نشان داد رابطه معناداری میان عوامل فردی، خانوادگی، اقتصادی – مالی، اجتماعی – فرهنگی و سیاسی – قانونی با موفقیت کارآفرینی زنان روستایی وجود دارد که از بین این عوامل بیشترین تأثیر در موفقیت کارآفرینی زنان روستایی مورد تحقیق، مربوط به عوامل اقتصادی – مالی است. احسانی‌فر و همکاران(۱۳۹۷) به پژوهشی با عنوان" بازدارنده‌های توسعه کارآفرینی زنان روستایی(مورد مطالعه: زنان کارآفرین شهرستان لاهیجان)" پرداختند. این تحقیق با هدف شناسایی و اولویت-بندی بازدارنده‌های توسعه کارآفرینی زنان روستایی در شهرستان لاهیجان انجام شده است. بر اساس نتایج حاصل از تحلیل محتوای مصاحبه‌ها، عوامل بازدارنده در دو طبقه انتخابی" مشکلات بخش اجرا" شامل دو محور ضعف زیرساخت‌ها و نارسایی‌های حمایتی و سیاسی دولت و سازمان‌ها و " مشکلات بخش تولید" شامل مشکلات زنجیره تولید، توزیع و نظارت دسته بندی شدند. در این بین نبود فضای کافی و مناسب، عدم اعتماد به یکدیگر، عدم حمایت دولت از تولیدکنندگان، نرخ بالای سود بانکی، عدم رسیدگی به مشکلات در حوزه تولید، نوسان شدید بازار، نوسان شدید قیمت نهاده‌ها و آسیب دیدن محصولات به دلیل آفات، مهم‌ترین موانع کارآفرینی زنان روستایی در شهرستان لاهیجان را تشکیل داده‌اند. احمدی و همکاران (۱۳۹۸) با عنوان "فراتحلیل عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی" طبق نتایج تحقیق، توسعه کارآفرینی زنان روستایی امری پویا و چندوجهی بوده، نیازمند توجه همزمان به عوامل فردی چون نیروی انسانی خلاق، حمایت‌های مالی و اقتصادی از زنان روستایی، عوامل فرهنگی و آموزشی و ارتقاء زیرساخت‌های محیطی در روستاهای کشور است. صادقی و طولابی‌نژاد (۱۳۹۸) با عنوان "بررسی عوامل و محرک‌های مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی" نتایج نشان داد که از بین سی و سه متغیر مورد نظر تحقیق، ده متغیر به طور قابل توجهی ارتباط معنی‌داری با توسعه کارآفرینی زنان روستایی در دهستان رشتخوار داشته است. عوامل اقتصادی ۰,۳۹۹٪، شخصی ۰,۲۸۶٪ و عوامل زیر ساختی ۰,۲۸۳٪، مهم‌ترین عوامل در این زمینه بوده‌اند. بر اساس نتایج، پیشنهاداتی برای بهبود و توسعه کارآفرینی زنان روستایی ارائه شد. خسروی‌پور و کریمی (۱۳۹۸) با عنوان "تحلیل عوامل تأثیرگذار در کارآفرینی زنان روستایی" نتایج پژوهش نشان داد زنان کارآفرین در مناطق روستایی نقش مهمی در ایجاد و ارتقاء اشتغال و بهبود وضعیت اقتصادی جامعه و خانواده ایفا می‌کنند؛ و جایگاه خود را در روند توسعه روستایی خود داشته باشند.

احمدی و همکاران (۱۳۹۹) با عنوان "واکاوی عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینی زنان روستایی استان کردستان" نتایج پژوهش نشان داد که عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی شامل ابتکار عمل، فعال بودن، شناسایی فرصت‌ها، پشتکار، تلاش و غلبه بر موانع و شایستگی‌های فردی زنان است، به معنی که کارافرین بدون نیاز به در

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1401.11.42.9.8]

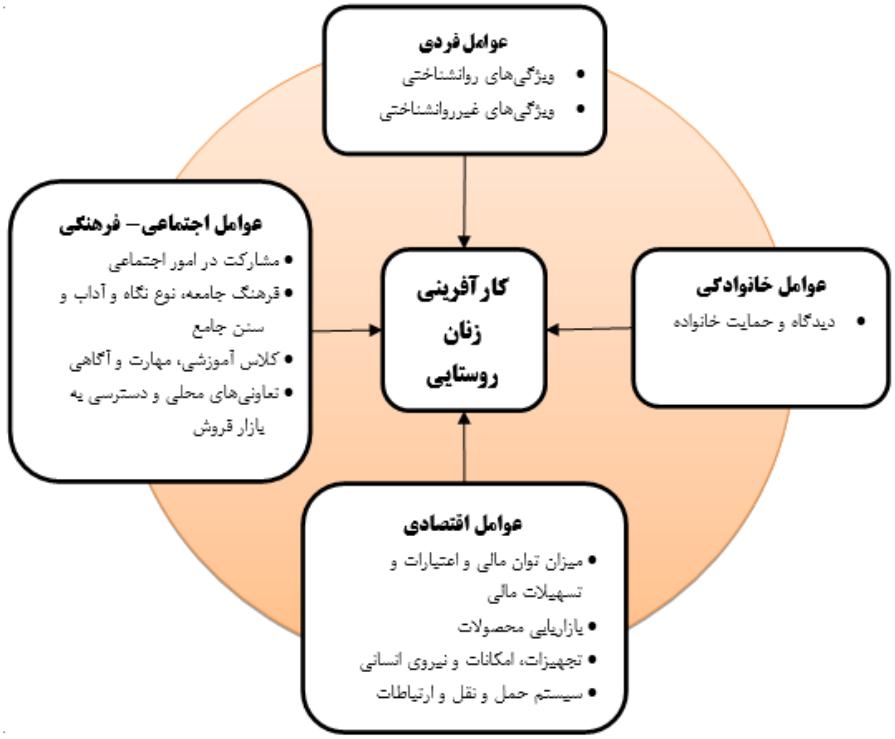
خواست یا دستور دیگران دست به کار می‌شود. عبدی (۲۰۱۴) در تحقیق خود با عنوان "عوامل مؤثر بر مشارکت زنان در فعالیت کارآفرینی در شهر ماندرا، بخش مرکزی ماندرا، کشور کنیا"، به این نتیجه رسید عوامل فردی، فرهنگی – اجتماعی، اقتصادی و عوامل امنیتی بر مشارکت زنان در فعالیت کارآفرینی تأثیر دارد.

استیفن و همکاران(۲۰۱۸) به پژوهشی با عنوان "توانمندسازی زنان در شرق آفریقا: توسعه یک معیار قابل مقایسه بین کشورها، پرداختند. این پژوهش در میان زنان متاهل ۴۹-۱۵ سال اتیوپی، کنیا، روندا، تانزانیا، و اوگاندا انجام شده است. یافته‌های پژوهش نشان‌دهنده شناسایی یک مدل سه‌گانه دامنه توانمندسازی زنان و میزان درآمد زنان، نگرش‌های جنسیتی مربوط به سوء استفاده از همسر و مشارکت زنان در تصمیمات خانگی است(stephante,2018). بوردی و همکاران (۲۰۱۷)به پژوهشی با عنوان " آیا برنامه‌های گروهی خود محور توانمندسازی زنان را بهبود می‌بخشد؟ بررسی سیستماتیک"پرداختند. این بررسی سیستماتیک بر تاثیر گروه-های خودیاری زنان بر توانمندسازی اقتصادی، اجتماعی، روحی و سیاسی زنان متمرکز است. هر دو نهاد دولتی و غیر دولتی منابع زیادی را برای تسهیل خودیاری زنان در کشورهای کم‌درآمد و متوسط در جنوب آسیا و سایر کشورهای در حال توسعه در نظر می گیرندکه دسترسی به کمک های مالی خرد،آموزش و پشتیبانی گروهی می‌تواند توانمندی زنان را افزایش دهد(Brdy,2017). یاداو و اونی چالش‌های زنان کارآفرین در کشورهای توسعه‌یافته‌ای مانند هند را بررسی کردند. آن‌ها در مطالعه خود مطرح کردند که زنان کارآفرین نسبت به همتایان مرد خود، چالش‌های بزرگ‌تری دارند و این چالش‌ها برای زنان کشورهای توسعه‌یافته منحصر به فرد و پیچیده است. و اعتماد به نفس و تجربه کمی دارند. همچنین در کشورهای در حال توسعه، تحصیلات کارآفرینی در سطح پایین می‌باشد.

بر اساس مبانی نظری پژوهش و مطالعات انجام شده، عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان روستایی را می‌توان شامل عوامل فردی، خانوادگی، فرهنگی-اجتماعی دانست. مدل مفهومی زیر، دربرگیرنده این عوامل و همچنین متغیرهای مربوط به هر یک از آن‌ها می‌باشد.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1401.11.42.9.8]



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

۳) روش تحقیق

در پژوهش حاضر ازنظر هدف، کاربردی، به لحاظ روش، توصیفی- همبستگی و ازنظر فلسفه، قیاسی است که بر مبنای پارادایم اثبات‌گرایی اجرا شده است. جامعه آماری این پژوهش را کلیه زنان کارآفرین و صاحب کسب و کار در مناطق روستایی شهرستان تشکیل می‌دهند که به منظور تعیین حجم این جامعه، از آمار و اطلاعات وزارت کار و امور اجتماعی، سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای، سازمان میراث فرهنگی و صنایع دستی و نیز سازمان جهاد کشاورزی شهرستان نهاوند و استان همدان استفاده شد. اما به دلیل محدود بودن اطلاعات کسب شده از این طریق، به واسطه مراجعه به سازمان جهاد کشاورزی شهرستان نهاوند، آمار و اطلاعات جامعه‌تر و دقیق‌تری از زنان کارآفرین فعال در مناطق روستایی بدست آمد که با کنترل دقیق اسامی و اطلاعات افراد و حذف آمارهای مشترک، نهایتاً ۱۱۰ نفر شناسایی شد.

در این پژوهش با توجه به حجم کم و محدود جامعه آماری، به منظور گردآوری داده‌های مورد نیاز درباره افراد جامعه به جای انتخاب نمونه از جامعه مورد نظر، از روش تمام شماری افراد (سرشماری) استفاده شده است. در گردآوری داده‌ها به طریق تمام شماری، از هریک از افراد جامعه داده‌ها مورد نظر گردآوری می‌شود. در این پژوهش برای جمع آوری اطلاعات از پرسشنامه استفاده شده است که یکی از ابزارهای رایج تحقیق می‌باشد. در این پژوهش پس از جمع آوری داده‌های لازم و تبدیل آن‌ها به کمیت‌های عددی با استفاده از جداول آماری که دربردارنده فراوانی، درصد و نوع پاسخ بوده؛ برای تجزیه و تحلیل داده‌های بدست آمده از آمار توصیفی و استنباطی استفاده شد.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1401.11.42.9.8]

شهرستان نهاوند با مساحتی در حدود ۱۵۳۵ کیلومتر مربع، با مختصات جغرافیایی ۳۴ درجه و ۱ دقیقه طول شرقی در جنوب غربی استان همدان، به فاصله ۴۴۰ کیلومتری جنوب غرب شهر تهران و ۱۰۵ کیلومتری جنوب شهر همدان و در دشت سیلاخور شمالی واقع شده‌است. این شهرستان از شمال به شهرستان تویسرکان، از شمال غرب و غرب به استان کرمانشاه، از جنوب و جنوب شرق به استان لرستان و از شرق به شهرستان ملایر محدود می‌گردد. بر اساس گزارش مرکز آمار ایران در سال ۱۳۹۵، شهرستان نهاوند جمعیتی برابر با ۱۷۸۷۸۷ نفری که ۸۵۳۳۳ نفر ساکن مناطق روستایی و ۹۱۹۷۸ در مناطق شهری ساکن هستند. از کل جمعیت نهاوند ۹۰۵۷۱ نفر مرد و ۸۸۲۱۶ نفر زن هستند که در ۵۵۵۴۲ خانوار زندگی می‌کنند که ۲۸ هزار و ۸۰۹ خانوار در نقاط شهری و ۲۶ هزار و ۳۷۱ خانوار در نقاط روستایی نهاوند زندگی می‌کنند و ۱۴۷۶ نفر نیز جمعیت غیر ساکن این شهرستان است (مرکز آمار ایران ۱۳۹۵).

شکل ۲. نقشه موقعیت جغرافیایی محدوده مورد مطالعه

۴) یافته‌های تحقیق

برای سنجش روایی، پرسشنامه در اختیار پنج نفر از صاحب‌نظران حوزه مدیریت و کارآفرینی قرار گرفت و بعد از اعمال اصلاحات موردنظر، پرسشنامه نهایی تنظیم شد. برای بررسی میزان پایایی پرسشنامه ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی محاسبه شد که نتایج آن در جدول ۱ آورده شده است.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1401.11.42.9.8]

جدول ۱. پایایی متغیرهای پژوهش

	آلفای کرونباخ	rho_A	پایایی ترکیبی
عوامل اجتماعی-فرهنگی	0.872	0.776	0.715
عوامل اقتصادی	0.910	0.809	0.749
عوامل خانوادگی	0.858	0.923	0.886
عوامل فردی	0.821	0.885	0.848
کارآفرینی زنان روستایی	0.902	0.939	0.923

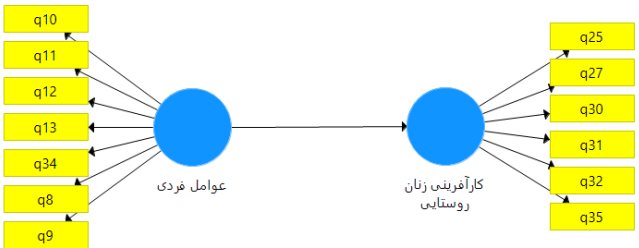
همچنین از معیار فورنل و لاکر، برای محاسبه روایی واگرا که در مدل معادلات ساختاری حداقل مربعات جزئی کاربرد دارد، استفاده شده است. صحت روایی واگرا از طریق این معیار، به این صورت است که مقادیر موجود در روی قطر اصلی ماتریس، باید از کلیه مقادیر موجود در ستون مربوطه بزرگتر باشد. طبق نتایج به‌دست‌آمده، مدل از روایی مناسبی برخوردار است.

جدول ۲. معیار فورنل و لاکر متغیرهای پژوهش

	عوامل اجتماعی فرهنگی	عوامل اقتصادی	عوامل خانوادگی	عوامل فردی	کارآفرینی زنان روستایی
عوامل اجتماعی فرهنگی	0.404				
عوامل اقتصادی	0.264	0.599			
عوامل خانوادگی	0.169	0.418	0.755		
عوامل فردی	0.147	0.181	0.379	0.676	
کارآفرینی زنان روستایی	0.284	0.252	0.246	0.172	0.816

برای بررسی معیارهای مدل اندازه‌گیری سازنده باید سازه مربوطه به تنهایی رسم گردد. برای رسم مدل اندازه‌گیری سازه سازنده علاوه بر سؤال کلی به صورت انعکاسی در مورد آن سازه طراحی شده باشد.

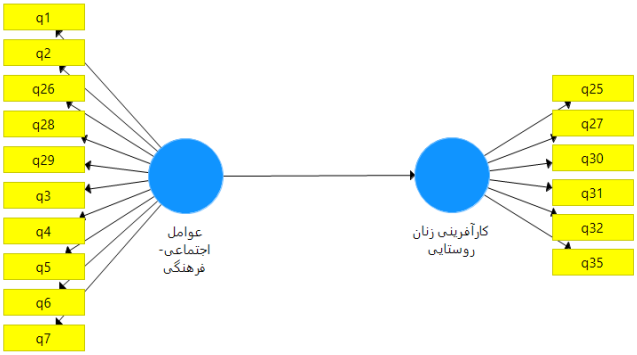
رسم مدل برای سازنده عوامل فردی به شرح زیر است:



شکل ۳. مدل سازنده عوامل فردی

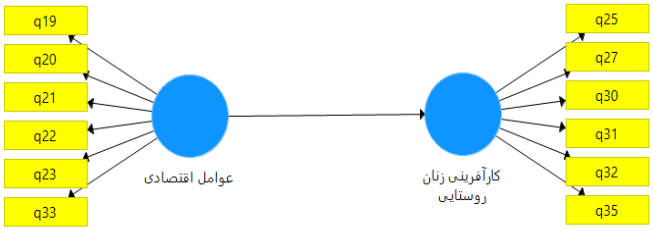
رسم مدل برای سازنده عوامل اجتماعی-فرهنگی در این فرضیه به شرح زیر است:

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1401.11.42.9.8]



شکل ۴. مدل سازنده عوامل اجتماعی–فرهنگی

رسم مدل برای سازنده عوامل اقتصادی در این فرضیه به شرح زیر است:



شکل ۵. مدل سازنده عوامل اقتصادی

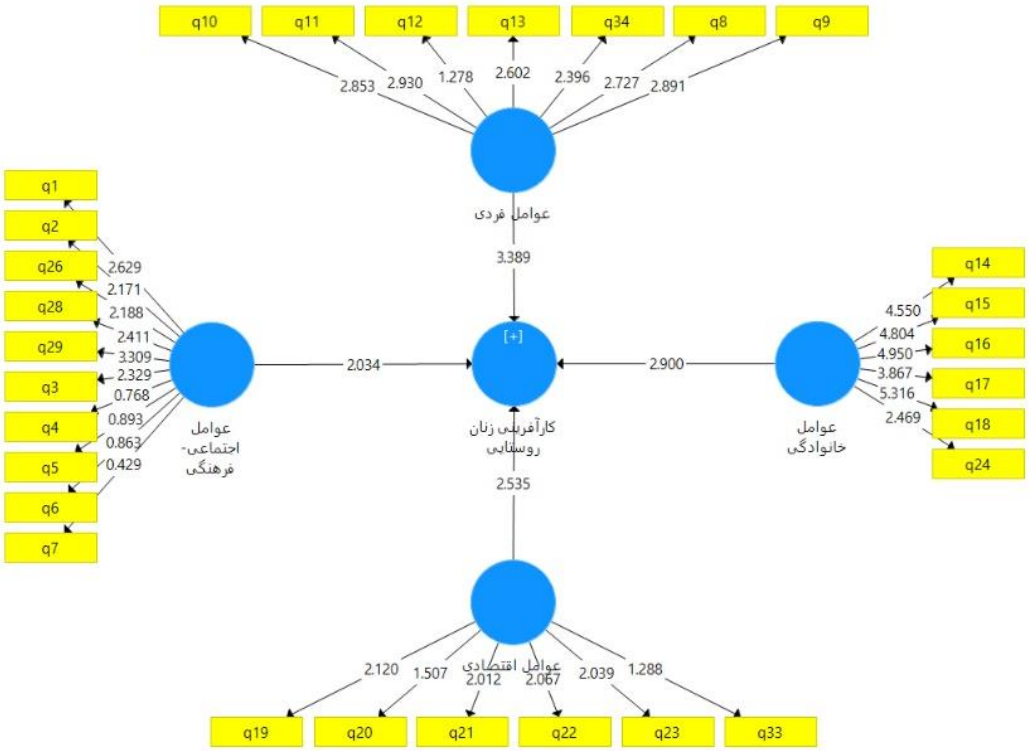
رسم مدل برای سازنده عوامل خانوادگی در این فرضیه به شرح زیر است:

شکل ۶. مدل سازنده عوامل خانوادگی

هر ضریب مسیر در مدل ساختاری PLS را می‌توان معادل یک ضریب بتای استانداردشده در رگرسیون‌های کمترین مربعات معمولی در نظر گرفت. مقادیر برآورد شده برای روابط مسیرها در مدل ساختاری باید برحسب علامت، بزرگی و معناداری ارزیابی شود. علامت و بزرگی ضرایب نشان‌دهنده نوع رابطه (مثبت یا منفی) و شدت ارتباط پیش‌بینی‌شده بین متغیرها می‌باشند. در مورد معناداری ضرایب مسیر باید مقدار آماره t (T-Value) محاسبه شود.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1401.11.42.9.8]



شکل ۳. مقادیر T در حالت معناداری

بار عاملی یا لامبدا در حقیقت یک ضریب همبستگی بین متغیرهای مکنون و متغیرهای آشکار در یک مدل اندازه گیری است. این ضریب تعیین می‌کند که متغیر مکنون چقدر از واریانس متغیرهای آشکار را تبیین می‌کند و از آن جا که یک ضریب همبستگی است باید از نظر آماری معنادار باشد. همبستگی بین متغیرهای اصلی و عوامل مجذور مقادیر بار عاملی، نشان می‌دهند که چند درصد از واریانس در یک متغیر توسط آن عامل تبیین می‌شود. که اگر این مقدار برابر یا بیشتر از ۰,۴ شود، بیانگر این است که واریانس بین سازه و شاخص‌های آن از واریانس خطای اندازه‌گیری آن سازه بیشتر بوده و پایایی در مورد آن مدل اندازه‌گیری قابل‌قبول است. جهت بررسی فرضیات پژوهش از مقادیر T و ضرایب مسیر (β) یعنی اعداد روی مسیر و معناداری ضریب مسیر استفاده شده است. در سطح اطمینان ۹۵ درصد اگر مقدار آماره T بیشتر از ۱,۹۶ و سطح معناداری کمتر از ۰,۰۵ باشد، فرضیه تأیید می‌شود. خلاصه نتایج مربوط به آزمون فرضیه‌ها در زیر ارائه شده است.

جدول ۲. معیار فورنل و لاکر متغیرهای پژوهش

مسیر	میانگین نمونه	معناداری	آماره T
عوامل اجتماعی فرهنگی > کارآفرینی زنان روستایی	0.349	0.002	2.034
عوامل اقتصادی > کارآفرینی زنان روستایی	0.398	0.003	2.535
عوامل خانوادگی > کارآفرینی زنان روستایی	0.125	0.036	2.900
عوامل فردی > کارآفرینی زنان روستایی	0.556	0.007	3.389

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1401.11.42.9.8]

۵) نتیجه‌گیری

امروزه کارآفرینی را، یکی از ابزارهای توسعه می‌دانند، زیرا انسان‌های کارآفرین زمینه‌ساز موفقیت هستند. به طوری که با توجه به افزایش سریع رقبای جدید و کاهش کارایی شیوه‌های سنتی، ضرورت کارآفرینی احساس می‌شود. تقویت کارآفرینی و نوآوری‌ها و ایجاد بستر مناسب برای این امر، یکی از ابزارهای پیشرفت اقتصادی کشورهای در حال توسعه به شمار می‌آید؛ زیرا می‌تواند منجر به توسعه پایدار اقتصادی (ایجاد اشتغال، نوآوری در فعالیت‌ها، ریسک‌پذیری و غیره) گردد. از این رو، کارآفرینی به عنوان یک راهبرد در توسعه، شکوفایی و رشد جوامع انسانی به عاملی بی بدیل تبدیل گشته است که از طریق آن، همه عوامل و منابع و امکانات یک جامعه به صورت خودجوش و از راه قرار گرفتن در یک روند تکاملی در جهت نیل به آرمان‌های بلند اجتماعی بسیج شده و منشأ بسیاری از آثار و پیامدهای مثبت اقتصادی- اجتماعی می‌گردد.

پژوهش حاضر به بررسی رابطه عوامل فردی، عوامل خانوادگی، عوامل اقتصادی، عوامل اجتماعی- فرهنگی بر کارآفرینی زنان روستایی با روش، توصیفی- همبستگی اجرا شده است. با استفاده از آزمون بوث استراپینگ در PLS جهت سنجش ضرایب T و مقدار معناداری از این آزمون استفاده می‌شود. مقادیر T جهت بررسی فرضیات پژوهش و P یعنی اعداد روی مسیر و معناداری ضریب مسیر استفاده شده است. در سطح اطمینان ٪۹۵ اگر مقدار آماره T بیشتر از ۱,۹۶ و سطح معناداری کمتر از ۰,۰۵ باشد، فرضیه تأیید می‌شود.

فرضیه اول: عوامل فردی در کارآفرینی زنان روستایی تأثیر معناداری دارد.

با توجه به اینکه در فرضیه اول مقدار P برابر با ۰/۰۰۷ معنادار و مقدار T برابر با ۳/۳۸۹، لذا مقدار آماره بیشتر از ۱,۹۶ و معناداریان نیز کمتر از ۰,۰۵ می‌باشد در نتیجه عوامل فردی بر کارآفرینی زنان روستایی با ضریب ۳/۳۹ در سطح معناداری ۹۵٪ با مقدار ۰۰۲٪ معنادار و ضریب مسیر ۳۴۹٪ رابطه مستقیم آن را تأیید می‌کند. با توجه به نتایج فوق عوامل فردی با کارآفرینی زنان روستایی رابطه مستقیمی دارد، که با نتایج مطالعات آگهی و همکاران (۱۳۹۱)؛ قاسمی و همکاران (۱۳۹۲)؛ زارعی‌پهنه و همکاران (۱۳۹۲)؛ یعقوبی‌فرانی و همکاران (۱۳۹۳)؛ خسروی پور (۱۳۹۴)؛ شاطریان و همکاران (۱۳۹۶)؛ حسینی و همکاران (۱۳۹۷)؛ صادقی و طولابی نژاد (۱۳۹۸)؛ احمدی و همکاران (۱۳۹۹)؛ امیدپور (۱۳۹۹)؛ دادورخانی (۱۳۹۹)؛ کوین و اسلوین (۱۹۹۱)؛ یاداو. اونی (۲۰۱۶) دوبلیش (۲۰۱۹) سازگار است و همخوانی دارد. با توجه به ستون ضرایب مسیر مشخص می‌شود که متغیر عوامل فردی از لحاظ تأثیرگذاری بر موفقیت کارآفرینی زنان روستایی در رتبه اول قرار دارد و نشان می‌دهد ویژگی‌های شخصیتی و فردی از لحاظ تأثیرگذاری بر موفقیت کارآفرینی زنان روستایی اهمیت خیلی بالایی دارد لذا برای پیشرفت کار باید عواملی از قبیل مسئولیت‌پذیری، خود باوری و اعتماد به نفس کارآفرینان افزایش داد. در ایجاد شغل جدید مصمم و سرسخت عمل نمود. علاقه به راه اندازی کسب و کار از دیگر عوامل مهم فردی می‌باشد با ذکر یک مثال فردی که علاقه‌مند به کاری می‌باشد و علاقه کار خود را شروع می‌کند نسبت به فردی که علاقه ندارد موفق‌تر می‌باشد چون باعث می‌شود آستانه تحمل خود را بالا ببرد و هر بار شکست از جای خود بلند شود و دوباره شروع کند و توان و انرژی بیشتری به کار ببرد. و بعد از راه-اندازی کار خود لذت ببرد. و قدرت اعتماد به نفس و ریسک خود را بالا ببرد، در مقابل فردی که علاقه نداشته

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1401.11.42.9.8]

باشد دوست ندارد ادامه دهد با کوچکترین شکستی از پا در می‌آید. پس توجه به این عامل ضروری و حیاتی برای موفقیت کارآفرینی زنان روستایی حائز اهمیت است.

فرضیه دوم: عوامل خانوادگی در کارآفرینی زنان روستایی تأثیر معناداری دارد.

عوامل خانوادگی بر کارآفرینی زنان روستایی با ضریب ۲,۹ در سطح معناداری ۹۵٪ با مقدار ۰۳۶٪ معنادار و ضریب مسیر ۱۲۵٪ رابطه مستقیم آن را تأیید می‌کند. با توجه به نتایج بدست آمده عوامل خانوادگی رابطه مستقیمی با کارآفرینی زنان روستایی دارد، که با نتایج مطالعات راسخی پور وهمکاران (۱۳۹۵)؛ شوری (۱۳۹۷)؛ کلاهدوزی (۱۳۹۷)؛ دادورخانی (۱۳۹۸)؛ احمدی و همکاران (۱۳۹۹)؛ جزیپ و همکاران (۲۰۱۲) سازگار است و همخوانی دارد. ضریب مسیر میان این دو متغیر برابر ۰,۱۲۵ که میزان اثرگذاری متغیر عوامل خانوادگی بر موفقیت کارآفرینی زنان روستایی را نشان می‌دهد. عوامل خانوادگی از لحاظ تأثیر گذاری بر موفقیت کارآفرینی زنان روستایی در رتبه چهارم قرار دارد که اهمیت خیلی بالایی ندارد و دیگر اینکه این زنان کارآفرین اگر یک سری وظایف و ویژگی‌ها داشته باشند موفقیت بیشتر می‌شود، حمایت و پشتوانه داشتن در هر کاری مهم و باعث دلگرمی می‌شود، کارآفرینان نیز به حمایت خانواده احتیاج دارند. البته در بسیاری از موارد نیز کارآفرینانی موفق بودن که در شرایط سخت توانسته‌اند کسب و کار خود را راه اندازی کنند. و به عنوان بهترین‌ها شناخته شوند اگر دقت کرده باشید سرگذشت بیشتر کارآفرینان خوندە باشید بیشتر آنها در شرایطی سخت رشد کردند و موفق شده‌اند. از دیگر عوامل مهم خانوادگی آزادی داشتن زنان روستایی و اختیارت لازم می‌باشد. نباید با سخت‌گیری‌های نا به جا خونواده باعث کناره‌گیری زنان کارآفرین شود. زیرا سخت‌گیری بی مورد باعث به هم ریختگی روحی و جسمی زنان می‌شود و کم کم از ادامه کار منصرف می‌شوند. مواردی از قبیل تقسیم وظایف بین اعضای خانواده، میزان کمک کردن همسر و فرزندان در امور خانواده، برقراری تعادل بین کار و زندگی و میزان کمک‌های اولیه اجرایی و عملیاتی خانواده به نحو مطلوب انجام گردد به نحوی که زمینه مشارکت زنان را در فعالیت‌های کارآفرینی به خوبی فراهم کند و نوعی استقلال و هویت به آنان ببخشد باعث موفقیت زنان کارآفرینی روستایی می‌شود و هرچه میزان حمایت و همکاری از طرف خانواده بیشتر باشد، میزان موفقیت در امور کارآفرینی افزایش می‌یابد.

فرضیه سوم: عوامل اقتصادی در کارآفرینی زنان روستایی تأثیر معناداری دارد.

عوامل اقتصادی بر کارآفرینی زنان روستایی با ضریب ۲,۵۳۵ در سطح معناداری ۹۵٪ با مقدار ۰۰۳٪ معنادار و ضریب مسیر ۳۹۸٪ رابطه مستقیم آن را تأیید می‌کند. بنابراین عوامل اقتصادی با کارآفرینی زنان روستایی رابطه مستقیمی دارد که با نتایج مطالعات خسروی پور (۱۳۹۸)؛ مطهری و همکاران (۱۳۹۶)؛ قاسمی و همکاران (۱۳۹۲)؛ حسینی و همکاران (۱۳۹۷)؛ کلاهدوزی (۱۳۹۷)، صادقی و طولابی‌نژاد (۱۳۹۸)؛ دادورخانی (۱۳۹۸)؛ زارعی پهنه (۱۳۹۲)؛ فرانی و همکاران (۱۳۹۳)؛ قنبری (۱۳۹۳)؛ ابیه (۲۰۱۷) سازگار است و همخوانی دارد. باتوجه به ستون ضرایب مسیر مشخص می‌شود که متغییر عوامل اقتصادی در رتبه دوم قرارد دارد، برای ایجاد فرصت‌های شغلی بهتر برای زنان روستایی در فعالیت‌های کارآفرینی و اقتصادی باید در راستای تشویق سرمایه گذاری برای ایجاد اشتغال و تسهیل شرایط قابل تحمل برای توسعه اقتصادی در روستا قدم برداشت. چنانچه شرایط اقتصادی – مالی برای زنان کارآفرینی روستایی به خوبی تحقق یابد، اشتغال و درآمد زایی افزایش و به

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1401.11.42.9.8]

دنبال آن فقر و بیکاری در روستاها کاهش می‌یابد. با توجه به ضروری بودن شرایط اقتصادی دولت طرحی را راه اندازی کند که کارآفرینان بتوانند از منابع مالی و وام‌های بانکی و حمایت مؤسسات کارآفرینی بهره ببرند. و کمترین دغدغه را داشته باشند. هر کارآفرینی باید قدرت بازاریابی محصول خود را داشته باشد و توانایی جذب مشتری داشته باشد تبلیغات در بازاریابی بسیار مهم و اساسی می‌باشد. تبلیغات فنونی دارد که کارآفرین باید یاد بگیرد و برای فروش محصول خود فن بیان داشته باشد. راه‌های تبلیغات مختلف می‌باشد. بسیاری از کارآفرینان فک می‌کنند حتماً باید مکانی مستقل داشته باشند و محصول خود را انجا قرار دهند در حالیکه بسیاری از کارآفرینان موفق از زیر زمین منزل خود شروع کرده و موفق شده‌اند. داشتن مکان از دیگر مشکلات کارآفرینان می‌باشد اما چون روستا مکانی باز می‌باشد تا حدودی مشکل جا و مکان حل شده است. داشتن توان مالی برای راه اندازی کسب و کار مهم می‌باشد بسیاری از زنان روستایی روزهای اول راه اندازی کسب و کار با این مشکل مواجه می‌شوند باید ابتدا با چیز کم شروع کرد و سپس محصول خود را گسترش داد، یا از حمایت خانواده یا مؤسسات بانکی کمک گرفت.

فرضیه چهارم: عوامل اجتماعی – فرهنگی در کارآفرینی زنان روستایی تأثیر معناداری دارد.

عوامل اجتماعی – فرهنگی بر کارآفرینی زنان روستایی با ضریب ۲,۰۳۴ در سطح معناداری ٪۹۵ با مقدار ٪۰۰۲ معنادار و ضریب مسیر ٪۳۴۹ رابطه مستقیم آن را تأیید می‌کند. بنابراین ارتباط مستقیمی بین کارآفرینی زنان روستایی و عوامل فرهنگی – اجتماعی وجود دارد، که با نتایج مطالعات قاسمی و همکاران (۱۳۹۲)؛ خسروی پور (۱۳۹۴)؛ راسخی و همکاران (۱۳۹۵)؛ شاطریان و همکاران (۱۳۹۶)؛ شوری (۱۳۹۷) دادورخانی (۱۳۹۸)؛ امیدپور (۱۳۹۹)؛ ابیه (۲۰۱۷)؛ جینتی (۲۰۱۰) سازگار است و همخوانی دارد.

با توجه به ستون ضرایب مسیر مشخص می‌شود که متغیر عوامل فرهنگی – اجتماعی از لحاظ تأثیرگذاری بر موفقیت کارآفرینی زنان روستایی در رتبه سوم قرار دارد، چون ارتباط مستقیمی بین کارآفرینی زنان روستایی و عوامل فرهنگی – اجتماعی وجود دارد لذا عواملی که مربوط به عوامل فرهنگی – اجتماعی می‌باشد را باید افزایش یا کاهش داد. مثلاً مطابق پرسشنامه موجود مشارکت اجتماعی از جمله عواملی می‌باشد که تأثیر کارآفرینی زنان روستایی را افزایش می‌دهد باید کارگروهی راه اندازی نمود و نظر و مشورت چندین نفر همیشه بهتر بوده و سرعت و کیفیت کار نیز افزایش می‌یابد، ایجاد تعاونی‌های محلی رو استقرار نمود، با برگزاری کلاس‌های آموزشی در حوزه کارآفرینی هم می‌توان مشارکت کردن و مشاوره شرکت کرد و هم می‌توان با شرکت در کلاس‌های آزمایشی یادگیری را افزایش داد. مطابق نتایج، اگرچه افزایش آگاهی اجتماعی و دسترسی به اطلاعات محیط پیرامون از نیازهای زنان محسوب می‌شود و آنها به فعالیت‌های کارآفرینی در روستا به عنوان عاملی در جهت تعامل اجتماعی نگاه می‌کنند و خواستار ارتباطات اجتماعی و دنبال فرهنگی هستند که روحیه فعالیت‌های گروهی، اعتماد به نفس و امید به زندگی را افزایش دهد. از دیگر عوامل دیگری که باعث تحت تأثیر قرار دادن عوامل فرهنگی – اجتماعی می‌شود کنترل حس حسادت زنان نسبت به رقبای خود می‌باشد و این خود به نحوی باعث کاهش سرعت کار و پیشرفت می‌شود. باید زمینه برای کنترل این کار فراهم کرد در حین رقابت دوستانه از تجارب رقبای خود نیز استفاده نمود. متأسفانه با شایعات و اخبار نادرست مانع ادامه خیلی کسب و کارهای کوچک و یا حتی متوسط می‌شوند. در بسیاری از مواقعه آفات طبیعی ازقبیل سیل، زلزله و... و

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1401.11.42.9.8]

بیماری‌های هم چون ویروس کووید ۱۹ آسیب‌های به کارآفرینان و کسب و کارشان می‌رساند می‌توان با بیمه نمودن کسب و کار خود یا در کنار آن کسب و کارهای اینترنتی در امان بمانند.

در این مطالعه عوامل مختلفی بر کارآفرینی زنان روستایی شهرستان نهاوند اثرگذار است ولی ۴ عامل در این مقاله بررسی شد که هر کدام به نحوی اثرگذار است عامل اول فردی می‌باشد با اثرگذاری (۰,۵۵۶) بالاترین اثرگذاری در میان چهار عامل دیگر داشته است و عوامل خانوادگی با اثرگذاری (۰,۱۲۵) کم‌ترین اثرگذاری را داشته است به ترتیب عوامل اقتصادی دومین عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان روستایی می‌باشد با اثرگذاری (۰,۳۹۸) می‌باشد و عوامل فرهنگی – اجتماعی سومین عامل مؤثر بر اثرگذاری زنان می‌باشد. لذا با توجه به اینکه شخصیت و عوامل فردی مؤثرتر و ضروری می‌باشد با در نظر گرفتن شرایطی از جمله بالا بردن اعتماد به نفس و امنیت لازم ایجاد کردن در زنان می‌توان نیمی از شرایط لازم برای شروع کار و پیشرفت زنان در نظر گرفت، با توجه به اینکه زنان کمتر ریسک‌پذیر می‌باشند باید پشتوانه لازم را فراهم نمود از جمله حمایت‌های خانوادگی، مالی، حمایت ارگان‌های مختلف از جمله بانک و تأمین وام‌های کم بهره، حمایت جهاد کشاورزی در خصوص برگزاری کلاس‌های آموزشی و دعوت از کارآفرینان با تجربه و تشویق کردن آنان و ایجاد انگیزه در آنان برای جلب توجه بقیه کارآفرینان و ایجاد دلگرمی در آنان برای شروع و ادامه کار و همچنین با توجه به فرم پرسشنامه‌های که بررسی شد نارضایتی از اینکه با توجه به شکست‌های مختلف کارآفرین مختلف و از دست دادن سرمایه اولیه گرایش زنان به این سمت کمتر شده است، سطح سواد بالا و گرایش به سمت کار دولتی و فاصله گرفتن از شغل آزاد باعث شده شخصیت افراد گرایش کمتری به سمت کارآفرین و کارآفرینی پیش بگیرد ایجاد کلاس‌های آموزشی مرتبط می‌تواند در این زمینه کمک‌های مختلفی ایجاد می‌کند.

۶) منابع

- احسانی‌فر، تهمینه؛ شاهمرادی، مهنا؛ مرادیان، پریسا؛ رستمی‌قبادی، فرحناز و فرحمند،ک امبخش(۱۳۹۷)،**"بازدارنده-های توسعه کارآفرینی زنان روستایی(مورد مطالعه: زنان کارآفرین شهرستان لاهیجان)"**، کارآفرینی در کشاورزی، دوره ۵، شماره ۱، صفحه۱۰۶-۹۳.
- احمدپورداریانی، محمود، کریمی، آصف (۱۳۹۹)، **کارآفرینی**، انتشارات جهاد دانشگاهی، چاپ پنجم.
- احمدی، سنور، کوهستانی، حسین، یادآور، حسین، شعبانعلی‌فمی، حسین. (۱۳۹۸) **فراتحلیل عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی**. اقتصاد فضا و توسعه روستایی، ۸ (۲۷): صص۳۸-۲۱
- احمدی، سنور، کوهستانی، حسین، یادآور، حسین، شعبانعلی‌فمی، حسین، (۱۳۹۹)، **واکاوی عوامل موثر بر موفقیت کارآفرینی زنان روستایی در استان کردستان**. فضای جغرافیایی، ۲۰ (۷۰)، صص ۱۸۷-۱۶۷.
- امیدکهن‌شوری، زینب، (۱۳۹۷)، **عوامل موثر بر توانمندسازی و کارآفرینی زنان روستایی منطقه تفتان**، کارشناسی ارشد، دانشگاه سیستان و بلوچستان، ایران.
- برقی، حمید، قنبری، یوسف، سعیدی، محمد (۱۳۹۲)، **بررسی عملکرد شوراهای اسلامی روستا و میزان مشارکت مردم در توسعه روستایی مطالعه موردی دهستان حسین آباد شهرستان نجف آباد**، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال دوم شماره ۲، پیاپی ۴، صص ۹. ۱۳۸-۱۱.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1401.11.42.9.8]

- حسینی، میرزاحسن، دولتی، مهین، پرپنجی، مهدیه. (۱۳۹۷)، **بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینی زنان روستایی عضو تعاونی‌های روستایی زنان در شمال استان تهران**، فصلنامه تعاون و کشاورزی، ۷(۲۶)، ۱۲۹-۱۵۶.
- خسروی‌پور، بهمن، کریمی، نرگس، (۱۳۹۸)، **تحلیل عوامل تاثیرگذار در کارآفرینی زنان روستایی**. جغرافیا و روابط انسانی, ۲(۱), ۹۵-۱۰۵.
- خسروی‌پور، بهمن، برادران، مسعود و عابدی، بهاره (۱۳۹۵). **آموزش کارآفرینانه در توسعه روستایی**، چاپ اول، انتشارات تحقیقات آموزش کشاورزی(تاک).
- رفعت‌جاه، مریم، خیرخواه، فاطمه، (۱۳۹۱)، **مسائل و چالش‌های اشتغال زنان در ایران از دیدگاه شاغلان پست‌های مدیریتی**، مطالعات توسعه اجتماعی –فرهنگی، ۱ (۲)، صص ۱۵۶-۱۳۰.
- زارعی‌پهنه‌کلائی، سیدحسین، احمدپور، امیر، چرمچیان‌لنگرودی، مهدی، (۱۳۹۲)، **عوامل مؤثر بر توسعهٔ کارآفرینی در شرکت‌های تعاونی روستایی زنان استان مازندران**، تعاون و کشاورزی ۲(۷)، صص ۷۹ – ۱۰۰.
- شریفی، زینب، ایروانی، هوشنگ، دانشورعامری، ژیلا (۱۳۹۴)، **تحلیل عوامل پیش برنده و بازدارنده توسعه اشتغال زنان روستایی شهرستان نجف آباد**، فصلنامه علمی- پژوهشی زن و جامعه، سال ۶، شماره ۱، صص ۱-۲۰.
- صادقی، خدیجه، طولابی‌نژاد، مهرشاد، (۱۳۹۸). **بررسی عوامل و محرک‌های موثر بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی (مطالعه موردی: بررسی عوامل و محرک‌های موثر بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی (مطالعه موردی: دهستان رشتخوار)**، اندیشه جغرافیا، ۱۰(۲۰)، ۷۲-۹۰.
- کار، مهرانگیز (۱۳۷۹)، **زنان در بازار کار ایران**، انتشارات روشنگران و مطالعات زنان.
- کلاگر، پیمان، آقائی، مریم، (۱۳۹۳)، **بررسی نقش کارآفرینی کشاورزی در توسعه روستایی**، مطالعات کارآفرینی و توسعه پایدار کشاورزی, ۱(۱)، صص ۶۱-۸۳.
- میرزایی، مهرنوش، شهیدی، کاوه (۱۳۸۶)، **بررسی عوامل مؤثر بر حضور زنان روستایی در فعالیت‌های آموزشی و ترویجی کشاورزی (مطالعه موردی شهرستان‌های بافت و زرند استان کرمان)**، توسعه و بهره وری، سال دوم، شماره ۳ و ۴، صص ۱۱-۲.
- موسوی، مینا، صدیقی، حسن(۱۳۹۳). **تعیین سطح توسعه‌یافتگی کشاورزی استان های کشور**. فصلنامه راهبردهای توسعه روستایی،جلد۱، شماره۴، صص ۷۱-۵۵.
- یادگاری، رضا، سنایی فرد، مهشید (۱۳۹۶)، **کارآفرینی به شیوه جعفر امامی**، انتشارات کارآفرینان بزرگ، چاپ اول.
- یزدخواستی، احمدی،بهجت(۱۳۸۶). **بررسی وضعیت فعالیت و اشتغال زنان در ایران با تاکید بر سر شماری ۱۳۸۵**. مجله علمی پژوهشی مطالعات زنان، سال اول، شماره سوم ، صص۲۳-۹.
- یعقوبی‌فرانی، احمد، وحدت مؤدب، هاجر، لطیفی، سمیه (۱۳۹۲)، **شناسایی بازدارنده‌های گرایش زنان روستایی به مشاغل خانگی (مورد مطالعه: بخش سردرود شهرستان رزن)**، نشریه زن در توسعه و سیاست، دوره ۱۱، شماره ۴.
- Abdi,I,F.(2014).**Factors influencing women participation in entrepreneurial activities in Mandera Township**.Mandera Central Division.kenya.reg.No:L50/73402/2012.retrieved from erepository.uonbi.ac.ke/…/Farah_Factors.
- Brody,C.,Hoop,T.D.,Vojtkova,M.,Wa rnock,R.,Dunbar,M.,Murthy,P.,&Dworkin,S.L(2017).”**Can self-help group programs improve womens empowerment?A systematic review**”,Journal of development Effectiveness,VOL,9,NO,1,pp15-40.
- Celik, M., & Tatar, M., 2011, **Employment-unemployment Issues and Solution Suggestions Adiyaman Example**. Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business, 3(2), 1211-1226.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1401.11.42.9.8]

- Stephanie spaid miedema,Regine Haardorfer,Amy Webb Girard and M.yount(2018).”**womens”empowerment in East Africa: Developmentof a cross-country comparable measure**.World Development,Vol 110:453_464.
- Yadav,V..&Unni,J.(2016).**Women entrepreneurship: research review and futuredirections**. Journal of Global Entrepreneurship Research ,(2016),6-12.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1401.11.42.9.8]