

تحلیل جنسیتی فرآیند توسعه کار آفرینی در مناطق روستایی (مورد مطالعه: بخش مرکزی شهرستان خلخال)^۱

فرهاد شکارچی^۲، بیژن رحمانی^۳، رحمت اله منشی زاده^۴

چکیده

کارآفرینی روستایی راهکار جدیدی در نظریه های توسعه برای توانمندسازی و ظرفیت سازی افراد، به خصوص زنان در مناطق روستایی در راستای دستیابی به توسعه پایدار است. این مقاله در نظر دارد شرایط پذیرش و پخش کارآفرینی را با هدف بررسی جایگاه زنان و مردان در فعالیت های اقتصادی و توسعه کار آفرینی، را تحلیل نماید. پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و به روش توصیفی انجام شده است. جهت گردآوری داده ها، از روش کتابخانه ای و میدانی استفاده شده است. ابزار گردآوری اطلاعات، پرسشنامه و مصاحبه محقق ساخته با طیف لیکرت بوده است. جامعه آماری پژوهش، زنان و مردان پاسخگو به سوالات ۴۰۰ پرسشنامه منتشر شده در بخش مرکزی شهرستان خلخال می باشد که به صورت تمام شماری مورد بررسی قرار گرفته اند. داده های به دست آمده در محیط نرم افزاری SPSS با استفاده از آزمون های ناپارامتریک و پارامتریک، مورد تجزیه و تحلیل واقع شده است. نتایج نشان داد فرآیند توسعه کار آفرینی در بین زنان و مردان تحت تأثیر عوامل مختلفی مانند درآمد زایی، عوامل جاذبه ودافعه کار آفرینی، عامل محیطی و غیره قرار دارد و فرایند توسعه کار آفرینی بین زنان و مردان متفاوت بوده است.

واژگان کلیدی: روستا، جنسیت، کارآفرینی، توسعه، خلخال.

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۷/۱۲/۲۵

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۷/۱۱/۲۴

^۱ این مقاله مستخرج از بخشی از رساله دکتری آقای فرهاد شکارچی با این عنوان است که با راهنمایی آقای دکتر بیژن رحمانی و مشاوره آقای دکتر رحمت اله منشی زاده در دانشکده علوم زمین دانشگاه شهید بهشتی در حال انجام می باشد.

^۲ دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، گروه جغرافیای انسانی، دانشکده علوم زمین، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران. (نویسنده مسئول)
(Email: farhangshkarchi@yahoo.com)

^۳ دانشیار جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، گروه جغرافیای انسانی، دانشکده علوم زمین، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران (Email: Bijan.rahmani11@gmail.com)

^۴ دانشیار جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، گروه جغرافیای انسانی، دانشکده علوم زمین، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران. (Email: r_monshizadeh@yahoo.com)

مقدمه

از آنجا که جغرافیا به مثابه علمی است که پرداختن به اثرات متقابل انسان و محیط را وظیفه اصلی خویش می‌داند، به روشن ساختن اثرات جنسیتی در این فرآیند نیز، ناگزیر است، زیرا هر جنسیتی دارای عملکرد و نقش ویژه ای است که اثرات خاص خود را بر جای می‌گذارد (خانی ۱۳۸۳: ۸۵). در جهان کنونی، تحلیل جنسیتی و توجه به جنسیت در برنامه ریزی، یکی از ابزارهای اصلی توسعه یافتگی به شمار می‌آید (ابتکار، ۱۳۷۳)؛ همچنین اقتصاددانان توسعه معتقدند که ویژگی و روند توسعه اقتصادی از طریق منابع انسانی یک کشور تعیین می‌شود نه سرمایه و منابع طبیعی آن و زنان به عنوان نیمی از منابع انسانی، نه تنها موضوع و هدف هر نوع توسعه ای هستند، بلکه عامل پیشبرد و اهداف توسعه اجتماعی و اقتصادی نیز به شمار می‌آیند (موحد و همکاران، ۱۳۸۵: ۲۶۷، به نقل از ثابت قدم، ۱۳۷۳).

کارآفرینی روستایی راهکاری جدید در نظریه های توسعه برای توانمندسازی و ظرفیت سازی در مناطق روستایی در راستای دستیابی به توسعه پایدار است (رکن الدین افتخاری و همکاران، ۱۳۸۶: ۲)؛ در واقع کارآفرینی به عنوان یک راهبرد نو در توسعه مناطق روستایی به علت ماهیت اشتغال زایی بالا می‌تواند برای روستائیان اشتغال مولد و دائم و برای بیکاران فصلی اشتغال موقت ایجاد کند (خنیفر و همکاران، ۱۳۹۰). همچنین به بهبود وضعیت اقتصادی فقرا، وارد شدن زنان به عرصه های کسب و کار و افزایش مالکیت آنها در کسب و کارها و ایجاد مساوات از طریق مالکیت شخصی، منجر شود (احمد پور داریانی و همکاران، ۱۳۸۳: ۴). از این رو، بسیاری از اقتصاددانان توسعه معتقدند که کارآفرینی نقش مهمی را در فرآیند توسعه همه جانبه، صرف نظر از اینکه یک منبع درآمد و اشتغال برای ساکنان روستا باشد، ایفا می‌کند و زمینه را برای متنوع سازی اقتصاد روستایی هموار می‌سازد (رکن الدین افتخاری و سجاسی قیداری ۱۳۸۹: ۱۸)؛ به گونه ای که امروزه در نظریه های اقتصادی، به فعالیت های خودجوش اقتصادی در قالب کارآفرینی در مناطق روستایی توجه ویژه میشود. در همین زمینه و رتتم اشاره می‌کند که توسعه اقتصادی و کارآفرینی با یکدیگر رابطه تنگاتنگ دارند (Heriot, 2002:2). حتی در سیاست های توسعه روستایی از کارآفرینی به عنوان سازمان دهنده دوباره ساختار اقتصاد روستایی نام می‌برند (یعقوبی فرانی و موحدی (الف)، ۱۳۹۱: ۵۹).

با توجه به اینکه زنان روستایی قشر عظیم جمعیت روستاها را تشکیل می‌دهند؛ در صورتی که به سمت کارآفرینی سوق داده شوند و روحیه کارآفرینی و ایجاد اشتغال و همچنین مشارکت اجتماعی در آنها تقویت شود، نیل به توسعه روستایی که زیر مجموعه توسعه پایدار کشور است؛ سریع تر محقق خواهد شد (موحدی و همکاران، ۱۳۸۹). با این وجود در ایران زنان روستایی که نقش تعیین کننده ای در توسعه بخش کشاورزی بر عهده دارند، تنها درصد کمی از شاغلان روستایی را تشکیل می‌دهند و با وجود تجارب بین المللی مفید در زمینه بهره گیری از کارآفرینی زنان برای افزایش اشتغال، متأسفانه در کشور ما در چند برنامه اخیر توسعه، توجه خاصی به این موضوع مهم نشده است (فلاح جلودار و همکاران، ۱۳۸۶: ۸۹). وجود این تفاوت های جنسیتی در برنامه ریزی های توسعه روستایی و حتی در بطن روستا از سوی خانواده ها سبب ایجاد انحراف در فرآیند پخش و گسترش کارآفرینی و مسیر توسعه پایدار انسانی می‌شود. این وضعیت تحت تأثیر محیط، ارزشها و دیدگاههای موجود نسبت به فعالیت زنان شکل می‌گیرد، هر چند شرایط اقتضا می‌کند که مشارکت کامل دو جنس در فرآیند پخش و پذیرش کارآفرینی فراهم شود؛ اما تحولات اخیر در کشاورزی و مناطق روستایی موجب شده تا از نقش فعال زنان در عرصه تولید کاسته شود و زنان روستایی تولید کننده سابق، تبدیل به زنان خانه دار مصرف کننده شوند که این امر نشان از ناسالم بودن فضای اقتصاد روستایی و ناپایداری آن دارد (خانی (الف)، ۱۳۸۵: ۱۷۱).

از آنجا که اکثر مطالعات و پژوهش های انجام شده نشان داده اند که سهم زنان روستایی در نیروی کار کشورهای جهان سوم به دلیل سنتی بودن ساختار تولید و روابط کار بیش از مردان و همچنین بیشتر از زنان و مردان کشورهای توسعه یافته است (سروش مهر و همکاران، ۱۳۸۹، ۱۴۶، به نقل از Amarilis 1998، آماری لیس و روزاریو، ۱۳۷۵، موحد و همکاران، ۱۳۸۵: ۲۶۶)، به خصوص زمانی که مردان به مهاجرت می‌پردازند، بار اکثر فعالیت ها به دوش آنهاست (خانی (ب)، ۱۳۸۳، عفتی، ۱۳۸۳: ۴۱)، اما مشاهدات

در جامعه مورد مطالعه این پژوهش نشان داده است که به هنگام عدم حضور مردان در روستا فعالیت زنان افزایش پیدا کرده، و به صورت یک نیروی اقتصادی پویا ایفای نقش می کنند. بدین ترتیب، پژوهش حاضر با تکیه بر تحلیل جنسیتی، به دنبال مطالعه عوامل تأثیرگذار بر توسعه و پذیرش کارآفرینی بین دو جنس است و با هدف مطالعه عوامل و موانع مؤثر در فرآیند توسعه کارآفرینی بین زنان و مردان روستایی به ارزیابی فرآیند توسعه و پذیرش کارآفرینی در بین دو جنس می پردازد. از این رو تحقیق حاضر تلاشی است در جهت پاسخگویی به این سوالات که، تفاوت در فرایند توسعه کار آفرینی به عنوان یک عامل مهم بر در آمد رای و توسعه اقتصادی بین زنان و مردان بخش مرکزی شهرستان خلخال به چه چگونه میباشد. چه عواملی سبب ناهمگونی فرآیند توسعه کارآفرینی در بین دو جنس می شود؟ نحوه توسعه کارآفرینی در بین زنان و مردان تحت تأثیر چه شرایطی است؟

مبانی نظری

در اغلب کشورها از جمله ایران، یکی از اهداف کلان توسعه، کاهش بیکاری و توسعه فعالیت‌های شغلی است. امروزه مبحث اشتغال صرفاً یک بحث اقتصادی یا مربوط به یک کشور خاص نیست؛ بلکه تقریباً تمامی جوامع بهنوعی با معضل بیکاری دست به گریبان هستند و ابعاد این معضل، تمامی بخشهای جوامع از جمله امور اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و حتی سیاسی و امنیتی را متأثر ساخته است (حیدری مکرر و محبی، ۱۳۹۱، رضوانی، ۱۳۸۳، فرجی سبکبار، بدری، سجاسی قیداری و صادقلو، و شهدادی خواجه عسگر، ۱۳۹۰). موضوع کار و اشتغال به ویژه کارآفرینی^۱، از اصول اساسی و مهم زندگی هر فرد و اجتماعی است که در تمام ادوار و اجتماعات بشری، نقش مهمی دارد. کارآفرینی چرخ زندگی بشر را در این دنیا متحول و دگرگون می سازد. اقتصاددانان و صاحب نظران معتقد هستند که کارآفرین با ارائه محصولات و خدمات جدید می تواند جامعه، را به سمت پیشرفت و توسعه سوق دهد (وراتکو و هادجت، ۲۰۰۴: ۳۵). اگر توسعه روستایی^۲ را در قالب یک نگرش همه جانبه و سینوپتیکی براساس نظریه توسعه پایدار، در نظر بگیریم. در این رویکرد، افزایش انتخاب مردم، گسترش دموکراسی، توانمندسازی^۳ مردم به منظور تصمیم گیری برای شکل دهی به فضای زیست، افزایش رفاه و خوشبختی، گسترش فرصتها و ظرفیتهای بالقوه توانمندسازی زنان، فقرا و دهقانان مستقل و آزادی برای سازماندهی فضای زیست خود و همچنین، توانمندسازی برای انجام کار گروهی شاهد هستیم. در آن صورت، می توان گفت که توانمندسازی و ظرفیت سازی به عنوان پارادایمی جدید مورد توجه قرار گرفته است. به همین دلیل، امروزه صاحب نظران توسعه روستایی معتقد هستند که برای تحقق توانمندسازی جامعه روستایی، تصمیم گیری و مدیریت روستایی بایستی در داخل خود جامعه محلی صورت گیرد و عوامل بیرونی نقش تسهیل گر را ایفا کنند (رکن الدین افتخاری، طاهرخانی و سجاسی قیداری، ۱۳۸۸). امروزه، در همه جوامع، ایجاد و تقویت کارآفرینی کم و بیش مورد تأکید است و دیدگاه ها و روشهای مختلفی برای ارتقای آن ارائه شده است که برحسب شرایط هر جامعه می توان از آنها بهره گرفت (سوبل و کینگ^۴، ۲۰۰۸: ۴۳۱). به عبارت دیگر، کارآفرینی؛ یعنی، تمایل به اعمال ریسک های حساب شده در زمینه شغلی و نیز مالی و سپس، انجام هر کاری برای ایجاد مزیت و امتیاز ممکن (آشومر^۵، ۲۰۰۸: صص ۱-۲). به طور کلی، یکی از عوامل مؤثر در توسعه روستایی، کارآفرینی است؛ زیرا، کارآفرینی می تواند با خلق فرصت های جدید اشتغال و درآمد، نقش مؤثری در بهبود وضع اقتصادی و معیشتی روستاها داشته باشد؛ زیرا، کارآفرینی است؛ زیرا، کارآفرینی می تواند با خلق فرصت های جدید اشتغال و درآمد، نقش مؤثری در بهبود وضع اقتصادی و معیشتی روستاها داشته باشد. به همین دلیل، سنجش میزان کارآفرینی روستاییان و تلاش برای توسعه و تقویت کارآفرینی در فرایند توسعه روستایی، از طریق فراهم کردن زمینه های اولیه آن، از اهمیت ویژه ای برخوردار است (رضوانی و نجارزاده، ۱۳۸۷). در ایران نیز مسائلی مانند بیکاری، مهاجرت های روستا- شهری، حاشیه نشینی و فقر، همچون سایر کشورهای

1. Entrepreneurship
2. Rural Development
3. Empowerment
4. Sobel and King
5. AShomer

درحالت وسعه وجود دارد که ریشه همه اینها در توسعه نیافتگی روستایی و نرخ بالای بیکاری در روستاها است (هاشمی، مهرابی، ایمنی و نجاحی، ۱۳۹۰: ۳۶).

امروزه در کشورهای مختلف، توجه خاصی در دانش مدیریت و اقتصاد به کارآفرینی و کارآفرینان می شود. تقویت کارآفرینی و ایجاد بستر مناسب برای توسعه آن، از ابزار پیشرفت اقتصادی کشورها، به ویژه کشورهای در حال توسعه است. بر اساس بیانیه جهانی کارآفرینی، همبستگی زیادی میان رشد اقتصاد ملی و سطح فعالیت کارآفرینی ملی و سازمانی وجود دارد. در هر کشوری کارآفرینان به صورت بالقوه وجود دارد و باید تلاش شود که تواناییهای آنان بیشتر شده و مهمتر از همه، ساختارهای موجود اجازه دهد که کارآفرینان ابراز وجود کنند (خنیفر و همکاران، ۱۳۸۷: ۱۵). کارآفرینان نقشی کلیدی در توسعه اقتصادی و تحولات اجتماعی دارند. کارآفرینان به عنوان عناصر اصلی در تسریع توسعه کشورهای در حال توسعه و در تجدید حیات و استمرار توسعه کشورهای صنعتی مورد توجه بوده اند. به دلیل نقش و جایگاه ویژه کارآفرینان در روند توسعه و رشد اقتصادی، بسیاری از دولت‌ها در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه تلاش میکنند با حداکثر امکانات و بهره برداری از دستاوردهای پژوهشی، شمار هر چه بیشتری از جامعه را که دارای ویژگیهای کارآفرینی هستند، به آموزش در جهت کارآفرینی و فعالیتهای کارآفرینانه تشویق و هدایت کنند (قوامی و لطفعلی پور، ۱۳۸۷: ۱۲). کارآفرینی فرآیندی است که نقش حیاتی در تداوم، رشد و توسعه ملی و حتی اقتصادی جهانی ایفا می کند. به همین خاطر، لزوم ایجاد بستر و جو مناسب در جهت حمایت‌های منطقی اعم از مادی، معنوی، فرهنگی، تحقیقاتی و علمی از کارآفرینی و کارآفرینان بیش از پیش در کشور ما احساس می گردد. اهمیت کارآفرینی به حدی است که دانشمندان مدیریت آن را از مهمترین عوامل تحول و نوآوریهای سازمانی در عصر حاضر به شمار می آورند. بنابراین، محیطی که افرادش برخوردار از تفکر و هنر کارآفرینی باشند، اقتصادی پویا و متنوع خواهد داشت (Kazemi, 2008: 12).

کارآفرینی علاوه بر نقشی که در گسترش فعالیتهای اقتصادی بخش خصوصی، کاهش بیکاری، افزایش مهارت‌های تولیدی و بازرگانی و نیز سود آوری اقتصادی دارد، در سطح اجتماعی نیز یک عامل متحول کننده و پویا می باشد. نقش آفرینی شهروندان و نهادهای مختلف جامعه به عنوان بازیگران توسعه در شبکه اجتماعی، افزایش مهارتهای شهروندان، استفاده بهینه از منابع و از جمله بهره هایی است که از توسعه فعالیتهای کارآفرینی به بدنه جامعه می رسد (اعظمی و همکاران، ۱۳۸۷: ۳۴). امروزه، در اکثر کشورها توجه خاصی به کارآفرینی و کارآفرینان میشود و تقویت کارآفرینی و ایجاد بستر مناسب برای توسعه آن از ابزارهای پیشرفت اقتصادی کشورها و به ویژه در حال توسعه به شمار می آید؛ زیرا فعالیت کارآفرینی با اثر بخشی بالا به توسعه اقتصادی (از جمله ایجاد اشتغال، نوآوری در فعالیت ها و رقابت پذیری) منجر می شود (Verheul, 2004: 67).

در سالهای اخیر یکی از مشکلات اساسی کشور ما، عقب ماندگی روستاها و مهاجرت روستاییان به نواحی شهری که عامل اصلی آن مسائل اقتصادی، به خصوص دسترسی به اشتغال بوده است، که مشکلات بسیار زیادی مانند حاشیه نشینی، کاهش کیفیت زندگی، کمبود اشتغال، افزایش جرم و جنایت در شهرها به همراه داشته است. هدف اصلی از اجرای برنامه های مختلف در نواحی روستایی، رسیدن به توسعه روستایی است و یکی از اهداف کلان توسعه نیز کاهش بیکاری، ایجاد و افزایش فرصتهای شغلی است. بیکاری و کمبود فرصتهای شغلی، نتیجه نابرابری بین عرضه و تقاضای نیروی کار و یا بازار کار در روستاها می باشد. از سوی دیگر، کاهش رشد بخش کشاورزی در نواحی روستایی و نیز کاهش شاغلان (کاهش ۲۳/۴ درصدی) (رضوانی، ۱۳۸۳: ۲۲)، این واقعیت نشان می دهد که در آینده، توسعه کشاورزی به تنهایی نمی تواند رشد اقتصادی را در روستاهای کشور تضمین کرده و فقر را ریشه کن سازد و توجه به سایر بخشها نیز در کنار بخش کشاورزی ضروری به نظر می رسد (قاسمی سیانی، ۱۳۸۸: ۳). مطالعات نشان داده نواحی روستایی ایران در زمینه اشتغال با مشکلات عدیده ای روبرو بوده و از دیدگاه بسیاری از محققان، کمبود فرصت های کارآفرینی یکی از مهم ترین موانع دستیابی به توسعه پایدار در این نواحی به شمار می رود (قدیری معصوم و همکاران، ۱۳۹۳: ۴).

نکته حائز اهمیت این است که علی رغم اهمیت روزافزون پدیده کارآفرینی و نقش آن در اقتصاد جهانی در کشور ما، کمتر به آن پرداخته شده است. مسائلی چون وجود ترکیب جمعیتی جوان و مشکل اشتغال و بیکاری، لزوم توجه هر چه بیشتر کارآفرینی در مناطق روستایی را روشن می سازد.

در این میان محققان هر یک از جنبه یا بعد خاصی به عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی مناطق روستایی توجه کرده‌اند؛ اما یافته‌ها و اسناد حاکی از است که برای ایجاد کارآفرینی مؤثر در مناطق روستایی، نیاز به در نظر گرفتن رویکرد ترکیبی این عوامل (اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی) است تا تأثیرگذاری آن در محیط روستا نمود بیشتری پیدا کند. تاکنون در اکثر مطالعات صورت گرفته، نگاه تک بعدی غالب بوده و این بعد نیز عموماً عوامل اقتصادی بوده است. کارآفرینی موضوع کمابیش جدیدی است که به طور جدی در سال‌های گذشته مطرح شده و نزدیک به یک دهه است که در کشور ما نیز، مطالعه در این زمینه آغاز شده است.

- جلودار و همکاران (۱۳۸۶) در مطالعه‌ای به بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینی زنان روستایی شمال کشور پرداختند. نتایج مطالعه آنها نشان داد بین سطح تحصیلات پدر، مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی، بازدید از کسب و کار دیگران، دوره‌های آموزشی و عضویت در نهادها و تعاونی‌ها با متغیر موفقیت کارآفرینی زنان روستایی ارتباط معنی داری وجود دارد.
- رضوانی و نجارزاده (۱۳۸۷) در مطالعه میزان آگاهی افراد روستایی از مؤلفه‌های کارآفرینی در دهستان برآن جنوبی اصفهان به این نتیجه رسیدند که میزان آگاهی افراد روستایی از موارد فوق کم و خیلی کم است.
- افتخاری و همکاران (۱۳۸۸) در مطالعه‌ی تحلیل ابعاد و عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی کشاورزی مناطق روستایی در شهرستان خدابنده به این نتیجه دست یافتند که عوامل اقتصادی در توسعه کارآفرینی کشاورزی از اهمیت زیادی برخوردار است.
- یعقوبی و قاسمی (۱۳۸۸) با تأکید بر عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینان بخش کشاورزی و راهکارهای حمایت از آنها (مطالعه موردی: استان زنجان)، به این نتیجه رسیدند، در زمینه عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینی می‌توان استنباط نمود که موفقیت در کارآفرینی بیشتر به ویژگی‌های درونی و یا به عبارت بهتر به عوامل درونی اکتسابی بستگی دارد تا عوامل محیطی مانند داشتن سرمایه و بینه مالی بالا، لذا پیشنهاد می‌گردد نسبت به تقویت کارآفرینی از طریق برگزاری دوره‌های آموزشی درمقاطع مختلف تحصیلی اقدام گردد.
- شریف زاده و همکاران (۱۳۸۹) در پژوهشی تحت عنوان شناسایی و اولویت بندی نیازهای حمایتی توسعه‌ی کسب و کارهای کشاورزی استان گلستان به این نتیجه رسیدند آسیب شناسی محیط کارآفرینی و شناسایی نیازهای حمایتی کارآفرینی و توسعه‌ی کسب و کار سنگ بنای راهبرد توسعه‌ی کارآفرینی و کسب و کار در تمامی بخشها از جمله کشاورزی بشمار می‌رود به رغم برخی انتظارات، همه‌ی حمایت‌های مورد نیاز رافزار نیست دولت انجام دهد، بلکه در صورت شبکه سازی و سامان دهی کسب و کارهای کشاورزی در قالب اتحادیه‌ها، می‌توان از ظرفیت‌های نهادی شکل گرفته برای ارائه‌ی خدمات‌های حمایتی به اعضا بهره گرفت.
- فرجی سبکبار و همکاران (۱۳۹۱) در مقاله‌ای به اولویت بندی توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی با استفاده از تکنیک پرومتی در دهستان حومه بخش مرکزی شهرستان خدابنده استان زنجان پرداختند.
- یدالهی و رضوی (۱۳۹۱) به مطالعه نقش سرمایه اجتماعی و انسانی در کارآفرینی جوانان روستاهای بخش کربال پرداختند، نتایج پژوهش بیانگر آن است که اندازه شبکه اجتماعی با موفقیت کارآفرینی رابطه مثبت و معناداری دارد، مهارت‌های کارآفرین و تجربه وی با موفقیت در کارآفرینی رابطه مثبت و معناداری دارد.

- مطیعی لنگرودی و همکاران (۱۳۹۱) در مطالعه ای به تبیین عوامل موثر بر توانمندسازی روستاییان در توسعه کارآفرینی (مطالعه موردی: بخش های زندوسامن شهرستان ملایر) پرداختند، که نتایج مقاله حاکی از آن است که وجود عوامل فردی و محیطی در افزایش توانمندی روستاییان برای ایجاد و توسعه کسب و کار تأثیر دارد.
- دابسون^۱ و دیگران (۲۰۰۳)، در مطالعه خود به منظور طراحی فعالیت های کارآفرینی و جمع آوری اطلاعات درباره سازمانها، برنامه ها و فعالیت های حمایت کننده از کارآفرینی در مناطق روستایی با این نتیجه رسیدند که به چهار عامل اصلی برای حیات بخشی به روح کارآفرینی در مناطق روستایی نیاز است که عبارتند از ایجاد فعالیت متناسب با نیازهای شناسایی شده جامعه محلی، تولیدات کافی متناسب با مقیاس، منابع و مهارت های محلی، تمرکز بر کارآفرینی، یادگیری مداوم از طریق تغییر آموزه های قبلی.
- تانگک و یو^۲ (۱۹۹۵) در مطالعه ای در کشور سنگاپور به این نتیجه رسیدند که رویه ها و سیاست های دولت، شرایط اجتماعی اقتصادی، حمایت های مالی از ایجاد کسب و کار بر ترویج کارآفرینی در مناطق روستایی مؤثرند.
- سیموز^۳ (۱۹۹۸)، در مطالعه ای نتیجه گرفت که حمایت های مالی از ایجاد کسب و کار بر ترویج کارآفرینی در کشور پرتغال مؤثر است.
- تیجی و ویکری^۴ (۱۹۹۸) در تحقیقی توسعه کارآفرینی را متأثر از رویه ها و سیاست دولت و شرایط اجتماعی اقتصادی دانستند.
- رمتر^۵ (۱۹۹۸)، در پژوهش خود با هدف بررسی نقش کارآفرینانه مدیران در ایجاد فضای کارآفرینی در بانک های تجاری کشور هند به این نتیجه رسید که ارائه نقش از سوی مدیران، بستگی به فرهنگ کارآفرینی موجود در سازمان خواهد داشت. وی همچنین معتقد است که در تلاش به منظور شناخت و ایجاد فضای کارآفرینی، سه جانبه باید مورد مطالعه قرار گیرد: فضای عمومی سازمان، مکانیسم های توسعه منابع انسانی در سازمان، و ارزش های بنیادی سازمان، وی برای اثر بخشی ارزش های بنیادی بر فرهنگ کارآفرینی اهمیت بیشتری قائل است و آن را به شدت با سطح رضایت کارکنان سازمان مرتبط می داند (Rohmetra, 1998, 316).
- سیو و کلانت^۶ (۲۰۰۰) عقیده دارند که برای حرکت کشور چین از اقتصاد برنامه ریزی شده به اقتصاد بازاری و طرفدار توزیع و تعدیل ثروت، می بایست چگونگی و میزان فاکتورها و عوامل اجتماعی و فرهنگی که بر فضای کارآفرینی تأثیر می گذارند مشخص گردد. آنها در پژوهش خود به این نتیجه دست یافتند که فضای کارآفرینی به عنوان جنبه ای بسیار مهم و عمده در توسعه کارآفرینی به مثابه ی فرایندی پیچیده و چند علتی اهمیت بسیار دارد و این در حالی است که با وجود اهمیت این فضا، پژوهش های چندانی در خصوص آن صورت نگرفته و آنچه که مورد توجه بوده، فرایند صرف کارآفرینی و ویژگی های کارآفرینان بوده است. آنان در عین حال به این نتیجه دست یافتند که محیط و فضای اجتماعی - فرهنگی در بر دارنده ی تاثیراتی انگیزه، تصمیم گیری، سرمایه، میزان خطر پذیری، درآمد، هماهنگی در زندگی، موانع موجود، عوامل اقتصادی، اعتبار و شهرت، روابط خانوادگی، عوامل فردی و خانوادگی و اجتماعی، میزان بیکاری، اوقات فراغت، چگونگی سازمان دهی و برنامه ریزی، همه و همه از جمله عوامل موثر در فضای کارآفرینی به شمار می آیند. در سطح پنج درصد نتایج نشان داد که ارتباط معنی داری بین موانع کارآفرینی و ایجاد فضای مثبت کارآفرینی و موفقیت

10. Dabson
 11. Tangviwe
 12. Simeuz
 13. Tybjge & Vickrey
 14. Rohmetra
 15. Siu & Klandt

کارآفرینان وجود دارد. همچنین در سطح پنج درصد نتایج حاکی از آن بود که بین انگیزه و فضای کارآفرینی ارتباط معنا داری وجود دارد (Siu&Klandt, 2000).

- گوئتز و فرش واتر^۱ (۲۰۰۱) در پژوهش خود با هدف ارائه رهیافتی که بتواند آغازگر ارزیابی تاثیرات فضای کارآفرینی و به خصوص افزایش استخدام مشاغل جدید باشد سه نوع متغیر را شامل نوآوری ها (میزان امتیازات اعطا شده به منظور انجام پژوهش های نوآوری مشاغل کوچک، و سرمایه های انسانی، نسبت جمعیت بزرگسال دارای مدارک تحصیلی دانشگاهی، و سرمایه های ملی موثر در فضای کارآفرینی و فرآیند کارآفرینی مورد مطالعه قرار دهند. آنها دریافتند که چون فضای کارآفرینی ترکیبی از عوامل متعدد و مشاهده ناشدنی و سنجش ناپذیر مستقیم است، با تعریف متغیرهای مشخص برای سنجش و ارزیابی میزان تاثیرات آن بر کارآفرینی، ۶۰ درصد از تغییرات فضای کارآفرینی را متغیرهای نیروی انسانی و نوآوری ها تبیین می کنند (Goetz&Freshwater, 2001, 11).
- رکساس^۲ و همکاران (۲۰۰۷) معتقدند که تلاش در جهت حمایت و تحرک بخشیدن به کارآفرینی به عنوان بخشی از برنامه های توسعه اقتصاد به روشنی به درک چگونگی تاثیر شرایط و فضای موجود بر عملکرد شغلی و کاری کارآفرینان وابسته است. در واقع آنچه که اهمیت و ضرورت موضوع را افزایش می دهد این است که بررسی های صورت گرفته در خصوص مباحث کارآفرینی تاکنون نیازهای کارآفرینان را، البته بدون در نظر گرفتن نقش فضا و محیط بیرونی در رفع این نیازها، بررسی کرده اند. اما در این مطالعه تلاش شده است تا در فضای کارآفرینی که ابعاد مختلف آن عبارتند از: سیستم پشتیبانی اجتماعی، محرک ها، مشوق ها، فرایندهای بوروکراتیک، شبکه های غیر رسمی، حمایت های خانوادگی، خطر پذیری و پذیرش اجتماعی، برنامه ریزی از دید ابعاد سازمانی و فعالیتهای آن مورد بررسی قرار می گیرد. زیربنای فناوری اطلاعات و ارتباطات، سیستم های مدیریت، خدمات حمایت شغلی، تسهیلات، بازاریابی تولیدات سازمان، امنیت شغلی و سلامتی و بعداشتی، و کیفیت منابع انسانی از جمله دیگر شاخصهای فضای کارآفرینی اند که همگی به ایجاد فضای مثبت برای فعالیتهای کارآفرینی کمک می کنند.
- بالوت و آلپکان^۳ (۲۰۰۶)، در مطالعه شان با هدف تاکید بر تاثیرات عوامل تعیین کننده در فضای کارآفرینی بر رفتار کارکنان در شغل و سازمان، مهم ترین عوامل فضای کارآفرینی را مدیریت، حمایت از تکوین عقاید و ایده ها و پروژه ها، تصمیم گیری و رفتار خودمختار، تخصیص منابع و خطر پذیری می دانند.
- گوئتز^۴ در پژوهش خود در سال (۲۰۰۸) با هدف بررسی تغییرات سالانه برای ایجاد فضای کارآفرینی سازمانی به این نتیجه دست یافت که از جمله مهمترین عوامل موثر بر فضای کارآفرینی میتوان به فعالیت های دارای امتیاز و یا حق انحصاری، سرمایه های انسانی و مالی، اعطای آزادی بیشتر در بازار و ارائه نوآوری ها اشاره کرد. وی از جمله محدود افرادی است که بالا بودن نرخ بیکاری را بادی مثبت می نگرند و این عامل را با بهبود فضای کارآفرینی و ایجاد فرصتهای کارآفرینی مرتبط میدانند.
- اسمیت^۵ (۲۰۰۸) در مطالعه ای که درصد شناسایی مهمترین متغیرهای تاثیر گذار بر فضای کارآفرینی بود به این نتیجه دست یافت که نقش و اهمیت فضای کارآفرینی در گرو درک و فهم شاخص ها و عواملی است که بر این فضا تاثیر می گذارند، که البته با توجه به ویژگی های اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی هر جامعه می تواند متفاوت باشد. وی از جمله مهمترین عوامل موثر بر فضای کارآفرینی را کیفیت زندگی، خدمات شغلی، اندازه سازمان و جامعه و منابع مالی و سرمایه،

فعالیت‌های تولید و فروش، سطح حمایت محلی و منطقه‌ای و قابلیت دسترسی به شبکه‌های شغلی و اینترنت پر سرعت، حمایت‌های دولتی، دسترسی به انواع منابع مورد نیاز بویژه منابع مالی و آموزش‌های مرتبط اشاره دارد و تاثیر معنی‌دار این عوامل را بر کارآفرینی افراد گوشزد می‌کند. همچنین به عقیده وی دیدگاه مثبت به این فاکتورها منعکس‌کننده فضای محیطی مناسب است و مدیران و تصمیم‌گیرندگان سازمانها از مهمترین افراد در ایجاد فضای کارآفرینی مطلوب در هر سازمان محسوب میشوند که وظیفه ارضای نیازهای کارآفرینان و فراهم آوردن فرصت‌های مناسب برای مشاغل جدید را در حوزه‌های مختلف برعهده دارند.

- اتو^۱ (۲۰۰۹) در پژوهش خود به این نتیجه دست یافت که از جمله اصول محوری در ایجاد و نگهداری فضاهای کارآفرینی موفق؛ عبارتند از: تلاش در جهت ایجاد فضای کارآفرینی مطلوب به این شرط که در تعامل نزدیک با سیاست‌گذاران باشد، استفاده از فناوری‌های جدید و مدرن در این فضا به جای تکنولوژی‌های سنتی و قدیمی، و در نهایت ارائه فضای مناسب کارآفرینی به گونه‌ای که تمام اعضای سازمان از آن بهره‌مند گردند.
- کرین و مه‌یر^۲ (۲۰۰۹) در مطالعه اکتشافی به بررسی میزان مطلوبیت فضای کارآفرینی سازمانی و نقش آن در توسعه کارآفرینی از دیدگاه کارآفرینان کانادایی پرداخته‌اند. آنها در این پژوهش به این نتیجه دست یافتند که با وجود ساختاری قدرتمند برای حمایت از مشاغل بنگاه‌های کوچک کارآفرینی در این کشور و وجود نیروهای کارآفرینی در این کشور و وجود نیروهای کارآفرینی، اعم از زن و مرد که به خوبی توان جست و جوی فرصت‌های کارآفرینی را دارند، فضای کارآفرینی این کشور باموانعی از جمله فقدان حمایت‌های فرهنگی و تشویقی، وجود سیستم مالیاتی سنگین، فقدان سرمایه، و فقدان آموزش‌های مناسب کارآفرینی مواجه است که در این میان به نظر میرسد در قیاس با دیگر موانع فرهنگی نقش کم‌رنگ‌تر در ایجاد تغییر در سیاست‌ها و خط‌مشی‌های دولت در فضای کارآفرینی دارند.
- فیتچ^۳ (۲۰۰۹) معتقد است که سازمان‌ها رمز بهبود فضای کارآفرین‌اند. وی چهار عامل «فرهنگ، استعداد و دانش چگونگی، فضای اشتغال و سرمایه» را در ایجاد فضای کارآفرینی دانسته و هر یک از شاخص‌های اساسی و ضروری را از طریق شاخص‌هایی چون مهاجرت، تنوع و تفاوت، و رشکستگی شغلی، قابلیت دسترسی دارایی و سرمایه هزینه‌های مربوط به انجام مشاغل مالیات، حقوق مربوط به ثبت مشاغل، پیشرفت‌های آموزشی و ایجاد شغل مورد بررسی قرار داده است (Fitch, 2009). محققان در این پژوهش به این نتیجه دست یافتند که فقدان فضای کارآفرینی مثبت مهم‌ترین و اصلی‌ترین دلیل بالا بودن درصد شکست در مشاغل گوناگون کشور لهستان است. در این پژوهش فضای کارآفرینی با استفاده از شاخص‌هایی چون میزان دشواری آغاز فعالیت اقتصادی جدید، میزان دوره‌های آموزشی برگزار شده برای کارآفرینان میزان خوداشتغالی افراد، میزان خطرپذیری کارآفرینان و سنجش رفتار آنان بعد از شکست‌های اجتماعی، امنیت شغلی، امنیت استخدام، امنیت اجتماعی، ساعت کار ثابت، فقدان سرمایه، فقدان مهارت‌ها، آزادی در انتخاب شغل، آزادی در تعیین ساعات کار، آزادی در محل و نوع کار و توانایی دسترسی به فضای اقتصادی مورد علاقه، فرصت‌های اشتغال درآمدزا، درآمد و میزان آن مورد ارزیابی قرار گرفته است.

روش

تحقیق حاضر از لحاظ هدف، کاربردی و با توجه به روش از نوع توصیفی و اکتشافی است. برای انجام تحقیق اقدام به جمع‌آوری اطلاعات به دو روش میدانی و اسنادی گردید. اطلاعات مربوط به مبانی نظری و پیشینه تحقیق به صورت اسنادی تهیه گردید. داده و اطلاعات میدانی نیز از طریق پرسشنامه با طیف لیکرت و بر مبنای مسئله پژوهش، هدف، موضوع مورد مطالعه و شرایط اجتماعی -

21. otto

22. Crine&Meyer

23. Fitch

اقتصادی محدوده طراحی گردید. سطح تحلیل پژوهش، روستاهای پذیرنده کارآفرینی بخش مرکزی خلخال می باشد. به طور کلی بخش مرکزی شهرستان خلخال یکی از بخش های تابعه شهرستان خلخال در استان اردبیل است که مرکز آن شهر خلخال است که با شهر میانه ۹۶ کیلومتر و با اردبیل ۱۱۰ کیلومتر فاصله دارد. بخش مرکزی شهرستان خلخال شامل سه دهستان به نام های خاندبیل شرقی، خاندبیل غربی و سنجید شرقی می باشد.

داده های به دست آمده از پژوهش در محیط نرم افزاری SPSS با استفاده از آزمون های ناپارامتریک مثل: ضریب کای اسکویر جهت بررسی روابط بین متغیرها و آزمون های پارامتریک مثل آزمون T مستقل استفاده شده و سپس مورد تجزیه و تحلیل واقع شده اند. در این پژوهش متغیر مستقل، بر اساس تحلیل جنسیتی (نقش ها و مناسبات مردان و زنان) و متغیر وابسته، کارآفرینی است که جهت سنجش متغیر مستقل از شاخص نگرش در ابعاد میزان دسترسی به منابع و منافع، نقش و روابط استفاده شده است که به تبع هر یک دارای مؤلفه ها و گویه های خاص خود هستند. جهت آزمون برازش داده ها و تعیین میزان پایداری و روائی آنها و ابزارهای اندازه گیری از روش آماره آلفای کرونباخ استفاده شد که میزان آن برای زنان ۰,۷۴۲ و برای مردان ۰,۷۸۶ به دست آمد.

یافته ها

با توجه به اینکه هنوز چارچوب مفهومی قابل قبول جهانی و روش شناسی واحدی برای تعیین قلمروها و معرف های تحلیل جنسیتی در کارآفرینی وجود ندارد، انتخاب قلمروها و معرف های مربوط به هر قلمرو و روش سنجش آن براساس اهداف پژوهش، مطالعات و مشاهدات محققین، ویژگی های ناحیه مورد مطالعه و داده های در دسترس صورت می گیرد، در نتیجه با توجه به اهداف پژوهش حاضر، ویژگی ناحیه مورد بررسی و تحقیقات انجام گرفته در این زمینه، سؤالاتی طرح شد. سوال اول اینکه چه مقدار از پاسخ گویان به عوامل توسعه کارآفرینی مردان بوده و چند درصد شامل زنان بوده اند؟ در این راستا پرسشنامه ها را با دو دسته زنان و مردان تقسیم کرده و با استفاده از نرم افزار SPSS مورد ارزیابی قرار داده شد. جهت آزمون این فرضیه نیز از آزمون t مستقل و ضریب کای اسکویر استفاده شده که نتایج آن در جداول شماره ۲ و ۳ آمده است.

جدول (۱): عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی

عوامل موثر	گویه ها
اشتغال زایی	درآمد خانوار
	خرید از سوپر مارکت ها
	افزایش ساخت و ساز دولتی
	افزایش قیمت زمین
عوامل بازدارنده	دوری از شهر
	نبود زیر ساخت
	نبود ساختمان های دولتی
	عدم تسهیلات جوانان
	عدم پذیرش کارآفرینان از سوی مردم روستا
مهاجرت جوانان	نبود آگاهی کافی افراد روستا در مورد کارآفرینی
	کارآفرینی به چه میزان باعث کاهش مهاجرت جوانان شده است
عوامل زیرساختی	واگذاری زمین به کارآفرینان
	بهبود حمل و نقل
	مشارکت های محلی
ناهنجاری های اجتماعی	کارآفرینی باعث تبادل اطلاعات و دانش عمومی می شود.
	الگوبرداری روستاییان از کارآفرینان
	کارآفرینی و افزایش ناهنجاری های اجتماعی

کار آفرینی و ارتقا سطح استاندارد های عمومی	درآمد زایی
کار آفرینی و کاهش انسجام و یکپارچگی اجتماعی و خانوادگی	
درآمد خانوار	
خرید از سوپر مارکت ها	
افزایش ساخت و ساز دولتی	
افزایش قیمت زمین	
عامل محیط زیست	عوامل جاذبه
توسعه کار آفرینی و اثر آن بر روی افزایش طرف داران محیط زیست	
بهره مندی از امکانات اقامتی	
رستوران (پذیرایی)	
وجود تبلیغات برای جاذبه ها	
امکانات تفریحی و ورزشی	
بهره مندی از سرویس بهداشتی مناسب	
سهولت تهیه لوازم مایحتاج کار آفرینان	

منبع: یافته های پژوهش، ۱۳۹۷

جدول (۲): آزمون تفاوت معناداری عوامل مؤثر بر کار آفرینی بین دو جنس

عوامل	جنسیت	T	درجه آزادی	سطح معناداری	تفاوت میانگین	فاصله اطمینان در سطح ۹۵ درصد
اشتغال زایی	زن	۳,۲۷۷	۴۰۰	۰,۰۰۰	۰,۸۴۱۴۶	۰,۱۴۷۱
	مرد	۰,۵۳۸	۴۰۰	۰,۱۲۸	۰,۲۴۳۹۰	-۰,۷۱۷
عوامل باز دارنده	زن	۳,۹۷۱	۴۰۰	۰,۰۰۰	۰,۶۵۸۵۴	۰,۱۰۵۹
	مرد	۲,۶۱۸	۴۰۰	۰,۰۰۰	۰,۸۶۵۸۵	۰,۴۹۲۸
مهاجرت جوانان	زن	۳,۶۰۸	۴۰۰	۰,۰۰۰	۰,۱۹۵۱۲	۰,۶۷۹۰
	مرد	۸,۹۸۹	۴۰۰	۰,۰۰۰	۴,۸۴۱۴۶	۳,۷۸۳۸
عوامل زیر ساختی	زن	۶,۲۶۰	۴۰۰	۰,۰۰۰	۴,۶۸۲۹۳	۳,۳۱۴۱
	مرد	۲,۸۴۹	۴۰۰	۰,۰۰۰	۰,۵۸۵۳۷	۰,۹۳۴۹
ناهنجاری های اجتماعی	زن	-۳,۵۲۱	۴۰۰	۰,۰۰۰	۰,۹۰۲۴۴	-۰,۱۷۷۸
	مرد	۳,۲۵۹	۴۰۰	۰,۰۰۰	۰,۵۴۸۷۸	۰,۸۲۵۲
درآمد زایی	زن	۳,۷۶۰	۴۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۷۳۱۷	۰,۶۲۴۶
	مرد	۳,۴۲۹	۴۰۰	۰,۰۰۰	۰,۲۰۷۳۲	۰,۶۶۵
عامل محیط زیست	زن	۶,۵۸۷	۴۰۰	۰,۰۰۰	۳,۱۰۹۷۶	۲,۷۶۸۱
	مرد	۸,۲۰۴	۴۰۰	۰,۰۰۰	۶,۳۰۴۸۸	۴,۷۲۵۸
عامل جاذبه	زن	۶,۵۸۷	۴۰۰	۰,۰۰۰	۳,۱۰۹۷۶	۲,۷۶۸۱
	مرد	۸,۲۰۴	۴۰۰	۰,۰۰۰	۶,۳۰۴۸۸	۴,۷۲۵۸

منبع: یافته های پژوهش، ۱۳۹۷

بر اساس جدول فوق با توجه به سطح معناداری عوامل توسعه در کار آفرینی که کمتر از ۰,۰۵ است، می توان نتیجه گرفت که عوامل مذکور سبب شده اند تا تعداد پذیرندگان زن در فرآیند توسعه کار آفرینی بیشتر از مردان باشد، البته در این میان از نظر زنان عوامل بازدارنده مؤثر نبوده است.

جدول (۳): آزمون تفاوت معناداری بین عوامل مؤثر مشاهده شده و مورد انتظار بر کارآفرینی بین دو جنس

آزمون	عوامل بازدارنده	عوامل جاذبه	عوامل مهاجرت جوانان	عامل درآمد زایی	عامل اثر روی آگاهی عمومی	عامل محیط زیست	توسعه سزیر ساخت
کای اسکویر	۲۳,۱۷۱a	۲۱,۵۱۲ A	۲۲,۶۸۳ A	۲۶,۶۸۳ A	۲۵,۱۲۲ a	۲۳,۳۶۸	۲۰,۲۱۲
درجه آزادی	۳	۳	۳	۳	۳	۳	۳
سطح معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰

منبع: یافته های پژوهش، ۱۳۹۷

جهت آزمون تفاوت معناداری بین فراوانی های مشاهده شده شامل، عوامل بازدارنده و جاذبه، عوامل مهاجرت جوانان و درآمد زایی، عامل های آگاهی عمومی و محیط زیست و توسعه ساخت و ساز، عامل های مورد انتظار به دست آمده از جامعه زنان و مردان از آزمون کای اسکویر استفاده شده است. نتایج آزمون در این پژوهش نشان می دهد که از نظر زنان مورد مطالعه، بین عوامل مورد بررسی، تفاوت معنی داری وجود دارد. چون سطح معناداری آزمون کمتر از ۰,۰۱ بوده و دقت احتمال آن نیز در سطح ۹۹ درصد است و عوامل در سطح ۹۵ درصد مؤثر هستند. نحوه توسعه کارآفرینی در بین زنان و مردان تحت تأثیر چه شرایطی است؟ در این باره محققین معتقدند که بین زنان و مردان شرایط یکسانی وجود ندارد و زنان دارای شرایطی هستند که سبب می شود در فرآیند توسعه کارآفرینی به نحوه متفاوتی وارد شوند. این شرایط شامل شرایط اقتصادی، شرایط و ویژگی های خانوادگی و شرایط فرهنگی و اجتماعی جامعه است. برای آزمون این فرضیه از آزمون t مستقل استفاده شده است.

جدول (۴): شرایط و ویژگی های اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی و جغرافیایی شاخص

شاخص	بعد	مولفه	گویه
نگرش	روابط	شرایط اجتماعی - فرهنگی جامعه	کافی نبودن در آمد مردان
			انجام برخی از کارها که مختص زنان بود و مردان در انجام آن نقشی ندارند
			بهبود وضعیت زندگی از طریق انجام برخی از کارها توسط بانوان
شرایط جغرافیایی و عوامل محیطی	بهبود امکانات رفاهی	بهبود منابع	وجود امنیت هنگام کار زنان در جامعه
			از بین رفتن برخی از باورهای غلط مربوط به کار کردن زن در اجتماع
			باور به توانایی زنان
کمرنگ شدن فرهنگ غلط مرد سالاری			
فراهم بودن بازار فروش محصولات حاصل از کارآفرینی			

منبع: نتایج مطالعات محققان با تأکید بر کارآفرینی زنان، ۱۳۹۷

طبق اطلاعات حاصل از پرسشنامه ها، در این جامعه به دلیل کمرنگ شدن فرهنگ مردسالارانه حاکم، به حضور زنان در فعالیت کارآفرینی توجه بیشتری شده و عمدتاً به دلیل از بین رفتن باورها، اعتقادات، سنت ها و رفتارهای اجتماعی غلط نسبت به زنان و کار آنها حضور آنان با مخالفت خانواده با همراه نبوده است. کافی نبودن در آمد مردان و بالا رفتن سطح آگاهی عمومی مردم در جامعه مورد بررسی باعث حضور بیشتر زنان در فرآیند توسعه کارآفرینی در منطقه شده است.

جدول (۵): آزمون تفاوت معناداری شرایط متفاوت در بین دو جنس

شرایط مؤثر	سطح معناداری	میانگین متفاوت	احتمال انحراف استاندارد تی برای تفاوت ها
شرایط اقتصادی	۰,۰۰۰	۳,۱۵۸۵۴	۰,۶۳۵۳۶
شرایط اجتماعی - فرهنگی	۰,۰۰۸	۲,۲۴۳۹۰	۰,۶۴۹۲۲
شرایط محیطی	۰,۰۰۱	۱,۰۳۰۹۸	۰,۳۱۰۴۴

منبع: یافته های پژوهش، ۱۳۹۷

نتایج جدول فوق نشان می دهد که سطح معناداری در مورد شرایط اقتصادی، شرایط محیطی و شرایط اجتماعی و فرهنگی دارای واریانس غیر برابر بوده و کمتر از ۰,۰۵ است، به عبارتی بین زنان و مردان از این لحاظ تفاوت وجود دارد.

نتیجه گیری

در این پژوهش جهت مطالعه پخش و پذیرش کارآفرینی بین زنان و مردان روستایی ذکر دو سوال مسیر پژوهش را مشخص کرد. چه عواملی سبب ناهمگونی فرآیند پخش کارآفرینی در بین دو جنس می شود؟ نحوه پخش کارآفرینی در بین زنان و مردان تحت تأثیر چه شرایطی است؟ فرآیند و نحوه پخش کارآفرینی در این پژوهش مورد مطالعه و آزمون قرار گرفت و بر اساس سوالات در نظر گرفته شده مشخص شد که شرایط جغرافیایی و عوامل محیطی، شرایط و ویژگی های اقتصادی برای زنان و مردان متفاوت است و همین شرایط باعث پخش و پذیرش نابرابر کارآفرینی در میان آنها می شود. همچنین نتایج آزمون در این پژوهش نشان می دهد که از نظر زنان مورد مطالعه، بین عوامل جاذبه در کار آفرینی، عوامل دافعه در کار آفرینی و عامل مهاجرت جوانان، عوامل محیطی و زیر ساختی زنان و مردان، تفاوت معنی داری در سطح ۹۹ درصد وجود دارد. در واقع این تفاوت ها که ناشی از عوامل گوناگون است، همگی سبب می شوند تا کارآفرینی در بین زنان هم مانند مردان سریع و کامل مورد پذیرش و پخش واقع شود. تحلیل جنسیتی در فضای روستاهای مورد مطالعه نشان داد که به دلیل کم رنگ شدن فرهنگ مرد سالارانه، باورها، اعتقادات، سنتها و رفتارهای اجتماعی نسبت به زنان و کار آنها در محیط روستا، فعالیت زنان در زمینه ایجاد و توسعه کار آفرینی مانند مردان رو به پیشرفت می باشد و این مناسبات جنسیتی تأثیر عمیقی بر جهت پخش و سرعت پذیرش کارآفرینی داشته است، بدین معنا که کارآفرینی به سمت زنان گرایش یافته و زنان هم در جریان پذیرش کارآفرینی قرار گرفته و جزء گروه در حال پذیرش بوده اند. از دیگر عوامل پذیرش کارآفرینی و پخش آن در میان زنان می توان به غلبه محدودیت های اقتصادی و کافی نبودن در آمد مردان برای بهتر شدن وضعیت زندگی، شرایط فرهنگی و عوامل جغرافیایی و محیطی اشاره کرد. همچنین تحقیق حاضر نشان داد که موقعیت زنان در بازار کار، خانه و خانواده تا حدودی از حالت تابعیت خارج شده است و به توانایی زنان در عرصه کار توجه بیشتری شد.

منابع

۱. اعظمی، امیر؛ دانیس خواجه نیان؛ روح الله تولایی و حمزه خواستار (۱۳۸۷)، تحقق امنیت اجتماعی در بستر کارآفرینی، ماهنامه توسعه انسانی پلیس، شماره ۱۸.
۲. ابتکار، معصومه (۱۳۷۳)، جنسیت، تحلیل جنسیت و توسعه نیافتگی، فصلنامه فرزانه، دوره ۴، شماره ۹.
۳. احمد پور داریانی، محمود (۱۳۸۰)، کارآفرینی، تعاریف، نظریات، الگوها، نشر شرکت پردیس، چاپ اول، تهران.
۴. بهشتی، محمد (۱۳۷۱)، فرهنگ صبا، انتشارات صبا.
۵. حیدری مکرر، حمید؛ محبی، زهرا (۱۳۹۱)، بررسی عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی، مجموعه مقالات کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان، پردیس دانشگاه مازندران.
۶. خانی، فضیله (الف) (۱۳۸۳)، جغرافیای جنسیت، پارادایمی نو در جغرافیا، نشریه علمی - پژوهشی انجمن جغرافیایی ایران، دوره جدید، سال ۲، شماره ۲، بهار و تابستان.
۷. خانی، فضیله (ب) (۱۳۸۶)، در آمدی بر پارادایم جغرافیای جنسیت، انتشارات سمت، چاپ اول، زمستان.
۸. خنیفر، حسین حسینی فرد، سید مجتبی؛ بیات، طیبه؛ بردبار، حامد (۱۳۹۰)، بررسی و مطالعه مدل بومی مناسب توسعه پایدار روستایی (از منظر اشتغال، کارآفرینی و صنایع خرد و متوسط)، دومین همایش ملی توسعه پایدار روستایی، همدان.
۹. خنیفر، حسین و فردین و کیلی، (۱۳۸۷)، رابطه بین نوع ساختار سازمانی و کارآفرینی سازمانی و اقتصادی در شرکتهای اقتصادی کوچک و متوسط، مجله توسعه کارآفرینی، سال اول، شماره دوم، صص ۳۵-۵۵.
۱۰. دهخدا، علی اکبر (۱۳۷۷)، لغت نامه دهخدا، سازمان لغت نامه.

۱۱. دیمتریس برتسیماس، جان سیتسیکلیس، (۱۳۹۳)، مقدمه ای بر بهینه سازی خطی، انتشارات دانشگاه بوعلی سینا همدان.
۱۲. رضوانی، محمدرضا و نجارزاده، محمد (۱۳۸۷)، بررسی و تحلیل زمینه های کارآفرینی روستائیان در فرآیند توسعه نواحی روستایی (مطالعه موردی: دهستان برآآن جنوبی شهرستان اصفهان)، فصلنامه توسعه کارآفرینی، سال اول، شماره دوم، ص ۱۶۱.
۱۳. رضوانی، محمدرضا (۱۳۸۳)، مقدمه ای بر برنامه ریزی روستایی در ایران؛ تهران، انتشارات قومس.
۱۴. رکن الدین افتخاری، عبدالرضا، طاهرخانی، مهدی و سجاسی قیداری، حمدالله (۱۳۸۸)، «تحلیل ابعاد و عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی کشاورزی مناطق روستایی»، فصلنامه توسعه و روستا، ۱۲(۳): ۷۲-۴۱.
۱۵. رکن الدین افتخاری، عبدالرضا؛ مهدی پورطاهری؛ منوچهر فرج زاده و وکیل حیدری ساربان، (۱۳۸۸)، نقش توانمندسازی در توسعه کشاورزی (مطالعه موردی: استان اردبیل)، پژوهش های جغرافیای انسانی، شماره ۶۹، پاییز، صص ۱۰۳-۸۷.
۱۶. رکن الدین افتخاری، عبدالرضا و حمدالله سجاسی قیداری (۱۳۸۹)، توسعه روستایی با تأکید بر کارآفرینی (تعاریف، دیدگاهها و تجربیات)، انتشارات سمت، چاپ اول.
۱۷. رکن الدین افتخاری، عبدالرضا، حمدالله سجاسی قیداری و سید حسن رضوی (۱۳۸۹)، راهبردهای توسعه کارآفرینی کشاورزی در مناطق روستایی، مطالعه موردی: روستاهای شهرستان خدابنده، فصلنامه روستا و توسعه، سال ۱۳، شماره ۳، پاییز، صفحات ۱-۲۹.
۱۸. سجاسی قیداری، حمدالله (۱۳۹۱)، ارائه ی الگوی توسعه ی کارآفرینی اکوتوریسم در مناطق روستایی (مطالعه ی موردی: روستاهای دره ای اکو توریستی استان تهران)، رساله ی دکتری، دانشکده ی علوم انسانی، دانشگاه تربیت مدرس.
۱۹. سعیدی، عباس (۱۳۸۸)، سطح بندی روستاهای کشور؛ بنیاد مسکن انقلاب اسلامی، معاونت عمران روستایی، انتشارات شهیدی، تهران.
۲۰. سروش مهر، هما، حامد رفیعی، خلیل کلانتری و حسین شعبانعلی فمی (۱۳۸۹)، بررسی پایگاه اقتصادی - اجتماعی زنان روستایی و عوامل مؤثر بر بهبود آن (مطالعه موردی: شهرستان همدان)، فصلنامه علمی - پژوهشی پژوهشهای روستایی، سال اول، شماره اول، بهار.
۲۱. فلاح جلودار، ربیع، سید جمال فرج الله حسینی، سید محمود حسینی و سید مهدی میردامادی (۱۳۸۶)، عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینی زنان روستایی شمال کشور، فصلنامه روستا و توسعه، سال ۱۰، شماره ۴، زمستان، صفحات ۸۷-۱۱۵.
۲۲. شریف زاده، ابوالقاسم؛ عربیون، ابوالقاسم و مهنوش شریفی (۱۳۸۹)، بررسی موانع توسعه کسب و کارهای کشاورزی در استان گلستان، فصلنامه توسعه روستا، سال ۱۳، شماره ۱، صص ۱۶۰-۱۲۹.
۲۳. فرجی سبکبار، حسنعلی، بدری، سید علی، سجاسی قیداری، حمدالله، صادققلو، طاهره و شهدادی خواجه عسگر، علی (۱۳۹۰)، اولویت بندی توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی با استفاده از تکنیک پرموتی، فصلنامه پژوهش های جغرافیایی، (۷۵): ۶۸-۵۳.
۲۴. قاسمی سیانی، محمد، (۱۳۸۸)، کارآفرینی و نقش آن در توسعه اقتصادی روستاهای ایران، مجله مسکن و محیط روستا، شماره ۱۲۸، صص ۴۳-۲۸.
۲۵. فلاح جلودار، ربیع، فرج اله حسینی سیدجمال، سیدمحمود حسینی و سیدمهدی میردامادی، (۱۳۸۶)، عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینی زنان روستایی. روستا و توسعه. شماره ۱۰، صص ۸۷-۱۱۵.
۲۶. قدیری معصوم، مجتبی، مهدی چراغی، نسرین کاظمی و زهره زارع، (۱۳۹۳)، تحلیل موانع توسعه کارآفرینی در نواحی روستایی مطالعه موردی: دهستان غنی بیگلر شهرستان زنجان، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، دوره ۳، شماره ۷، صص ۱۷-۳.
۲۷. قوامی، هادی و محمدرضا لطفعلی پور، (۱۳۸۷)، بررسی عوامل مؤثر بر انتخاب کارآفرینی در مقایسه با اشتغال دستمزدی دانش آموختگان: مطالعه موردی دانشگاه فردوسی مشهد، مجله دانش و توسعه، سال پانزدهم، شماره ۲۴، صص ۱۸۲-۱۶۳.
۲۸. معین، محمد (۱۳۷۵)، فرهنگ معین، انتشارات امیرکبیر.
۲۹. موحدی، رضا، لطیفی، سمیه، فتحی، هادی (۱۳۸۹)، بررسی نقش کارآفرینی زنان روستایی در توسعه پایدار روستایی، مجموعه مقالات همایش ملی توسعه پایدار روستایی با تأکید بر بخش کشاورزی، بهنورد ۲۳ و ۲۴ شهریور.
۳۰. یعقوبی فرانی، احمد، موحدی، رضا (الف) (۱۳۹۱)، درآمدی بر کارآفرینی روستایی، انتشارات دانشگاه بوعلی سینا.
۳۱. هاشمی، س. س.، مهربانی، ع. ا.، ایمنی، س. س. و نجاحی، ا. (۱۳۹۰)، توسعه روستایی با تأکید بر اشتغال و کارآفرینی (مطالعه موردی: دهستان شباب در استان ایلام)، فصلنامه روستا و توسعه، ۱۴(۱): ۵۸-۳۵.
۳۲. بدالهی فارسی، جهانگیر و رضوی، سید مصطفی (۱۳۹۰)، نقش سرمایه اجتماعی و سرمایه ی انسانی در کارآفرینی جوانان در روستاهای بخش کربال، پژوهشهای جغرافیای انسانی، شماره ۱۸، صص ۱۱۵-۱۰۳.
۳۳. یعقوبی، جعفر؛ قاسمی، جواد (۱۳۸۸)، بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینان بخش کشاورزی و راهکارهای حمایت از آنها، مجله تعاون، سال بیستم، شماره ۱۵، صص ۹۷-۸۵.

1. Ashomre, C. (2008). Criteria for youth entrepreneurship education. Consortium forentrepreneurship education, Retrieved September 26, 2013, from http://www.entreed.org/_entre/criteria.html.
2. Bulut, Cagri and Alpkın, Lutfihak, 2006, Behavioral Con sequences of an Entrepreneurial Climate within Large Organizations: An Integrative Proposed Model, the South East European Journal of Economics and Business, 1(2), October, pp.64-70.
3. Crane, Frederick and Meyer, 2009, The Entrepreneurial Climate in Canada: the Entrepreneur ,s Viewpoint, Journal of small business and Entrepreneurship , Available at: www.jsbe.com
4. Dabson B., Malkin J., Matthews A., Pate K., Stickle S(2003), Mapping Rural Entrepreneurship, Washington, D.C.: Corp. for Enterprise development. 68 p.
5. Fitch, Lauren, 2009, Seidman College of Business Study Reveals West Michigan, s Entrepreneurial Climate.
6. Goetz, Stephan J, 2008, State Entrepreneurial Climate Estimates: An Update Based on the Kauffman Index, Pennsylvania State University-The Northeastern Regional Center for Rural Development. Available at: <http://ssrn.com/abstract=1265243>.
7. Goetz, Stephan J. & Freshwater, D, 2001, State Level Determinants of Entrepreneurship and a Preliminary Measure of Entrepreneurial Climate, Economic Development Quarterly, Vol. 15, No. 58, pp. 1-14.
8. Heritot, K. (2002), a new Approach to Rural Entrepreneurship a Case Study of Two Rural Electric Cooperatives, Western Kentucky University. And Noel D. Campbell, North Georgia College & State University.
9. Kazemi, M. (2008). Assessing entrepreneurship by industrial managers, casual study: Khorasan Province, Science and Development Magazine, 6, 167-184.
11. Laukkanen, M. (2003), "Exploring academic entrepreneurship: drivers and tensions of university based business", Journal of small Business and Enterprise Development, V. 10, N. 4.
12. Otto, Michael. 2009, Growing Green: Challenges and Opportunities for Business, United nation's climate change conference dec 7- dec 18.
13. Reagan, B. (2002), Area High growth Entrepreneurs Building the Rural Economy? Center for the Study of Rural America, Kansas City, Mo: Federal Reserve bank of Kansas City.
14. Rohmetra, N, 1998, Towards the Development of an Entrepreneurial Culture in Indian Commercial Banks USING A Value Base Model, Journal of Enterprising Culture (JEC), Vol. 6(3), pp. 309-321.
15. Roxas, H, Lindsay, V, Ashill, N, and Antong, V, 2007, An Institutional View of Local Entrepreneurial Climate, Asia pacific social science review, Vol. 7, No 1, pp. 1-8.
16. Siu, Wal-Sum & Klandt, H, 2000, The Climate for Entrepreneurship: A Comparative Study of China and Hong Kong, Academy of Entrepreneurship Journal, volume 6, Number 2, pp. 20-38.
17. Smit, Emily, 2008, Certain Factors Influence Entrepreneurial Climate, MU Study Finds Fair Treatment, Local Support and High-Speed Internet Foster Success for Small Business, News Bureau, University of Missouri.
18. Tang, H. K. & K. T. Yeo (1995), Technology, entrepreneurship and national development: Lesson from Singapore, International Journal of Technology Management, 10 (7): 797-810.
19. Tyebjee, T. & L. Vickery (1998), Venture capital in western Europe Journal of Business Venturing, 3(2): 123-136.
20. Verheul, I. (2004). An eclectic theory of entrepreneurship, Tinbergen Institute Discussion Paper Indianapolis: Institute for P4 Development Strategies, Indiana University.