

سازوکارهای توسعه کسب و کارهای خانگی صنایع دستی برای زنان روستایی شهرستان ایلام  
Development Mechanisms of Handicraft Home Business for Rural Women in Ilam  
County

مرجان واحدی<sup>۱</sup>، ستار ناصری<sup>۲</sup>

تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۱/۲۵

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۴/۶/۲۱

#### چکیده

از جمله مشاغل کوچک و متوسط، مشاغل خانگی است که هزینه بالایی را به خانواده‌ها تحمیل نمی‌کند و در عین حال می‌تواند سبب افزایش درآمد و در نهایت تولید ثروت در کشور شود. صنایع دستی به عنوان یکی از رایج ترین انواع مشاغل خانگی محسوب می‌شود. تحقیق حاضر نیز در همین رابطه با هدف تبیین سازوکارهای توسعه صنایع دستی برای زنان روستایی شهرستان ایلام به انجام رسیده است. تحقیق حاضر از نظر هدف کاربردی و از نوع تحقیقات توصیفی- پیمایشی می‌باشد. جامعه آماری این تحقیق تمام جمعیت زنان روستایی فعال اقتصادی شهرستان ایلام به تعداد ۵۰۰ نفر بوده است که به روش نمونه گیری تصادفی طبقه‌ای با انتساب متناسب و با استفاده از جدول مورگان تعداد ۲۱۷ نفر به عنوان نمونه انتخاب و مورد مطالعه قرار گرفتند. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه بوده است که روایی آن توسط پانل متخصصان تأیید شد و پایایی پرسشنامه با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ به میزان ۰/۹۸ تعیین گردید. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی مانند شاخص‌های فراوانی، میانگین، واریانس، انحراف معیار و ضریب تغییرات و جهت دسته بندی سازوکارها از روش تحلیل عاملی با رویکرد اکتشافی استفاده شد. نتیجه تحلیل عاملی نشان داد که سازوکارهای توسعه صنایع دستی برای زنان روستایی در پنج دسته شامل سازوکارهای سیاستی، آموزشی و ترویجی، اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و زیرساختی - نهادی دسته‌بندی شدند و این پنج عامل در مجموع حدود ۶۷ درصد از واریانس کل را تبیین کرده اند.

واژه های کلیدی: کسب و کار خانگی، صنایع دستی، زنان روستایی، شهرستان ایلام

#### مقدمه و بررسی منابع

جامعه انسانی متشکل از زنان و مردانی است که روابط متقابل اجتماعی با هم دارند و هر یک از دو جنس در عین وابستگی متقابل به یکدیگر، نقش و کارکرد ویژه‌ای بر عهده گرفته‌اند تا بتواند جامعه خود را بسازند و در روند

<sup>۱</sup> استادیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ایلام، "نویسنده مسئول" Marjan.vahedi@ilam-iau.ac.ir

<sup>۲</sup> دانش آموخته ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ایلام.

توسعه‌ی پایدار و همه‌جانبه آن موفق عمل نمایند از این رو، تقسیم کار اجتماعی بین دو جنس از ویژگی‌های بیولوژیکی، عوامل فرهنگی، وضعیت جامعه پویا و در مسیر تحول تأثیر گرفته است. بنابراین قدرت دادن به زن که امروزه آموزش و مهارت‌های لازم را به خوبی دریافت می‌نمایند، در امور اقتصادی و اجتماعی توسعه را در جامعه تسریع و تقویت می‌نماید و به وضوح مشخص شده که زنان در ادبیات توسعه جایگاه مهمی یافته‌اند به این معنا که بخش عمده‌ای از توسعه معطوف زنان گردیده است؛ لذا از میان برداشتن موانع از سر راه آنها و فراهم نمودن زمینه‌های کسب و کار خانگی که بخصوص در ایران با هنجارهای فرهنگی آنان همخوانی بیشتری دارد، می‌تواند در توسعه پایدار بسیار دخیل باشد (Pornajaf, 2002).

کارآفرینی از طریق افزایش بهره‌وری منجر به رشد و توسعه اقتصادی می‌شود و توجه به کسب و کارهای خانگی از طریق کاهش بیکاری و افزایش تولید ملی به توسعه اقتصادی کمک می‌کند، از طرفی به دلیل نقش زنان در اقتصاد خانواده و همچنین تناسب کسب و کارهای خانگی با فعالیت‌ها و وظایف سنتی زنان، ترویج و توسعه کارآفرینی در حوزه کسب و کارهای خانگی نقش مهم و ارزنده‌ای در توسعه اقتصاد ملی خواهد داشت (Hejazi et al., 2010).

توسعه کسب و کارهای خانگی فرصت مناسبی را برای اجرای یک ایده کارآفرینانه با ریسک و هزینه‌های بسیار پایین فراهم می‌کنند، به طوری که آن را مرکز رشدی برای کسب و کارهای کوچک و متوسط و تبدیل آن به یک کسب و کار واقعی می‌دانند. مطالعات نشان می‌دهد که بیش از ۷۰ درصد کارآفرینان موفق در ابتدا کار خود را از خانه شروع کرده‌اند (Finmark, 2006). کسب و کارهای خانگی از نظر اشتغال‌زایی و به‌خاطر نوآوری‌هایی که در تولید و عرضه خدمات ایجاد کرده به یکی از بخش‌های حیاتی اقتصادی کشورهای پیشرفته تبدیل شده است. توسعه کسب و کارهای خانگی می‌تواند به ایجاد ثروت اقتصادی و تشکیل سرمایه اجتماعی کمک کند، از آنجا که زنان در محل زندگی خودشان کار می‌کنند زمینه ترویج کسب و کارهایی که فرصت‌های اشتغال محلی یا بومی خلق می‌کنند به وجود می‌آید و منطقه‌ی مورد فعالیت از نظر استخدامی به خودکفایی می‌رسد همچنین دستیابی به رشد اقتصادی پایدار نیز تسهیل می‌گردد (Barkhordari, 2010).

صنایع دستی به عنوان یکی از مهم‌ترین انواع کسب و کار خانگی محسوب می‌شود که سهم آن در تولید ناخالص داخلی ۲/۹ درصد است. در شرایط فعلی که مسئله بیکاری و ایجاد اشتغال مولد همراه با افزایش تولید داخلی و توسعه صادرات غیرنفتی و فراهم نمودن زمینه مشارکت آن در فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی مهمترین دغدغه مسئولین و رئوس برنامه‌های توسعه اقتصادی و اجتماعی کشور را تشکیل می‌دهد توجه به صنایع دستی و اهمیت آن بیش از پیش گردیده زیرا صنایع دستی علاوه بر جاذبه‌های هنری و فرهنگی و سهولت آموزش و فراگیری آن از کمترین هزینه سرانه آموزش و ایجاد فرصت شغلی در میان بخش‌های مختلف فعالیت‌های صنعتی برخوردار است. در این میان صنایع دستی روستایی که به نوعی تداعی کننده بخشی از سنت‌های اصیل ایرانی است، نه تنها موجب اشتغال پایدار در روستاها می‌شود بلکه منبع درآمد مهمی برای خانوارهای روستایی بوده و نقش بسیار مهمی در کاهش مهاجرت روستاییان دارد.

بر اساس سرشماری سال ۱۳۸۵ نرخ مشارکت زنان در ایران ۱۷/۷ درصد و در مقابل، مردان ۶۵/۷ درصد گزارش شده است. همچنین نرخ بیکاری زنان ۲۳/۳۵ درصد و مردان ۱۰/۸۱ درصد بوده است. ملاحظه می‌شود که نرخ بیکاری

زنان در کشور حدود دو برابر نرخ بیکاری مردان است. به علاوه بر اساس نتایج این سرشماری، بیش از ۱۶ میلیون نفر جمعیت غیر فعال در کشور خانه‌دار هستند که بیش از ۱۰ میلیون نفر آنها در سنین ۲۰ تا ۳۹ سال (سن فعالیت) قرار دارند. شهرستان ایلام که نمونه‌ای از جامعه نیمه‌سنتی-نیمه مدرن و در حال گذار می باشد از این امر مستثنی نیست. این شهرستان مرکز استان ایلام می باشد. استان ایلام از غرب با کشور عراق، از جنوب با استان خوزستان، از شرق با استان لرستان و از شمال با استان کرمانشاه همسایه بوده و شهرهای مهم آن آبدانان، ایوان، سراپله، دره شهر، دهلران و مهران می باشد. از نظر اقلیمی استان ایلام به دو اقلیم نیمه مرطوب سرد در شمال و بیابانی گرم در جنوب تقسیم می شود که شهرستان ایلام در شمال استان واقع شده است. بافت سنتی و هنجارهای فرهنگی حاکم در مناطق روستایی این شهر، اجازه ورود زنان و دختران را به عرصه اشتغال بیرون از خانه به راحتی نداده و در مقایسه با مردان، زنان و دختران روستایی موقعیت پایین تر و فرودستی را دارا هستند که سهم ایشان را در اشتغال غیر رسمی با تقسیم ناعادلانه کار و توزیع غیر منصفانه درآمد کاهش داده است. از این رو، فعالیت اقتصادی در محیط خانگی و در قالب تولید صنایع دستی راهکاری مناسب جهت بالا بردن فرصت های اشتغال برای این گروه می باشد. شهرستان ایلام به لحاظ ساختار اجتماعی، شرایط جغرافیایی، عوامل اقتصادی و درآمدزایی، دارای پتانسیلی مناسب در زمینه های متعدد صنایع دستی است. صنایع دستی، علاوه بر تأثیر اقتصادی در زندگی خانوارهای این منطقه، به لحاظ دفاع از هویت فرهنگی و ملی حایز اهمیت بسزایی است. از جمله مهمترین صنایع دستی که خاص این منطقه می باشند می توان به گلیم بافی به ویژه گلیم نقش برجسته، موج بافی، نمذ مالی، چیغ بافی (چیت بافی) و قالی بافی اشاره کرد. بدین ترتیب این پژوهش در صدد پاسخگویی به این سؤال اساسی است که چه سازوکارهایی جهت توسعه صنایع دستی در روستاهای این شهرستان وجود دارد؟ در همین راستا هدف اصلی این پژوهش تبیین سازوکارهای توسعه کسب و کارهای خانگی صنایع دستی برای زنان روستایی شهرستان ایلام می باشد.

کسب و کار خانگی آن دسته از فعالیت‌هایی است که از سوی عضو یا اعضای خانواده در فضای مسکونی در قالب یک طرح کسب و کار بدون مزاحمت و ایجاد اختلال در آرامش واحدهای مسکونی همجوار شکل می گیرد و منجر به تولید خدمت و یا کالای قابل عرضه به بازار خارج از محیط مسکونی می شود. ضرورت توسعه کسب و کارهای خانگی از جمله راهکارهای مناسب برای توسعه اشتغال‌های خرد و متوسط به ویژه برای جمعیت وسیعی از زنان و جوانان که دارای مهارت کافی در انجام برخی از کارها هستند اما به دلیل بازار نامناسب اشتغال نمی توانند جذب بازار شوند، می باشد. تجربه بسیاری از کشورها نشان می دهد مشاغل خانگی راهکاری مناسب برای کاهش نرخ بیکاری و فراهم ساختن زمینه اشتغال زنان و جوانان، محسوب می شود. از مزایای کسب و کار خانگی می توان به آزادی و استقلال عمل بیشتر، ساعات کاری انعطاف پذیر، ایجاد تعادل و موازنه بیشتر بین کار و زندگی، پایین بودن هزینه راه اندازی، پایین بودن میزان ریسک، امکان کار کردن پاره وقت، راحت تر بودن تربیت بچه ها، تناسب با ویژگی های جسمی افراد معلول و کم توان و.... اشاره کرد. همچنین فعالیت اقتصادی در محیط خانگی و یا محل‌هایی در مجاورت محل زندگی، امکان مشارکت اعضای خانوار برای انجام یک فعالیت اقتصادی مشترک، جلوگیری از رفت و آمدهای شهری و در نهایت صرفه‌جویی هزینه‌های اجتماعی و در کنار خانواده بودن یکی از اعضای سرپرست خانوار، از جمله دیگر مزایای مشاغل خانگی است (Ahmadpordariani et al. 2009).

در کسب و کار خانگی اعضای خانواده می‌توانند درگیر فعالیت شوند و محیط شادی را برای رسیدن به موفقیت با یکدیگر ایجاد کنند. انجام کار در خانه رویای الحاق اداره و خانه را به حقیقت نزدیک می‌کند و مسیر رسیدن به سعادت را هموار می‌سازد. از دیگر مزایای کسب و کار خانگی دسترسی به سرمایه‌های انسانی در قالب اعضای خانواده است که می‌تواند کلید رهایی از انهدام کسب و کار باشد زیرا با کاهش هزینه‌ها نیاز به وام‌های فوری کاهش می‌یابد که این امر باعث سودآوری بیشتر نیز می‌گردد. در این نوع کسب و کار افراد به خاطر ذینفع بودن انگیزه بیشتری دارند و محدودیت‌ها را به خلاقیت تبدیل می‌کنند که همین امر سبب می‌گردد عملکرد بهتری داشته باشند و در نتیجه بهره‌وری افزایش یابد کسب و کارهای خانگی از نظر اشتغال‌زایی و به خاطر نوآوری‌هایی که در تولید و عرضه خدمات ایجاد کرده به یکی از بخش‌های حیاتی اقتصادی کشورهای پیشرفته تبدیل شده است. توسعه کسب و کارهای خانگی می‌تواند به ایجاد ثروت اقتصادی و تشکیل سرمایه اجتماعی کمک کند، از آنجا که زنان در محل زندگی خودشان کار می‌کنند زمینه ترویج کسب و کارهایی که فرصت‌های اشتغال محلی یا بومی خلق می‌کنند به وجود می‌آید و منطقه‌ی مورد فعالیت از نظر استخدامی به خودکفایی می‌رسد همچنین دستیابی به رشد اقتصادی پایدار نیز تسهیل می‌گردد (Barkhordari, 2010).

صنایع دستی که از جمله مهمترین زمینه‌های کسب و کار خانگی محسوب می‌شود نوعی کار است که در آن لوازم تزئینی و کاربردی تنها با استفاده از دست یا ابزار ساده ساخته می‌شود. معمولاً این کلمه به روشهای سنتی ساختن کالاها اطلاق می‌گردد. استادکاری مخصوص هر یک از این موارد مهم‌ترین ملاک است. چنین چیزهایی اغلب از لحاظ فرهنگی و یا مذهبی فوق العاده هستند. لوازمی که بصورت تولید انبوه و یا با ماشین آلات مختلف ساخته می‌شوند جزء صنایع دستی نیستند. آنچه مقوله‌ی صنایع دستی را از هنر کاردستی متمایز می‌سازد، هدف از ساخت آنهاست. صنایع دستی لوازمی هستند که قرار است مورد استفاده قرار گرفته و کهنه و پوسیده شوند و مورد استفاده آنها بیش از یک تزئین ساده است. صنایع دستی اغلب کارهای فرهنگی و رسمی تری تلقی می‌شوند زیرا به عنوان بخشی از ملزومات زندگی روزمره مطرح هستند. درحالی که هنر و کاردستی بیشتر یک فعالیت سرگرمی گونه و یک ارائه بی نقص از یک تکنیک خلاقیت است.

پژوهش‌های متعددی در زمینه کسب و کارهای خانگی و صنایع دستی به ویژه در مناطق روستایی صورت گرفته است. پورآتشی (Poratashi, 2010) در تحقیقی تحت عنوان "کسب و کار خانگی، گزیداری جهت کاهش فقر و جلوگیری از مهاجرت روستاییان" به این نتیجه رسید که بهترین راهکار توسعه فرهنگ کارآفرینی در روستاها ارتقای سواد کارآفرینی زنان روستایی از طریق برنامه‌های آموزشی و ترویجی مختلف است. صرفاً توسعه سواد خواندن و نوشتن (سواد عمومی و پایه) راهگشای مسائل روستایی نخواهد بود، بلکه توسعه مجموعه‌ای از سوادهای فرهنگی فناوری و اطلاعاتی باعث توانمند شدن روستاییان شده و آنان را در ایجاد، توسعه و بهره‌برداری از کسب و کارها و منابع خود یاری می‌رساند. خنیفر و همکاران (Khenifer et al., 2010) طی مقاله‌ای تحت عنوان "نقش انگیزه‌ها و عوامل جمعیت‌شناختی در کارآفرینی خانگی" به این نتیجه رسیدند که این نوع کسب و کارها نقش قابل توجهی در توسعه اشتغال و کارآفرینی دارند. همچنین نتایج آزمون تحلیل عاملی اکتشافی نشان داد که پنج عامل (به ترتیب اهمیت)، انگیزه‌های کارآفرینانه، خانوادگی، کارجویانه، مالی و

اعتباری بیش از ۶۰ درصد این انگیزه‌ها را تبیین می‌کند. همچنین بین متغیرهای جنسیت و تأهل با نوع کسب و کارها رابطه معناداری وجود دارد.

آگهی و همکاران (Agahi et al., 2012) در پژوهشی تحت عنوان اولویت بندی عوامل مؤثر بر توسعه مشاغل خانگی زنان روستایی نشان داده اند که از دید زنان داشتن مهارت، تخصص و تجربه، انگیزه کسب استقلال بیش تر، معرفی و دیدار با الگوها و افراد موفق مهم ترین متغیرها در توسعه مشاغل خانگی محسوب می‌شود. اما از دید کارشناسان برگزاری کلاس های آموزشی، برطرف نمودن نیاز مالی زنان، ایجاد بازار محلی برای فروش محصولات متغیرهای مؤثر بر توسعه مشاغل خانگی هستند. هم چنین، نتایج نشان می‌دهد بین سطح تحصیلات و عضویت در تشکل ها با ایجاد و توسعه شغل خانگی توسط زنان رابطه معناداری وجود دارد. یعقوبی فرانی و همکاران (Yaghobifarani et al., 2013) در پژوهشی تحت عنوان شناسایی بازدارنده های گرایش زنان روستایی به مشاغل خانگی (مورد مطالعه: بخش سردرود شهرستان رزن) که به روش تحلیل عاملی به انجام رسید نشان داده اند که عوامل بازدارنده گرایش زنان روستایی به راه اندازی مشاغل خانگی در شش عامل فرهنگی و اجتماعی، زیرساختی و مالی، شخصیتی، حمایتی، خانوادگی، و آموزشی دسته بندی شدند. همچنین، نتایج پژوهش نشان داد که به رغم وجود این محدودیت ها، نگرش زنان روستایی به راه اندازی مشاغل خانگی در سطح مطلوبی قرار دارد که بر این اساس می‌توان گفت در صورت رفع عوامل بازدارنده، مشاغل خانگی در این منطقه توسعه خواهد یافت. نتایج پژوهش هاشمی و پورامین زاد (Hashemi & Poraminzad, 2010) نشان داد زنان فعال در حوزه کسب و کار خانگی با شبکه اولیه ارتباطی رابطه قوی دارند. رضوانی و همکاران (Rezvani et al., 2010) در پژوهش خود نشان دادند که توسعه کسب و کار در روستا باعث بالا رفتن سطح شاخصهای رفاه اقتصادی اجتماعی روستاییان شده و آثار مثبتی در زمینه های بیمه اجتماعی، اشتغال و درآمد، مشارکت، توسعه مسکن، تغذیه و رفاه اجتماعی به همراه داشته است.

مطیعی لنگرودی (Motieelangrodi, 2001) مهمترین مشکلاتی را که سبب ایجاد رکود در کارآیی صنایع دستی در نواحی روستایی شهرستان مشهد شده است را در قالب کمبود سرمایه، ضعف بازار و بازاریابی برای تولید صنایع دستی، ضعف مهارت و آموزش شاغلان در صنایع دستی و مشکلات مربوط به محیط کار از نظر فنی و بهداشتی برشمرده است. سعدی و همکاران (Saadi et al., 2014) در پژوهشی تأثیر کسب و کارهای خانگی بر توانمندی اجتماعی زنان روستایی را بررسی کرده و به این نتیجه دست یافته اند که توانمندی اجتماعی با نوع کسب و کار رابطه معنی داری دارد. نامدار (Namdar, 2010) پژوهشی تحت عنوان "عوامل مؤثر بر اشتغال زنان همراه با ورود فناوری‌های نوین به عرصه اقتصاد روستایی: مطالعه موردی کمباین داران استان فارس" انجام داده است که در این پژوهش میزان اشتغال تحت تأثیر عوامل مختلفی همچون کاربرد فناوری‌های نوین قرار دارد. کاربرد این فناوری‌ها در عرصه‌های روستایی، علی‌رغم پیامدهای مثبتی که در بهبود شرایط زیست روستاها داشته است، سبب کاهش نقش فعال زنان در عرصه تولید شده است که این امر پیامدهایی منفی برای اقتصاد روستایی به همراه دارد. نتایج نشان داده است که عواملی چون وضعیت اشتغال، میزان درآمد خانوار، تعداد فرزندان، سطح سواد زنان و نبود فرصت‌های اشتغال در روستا بیشترین تأثیر را روی اشتغال زنان بر جای گذاشته است.

والتر (Walter, 2006) در پژوهشی با عنوان مقدمه ای بر کسب و کار خانگی زنان به این نتیجه رسید که در آلمان زنان از منابع مالی غیر رسمی همچون اعتبارات فامیلی استفاده می کنند و زنان نسبت به مردان هنگام ورود به فعالیت های خود اشتغالی بیش تر از سرمایه های شخصی، قرض از بستگان و اعضای خانواده و دوستان بهره می گیرند و زنان در این کشور دسترسی محدودی به منابع مالی بانکی دارند و برای تأمین مالی به بانک خانگی متکی می شوند. هیسریچ و براش (Hirsch & Brush, 1988) در پژوهشی با عنوان مشاغل خانگی زنان، فرصت ها و تهدیدها موانع توسعه کسب و کارهای خانگی را عدم تخصص، نبود بازار، موانع اطلاعاتی، عدم تأمین مالی، موانع قانونی و عدم طرح کسب و کار می داند. هم چنین، موانع قانونی این کسب و کارها را از جمله نامشخص بودن چتر حمایتی بیمه برای افراد زیر پوشش مشاغل خانگی و قوانین مالیاتی برشمرده است. شارما و کانتا وارما (Sharma & Kanta Varma, 2008) در پژوهش خود نتیجه گرفتند که مشارکت زنان در فعالیتهای تولیدی درآمدزا، به طور کلی به توانمندسازی زنان در ابعاد مختلف کمک می کند. تحقیق هوکو و ایتوها (Hoque & Itohara, 2008) نیز نشان داد متغیرهای میزان درآمد، میزان آموزش، مهارت ها و مشارکت نهادی زنان نقش اساسی در افزایش مشارکت آنها در فعالیت های اقتصادی دارد. نتایج پژوهش موهاتی و همکاران (Mohanty et al., 2013) نشان داده است که برنامه های کوچک تأثیر بیشتری بر هر دو جنبه اقتصادی و اجتماعی زنان روستایی در ادیسا داشته است. رودسوتی (Rodsutti, 2003) در زمینه کسب و کار خانوادگی در تایلند به این نتیجه دست یافت که کسب و کار خانوادگی بر شش عامل ارتباطات، تولید، مالکیت، ساختار خانواده، سیاست و فرهنگ ملی تأثیرگذار است. مارکلی (Markley, 2006) در "تبیین چارچوبی برای توسعه کسب و کارهای خانگی در مناطق روستایی" نشان داده است که در مناطق روستایی طیف گسترده ای از زنان با توانمندی های مختلف وجود دارند که شناسایی و تدوین برنامه های ویژه برای آنها بسیار حائز اهمیت است و می تواند تأثیرات بسزایی در وضعیت اقتصادی و اشتغال آنان در مناطق روستایی داشته باشد.

### مواد و روش ها

تحقیق حاضر از نظر ماهیت داده ها کمی و گذشته نگر و از جنبه هدف کاربردی است. از نظر روش گردآوری اطلاعات، تحقیق حاضر توصیفی - پیمایشی می باشد و با استفاده از فن پیمایش اقدام به توصیف جامعه آماری کرده است. جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه جمعیت زنان روستایی فعال اقتصادی شهرستان ایلام به تعداد ۵۰۰ نفر می باشد. با توجه به وضعیت جامعه مورد مطالعه از روش نمونه گیری تصادفی طبقه ای با انتساب متناسب جهت انتخاب نمونه ها استفاده شد. برای برآورد حجم نمونه آماری از جدول مورگان استفاده شد که حجم نمونه ۲۱۷ نفر تعیین گردید.

ابزار به کار رفته در این تحقیق پرسشنامه محقق ساخت بوده است که در دو بخش تنظیم گردیده است. در بخش اول ویژگی های فردی حرفه ای زنان روستایی آورده شده و در بخش دوم سازوکارهای توسعه کسب و کارهای خانگی در قالب طیف لیکرت پنج گزینه ای آورده شده است. روایی پرسشنامه توسط نظرات اصلاحی صاحب نظران و متخصصان تأیید گردید و جهت تعیین پایایی پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ (۹۸ درصد)

استفاده شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی و جهت دسته بندی سازوکارهای توسعه صنایع دستی روستایی از تکنیک تحلیل عاملی با رویکرد اکتشافی بهره گرفته شد.

### بحث و نتیجه گیری

براساس یافته های پژوهش، میانگین سنی زنان روستایی ۲۷ سال بود که با انحراف معیار ۹ سال به ترتیب از کمینه و بیشینه سنی برابر با ۱۳ و ۶۰ سال برخوردار بودند. بنابراین مشاهده می شود که جامعه مورد مطالعه از نظر سنی کاملاً جوان بودند. ۱۱۰ نفر از زنان روستایی (۵۵/۸ درصد) متأهل و ۸۷ نفر دیگر برابر با ۴۴/۲ درصد مجرد بودند. توزیع فراوانی سطح تحصیلات نمونه مورد مطالعه نیز حکایت از آن داشت که ۳ درصد از این افراد بی سواد، ۸/۶ درصد دارای تحصیلات ابتدایی، ۳۴/۵ درصد راهنمایی، ۴۲/۱ درصد دبیرستان و ۱۱/۸ درصد از آنان دارای تحصیلات دانشگاهی بودند که با توجه به متوسط سطح تحصیلات مردم در منطقه، در مجموع افرادی با تحصیلات متوسط به بالا به شمار می رفتند. میانگین سابقه کسب و کار ۴/۵ سال بوده است که در این میان بیشترین سابقه ۳۰ سال و کمترین سابقه ۱ سال بوده است. از نظر دریافت وام، ۶۱/۵ درصد از زنان روستایی اظهار کرده اند که تا کنون برای کسب و کار خود وام دریافت نکرده اند و ۳۸/۵ درصد نیز تعداد وام های دریافتی را یک تا سه بار عنوان کرده اند. میانگین وام دریافتی ۲۷ میلیون ریال بدست آمده است که در این میان بیشترین میزان وام دریافتی، ۶۰ میلیون ریال و کمترین میزان وام دریافتی، ۵۰۰ هزار ریال بوده است. ۳۸/۶ درصد (بیشترین فراوانی) از زنان روستایی بیان داشته اند که از اعضای خانواده خود جهت تولید صنایع دستی کمک می گیرند، همچنین ۱۲/۲ درصد از کارگر روزمزدی، ۱۶/۸ درصد از افراد فامیل، ۲۱/۸ درصد از همسایگان و ۱/۵ درصد از افراد مورد مطالعه هم اظهار کرده اند که از هر دو منبع اعضای خانواده و همسایگان در کسب و کار صنایع دستی خود کمک می گیرند. از نظر نحوه فروش محصولات تولیدی، ۳۹/۶ درصد از زنان روستایی بیان کرده اند که محصولات تولیدی خود را خودشان به بازار می برند، ۵۳/۸ درصد اظهار کرده اند که محصولات تولیدی خود را به واسطه ها می فروشند و تنها ۳ درصد از افراد مورد مطالعه اظهار کرده اند که محصولات تولیدی خود را به تعاونی می دهند.

جهت دسته بندی سازوکارهای توسعه کسب و کارهای خانگی صنایع دستی از تحلیل عاملی استفاده گردید. به منظور تشخیص مناسب بودن داده‌ها برای انجام تحلیل عاملی از آماره KMO و آزمون بارتلت استفاده شد. براساس نتایج به دست آمده از جدول ۱، مقدار KMO برابر با ۰/۷۳۲ بدست آمده است و چون این مقدار بالاتر از ۰/۷ است نشان می دهد که داده‌ها برای انجام تحلیل عاملی مناسب هستند، همچنین معنادار بودن آزمون بارتلت در سطح ۱٪ نشان از مناسب بودن داده‌ها برای انجام تحلیل عاملی است.

#### جدول ۱. مقدار KMO و آزمون بارتلت داده‌های گردآوری شده

Table1- KMO value and Bartlett test

KMO	Bartlett	Sig
0.732	11951.887	0.000

در این پژوهش جهت تعیین تعداد عوامل از ملاک کیسر (مقادیر ویژه بالاتر از یک) استفاده شد. جدول ۲، عوامل استخراج شده همراه با مقدار ویژه، درصد واریانس و درصد واریانس تجمعی عوامل را نشان می‌دهد. بر اساس نتایج به دست آمده از جدول ۲، عامل اول با مقدار ویژه ۴۳۹/۷ به تنهایی ۱۷/۲۹۹ درصد از واریانس کل را تبیین نموده است که بیانگر اهمیت زیاد این عامل می‌باشد. عامل‌های بعدی به ترتیب ۱۴/۷۸۰، ۱۳/۴۰۴، ۱۱/۸۸۴ و ۱۰/۷۷۹ درصد از واریانس کل را تشکیل می‌دهند. در مجموع این پنج عامل توانسته‌اند ۶۷/۱۴ درصد از کل واریانس را تبیین نمایند.

### جدول ۲. عوامل استخراج شده با مقدار ویژه، درصد واریانس و درصد واریانس تجمعی

Table 2- The extracted factors, along with Eigenvalues, variance percent and cumulative variance percent

عامل‌ها Factors	مقدار ویژه Eigen value	درصد واریانس مقدار ویژه Variance percentage	درصد واریانس تجمعی Cumulative variance percentage
1	7.439	17.299	17.299
2	6.355	14.780	32.079
3	4.764	13.404	45.483
4	2.540	11.884	56.367
5	1.495	10.799	67.146

هر یک از عامل‌ها با توجه به ماهیت متغیرهایی که به آن بار شده اند نام‌گذاری گردیدند. جدول ۳ عامل‌ها را به همراه گویه‌های مربوط و بار عاملی هر یک از گویه‌ها نشان می‌دهد.

### جدول ۳. گویه‌های مربوط به هر یک از سازوکارهای توسعه کسب و کارهای خانگی صنایع دستی و بار عاملی هر یک از گویه‌ها

Table 3- variables loaded to each factor and the level of the factor loading extracted from a rotation matrix

نام عامل Factor name	متغیرها Variables	بار عاملی Factor Loading
	تثبیت قیمت نهاده‌های مورد نیاز برای تولید محصولات Fixing the price of required inputs for production	0.788
	در نظر گرفتن یارانه برای نهاده‌های مورد نیاز صنایع دستی زنان روستایی Considering subsidies for required inputs of rural women handicrafts	0.867
ساز و کارهای سیاستی Policy Mechanisms	هماهنگی میان ادارات و نهادهای مرتبط با صنایع دستی و زنان Coordination among agencies and institutions related to crafts and rural women	0.696
	توسعه برنامه‌های گردشگری با استفاده از رونق صنایع دستی خانگی Developing tourism programs using the boom of handicrafts	0.626
	حمایت دولت از زنان کارآفرین Government support for entrepreneur women	0.681
	مناسب بودن قوانین و مقررات اخذ وام‌های بانکی Being appropriate the laws of banks loan	0.513
	آسان‌سازی قوانین و مقررات اقتصادی و اشتغال در زمینه کسب و کارهای خانگی صنایع دستی Facilitate economic and employment laws and regulations on handicraft businesses	0.712
	اعطای تسهیلات بانکی برای صنایع دستی زنان روستایی Banking facilities for women's handicraft	0.799
	سرمایه‌گذاری دولت در گسترش کسب و کارهای خانگی زنان روستایی government investment in developing home-based business of rural women	0.818



ادامه جدول ۳

	تنوع بخشی به محصولات تولیدی متناسب با نیاز مصرف کننده	0.623
	Creating diversity to production appropriate to consumer need	
	ارتباط با افراد خلاق و موفق حوزه کسب و کارهای خانگی صنایع دستی	0.624
	Relationship with creative persons of handicrafts area	
	داشتن مهارت‌های لازم جهت تولید محصولات صنایع دستی	0.700
	Having necessary skills to produce handicraft products	
	ارائه خدمات مشاوره ای در زمینه کسب و کارهای خانگی توسط بخش دولتی برای زنان روستایی	0.634
	Providing consulting services by government in the field of handicraft for rural women	
	ارائه خدمات مشاوره ای در زمینه کسب و کارهای خانگی توسط بخش خصوصی برای زنان روستایی	0.610
سازوکارهای آموزشی	Providing consulting services by private sector in the field of handicraft for rural women	
- ترویجی	تروج الگوی خوشه‌ای در زمینه صنایع دستی	0.867
Educational-Extension Mechanisms	Promoting cluster model in the field of handicrafts	
	مطالعه نشریات و بروشورهای مربوط به کسب و کار خانگی صنایع دستی	0.750
	Reading magazines and brochures about handicraft business	
	شرکت در کلاس‌های خلاقیت و کارآفرینی صنایع دستی	0.644
	Participating in creativity and entrepreneurship classes of handicraft	
	استفاده از دانش کارشناسان اقتصادی صنایع دستی	0.798
	Using the knowledge of economy experts of handicrafts	
	برگزاری جلسات سخنرانی در زمینه کسب و کار خانگی صنایع دستی برای زنان روستایی	0.758
	Holding lectures and meetings about home-based businesses for rural women	
	شرکت در دوره‌های آموزشی کسب و کارهای صنایع دستی برای زنان روستایی	0.587
	Participating in training courses of handicrafts for rural women	
	بازدید زنان روستایی از طرح‌های موفق کسب و کار	0.524
	Visiting the successful home business plans by rural women	
	پخش برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی در مورد الگوهای موفق زنان روستایی تولید کننده صنایع دستی	0.589
	Broadcasting radio and television programs about successful models for rural women	
	ارائه آموزشهای مهارتی در زمینه صنایع دستی خانگی	0.790
	Providing skill training in the field of handicrafts	
	استفاده از تکنولوژی جدید در زمینه تولید محصولات	0.756
	Using new technologies in production	
	فراهم کردن فرصت‌های آموزشی جهت یادگیری مهارت‌های مالی، بازاریابی، تبلیغات و ...	0.514
	Providing educational opportunities to learn financial , marketing and propaganda skills	
	فراهم کردن فرصت‌های آموزشی جهت کسب صلاحیت‌هایی همچون روحیه ریسک پذیری، استقلال طلبی، خلاقیت و ...	0.811
سازوکارهای اقتصادی	Providing educational opportunities to gain characteristic in rural women including venture , independence and creativity	
Economic Mechanisms	دسترسی به بازارهای خارجی جهت صادرات تولیدات صنایع دستی	0.798
	Access to foreign markets for exporting handicraft productions	
	خرید تضمینی تولیدات صنایع دستی	0.771
	Guaranteed shopping of products	
	فراهم بودن خدمات بیمه‌ای جهت تولیدات صنایع دستی	0.653
	Providing insurance services for handicraft production	
	تولید برندهای تجاری مناسب برای محصولات صنایع دستی	0.765
	making commercial brands for handicrafts productions	
	حمایت از صندوق‌های قرض الحسنه صنایع دستی زنان روستایی	0.714
	supporting loan funds of handicrafts for rural women	

ادامه جدول ۳

	reducing the amount of interest rate of loans given to rural women	
	همکاری بانک‌ها با سازمان‌های متوالی در کسب و کار خانگی	0.508
	banks cooperation with organizations responsible for handicraft businesses	
	دسترسی به بازارهای داخلی جهت فروش تولیدات صنایع دستی	0.781
	access to domestic markets for selling handicraft products	
	فراهم آوردن فرصت‌هایی برای دسترسی زنان روستایی به امکانات و خدمات همانند مردان	
	Providing identical opportunities for women as well as men to access facilities and services	0.714
	همکاری با همسایگان دارای کسب و کار های خانگی صنایع دستی	0.765
	Cooperation with neighbors which have home-based businesses	
	فرهنگ سازی و فراهم کردن زمینه‌هایی جهت مشارکت بیشتر زنان در فعالیت‌های اقتصادی	
	Providing backgrounds for further participation of women in economic activities	0.706
سازوکارهای اجتماعی فرهنگی	آگاهی از سلیقه مصرف کنندگان صنایع دستی و لحاظ نمودن این سلیقه در تولید محصولات	0.513
Social- Cultural Mechanisms	being aware of handicraft consumer taste and considering these tastes during production	
	حمایت و تشویق خانوارها از زنان برای ورود به فعالیت‌های اقتصادی	0.691
	Supporting and encouraging women by their family to start economic activities	
	تشویق زنان روستایی دارای کسب و کار نمونه صنایع دستی	0.614
	Encouraging rural women that are successful in handicrafts area	
	ارتباط با تشکل‌های مربوط به صنایع دستی	0.524
	Having relationship with association related to handicrafts	
	ارتباط با نهادهای دولتی مربوط به صنایع دستی	0.501
	Having relationship with government agencies relating to handicrafts	
	عضویت در تشکل‌های صنفی و صنایع دستی	0.615
	Membership in trade unions of home-based businesses	
	معرفی و ترویج صنایع دستی خانگی متناسب با ویژگی‌های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی مصرف کنندگان	0.721
	Introducing and promoting handicraft business according to cultural, social and economic characteristics of consumers	
	ارتباط زنان روستایی با موسسات فعال در زمینه‌ی کسب و کارهای خانگی صنایع دستی	0.720
	Having relationship with active institutions relating to handicrafts	
	ایجاد بازارهای صنایع دستی خانگی روستایی در مراکز شهر	0.617
سازوکارهای زیرساختی	Providing markets of home-based handicrafts in city centers	
Infrastructure Mechanisms	ایجاد نمایشگاه محصولات صنایع دستی زنان روستایی	0.509
	Holding fairs of handicraft production	
	فراهم‌بودن زیرساخت‌های لازم جهت تولید صنایع دستی (کارگاه‌های تولیدی و ...)	0.630
	Providing necessary infrastructures to produce handicrafts (workshops and ...)	
	فراهم کردن خدمات بازاریابی، تولیدات صنایع دستی توسط نهادهای مربوطه	0.867
	Providing marketing services of handicrafts by relevant agencies	

نتیجه تحلیل عاملی سازوکارهای توسعه صنایع دستی برای زنان روستایی نشان داد که سازوکارها در پنج محور زیر خلاصه می‌شوند:

۱- سازوکارهای سیاستی: عامل اول که به عنوان سازوکار سیاستی نام گذاری شده است مهم ترین عامل توسعه کسب و کارهای خانگی زنان روستایی می‌باشد. این عامل متشکل از متغیرهایی همچون تثبیت قیمت نهادهای

مورد نیاز برای تولید محصولات، هماهنگی میان ادارات و نهادهای مرتبط با صنایع دستی و زنان روستایی از جمله میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، سازمان جهاد کشاورزی، اداره کار، تعاون و رفاه اجتماعی و ...، توسعه برنامه های گردشگری با استفاده از رونق صنایع دستی خانگی، حمایت دولت از زنان کارآفرین، مناسب بودن قوانین و مقررات اخذ وام های بانکی، آسان سازی قوانین و مقررات اقتصادی و اشتغال در زمینه کسب و کارهای خانگی صنایع دستی، اعطای تسهیلات بانکی برای صنایع دستی زنان روستایی، سرمایه گذاری دولت در گسترش کسب و کارهای خانگی زنان روستایی و تنوع بخشی به محصولات تولیدی متناسب با نیاز مصرف کنند می باشد که ۱۷/۲۹۹ درصد از واریانس کل را تبیین نموده است. این یافته ها با نتایج پژوهش های آگهی و همکاران (Agahi et al., 2012)، مطیعی لنگرودی (Motieelangrodi, 2001)، والتر (Walter, 2006) و هیسریچ و براش (Hirsch & Brush, 1988) همخوانی دارد. از آنجا که زنان روستایی از اندک سرمایه لازم جهت راه اندازی یک کسب و کار برخوردار نبوده و در مقایسه با مردان قدرت چانه زنی کمتری جهت دریافت وام و تسهیلات بانکی و برقراری ارتباط با عاملان فروش نهاده ها دارند بنابراین چنین نتیجه ای منطقی به نظر می رسد. در این راستا موارد زیر پیشنهاد می گردد:

- بکارگیری سیاستهای تشویقی و حمایتی از صنایع کوچک به خصوص تولیدات خانگی و بهره گیری از آخرین پدیده های فناوری؛

- اتخاذ راهکارها و راهبردهای توسعه صادرات تولیدات خانگی؛

- سیاستهای حمایت در بازاریابی، بازار شناسی و تبلیغات در استان؛

۲- عامل دوم که تحت عنوان سازوکارهای آموزشی-ترویجی نامگذاری شده است متشکل از متغیرهایی همچون ارتباط با افراد خلاق و موفق حوزه کسب و کارهای خانگی صنایع دستی، داشتن مهارت های لازم جهت تولید محصولات صنایع دستی، ارائه خدمات مشاوره ای در زمینه کسب و کارهای خانگی توسط بخش دولتی برای زنان روستایی، ارائه خدمات مشاوره ای در زمینه کسب و کارهای خانگی توسط بخش خصوصی برای زنان روستایی، تروج الگوی خوشه ای در زمینه صنایع دسته ای، مطالعه نشریات و بروشورهای مربوط به کسب و کار خانگی صنایع دستی، شرکت در کلاس های خلاقیت و کارآفرینی صنایع دستی، استفاده از دانش کارشناسان اقتصادی صنایع دستی، برگزاری جلسات سخنرانی در زمینه کسب و کار خانگی صنایع دستی برای زنان روستایی می باشد که ۱۴/۷۸۰ درصد از واریانس کل را به خود اختصاص داده است. این یافته همراستا با نتایج پژوهش های پورآتشی (Poratashi, 2010)، آگهی و همکاران (Agahi et al., 2012)، یعقوبی فرانی و همکاران (Yaghoobifarani et al., 2013)، مطیعی لنگرودی (Motieelangrodi, 2001) و هیسریچ و براش (Hirsch & Brush, 1988) می باشد. این نتیجه با توجه به نقش قابل ملاحظه ای که آموزش های کارآفرینی در توسعه و پیشرفت کسب و کارها دارند منطقی به نظر می رسد. در این راستا پیشنهاد می گردد موارد زیر مد نظر قرار گیرد:

- تیم تخصصی تدوین و تنظیم دوره های آموزشی - ترویجی متناسب با نیاز زنان روستایی شهرستان ایلام تشکیل گردد.

- سرفصل‌های مرتبط با واحدهای عملی و کاربردی مورد توجه بیشتر قرار گیرد.

- محتوای مطالب در هر سال حداقل یکبار مورد بازنگری و بازبینی قرار گیرد.

۳- عامل سوم که سازوکار اقتصادی نامگذاری شده است شامل متغیرهایی همچون فراهم کردن فرصت‌های آموزشی جهت یادگیری مهارت‌های مالی، بازاریابی، تبلیغات و ...، فراهم کردن فرصت‌های آموزشی جهت کسب صلاحیت‌هایی همچون روحیه ریسک‌پذیری، استقلال‌طلبی، خلاقیت و ...، دسترسی به بازارهای خارجی جهت صادرات تولیدات صنایع دستی، خرید تضمینی تولیدات صنایع دستی، فراهم بودن خدمات بیمه‌ای جهت تولیدات صنایع دستی، تولید برندهای تجاری مناسب برای محصولات صنایع دستی، حمایت از صندوق‌های قرض الحسنه صنایع دستی زنان روستایی، کم کردن نرخ وام‌های پرداختی به زنان روستایی، همکاری بانک‌ها با سازمان‌های متوالی در کسب و کار خانگی و ... می‌باشد که این عامل ۱۳/۴۰ درصد از واریانس کل را تبیین کرده است. این یافته نیز نتایج پژوهش‌های آگهی و همکاران (Agahi et al., 2012)، مطیعی لنگرودی (Motieelangrodi, 2001)، والتر (Walter, 2006) و هیسریچ و براش (Hirsch & Brush, 1988) را تأیید می‌نماید. از آنجا که زنان روستایی در مقایسه با مردان توانایی بسیار کمتری در زمینه بازاریابی و فروش محصولات خود دارند بنابراین چنین نتیجه‌ای کاملاً بدیهی است. در این راستا پیشنهاد می‌گردد زنان روستایی را با هدف تأمین آتیه آنان در دوران از کارافتادگی، کهولت و بی‌سرپرستی بیمه نمود. همچنین راهکارهای مناسب در زمینه بازاریابی و بازاریابی صنایع دستی تولید شده توسط زنان روستایی از جمله خرید تضمینی محصولات، داشتن بازارهای ثابت داخلی و خارجی، برگزاری نمایشگاه‌های داخلی و خارجی جهت عرضه صنایع دستی خانگی به کار گرفته شود.

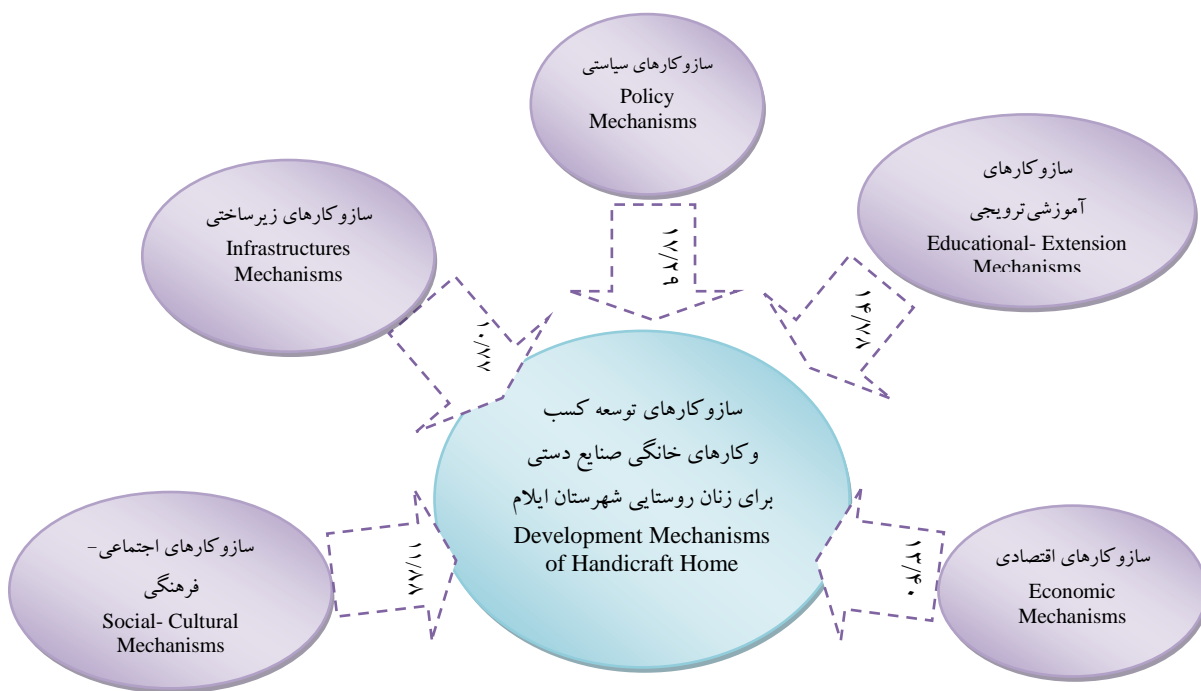
۴- عامل چهارم یعنی سازوکار اجتماعی-فرهنگی ۱۱/۸۸ درصد از کل واریانس را به خود اختصاص داده است که فراهم آوردن فرصت‌هایی برای دسترسی زنان روستایی به امکانات و خدمات همانند مردان، همکاری با همسایگان دارای کسب و کارهای خانگی صنایع دستی، فرهنگ‌سازی و فراهم کردن زمینه‌هایی جهت مشارکت بیشتر زنان در فعالیت‌های اقتصادی، آگاهی از سلايق مصرف‌کنندگان مصرف‌کنندگان صنایع دستی و لحاظ نمودن این سلايق در هنگام تولید محصولات، حمایت و تشویق خانوارها از زنان برای ورود به فعالیت‌های اقتصادی، تشویق زنان روستایی دارای کسب و کار نمونه صنایع دستی، ارتباط با تشکلهای مربوط به کسب و کارهای خانگی صنایع دستی، ارتباط با نهادهای دولتی مربوط به کسب و کارهای خانگی صنایع دستی، عضویت در تشکلهای صنفی و کسب و کارهای خانگی صنایع دستی، معرفی ترویج صنایع دستی خانگی متناسب با ویژگی‌های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی مصرف‌کنندگان و ... را شامل می‌گردد. این نتایج با نتایج پژوهش‌های آگهی و همکاران (Agahi et al., 2012) و یعقوبی فرانی و همکاران (Yaghobifarani et al., 2013) همخوانی دارد. در این راستا پیشنهادهای زیر مطرح می‌گردد:

- انتخاب و معرفی زنان روستایی فعال در عرصه صنایع دستی خانگی

- دادن آگاهی‌های لازم به شوهران در مورد اشتغال زنان و تأثیرگذاری آنان بر بنیان‌های اقتصادی و فرهنگی

خانواده

۵- سازوکار زیرساختی که به عنوان عامل پنجم شناخته شده است ۱۰/۷۷ درصد از کل واریانس را تبیین می کند. ایجاد بازارهای صنایع دستی خانگی روستایی در مراکز شهر، ایجاد نمایشگاه محصولات صنایع دستی زنان روستایی و فراهم بودن زیرساخت های لازم جهت تولید صنایع دستی کارگاه های تولیدی و ... و فراهم کردن خدمات بازاریابی تولیدات صنایع دستی توسط نهادهای مربوطه از جمله متغیرهایی هستند که به این عامل بار شده اند. از آن جا که بسیاری از زنان روستایی به زیرساخت های لازم جهت تولید صنایع دستی خانگی دسترسی ندارند و با مشکل بازاریابی محصولات خود مواجه هستند چنین نتیجه ای منطقی به نظر می رسد. این نتیجه یافته های پژوهش آگهی و همکاران (Agahi et al., 2012)، یعقوبی فرانی و همکاران (Yaghoobifarani et al., 2013) و هیرش و براش (Hirsch & Brush, 1988) را تأیید می کند. در این راستا پیشنهاد می گردد از طریق برگزاری نمایشگاه و غرفه های موقت و یا دائمی و انجام کارهای تبلیغاتی جهت آشنایی گردشگران با صنایع دستی منطقه نسبت به بازاریابی محصولات صنایع دستی اقدام نمود. همچنین راهکارهایی جهت دسترسی آسان تر به بازارهای خارج از استان و در صورت امکان صادرات صنایع دستی به خارج از کشور اتخاذ گردد. شکل ۱، عوامل استخراج شده همراه با درصد واریانس هر عامل را نشان می دهد.



نگاره ۱- سازوکارهای توسعه کسب و کارهای خانگی صنایع دستی برای زنان روستایی شهرستان ایلام

Figure1- Development Mechanisms of Handicraft Home Business for Rural Women in Ilam County

## References

- Agahi, H. A., Mirakzade, A. and Taghibeigi, M. (2012) Prioritizing effective factors on development of rural women home business. Journal of women sociology, 3(3): 181-202. (In Persian)

- Ahmadpordariani, M., Yadolahi, J. and Samizade, M.** (2009) The role of family factors in formation of family businesses. Quarterly of research family, 5(19):331-345. (In Persian)
- Barkhordari, F.** (2010) Development mechanisms of home business, newspaper of work market, 11 year, No 594
- Finmark, T.** (2006) Home based entrepreneurs. from: WWW.finmark.org.za.
- Hashemi, S. H. & Poraminzad, S.** (2010). Assessing indices and effective factors on business development and women entrepreneurship in Iran(case study: Gilan province), The first international conference of innovation and management, Shiraz, (In Persian)
- Hejazi, S.R., Moradi, A., Yazdanfar, S., Shahverdi, M., and Ebrahimi, S.B.** (2010) The role of women entrepreneurship in area of home business on country economic development, Proceeding of the first national conference of home business development, Tehran. (In Persian)
- Hirsch, R.D. & Brush, C.G.** (1988) Women entrepreneurs: problems and opportunities. In Women's Careers, Pathways and Pitfalls (Ed. by S. Rose and L. Larwood), pp. 190-210. Greenwood Press, New York.
- Hoque, M. & Itohara, Y.** (2008). Participation and decision making role of rural women in economic activities: A comparative study for members and nonmembers of the micro-credit organization in Bangladesh. Journal of Social Sciences 4(3): pp 229-236
- Khenifer, H., Ahmadiazarm, H. and Zamanifar, M.** (2010) The role of motive and demographic factors in home entrepreneurship, Proceeding of the first national conference of home business development, Tehran. (In Persian)
- Markley, D.M.** (2006), A Framework for developing rural entrepreneurship, Economic Development America, RUPRI for Rural Entrepreneurship.
- Mohanty, R. S., Das, B., & Moahanty, T.** (2013). Empowerment of Women in Rural Odisha through Microenterprises, IOSR Journal of Humanities and Social Science (IOSR\_JHSS) Volum12, Issue1 (May-Jun 2013), PP 01-08
- Motieelangrodi, S.H.** (2001) Inactive factors of handicraft in rural area of Mashhad Township, Scientific journal of language and literature, literature and humanities college of Mashhad, 34(2-1):141-168. (In Persian)
- Namdar, M.** (2010). Effective factors on women occupation with the entry of new technologies to area of rural economic, Quarterly of rural and development, 13(2):103-128. (In Persian)
- Poratashi, M.** (2010). Home business, Alternative for poverty reduction and prevention of rural migration, Proceeding of the first national conference of home business development, Tehran. (In Persian)
- Pornajaf, H.** (2002). Survey of social, political and cultural activities of women age 15-49 in Ilam city region, Cultural quarterly of Ilam, volume 11-12. (In Persian)
- Rezvani, M., Ramezanzade lasboi, M & Mohamadpor jaberi, M.** (2010), Analyzing socio-economic effects of industrial areas on rural development (case study: Industrial area of Tonkabon Soleimanabad), Journal of Geography and development, No 18, pp5-26(In Persian)
- Rodsutti, CH. M.** (2003). Organizational diagnostic factors in family business: case studies in Thailand, Emerlad Group Publishing Limited. Volum19, Issue2.
- Saadi, H., Jalilian, S. & Yaghobifarani, A.** (2014), Effect of home business on social ability of rural women, Quarterly of woman and society, fifth year, No 3, pp 85-106.( In Persian)
- Sharma, P. & Kanta Varma, Sh.** (2008). Women Empowerment through Entrepreneurial Activities of Self Help Group, Indian Research Journal of Extension and Education, 8(1), January 2008
- Walter, P.** (2006). Introduction to the special issue toward building women Entrepreneurship: Theory & practice, Paris. OEC.

**Yaghobifarani, A., Vahdat moadab, H. and Latifi, S.** (2013). Identifying obstructive of rural women tendency to home business, *Journal of women in development and policy*, 11(4): 559-574. (In Persian)