فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال هشتم، شماره اول (پیاپی ۲۷)، بهار ۱۳۹۸
شاپای چاپی ۲۱۳۱-۲۳۲۲ شاپای الکترونیکی ۴۷۶X- ۲۵۸۸
http://serd.khu.ac.ir
صفحات ۳۸-۲۱

فراتحلیل عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی

سنور احمدی؛ دانشجوی دکتری توسعه کشاورزی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران.
حسین کوهستانی*؛ دانشیار گروه ترویج و توسعه روستایی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران.
حسین یادآور؛ استادیار گروه ترویج و توسعه روستایی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران.
حسین شعبانعلی‌فمی؛ استاد گروه اقتصاد و توسعه کشاورزی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

دریافت مقاله: ۱۳۹۷/۰۴/۱۷ پذیرش نهایی: ۱۳۹۷/۱۱/۱۰

چکیده

توسعهٔ کارآفرینی به عنوان راهبردی کارآمد برای حل معضل بیکاری، توسعهٔ اقتصادی، فقرزدایی و عدالت اجتماعی به ویژه در جوامع روستایی ضرورت دارد. کارآفرینی و به تبع آن، توسعه کارآفرینی زنان روستایی پدیده‌ای پیچیده و چند بُعدی است و تحت تأثیر عوامل مختلفی قرار می‌گیرد. در این تحقیق تلاش گردیده عوامل و مؤلفه‌های مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی کشور شناسایی شود. ازآنجا که راهبرد کارآفرینی زنان به عنوان بخش عظیمی از جامعه روستایی در توسعه اقتصادی و اجتماعی جوامع روستایی اهمیت ویژه ای دارد؛ بنابراین مطالعات تلفیقی و ترکیبی از نتایج پژوهش‌های انجام شده در زمینه توسعه کارآفرینی زنان روستایی، می‌تواند رویکرد جدیدی برای شناسایی راهکارهای جامع، فراروی پژوهشگران قرار دهد. جامعه آماری پژوهش شامل تمامی پژوهش‌های انجام یافته در رابطه با کارآفرینی زنان روستایی طی ده سال گذشته (از سال ۱۳۸۶ تاکنون) است. در این پژوهش با بکارگیری روش فراتحلیل و با استفاده از نرم افزار جامع فراتحلیل CMA2، ضرایب همبستگی و نمونه های آماری تحقیقات مورد بررسی قرار گرفته است. نتایج نشان می‌دهد که اندازه اثر متغیر بازاریابی (۰/۲۹۲) به استناد تفسیر اندازه اثر کوهن، تقریباً ضعیف ارزیابی می‌شود، و اندازه اثر سایر متغیرهای شاخص مورد بررسی (عوامل فردی، اجتماعی، اقتصادی، مالی) در حد متوسط و متوسط به بالا بوده است. طبق نتایج تحقیق، توسعه کارآفرینی زنان روستایی امری پویا و چند وجهی بوده، نیازمند توجه همزمان به عوامل فردی چون نیروی انسانی خلاق، حمایت های مالی و اقتصادی از زنان روستایی، عوامل فرهنگی و آموزشی و ارتقاء زیرساخت‌های محیطی در روستاهای کشور است.

واژگان کلیدی: توسعه روستایی، کارآفرینی روستایی، زنان روستایی.

* h.koohi@tabrizu.ac.ir

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2024-04-29]

۱) مقدمه

امروزه مقوله کارآفرینی به سرعت در حال گسترش است و توانسته نقش مهمی در زمینه توسعه کسب وکار داشته باشد. اهمیت آن به نحوی است که کارآفرینی را قلب فعالیت‌های توسعه اقتصادی تعریف کرده‌اند. یکی از محیط‌های دارای قابلیت مناسب برای توسعه کارآفرینی، محیط‌های روستایی است، چرا که روستا قابلیت زیادی در ایجاد انواع کسب وکار در بخش‌های سه‌گانه اقتصاد (کشاورزی، صنعت و خدمات) دارد (قادرمرزی و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۰۶).

در بین اقشار مختلف روستایی، زنان به خاطر شرایط اجتماعی و فرهنگی و اقتصادی، بخشی از نیروی‌های مؤثر کار و تولید و فعالیت‌های اقتصادی دخیل در اقتصاد خانوار هستند و در برخی موارد، شواهد گویای این نکته است که در محیط‌های روستایی، نقش زنان در فعالیت‌های اقتصادی بسیار مهم‌تر و بیشتر از مردان است. در محیط‌های روستایی زنانی دیده می‌شود که با ابتکار و خلاقیت و نوآوری اقدام به راه‌اندازی کسب وکار و یا فعالیت‌های جدید می‌کنند. فراگیری کارآفرینی بین زنان روستایی نیازمند برنامه‌ریزی‌های دقیق‌تری برای شناسایی عوامل کلیدی تأثیرگذار در توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه است (سجاسی‌قیداری و همکاران، ۱۳۹۶: ۲۴۵).

کارآفرینی در مناطق روستایی، به‌ویژه در بین زنان روستایی، می‌تواند برطرف کننده بسیاری از چالش‌ها از جمله بیکاری، درآمد پایین، فقدان تنوع اقتصادی و مهاجرت باشد. باتوجه به نقش غیرقابل انکار زنان در توسعه روستایی، تقویت کارآفرینی زنان روستایی می‌تواند در دستیابی به اهداف توسعه پایدار در مناطق روستایی نقش مؤثری را ایفا نماید (جمشیدی و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۳۸). بنابراین تلاش برنامه‌ریزان و کارشناسان روستایی، در گام نخست باید معطوف به جبران محدودیت‌ها، محرومیت‌ها و سوق‌دادن زنان روستایی به سوی تساوی اجتماعی و اقتصادی باشد و این امر جز با توانمندسازی آنها از طریق کارآفرینی میسر نمی‌شود (جمینی و همکاران، ۱۳۹۵: ۴۷). بر اساس آنچه که گفته شد، یکی از موضوعات مهم در فرایند توسعه کارآفرینی، داشتن مهارت‌ها و خالقیت‌های زنان است که در چند دهه اخیر مورد توجه کشورهای مختلف قرار گرفته است به طوری‌که مهارت‌های کارآفرینانه زنان در بازار کار و مشارکت در فعالیت‌های اقتصادی ـ اجتماعی، به یکی از شناسه‌های مهم توسعه انسانی تبدیل شده است (فیض، ۱۳۸۸: ۲۶).

وضعیت کارآفرینی زنان در ایران نشان می‌دهد که علی‌رغم آنکه نیمی از جمعیت جامعه را زنان تشکیل می‌دهند (۴۹/۳۳ درصد کل جمعیت کشور را زنان تشکیل داده و ۱۲/۶۳ درصد از کل جمعیت زنان، روستایی بوده و همچنین، ۴۸/۷۲ درصد کل جمعیت مناطق روستایی را زنان تشکیل می‌دهند)، سهم آنها در فعالیت‌های اقتصادی کشور تنها حدود ۱۷ درصد است و این امر بیانگر این است که زنان در مسیر کارآفرینی با تهیدها و موانع زیادی از جمله موانع اقتصادی، اجتماعی، روانشناختی، فرهنگی،

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2024-04-29]

آموزشی و سیاست‌گذاری روبرو بوده و این موانع در سیستم اشتغال‌زایی زنان به‌ویژه زنان روستایی با توجه به شرایط اجتماعی، فرهنگی و روانشناختی خاص مناطق روستایی اختلال ایجاد کرده و می‌کند (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵). باوجود مزایای انکار ناپذیر کارآفرینی در توسعه جوامع، موانع و محدودیت‌های متعددی برای حرکت به سوی کارآفرینی در بین زنان روستایی وجود دارد، چرا که ظهور و توسعه کارآفرینی یک پدیده تصادفی نبوده بلکه این پدیده وابسته به فاکتورهای متعددی (از جمله عوامل اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی) بوده که غالباً به عنوان شرایط توسعه کارآفرینی عنوان می‌شود (جمینی و همکاران، ۱۳۹۵: ۴۷). بدیهی است که شناسایی عامل یا عوامل پیش‌روی کارآفرینی در بین زنان روستایی در جهت توسعه، زمینه شناخت لازم را پیش‌روی برنامه‌ریزان بخش‌های خصوصی و دولتی قرار داده تا با تصمیماتی مبتنی بر واقعیات عینی، اقدام به تقلیل محدودیت‌ها نموده و زمینه‌های توسعه کارآفرینی زنان روستایی و در نتیجه توسعه پایدار نواحی روستایی را مهیا نماید. در این پژوهش با مرور و فرا تحلیل یافته‌های پژوهش‌های انجام شده پیرامون توسعه کارآفرینی پایدار زنان روستایی سعی برآن است، گامی مهم و اثربخش در جهت شناخت بهتر عوامل و مؤلفه‌های مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی برداشته شود.

۲) مبانی نظری

به نقل از سازمان بین‌المللی کار[۱] کارآفرین فردی است با مجموعه‌ای از ویژگی‌هایی که به طور معمول شامل اعتماد به نفس، نتیجه‌گرا، ریسک‌پذیر، رهبر و آینده‌گرا است (علیدوست و لشگرآرا، ۱۳۹۲: ۸). کارآفرینی فرآیند ایجاد، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت به منظور تولید کالاها و خدمت‌های آتی (Shane & Venkataraman, 2000: 221)، همراه با صرف وقت، تلاش بسیار و پذیرش خطرهای مالی، روحی، اجتماعی برای بدست آوردن منابع مالی، رضایت شخصی و استقلال است (Askun & Yıldırım, ۲۰۱۱ ۶۶۴). بنابراین براساس تعریف گفته شده، ژیور[۲](۲۰۰۹) کارآفرینی زنان را فعالیت زنانه دانسته که در زمینه خوداشتغالی مشارکتی، خوداشتغالی مستقل، کارفرمایی و کسب و کارهایی با مالکیت انحصار صورت می‌گیرد. همچنین، مهرانی (۱۳۸۹) زنان کارآفرین را زنانی دانسته که به تنهایی یا با مشارکت، کسب و کاری ایجاد کرده و با قبول خطرهای مالی، اجتماعی، اخلاقی و روانی با خلاقیت و نوآوری محصولات جدیدی را تولیدمی‌کنند تا در بازار بر رقبا غلبه کنند.

کار آفرینی روستایی برای شکل‌گیری تحت تأثیر نیروهای بیرونی و درونی بوده است که هر یک به نوعی به ایجاد چالش‌هایی در جامعه روستایی امروزی منجر می‌شوند. این محیط‌ها برحسب منابع و

[۱] International Labor Organization (ILO)
[۲] Djiver

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2024-04-29]

فرصت‌های موجود در محیط‌های روستایی (بالقوه و بالفعل، نرم‌افزاری و سخت‌افزاری)، هدایت‌کننده اهداف توسعه، به ویژه توسعه اقتصادی، در این جوامع‌اند. در راستای همین فرآیندها و با در نظر گرفتن این دو محیط یک پیوند ارگانیکی میان اهداف توسعه روستایی و توسعه کارآفرینی در این مناطق برقرار می‌شود تا از ترکیب مناسب این عوامل، رفتارهای کارآفرینی در جوامع روستایی در راستای توسعه اقتصادی شکل گیرد (Julian et al, 2000: 19). بنابراین کارآفرینان در جوامع روستایی به حمایت برای ایجاد یا رشد فعالیت‌های خود نیاز دارند؛ اما این جوامع، آمادگی لازم را برای تأمین نیازهای مورد درخواست آنان مانند سرمایه، دانش فنی (فناوری) و اطلاعات ندارد؛ در نتیجه، برای کمک به جوامع روستایی در توسعه یک مدل نظری (تئوریک) کارآفرینی، به شناخت متغیرهای وابسته و رابطه میان آنها نیازمند است (Allen, 2003: 5). به همین علت ساوئر (۱۹۸۶) با در نظر گرفتن کارآفرینی به عنوان الگوی توسعه اقتصادی، توسعه روستایی را تشویق کشاورزان کارآفرین، کمک و مساعدت مدیریتی و فنی کارآفرینان روستایی، حمل و نقل روستایی، خدمات ارتباطی و اطلاعاتی روستایی، مدیریت منابع طبیعی و غیره تعریف می‌کند (Sauer, 1986: 2).

از نظر ریگان (۲۰۰۲)، کارآفرینی روستایی فراهم کننده زمینه اشتغال، افزایش درآمد و تولید ثروت، بهبود دهنده کیفیت زندگی و کمک کننده به افراد محلی برای مشارکت در اقتصاد است (Reagan, ۲۰۰۲: ۳۲). در رویکرد کارآفرینی روستایی، کارآفرینان باید به عنوان عامل محرک اقتصادی به وسیله سیاست‌گذاران، حکومت‌های محلی و ملی، مؤسسه‌های مختلف توسعه، بخش خصوصی و سازمان‌های مردم نهاد[۳] که به نوعی با جامعه روستایی و فعالیت‌های اقتصادی آن در ارتباطند، به کار گرفته شوند (GTZ, 2003: 9-10).

مروری بر مطالعات انجام شده در ارتباط با عوامل و موانع تأثیر گذار بر کارآفرینی زنان روستایی نشان می‌دهد عوامل مختلفی بر کارآفرینی زنان روستایی تأثیرگذار هستند که خلاصه‌ای از مطالعات انجام شده در داخل کشور براساس هدف اصلی مطالعه حاضر در جدول ۱ نشان داده شده است. البته لازم به توضیح است، این عوامل را می‌توان در دو گروه عوامل پیش‌برنده و عوامل بازدارندهٔ توسعهٔ کارآفرینی زنان تقسیم‌بندی کرد که با توجه به شرایط مکانی و زمانی در بین مناطق مختلف جغرافیایی به شیوه‌های گوناگون کارآفرینی زنان روستایی را تسهیل یا محدود کرده‌اند. هر چند در مناطق جغرافیایی مختلف کشور و از دیدگاه‌های مختلف موانع و عوامل متفاوتی در توسعه کارآفرینی زنان روستایی وجود دارد، اما این تحقیقات دارای وجه اشتراک بسیاری نیز هستند.

۳. Non-Government Organization (NGOs)

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2024-04-29]

جدول ۱. مطالعات انجام شده در زمینه توسعه کارآفرینی زنان روستایی ایران

نویسنده	متغیرهای مؤثر
صفری و داراب‌زاده (۱۳۹۶)	خانواده، تحصیل و مهارت، شخصیت، فرهنگ و اجتماع، قانون و وضعیت مالی
جمینی و همکاران (۱۳۹۵)	نداشتن پشتوانه مالی و پس انداز کافی، نداشتن وثیقه و ضامن معتبر، پایین بودن سطح ریسک، عوامل اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، آموزشی، فردی، زیرساختی، سیاست‌گذاری و محیطی
یاسوری و همکاران (۱۳۹۴)	انگیزش و پشتکار، قابلیت‌های طبیعی و قابلیت‌های فردی
قادرمرزی و همکاران (۱۳۹۴)	نداشتن پشتوانه مالی، نبود پس انداز کافی، نداشتن وثیقه و ضامن معتبر
عرفانجو (۱۳۹۳)	موانع شامل ضعف زیرساخت-های اقتصادی وکمبود منابع مالی، نبود یازاریابی مناسب، کمبود سیاست های حمایتی و تشویقی
حسینی‌نیا و همکاران (۱۳۹۳)	اهداف، انگیزه‌ها، داشتن مهارت برنامه‌ریزی، مهارت‌های مختلف کسب‌وکار و درنهایت برخورداری زنان از برخی نقاط قوت در کسب‌وکار
قنبری (۱۳۹۳)	ویژگیهای فردی (سن، خلاقیت، مهارت، تعداد اعضای خانواده و ...)، تجربه کارآفرینی، گرایش به کارآفرینی، ویژگیهای فردی و منابع کسب اطلاعات کارآفرینی
موحدی و یعقوبی فرانی (۱۳۹۳)	ویژگی‌های شخصیتی، وضعیت اقتصادی و شرایط اجتماعی- فرهنگی زنان
جمشیدی و همکاران (۱۳۹۲)	عامل اجتماعی ـ فرهنگی، اقتصادی، آموزشی ـ مدیریتی، روان‌شناختی، فنی و سیاست‌گذاری
علیدوست و لشگرآرا (۱۳۹۲)	موانع اقتصادی و آموزشی
سلیمانی (۱۳۹۱)	دسترسی به عوامل نهادی- سازمانی، بازاریابی مناسب، بهره‌مندی از فرصت‌های آموزشی، خصوصیات کارآفرینانه، وضعیت اقتصادی و شرایط اجتماعی- فرهنگی زنان روستایی
شریفی و همکاران (۱۳۹۱)	چهار مانع فردی، مالی اقتصادی، فرهنگی اجتماعی و قانونی نهادی
یعقوبی فرانی (۱۳۹۱)	عوامل فردی و خانوادگی،عوامل قانونی و حقوقی، عوامل مالی و اقتصادی، عوامل نهادی و سازمانی، شرایط جغرافیایی و عوامل محیط روستایی.
علیدوست همکاران (۱۳۹۱)	موانع اقتصادی و آموزشی
علی‌میرزایی و طهماسبی (۱۳۸۹)	اجتماعی فرهنگی، اقتصادی، شناختی و سیاستگذاری

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2024-04-29]

در این پژوهش با مرور و فرا تحلیل یافته‌های پژوهش‌های انجام شده پیرامون توسعه کارآفرینی پایدار زنان روستایی سعی برآن است، گامی مهم و اثربخش در جهت شناخت بهتر عوامل و مؤلفه‌های مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی برداشته شود. از سوی دیگر نقطه نظرهای پژوهشگران و یافته‌های پژوهشی موجود به‌طور علمی به روش فراتحلیل مورد بازبینی و بهره‌برداری قرار گرفت، زیرا پژوهش‌گران متعددی همچون جمینی و همکاران (۱۳۹۵)، قاسمی و بادسر (۱۳۹۶)، قادرمرزی و همکاران (۱۳۹۴)، علیدوست و لشگرآرا (۱۳۹۲)، سجاسی‌قیداری و همکاران (۱۳۹۶)، قنبری (۱۳۹۳)، همتی وینه (۱۳۹۱)، سلیمانی (۱۳۹۱)، رکن‌الدین افتخاری و همکاران (۱۳۸۸)، نصرالهی واسطی (۱۳۹۳)، جمینی و همکاران (۱۳۹۴) و ... مسائل مربوط به توسعه کارآفرینی زنان روستایی را از دیدگاه‌های مختلف (اجتماعی، اقتصادی ، سیاسی، فرهنگی و...) مورد بررسی قرار دادند و عوامل، موانع و پیامدهای آن‌را ارزیابی نموده-اند، که در نهایت نتایج این مطالعات به مفهوم عملیاتی یکسانی منتج نشده‌اند.

۳) روش تحقیق

در شناخت واقعیت پدیده‌های اجتماعی روش‌های متعددی وجود دارد که فراتحلیل یکی از این روش‌ها به شمار می‌رود. واژه فراتحلیل، ترجمه واژه مرکب "Meta analysis" است و جزء نخست آن یعنی واژه "Meta"، ریشه یونانی داشته و به معنی " In back of" و یا" Behind" است و Meta به معنای فرا و یا ورای است (زاهدی و محمدی، ۱۳۸۴: ۵۰). مطالعه حاضر از نوع تحقیقات اسنادی است که در آن تحلیل کمی اسناد پژوهش‌های کارآفرینی زنان روستایی هدف اصلی این مطالعه بود. روش تحقیق، مرور سیستماتیک و فراتحلیل بود و مرور جامع برای بازیابی مطالعات مرتبط و استخراج داده‌های لازم از مطالعات واجد شرایط انجام شد. جامعه آماری نیز شامل تمامی مطالعات در دسترس و مرتبط با توسعه کارآفرینی پایدار زنان روستایی ایران می‌شود به عبارتی، کلیه مقالاتی که در نشریات علمی ـ پژوهشی، همایش‌ها و کنفرانس‌هایی که مورد تأیید وزارت علوم تحقیقات و فناوری بوده و در داخل کشور به چاپ رسیده‌اند. واحد تحلیل نیز عبارت از مطالعات مربوط به کارآفرینی زنان روستایی که با معیارهای گزینش و ورود به فراتحلیل هم‌خوانی داشته باشد. معیارهای گزینش مطالعات عبارت بودن از: ۱- مطالعه به کارآفرینی زنان روستایی پرداخته باشد و آن مطالعاتی که کارآفرینی زنان غیر روستایی بود کنار گذاشته شد؛ ۲- مطالعات مروری و غیرتجربی (کتابخانه‌ای) در نظر گرفته نشد؛ ۳- حداقل یکی از متغیرهای مورد مطالعه در زمینه کارآفرینی زنان روستایی باشد.

با به کارگیری کلیدواژه‌های "کارآفرینی"، "کارآفرینی روستایی "، "زنان روستایی"، "زنان روستایی"، "توسعه کارآفرینی"، و " کارآفرینی زنان روستایی "، جستجو در سایت‌های پایگاه اطلاعات علمی (SID)، نشریات ایران (Magiran)، نمامتن (noormags)، گوگل و هم چنین سایت نمایه مقالات

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2024-04-29]

ارائه شده در همایش‌ها و کنفرانس‌های معتبر کشور (Civilica) انجام شد. در این فراتحلیل سعی بسیار شده است که تمامی مطالعاتی که به ارزیابی توسعه کارآفرینی زنان روستایی پرداخته‌اند و در دسترس هستند، فراتحلیل شود. با وجود این، نمی‌توان ادعایی مبنی بر دستیابی به تمامی مطالعات داشت. اما از آن جا که فرایند جستجو از حلقه‌های کلیدی در روش فراتحلیل است، بسیار دقیق و با ظرافت تمام این جستجو انجام گرفت. برای یافتن کامل مطالعات انجام شده، هم چنین به پیشینه مقالات جستجو شده نیز مراجعه و رفته رفته مطالعات شناسایی شده‌اند. بنابراین می‌توان گفت، روش نمونه‌گیری، نمونه‌گیری گلوله برفی بوده؛ زیرا از پیشینه منابع، مقالات و پژوهش‌های انجام شده سایر مطالعات مورد نیاز ردیابی شدند. لازم به ذکر است، همان‌طور که گفته شد در این فراتحلیل، مطالعاتی مورد بررسی قرار گرفتند که ضرایب همبستگی در آنها گزارش شده بود و پژوهش‌هایی که به لحاظ نداشتن اطلاعات مورد نیاز مانند؛ حجم نمونه زیاد، ابزار اندازه‌گیری مناسب با روایی و پایایی لازم و روش نمونه‌گیری تصادفی، برای انجام فراتحلیل ناقص بودند و یا به روش کیفی انجام شده بودند، حذف شدند و در نهایت ۱۷ تحقیق به‌عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. به منظور بررسی کیفیت مطالعات و کاهش سوگیری، ارزیابی مستقل محققین، در دو عامل روایی درونی و بیرونی صورت گرفت و نیز به منظور دقت بیشتر در جمع‌آوری اطلاعات مذکور، چک لیستی (فهرست کنترل) تهیه شد. این چک لیست شامل مواردی مانند رویکرد تحقیق، فرضیه‌ها، اهداف، جامعه و نمونه آماری، روش نمونه‌گیری، روش تحقیق، روش‌های آماری مورد استفاده، روایی و پایایی ابزار مورد استفاده بوده است.

اطلاعات جمع‌آوری شده از پژوهش‌های مورد نظر پس از کدگذاری با استفاده از دو برنامه $SPSS_{25}$ برای توصیف ویژگی‌های مطالعات و برنامه CMA2 برای انجام محاسبات آماری فراتحلیل استفاده می‌شود. این نرم‌افزار، برای انجام فراتحلیل طراحی شده و به وسیله آن نتایج حاصل از دو یا چند تحقیق مستقل به لحاظ آماری با یکدیگر ترکیب شده و پاسخی کلی به پرسش یا پرسش‌های پژوهشی بر مبنای ترکیب انجام شده، می‌دهد.

منطقی که بنیان فراتحلیل را تشکیل می‌دهد به انجام رساندن یک آزمون با توان آماری بالاتر (احتمال پایین‌تر در انجام خطای نوع دوم) در مقایسه با تحلیل بر مبنای یک پژوهش یا پژوهش‌های مجزا از یکدیگر است. بنابراین، مطالعات کارآفرینی از لحاظ همبستگی، واریانس و انحراف استاندارد z فیشر بررسی می‌شوند. سپس آزمون‌های آماری استفاده شده در فرضیات پس از تبدیل به اندازه اثر و ترکیب اندازه‌های اثر و ترکیب احتمالات مورد تحلیل قرار می‌گیرند. این کار با استفاده از دو تکنیک ترکیب احتمالات و محاسبه اندازه اثر انجام می‌گیرد. روش‌های گوناگونی برای محاسبه اندازه اثر وجود دارد، اما متداول‌ترین شاخص‌های برآورد اندازه اثر، عبارتند از تفاوت‌های استاندارد میانگین و همبستگی-

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2024-04-29]

ها است. ولف[۴] (۱۹۸۶) اظهار می‌کند که تمامی فراتحلیل‌ها را می‌توان بر مبنای محاسبه ضرایب همبستگی به عنوان شاخص اندازه اثر انجام داد (ظهیری، ۱۳۹۰: ۴۴). همچنین برای تفسیر اندازه اثر باید بهترین معیار درباره اندازه r باشد. کوهن معیار ذکر شده برای تفسیر اندازه اثر را در سه سطح اندازه اثر کم (r = ۰/۲-۰/۱)، اندازه اثر متوسط (r = ۰/۳-۰/۵) و اندازه اثر زیاد (r = ۰/۵-۰/۸) را پشنهاد کرده است (شریفی‌فر و همکاران، ۱۳۹۴: ۵۸).

اندازه اثر مهم‌ترین واژه کلیدی در فراتحلیل است. کوهن در کتاب تحلیل توان آماری برای علوم رفتاری، اندازه اثر را چنین تعریف می‌کند: "بدون آنکه قصد داشته باشیم، مفهوم علیت را مراد کنیم، راحت‌تر آن است که عبارت «اندازه اثر» را به یکی از این دو معنا به کار بریم "حدی که پدیده مورد نظر در جمعیت موجود است" یا "حدی که فرضیه صفر، نادرست است". هرچه مقدار اندازه اثر بیشتر باشد، میزان بروز پدیده مورد مطالعه درجمعیت هم بیشتر خواهد بود (ایمان و خواجه نوری ، ۱۳۸۵: ۸۸).

۴) یافته‌های تحقیق

به صورت کلی نتایج بررسی تحقیقات مورد نظر این پژوهش را می‌توان از نظر شکلی (نوع مطالعات، قلمرو رشته‌ای و واحد تحلیل) بُعد روشی (روش پژوهش، روش نمونه‌گیری، روایی و پایایی و تکنیک‌های تجزیه و تحلیل) و از نظر محتوی (اهداف، نتایج و راهکارها) بررسی نمود. براین اساس می‌توان گفت، به صورت کلی حدود ۵۴ درصد از تحقیقات مورد بررسی مقالاتی بوده‌اند که در مجلات علمی ـ پژوهشی مورد تأیید وزارت علوم، تحقیقات و فناوری به چاپ رسیده‌اند. حدود ۳۱ درصد این پژوهش‌ها، پایان‌نامه-های مقطع ارشد دانشگاه‌های مختلف کشور بوده و حدود ۱۵ درصد مابقی مقالاتی بوده که در همایش‌ها و کنفرانس‌های معتبر و مورد تأیید وزارت علوم، تحقیقات و فناوری ارائه و چاپ شده‌اند. بررسی قلمرو رشته‌ای تحقیقات نشان می‌دهد رشته‌های جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی و مهندسی کشاورزی ـ ترویج و توسعه کشاورزی با ۴۶ درصد بیشترین توجه را به این موضوع دارند.

در مطالعات ارزیابی شده در این تحقیق، پر کاربردترین روش بررسی، پیمایشی بوده است. این نتیجه نشان می‌دهد که پژوهش‌های وارد شده به فراتحلیل بیشتر از نوع تحقیقات کمی بوده است. به لحاظ هدف مطالعه، فقط یکی از تحقیقات به سطح تبیین و سه مورد به توصیف پرداخته و دیگر پژوهش‌ها به صورت تلفیقی از توصیف و تبیین بوده‌اند. از نظر شیوه‌های نمونه‌گیری، در ۳۸/۴۶ درصد تحقیقات به صورت سرشماری یا تمام شمار به بررسی نمونه‌ها پرداخته‌اند. ۲۳/۰۷ درصد تحقیقات از روش نمونه-گیری تصادفی ساده و طبقه‌ای تصادفی و ۱۵/۳۸ درصد نیز از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای تصادفی نمونه-های خود را مورد بررسی قرار داده‌اند. حدود ۹۲ درصد تحقیقات به درستی به سؤالات اصلی و اهداف

[۴] Wolf

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2024-04-29]

تحقیق پرداخته بودند. در تمام تحقیقات به درستی فرضیات یا سؤالات تحقیق انتخاب شده بودند. همچنین، حدود ۷۷ درصد تحقیقات نتیجه‌گیری خوبی براساس یافته‌های تحقیق انجام داده‌اند و در مبحث ارائه راهکارها (یا پیشنهادها) بیش از ۸۴ درصد تحقیقات مورد بررسی دارای راه‌کار بودند. نتایج حاصل از آزمون اندازه اثر z فیشر، ضریب همبستگی و حد بالا و پایین در جدول ۲ برای متغیرهای شاخص تحقیقات مورد بررسی در این پژوهش نشان داده شده است.

همان‌طور که مشاهده می‌شود متغیرهای شاخص استخراج شده با توسعه کارآفرینی زنان روستایی دارای ارتباط معنی‌دار و مثبتی هستند. با توجه به معنادار بودن ضرایب همبستگی و محدوده حدپایین و حد بالا (جدول ۲)، بنابراین می‌توان گفت که متغیرهای تحقیق از پراکندگی نسبی برخوردار بوده و توزیع فراوانی به‌صورت همگن است. بنابراین از تلفیق متغیرهای اثرگذار بر توسعه کارآفرینی زنان روستای برای مقایسه میزان اندازه اثر هر متغیر استفاده شد. نتایج حاصل از این تلفیق در جدول (۳) نشان داده شده است.

جدول ۲. نتایج آزمون ضریب همبستگی متغیرهای تحقیق

متغیرهای مورد بررسی	سال تحقیق	ضریب همبستگی	حد پایین	حد بالا	Z-value	sig
عوامل فردی	۱۳۹۴	۰/۷۲	۳/۷۱	۳/۹	۷۶/۱۸	۰/۰۰۰
عوامل فردی	۱۳۹۶	۰/۴۷	۳/۸۷	۴/۲۲	۴۵/۷۴	۰/۰۰۰
عوامل فردی	۱۳۹۳	۰/۵۵	۳/۸۹	۴/۱۶	۵۷/۳۴	۰/۰۰۰
عوامل فردی	۱۳۹۱	۰/۶۱	۳/۸۶	۴/۱۱	۶۲/۴۶	۰/۰۰۰
عوامل فردی	۱۳۹۳	۰/۶۹	۳/۵۹	۳/۸	۷۱/۳۳	۰/۰۰۰
عوامل فردی	۱۳۹۶	۰/۴۰۵	۳/۴۳	۳/۷۸	۳۹/۴۴	۰/۰۰۰
عوامل فردی	۱۳۹۳	۰/۴۶۵	۲/۶۲	۲/۸۷	۴۴/۱۷	۰/۰۰۰
عوامل مالی	۱۳۹۲	۰/۴۸۳	۴/۳۵	۴/۷	۴۹/۷۷	۰/۰۰۰
عوامل مالی	۱۳۹۶	۰/۳۸۳	۲/۳۹	۲/۶۴	۴۰/۰۳	۰/۰۰۰
عوامل مالی	۱۳۹۶	۰/۷۲۹	۴/۰۱	۴/۲۲	۷۸/۳۸	۰/۰۰۰
عوامل اقتصادی	۱۳۹۲	۰/۴۷۳	۳/۸۳	۴/۱۳	۵۱/۹	۰/۰۰۰
عوامل اقتصادی	۱۳۹۴	۰/۳۰۹	۳/۳۱	۳/۶۹	۳۶/۰۹	۰/۰۰۰
عوامل اقتصادی	۱۳۹۱	۰/۳۷۵	۳/۸۱	۴/۲	۴۰/۱	۰/۰۰۰
عوامل اقتصادی	۱۳۹۳	۰/۵۴۳	۳/۸۹	۴/۱۶	۵۸/۹۲	۰/۰۰۰
عوامل اقتصادی	۱۳۹۳	۰/۴۸	۳/۱۶	۳/۴۱	۵۲/۷	۰/۰۰۰

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2024-04-29]

متغیرهای مورد بررسی	سال تحقیق	ضریب همبستگی	حد پایین	حد بالا	Z-value	sig
عوامل اقتصادی	۱۳۹۲	۰/۴۸	۳/۶۵	۳/۹۴	۵۲/۶۹	۰/۰۰۰
عوامل مدیریتی	۱۳۹۴	۰/۴۱۹	۴/۳۶	۴/۷۵	۴۶/۲۶	۰/۰۰۰
عوامل مدیریتی	۱۳۹۶	۰/۴۶۹	۳/۵۶	۳/۸۳	۵۲/۹۶	۰/۰۰۰
عوامل اجتماعی	۱۳۹۴	۰/۴۴۶	۳/۷۲	۴/۰۵	۴۵/۱۴	۰/۰۰۰
عوامل اجتماعی	۱۳۹۱	۰/۴۹۵	۳/۲۶	۳/۴۹	۵۵/۷۸	۰/۰۰۰
عوامل اجتماعی	۱۳۹۳	۰/۴۰۳	۴/۱۴	۴/۵۱	۴۶/۶۳	۰/۰۰۰
عوامل اجتماعی	۱۳۹۶	۰/۷۰۴	۳/۹۱	۴/۱	۸۱/۸۵	۰/۰۰۰
عوامل اجتماعی	۱۳۹۳	۰/۴۲	۳/۸۹	۴/۳	۳۹/۵۹	۰/۰۰۰
عوامل اجتماعی	۱۳۹۲	۰/۵۹۳	۳/۸۵	۴/۱	۶۲/۸	۰/۰۰۰
عوامل فرهنگی	۱۳۹۴	۰/۴۹۸	۳/۸۶	۴/۱۵	۵۲/۸۳	۰/۰۰۰
عوامل فرهنگی	۱۳۹۱	۰/۵۰۹	۳/۲۷	۳/۵	۵۷/۷	۰/۰۰۰
عوامل فرهنگی	۱۳۹۳	۰/۳۶۴	۳/۳۵	۳/۷۶	۳۳/۶۷	۰/۰۰۰
عوامل فرهنگی	۱۳۹۶	۰/۶۵۹	۳/۴۵	۳/۶۶	۶۹/۰۷	۰/۰۰۰
عوامل فرهنگی	۱۳۹۲	۰/۴۳۷	۳/۱۷	۳/۴۲	۵۳/۴۳	۰/۰۰۰
عوامل بازاریابی	۱۳۹۴	۰/۳۵۲	۳/۵	۳/۹۵	۳۲/۶۳	۰/۰۰۰
عوامل بازاریابی	۱۳۹۶	۰/۳۹۸	۳/۵۶	۳/۸۱	۴۳/۶۹	۰/۰۰۰
عوامل آموزش	۱۳۹۴	۰/۵۹	۳/۶۶	۲/۹۱	۶۱/۰۱	۰/۰۰۰
عوامل آموزش	۱۳۹۳	۰/۳۸۷	۳/۴	۳/۸۵	۳۱/۷۶	۰/۰۰۰
عوامل آموزش	۱۳۹۳	۰/۳۸۹	۳/۲۲	۳/۵۷	۳۷/۱۴	۰/۰۰۰
عوامل آموزش	۱۳۹۲	۰/۳۵	۳/۳۷	۳/۶	۳۱/۱۹	۰/۰۰۰

مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۷

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2024-04-29]

جدول ۳. نتایج تلفیق متغیرهای اثرگذار بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی

متغیر	مدل	تعداد	برآورد تلفیق		برآورد ناهمگونی			همبستگی تاو			
			برآورد	سطح معنی‌دار	کیو	درجه آزادی	مجذور ناهماهنگی	مجذور تاو	انحراف استاندارد	واریانس	تاو
فردی	ثابت	۷	۰/۳۶۸	۰/۰۰۰	۲۹۶/۴۵	۶	۹۷/۹۷	۰/۲۰۲	۰/۱۲۷	۰/۰۱۶	۰/۴۵
	تصادف		۰/۳۷	۰/۰۰۰	-	-	-	-	-	-	-
مالی	ثابت	۳	۰/۳۶۳	۰/۰۰۰	۴۵۹/۶۱	۲	۹۹/۵۹	۱/۰۹	۱/۱۶	۱/۳۴	۱/۰۴
	تصادف		۰/۳۷۲	۰/۰۰۰	-	-	-	-	-	-	-
اقتصادی	ثابت	۶	۰/۳۷۴	۰/۰۰۰	۹۳/۸۴	۵	۹۴/۶۷	۰/۱۰۵	۰/۰۷۳	۰/۰۰۵	۰/۳۲۴
	تصادف		۰/۳۷۶	۰/۰۰۰	-	-	-	-	-	-	-
مدیریتی	ثابت	۲	۰/۳۹۸	۰/۰۰۰	۵۰/۶۶	۱	۹۸/۰۲	۰/۳۶۳	۰/۵۲۳	۰/۲۷۴	۰/۶۰۲
	تصادف		۰/۴۱۲	۰/۰۰۰	-	-	-	-	-	-	-
اجتماعی	ثابت	۶	۰/۳۸۹	۰/۰۰۰	۱۰۵/۴۲	۵	۹۵/۲۵	۰/۱	۰/۰۷۲	۰/۰۰۵	۰/۳۱۶
	تصادف		۰/۳۹۴	۰/۰۰۰	-	-	-	-	-	-	-
فرهنگی	ثابت	۵	۰/۳۵۲	۰/۰۰۰	۵۹/۹۵	۴	۳۲۹۳	۰/۰۶۱	۰/۰۴۹	۰/۰۰۲	۰/۲۴۸
	تصادف		۰/۳۵۶	۰/۰۰۰	-	-	-	-	-	-	-
بازاریابی	ثابت	۲	۰/۲۹۲	۰/۰۰۰	۶۴/۱۸	۱	۹۸/۴۴	۰/۵۳۲	۰/۷۶۵	۰/۵۸۵	۰/۷۳
	تصادف		۰/۳۲	۰/۰۰۰	-	-	-	-	-	-	-
آموزش	ثابت	۴	۰/۳۵۹	۰/۰۰۰	۱۷/۵۵	۳	۸۲/۹	۰/۰۲۹	۰/۰۳	۰/۰۰۱	۰/۱۶۹
	تصادف		۰/۳۵۸	۰/۰۰۰	-	-	-	-	-	-	-

مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۷

همانگونه که در جداول فوق ملاحظه می گردد، این تحقیق، براساس داده‌های ارائه شده در گزارش هر یک از پژوهش‌های مورد نظر، به محاسبه اندازه اثر عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی پرداخته است. جدول (۳)، میانگین اندازه اثر مطالعات را نشان می‌دهد. نتایج حاصل از این جدول، نشان می‌دهد میزان همبستگی رتبه‌ای تاو[۵]در مطالعات مثبت است. ضریب همبستگی تاو بیانگر عدم سوگیری انتشار است و میزان کم انحراف استاندارد نیز نمایانگر تقارن آزمودنی‌ها و وجود ارتباط بین متغیرها است. براساس اطلاعات این جدول، اندازه اثر متغیر بازاریابی (۰/۲۹۲) به استناد تفسیر اندازه اثر کوهن، تقریباً

[۵] Kendall`s Tau

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2024-04-29]

ضعیف ارزیابی می‌شود، و اندازه اثر سایر متغیرهای شاخص مورد بررسی (عوامل فردی، اجتماعی، اقتصادی، مالی) در حد متوسط و متوسط به بالا ارزیابی می‌شود.

۵) نتیجه‌گیری

کارآفرینی فرایند ایجاد، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت به منظور تولید کالاها و خدمت‌های آتی همراه با صرف وقت، تلاش بسیار و پذیرش خطرهای مالی، روحی، اجتماعی برای به دست آوردن منابع مالی، رضایت شخصی و استقلال است. امروزه در نظریه های جدید توسعهٔ روستایی از کارآفرینی روستایی به‌عنوان راهکاری مناسب برای توانمندسازی (به‌ویژه توانمدسازی زنان روستایی) و ظرفیت‌سازی در مناطق روستایی در جهت تغییر الگوی زندگی کنونی، کاهش شکاف شهر و روستا، ایجاد برابری اقتصادی، اجتماعی، محیطی و نهادی یاد می‌شود. در عین حال کارآفرینی ابزاری مهم برای رسیدن به توسعهٔ پایدار به شمار می‌رود. بنابراین، در محیط پویا و با پتانسیل مناطق روستایی، کارآفرینی به‌عنوان یکی از اهرم‌های اصلی توسعه روستاها محسوب می‌شود چرا که ویژگی اصلی یک اقتصاد پویا وجود ایده-ها، محصولات و خدمات در حال تغییر است و در این میان کارآفرینی است که الگوهایی را برای مقابله و سازگاری با شرایط جدید رقم می‌زند. به رغم تلاش‌های ارزشمند که در جهت بسط مبانی نظری در زمینه توسعه کارآفرینی زنان روستایی در تحقیقات داخلی صورت گرفته، به نظر می‌رسد هنوز مفاهیم اولیه و مبنایی در این حوزه به خوبی مورد کاوش و تبیین قرار نگرفته است. از این رو سازمان‌های و ارگان‌های متولی مناطق روستایی و حتی محققین این بخش همواره به دنبال ترکیب جدیدی از منابع هستند تا مزیتی جدی برای خود فراهم آورند. اینجاست که اهمیت نیروی انسانی خلاق و کارآفرینی برجسته می‌شود. زمینه سازی مناسب برای فعالیت‌های کارآفرینانه در مناطق روستایی و به‌ویژه در بخش زنان و نیز محیط پشتیبانی کننده از این گونه فعالیت‌ها از مهمترین عوامل کارآفرینی روستایی به شمار می‌رود. کندوکاو در پژوهش‌ها برای رسیدن به نتایج مطمئن، رفع تناقضات موجود در انواص مطالعات و کشف شکاف‌های دانشی از عمده اهداف پژوهش علمی است. در این مقاله به فراتحلیل ۱۷ مطالعه کارآفرینی روستایی در بخش زنان پرداخته شد. توصیف و تحلیل داده‌های مجموعه این مدارک در کنار هم، به خودی خود و همچنین در مقایسه با داده‌های منابع دیگر، می‌تواند اطلاعات جدیدی را فراهم آورد که بسیار با ارزش هستند. نتایج حاصل از بررسی تحقیقات نشان داد، همه پژوهش‌ها در سطح کاربردی و ابزار گردآوری اطلاعات نیز اغلب پرسشنامه بوده است. البته امروزه، پرسشنامه‌گرایی افراطی در تحقیقات از جمله مواردی است که به آماری شدن پژوهش‌ها و عدم تبیین متغیرها منجر شده است.

علی‌رغم اینکه زنان روستایی در بسیاری از فعالیت‌های خانوار خود به صورت مستقیم شرکت داشته و حتی در بسیاری از مواقع ثابت کرده‌اند که توانایی انجام کارهای طاقت فرسای بیرون از خانواده را نیز دارا

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2024-04-29]

می‌باشند، اما باتوجه به اینکه مسئول بسیاری از فعالیت‌های دورن خانه در مناطق روستایی زنان خانوار می‌باشند و از طرفی دیگر باتوجه به مردسالا بودن اکثر مناطق روستایی کشور و با توجه به اینکه مردان روستایی اعتقاد دارند که خودشان نان‌آور خانوار بوده و به عبارتی تأمین کننده بخش اقتصادی خانوار، مردان هستند، همچنین، به دلیل فعالی نبودن سازمان‌های اجتماعی فعال در بخش زنان و فرهنگ‌سازی در جهت ایجاد یک دیدگاه مثبت برای فعالیت زنان روستایی در بیرون از خانوار و حتی در بیرون از روستای محل زندگی‌شان، بنابراین، از این عوامل (اجتماعی ـ فرهنگی) می‌توان به عنوان عوامل تأثیرگذار در توسعه کارآفرینی زنان روستایی و یا مانع جدی یاد کرد. در همین راستا، یافته‌های این تحقیق در خصوص اندازه اثر متوسط متغیرهای اجتماعی و فرهنگی آمده با نتیجه مطالعات شریفی و همکاران (۱۳۹۱)، موحدی و یعقوبی فرانی (۱۳۹۳)، عرفانجو (۱۳۹۳)، علی میرزایی و طهماسبی (۱۳۸۹)، سلیمانی (۱۳۹۱)، جمینی و همکاران (۱۳۹۵)، جمشیدی و همکاران (۱۳۹۲)، علیدوست و لشگرآرا (۱۳۹۲)، قادرمرزی و همکاران (۱۳۹۴) و یعقوبی فرانی و همکاران (۱۳۹۱) مطابقت دارد. آنها نیز در پژوهش خود رابطه معنی‌داری را بین ویژگی‌های مالی و اقتصادی زنان روستایی از جمله سطح درآمد خود و خانوار با توسعه کارآفرینی زنان روستایی نشان داده‌اند.

نتیجه‌گیری از یافته‌های تحقیق در زمینه ویژگی‌های شخصیتی زنان روستایی نشان داد که عواملی مانند خلاقیت و نوآوری، مسئولیت‌پذیری، تمایل به مخاطره و ریسک با کارآفرینی به ویژه کارآفرینی زنان روستایی در ارتباط مستقیم است و با نتایج تحقیقات موحدی و یعقوبی فرانی (۱۳۹۳)، قنبری (۱۳۹۳)، جمشیدی و همکاران(۱۳۹۲)، سلیمانی (۱۳۹۱)، همتی‌وینه (۱۳۹۱) و زارعی پهنه‌کلائی و همکاران (۱۳۹۲) مطابقت دارد. آنها در پژوهش خود رابطه معنی‌داری را بین ویژگی‌های زنان روستایی از جمله تمایل به مخاطره‌پذیری و ریسک، نیاز به استقلال، ارائه ایده‌های نو و کارآفرینی روسنایی نشان داده‌اند.

همچنین، با بررسی مطالعات مختلف در زمینه توسعه کارآفرینی روستایی (مردان و زنان) می‌توان مشاهده نمود که در اکثریت مطالعات مربوطه به عامل مالی و یا اقتصادی اشاره مستقیم و معنی‌داری شده که از دلایل آن می‌توان به پایین بودن سرانه درآمد ماهیانه خانوار و یا خود فرد کارآفرین مورد نظر و به تبع آن نداشتن پس‌انداز کافی برای انجام فعالیت‌های مورد نظر و حمایت مالی در مواقع مورد نیاز و یا اضطراری از فعالیت کارآفرین اشاره نمود. همچنین، در صورتی که فرد کارآفرین به لحاظ مالی دارای وضعیت مناسبی نباشد و یا به عبارتی دیگر دارای پشتوان مالی مناسبی نباشد مجبور بود از تسهیلات بانکی استفاده نموده و در این بین باتوجه به ضعف بودن پشتوانه مالی، در بسیاری از مواقع با مشکل ارائه وثیقه و ضامن معتبر نیز مواجه خواهد شد. در بسیاری از مطالعات انجام شده، عنوان شده است که بسیاری از زنان روستایی مورد مطالعه عامل مالی و اقتصادی را به عنوان مهمترین عامل توسعه و یا مانع کارآفرینی خودشان دانسته‌اند. نتیجه بدست آمده این تحقیق نیز اندازه اثر عامل مالی و اقتصادی در سطح متوسط برآورد نموده است که با نتیجه مطالعات موحدی و یعقوبی فرانی (۱۳۹۳)، عرفانجو

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2024-04-29]

(۱۳۹۳)، سلیمانی (۱۳۹۱)، جمینی و همکاران (۱۳۹۵)، جمشیدی و همکاران (۱۳۹۲)، علیدوست و لشگرآرا (۱۳۹۲)، قدیری معصوم (۱۳۹۳) و قادرمرزی و همکاران (۱۳۹۴) مطابقت دارد. آنها در پژوهش خود رابطه معنی‌داری را بین ویژگی‌های مالی و اقتصادی زنان روستایی از جمله سطح درآمد خود و خانوار با توسعه کارآفرینی زنان روستایی نشان داده‌اند.

در تحقیقات مختلف، مؤلفه بازاریابی به عنوان عاملی اثرگذار در ایجاد توسعه کارآفرینی روستایی در نظر گرفته شده است. توجه به بازاریابی در بخش کارآفرینی امری پویا بوده، نیازمند چیدمانی مناسب از عواملی، چون انسان، فرایندها و زیرساخت‌های لازمه در جامعه است. در دنیای تجارت رقابتی امروز، بازاریابی یک عامل کلیدی در بقا و توسعه کسب و کارهای کارآفرینی است. به‌طوری که مهارت اندک بازاریابی در کسب و کارهای کوچک اغلب به سطوح پایین‌تر عملکرد و ریسک‌های بالاتر شکست منجر می‌شود. بازاریابی تنها به معنای فروش کالا نیست، هدف از بازاریابی افزایش فروش است و این ممکن نخواهد شد مگر این که مشتری و نیازهای او در ارتباط با محصول، شناسایی و درک شوند. امروزه یکی از بزرگ‌ترین چالش‌هایی که زنان کارآفرینان روستایی با آن روبرو هستند تعریف بازار آن‌ها و شناخت نیاز مشتریان، به دلایلی از جمله دوری از شهر و یا عدم آشنایی با اصول نوین بازاریابی (مانند فضای مجازی) است. بنابراین، تعداد زیادی از زنان کارآفرینان روستایی، از تعیین یا ایجاد بازاری که محصول یا خدمت آن‌ها را تقاضا کند، غفلت می ورزند. متأسفانه دانش ناکافی از چگونگی درک کارآفرینان از بازاریابی و تحقیق بازار یکی از دلایلی است که کمتر در شکست کارآفرینان مورد اهمیت قرار گرفته است. بسیاری از کارآفرینان در رابطه با مشتریان و رقیبان دانش کافی ندارند، آن‌ها فکر می‌کنند که می‌دانند مشتری چه چیزی می‌خواهد، چطور آن را می‌خواهد، کجا و چه وقت آن را می‌خواهد. در بسیاری از موارد مالکین کسب و کارهای کارآفرینی بیان می‌کنند که مشتریان آن‌ها کافی نیستند، درآمد ناکافی است، و نیازهای مشتریان تأمین نمی‌شود. در صورتی که تحقیق بازار می‌تواند به رفع این مشکل کمک کند و راه حل درست را تشخیص دهد. نتیجه بدست آمده یافته‌های حاصل نشان داد که اندازه اثر بازاریابی بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی میزان نسبتاً بالایی دارد که با نتیجه مطالعات جمشیدی و همکاران (۱۳۹۲)، سلیمانی (۱۳۹۱)، جمینی و همکاران (۱۳۹۵)، عرفانجو (۱۳۹۳)، قادرمرزی و همکاران (۱۳۹۴) و یعقوبی فرانی و همکاران (۱۳۹۱) مطابقت دارد.

یافته‌های حاصل از این فراتحلیل نشان داد که اندازه اثر عوامل فردی و شخصیتی زنان کارآفرین روستایی، عوامل فرهنگی و اجتماعی محیط روستا ونیز عوامل مالی و اقتصادی بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی به اعتقاد کوهن در حد متوسط قرار دارد. اما اثر عوامل بازاریابی بر توسعه کارآفرینی زنان در مناطق روستایی ایران در حد بالا برآورد گردید. بنابراین توجه به بازاریابی در کارآفرینی زنان بایستی بیش ازپیش مورد توجه قرار گرفته و با استفاده از روشها و ابزار های نوین بایستی توانمندیهای زنان در دسترسی به بازار و معرفی محصول را تقویت نمود. چرا که بازاریابی محصولات کشاورزی و روستایی امری

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2024-04-29]

پویا بوده، نیازمند چیدمانی مناسب از عواملی، چون انسان، فرایندها و زیرساخت‌های لازمه در جامعه است. از این رو، به‌طور کلی می‌توان گفت کارآفرینی و به تبع آن، توسعه کارآفرینی زنان روستایی پدیده-ای پیچیده و چند بُعدی است و تحت تأثیر عوامل مختلفی قرار می‌گیرد. با توجه به نقش کلیدی حمایت دولت از طریق سازمان‌های و ارگان های مربوطه در جهت و اجرایی کردن ابعاد و اهداف کارآفرینی روستایی (مانند اشتغال‌زایی و جلوگیری از خالی شدن روستاها)، دولت باید حمایت‌های خود را به‌صورت پشتیبانی از ابراز عقاید و پیشنهادهای نوین زنان ریسک‌پذیر و نوآور ظاهر سازند و شرایط را طوری فراهم آورند که در روستاها خلاقیت و نوآوری به‌عنوان ارزش اصلی نگریسته شود.

۶) منابع

- ایمان، محمدتقی و بیژن خواجه نوری (۱۳۸۵). **فراتحلیل روشی برای مطالعه مطالعات**. فصلنامه حوزه و دانشگاه، سال ۱۲، شماره ۴۹، صص ۱۲۰-۸۳.
- جمشیدی، علیرضا، داود جمینی و حمید نظری سرمازه (۱۳۹۲). **بررسی عوامل پیش‌برنده و بازدارنده توسعه کارآفرینی زنان روستایی**. فصلنامه زن و جامعه، سال ۴، شماره ۲، صص ۱۶۶-۱۳۷.
- جمینی، داود، علیرضا جمشیدی، حسین کماسی و عطا هوشنگی، (۱۳۹۵). **تحلیل موانع توسعه کارآفرینی زنان در نواحی روستایی مود: روستاهای شهرستان چرداول**. فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال ۵، شماره ۴، صص ۶۳-۴۵.
- حسینی‌نیا، غلامحسین، احمد یعقوبی‌فرانی و رضا سیدین، (۱۳۹۳). **سنجش عوامل مؤثر بر عملکرد کسب و کارهای زنان کارآفرین در روستاهای شهرستان میانه**. فصلنامه زن در توسعه و سیاست، دوره ۱۲، شماره ۴، صص ۵۵۸-۵۴۵.
- حیدری ساربان، وکیل (۱۳۹۱). **اولویتبندی موانع مؤثر بر کارآفرینی زنان روستایی با روش*AHP***. مجله مطالعات اجتماعی روان شناختی زنان، سال ۱۱ ، شماره ۱، صص ۱۷۷-۱۵۹.
- دادورخانی، فضیله، محمدرضا رضوانی، سیاوش ایمنی و خدیجه بوذرجمهری، (۱۳۹۰). **تحلیل نقش گردشگری در توسعه‌ی ویژگی‌های کارآفرینی و گرایش به کارآفرینی در بین جوانان روستایی (مطالعه موردی: روستای کندوان و اسکندان شهرستان اسکو)**، فصلنامه‌ی پژوهش‌های جغرافیای انسانی، شماره‌ی ۷۸ ، صص ۱۹۵-۱۶۹.
- رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا، مهدی طاهرخانی و حمدالله سجاسی‌قیداری (۱۳۸۸). **تحلیل ابعاد و عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی کشاورزی مناطق روستایی: مطالعه موردی روستاهای شهرستان خدابنده**. روستا و توسعه، دوره ۱۲، شماره ۳، صص ۷۲-۴۳.
- زارعی پهنه‌کلائی، سیدحسین، امیر احمدپور و مهدی چرمچیان لنگرودی، (۱۳۹۲). **عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در شرکت‌های تعاونی روستایی زنان استان مازندران**. فصلنامه تعاون و کشاورزی، سال ۲، شماره هفتم، صص ۱۰۰-۷۹.
- زاهدی، شمس السادات و ابوالفضل محمدی (۱۳۸۴). **فراتحلیل راهی به سوی شناسایی ارزشیابی ترکیب و تلخیص پژوهش‌های گذشته**. فصلنامه مطالعات مدیریت، شماره ۴۷، صص ۵۰-۸۰.
- سجاسی قیداری، حمدالله، حمیده محمودی و فهیمه جعفری (۱۳۹۶). **تحلیل مهارت‌های کارآفرینی زنان در مناطق روستایی (مورد مطالعه: روستاهای بخش مرکزی شهرستان فریمان)**. فصلنامه پژوهش‌های روستایی، دوره ۸، شماره دوم، صص ۲۶۳-۲۴۲.

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2024-04-29]

- سجاسی قیداری، حمدالله ، حمید شایان، زهرا نوربخش رزمی(۱۳۹۶). **تحلیل موانع توسعه کارآفرینی در نواحی روستایی مورد: دهستان غنی بیگلو، شهرستان زنجان،** فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، دوره ۴، شماره ۱۲ .

- سلیمانی (۱۳۹۱) . **بررسی عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان روستایی استان همدان**. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه بوعلی سینا همدان.

- شریفی‌فر، فریده، فریبا محمدیان و فروزان شریفی‌فر (۱۳۹۴). **فراتحلیل عوامل مؤثر بر کارآفرینی در سازمان های ورزشی ایران**. فصلنامه علوم رفتاری، سال ۷، شماره ۲۶، صص ۶۳-۴۹.

- صفری، خدیجه و مالک داراب‌زاده (۱۳۹۶). **عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان روستایی در استان ایلام**. اولین همایش ملی علوم اجتماعی، علوم تربیتی، روانشناسی و امنیت اجتماعی، دانشگاه آل طه، تهران.

- عرفانجو، سمانه (۱۳۹۳). **بررسی تأثیر مشاغل خانگی زنان در بهبود وضعیت اقتصادی و اجتماعی مناطق روستایی (مطالعه موردی بخش مرکزی شهرستان بیرجند)**. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه بیرجند.

- علیدوست، سمیه و فرهاد لشگرآرا (۱۳۹۲). **موانع توسعه کارآفرینی زنان روستایی (مطالعه موردی: شهرستان گرمسار)**. مجله پژوهش‌های ترویج و آموزش کشاورزی، سال ۶، شماره ۱، صص ۱۶-۷.

- علیدوست، سمیه، فرهاد لشگرآرا و فرج‌اله حسینی (۱۳۹۱). **اولویت‌بندی موانع توسعه کارآفرینی زنان روستایی شهرستان گرمسار،** کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان، صص: ۴۵-۳۱.

- علی‌میرزایی، عرفان و مریم طهماسبی (۱۳۸۹). **موانع توسعه کارآفرینی زنان روستایی (مطالعه موردی دهستان مینوبار آبادان)**. همایش ملی مدیریت نوآوری. شیراز، https://www.civilica.com/Paper-MIEAC01-MIEAC01_579.html

- قادرمرزی، حامد، علیرضا جمشیدی، داود جمینی و حمید نظری سرمازه (۱۳۹۴). **شناسایی موانع توسعه کارآفرینیِ زنان روستایی (مطالعه موردی: دهستان شلیل شهرستان اردل)**. فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای، سال پنجم، شماره ۱۷، صص ۱۱۸-۱۰۳.

- قاسمی، مهدی و محمد بادسار (۱۳۹۶). **فراتحلیل عوامل مؤثر بر توسعه ی کارآفرینی روستایی در ایران.** همایش ملی بررسی راه کارهای مدیریتی توسعه کارآفرینی روستایی در ایران، ۳۰ فروردین، ۱۳۹۶، دانشگاه حکیم سبزواری.

- قدیری معصوم، مجتبی، مهدی چراغی، نسرین کاظمی، زهره زارع (۱۳۹۳) . **تحلیل موانع توسعه کارآفرینی در نواحی روستایی مورد: دهستان غنی بیگلو، شهرستان زنجان،** فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، دوره ۴، شماره ۱۲ .

- قنبری، الهام (۱۳۹۳) **بررسی مؤلفه‌های تأثیرگذار بر کارآفرینی زنان روستایی روستاهای بخش مرکزی شهرستان ابرکوه**. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه بیرجند.

- مرکز آمار ایران (۱۳۹۵). **آمارگیری نفوس مسکن ایران**.

- مهرانی، آزاده (۱۳۸۹). **نگرشی بر موانع اشتغال و کارآفرینی زنان**. اولین کنفرانس سالانه مدیرت، نوآوری و کارآفرینی شیراز، ۲۷ و ۲۸ بهمن ۱۳۸۹، صص ۱۰-۱. قابل دسترس: http://www.civilica.com/copid/MIEAC0 1-6۹۱-۵۶۲۶۱۲.PDF/

- مهری، نادر، رضا اسماعیلی، مهدیه رجبی رستمی، مهدیه و محمد ترکاشوند (۱۳۹۱). **فراتحلیل اثربخشی برنامه-های پیشگیری در تغییر نگرش دانش آموزان نسبت به سوءمصرف مواد در ایران**. فصلنامه اعتیاد پژوهی سوءمصرف مواد، سال ۶، شماره ۲۳، صص ۲۶-۹.

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2024-04-29]

- موحدی، رضا و احمد یعقوبی فرانی (۱۳۹۱). **بررسی و تحلیل موانع و محدودیت‌های توسعه کارآفرینی زنان روستایی در ایران**. فصلنامه کار و جامعه، شماره ۱۴۲، صص ۵۰-۳۸.

- نصرالهی واسطی، لیلا، (۱۳۹۳)، **بررسی نظری و تجربی رابطه میان مشارکت اجتماعی و روحیه کارآفرینی زنان روستایی: (مطالعه موردی: دهستان شیروان از توابع شهرستان بروجرد)**، توسعه روستایی، دوره ششم، شماره ۲، صص ۱۱۳-۱۴۳.

- همتی وینه، هانا (۱۳۹۱) **شناسایی و تحلیل عوامل تعیین کننده موفقیت کسب و کارهای زنان روستایی در شهرستان کرمانشاه**. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان.

- همتی‌وینه، هانا، احمد عابدی سروستانی، غلامحسین عبدالله‌زاده و محمدرضا محبوبی (۱۳۹۱). **اشتغال خانگی و موانع کسب وکار زنان: مطالعه‌ای درباره زنان روستایی شهرستان کرمانشاه**، کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان.

- یاسوری، مجید، محمدباسط قرشی، و ژیلا وطنخواه(۱۳۹۴). **تحلیل موانع و راهکارهای توسعه کارآفرینی زنان روستایی دهستان گوراب پس فومن**. فصلنامه پژوهش‌های روستایی، دوره ۶، شماره ۲، صص ۳۴۲-۳۲۳.

- یعقوبی فرانی، احمد (۱۳۹۱). **بررسی و تحلیل موانع و محدودیت‌های توسعهٔ کارآفرینی زنان روستایی در ایران**. مجلهٔ کار و جامعه، شماره ۱۴۲، ص ۵۰-۳۸.

- Allen, J. C.; Korsching, P.F., and R. Vogt ,(2003). **Examination of Community Action Field Theory Model for Locality Based Entrepreneurship**. Paper Presented at the Annual Rural Sociological Society Meeting, Montreal, Canada.

- Askun, B, Yıldırım, Nihan, (2011), "**Insights on Entrepreneurship Education in Public Universities In Turkey: Creating Entrepreneurs Or Not**?", Procedia Social and Behavioral Sciences, PP. 663–676.

- Cabala, J. ,(2008). **Design rural entrepreneurship in practice, COTF System for Community Transformation**. New York: Guilford Press.

- Djivre, J. ,(2006)**, Female entrepreneurs of the north breaking ground**, current research issue in small business development commerce. Retrieved from http://www.civilica.com/.

- Driga, O., Lafuente, E., Vaillant, Y.,(2008), "**Reasons for the relatively lower entrepreneurialactivity levels of rural women in Spain**". Sociologia Ruralis 49 (1), 72-9۶.

- Ellis, F, ,(2003), **Livelihoods and rural poverty reduction in Kenya**, Development Policy Review, (13):566-571.

- Forter,L.M. ,(2006). **Entrepreneurs and Their Social Network: Motivation, Expectations and Outcomes**.PhD Dissertation, Vol28, pp. 1557-75.

- Glass, G. V. ,(2000),. **Meta-Analysis At 25**. Arisona State University, College of Education. Http://Www. Gvglass.Info/Papers/Meta25. Html (Accessed 22 Feb.2014).

- Julian, S. D.; Justis, R. T. and Keels, J. K. ,(2000), "**SWOT, SWot, or swOT?: an exploration of the relative effect of the internal and external environments on organizational responses to a strategic issue**". Available on: http://www.sba.muohio.edu/management/mwAcademy/2000/31b.pdf.

- Shane, S., Venkataraman, S. ,(2000), "**The promise of entrepreneurship as a field of research**", Academy of Management Review, 25: 217–2۲۶.

- Sivanesan, R. ,(2014). **A Comparative Study on Rural and Urban Women Entrepreneurs – Pros-pects and Challenges**. International Journal of Research in Management & Business Studies,Vol. 1, No.3, pp.28-34.

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2024-04-29]

- Stratigaki, M. (Ed.), (2005), **Entrepreneurship of Women. Aspects of Ownership and Management**, Gutenberg, Athens (in Greek).

- World Bank .(2002). **Reading the rural poor: UN Updated Strategy for Rural Development**, Washington D.C, (1):65-۶۸. □□□□, □ (۲۰۱۲). □□□□□□ □□□□□□□ □□□ □□□□□□ entrepreneurship in rural regions: evidence from Vietnam, Applied geography, Vol. 35, Issues ۱-۲, □□: ۳۰۸-۳۱۵.

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2024-04-29]