Kharazmi University

Space Economy and Rural Development

Online ISSN: 2588-476x
Homepage: https://khu.ac.ir

Social Entrepreneurship and Its Role in the Economic Empowerment of Rural Women (Case Study: Women Employed in Clothing Production Units in Topqareh Rural District, Khodabandeh County)

Azam Bideli [1] | **Jamshid Einali** [2]✉ | **Maryam Mohammadlo** [3]

1. Department of Geography, Faculty of Humanities, University of Zanjan, Zanjan, Iran. E-mail: bigdeli2211@gmail.com
2. Corresponding Author, Department of Geography, Faculty of Humanities, University of Zanjan, Zanjan, Iran. E-mail: einalia@znu.ac.ir
3. Department of Human Geography, Faculty of Geographical Sciences, Kharazmi University, Tehran, Iran. E-mail: maryam.mohammadlo@znu.ac.ir

Article Info

Article type:
Research Article

Article history:
Received 25 April 2025
Received in revised form 10 October 2025
Accepted 19 November 2025
Published online 19 February 2026

Keywords:
Zanjan Province,
Rural Economy,
Women's Empowerment,
Rural Development,
Social Entrepreneurship,
Self-help Groups.

ABSTRACT

Objective: The present study aims to investigate the role of social entrepreneurship based on self-help groups in the economic empowerment of rural women in Topqareh rural district in Khodabandeh County (Zanjan province).

Methods: The present study is of an applied type, and its method is descriptive-analytical. The statistical population of the study is 645 women working in a clothing production workshop, of which 240 were selected as a sample using the Cochran formula. Due to the high participation of the individuals, 271 questionnaires were completed and used as the basis for analysis. A field method based on completing a questionnaire was used to collect data. The collected data were analyzed using one-sample t-tests, Wilcoxon, and Kruskal-Wallis tests.

Results: The results of the one-sample t-test showed that social entrepreneurship has a positive effect on all indicators of rural women's empowerment, and the indicators of participation in household decision-making and promotion of women's personal and social security both had the greatest impact on rural women's empowerment, with a numerical mean of (4.11). Also, the results of the Wilcoxon test showed that there was a significant difference in all research indicators at the 99% level, and the greatest changes were observed in the indicators of socio-economic self-reliance (-11.511) and social freedom and mobility (-11.508).

Conclusions: Social entrepreneurship based on rural women's self-help groups has helped improve the economic indicators of rural women's empowerment.

Cite this article: Bideli, A., Einali, J., & Mohammadlo, M. (2026). Social Entrepreneurship and Its Role in the Economic Empowerment of Rural Women (Case Study: Women Employed in Clothing Production Units in Topqareh Rural District, Khodabandeh County). *Space Economy and Rural Development*, 14 (54), 59-76. http//doi.org/10.66224/serd.14.54.6

© The Author(s)
Publisher: Kharazmi University
DOI: http//doi.org/10.66224/serd.14.54.6

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-06]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1404.14.54.3.7]
[DOI: 10.66224/serd.14.54.6]

EXTENDED ABSTRACT

Introduction

As half of the rural population and workforce, women complement the rural household economy through vital productive roles, directly through income generation and indirectly through helping to meet expenses and savings, and contribute to the growth of the local economy. As a fundamental driver of economic growth, women entrepreneurs play an important role in the development of small businesses in economies in transition. However, in most developing countries, rural women play an invisible role in the economy of rural areas as unpaid family workers and are heavily dependent on their families economically. Given the fact that not all challenges of society, and especially rural communities, can be resolved with solutions based on market and economic approaches, social entrepreneurship has attracted the attention of experts as a facilitating factor for creating positive changes and overcoming gender barriers in the development of local economies. Some researchers introduce social entrepreneurship as a non-regulated innovation of the public sector, which is a form of assistance or provision of microfinance resources for collective and group action. From the perspective of some other researchers, social entrepreneurship emphasizes the existence of two basic elements: 1- discovery and exploitation of new job and business opportunities, and 2- social values for marginalized and disadvantaged groups and individuals. Therefore, the purpose of this study is to investigate the role of social entrepreneurship based on the formation of self-help and spontaneous groups among rural women in creating job opportunities and new sources of income on the indicators of economic and social empowerment of rural women. Therefore, the present study tries to answer the following questions:

1. Has the formation of self-help groups in a group manner helped to improve the conditions of entrepreneurship for rural women in the study area?
2. Has the improvement of social entrepreneurship fields led to the improvement of the indicators of social and economic empowerment of women members of self-help groups?

Methods

The present study is applied in terms of its purpose and descriptive and survey in terms of its data collection method. The statistical population of the study is 645 rural women working in clothing production workshops that operate in a group and self-help manner in the Topqareh rural district (Dutapeh district, Khodabandeh county). Therefore, considering the assumption (people with the attribute = 49) and (people without the attribute = 51) and the accuracy of speech (1.96) using the Cochran formula, 240 people were selected as a sample, and due to the high participation of people, 271 questionnaires were completed. The validity of the questionnaire items was examined by a group of experts, and the reliability of the variables was calculated as 0.735 with 10% of the questionnaires completed by the target group using Cronbach's alpha. To collect the data required in the study, a researcher-made questionnaire was used. Quantitative analysis of questionnaire data was performed using statistical tests such as the one-sample t-test, Wilcoxon, and Kruskal-Wallis.

Results

The analytical findings of the questionnaire data were examined according to the classification of women's empowerment indicators affected by the development of social entrepreneurship based on group activities into 6 categories (freedom and social mobility, socio-economic self-reliance, control of financial resources, personal and social security, participation in household decision-making, and social convergence and cohesion). The results of the data analysis using

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-06]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1404.14.54.3.7]
[DOI: 10.66224/serd.14.54.6]

a one-sample t-test considering numerical desirability (3) showed that the effect of social entrepreneurship based on rural women's self-help groups on all women's empowerment indicators was significant at the 99% level and the difference from the mean was reported to be positive in all cases. In addition, the confidence interval at the 95% level was also positive in the upper and lower bounds. A detailed examination of the results showed that among the indicators studied, the indicators of participation in household decision-making and promotion of women's personal and social security, both with a numerical average of (4.11) and the index of women's freedom and social mobility with a numerical average of (4.08), have the greatest impact on the empowerment of rural women from the formation and development of social entrepreneurship based on women's groups. A significant examination of the difference in the indicators of rural women's empowerment before and after the formation and development of social entrepreneurship activities based on rural women's self-help groups using the Wilcoxon test showed that there is a significant difference between the research indicators at the 99% level. So that, the greatest changes in terms of z-statistics are observed in the socio-economic self-reliance index of rural women with (-11.511) and the least changes in the index of social cohesion and cohesion (-10.993). Therefore, based on the results, it can be pointed out that social entrepreneurship, based on the group and self-help activities of rural women, which are formed on the basis of local social capital and most of the group members have kinship relationships, has effectively contributed to the improvement and sustainability of entrepreneurial units.

Conclusion

Social entrepreneurship, as a non-profit venture to pursue social goals, tries to respond to the challenges and social and economic issues of society through collective and group action, equality in decision-making and management of activities, strengthening social relations between group members, and respect for group values. Considering the indicators used in the research, it can be said that the findings of the present study are consistent with the results of Kapoor's (2019) study in rural areas of India and Barakit et al. (2019) on the positive impact of social entrepreneurship in promoting women's participation, responsibility, and management in household decision-making. Also, the findings of the study are consistent with the results of Mahato and Jha (2024) and Dixit et al. (2023) on the role and importance of social entrepreneurship based on self-help groups in promoting the social and economic security of rural women. In the Women's Freedom and Social Mobility Index, the research results are consistent with the findings of Harsuno et al. (2023) in Indonesia and Senapati and Ojha (2019) in India. On the other hand, the research results are consistent with the findings of Nasiruddin et al. (2023) regarding the effectiveness of individuals' freedom in economic decision-making and empowerment in trying to overcome the challenges they face. Also, in the Women's Socio-Economic Self-Reliance Index, the research findings are consistent with the results of studies by Rezaei Moghadam et al. (2023), Saripalli et al. (2019), Heywood (2020), and Ballan (2018).

Keywords: Zanjan Province, Rural Economy, Women's Empowerment, Rural Development, Social Entrepreneurship, Self-help Groups.

Author Contributions

The level of participation of the authors in this article is equal.

Data Availability Statement

Data will be available upon request.

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-06]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1404.14.54.3.7]
[DOI: 10.66224/serd.14.54.6]

Acknowledgements
The authors express their gratitude to all participants in the present study.

Ethical considerations
The authors adhered to ethical principles in conducting and publishing this research, and all authors approve this statement.

Funding
This research received no specific grant from any public, commercial, or nonprofit funding agency.

Conflict of interest
The authors declare that there is no conflict of interest.

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-06]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1404.14.54.3.7]
[DOI: 10.66224/serd.14.54.6]

دانشگاه خوارزمی

اقتصاد فضا و توسعه روستایی

شاپا الکترونیکی: ۲۵۸۸-۴۷۶X

Homepage: https://khu.ac.ir

کارآفرینی اجتماعی و نقش آن در توانمندسازی اقتصادی زنان روستایی (مطالعهٔ موردی: زنان شاغل در واحدهای تولید لباس در دهستان توپقره شهرستان خدابنده)

اعظم بیگدلی [۱] | جمشید عینالی [۲]✉| مریم محمدلو [۳]

۱. گروه جغرافیا، دانشکدهٔ علوم انسانی، دانشگاه زنجان، زنجان، ایران. رایانامه: bigdeli2211@gmail.com

۲. نویسنده مسئول، گروه جغرافیا، دانشکدهٔ علوم انسانی، دانشگاه زنجان، زنجان، ایران. رایانامه: einalia@znu.ac.ir

۳. گروه جغرافیا، دانشکدهٔ علوم انسانی، دانشگاه زنجان، زنجان، ایران. رایانامه: maryam.mohammadlo@znu.ac.ir

اطلاعات مقاله

نوع مقاله:
مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۲/۰۵
تاریخ بازنگری: ۱۴۰۴/۰۷/۱۸
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۸/۲۸
تاریخ انتشار: ۱۴۰۴/۱۱/۳۰

کلیدواژه‌ها:
استان زنجان،
اقتصاد روستایی،
توانمندسازی زنان،
توسعه روستایی،
کارآفرینی اجتماعی،
گروه‌های خودیار.

چکیده

هدف: پژوهش حاضر به بررسی نقش کارآفرینی اجتماعی مبتنی بر گروه‌های خودیار در توانمندسازی اقتصادی زنان روستایی در دهستان توپقره (شهرستان خدابنده- استان زنجان) پرداخته است.

روش پژوهش: پژوهش حاضر از نوع کاربردی و روش آن توصیفی- تحلیلی است. جامعهٔ آماری تحقیق ۶۴۵ نفر از زنان شاغل در کارگاه تولیدی لباس است که با استفاده از فرمول کوکران، تعداد ۲۴۰ مورد به عنوان نمونه انتخاب شده بود. به دلیل مشارکت بالای افراد تعداد ۲۷۱ پرسشنامه تکمیل و مبنای تحلیل قرار گرفت. برای گردآوری داده‌ها از روش میدانی مبتنی بر تکمیل پرسشنامه استفاده شده است. داده‌های گردآوری شده با بهره‌گیری از آزمون‌های T تک‌نمونه‌ای، ویلکاکسون و کروسکال والیس تجزیه و تحلیل شده است.

یافته‌ها: نتایج آزمون T تک‌نمونه‌ای نشان داد که کارآفرینی اجتماعی تأثیر مثبتی بر روی همهٔ شاخص‌های توانمندسازی زنان روستایی دارد و شاخص‌های مشارکت در تصمیم‌گیری‌های خانوار و ارتقای امنیت فردی و اجتماعی زنان هر دو با میانگین عددی (۴/۱۱) بیش‌ترین تأثیر را در توانمندسازی زنان روستایی داشته است. هم‌چنین، نتایج آزمون ویلکاکسون نشان داد که تفاوت معناداری در همهٔ شاخص‌های تحقیق در سطح ۹۹ درصد وجود دارد و بیش‌ترین تغییرات در شاخص‌های خوداتکایی اجتماعی- اقتصادی (۱۱/۵۱۱-) و آزادی و تحرک اجتماعی (۱۱/۵۰۸-) مشاهده شده است.

نتیجه‌گیری: کارآفرینی اجتماعی مبتنی بر گروه‌های خویار زنان روستایی به بهبود شاخص‌های اقتصادی توانمندسازی زنان روستایی کمک کرده است.

استناد: بیگدلی، اعظم؛ عینالی، جمشید؛ و محمدلو، مریم (۱۴۰۴). کارآفرینی اجتماعی و نقش آن در توانمندسازی اقتصادی زنان روستایی (مطالعهٔ موردی: زنان شاغل در واحدهای تولید لباس در دهستان توپقره شهرستان خدابنده). *اقتصاد فضا و توسعه روستایی*، ۱۴ (۵۴)، ۵۹-۷۶.
http//doi.org/10.66224/serd.14.54.6

ناشر: دانشگاه خوارزمی

© نویسندگان

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-06]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1404.14.54.3.7]
[DOI: 10.66224/serd.14.54.6]

مقدمه

زنان به عنوان نیمی از جمعیت و نیروی کار روستایی از طریق نقش‌های حیاتی تولیدی به طور مستقیم از طریق کسب درآمد و به طور غیرمستقیم از طریق کمک به تأمین مخارج و پس‌انداز، مکمل اقتصاد خانوار بوده و به رشد و توسعه اقتصاد محلی (جابین[۱]، ۲۰۲۰؛ وستهیاد و سولیسویک[۲]، ۲۰۱۶) و کاهش فقر روستایی کمک می‌کنند (کاپور[۳]، ۲۰۱۹). بررسی منابع نشان می‌دهد که زنان کارآفرین نقش نقش مهمی در توسعهٔ مشاغل کوچک و متوسط مقیاس در اقتصادهای موسوم به گذار دارند (ژو[۴] و همکاران، ۲۰۱۹). بنابراین، با توجه به ویژگی‌های فرهنگی و مذهبی مشترک بررسی مطالعات در کشورهای در حال توسعهٔ مسلمان مانند عمان (قوسه[۵] و همکاران، ۲۰۲۳)، ایران (رضایی مقدم و همکاران، ۲۰۲۳)، پاکستان (نصیر[۶] و همکاران، ۲۰۱۹)، ترکیه (آنادولتووا[۷]، ۲۰۲۳) و مصر (برهام[۸] و همکاران، ۲۰۲۳) نشان می‌دهد که کارآفرینی زنان به ویژه در کسب‌وکارهای خرد می‌تواند به عنوان یک محرک اساسی رشد و توسعه اقتصادی تبدیل شود. با این وجود، در بیش‌تر کشورهای در حال توسعه زنان روستایی به عنوان کارگران خانوادگی بدون دستمزد، نقش نامرئی در اقتصاد مناطق روستایی ایفا می‌کنند و از نظر اقتصادی به شدت به خانواده‌های خود وابسته هستند (دشپانده و کابیر[۹]، ۲۰۲۴).

با توجه به چالش‌های متعدد پیش روی کارآفرینان زن روستایی و این که همهٔ چالش‌های جامعه و بویژه جوامع روستایی را نمی‌توان با راه‌های مبتنی بر رویکردهای بازار و اقتصاد مرتفع نمود (گومز- باگیتهان و مرادیان[۱۰]، ۲۰۱۵)، محققان و صاحب‌نظران به نقش مؤثر کارآفرینی اجتماعی در توسعهٔ اجتماعی و اقتصادی گروه‌های کم‌درآمد و در حاشیه مانده از فرآیند توسعه توجه ویژه‌ای کرده‌اند و از آن به عنوان یک عامل تسهیلگر برای ایجاد تغییرات مثبت و غلبه بر موانع جنسیتی در توسعهٔ اقتصادی از طریق کارآفرینی تأکید کرده‌اند (پیلیزا ویر ماچادو[۱۱] و همکاران، ۲۰۲۱). برخی از محققان کارآفرینی اجتماعی را به منزلهٔ یک نوآوری معرفی می‌کنند که یک شکل از کمک یا تأمین منابع مالی خرد برای یک اقدام جمعی و گروهی بوده (ماکسوم[۱۲] و همکاران، ۲۰۲۰) و بخشی از نگاه غیرتنظیمی دولت در راستای توسعه نگریسته می‌شود (اُبادی[۱۳] و همکاران، ۲۰۱۸). از دیدگاه برخی دیگر از محققان، کارآفرینی اجتماعی به وجود دو عنصر اساسی ۱- کشف و بهره‌برداری از فرصت‌های شغلی و کسب‌وکار جدید و ۲- ارزش‌های اجتماعی برای گروه‌ها و افراد در حاشیه مانده و نابرخوردار تأکید می‌کنند (پیلیزا ویر ماچادو و همکاران، ۲۰۲۱؛ مونگلی و رولانی[۱۴]، ۲۰۱۷).

براساس آخرین سرشماری نفوس و مسکن جمعیت روستایی ایران بالغ بر ۲۱ میلیون نفر (۲۵ درصد از کل جمعیت ایران) است، که زنان روستایی با ۱۰ میلیون و ۱۰۰ هزار نفر به عنوان نیمی از نیروی کار روستایی هستند. به طوری که، از مجموع ۷۳۹۰۳۰۵ نفر زن ۱۵ ساله و بیش‌تر، ۹۳۰۰۴۶ نفر فعال بوده‌اند که از این تعداد ۷۵۵۲۰۶ نفر شاغل و ۱۷۴۸۴۰ نفر نیز بیکار بوده‌اند. بیش‌تر شاغلین زن روستایی نوع شغل خود را خانه‌داری اعلام کرده‌اند. از سویی دیگر، بیش‌ترین تعداد بیکاران زن روستایی در گروه سنی ۲۰ تا ۴۰ سال با تعداد ۱۴۶۳۰۷ نفر بوده‌اند (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵). هدف این تحقیق بررسی نقش کارآفرینی اجتماعی مبتنی بر تشکیل گروه‌های خودیار و خودجوش در بین زنان روستایی در ایجاد فرصت‌های شغلی و منابع درآمدی جدید بر روی شاخص‌های

---

۱ - Jabeen
۲ - Westhead & Solesvik
۳ - Kapoor
۴ - Zhu
۵ - Ghouse
۶ - Nasir
۷ - Annadovletova
۸ - Borham
۹ - Deshpande & Kabeer
۱۰ - Gómez-Baggethun, & Muradian
۱۱ - Pelizza Vier Machado
۱۲ - Maksum
۱۳ - Obadeyi
۱۴ - Mongelli & Rullani

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-06]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1404.14.54.3.7]
[DOI: 10.66224/serd.14.54.6]

توانمندسازی اقتصادی و اجتماعی زنان روستایی است. به این منظور دهستان توپقره از توابع بخش دوتپه شهرستان خدابنده با توجه به راه‌اندازی و توسعهٔ واحدهای تولید پوشاک به صورت گروه‌های خودیار با سرمایه‌گذاری و مدیریت مشترک اعضا و در مواردی کمک گرفتن از خیرین در دو دههٔ اخیر توسط برخی از زنان مورد بررسی قرار گرفته است. بنابراین، تحقیق حاضر سعی می‌کند به سوالاتی مانند: ۱- آیا تشکیل گروه خودیار به شیوهٔ گروهی به بهبود شرایط کارآفرینی زنان روستایی در منطقهٔ مورد مطالعه کمک کرده است؟ و ۲- آیا بهبود زمینه‌های کارآفرینی اجتماعی به بهبود شاخص‌های توانمندسازی اجتماعی و اقتصادی زنان عضو گروهای خودیار منجر شده است؟

پیشینه پژوهش

۱. کارآفرینی اجتماعی: تعاریف و مفاهیم

کارآفرینی به‌عنوان ستون فقرات رشد اقتصادی در کشورهای مختلف شناخته می‌شود و تشویق به ابتکارات کارآفرینی یکی از راهکارهای مؤثر برای کاهش فقر و توانمندسازی اجتماعی- اقتصادی اقشار نابرخوردار، به‌ویژه زنان بوده و یکی از اهداف کلیدی توسعه پایدار روستایی قلمداد می‌شود (اُپوت[۱] و همکاران، ۲۰۲۱؛ لی[۲] و همکاران، ۲۰۱۹). در سال‌های اخیر، کارآفرینی اجتماعی و زنان به دو حوزه برجسته در تحقیقات کارآفرینی تبدیل شده‌اند. محققان حوزه جنسیت و تنوع تأکید کرده‌اند که زنان به دلیل شایستگی‌هایی نظیر دلسوزی، همدلی و احساسی بودن، نسبت به مردان برای رهبری و اجرای استراتژی‌های فراگیر در کارآفرینی اجتماعی مناسب‌تر بوده (بورکویست و دِ بروین[۳]، ۲۰۱۹) و نقش پیشرو در پیشبرد اهداف کارآفرینی اجتماعی بویژه در کسب‌وکارهای خرد ایفا می‌کنند (سناپاتی و اوجا[۴]، ۲۰۱۹؛ دشپانده و کابیر، ۲۰۲۴). با توجه به این واقعیت که بسیاری از مشکلات و چالش‌های اجتماعی جوامع، به‌ویژه در اقتصادهای در حال توسعه با درآمد پایین را نمی‌توان به تنهایی با رویکردهای مبتنی بر بازار حل و فصل کرد (گومز- بگتهون و مورادیان، ۲۰۱۵؛ دیس[۵]، ۲۰۰۸)، توجه به کارآفرین اجتماعی با نگرش غیر انتفاعی می‌تواند موثر و کارآمد باشد. در این رابطه، کارآفرینان اجتماعی، همانند کارآفرینان تجاری، فرصت‌ها را شناسایی کرده و سرمایه‌گذاری‌های جدیدی را راه‌اندازی می‌کنند تا به نیازها یا تقاضاهای بیشتری به طور کارآمد و پایدار پاسخ دهند (ژور[۶]، ۲۰۲۱). با این حال، کارآفرینی اجتماعی از کارآفرینی سنتی متمایز بوده و هدف اصلی آن ایجاد ارزش اجتماعی به‌عنوان یک رفتار اخلاقی است که با هدف نهایی کارآفرینی سنتی که دستیابی به منافع اقتصادی خصوصی است تفاوت دارد (چودری[۷] و همکاران، ۲۰۲۱). این نوع کارآفرینی، به‌عنوان کاتالیزوری برای تغییرات اجتماعی، توسط محققانی چون اوبیروی و هالسال[۸] (۲۰۱۹)، دیاله[۹] و همکاران (۲۰۲۱) و موهانتی[۱۰] و همکاران (۲۰۲۳) توصیف شده است که بر عدم انتظار سود مستقیم پولی از سرمایه‌گذاری‌های خود تأکید دارند.

کارآفرینی اجتماعی به‌عنوان «فعالیت کارآفرینانه با هدف اجتماعی نهفته» تعریف شده است (اسکوتو[۱۱] و همکاران، ۲۰۲۳) و رویکردی نوین برای حل مسائل و چالش‌های اجتماعی جوامع است که معمولاً توسط سازمان‌های دولتی و غیرانتفاعی دنبال می‌شود (آبیه[۱۲] و همکاران،

۱- Opute
۲- Li
۳- Borquist & de Bruin
۴- Senapati & Ojha
۵- Dees
۶- Żur
۷- Chowdhury
۸- Oberoi & Halsall
۹- Diale
۱۰- Mohanty
۱۱- Scuotto
۱۲- Abebe

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-06]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1404.14.54.3.7]
[DOI: 10.66224/serd.14.54.6]

۲۰۲۰؛ بتز[۱] و همکاران، ۲۰۱۸). به منظور مقابله با اشکال جدید فقر و طرد اجتماعی[۲] (قریشی و همکاران، ۲۰۲۳) ناشی از عقب‌نشینی تدریجی دولت رفاه از ارائه خدمات اجتماعی و در نتیجه ناتوانی یا عدم تمایل بازارها برای برآورده کردن این نیازها با قیمت‌های منصفانه و مقرون‌به‌صرفه از دهۀ ۱۹۹۰ در کشورهای توسعه یافته (برگس لادیرا و وییر ماچادو[۳]، ۲۰۱۳) مورد توجه قرار گرفته است. کارآفرینی اجتماعی بخشی از بخش سوم یا غیرانتفاعی[۴] است که در آن سازمان‌هایی با اهداف اجتماعی توسط افراد و بر پایه فعالیت‌های داوطلبانه ایجاد شده‌اند (مونترو[۵] و همکاران، ۲۰۲۲). ایده این بخش متمایز، از اواسط دهه ۱۹۷۰ و در ارتباط با جنبش‌های بوم‌شناسی، فمینیسم و بحران دولت رفاه مطرح شد (بورزاگا و دفورنی[۶]، ۲۰۰۱؛ هودکوا[۷] و همکاران، ۲۰۱۸). گفتمان حاکم بر کارآفرینی اجتماعی به نظریه‌های کلاسیک در مورد بخش سوم یا غیرانتفاعی اشاره دارد (جونز و دونمویر[۸]، ۲۰۱۵) که به تعبیر ژاک دفورنی[۹] (۲۰۰۱)، «روحیۀ کارآفرینی جدید متمرکز بر اهداف اجتماعی» را ارائه می‌دهد (هودکووا و همکاران، ۲۰۱۸: ۳۷۸). بر اساس معیارهای هنجاری، سازمان‌های بخش سوم که به اقتصاد اجتماعی تعلق دارند و اصول خاصی از قبیل (۱) هدف خدمت به جامعه و منافع اجتماعی به جای منافع سرمایه، (۲). ساختار مدیریتی مستقل و جدا از هر دو بخش عمومی و خصوصی، (۳) ماهیت دموکراتیک فرآیندهای تصمیم‌گیری، که بیان نهایی آن شعار «یک نفر، یک رأی» است و (۴) تقدم مردم بر سرمایه در توزیع درآمد را در ساختار داخلی و اهداف خود لحاظ می‌کنند (پرِنت[۱۰] و همکاران، ۲۰۱۲). بودجۀ مورد نیاز بخش سوم به طور عمده از طریق عضویت اعضاء تأمین می‌شود (دفورنی و نیسنس[۱۱]، ۲۰۱۷) و با سرمایه‌گذاری گسترده در منابع انسانی و مادی به شنیدن صدای سازمان‌های داوطلبانه و در نتیجه تقویت و تسهیل ظرفیت‌سازی جوامع محلی می‌انجامد (تریودی[۱۲]، ۲۰۱۰).

بررسی منابع نشان می‌دهد که محققان، کارآفرینی اجتماعی را به عنوان ابزاری قدرتمند برای کاهش بیکاری (مولیانینگسیه و رامادانی[۱۳]، ۲۰۱۷)، راهکاری برای کاهش فقر (وو و سی[۱۴]، ۲۰۱۸)، بهبود امنیت اجتماعی– اقتصادی (دیکسیت[۱۵] و همکاران، ۲۰۲۳؛ ماهاتو و جها[۱۶]، ۲۰۲۴)، توانمندسازی زنان (مولیانینگسیه و رامادانی، ۲۰۱۷) و تقویت یکپارچگی اجتماعی و توزیع عادلانۀ فرصت‌های جدید (هودکووا و همکاران، ۲۰۱۸) تشخیص داده‌اند. هاگ و کیتسون[۱۷] (۲۰۰۷) کارآفرینی اجتماعی را به سه دسته، الف) بخش داوطلبانه: مؤسسات خیریه، انجمن‌های مسکن و انجمن‌های اجتماعی؛ ب) بخش اجتماعی: گروه‌های کوچکی که به صورت محلی سازماندهی می‌شوند و شامل جوامع مدنی، گروه‌های حمایتی و انجمن‌های محلی می‌شوند و ج) بخش شرکت اجتماعی: سازمان‌ها و مشاغلی با اهداف اجتماعی مانند اتحادیه‌های اعتباری و شرکت‌های ذینفع جامعه تقسیم نمودند. ناگلر[۱۸] (۲۰۰۷) با تجزیه‌وتحلیل ادبیات موجود و تعاریف مطالعات تحقیقاتی تجربی، کارآفرینی اجتماعی را از چهار بُعد مفهومی مورد بررسی قرار می‌دهد (ناگلر، ۲۰۰۷ به نقل از هامبرت، ۲۰۱۲): الف– کارآفرینی اجتماعی رشته‌ای است که مدل‌های کسب‌وکار مقرون‌به‌صرفه اقتصادی را به نفع برآوردن نیازهای اجتماعی اتخاذ می‌کند. ب– حوزه‌ای است که

---

۱ - Betts

۲ - Social exclusion

۳ - Borges Ladeira & Vier Machado

۴ – بخش سوم که آن را «بخش غیرانتفاعی» یا «اقتصاد اجتماعی» نیز می‌نامند، به طور گسترده با نقش‌های عمدۀ اقتصادی دولت که با تخصیص منابع از طریق تولید کالاها و خدمات شبه عمومی با کارکرد بازتوزیعی از طریق ارائه رایگان یا تقریباً رایگان، طیف وسیعی از خدمات به مردم محروم از طریق کمک‌های داوطلبانه (از طریق کار داوطلبانه) که بسیاری از انجمن‌ها می‌توانند آن را بسیج کنند، در ارتباط است (بورزاگا و دفورنی[۴]، ۲۰۰۱).

۵ - Monteiro

۶ - Borzaga & Defourny

۷ - Hudcová

۸ - Jones & Donmoyer

۹ - Defourny

۱۰ - Parente

۱۱ - Defourny & Nyssens

۱۲ - Trivedi

۱۳ - Mulyaningsih & Ramadani

۱۴- Wu & Si

۱۵ - Dixit

۱۶ - Mahato & Jha

۱۷ - Haugh & Kitson

۱۸ - Nagler

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-06]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1404.14.54.3.7]
[DOI: 10.66224/serd.14.54.6]

نوآوری و ایجاد کالاها و خدمات را اغلب برای نیازهای اجتماعی برآورده نشده اتخاذ می‌کند. ج- به عنوان بستری برای ارتقای برابری تا حدی که بر گروه‌های به حاشیه رانده و محروم تمرکز می‌کند و د- برخلاف جریان اصلی کارآفرینی، کارآفرینی اجتماعی شامل بررسی سرمایهٔ اجتماعی و ایجاد ارزش اجتماعی به عنوان نوشدارویی برای توسعهٔ پایدار اجتماعی و اقتصادی در جامعه است. کیمبو و گواسونگ[۱] (۲۰۱۶) کارآفرینی اجتماعی را در قالب سه دسته (۱) یک سرمایه‌گذاری غیرانتفاعی که فعالیت‌های تجاری را برای ایجاد درآمد انجام می‌دهد که آن را قادر می‌سازد تا عملیات خود را حفظ کند؛ (۲) یک سرمایه‌گذاری انتفاعی که یک مأموریت صریح برای دنبال کردن اهداف اجتماعی و اقتصادی دارد یا (۳) یک سرمایه‌گذاری ترکیبی که انگیزه‌های غیرانتفاعی و انتفاعی را با هم ترکیب می‌کند، مورد بررسی قرار داده است. کارآفرینی اجتماعی را می‌توان به عنوان فعالیتی در نظر گرفت که: (الف) به مشکلات اجتماعی به عنوان هدف اصلی خود می‌پردازد. (ب) از مکانیسم‌های بازار مانند فروش کالا و خدمات برای تولید منابع مورد نیاز برای دستیابی به یک هدف اجتماعی استفاده می‌کند و (ج) عنصری از نوآوری در نحوهٔ ترکیب منابع و پرداختن به مسائل اجتماعی را مدنظر قرار می‌دهد (پولینو[۲] و همکاران، ۲۰۱۹).

علاوه بر این، کارآفرینی اجتماعی در دو قالب و دو نگرش زیر مورد بررسی قرار گرفته است (هالبراستدت[۳] و همکاران، ۲۰۲۱): ۱- تشکیل گروه به صورت غیرانتفاعی، که در این نگرش، کارآفرینی اجتماعی یک اقدام مخاطره‌آمیز اجتماعی تلقی می‌شود که توسط سازمان‌های عمومی و غیردولتی با اهدافی از قبیل حل چالش‌های اجتماعی با استفاده از منابع مالی و بودجه‌های عمومی می‌باشد. به طوری که در این نگرش سود به عنوان اولویت اصلی آن‌ها نبوده و مدل سازمانی فعالیت آن‌ها بر روی فعالیت‌های داوطلبانه استوار است. ۲- تشکیل گروه با هدف کسب سود، که در این نگرش که شرط اصلی آن سرمایه‌گذاری گروهی اعضاء برای دستیابی به درآمد بیش‌تر و بهبود فرصت‌های شغلی است و به عنوان یک پدیدهٔ اقتصادی با سود به دست آمده، متحول شده و توسعه می‌یابد. بنابراین، در هر دو نگرش فوق سرمایهٔ اجتماعی نقش اساسی بازی می‌کند (هیدالگو[۴] و همکاران، ۲۰۲۴). به طوری که، سرمایهٔ اجتماعی به عنوان صلاحیت و شایستگی افراد به همکاری با یکدیگر و به اشتراک‌گذاری ارزش‌ها و استانداردهای مشترک برای رسیدن به اهداف مشترک تعریف می‌شود (فوکویاما[۵]، ۲۰۰۲) که اهمیت به سزایی در کمیت و کیفیت روابط افقی (توانایی‌های افراد از طبقهٔ اجتماعی مشابه برای همکاری) و روابط عمودی (توانایی افراد با طبقات اجتماعی متفاوت) در همکاری و اشتراک‌گذاری منابع و ایده‌ها داشته و ابزاری مؤثر برای انسجام اجتماعی به شمار می‌آید (عینالی و همکاران، ۱۳۹۲) بدون در نظر گرفتن تعریف سرمایهٔ اجتماعی، بیش‌تر محققان اذعان دارند که رابطهٔ مثبتی بین منابع مالی خرد و شکل‌گیری سرمایهٔ اجتماعی وجود دارد. این رابطه می‌تواند توسط روش‌های ابداعی تأمین مالی از قبیل برنامه‌های قرض‌دهی گروهی که هر یک از اعضاء در برابر اعتبار دریافتی گروه ضمانت دارند، بیان شود (هرمس و لنسینک[۶]، ۲۰۰۷). این سیستم دستیابی به منابع مالی برای گروه‌هایی با درآمد کم بویژه زنان را تسهیل می‌کند (کول[۷] و همکاران، ۲۰۰۷). از طرفی دیگر راه‌اندازی کسب‌وکارهای کوچک به بهبود روابط روابط اجتماعی و شبکه‌های محلی، انسجام مدنی، توافق گروهی و سرمایهٔ اجتماعی منجر می‌شود (فیگنبرگ[۸] و همکاران، ۲۰۱۰).

۲. توانمندسازی زنان

توانمندسازی زنان یکی از موضوعات محوری در فرآیند توسعه است (هاگ و تالوار[۹]، ۲۰۱۶) و رفتار نابرابر با زنان در کشورهای در حال توسعه همچنان به عنوان یک معضل اخلاقی توسعه است (بانک جهانی[۱۰]، ۲۰۱۱). به عنوان یک ساختار نظری، «توانمندسازی زنان»

۱ - Kimbu & Ngoasong
۲ - Pulino
۳ - Halberstadt
۴ - Hidalgo
۵ - Fukuyama
۶ - Hermes and Lensink
۷ - Cull
۸ - Feigenberg
۹ - Haugh & Talwar
۱۰ - World Bank

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-06]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1404.14.54.3.7]
[DOI: 10.66224/serd.14.54.6]

اغلب با تلاش برای درک چگونگی و چرایی سرکوب زنان آغاز می‌شود (داتا و گایلی[۱]، ۲۰۱۲). کار[۲] و همکاران (۱۹۹۶) در مقدمهٔ کتاب خود در مورد توانمندسازی زنان، سه رویکرد نظری را برای اندیشیدن به دلایل ناتوانی زنان بیان می‌کنند: الف- رویکرد سیستم جنسیتی، ب- رویکرد تک حوزه‌ای (خانگی یا محل کار) و ج- رویکرد چند حوزه‌ای، که به صورت متوالی یا همزمان رخ می‌دهد.

بررسی منابع نظری پیرامون تحقیق نشان می‌دهد که دو دیدگاه مفهومی رایج در بحث توانمندسازی زنان بیش‌تر مورد توجه محققان قرار گرفته است. دیدگاه اول، توانایی انتخاب مبتنی بر رویکرد قابلیت (سن[۳]، ۲۰۰۰) است که یک چارچوب مبتنی بر انتخاب است که با «توانایی انتخاب کردن» (ساری‌پالی[۴] و همکاران، ۲۰۱۹؛ هی‌وود[۵]، ۲۰۲۰) افراد که به گسترش فرصت‌های واقعی (انتخاب‌های مؤثر) که فرد در زندگی دارد، مربوط می‌شود. در این راستا، توانمندسازی زنان به‌عنوان بزرگ‌تر شدن فرصت‌های مؤثری است که زنان برای گذراندن زندگی مورد نظر خود دارند (بالن[۶]، ۲۰۱۸). با این حال، نقشی که سنت‌ها و هنجارهای فرهنگی در روابط جنسیتی ایفا می‌کنند، زنان را به یکی از محروم‌ترین گروه‌ها تبدیل می‌کند، گروهی که توانایی انتخاب آن‌ها بیش از هر گروه دیگری محدود است (بنیریا[۷] و همکاران، ۲۰۱۵). دومین دیدگاه مفهومی که برای ارزیابی توانمندسازی زنان مورد استفاده قرار گرفته است، از ادبیات اقتصاد جنسیتی درون خانواری[۸] ناشی می‌شود (بالن، ۲۰۱۸). بسیاری از تصمیماتی که بر رفاه افراد تأثیر می‌گذارد، در خانواده‌ها گرفته می‌شود. اعضای خانوار و بویژه زنان، ترجیحات و علایق متفاوت و اغلب متضاد و همچنین توانایی‌های متفاوتی برای دنبال کردن علایق خود دارند (کلهری و محمدیان، ۱۴۰۱). خانواده‌ها به عنوان تولیدکننده، سرمایه‌گذار در سرمایهٔ انسانی و فیزیکی و به عنوان مصرف‌کننده عمل می‌کنند، جایی که تصمیمات فردی در مورد تخصیص نیروی کار و منابع اتخاذ می‌شود. شواهد از بسیاری از مناطق در سراسر جهان نابرابری‌های جنسیتی مداوم را در توزیع منابع و وظایف خانواده نشان می‌دهد (کابیر[۹]، ۲۰۱۶).

کابیر (۲۰۱۶) تصمیم‌گیری برای توانمندسازی زنان را با سه بُعد ۱- دسترسی به منابع، به عنوان مهم‌ترین پیش‌شرط‌ها، ۲- نهادهای محلی، به عنوان تسهیلگر فرآیندها و ۳- دستاوردها، به عنوان نتایج مرتبط می‌داند که دارای ارتباط بلافصل و درونی با یکدیگر هستند. توانمندسازی زنان به «فرآیند آشکار تغییرات در آگاهی و قدرت جمعی» (کورنوال[۱۰]، ۲۰۱۶) و مربوط به «نابرابری‌های ساختاری عمیقاً ریشه‌دار و هنجارهای فرهنگی» اشاره دارد (تاج[۱۱]، ۲۰۲۴). علاوه بر این، توانمندسازی به هیچ وجه نمی‌تواند توسط دیگران به زنان اعطا شود، بلکه از زنان می‌خواهد که نابرابری‌ها را در قدرت به رسمیت بشناسند، حقوق خود را مطرح کنند و اقداماتی را در جهت ایجاد تغییرات ساختاری به نفع برابری بیش‌تر انجام دهند (نصیرالدین[۱۲] و همکاران، ۲۰۲۳). در این‌جا، قدرت به دست آوردن کنترل بر نهاد خود در هر شکلی، اعم از دارایی‌های مادی، منابع فکری، ایدئولوژی‌ها و غیره اشاره دارد (نارایانان[۱۳] و همکاران، ۲۰۲۲) و از طریق گسترش آزادی انتخاب و کنترل بر منابع نقش مهمی در بهبود کیفیت زندگی (کندو[۱۴] و همکاران، ۲۰۲۲) و کاهش چندبُعدی فقر زنان دارد (بیسوال[۱۵] و همکاران، ۲۰۲۳).

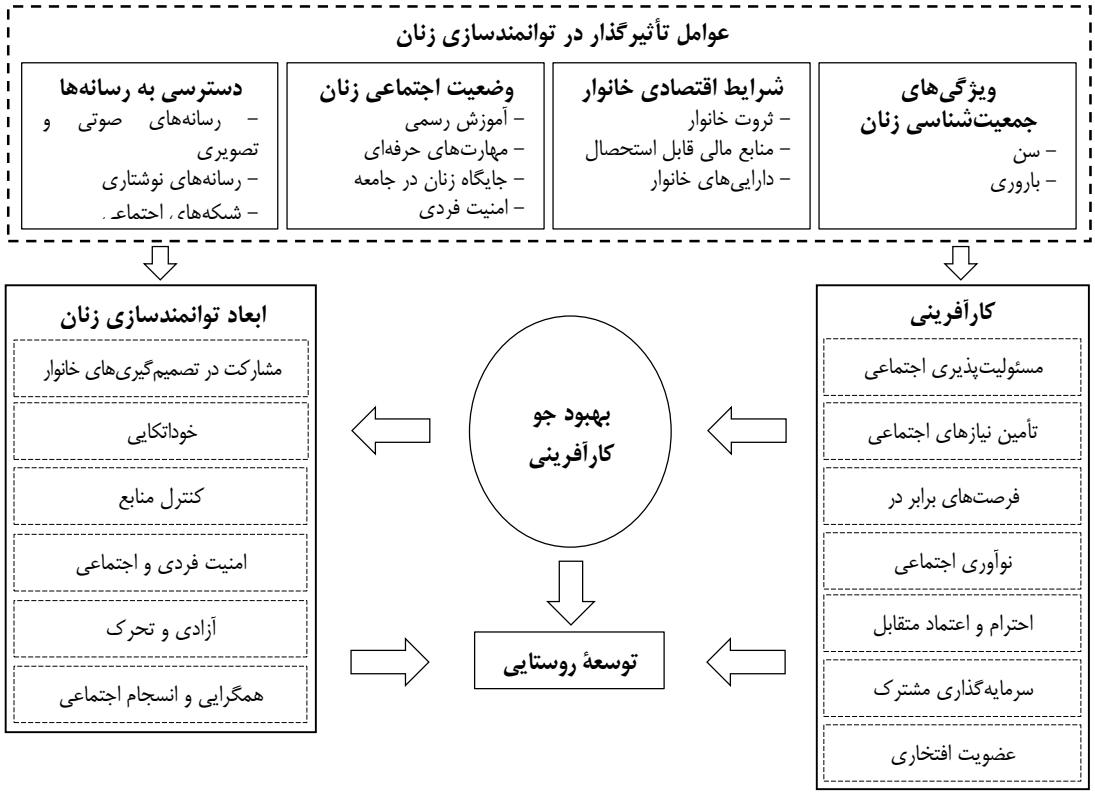
---

۱ - Datta & Gailey
۲ Carr
۳ - Sen
۴ - Saripalli
۵ - Heywood
۶ - Ballon
۷ - Benería
۸ - Intra-household gender economics
۹ - Kabeer
۱۰ - Cornwall
۱۱ - Taj
۱۲ - Nasiruddin
۱۳ - Narayanan
۱۴ - Kundu
۱۵ - Biswal

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-06]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1404.14.54.3.7]
[DOI: 10.66224/serd.14.54.6]

۳. مدل مفهومی

توانمندسازی زنان به‌طور فزاینده‌ای به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های حیاتی تلاش‌هایی برای ارتقای برابری جنسیتی، کاهش فقر و دستیابی به توسعهٔ پایدار شناخته می‌شود (دبنات[۱] و همکاران، ۲۰۲۰) توانمندسازی اقتصادی زنان به توانایی آن‌ها برای مشارکت کامل در فعالیت‌های اقتصادی و فرآیندهای تصمیم‌گیری و کنترل منابع اقتصادی خود از قبیل دسترسی به کار شایسته، خدمات مالی، حقوق مالکیت و فرصت‌های کسب‌وکار و تجاری تأکید می‌کند (رشی و سودها[۲]، ۲۰۲۳). توانمندسازی اقتصادی زنان موضوعی حیاتی است که در سال‌های اخیر مورد توجه بسیاری از تحقیقات قرار گرفته است. این امر مستلزم افزایش عاملیت و قدرت اقتصادی زنان است و در نتیجه آن‌ها را قادر می‌سازد تا در فعالیت‌های اقتصادی و فرآیندهای تصمیم‌گیری بیش‌تر مشارکت کنند (گلزارد[۳]، ۲۰۲۰). این توانمندسازی می‌تواند اشکال مختلفی داشته باشد، مانند خوداتکایی، دسترسی و کنترل منابع مالی، آزادی و تحرک اجتماعی– اقتصادی، رفع موانع قانونی و اجتماعی که مانع از مشارکت کامل زنان در فعالیت‌های اقتصادی می‌شود (هارسونو[۴] و همکاران، ۲۰۲۳). با توجه به مطالب مطرح شده در مبانی نظری تحقیق، در شکل (۱) مدل مفهومی تحقیق ارائه شده است.



شکل ۱. مدل مفهومی تحقیق

روش‌شناسی پژوهش

۱. داده‌ها و روش کار

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی، از نظر میزان نظارت و درجهٔ کنترل متغیرها بدون آزمایش و از نظر شیوهٔ گردآوری داده‌ها توصیفی و پیمایشی است. جامعهٔ آماری مورد مطالعه در این تحقیق، زنان شاغل در کارگاه‌های تولیدی لباس که به صورت گروهی

۱ - Debnath
۲ - Reshi & Sudha
۳ - Golzard
۴ - Harsono

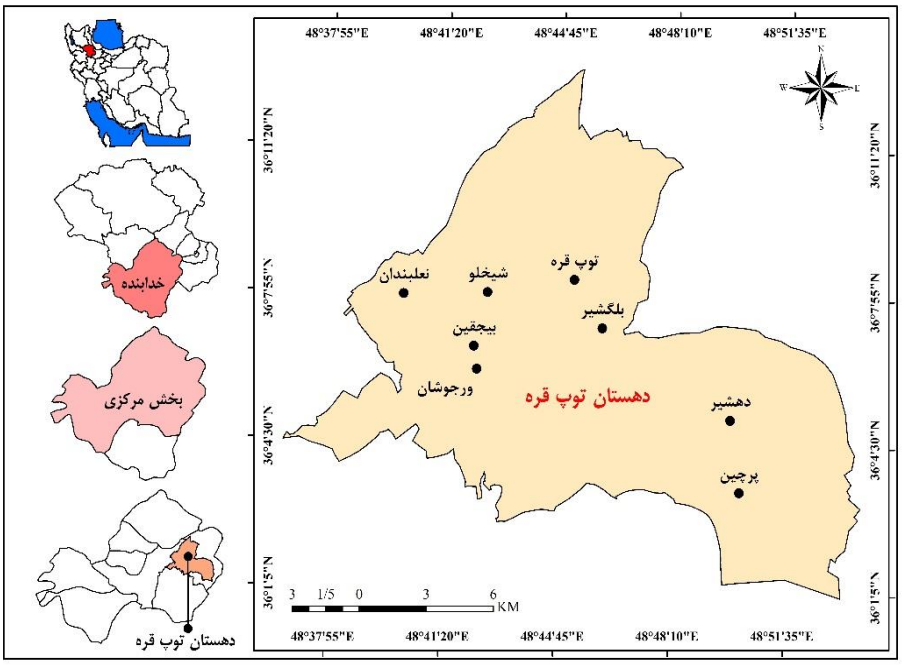
[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-06]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1404.14.54.3.7]
[DOI: 10.66224/serd.14.54.6]

در محدودهٔ دهستان توپقره (بخش دوتپه- شهرستان خدابنده) می‌باشد، که طبق اطلاعات دریافتی از دهیاری روستاهای مورد مطالعه و مسئولین کارگاه‌های تولیدی ۶۴۵ نفر برآورد شده است. بنابراین، با توجه به فرض (افراد دارای صفت= ۴۹) و (افراد فاقد صفت= ۵۱) و صحت گفتار (۱/۹۶) با استفاده از فرمول کوکران، تعداد ۲۴۰ نفر به عنوان نمونه انتخاب شده بود که با توجه به مشارکت بالای افراد تعداد ۲۷۱ پرسشنامه تکمیل شده است. روایی گویه‌های پرسشنامه توسط گروهی از متخصصین با تکمیل ۱۰ درصد از پرسشنامه‌ها توسط گروه هدف بررسی و پایایی متغیرها با استفاده از آلفای کرونباخ به میزان ۰/۷۳۵ محاسبه شد. برای گردآوری داده‌های مورد نیاز در تحقیق، پرسشنامهٔ تدوین شده (جدول ۱) به شیوهٔ تصادفی ساده توزیع گردید. برای تجزیه‌وتحلیل کمی داده‌ها از آزمون‌های آماری از قبیل t تک نمونه‌ای، ویلکاکسون و کروسکال والیس استفاده شده است.

جدول ۱. شاخص‌ها و گویه‌های مورد استفاده در تحقیق

شاخص‌ها	گویه‌ها
آزادی و تحرک اجتماعی	بهبود ارتباطات اجتماعی و شغلی، ارتباط با بازار (فروشگاه‌ها، تأمین‌کنندگان مواد اولیه، خرده‌فروشان و ...)، آگاهی از ریسک‌ها و نااطمینانی‌های بازار، میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای اطلاع از سلیقه‌های بازار، شرکت در نمایشگاه‌های عرضهٔ مستقیم محصولات تولیدی، مراجعه به ادارات مرتبط با زمینهٔ فعالیت، مراجعه به بانک‌ها و دفاتر روستایی آن برای مدیریت حساب‌های تولیدی، ارتباط با نمایندگی‌های محلی پخش و جمع‌آوری محصولات تولیدی و ...
خوداتکایی اجتماعی- اقتصادی	کسب درآمد و استقلال مالی، پس‌انداز و کمک به اقتصاد خانوار، توانایی دریافت اعتبارات بانکی، توانایی در بازپرداخت به موقع اعتبارات، کسب اعتمادبه‌نفس لازم برای کارکردن در بیرون از خانه، برنامه‌ریزی برای آیندهٔ خانواده، توانایی ریسک‌پذیری در محیط کار و بازار، توانایی قرض‌دهی به افراد خانواده و بستگان در موارد ضروری، توانایی تأمین هزینه برای خرید محصولات خانگی بادوام، میزان توانایی چانه‌زنی دربارهٔ قیمت محصولات تولیدی، افزایش دارایی‌های فردی، افزایش مشارکت در دسترسی به قدرت و ...
کنترل منابع مالی	توانایی مدیریت هزینه/ درآمد واحد تولیدی، مدیریت هزینه/ درآمد خانوار، مدیریت بازپرداخت اعتبارات بانکی در سررسید، دسترسی به خدمات مالی و اعتباری رسمی، قدرت تصمیم‌گیری در شرایط اقتصادی بحرانی خانوار به دلیل کسب درآمد، مالکیت دارایی‌های سرمایه‌ای، سهیم شدن در توسعهٔ سایر فعالیت‌های اقتصادی خانوار (باغ، دامداری و ...)، سهیم شدن در افزایش مالکیت دارایی‌های بادوام خانوار، افزایش سرمایه‌گذاری به صورت گروهی در واحدهای تولیدی و ...
مشارکت در تصمیم‌گیری‌های خانوار	همکاری در پذیرش مسئولیت‌های خانوار در غیاب سرپرست، دارا بودن حق انتخاب در تصمیمات خانواده، توانایی مدیریت امور اجتماعی و اقتصادی خانواده، توانایی تعریف اهداف خانوار در حال و آینده، مدیریت آموزش فرزندان و تأمین نیازهای آموزشی آنان، توانایی انتخاب از بین گزینه‌های موجود در موارد ضروری، سرمایه‌گذاری در سرمایهٔ انسانی (آموزش و مهارت‌آموزی)، ارتقای دانش حقوقی و مدیریتی، کاهش میزان انزوای اجتماعی- اقتصادی، کاهش نابرابری شغلی و درآمدی بین زنان و مردان روستایی
امنیت فردی و اجتماعی	میزان امید به زندگی و بهبود شرایط آن، افزایش انگیزهٔ ماندگاری در روستا، احساس تعلق به اجتماع و مشارکت در امور روستا، میزان رضایت از زندگی و فعالیت در روستا، رضایت از موقعیت اجتماعی خود، بهبود مسکن و بهسازی و مقاوم‌سازی آن، دسترسی به امکانات و خدمات عمومی، دارا بودن پس‌انداز برای غلبه بر اتفاقات ناگوار، کاهش احساس فقر و محرومیت نسبت به دیگران، امنیت دارایی‌های خانوادگی (دام و ...)، کیفیت دسترسی به مواد غذایی برای مصرف خانواده، افزایش قدرت تحمل ریسک در موارد بروز ناملایمات، بهره‌مندی از بیمه‌های سلامت برای پرکردن نارسایی خدمات اجتماعی و ...
همگرایی و انسجام اجتماعی	میزان مشارکت با سایر زنان در سرمایه‌گذاری برای مالکیت جمعی منابع تولید، همکاری با گروه‌های کارآفرین و افراد موفق خارج از روستا، مشارکت در تصمیم‌گیری‌های گروهی برای نیل به منافع مشترک، شرکت در جلسات مهارت‌افزایی و یادگیری مستمر، اشتراک‌گذاری اطلاعات و دانش با سایر گروه‌های تولیدی بر اساس خِرد جمعی، مشارکت و همکاری در امور اجتماعی روستا از قبیل برگزاری مراسمات و جشن‌ها، اعتماد متقابل بین اعضای گروه، مسئولیت‌پذیری در قبال گروه و ...

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-06]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1404.14.54.3.7]
[DOI: 10.66224/serd.14.54.6]



شکل ۲. تقسیمات سیاسی دهستان توپقره

یافته‌های پژوهش

۱. یافته های توصیفی پاسخگویان به سوالات تحقیق

بررسی یافته‌های حاصل از مطالعات میدانی مبتنی بر داده‌های پرسشنامه‌ای نشان داد که، بیش‌ترین تعداد پاسخ‌گویان با ۴۲/۶ درصد در گروه سنی ۴۰-۳۱ بوده و ۴۴/۳ درصد دارای تحصیلات مقطع دبیرستان بوده‌اند. همچنین ۸۳ درصد از افراد جامعهٔ نمونه متأهل بوده و ۵۶ درصد پاسخگویان دارای بُعد خانوار ۳ تا ۴ نفر بوده و شغل همسر ۷۲/۲ درصد از افراد متأهل در زمینهٔ کشاورزی بوده است. ۴۴ درصد از افراد نمونه دارای سابقهٔ ۵ تا ۱۰ سال اشتغال در خیاطی بوده و تعداد اعضای گروه تولیدی با ۳۵/۲ درصد بین ۶ تا ۱۰ نفر می‌باشد. از طرفی دیگر، بررسی وضعیت تعداد ساعت کار روزانه در تولیدی با ۵۸/۸ بین ۸ تا ۱۰ ساعت بوده و ۵۸/۵ درصد پاسخگویان دارای درآمدی بین ۱۵ تا ۲۰ میلیون تومان در ماه می‌باشد.

۲. یافته‌های استنباطی

بررسی یافته‌های تحلیلی داده‌های پرسشنامه‌ای با توجه به دسته‌بندی شاخص‌های توانمندسازی زنان متأثر از توسعهٔ کارآفرینی اجتماعی مبتنی بر فعالیت‌های گروهی در ۶ دستهٔ آزادی و تحرک اجتماعی، خوداتکایی اقتصادی- اجتماعی، کنترل منابع مالی، امنیت فردی و اجتماعی، مشارکت در تصمیم‌گیری‌های خانوار و همگرایی و انسجام اجتماعی مورد بررسی قرار گرفته است. نتایج تحلیل داده‌ها با بهره‌گیری از آزمون t تک نمونه‌ای با در نظر گرفتن مطلوبیت عددی (۳ به عنوان میانگین طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت) نشان داد که تأثیر کارآفرینی اجتماعی مبتنی بر گروه‌های خودیار زنان روستایی در همهٔ شاخص‌های توانمندسازی زنان در سطح ۹۹ درصد معنادار بوده و تفاوت از میانگین در همهٔ موارد مثبت گزارش شده است (جدول ۲). علاوه بر این، فاصلهٔ اطمینان در سطح ۹۵ درصد در کران‌های بالا و پایین نیز مثبت بوده است. بررسی تفصیلی بیانگر این واقعیت است که از بین شاخص‌های مورد بررسی، شاخص‌های مشارکت در تصمیم‌گیری‌های خانوار (ایجاد انگیزه برای پیشرفت افراد خانوار، همکاری در پذیرش مسئولیت‌های خانوار در غیاب سرپرست، دارا بودن حق انتخاب در تصمیمات خانواده، توانایی مدیریت امور اجتماعی و اقتصادی خانواده، توانایی تعریف اهداف خانوار در حال و آینده، مدیریت آموزش فرزندان و تأمین نیازهای آموزشی آنان، توانایی انتخاب از بین گزینه‌های موجود در موارد ضروری، سرمایه‌گذاری در سرمایهٔ انسانی مانند آموزش و مهارت‌آموزی، ارتقای دانش حقوقی و

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-06]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1404.14.54.3.7]
[DOI: 10.66224/serd.14.54.6]

مدیریتی، مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی- اقتصادی زنان، کاهش نابرابری شغلی و درآمدی بین زنان و مردان روستایی) و ارتقای امنیت فردی و اجتماعی (افزایش امید به زندگی، افزایش انگیزهٔ ماندگاری در روستا، احساس تعلق به اجتماع و مشارکت در امور روستا، میزان رضایت از زندگی و فعالیت در روستا، رضایت از موقعیت اجتماعی، بهبود مسکن، دسترسی به امکانات و خدمات عمومی، دارا بودن پس‌انداز برای غلبه بر اتفاقات ناگوار، کاهش احساس فقر و محرومیت، امنیت دارایی‌های خانوادگی، کیفیت دسترسی به مواد غذایی مناسب، افزایش قدرت تحمل ریسک در موارد بروز ناملایمات، بهره‌مندی از بیمه‌های سلامت و ...) هر دو با میانگین عددی (۴/۱۱) و شاخص آزادی و تحرک اجتماعی (بهبود ارتباطات اجتماعی و شغلی، ارتباط با بازار، آگاهی از ریسک‌ها و نااطمینانی‌های بازار، استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای اطلاع از سلیقه‌های بازار، شرکت در نمایشگاه‌های عرضهٔ مستقیم محصولات تولیدی، مراجعه به ادارات مرتبط با زمینهٔ فعالیت، مراجعه به بانک‌ها و دفاتر روستایی آن، ارتباط با نمایندگی‌های محلی پخش و جمع‌آوری محصولات تولیدی و ...) با میانگین عددی (۴/۰۸) بیش‌ترین تأثیرپذیری توانمندسازی زنان روستایی از شکل‌گیری و توسعهٔ کارآفرینی اجتماعی مبتنی بر گروه‌های زنان را به خود اختصاص داده‌اند. بنابراین با توجه به یافته‌های به دست آمده می‌توان اذعان کرد که شکل‌گیری و توسعهٔ کارآفرینی اجتماعی مبتنی بر گروه‌های خودیار زنان روستایی به ارتقای توانمندی زنان در اقتصاد خانوار و روستا و همچنین ارتقای توانایی‌های مدیریتی اجتماعی آنان در روستا کمک کرده و زنان را به عنوان یکی از مهم‌ترین عاملان تغییر در راستای توسعهٔ محلی قلمداد می‌کند.

جدول ۲. معناداری شاخص‌های توانمندسازی زنان روستایی در اثر شکل‌گیری و توسعهٔ کارآفرینی اجتماعی

ویژگی‌های اعتبارات روستایی	میانگین	آمارهٔ آزمون t	درجهٔ آزادی	سطح معناداری	تفاوت ازحد مطلوب	فاصلهٔ اطمینان ۹۵ درصد	
						پایین‌تر	بالاتر
آزادی و تحرک اجتماعی	۴/۰۸	۴۰/۵۲۵	۲۷۱	۰/۰۰۰	۱/۰۸۵۸	۱/۰۲۸۰	۱/۱۳۳۲
خوداتکایی اجتماعی- اقتصادی	۴/۰۵	۳۷/۴۷۶	۲۷۱	۰/۰۰۰	۱/۰۵۰۷۶	۰/۹۹۵۴	۱/۱۰۶۱
توانایی کنترل منابع مالی	۴/۰۵	۴۱/۶۸۸	۲۷۱	۰/۰۰۰	۱/۰۵۷۷۷	۱/۰۰۷۷	۱/۱۰۷۸
امنیت فردی و اجتماعی	۴/۱۱	۴۴/۸۸۸	۲۷۱	۰/۰۰۰	۱/۱۱۴۰۴	۱/۰۶۵۱	۱/۱۶۳۰
همگرایی و انسجام اجتماعی	۳/۸۷	۲۷/۹۳۰	۲۷۱	۰/۰۰۰	۰/۸۷۴۱۹	۰/۸۱۲۴	۰/۹۳۶۰
مشارکت در تصمیم‌گیری‌های خانوار	۴/۱۱	۵۸/۲۷۰	۲۷۱	۰/۰۰۰	۱/۱۱۲۰۹	۱/۰۷۴۴	۱/۱۴۹۸

برای بررسی معناداری تفاوت ایجاد شده در شاخص‌های توانمندسازی زنان روستایی دورهٔ قبل و بعد از شکل‌گیری و توسعهٔ فعالیت‌های کارآفرینی اجتماعی مبتنی بر گروه‌های خودیار زنان روستایی با بهره‌گیری از آزمون ویلکاکسون اقدام شده است. نتایج تحلیل گذشته‌نگر (جدول ۳) بیانگر وجود تفاوت معناداری در همهٔ شاخص‌های تحقیق در سطح ۹۹ درصد است. به طوری که، بیش‌ترین تغییرات صورت گرفته با توجه به آمارهٔ Z در شاخص خوداتکایی اجتماعی- اقتصادی زنان روستایی با (۱۱/۵۱۱-) و کم‌ترین میزان تغییرات در شاخص همگرایی و انسجام اجتماعی (۱۰/۹۹۳-) مشاهده می‌شود. از این رو، بر اساس نتایج می‌توان به این واقعیت اشاره کرد که کارآفرینی اجتماعی بر اساس فعالیت‌های گروهی و خودیار زنان روستایی که بر مبنای سرمایهٔ اجتماعی محلی شکل گرفته و عمدهٔ افراد گروه دارای رابطهٔ خویشاوندی دارند، به بهبود و پایداری واحدهای کارآفرینی کمک مؤثری کرده است. علاوه بر این، درآمد حاصل از فعالیت زنان روستایی به ارتقای درآمد خانوار و ارزش دارایی‌ها و بهبود پس‌انداز و نیز ارتقای کیفیت زندگی خانوار کمک مؤثری کرده است. از این رو، می‌توان اذعان کرد که شکل‌گیری و توسعهٔ کارآفرینی اجتماعی به ارتقای جایگاه اجتماعی- اقتصادی زنان روستایی به عنوان عامل تغییر در اقتصاد خانوار کمک کرده و توانایی آنان را برای توسعهٔ پایدار روستایی برجسته می‌سازد.

جدول ۳. معناداری تفاوت شاخص‌های توانمندسازی زنان روستایی در دورهٔ قبل و بعد از شکل‌گیری و توسعهٔ کارآفرینی اجتماعی

شاخص مورد بررسی		میانگین	انحراف معیار	آمارهٔ z	سطح معناداری
آزادی وتحرک اجتماعی	قبل	۱/۹۹۷	۰/۳۸۸۲	-۱۱/۵۰۸	۰/۰۰۰
	بعد	۴/۰۸۰	۰/۳۵۳۷		
خوداتکایی اجتماعی- اقتصادی	قبل	۱/۸۵۹	۰/۲۳۷۳	-۱۱/۵۱۱	۰/۰۰۰
	بعد	۴/۰۵۰	۰/۳۷۱۹۷		

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-06]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1404.14.54.3.7]
[DOI: 10.66224/serd.14.54.6]

شاخص مورد بررسی		میانگین	انحراف معیار	آمارهٔ z	سطح معناداری
توانایی کنترل منابع مالی	قبل	۲/۲۶۲۳	۰/۳۵۹۴	−۱۱/۴۱۰	۰/۰۰۰
	بعد	۴/۰۵۷	۰/۳۳۶۶۲		
امنیت فردی و اجتماعی	قبل	۲/۵۱۱	۰/۳۵۶۰	−۱۱/۳۱۰	۰/۰۰۰
	بعد	۴/۰۵۷۸	۰/۳۲۹۲۵		
مشارکت در تصمیم‌گیری‌های خانوار	قبل	۲/۶۱۷	۰/۳۰۵۴	−۱۱/۳۲۰	۰/۰۰۰
	بعد	۴/۱۱۲	۰/۲۵۳۱۹		
همگرایی و انسجام اجتماعی	قبل	۲/۰۳۹۸	۰/۳۸۵۰۵	−۱۰/۹۹۳	۰/۰۰۰
	بعد	۳/۸۷۴	۰/۴۱۵۲		

با توجه به تأثیرگذاری شکل‌گیری و توسعهٔ کارآفرینی اجتماعی مبتنی بر گروه‌های خودیار در بین زنان روستایی در توانمندسازی اجتماعی- اقتصادی آنان با بهره‌گیری از آزمون کروسکال والیس اقدام به رتبه‌بندی روستاهای نمونه براساس شاخص‌های مورد استفاده در تحقیق اقدام شده است. نتیجهٔ حاصل از آزمون که در جدول (۴) ارائه شده است، بیانگر این نکته است که در شاخص‌های خوداتکایی اجتماعی- اقتصادی زنان روستایی، امنیت فردی و اجتماعی زنان، مشارکت در تصمیم‌گیری‌های خانوار، همگرایی و انسجام اجتماعی و گروهی و توانایی کنترل منابع به ترتیب روستاهای توپقره و بیجقین و در شاخص تحرک اجتماعی به ترتیب روستاهای نعلبندان و توپقره بیش‌ترین مقدار میانگین رتبه‌ای را در بین روستاهای مورد مطالعه به خود اختصاص داده‌اند. البته لازم به ذکر است که تفاوت معناداری در بین روستاهای مورد مطالعه در شاخص‌های خوداتکایی، مشارکت در تصمیم‌گیری‌های خانواده، همگرایی و انسجام اجتماعی مشاهده نمی‌شود، ولی در سایر شاخص‌ها تفاوت معناداری در بین روستاهای نمونه دیده می‌شود.

جدول ۴. رتبه‌بندی روستاهای نمونه در شاخص‌های توانمندسازی زنان روستایی در اثر کارآفرینی اجتماعی

روستا	تعداد نمونه	خوداتکایی	کنترل منابع	امنیت	مشارکت	انسجام	تحرک
ورجوشان	۲۵	۷۷/۱۵	۶۱/۷۸	۶۲/۳۰	۸۸/۹۵	۸۷/۲۸	۸۹/۶۸
دهشیر	۲۰	۹۰/۵۲	۵۸/۸۸	۶۰/۹۴	۷۹/۸۴	۸۷/۰۴	۶۵/۵۰
نعلبندان	۲۷	۹۵/۲۰	۱۰۷/۰۷	۱۰۷/۶۶	۹۴/۳۹	۸۸/۵۹	۱۳۲/۱۸
بیجقین	۳۰	۹۶/۸۶	۱۱۰/۴	۱۰۸/۹۸	۹۸/۳۲	۹۲/۸۱	۹۰/۰۲
بلگشیر	۲۲	۸۹/۵۹	۱۰۵/۰۹	۹۹/۱۳	۹۱/۹۶	۸۹/۸۴	۸۳/۵۹
توپ قره	۳۵	۱۰۲/۸	۱۱۳/۳	۱۳۵/۰۴	۱۰۰/۴۱	۹۳/۳۳	۱۱۲/۰۲
شیخلو	۲۲	۷۳/۰۳	۶۷/۶۴	۶۷/۱۹	۸۰/۷۲	۸۵/۲۸	۶۵/۱۱
پرچین	۲۴	۷۱/۳۹	۷۷/۷۲	۸۰/۵۸	۹۳/۱۱	۷۹/۹۴	۸۵/۷۸
کای اسکوئر		۷/۷۴۴	۳۱/۳۹۶	۳۴/۸۳۱	۷/۲۴۵	۱/۸۰۹	۲۳/۷۳۴
درجهٔ آزادی		۷					
معناداری		۰/۵۶۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۶۱۲	۰/۹۹۴	۰/۰۰۵

بحث

همان طوری که در مبانی نظری تحقیق اشاره شد، کارآفرینی اجتماعی به عنوان یک سرمایه‌گذاری غیر انتفاعی با هدف دنبال کردن اهداف اجتماعی سعی می کند به چالش‌ها و مسائل اجتماعی و اقتصادی که جامعه با آن دست به گریبان است راه‌حل‌های پایداری را ارایه کند. از این رو، تاکید خود را بر روی حمایت غیر مستقیم از کارآفرینان خرد دارد که توانایی تامین سرمایه لازم را برای شکل‌دهی و ایجاد فعالیت‌های کارآفرینی فردی را نداشته و توانایی دستیابی و استفاده از نوآوری‌ها و مدیریت ریسک‌های متعدد پیش روی خود را در راستای توسعه فعالیت و رقابت در بازارها را ندارند. از طرفی دیگر، این نوع از کارآفرینی بر روی اقدام جمعی و گروهی، برابری در تصمیم‌گیری و مدیریت فعالیت‌ها و تقویت روابط اجتماعی بین اعضای گروه و احترام به ارزش‌های گروهی توجه ویژه ای دارد.

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-06]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1404.14.54.3.7]
[DOI: 10.66224/serd.14.54.6]

با توجه به شاخص‌های مورد استفاده در تحقیق می‌توان گفت که یافته‌های تحقیق حاضر با نتایج مطالعهٔ کاپور (۲۰۱۹) در مناطق روستایی هند و باراکیت و همکاران (۲۰۱۹) در خصوص تأثیرگذاری مثبت کارآفرینی اجتماعی در ارتقای مشارکت، مسئولیت-پذیری و مدیریت زنان در تصمیم‌گیری‌های خانوار مطابقت بالایی دارد. همچنین، یافته‌های تحقیق با نتایج مطالعات ماهاتو و جها (۲۰۲۴) و دیکسیت و همکاران (۲۰۲۳) در خصوص نقش و اهمیت کارآفرینی اجتماعی مبتنی بر گروه‌های خودیار با ارتقای امنیت اجتماعی و اقتصادی زنان روستایی دارای همخوانی است.

آزادی و تحرک اجتماعی نتایج تحقیق با یافته‌های هارسونو و همکاران (۲۰۲۳) در اندونزی و سناپاتی و اوجها (۲۰۱۹) در هند در شاخص تقویت خوداتکایی زنان و افزایش انتخاب همخوانی دارد. از طرفی دیگر با توجه به تاثیرگذاری آزادی افراد در تصمیم‌گیری‌های اقتصادی و تلاش برای غلبه بر چالش‌های پیش روی خود به تغییرات ساختاری به نفع برابری در جامعه کمک می‌کند که در این مورد با نتایج نصیرالدین و همکاران (۲۰۲۳) مطابقت دارد. از طرفی دیگر، خوداتکایی اجتماعی- اقتصادی عامل مهمی در توانایی انتخاب کردن زنان بدلیل استقلال مالی و دسترسی به منابع مورد نیاز برای توسعه و پایداری فعالیت‌ها بوده و نقش مهمی در استفاده بهینه از فرصت‌های کارآفرینی، مدیریت مالی واحدهای تولیدی، ریسک‌پذیری در فعالیت‌های گروه و نظایر آن به‌شمار می‌آید که در این زمینه یافته‌های مطالعه با نتایج مطالعات رضایی مقدم و همکاران (۲۰۲۳)، ساری‌پالی و همکاران (۲۰۱۹)، هیوود (۲۰۲۰) و بالن (۲۰۱۸) همخوانی دارد. به عبارت دیگر، خوداتکایی اقتصادی و اجتماعی زنان روستایی تاثیر بسزایی در کاهش محرومیت و فقر زنان روستایی ایفا کرده و به توانمندی آنان کمک می‌کند. علاوه بر این، توانایی کنترل منابع مالی در اقتصاد جنسیتی درون خانواده می‌تواند نقش مهمی در تصمیم‌گیری در رابطه با فعالیت‌های اقتصادی و نیز رفاه خانواده ایفا کند. به عبارت دیگر، براساس مبانی نظری کار می‌توان گفت که نابرابری در کنترل منابع مالی خانواده به نفع مردان بوده و تشکیل گروه‌های خودیار زنان ضمن تامین بخشی از هزینه‌های خانواده به افزایش مشارکت زنان در مدیریت مالی خانواده کمک می‌کند و می‌تواند به منزله یک عامل تسهیلگر برای ایجاد تغییرات مثبت و غلبه بر موانع جنسیتی در این زمینه مطرح شود که با نتایج مطالعه پیلیزا ویر ماچادو و همکاران (۲۰۲۱) دارای مطابقت‌های بالایی است.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

تشویق ابتکارات کارآفرینی یکی از مؤثرترین راه‌کارها برای توسعهٔ اقتصادی- اجتماعی و به تبع آن توانمندسازی زنان به عنوان نیمی از جامعه که در زیرمجموعهٔ اقشار نابرخوردار و حاشیه‌ای جامعه نگریسته شده‌اند، قلمداد می‌شود. به طوری که، از دیدگاه برخی از پژوهشگران زنان کارآفرین نقش مهمی در توسعهٔ مشاغل کوچک در اقتصادهای در حال توسعه دارند و فعالیت کارآفرینی آنان به ویژه در زمینهٔ کسب‌وکارهای خرد می‌تواند به عنوان یک محرک اساسی رشد و توسعهٔ اقتصادی در مناطق روستایی تلقی شود. به عقیدهٔ برخی از پژوهشگران توسعه، همهٔ مشکلات اجتماعی و اقتصادی جوامع را نمی‌توان با تکیه بر راه‌حل‌ها یا رویکردهای مبتنی بر بازار حل و فصل کرد. از این رو، توجه به کارآفرینی اجتماعی با مأموریت‌هایی مانند ایجاد ارزش اجتماعی به عنوان یک رفتار اخلاقی به جای ایجاد منافع اقتصادی خصوصی که در کارآفرینی سنتی دیده می‌شود، می‌تواند به عنوان یک عامل تسهیلگر زمینه را برای ایجاد تغییرات اجتماعی مناطق روستایی و ارتقای شاخص‌های توانمندسازی زنان روستایی به منزلهٔ یکی از مهم‌ترین موضوعات محوری فرآیند توسعه فراهم کند. از این رو، نتایج حاصل از تحقیق حاضر نشان می‌دهد که:

شکل‌گیری و توسعهٔ فعالیت‌های کارآفرینی اجتماعی در قالب گروه‌های خودیار در زمینهٔ تولید لباس در مناطق روستایی تأثیر مثبت و معناداری در همهٔ شاخص‌های توانمندسازی زنان در سطح ۹۹ درصد داشته است. به طوری که، از بین ۶ دسته از شاخص‌های توانمندسازی زنان روستایی مورد استفاده در تحقیق از قبیل آزادی و تحرک اجتماعی، خوداتکایی اقتصادی- اجتماعی، کنترل منابع مالی، امنیت فردی و اجتماعی، مشارکت در تصمیم‌گیری‌های خانوار و همگرایی و انسجام اجتماعی، شاخص‌های مشارکت در تصمیم‌گیری‌های خانوار، ارتقای امنیت فردی و اجتماعی زنان روستایی هر دو با میانگین عددی (۴/۱۱) و شاخص آزادی و تحرک اجتماعی زنان با میانگین عددی (۴/۰۸) بیش‌ترین تأثیرپذیری توانمندسازی زنان روستایی از شکل‌گیری و توسعهٔ کارآفرینی اجتماعی مبتنی بر گروه‌های خودیار زنان را به خود اختصاص داده و سایر شاخص‌ها نیز تأثیر مثبتی از این پدیده پذیرفته‌اند.

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-06]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1404.14.54.3.7]
[DOI: 10.66224/serd.14.54.6]

نتایج حاصل از تحلیل گذشته‌نگر در خصوص تغییرات ایجاد شده در شاخص‌های توانمندسازی زنان روستایی در دورهٔ قبل و بعد از شکل‌گیری و توسعهٔ فعالیت‌های کارآفرینی اجتماعی مبتنی بر گروه‌های خودیار زنان روستایی بیانگر وجود رابطهٔ معنادار در سطح ۹۹ درصد در همهٔ شاخص‌های تحقیق است. بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که شکل‌گیری و توسعهٔ ابتکارات کارآفرینی اجتماعی که بیش‌تر مبتنی بر روابط خانوادگی و فامیلی در بین اعضای گروه است، توانسته است زمینه را برای ایجاد تغییرات اساسی در توانمندسازی زنان روستایی و مشارکت آنان در فرآیند توسعهٔ اجتماعی و اقتصادی در مناطق روستایی مهیا سازد. به طوری که، بیش‌ترین تغییرات صورت گرفته در شاخص‌های خوداتکایی اجتماعی- اقتصادی زنان و آزادی و تحرک اجتماعی به ترتیب با مقدار آمارهٔ Z به میزان (۱۱/۵۱۱-) و (۱۱/۵۰۸-) و کم‌ترین میزان تغییرات در شاخص همگرایی و انسجام اجتماعی (۱۰/۹۹۳-) گزارش شده است.

ملاحظات اخلاقی

نویسندگان اصول اخلاقی را در انجام و انتشار این پژوهش علمی رعایت نموده‌اند و این موضوع مورد تأیید همه آن‌هاست.

مشارکت نویسندگان

میزان مشارکت نویسندگان در مقاله به طور یکسان بوده است.

تعارض منافع

بنا بر اظهار نویسندگان این مقاله تعارض منافع ندارد.

حامی مالی

مقاله حاضر حمایت مالی نداشته است.

سپاسگزاری

نگارندگان بر خود لازم می‌دانند از تک تک افراد پاسخگو به سوالات تحقیق صمیمانه سپاسگزاری نمایند.

منابع

عینالی، جمشید و رومیانی، احمد (۱۳۹۲). ارزیابی نقش سرمایهٔ اجتماعی در توسعهٔ گردشگری روستایی با تأکید بر خانه‌های دوم مطالعهٔ موردی: دهستان حصار ولیعصر- شهرستان بوئین‌زهرا. *برنامه‌ریزی و توسعهٔ گردشگری*، ۲(۶)، ۵۲-۷۴. https://tourismpd.journals.umz.ac.ir/article_548_387ad9ba09c2e56cc07401fb0ced348c.pdf

کلهری، صابر و محمدیان، فرشاد (۱۴۰۱). بررسی رابطهٔ بین دسترسی مالی با توانمندسازی اقتصادی زنان در کشورهای خاورمیانه. *زن در توسعه و سیاست*، ۲۱(۲)، ۱۶۵-۱۸۲. https://doi.org/10.22059/jwdp.2022.334293.1008116

مرکز آمار ایران (۱۳۹۵). سرشماری نفوس و مسکن. https://amar.org.ir

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-06]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1404.14.54.3.7]
[DOI: 10.66224/serd.14.54.6]

References

Abebe, M. A., Kimakwa, S., & Redd, T. (2020). Toward a typology of social entrepreneurs: the interplay between passionate activism and entrepreneurial expertise. *Journal of small business and enterprise development*, 27(4), 509-530. https://scholarworks.utrgv.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1008&context=mgmt_fac

Annadovletova, E. (2022). The Current Situation of Women Entrepreneurs in Medium-sized Businesses in Turkey and EU Countries. *International Journal of Social and Humanities Sciences Research (JSHSR)*, 9(79), 119-125. https://jshsr.org/index.php/pub/article/view/539

Ballon, P. (2018). A structural equation model of female empowerment. *The Journal of Development Studies*, 54(8), 1303-1320. https://doi.org/10.1080/00220388.2017.1414189

Benería, L., Berik, G., & Floro, M. (2015). Gender, development and globalization: economics as if all people mattered. *Routledge*. https://doi.org/10.4324/9780203107935

Betts, S. C., Laud, R., & Kretinin, A. (2018). Social entrepreneurship: A contemporary approach to solving social problems. *Global Journal of Entrepreneurship (GJE)*, 2(1).

Biswal, S. N., Mishra, S. K., & Sarangi, M. (2023). Does Women's Empowerment Influence Multidimensional Poverty? Empirical Insight from Rural Odisha of India. *Pertanika Journal of Social Sciences & Humanities*, 31(2). http://www.pertanika.upm.edu.my/resources/files/Pertanika%20PAPERS/JSSH%20Vol.%2031%20(2)%20Jun.%202023/08%20JSSH-8343-2021.pdf

Borges Ladeira, F. M., & Vier Machado, H. (2013). Social entrepreneurship: A reflection for adopting public policies that support the third sector in Brazil. *Journal of technology management & innovation*, 8, 17-17. https://www.scielo.cl/pdf/jotmi/v8s1/art17.pdf

Borham, A., Taib, R. B. M., Sisodia, G. S., & Fadahunsi, A. (2023). Factors of Women Entrepreneurship in Egypt: A Qualitative Perspective. *SAGE Open*, 13(4), 21582440231188022. https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/21582440231188022

Borquist, B. R., & de Bruin, A. (2019). Values and women-led social entrepreneurship. International Journal of Gender and Entrepreneurship, 11(2), 146-165.

Borzaga, C., & Defourny, J. (2001). From third sector to social enterprise. *The emergence of social enterprise*, 1-28. http://emes.net/content/uploads/publications/From_third_sector_to_social_entr._4.7.00.pdf

Carr, M., Chen, M. A., & Jhabvala, R. (Eds.). (1996). Speaking out: Women's economic empowerment in South Asia. London: *IT publications*.

Chowdhury, F. N., Mustafa, J., Islam, K., Hasan, K., Zayed, N. M., & Raisa, T. S. (2021). Social Business in an Emerging Economy: An Empirical Study in Bangladesh. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3), 931-941. https://koreascience.kr/article/JAKO202106438543619.pdf

Cornwall, A. (2016). Women's empowerment: What works?. *Journal of International Development*, 28(3), 342-359. https://onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1002/jid.3210

Cull, R., Demirgu¨ ç-Kunt, A., & Morduch, J. (2007). Financial performance and outreach: A global analysis of leading microbanks. *The Economic Journal*, 117(517), F107-F133. https://academic.oup.com/ej/article-abstract/117/517/F107/5089387

Datta, P. B., & Gailey, R. (2012). Empowering women through social entrepreneurship: Case study of a women's cooperative in India. *Entrepreneurship theory and Practice*, 36(3), 569-587. https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2012.00505.x

Debnath, G. C., Chowdhury, S., Khan, S., & Chowdhury, T. S. (2020). Achieving sustainable development through entrepreneurship & economic empowerment of women in the technological era. *International Journal of Management*, 11(9). https://ssrn.com/abstract=3712851

Dees, J. G. (2008). Philanthropy and enterprise: Harnessing the power of business and social entrepreneurship for development. *Innovations: Technology, Governance, Globalization*, 3(3), 119-132. https://doi.org/10.1162/itgg.2008.3.3.119

Defourny, J., & Nyssens, M. (2017). Fundamentals for an international typology of social enterprise models. *VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 28(6),

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-06]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1404.14.54.3.7]
[DOI: 10.66224/serd.14.54.6]

2469-2497. https://orbi.uliege.be/bitstream/2268/219520/1/Typology%20-%20Defourny%20%26%20Nyssens.pdf

Deshpande, A., & Kabeer, N. (2024). Norms that matter: Exploring the distribution of women's work between income generation, expenditure-saving and unpaid domestic responsibilities in India. *World Development*, 174, 106435. https://www.econstor.eu/bitstream/10419/248344/1/wp2021-130.pdf

Diale, C. D., Kanakana-Katumba, M. G., & Maladzhi, R. W. (2021). Environmental entrepreneurship as an innovation catalyst for social change: A systematic review as a basis for future research. *Advances in Science, Technology and Engineering Systems*, 6(1), 393-400. https://pdfs.semanticscholar.org/88fa/6521254a965c12de0e0a94b92a18508a8ec5.pdf

Dixit, A. R., Malik, N., Seth, M., & Sethi, D. (2023). The role of social entrepreneurial leadership and benchmarking in women empowerment. *Benchmarking: an international journal*, 30(1), 180-195. https://doi.org/10.1108/BIJ-08-2021-0493

Einali, J., Farahani, H., & Romiani, A. (2014). The assessment of the role of social capital in rural tourism development with an emphasis on second homes tourism, Case Study: Hesar-e-Valiasr, Buin Zahra Township. *Tourism Planning and Development*, *2*(6), 52-74. (in Persian) https://tourismpd.journals.umz.ac.ir/article_548.html

Feigenberg, B., Field, E. M., & Pande, R. (2010). *Building social capital through microfinance* (No. w16018). National Bureau of Economic Research. https://www.nber.org/papers/w16018

Fukuyama, F. (2002). Social capital and development: The coming agenda. *SAIS review*, 22(1), 23-37. https://muse.jhu.edu/pub/1/article/30574/summary

Ghouse, S. M., Durrah, O., & McElwee, G. (2021). Rural women entrepreneurs in Oman: problems and opportunities. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 27(7), 1674-1695. https://doi.org/10.1108/IJEBR-03-2021-0209

Ghouse, S. M., Durrah, O., Shekhar, R., & Arslan, A. (2023). Personal Characteristics and Strategic Entrepreneurial Behaviour of Rural Female Entrepreneurs: Insights From Oman. *Journal of Small Business Strategy*, 33(2), 89-106. https://jsbs.scholasticahq.com/article/88921.pdf

Ghouse, S. M., McElwee, G., & Durrah, O. (2019). Entrepreneurial success of cottage-based women entrepreneurs in Oman. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(3), 480-498. https://pure.hud.ac.uk/ws/files/15162891/IJEBRGhouseMcElweeDurrah22Nov.pdf

Golzard, V. (2020). Economic empowerment of Iranian women through the internet. *Gender in Management: An International Journal*, 35(1), 1-18. https://doi.org/10.1108/GM-11-2017-0145

Gómez-Baggethun, E., & Muradian, R. (2015). In markets we trust? Setting the boundaries of market-based instruments in ecosystem services governance. *Ecological Economics*, 117, 217-224. https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2015.03.016

Halberstadt, J., Niemand, T., Kraus, S., Rexhepi, G., Jones, P., & Kailer, N. (2021). Social entrepreneurship orientation: Drivers of success for start-ups and established industrial firms. *Industrial Marketing Management*, 94, 137-149. https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2020.06.012

Harsono, I., Ro'is, I., Wahyunadi, W., & Salmah, E. (2023). The Impact of Social Entrepreneurship on Reducing Economic Inequality, Community Self-reliance, and Business Innovation in Urban Areas: A Case Study in Jakarta, Indonesia. *West Science Journal Economic and Entrepreneurship*, 1(06), 252-261. https://wsj.westscience-press.com/index.php/wsee/article/view/452/636

Haugh, H. M., & Talwar, A. (2016). Linking social entrepreneurship and social change: The mediating role of empowerment. *Journal of business ethics*, 133, 643-658. https://link.springer.com/content/pdf/10.1007/s10551-014-2449-4.pdf

Haugh, H., & Kitson, M. (2007). The Third Way and the third sector: New Labour's economic policy and the social economy. *Cambridge journal of economics*, 31(6), 973-994. https://doi.org/10.1093/cje/bem027

Hermes, N., & Lensink, R. (2007). Impact of microfinance: a critical survey. *Economic and political weekly*, 462-465. https://www.jstor.org/stable/4419226

Heywood, E. (2020). Radio Journalism and Women's Empowerment in Niger. Journalism Studies, 21(10), 1344-1362. https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1745668

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-06]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1404.14.54.3.7]
[DOI: 10.66224/serd.14.54.6]

Hidalgo, G., Monticelli, J. M., & Vargas Bortolaso, I. (2024). Social capital as a driver of social entrepreneurship. *Journal of Social Entrepreneurship*, 15(1), 182-205. https://doi.org/10.1080/19420676.2021.1951819

Hudcová, E., Chovanec, T., & Moudrý, J. (2018). Social entrepreneurship in agriculture, a sustainable practice for social and economic cohesion in rural areas: The case of the Czech Republic. *European Countryside*, 10(3), 377-397. https://intapi.sciendo.com/pdf/10.2478/euco-2018-0022

Jabeen, S., Haq, S., Jameel, A., Hussain, A., Asif, M., Hwang, J., & Jabeen, A. (2020). Impacts of rural women's traditional economic activities on household economy: Changing economic contributions through empowered women in rural Pakistan. *Sustainability*, 12(7), 2731. https://doi.org/10.3390/su12072731

Jones, J. A., & Donmoyer, R. (2015). Multiple Meanings of Social Entrepreneurship and Social Enterprise and Their Implications for the Nonprofit Field. *Journal of Nonprofit Education & Leadership*, 5(1). https://www.proquest.com/docview/1730202503?fromopenview=true&pqorigsite=gscholar&sourcetpe=Scholarly%20Journals

Kabeer, N. (2016). Women's economic empowerment and inclusive growth: labour markets and enterprise development. School of Oriental and African Studies, UK.

Kalhori, S., & Mohammadian, F. (2022). Investigating the Relationship between Financial Access and Women's Economic Empowerment in Middle Eastern Countries. *Woman in Development & Politics*, 20(2), 182-165. https://doi.org/10.22059/jwdp.2022.334293.1008116

Kapoor, S. (2019). Entrepreneurship for economic and social empowerment of women: A case study of a self help credit program in Nithari Village, Noida, India. *Australasian Accounting, Business and Finance Journal*, 13(2), 123-142. https://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=2000&context=aabfj

Kimbu, A. N., & Ngoasong, M. Z. (2016). Women as vectors of social entrepreneurship. *Annals of Tourism Research*, 60, 63-79. https://doi.org/10.1016/j.annals.2016.06.002

Kundu, P., George, L. S., & Yesodharan, R. (2022). Quality of life and empowerment among women. *Journal of Education and Health Promotion*, 11(1), 185-196. https://doi:%2010.4103/jehp.jehp_433_21

Li, C., Ahmed, N., & Qalati, S. A. (2019). Impact of gender-specific causes on women entrepreneurship: an opportunity structure for entrepreneurial women in rural areas. *Journal of Entrepreneurship & Organization Managemen*, 8(1), 1-9. ISSN: 2169-026X. https://www.hilarispublisher.com/open access/impact of gender specific causes on women entrepreneurship anopportunity-structure-for-entrepreneurial-women-in-rural-ar.pdf

Mahato, J., & Jha, M. K. (2024). Does social capital promote sustainable livelihood? Mediating effect of women entrepreneurship. *International Journal of Sociology and Social Policy*. https://doi.org/10.1108/IJSSP-09-2023-0234

Maksum, I. R., Rahayu, A. Y. S., & Kusumawardhani, D. (2020). A social enterprise approach to empowering micro, small and medium enterprises (SMEs) in Indonesia. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(3), 50. https://doi.org/10.3390/joitmc6030050

Mohanty, N., Parida, J. K., Sahu, R., Kumar, A., & Hota, S. L. (2023). Catalysts of Change: Social Entrepreneurs Shaping Quality Living. *European Economic Letters (EEL)*, 13(5), 895-900. https://doi.org/10.52783/eel.v13i5.848

Mongelli, L., & Rullani, F. (2017). Inequality and marginalisation: social innovation, social entrepreneurship and business model innovation: The common thread of the DRUID Summer Conference 2015. *Industry and Innovation*, 24(5), 446-467. https://doi.org/10.1080/13662716.2017.1295365

Monteiro, A. A., Sánchez-García, J. C., Hernández-Sánchez, B. R., & Cardella, G. M. (2022). Social entrepreneurship conceptual approaches. *Encyclopedia*, 2(2), 1004-1018. https://doi.org/10.3390/encyclopedia2020066

Mulyaningsih, H. D., & Ramadani, V. (2017). Social entrepreneurship in an Islamic context. *Entrepreneurship and management in an Islamic context*, 143-158. https://doi.org/10.1007/978-3-319-39679-8_10

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-06]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1404.14.54.3.7]
[DOI: 10.66224/serd.14.54.6]

Nagler, J. (2007). Is social entrepreneurship important for economic development policies. Sydney: University of New South Wales.

Narayanan, S., Lentz, E., Fontana, M., & Kulkarni, B. (2022). Rural women's empowerment in nutrition: A framework linking food, health and institutions. *The Journal of Development Studies*, 58(1), 1-18. https://doi.org/10.1080/00220388.2021.1961746

Nasir, M., Iqbal, R., & Akhtar, C. S. (2019). Factors affecting growth of women entrepreneurs in Pakistan. *Pakistan Administrative Review*, 3(1), 35-50. https://www.ssoar.info/ssoar/handle/document/62901

Nasiruddin, Q., Karmaliani, R., Shah, N. Z., & Ali, T. S. (2023). In the name of Riwaj: An ethnographic study to explore the notion of women empowerment among BISP recipients in rural Sakhro-Sindh, Pakistan. *Journal of Women Empowerment and Studies (JWES)*, ISSN: 2799-1253, 3(04), 13-23. https://ecommons.aku.edu/pakistan_fhs_son/496

Obadeyi, J. A., Oladejo, M. O., & Oladejo, K. S. (2018). Assessing the Impact of Government Regulations on Microfinance Banks (MFBs) Performance. *International Journal of Business Management and Finance Research*, 1(2), 34-43. https://doi:%2010.53935/2641-5313.v1i2.28

Oberoi, R., & Halsall, J. P. (2019). Social enterprise as catalyst for Change: Case study of India and UK. In The components of sustainable development: Engagement and Partnership (pp. 231-247). Springer Singapore. https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-981-13-9209-2_15

Opute, A. P., Kalu, K. I., Adeola, O., & Iwu, C. G. (2021). Steering sustainable economic growth: entrepreneurial ecosystem approach. *Journal of Entrepreneurship and Innovation in Emerging Economies*, 7(2), 216-245. https://doi.org/10.1177/23939575211024384

Parente, C., Santos, M., Marcos, V., Costa, D., & Veloso, L. (2012). Perspectives of social entrepreneurship in Portugal: Comparison and contrast with international theoretical approaches. *International Review of Social Research*, (2), 113-134. https://repositorio.iscteiul.pt/bitstream/10071/13759/1/Perspectives%20of%20Social%20Entrepreneurship%20in%20Potugal.pdf

Pelizza Vier Machado, H., Gaiotto, S. A. V., & Rovaris Machado, M. C. (2021). Growth and social entrepreneurs: the challenge of conciliating economic and social values. *Revista de Gestão*, 28(1), 1-21. https://doi.org/10.1108/REGE-02-2019-0033

Pulino, S. C., Maiolini, R., & Venturi, P. (2019). Social entrepreneurship policy: Evidences from the Italian reform. *Foresight and STI Governance*, 13(3), 77-88. https://DOI:10.17323/2500-2597.2019.3.77.88

Qureshi, I., Bhatt, B., Sutter, C., & Shukla, D. M. (2023). Social entrepreneurship and intersectionality: Mitigating extreme exclusion. *Journal of Business Venturing*, 38(2), 106283. https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2022.106283

Reshi, I. A., & Sudha, T. (2023). Economic Empowerment of Women: a Review of Current Research. *International Journal of Educational Review, Law And Social Sciences (IJERLAS)*, 3(2), 601-605. http://radjapublika.com/index.php/IJERLAS/article/download/746/634

Rezaei-Moghaddam, K., Badzaban, F., & Fatemi, M. (2023). Entrepreneurial resilience of small and medium-sized businesses among rural women in Iran. *The Journal of Agricultural Education and Extension*, 29(1), 75-98. (in Persian) https://doi.org/10.1080/1389224X.2021.1985539

Saripalli, B. S., Chawan, V., & Gunta, S. (2019). Empowering subsistence women entrepreneurs in India: Insights from Lijjat, Mulukanoor and MPWPCL. *Society and Business Review*, 14(1), 71-92. https://doi.org/10.1108/SBR-05-2018-0042

Scuotto, A., Cicellin, M., & Consiglio, S. (2023). Social bricolage and business model innovation: a framework for social entrepreneurship organizations. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 30(2), 234-267. https://doi.org/10.1108/JSBED-02-2022-0094

Sen, A. (2000). Development as freedom. *Development in Practice-Oxford*, 10(2), 258-258. https://doi.org/10.5840/bemag20001418

Senapati, A. K., & Ojha, K. (2019). Socio-economic empowerment of women through micro-entrepreneurship: Evidence from Odisha, India. *International Journal of Rural Management*, 15(2), 159-184. http://dx.doi.org/10.1177/0973005219866588

Statistical center of Iran. (2016). https://old.sci.org.ir/english

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-06]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1404.14.54.3.7]
[DOI: 10.66224/serd.14.54.6]

Taj, N. (2024). Girls' education and the cultural capital of Pakistan's urban middle class. *British Journal of Sociology of Education*, 1-18. https://doi.org/10.1080/01425692.2024.2324052

Trivedi, C. (2010). Towards a social ecological framework for social entrepreneurship. *The Journal of entrepreneurship*, 19(1), 63-80. https://doi.org/10.1177/097135570901900104

Westhead, P., & Solesvik, M. Z. (2016). Entrepreneurship education and entrepreneurial intention: Do female students benefit?. *International small business journal*, 34(8), 979-1003. https://durham-repository.worktribe.com/preview/1401830/16509.pdf

World Bank. (2011). World development report 2012: Gender equality and development. Washington, DC: World Bank. https://digitallibrary.un.org/record/1305308?v=pdf

Wu, J., & Si, S. (2018). Poverty reduction through entrepreneurship: Incentives, social networks, and sustainability. *Asian Business & Management*, 17(4), 243-259. https://drive.google.com/file/d/1mtk2Un6CWemPEQ2Mb05LtNujJPDRWfT5/view

Zhu, L., Kara, O., & Zhu, X. (2019). A comparative study of women entrepreneurship in transitional economies: The case of China and Vietnam. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 11(1), 66-80. https://doi.org/10.1108/JEEE-04-2017-0027

Żur, A. (2021). Entrepreneurial identity and social-business tensions–the experience of social entrepreneurs. *Journal of Social Entrepreneurship*, 12(3), 438-461. https://doi.org/10.1080/19420676.2020.1740297

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-06]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1404.14.54.3.7]

[DOI: 10.66224/serd.14.54.6]