

## واکاوی عوامل مؤثر بر رشد کارآفرینی در کسب‌وکارهای کوچک (SME) زنان روستایی در شهرستان اسلام‌آباد غرب با استفاده از تکنیک تحلیل محتوا

بهمن خسروی پور<sup>۱\*</sup> و سهیلا پور جاوید<sup>۲</sup>

تاریخ دریافت: ۵ اردیبهشت ۱۳۹۵

تاریخ پذیرش: ۲۵ شهریور ۱۳۹۶

### چکیده

کارآفرینی فرآیندی است که نقش حیاتی در تداوم، رشد و توسعه ملی ایفا می‌کند. اهمیت آن تا جایی است که اقتصاد دانان، کارآفرینان را موتور رشد و توسعه اقتصادی جامعه می‌دانند. ارتقای فعالیت‌های کارآفرینانه زنان، محرکی مؤثر برای رشد و توسعه اقتصاد و بهبود کیفیت زندگی آن‌ها محسوب می‌شود. هدف اصلی این تحقیق، شناسایی عوامل مؤثر بر رشد کارآفرینی در کسب‌وکارهای کوچک (SME) زنان روستایی شهرستان اسلام‌آباد غرب با استفاده از تکنیک تحلیل محتوا بود. این تحقیق به صورت کیفی و با مشارکت ۴۸ نفر از زنان کارآفرین روستایی انجام شده است. اطلاعات از طریق مصاحبه‌های صورت گرفته با زنان کارآفرین جمع‌آوری و برای تحلیل داده‌ها نیز از روش تحلیل محتوا استفاده شد. نتایج تحلیل محتوای نظرات زنان روستایی عوامل مؤثر بر رشد کارآفرینی در کسب‌وکارهای کوچک را هفت دسته عوامل کلی فردی، محیطی، فرهنگی-اجتماعی، انگیزشی، آموزشی-ترویجی، سیاست‌گذاری و مدیریتی نشان داد. لذا با عنایت به نتایج تحلیل صورت گرفته و به منظور افزایش کمی شمار کارآفرینان روستایی، ارتقای کیفی مقوله کارآفرینی در کسب‌وکارهای کوچک و گسترش فرهنگ کارآفرینی و خوداشتغالی در جامعه روستایی به ویژه در بین زنان روستایی که بازوان توانای فعالیت‌های روستایی محسوب می‌شوند، به کارگیری سیاست‌های تشویقی و حمایتی از سوی دولت پیشنهاد می‌گردد. لذا توجه نمودن به متغیرهای هر کدام از این مؤلفه‌ها و تقویت آن‌ها می‌تواند سبب ایجاد انگیزه در زنان روستایی و توسعه این نوع کسب و کار در روستا گردد.

**کلمات کلیدی:** توسعه روستایی، زنان روستایی، کارآفرینی، کسب‌وکارهای کوچک (SME).

۱- استاد دانشگاه کشاورزی و منابع طبیعی رامین خوزستان

۲- دانشجوی دکتری آموزش کشاورزی دانشگاه کشاورزی و منابع طبیعی رامین خوزستان  
(\*- نویسنده مسئول: b.khosravipour@gmail.com)

**مقدمه:**

کارآفرینی روستایی از مجموع سه گزاره نیرویی که سایر منابع را برای پاسخگویی به یک تقاضای بی پاسخ بازار بسیج می‌کند، توانایی خلق و ایجاد چیزی از هیچ و فرآیند خلق ارزش به وسیله امتزاج مجموعه واحدی از منابع در راستای بهره‌گیری از یک فرصت، تعریف می‌شود. آنچه در مجموع می‌توان برای تعریف مقوله کارآفرینی روستایی به کار برد عبارت‌است از به‌کارگیری نوآورانه امکانات روستا در راستای شکار فرصت‌های کسب و کار (رابرت و استنبرگ<sup>۱</sup>، ۲۰۰۴). با توجه به مفهوم کارآفرینی روستایی، کارآفرینان روستایی دارای ویژگی‌های خاصی هستند که مهم‌ترین آن‌ها شامل توانایی هماهنگی میان مردم، شیوه‌ها و فنون مختلف برای بهبود تغییرات محیط و محافظت از محیط طبیعی، افرادی خلاق و ریسک‌پذیر می‌باشند، با تغییرات رشد می‌کنند و با اتفاقات غیرمترقبه کنار می‌آیند، در تحقق بخشیدن به دیدگاه‌ها و ایده‌های خود بسیار مصمم و قاطع هستند، از اتخاذ تصمیم‌های جست‌وجوگرانه و پیش‌رونده لذت می‌برند، علاوه بر کشاورزی به توسعه فعالیت‌های دیگر نیز همت می‌گمارند و در پی توسعه فعالیت اقتصادی از طریق بهبود و کیفیت و توسعه بازار هستند (کیاکجوری و همکاران، ۱۳۹۱). امروزه در بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه کارآفرینی روستایی به‌عنوان راهبردی برای توسعه اقتصادی و اجتماعی روستاها مطرح است، طبق بررسی‌های انجام شده، خوداشتغالی سریع‌ترین رشد بخش کشاورزی در روستاها محسوب می‌گردد و توسعه روستایی بیش از پیش با کارآفرینی مرتبط می‌باشد (ساکسنا<sup>۲</sup>، ۲۰۱۲). کارآفرینی روستایی می‌تواند وضعیت اشتغال را بهبود بخشد، خدمات محلی را تنوع داده و از مردم روستا به صورت پایدار و جامع حمایت نماید (دریگا و همکاران<sup>۳</sup>، ۲۰۰۹). بنابراین سیاست و خط مشی کارآفرینی در نواحی روستایی تبدیل به یک ابزار راهبردی برای رسیدن به توسعه پایدار بلندمدت شده است. هرچند که برای تحقق این امر لازم است موانع پیش روی کارآفرینان روستایی (مانند موانع مربوط به سرمایه مالی و انسانی) با همت دولت و نهادهای مسئول برطرف شوند و با توسعه بستر مناسب در مناطق روستایی و تشویق کارآفرینان روستایی به افزایش اشتغال، درآمد و بهبود کیفی زندگی مردم روستایی، کمک شود. بررسی مطالعات متعدد حاکی از آن است که مناطق روستایی در مقایسه با مناطق شهری با چالش‌های مهمی از جمله فقر، بیکاری و فاصله زیاد از بازار، دسترسی کم به خدمات دولتی نظیر آموزش و بهداشت، روبرو می‌باشند و همین بیکاری و کمبود خدمات و تسهیلات منجر به مسن شدن جمعیت، مهاجرت و خالی شدن روستاها از سکنه می‌شود (پانیاگوا<sup>۴</sup>، ۲۰۱۳؛ والش و همکاران<sup>۵</sup>، ۲۰۱۲). لذا جامعه روستایی باید خودش را بازآفرینی کند. محققان معتقدند که می‌توان شرایط اجتماعی و اقتصادی جوامع روستایی را از طریق فعالیت‌های کارآفرینانه ارتقاء بخشید (دوآرت و دینیز<sup>۶</sup>، ۲۰۱۱). درحقیقت، به‌نظر می‌رسد که افراد و مؤسسات مربوطه، در زمینه توسعه کسب و کارها در نواحی روستایی توافق دارند. سیاست‌مداران از آن به‌عنوان راهبردی کلیدی برای جلوگیری از تخلیه شدن مناطق روستایی می‌نگرند، کشاورزان آن را به‌عنوان ابزاری برای افزایش درآمد کشاورزی می‌بینند، زنان آن را به‌عنوان یک

1 - Robert and Sternberg,

2 - Saxena

3 - Driga et al

4 - Paniagua

5 - Walsh et al

6 - Duarte and Diniz

گزینه شغلی در نزدیکی محل زندگی خود می‌نگرند که می‌تواند برای آن‌ها استقلال و درآمد فراهم نماید. اما علی‌رغم اهمیت کارآفرینی زنان روستایی و علاقه به آن از طرف گروه‌های مختلف، تحقیقات بسیار کمی در این زمینه صورت پذیرفته است (آگکان و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۱۰). این در حالی است که در عرصه جهانی زنان خلاق، نوآور و مبتکر به‌عنوان کارآفرینان، منشأ تحولات بزرگی در زمینه‌های صنعتی، تولیدی و خدماتی شده‌اند و نقش آنان به‌عنوان موتور توسعه اقتصادی، قهرمانان ملی و توسعه صنعتی، محرک و مشوق سرمایه‌گذاری، عامل اصلی ایجاد اشتغال، گزینه اصلی انتقال فناوری و عامل رفع خلل و تنگناهای بازار در جوامع تبیین یافته است (آراستی، ۲۰۰۷). که این خود بزرگی و اهمیت مسئله تحقیق را مشخص می‌کند.

توسعه کارآفرینی سبب اشتغال‌زایی و تشویق به کسب‌وکارهای جدید و پیشرفت اقتصادی، اجتماعی و رفاهی در مناطق روستایی شده و کیفیت زندگی روستاییان را بهبود می‌بخشد. با توجه به اهمیتی که کارآفرینی در رشد و توسعه روستاها و به تبع آن در شهرها دارد اما متأسفانه در شهرستان اسلام‌آباد غرب تعداد کمی از زنان روستایی به سمت کسب‌وکارهای مرتبط با کارآفرینی رفته و آمار کارآفرینی در این شهرستان در حد پایینی می‌باشد. به‌طوری‌که تنها ۴۸ نفر از زنان روستایی طبق نظر کارشناسان ترویج مدیریت جهاد کشاورزی این شهرستان به‌عنوان کارآفرین شناخته شده‌اند. ملاک انتخاب آنان هم تنها، فعالیت‌هایی بود که (هر چند به صورت کوچک و محلی با توجه به پتانسیل‌های منطقه) توسط زنان روستایی انجام گرفته و سبب شده تا آنان به‌عنوان زنان کارآفرین در جامعه سنتی روستا مطرح شوند. لذا در این پژوهش به شناسایی عوامل مؤثر بر رشد کارآفرینی در کسب‌وکارهای کوچک (SME) زنان روستایی شهرستان اسلام‌آباد غرب پرداخته شده است، تا با شناسایی این عوامل و تقویت آن‌ها بتوان نسبت به ایجاد و تقویت انگیزه‌های زنان روستایی جهت توسعه این نوع کسب و کارها در روستا اقدام نموده و از این طریق به توسعه روستاها کمک کرد و از بسیاری از مشکلات اجتماعی شهرها که ناشی از بیکاری روستاییان و مهاجرت آن‌ها به شهرها می‌باشد، جلوگیری نمود و به‌طور غیرمستقیم بر مشکلات شهری نیز فائق آمد و گام مؤثری در توسعه شهری برداشت (کیاجوری و همکاران، ۱۳۹۱).

کارآفرینی فرآیندی است که نقش حیاتی در تداوم رشد و توسعه ملی و جهانی ایفاء می‌کند. اهمیت کارآفرینی به حدی است که اقتصاد دانان، کارآفرینان را موتور رشد و توسعه اقتصادی جامعه قلمداد می‌کنند (لاین و چن<sup>۲</sup>، ۲۰۰۹). در این راستا کارآفرینی روستایی را می‌توان، به‌کارگیری نوآورانه منابع و امکانات روستا برای خلق فرصت‌های کسب و کار دانست (یعقوبی فرانی و همکاران، ۱۳۹۲). چرا که برخورداری از ساختار ساده، زودبازدهی و نیاز اندک به سرمایه از مزایای کارآفرینی زنان روستایی محسوب می‌شود (گلرد<sup>۳</sup>، ۲۰۱۰). کارآفرینی روستایی در پی یافتن ترکیبی مناسب از منابع برای فعالیت‌های اقتصادی اعم از کشاورزی و غیر کشاورزی به‌منظور کسب بیش‌ترین سود ممکن است و می‌تواند تجارت و کسب‌وکار را در مشاغل کشاورزی و غیر کشاورزی گسترش دهد (رضوانی و نجارزاده، ۱۳۸۷).

1 - Akgün et al  
2- Lieen and Chen  
3- Golrod

امروزه کارآفرینی زنان موضوع پر التهاب جهانی است. چرا که کارآفرینی زنان نقش برجسته‌ای در سلامت اقتصاد ملت‌ها دارد (نحوی و کهنسال، ۱۳۹۱) و نیز با توجه به این که زنان نیمی از جمعیت فعال کشور را تشکیل می‌دهند و در سال‌های اخیر رشد قابل توجهی در سطح تحصیلات و اشتغال زنان در جامعه ما به وجود آمده است. توجه به فعالیت‌های کارآفرینانه در این قشر از جامعه می‌تواند به رشد و توسعه اقتصاد کشور کمک شایانی نماید (میرغفوری، ۱۳۸۸). این مسئله در مناطق روستایی به دلایلی چون ایجاد فرصت‌های جدید شغلی، شکاف درآمدی و کاهش فقر بین مناطق شهری و روستایی، افزایش درآمد روستاییان، صرفه‌جویی در هزینه‌های تولید محصولات، بهبود وضعیت سواد و بهداشت خانواده، ایجاد انگیزه برای ماندگاری در روستاها و در نتیجه، کاهش مهاجرت از مناطق روستایی جدی‌تر مطرح می‌شود (خسروی‌پور و عسگریان دهکردی، ۱۳۸۸).

زنان روستایی به‌عنوان اولین مدیران منابع طبیعی از دیرباز در توسعه وضعیت کشاورزی نقش‌های درخور توجهی داشته‌اند اما با این حال در کشورهای در حال توسعه اغلب زنان روستایی در انجام فعالیت‌های کشاورزی، دامپروری و صنایع دستی نقش عمده‌ای را ایفا می‌کنند، بدون این که ارزش کار آنان مورد توجه باشد (سواری و همکاران، ۱۳۹۲). در جامعه روستایی ایران هر خانواده می‌تواند نقش یک واحد تولیدی را ایفا کند. بی شک زنان روستایی یکی از شالوده‌ها و بنیادهای اساسی این واحدها هستند که بدون آنان ساختار اقتصادی-اجتماعی نمی‌تواند پایدار باشد (شعبانعلی فمی و همکاران، ۱۳۸۶). زنان در ایران اساساً تحت تأثیر دو عامل کشتی (تمایل) و اجباری (فشار) وارد عرصه کار می‌شوند. عامل کشتی اشاره به روندی دارد که در آن زنان ترغیب می‌شوند تا شغل یا فعالیت مخاطره آمیزی را صرفاً به لحاظ اشتیاق و اصرار بر این که بخواهند کار و حرفه‌ای را مستقلاً انجام دهند، دایر می‌کنند. در حالی که عوامل اجباری اشاره به روندی دارد که در آن زنان ناچارند کسب‌وکاری را دایر کنند تا بتوانند مشکلات اقتصادی خود را برطرف کنند (نحوی و کهنسال، ۱۳۹۱). متأسفانه هنوز هم مشکلاتی در جهت ریشه کن نمودن تفکر غلط مردسالاری در جامعه وجود دارد و علاوه بر این بسیاری از عوامل موجود در جامعه اعم از عوامل اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و فیزیولوژیکی نیز بر روند پیشرفت زنان کارآفرین تأثیر می‌گذارند (ساتیاساندرام<sup>۱</sup>، ۲۰۰۴).

در مسیر توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه زنان، موانع و مشکلات متعددی وجود دارد که شناسایی و رفع آن‌ها منجر به تسهیل این امر خواهد شد. از این موانع می‌توان به وجود موانع فرهنگی-اجتماعی (مانند وجود فرهنگ مردسالاری در جامعه به‌ویژه جامعه روستایی، باورهای کلیشه‌ای در مورد زنان و غیره) (فرج اله حسینی و دهیوری، ۱۳۸۵؛ نحوی و کهنسال، ۱۳۹۱)، موانع شخصیتی (عدم خود باوری و اعتماد به نفس زنان، فقدان انگیزه کافی و غیره) (نحوی و کهنسال، ۱۳۹۱)، موانع اقتصادی و مالی (محدودیت در دسترسی به خدمات حمایتی به علت عدم اعتماد مؤسسات مالی و غیره) (حسینی و لشگر آرا، ۱۳۹۳؛ نحوی و کهنسال، ۱۳۹۱)، موانع خانوادگی (جوهری و قضاوتی، ۲۰۰۵)، نظام تعلیم و تربیت (جوهری و قضاوتی، ۲۰۰۵؛ حسینی و لشگر آرا، ۱۳۹۳؛ فرج اله حسینی و دهیوری، ۱۳۸۵)، ناهمخوانی انتظارات نقشی (جوهری و قضاوتی، ۲۰۰۵؛ لینکولن، ۲۰۱۲)، باورهای کلیشه‌ای و مناسبات حاکم بر سازمان کار (جوهری و قضاوتی، ۲۰۰۵؛ حسینی و لشگر آرا، ۱۳۹۳) اشاره نمود.

هارلی<sup>۱</sup> (۲۰۰۰) در ارتباط با ترکیب نظریه‌های فمینیستی در ارتباط با کارآفرینی زنان نشان داد که کسب‌وکارهای خانگی اغلب توسط افرادی ایجاد می‌شوند که سرمایه زیادی ندارند، ۴۰ درصد زنان کارآفرین از سرمایه‌های شخصی استفاده کردند و ۲۰ درصد از پول‌ها و وجوهات خانواده و فقط ۵ درصد از وام‌های بانکی به عنوان یک منبع ایجاد سرمایه استفاده کرده‌اند. همچنین ایجاد سرمایه، آموزش‌های حرفه‌ای و بازاریابی می‌تواند مشوق‌های مهمی در گرایش افراد باشد و کمبود تعهد، نبود سرمایه و یا کمبود آن یک ریسک برای این نوع کسب و کارها است. در همین راستا والت<sup>۲</sup> (۲۰۰۶) نیز نشان داد که زنان در فعالیتهای کارآفرینی و کسب‌وکارهای خود بیش‌تر از منابع مالی غیر رسمی همچون سرمایه‌های شخصی، اعتبارات فامیلی و قرض از بستگان و دوستان استفاده می‌کنند. تا جایی که طیب زاده و لشگرآرا (۱۳۹۲) نیز در پژوهش خود تغییر در نگرش سنتی، خدمات حمایتی از قبیل آموزش، تخصیص بودجه جداگانه برای زنان کارآفرین روستایی، تأمین زیرساخت‌های مناسب، تقدیر دولت از کارآفرینان نمونه و رقابت در بازارهای محلی و ملی را الزامات توسعه مهارت‌های کارآفرینی زنان روستایی عنوان نمودند. در همین راستا، سیمسک و لاباتکین<sup>۳</sup> (۲۰۰۹) نیز اظهار نمودند که زنان نیازمند تشویق و حمایت خانواده‌های خود، محافل اجتماعی و از همه مهم‌تر دولت هستند و دولت نیز باید مقدمات تأمین حمایت‌های مالی برای زنان کارآفرین را فراهم نماید. افزا و همکاران<sup>۴</sup> (۲۰۱۰) نیز با تأکید بر نقش تشویق و حمایت خانواده از زنان کارآفرین به این نتیجه رسیدند که عوامل انگیزشی برای ایجاد کسب‌وکار شامل کسب منزلت اجتماعی بالاتر، کسب منزلت اقتصادی بالاتر و رفع نیاز اقتصادی خانواده، استقلال شغلی، تشویق خانواده، و مشوق‌های ارائه شده توسط دولت باعث کارآفرینی زنان روستایی و توسعه کسب‌وکارهای کوچک روستایی می‌شود. با این حال یافته‌های پژوهش لینکولن<sup>۵</sup> (۲۰۱۲) نشان داده که زنان کارآفرین از فرصت‌های مساوی با مردان برخوردار نیستند که بخشی از آن از هنجارهای تبعیض آمیز فرهنگی-اجتماعی ناشی می‌شود.

نتایج پژوهش‌های متعدد نیز حاکی از آن است که محققان عواملی چون عوامل اقتصادی و حمایت‌های مالی و اعتباری (اکافورد و مرد<sup>۶</sup>، ۲۰۱۰؛ اسلام و همکاران<sup>۷</sup>، ۲۰۱۱؛ جمشیدی و همکاران، ۱۳۹۳؛ فلاح جلودار و همکاران، ۱۳۸۶؛ دادورخانی، ۱۳۸۵)، عوامل اجتماعی (اکافورد و مرد، ۲۰۱۰؛ پروین و همکاران<sup>۸</sup>، ۲۰۱۲؛ جمشیدی و همکاران، ۱۳۹۳؛ دادورخانی، ۱۳۸۵)؛ دادورخانی، ۱۳۹۳؛ دادورخانی، ۱۳۸۵) و رفتاری و محیطی متعددی (اسلام و همکاران، ۲۰۱۱؛ جمشیدی و همکاران، ۱۳۹۳؛ دادورخانی، ۱۳۸۵)، از جمله راه‌اندازی دوره‌های فنی و حرفه‌ای (فلاح جلودار و همکاران، ۱۳۸۶)، حمایت خانواده (پروین و همکاران، ۲۰۱۲؛ اکافورد و مرد، ۲۰۱۰) و سیاست‌های حمایتی دولتی (اکافورد و مرد، ۲۰۱۰؛ فلاح جلودار و همکاران، ۱۳۸۶)، دسترسی به آموزش کارآفرینی (پروین و همکاران، ۲۰۱۲؛ یعقوبی فرانی و همکاران، ۱۳۹۲)، دسترسی به

1- Harley  
2- Walter  
3- Simsek and Lubatkin  
4- Afza et al  
5 - Lincoln  
6- Okafor and Mord  
7- Islam et al  
8- Parvin et al

اطلاعات و عوامل زیرساختی مطلوب (پروین و همکاران، ۲۰۱۲)، استفاده از کانال‌ها و منابع اطلاعات جمعی و فردی (فلاح جلودار و همکاران، ۱۳۸۶) و عضویت در سازمان‌های توسعه (یعقوبی فرانی و همکاران، ۱۳۹۲؛ پروین و همکاران، ۲۰۱۲) از جمله عضویت در تشکل‌های صنفی و روستایی (فلاح جلودار و همکاران، ۱۳۸۶)، را در کارآفرینی و راه اندازی کسب‌وکارهای کوچک روستایی زنان روستایی مؤثر می‌داند.

بنا بر ضرورت توسعه سهم زنان در اقتصاد ملی و نیز مقابله با بحران بیکاری زنان، ضروری است که شرایط لازم برای توسعه کسب‌وکار زنان کارآفرین فراهم گردد تا آن‌ها با ایجاد کسب‌وکار و فرصت‌های شغلی برای خود و دیگران بتوانند معضل کنونی جامعه را پایان بخشند (گولارد، ۱۳۸۳). با این حال علی‌رغم سیر پیش رونده فعالیت‌های کارآفرینی در کشورهای مختلف، آمارهای موجود بیانگر این واقعیت است که هنوز جامعه ایران نتوانسته است از توانمندی‌های مربوط به زنان کارآفرین استفاده نماید. به طوری که امروزه سهم زنان در بین کارآفرینان کشور در سطح پایینی قرار دارد. این مسئله در مناطق روستایی جدی‌تر مطرح می‌شود (خسروی‌پور و عسگریان دهکردی، ۱۳۸۸). لذا آموزش برای توسعه مهارت‌های بهینه کارآفرینی زنان امری مفید و ضروری است و دولت نیز باید مساعدت مالی، بازاریابی و آموزش آن‌ها را فراهم کند تا زنان روستایی بتوانند کسب‌وکار خود را دایر نمایند. بنابراین به منظور بهبود بخشیدن کیفیت و مهارت کاری زنان کارآفرین باید آموزش مناسب به آن‌ها ارائه گردد (میرغفوری، ۱۳۸۸).

باعنایت به مطالب ذکر شده و به منظور افزایش کمی شمار کارآفرینان زن روستایی، ارتقای کیفی مقوله کارآفرینی در کسب‌وکارهای کوچک (SME) آنان و نیز گسترش فرهنگ کارآفرینی و خود اشتغالی در جامعه روستایی به ویژه در بین زنان روستایی که بازوان توانای فعالیت‌های روستایی محسوب می‌شوند، این مطالعه با هدف اصلی شناسایی عوامل مؤثر بر رشد کارآفرینی در کسب‌وکارهای کوچک (SME) زنان روستایی شهرستان اسلام‌آباد غرب انجام شد. در این جهت اهداف اختصاصی ویژه‌ای چون شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر رشد کارآفرینی در کسب‌وکارهای کوچک (SME) زنان روستایی شهرستان اسلام‌آباد غرب، مورد توجه قرار گرفت.

## مواد و روش‌ها

این مطالعه با بهره‌گیری از پارادایم کیفی انجام شد. جمع‌آوری اطلاعات از طریق مصاحبه‌های صورت گرفته با زنان کارآفرین انجام شد و برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش تحلیل محتوا استفاده شد. کریپندورف (۱۳۹۴) تحلیل محتوا را به عنوان یک فن پژوهشی برای ربط دادن داده‌ها به مضمون آن، به گونه‌ای معتبر و تکرارپذیر تعریف می‌کند. هم‌چنین باردن (۱۳۷۵) بیان می‌کند که تحلیل محتوا شامل مجموعه فنون تحلیل ارتباطی است، که برای توصیف محتوای پیام و روش‌های منظم عینی به کار می‌رود. در این پژوهش با توجه به هدف کلی تحقیق، از روش تحلیل محتوا استفاده شده است. منظور از این روش آن است که بتوان براساس آن، خصوصیات زبانی یک متن گفته یا نوشته شده را به طور واقع بینانه یا عینی و به طور سیستماتیک شناخت و از آن‌ها نیز استنتاج‌هایی درباره مسائل غیر زبانی به دست آورد (سرمد و همکاران، ۱۳۸۱). در تحقیق حاضر از بین روش‌های تحلیل محتوا از روش تحلیل زمینه استفاده شده است. واحد تحلیل، مصاحبه‌های صورت گرفته با زنان کارآفرین روستاهای شهرستان اسلام‌آباد غرب بود. تحلیل زمینه به طور تقریبی رایج‌ترین رویکرد برای تحلیل داده‌ها در علوم اجتماعی به شمار می‌رود. در اینجا مصاحبه‌گر

داده‌های تجربی را درباره جهان اجتماعی به‌وسیله درخواست از افراد برای بحث در مورد موضوع تحقیق ایجاد می‌کند. تحلیل زمینه روشی برای تعیین، تحلیل و بیان الگوها (تم‌های) موجود در درون داده‌هاست (بران و کلارک<sup>۱</sup>، ۲۰۰۶). به‌منظور جمع‌آوری داده‌ها نیز از روش مصاحبه‌های عمیق و نیمه ساختارمند استفاده گردید.

به اقتضای مسئله مورد بررسی نمونه ممکن است مکان‌ها، فعالیت‌ها، افراد و یا اسناد باشند (مریام، ۲۰۰۱). در این پژوهش ۴۸ نفر از زنان کارآفرین روستاهای شهرستان اسلام‌آباد غرب به صورت هدفمند به عنوان نمونه انتخاب شدند. لازم به ذکر است که با عنایت به تعریف کارآفرینی روستایی از جمله تعاریفی که رابرت و استنبرگ (۲۰۰۴) و کیاجوری و همکاران (۱۳۹۱)، از مقوله کارآفرینی روستایی ارائه نموده‌اند، نسبت به شناسایی زنان روستایی کارآفرین شهرستان اسلام‌آباد غرب که کسب‌وکاری را به تنهایی یا با مشارکت ایجاد کرده بودند، اقدام گردید. این شناسایی توسط یکی از محققین که خود از کارکنان مدیریت جهاد کشاورزی شهرستان اسلام‌آباد غرب محسوب می‌شد و طبق نظر کارشناسان ترویج مدیریت جهاد کشاورزی این شهرستان و نیز با کمک کمیته بانوان فرمانداری شهرستان از طریق در اختیار قراردادن لیست زنان کارآفرین روستایی شهرستان که در جهاد کشاورزی و کمیته بانوان فرمانداری شهرستان به‌عنوان کارآفرینان روستایی شناخته شده و مطرح بودند و در همایش‌ها و مراسمات متعددی چون جشنواره تولیدات بانوان روستایی شهرستان اسلام‌آباد غرب شرکت نموده و بعضاً موفق به دریافت لوح تقدیر به‌عنوان کارآفرینان نمونه روستایی نیز شده بودند، صورت گرفت. ملاک انتخاب زنان روستایی کارآفرین هم، فعالیت‌هایی بود که (هر چند به‌صورت کوچک و محلی با توجه به پتانسیل‌های منطقه)، توسط آنان انجام می‌گرفت و سبب شده بود تا آنان به‌عنوان زنان کارآفرین در جامعه سنتی روستا مطرح شوند. متأسفانه در شهرستان اسلام‌آباد غرب تعداد کمی از زنان روستایی به سمت کسب‌وکارهای مرتبط با کارآفرینی رفته و آمار کارآفرینی در این شهرستان در حد پائینی می‌باشد. به طوری که تنها ۴۸ نفر از زنان روستایی به‌عنوان کارآفرین شناخته شده بودند. لازم به‌ذکر است که روش نمونه‌گیری هدفمند، ملاک محور بود و نمونه‌گیری تا رسیدن به اشباع نظری<sup>۲</sup> ادامه پیدا نمود.

مسئله اصلی در هر طرح پژوهشی، گزینش و تعریف مقوله‌ها است (هولستی، ۱۳۷۳). لذا در این تحقیق نیز پس از تهیه طبقات، محتوای مصاحبه‌ها (یافته‌های حاصل از مصاحبه‌های عمیق و نیمه ساختارمند) مطالعه و لغات و یا سایر واحدهای سنجش بر اساس فضای مفهوم و معنی آن‌ها کدگذاری و طبقه بندی گردید.

پروتکل تحلیل محتوای تحقیق نیز حاوی قوانین کلی حاکم بر تحقیق و قواعدی بود که محقق را مجبور می‌کرد به‌طریق خاصی محتوای مصاحبه‌های موردنظر را تعریف و اندازه‌گیری کند. به طوری که محتوا به‌همان شکلی که روز اول کدگذاری شده بود، زمان رسیدن به اشباع نظری هم کدگذاری شد.

به‌طور کلی مراحل تحلیل محتوای طی شده در این تحقیق شامل موارد زیر بوده است:

- تعریف و تحدید مجموعه اسناد (جامعه آماری):

1-Braun and Clarke  
2- Theoretical saturation

- تعریف واحدهای محتوا شامل واحدهای ثبت و شمارش و واحد متن؛

- مقوله‌بندی و جای‌دادن داده‌های محتوا در هر مقوله؛

- تحلیل داده‌ها.

گسترده‌ترین روش مورد استفاده در سنجش خصوصیات محتوا، فراوانی است که در آن هر وقوع صفتی معین، به حساب می‌آید (هولستی، ۱۳۷۳؛ جاثو، ۱۹۹۶؛ کریپندورف، ۱۳۹۴). فراوانی‌ها به‌جز ویژگی‌های دلالت‌کننده‌ای چون مقدار توجه یا درجه رواج نگرش یا اعتقاد در جمعیت فی نفسه معنایی ندارند (کریپندورف، ۱۳۹۴). در تحقیق حاضر نیز تحلیل با استفاده از فراوانی تکرار جملات در متن گزارش‌ها، انجام شده است.

## نتایج

نتایج حاصل از مفهوم‌پردازی و شکل‌دهی به شناسایی عوامل مؤثر بر رشد کارآفرینی در کسب‌وکارهای کوچک (SME) زنان روستایی مطرح‌شده از سوی زنان روستایی شهرستان اسلام‌آباد غرب که حاصل تفحص براساس روش کار ذکرشده در بخش روش‌شناسی تحقیق بود، در جدول ۱ نشان داده شده است. براساس یافته‌های تحقیق، نتایج تحلیل محتوای مصاحبه‌های زنان روستایی شهرستان اسلام‌آباد غرب نشان داد که عوامل مؤثر بر رشد کارآفرینی در کسب‌وکارهای کوچک (SME) زنان روستایی در هفت موضوع محوری قابل بحث می‌باشند.

در موضوع اول به عوامل فردی بر می‌گردد که این موضوع محوری خود ناشی از دو موضوع اولیه بود: تجربه قبلی زنان روستایی کارآفرین با سه کد نمایانگر و ویژگی‌های روان‌شناختی زنان روستایی کارآفرین (با ۱۰ کد نمایانگر). موضوع محوری دوم که عوامل محیطی مؤثر بر رشد کارآفرینی در کسب‌وکارهای کوچک (SME) زنان روستایی را نشان می‌دهد که این موضوع محوری خود ناشی از موضوع اولیه (یک موضوع اولیه) ویژگی‌های روستا بود (با ۳ کد نمایانگر). یکی دیگر از عوامل مؤثر بر رشد کارآفرینی در کسب‌وکارهای کوچک (SME) زنان روستایی مطرح شده از سوی زنان روستایی شهرستان اسلام‌آباد غرب که موضوعات محوری سوم را تشکیل داده است: عوامل اجتماعی و فرهنگی را منعکس می‌سازد. که این موضوع محوری خود ناشی از دو موضوع اولیه بود: (۱) ویژگی‌های اجتماعی مؤثر بر رشد کارآفرینی در کسب و کارهای کوچک (SME) زنان روستایی با چهار کد نمایانگر که به عضویت در گروه‌های ثانویه روستا (شورای روستا، هسته مشورتی مسجد و هیأت امنای مسجد) در چهار تکرار، استفاده از تجارب کارآفرینان محلی در هشت تکرار، افزایش سطح ارتباط و صمیمیت بین زنان روستا در نه تکرار و نگرش موافق اطرافیان به کارآفرینی در شش تکرار اشاره شده است و (۲) ویژگی‌های فرهنگی مؤثر بر رشد کارآفرینی در کسب‌وکارهای کوچک (SME) زنان روستایی با چهار کد نمایانگر که به سنت‌ها، باورها و هنجارهای موجود در روستا در شش تکرار عرف و آداب و رسوم خانواده‌ها در هفت تکرار، وجود بستر فرهنگی مناسب برای ارتقاء روحیه کارآفرینی در چهار تکرار و باور مردان در مورد توان مدیریتی زنان که با سه فراوانی، تکرار شده است.

عوامل انگیزشی زنان روستایی موضوع محوری دیگری است که دو موضوع اولیه را در بر گرفته است: ۱-



انگیزه‌های کارآفرینی زنان روستایی شهرستان اسلام‌آباد غرب و ۲- مشوق‌های کارآفرینی زنان روستایی شهرستان اسلام‌آباد غرب. لازم به‌ذکر است که موضوع اولیه انگیزه‌های کارآفرینی زنان روستایی شهرستان اسلام‌آباد غرب خود به مواردی چون انگیزه کسب منزلت اجتماعی بالاتر توسط زنان روستایی شهرستان اسلام‌آباد غرب با ۵ فراوانی، انگیزه کسب منزلت اقتصادی بالاتر و رفع نیاز اقتصادی زنان روستایی شهرستان اسلام‌آباد غرب و خانواده‌های آنان که با ۱۱ فراوانی تکرار شده بود و انگیزه کسب استقلال شغلی توسط زنان روستایی شهرستان اسلام‌آباد غرب با ۴ فراوانی تکرار شده بود، می‌پردازد. در همین راستا، موضوع محوری دوم (مشوق‌های کارآفرینی زنان روستایی شهرستان اسلام‌آباد غرب) نیز شامل مورد تشویق قرار گرفتن زنان روستایی کارآفرین از سوی خانواده (۵ تکرار) و مشوق‌های ارائه شده توسط دولت (۳ تکرار) می‌شود.

عوامل آموزشی- ترویجی نیز یکی دیگر از عوامل مؤثر بر رشد کارآفرینی در کسب و کارهای کوچک (SME) زنان روستایی مطرح شده از سوی زنان روستایی شهرستان اسلام‌آباد غرب بود که موضوع محوری پنجم را تشکیل می‌دهد و خود دو موضوع اولیه عوامل آموزشی و عوامل ترویجی را در بر گرفته است. با این توضیح که عوامل آموزشی خود به مواردی چون آموزش مهارت‌های کارآفرینی به زنان روستایی شهرستان اسلام‌آباد غرب با ۴ فراوانی، آموزش آشنایی با کانال‌ها و منابع اطلاعاتی در حوزه کارآفرینی به زنان روستایی شهرستان اسلام‌آباد غرب با ۶ فراوانی، ارائه مشاوره و راهنمایی‌های فنی و کارشناسی مناسب به زنان روستایی در ارتباط با کارآفرینی با ۸ تکرار و برگزاری کلاس‌های آموزشی- مهارتی در زمینه اشتغال و کسب و کار و کارآفرینی با ۷ فراوانی، می‌پردازد. عوامل ترویجی نیز شامل برگزاری جلساتی با حضور کارآفرینان برای بیان مشکلات آنان و آموزش راه حل‌های مناسب جهت مقابله با آن‌ها (۴ تکرار)، ایجاد مراکز رشد کارآفرینی جهت ارائه راهنمایی و مشاوره مناسب به زنان روستایی (۴ تکرار)، استفاده از کارآفرینان برتر و موفق جهت تشویق زنان روستا و تدریس برخی از مهارت‌های کارآفرینی (۵ تکرار)، بازدید از فعالیتهای کارآفرینان برتر (۴ تکرار) و استفاده از رسانه‌ها و نشریات ترویجی در زمینه کارآفرینی (۶ تکرار) می‌شود.

نتایج حاصل از بررسی و تحلیل مصاحبه با زنان روستایی شهرستان اسلام‌آباد غرب نشان می‌دهد که علاوه بر موارد فوق عوامل سیاست‌گذاری نیز یکی دیگر از عوامل مؤثر بر رشد کارآفرینی در کسب و کارهای کوچک (SME) زنان روستایی می‌باشد که موضوع محوری ششم را در بر می‌گیرد (جدول ۱).

همان‌طور که پیدا است عوامل سیاست‌گذاری خود چهار موضوع اولیه حمایت دولت از زنان روستایی کارآفرین (با ۴ کد نمایان‌گر)، حمایت بانک‌ها از زنان روستایی کارآفرین (با ۲ کد نمایان‌گر)، عوامل اقتصادی (با ۲ کد نمایان‌گر) و عوامل فنی (با ۳ کد نمایان‌گر) را شامل می‌شود و بالأخره با استناد به نتایج جدول ۱ پیدا است که عوامل مدیریتی نیز یکی دیگر از عوامل مؤثر بر رشد کارآفرینی در کسب‌وکارهای کوچک (SME) زنان روستایی شناسایی گردید که این موضوع محوری خود ناشی از یک موضوع اولیه کارآمدی و اثربخشی زنان روستایی کارآفرین شهرستان اسلام‌آباد غرب بود و به مواردی چون مدیریت کارآمد کسب‌وکار توسط زنان روستایی که با ۹ فراوانی تکرار شده و توانایی در بهره‌گیری از تمامی امکانات توسط زنان روستایی با تکرار ۶ فراوانی، اشاره دارد (جدول ۱).

جدول ۱- مفهوم‌پردازی و شکل‌دهی به مصاحبه‌های زنان روستایی شهرستان اسلام‌آباد غرب در خصوص عوامل مؤثر بر رشد کارآفرینی در کسب‌وکارهای کوچک (SME) زنان روستایی

عوامل محوری	عوامل اولیه (theme)	فراوانی	کدها (جملات و عبارات توصیف‌کننده)	
عوامل فردی و روانشناختی	تجربه قبلی زنان روستایی کارآفرین	۸	داشتن مهارت، تخصص و تجربه	
		۵	تجربه قبلی کارآفرینی	
		۶	والدین کارآفرین	
	ویژگی‌های روان‌شناختی		۴	انگیزه کسب استقلال (استقلال مالی)
			۷	نیاز به کسب موفقیت
			۶	داشتن روحیه انجام کار گروهی
			۵	ذهنیت مثبت افراد نسبت به کارآفرینی
			۳	نوآور بودن
			۹	تمایل به خلاقیت
			۸	اعتمادبه نفس و خودباوری
			۶	توانایی ریسک‌پذیری
عوامل محیطی	ویژگی‌های روستا	۷	انتقادپذیری	
		۸	تحمل ابهام (قابلیت روبرویی با وقایع پیش‌بینی نشده)	
		۹	استعدادهای و منابع موجود در منطقه	
	ویژگی‌های اجتماعی فرهنگی		۵	الگوی غالب کسب و کار متناسب با شرایط غالب محیطی
			۴	کیفیت آب و هوای منطقه
			۴	عضویت در تشکل‌های روستا (مانند شورای روستا، هسته‌ی مشورتی مسجد و هیأت امنای مسجد)
			۸	استفاده از تجارب کارآفرینان محلی
			۹	افزایش سطح ارتباط و صمیمیت بین زنان روستا
			۶	نگرش موافق اطرافیان به کارآفرینی
			۶	سنت‌ها، باورها و هنجارهای موجود در روستا
			۷	عرف و آداب و رسوم خانواده‌ها
عوامل انگیزشی	انگیزه‌های کارآفرینی	۴	وجود بستر فرهنگی مناسب برای ارتقاء روحیه کارآفرینی	
		۳	باور مردان در مورد توان‌مدیریتی زنان	
		۵	انگیزه کسب منزلت اجتماعی بالاتر	
	مشوق‌های کارآفرینی		۱۱	انگیزه کسب منزلت اقتصادی بالاتر و رفع نیاز اقتصادی خود و خانواده
			۴	انگیزه کسب استقلال شغلی
			۵	مورد تشویق قرار گرفتن زنان روستایی کارآفرین از سوی خانواده
عوامل آموزشی-ترویجی	عوامل ترویجی	۳	مشوق‌های ارائه شده توسط دولت	
		۴	برگزاری جلساتی با حضور کارآفرینان برای بیان مشکلات آنان و آموزش راه‌حل‌های مناسب جهت مقابله با آنها	
		۴	ایجاد مراکز رشد کارآفرینی جهت ارائه راهنمایی و مشاوره مناسب به زنان روستایی	
		۵	استفاده از کارآفرینان برتر و موفق جهت تشویق زنان روستا و تدریس برخی از مهارت‌های کارآفرینی	
		۴	بازدید از فعالیت‌های کارآفرینان برتر	

ادامه جدول ۱- مفهوم بردازی و شکل‌دهی به مصاحبه‌های زنان روستایی شهرستان اسلام‌آباد غرب در خصوص عوامل مؤثر بر رشد کارآفرینی در کسب و کارهای کوچک (SME) زنان روستایی

عوامل محوری	عوامل اولیه (theme)	فراوانی	کدها (جملات و عبارات توصیف‌کننده)
عوامل آموزشی	عوامل آموزشی	۶	استفاده از رسانه‌ها و نشریات ترویجی در زمینه کارآفرینی
		۴	آموزش مهارت‌های کارآفرینی
		۶	آموزش آشنایی با کانال‌ها و منابع اطلاعاتی در حوزه کارآفرینی
		۸	ارائه مشاوره و راهنمایی‌های فنی و کارشناسی مناسب به زنان روستایی در ارتباط با کارآفرینی
		۷	برگزاری کلاس‌های آموزشی - مهارتی در زمینه اشتغال و کسب و کار و کارآفرینی
		۶	سیاست ترغیب و تشویق به کارآفرینی از سوی دولت
		۸	حمایت از نوآوران در ارائه طرح‌های نوین کارآفرینانه
عوامل سیاست‌گذاری	حمایت دولت از زنان روستایی کارآفرین	۸	حذف و کاهش محدودیت‌ها و موانع کارآفرینی از طرف دولت
		۹	شناسنامه دار کردن و ساماندهی کسب و کارهای روستایی
		۱۵	اصلاح قوانین و مقررات دست و پاگیر برای اخذ وام‌های بانکی
		۱۵	تخصیص وام‌های کم بهره به زنان روستایی کارآفرین
		۱۵	حمایت‌های مالی از فعالیتهای زنان روستایی کارآفرین
عوامل اقتصادی	عوامل اقتصادی	۱۷	بازار یابی محصولات تولید شده توسط زنان روستایی کارآفرین (ایجاد مکان - هایی برای فروش محصولات)
		۸	تأمین امکانات زیربنایی موردنیاز استقرار کسب و کار
		۵	گسترش و توسعه حمل و نقل
		۸	فراهم نمودن امکان دسترسی زنان روستایی به فناوری اطلاعات و ارتباطات مانند اینترنت
عوامل مدیریتی	کارآمدی و اثربخشی	۹	مدیریت کارآمد کسب و کار
		۶	توانایی در بهره‌گیری از تمامی امکانات

### نتیجه‌گیری

بر مبنای نتایج تحلیل محتوای انجام شده در این پژوهش عوامل فردی، عوامل محیطی، عوامل اجتماعی و فرهنگی، عوامل انگیزشی، عوامل آموزشی - ترویجی، عوامل سیاست‌گذاری و عوامل مدیریتی به‌عنوان تعیین‌کننده‌های مؤثر بر رشد کارآفرینی در کسب و کارهای کوچک (SME) زنان روستایی شهرستان اسلام‌آباد غرب شناسایی شدند.

همان‌طور که پیدا است عوامل فردی و روان‌شناختی به‌عنوان یکی از تعیین‌کننده‌های مؤثر بر رشد کارآفرینی در کسب و کارهای کوچک (SME) زنان روستایی شهرستان اسلام‌آباد غرب شناسایی شدند، که این موضوع محوری خود ناشی از دو موضوع اولیه تجربه قبلی زنان روستایی کارآفرین و ویژگی‌های روان‌شناختی زنان روستایی کارآفرین بود. در این راستا می‌توان با گسترش فرهنگ کارآفرینی و خود اشتغالی در جامعه‌ی روستایی به‌ویژه زنان روستایی که بازوان توانای فعالیت‌های روستایی محسوب می‌شوند، از طریق الگو قرار دادن افراد کارآفرین برای آنان از طریق

رسانه‌ها، مطبوعات و غیره و قدردانی از زنان کارآفرین شناخته شده در منطقه، تشویق زنان کارآفرین، برگزاری همایش‌ها و گردهمایی‌هایی جهت مثبت نمودن ذهنیت افراد نسبت به کارآفرینی و مواردی این چنین که سبب تقویت اعتماد به نفس و ارتقای روحیه خودکارآمدی، خلاقیت و نوآوری در بین زنان روستایی می‌گردد، زمینه ارتقاء و تقویت روحیه کارآفرینی آنان را فراهم نمود. لازم به ذکر است محققان متعددی چون فری و همکاران (۲۰۱۱)، دربان آستانه و همکاران (۱۳۹۱) و کریمی و همکاران (۲۰۱۴) نیز پیش‌تر در مطالعه خود نشان دادند که ویژگی‌های روان‌شناختی افراد کارآفرین ارتباط مثبت و معناداری با مهارت‌های کارآفرینی آنان دارد.

با استناد به یافته‌ها، عوامل محیطی نیز به‌عنوان یکی دیگر از تعیین‌کننده‌های مؤثر بر رشد کارآفرینی در کسب‌وکارهای کوچک (SME) زنان روستایی شهرستان اسلام‌آباد غرب شناسایی شدند که پیش‌تر نیز در مطالعاتی چون دایسون (۲۰۰۳) و شریف زاده و همکاران (۱۳۸۹)، به آن اشاره شده است. لازم به ذکر است که کیفیت آب و هوای شهرستان اسلام‌آباد غرب معتدل بوده و شرایط لازم را جهت شروع و راه‌اندازی کسب‌وکارهای متنوع روستایی و کشاورزی دارا است و از سوی دیگر استعدادهای و منابع موجود در منطقه نیز پتانسیل لازم جهت کارآفرینی و ایجاد حرفه توسط زنان روستایی شهرستان را دارا بوده و لذا می‌توانند به‌عنوان یک فرصت جهت ارتقای کارآفرینی در روستا محسوب گردند. عوامل فرهنگی و اجتماعی شناسایی شده در این تحقیق به‌عنوان یکی دیگر از تعیین‌کننده‌های رشد کارآفرینی زنان روستایی، پیش‌تر نیز توسط محققانی چون جمشیدی و همکاران (۱۳۹۳)، علیدوست و لشگرآرا (۱۳۹۲) و نیفسی، ایلبری و جنکنیس (۲۰۰۱) مورد بررسی قرار گرفته‌اند. در این راستا تشکیل جلسات مختلف از سوی واحد امور زنان اداره ترویج و مشارکت‌های مردمی سازمان جهاد کشاورزی شهرستان اسلام‌آباد غرب با حضور کارآفرینان موفق و صاحبان کسب‌وکارهای کوچک به‌منظور فراهم نمودن فرصتی جهت تبادل نظر زنان روستایی با یکدیگر و فرصتی جهت اخذ مشاوره با فعالان عرصه کسب‌وکار و استفاده از تجارب کارآفرینان محلی برای سایر زنان روستایی ضروری به نظر می‌رسد.

عوامل انگیزشی و عوامل آموزشی-ترویجی نیز از دیگر تعیین‌کننده‌های رشد کارآفرینی در کسب‌وکارهای کوچک (SME) زنان روستایی محسوب می‌شود که با نتایج محققانی چون یونگ (۲۰۱۰) و تقی بیگی و همکاران (۱۳۹۲) همسو می‌باشد. بدین منظور نیز ارائه خدمات آموزشی و مشاوره‌ای از سوی واحد امور زنان اداره ترویج و مشارکت‌های مردمی سازمان جهاد کشاورزی شهرستان در زمینه راه‌اندازی و مدیریت کسب‌وکارهای کوچک (SME) زنان روستایی، بازدید از فعالیت‌های کارآفرینان برتر، انتشار نشریات تخصصی کارآفرینی روستایی و توزیع آن در بین روستاییان (به‌ویژه زنان روستایی)، تدوین کتاب‌های ویژه کارآفرینی روستایی برای تدریس در مدارس روستایی و مواردی از این قبیل که سبب ترغیب و تشویق روستاییان به خلق حرفه و تقویت روحیه کارآفرینی آنان می‌شود و نیز تدریس برخی از مهارت‌های کارآفرینی به‌منظور کارآفرین نمودن زنان روستایی، پیشنهاد می‌شود.

عوامل اقتصادی نیز که خود زیر بخش عوامل سیاست‌گذاری محسوب می‌شود یکی دیگر از تعیین‌کننده‌های رشد کارآفرینی در کسب‌وکارهای کوچک (SME) زنان روستایی محسوب می‌شود که با نتایج شریف زاده و همکاران (۱۳۸۹)، جمشیدی و همکاران (۱۳۹۳)، ساکسنا (۲۰۱۲)، تقی بیگی و همکاران (۱۳۹۲) و علیدوست و لشگرآرا (۱۳۹۲)، همسو است. در این راستا عوامل فنی نیز به‌عنوان یکی دیگر از زیربخش‌های عوامل سیاست‌گذاری و

تأثیرگذار بر رشد کارآفرینی زنان روستایی در مطالعاتی چون ساکسنا (۲۰۱۲) و استاثوپولو و همکاران (۲۰۰۴)، نیز مطرح شده است. در این خصوص نیز راهکارهایی از قبیل تشکیل اتحادیه‌ها و انجمن‌های حمایت از کسب‌وکارهای کوچک (SME) زنان روستایی، به‌کارگیری سیاست‌های تشویقی و حمایتی از کسب و کارهای کوچک (SME) زنان روستایی از سوی دولت، تخصیص منابع مالی مورد نیاز و ارائه تسهیلات بلندمدت و کم‌سود بانکی جهت ارتقای کمی و کیفی کسب‌وکارهای کوچک (SME) زنان روستایی و حمایت‌های بازاریابی جهت محصولات تولیدشده توسط زنان روستایی کارآفرین از جمله ایجاد مکان‌هایی برای فروش محصولات نیز جهت تقویت عوامل سیاست‌گذاری به‌عنوان یکی از تعیین‌کننده‌های رشد کارآفرینی زنان روستایی محسوب می‌شود، جدی‌تر مطرح می‌گردد. هم‌چنین با استناد به یافته‌های تحقیق و به‌منظور تقویت عوامل مدیریتی مؤثر بر رشد کارآفرینی زنان روستایی، شناسنامه‌دار کردن و ساماندهی کسب‌وکارهای روستایی به‌منظور حمایت از کسب‌وکارهای کوچک (SME) زنان روستایی نیز بی‌شک می‌تواند زمینه ارتقاء و تقویت روحیه کارآفرینی آنان را فراهم آورد.

### منابع

- آشتیانی، م. و یمینی‌دوزی سرخابی، م (ترجمه). ۱۳۷۵. تحلیل محتوا. باردن، ل، انتشارات دانشگاه شهید بهشتی. تهران. ۲۸۵ ص.
- جمشیدی، ع، جمینی، د. و نظری، ح. ۱۳۹۳. بررسی عوامل پیش‌برنده و بازدارنده توسعه کارآفرینی زنان روستایی (مطالعه موردی: زنان روستایی بخش میان‌کوه شهرستان اردل). فصلنامه زن و جامعه، ۱(۵): ۷۵-۹۴.
- تقی‌بیگی، م، آگهی، ح. و میرک‌زاده، ع. ا. ۱۳۹۲. بررسی موانع و راه‌کارهای مناسب توسعه مشاغل خانگی زنان روستایی شهرستان اسلام‌آباد غرب. فصلنامه پژوهش‌های روستایی، ۵(۲): ۲۸۳-۳۱۰.
- حسینی، ط. و لشگرآرا، ف. ۱۳۹۳. شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه مهارت‌های کارآفرینی در تعاونی‌های زنان روستایی استان فارس. پژوهش‌های ترویج و آموزش کشاورزی، ۲(۷): ۱۳-۳۵.
- خسروی‌پور، ب. و عسگریان دهکردی، ف. ۱۳۸۸. ضرورت تقویت آموزش‌های کارآفرینی در فعالیتهای کشاورزی. کار و جامعه، ۱۱۲: ۲۳-۱۴.
- دادورخانی، ف. ۱۳۸۵. توسعه روستایی و چالش‌های اشتغال زنان. پژوهش‌های جغرافیایی، ۵۵: ۱۸۸-۱۷۱.
- دانایی‌فرد، ح، الوانی، س. م. و عادل، آ. ۱۳۸۶. روش‌شناسی پژوهش کیفی در مدیریت: رویکردی جامع. چاپ دوم، انتشارات صفار، تهران، ۲۸۸ ص.
- دربان‌آستانه، ع. ر، قدیری معصوم، م. و فیروز، م. ع. ۱۳۹۱. بررسی ارتباط بین عملکرد سازمانی و مهارت کارآفرینی مدیران محلی و روستایی، مطالعه موردی دهیاران استان قزوین، پژوهش‌های روستایی، ۳(۱): ۲۷-۵۹.

- رضوانی، م. و نجارزاده، م. ۱۳۸۷. بررسی و تحلیل زمینه‌های کارآفرینی روستاییان در فرآیند توسعه نواحی روستایی. توسعه کارآفرینی، ۱(۲): ۱۸۲-۱۶۱.
- سرمد، ز.، بازرگان، ع. و حجازی، ا. ۱۳۸۱. روش‌های تحقیق در علوم رفتاری. چاپ سوم، تهران: انتشارات آگاه، ۴۰۸ ص.
- سواری، م.، مخلص‌آبادی فراهانی، م.، ساکی، ص. و شعبانعلی فمی، ح. ۱۳۹۲. تحلیل نگرش زنان روستایی شهرستان دیواندره نسبت به اشتغال در بخش صنایع دستی. پژوهش و برنامه‌ریزی روستایی، ۴: ۲۸۶-۲۵۹.
- شریف‌زاده، ا.، عربیون، ا. و شریفی، م. ۱۳۸۹. بررسی موانع توسعه کسب و کارهای کشاورزی در استان گلستان. روستا و توسعه، ۱۱۳(۴): ۱۶۰-۱۲۹.
- شعبانعلی فمی، ح.، رستمی، ف. و رحیم‌زاده، م. ۱۳۸۶. بررسی انگاره‌های مشارکت زنان روستایی غیرسرپرست خانوار و سرپرست خانوار در فعالیت‌های کشاورزی تلفیقی. ماهنامه جهاد، ۲۷۶(۲۷): ۶۷-۸۷.
- طیب‌زاده، م. و لشگرآرا، ف. ۱۳۹۲. شناسایی الزامات توسعه مهارت‌های کارآفرینی زنان روستایی استان قم. مجله پژوهش‌های ترویج و آموزش کشاورزی، ۴(۶): ۶۱-۷۲.
- علیدوست، س. و لشگرآرا، ف. ۱۳۹۲. موانع توسعه کارآفرینی زنان روستایی. پژوهش‌های ترویج و آموزش کشاورزی، ۶(۱): ۱۶-۷.
- فرج اله حسینی، س. ج. و دهیوری، س. ۱۳۸۵. تأثیر تبعیض جنسیتی بر روحیه کارآفرینی زنان روستایی. فصلنامه اشتغال و کارآفرینی رویش، ۱۴: ۳۰-۱۸.
- فلاح جلودار، ر.، فرج اله حسینی، س. ج.، حسینی، س. م. و میردامادی، س. م. ۱۳۸۶. عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینی زنان روستایی شمال کشور. روستا و توسعه، ۴(۱۰): ۸۷-۱۱۵.
- نایی. ه (ترجمه). ۱۳۹۴. تحلیل محتوا (مبانی روش شناسی). کلوکس کرپیندورف. نشر نی. تهران، ۲۶۲ ص.
- کیاکجوری، ک.، رودگرنژاد، ف. و پورعیسی، م. ۱۳۹۱. ارائه مدل مفهومی از موانع مؤثر بر توسعه کارآفرینی روستایی. همایش ملی توسعه روستایی، دانشگاه گیلان، شهریار، رشت، ۶ ص.
- گولارد، پ. ۱۳۸۳. طراحی مدل برای بهبود ایجاد شغل برای زنان ایرانی. رساله دکترا. دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات.
- نحوی، ا. و کهنسال، م. ۱۳۹۱. عوامل مؤثر بر پیشرفت زنان کارآفرین (مطالعه موردی: زنان استان مازندران). زن و

مطالعات خانواده، ۱۱(۳): ۹۵-۱۱۱.

- میرغفوری، س. ح. ۱۳۸۸. تبیین و تحلیل موانع مؤثر بر کارآفرینی زنان. پژوهش‌نامه مدیریت تحول، ۲: ۵۱-۴۹.
- سالارزاده امیری، ن. (ترجمه). ۱۳۷۳. تحلیل محتوی در علوم انسانی و اجتماعی. هولستی، ال آر. انتشارات دانشگاه علامه طباطبائی. تهران.
- یعقوبی فرانی، ا.، سلیمانی، ع.، موحدی، ر. و اسکندری، ف. ۱۳۹۲. تأثیر عوامل آموزشی و نهادی بر کارآفرینی زنان روستایی (مورد مطالعه: استان همدان). توسعه کارآفرینی، ۲(۶): ۱۳۴-۱۱۵.
- Afza, T., Osman, M. H. B. M. and Rashid, M. A. 2010. Enterprising behavior of enterprise-less rural women entrepreneurs of Khyber Pukhtan Khawa of Pakistan. *European Journal of Social Sciences*, 18 (1): 109-119.
- Akgün, A.A., Nijkamp, P., Baycan, T. and Brons, M. 2010. Embeddedness of Entrepreneurs in Rural Areas: A Comparative Rough Set Data Analysis. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, 101(5): 538-553.
- Arasti, Z. 2007. Female Iranian entrepreneurs; socio-cultural structures contributing to job creation for women, *journal of women research*, 4(1,2): 93-120.
- Virginia, B. and Victoria, C. 2006. Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3: 77-101.
- Dabson, B., Malkin, J., Mathews, A., Pate, K. and Stickle, S. 2003. Mapping rural entrepreneurship. Battle Creek, MI: W.K. Kellogg Foundation, and Washington, DC: CFED.
- Driga, O., Lafuente, E., and Vaillant, Y. 2009. Reasons behind the Relatively Lower Entrepreneurial Activity Levels of Rural Women: looking into rural Spain. *Sociologia Ruralis*, 49(1): 70-96.
- Duarte, N. and Diniz, F. 2011. The role of firms and entrepreneurship on local development. *Romanian Journal of Regional Science*, 5(1): 54-69.
- Ferri, E. and Prior, D. 2011. Environmental Factors and Social entrepreneurship: an Institutional analysis". Available from [http://webs2002.uab.es/dprior/docs\\_seminario\\_doctorado\\_2010\\_11/Ensayos/02\\_Elisabeth\\_Ferri\\_Jimenez.pdf](http://webs2002.uab.es/dprior/docs_seminario_doctorado_2010_11/Ensayos/02_Elisabeth_Ferri_Jimenez.pdf).
- GAO. 1996. Content Analysis: A Methodology for Structuring and Analyzing Written Material. U.S. General Accounting Office. Program Evaluation and Methodology Division.
- Golrod, P. 2010. Family and solution developing entrepreneurship of women,

- womenstudy*,7(21): 131-149.
- Hurley, A. 2000. Incorporating Feminist Theories in to soci- ological theories of entrepreneurship, *women in management Re- view*, 14(2): 54-62.
- Javaheri, F. and GHezavati, S. 2005. Studying the impact of gender inequality on women ntrepreneurship in Iran: obstacles for women job creation, *Iran Sociology Magazine*, 18: 161-178.
- Islam, M. D. A., Keawchana, T. and Yusuf, D. H. M. 2011. Factors affecting business success of small and medium enterprises (SMESs) in Thailand. *Journal of Asian Social Science*, 7(5): 180-190.
- Karimi, S., J.A Biemans, H., Lans, T., Chizari, M. and Mulder, M. 2014. Effects of role models and gender on students' entrepreneurial intentions. *European Journal of Training and Development*, 38(8): 694-727.
- Kneafsey, M., Ilbery, B. and Jenkins, T. 2001. Exploring the Dimensions of Culture Economies in Rural West Wales. *Sociologia Ruralis*, 41(3): 296-310.
- Lien, F. and Chen, Y.W. 2009. Development and Cross-cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions, *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 33(3): 593-617.
- Lincoln, A. 2012. Prospects and challenges of women entrepreneurship in nigeria, 28 November 2012.
- Merriam, S.B. 2001. *A Qualitative Approach.*, San Francissco: Jossey-Bass.
- Okafor, Ch. and Mord, Ch. 2010. Women entrepreneurship development in Nigeria: The effect of environmental factors. Petroleum-Gas University of Ploiesti Bulletin. *Economic Sciences Series*, LXII (4): 43-52.
- Paniagua, A. 2013. Farmers in remote rural areas: The worth of permanence in the place. *Land Use Policy*, 35: 1-7.
- Parvin, L., Rahman, M.W. and Jia, J. 2012. Determinates of Women micro entrepreneurship development: An empirical investigation in rural Bangladesh. *Journal of Economics and Finance*, 4(5): 254-260.
- Robert, J. Sternberg, B. 2004. Successful intelligence as a basis for entrepreneurship, *Journal of Business Venturing*, 19: 189– 201.
- Sathyasundaram, I. 2004. Encouraging womens entrepreneurship. *Soc. Welfare*, 50(12):13-15.
- Saxena, S. 2012. Problems Faced By Rural Entrepreneurs and Remedies to Solve. *Journal of*



*Business and Management*, 3(1): 23-29.

Simsek, Z., Lubatkin, M.H., Veiga, J.F and Dino, R.N. 2009. the rol of an entrepreneurially alert information system in promoting corporate entrepreneurship. *Journal of Business research*, 62: 810-817.

Stathopoulou, S., Psaltopoulos, D. and Skuras, D. 2004. Rural entrepreneurship in Europe: A research framework and agenda. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 10(6): 404-425.

Walsh, K., O'Shea, E., Scharf, T. and Murray, M. 2012. Ageing in changing community contexts: Cross-border perspectives from rural Ireland and Northern Ireland. *Journal of Rural Studies*, 28(4): 347-357.

Walter, P. 2006. Introduction ti the spesial issue buil- ding Womens Entrepreneurship Theory & practice, paris.OEC.

Young, N. 2010. Business networks, collaboration and embeddedness in local and extralocal spaces: The case of port hardy, Canada. *Sociologia Ruralis*, 50(4): 392-408.

## Identification of the factors affecting the development of entrepreneurship in small businesses for rural women (SME) in the city of Islamabad by using the techniques of content analysis

Bahman Khosravipour<sup>1\*</sup> and Soheila Pourjavid<sup>2</sup>

Submitted: 24 April, 2016

Accepted: 16 September, 2017

### Abstract

Entrepreneurship is a process that plays a critical role in the continued growth of the country and national development plans. Its importance is to the point that economists declare that entrepreneurs are the engines of economic growth and development. Promotion of women's entrepreneurial activities provides an effective stimulus to growth and economic development and improves the quality of their life. The aim of this research study is to identify the factors that affect the development of entrepreneurship in small businesses (SME) for the rural women in the city of Islamabad by using the techniques of content analysis. This form of qualitative research is done with the participation of 48 rural entrepreneur women from the city of Islamabad. Information is collected through interviews with entrepreneur women, and content analysis is used to analyze the data. The content analysis carried out showed that, personal factors, environmental factors, socio-cultural factors, motivational factors, education and extension, policy factors and management factors are the general factors that affect entrepreneurship in small rural businesses (SME). Therefore, considering the results of the analysis that has been done and in order to slightly increase the number of entrepreneurs in rural areas and improve the type and quality of entrepreneurship in small rural businesses (SME) and foster the culture of entrepreneurship and self-employment in rural communities, especially among rural women who are able to perform rural activities, proper policies are recommended for the government to encourage and support small rural businesses (SME) for women. Therefore, considering and reinforcing each of these variables of each of these components can motivate women in rural areas to further develop businesses in the villages.

**Keywords:** Entrepreneurship, Rural development, Small businesses (SME), Rural women.

---

1 - professor of University of Khuzestan Ramin Agriculture and Natural Resources

2 - Ph.D Student of Agricultural Extension and Education, University of Khuzestan Ramin Agriculture and Natural Resources

(\*-Corresponding author Email: b.khosravipour@gmail.com)

DOI: 10.22048/rdsj.2018.51322.1528