

## واکاوی عوامل مؤثر بر نگرش زنان روستایی نسبت به ایجاد گروه‌های خودیار؛ مطالعه موردی: بخش بزینه‌رود، شهرستان خدابنده

لیلا اسلامی\* - دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی دانشگاه زنجان  
هاجر خدابنده‌لو - دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی دانشگاه زنجان  
منیژه احمدی - عضو هیئت‌علمی گروه جغرافیا دانشگاه زنجان

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۳/۱۰

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۸/۲۰

### چکیده

گروه‌های خودیار، به‌عنوان یکی از مهم‌ترین راهبردهای توانمندسازی زنان، اهمیت زیادی در زمینه اشتغال، تولید درآمد، کاهش فقر، و ارتقای صادرات و درآمد ارز خارجی کشورهای در حال توسعه دارند. ایجاد این گروه‌ها می‌تواند متأثر از عوامل مختلف جغرافیایی، سیاسی، اجتماعی، فرهنگی، و اقتصادی باشد. بنابراین، تحقیق حاضر با هدف بررسی عوامل مؤثر بر نگرش زنان روستایی نسبت به گروه‌های خودیار در بخش بزینه‌رود تدوین شده است. پژوهش به صورت ترکیبی - اکتشافی متوالی انجام شده است. در مرحله نخست نگرش زنان روستایی به ایجاد گروه‌های خودیار با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند از طریق مصاحبه احصا و در مرحله دوم به تحلیل بیشترین عوامل مؤثر در نگرش زنان روستایی نسبت به ایجاد گروه‌های خودیار از طریق پرسش‌نامه محقق‌ساخته با استفاده از آزمون تی تک‌نمونه‌ای پرداخته شده است. در مرحله اول پژوهش، عوامل مؤثر در ایجاد گروه‌های خودیار در قالب ۲۷ مفهوم احصا و در پنج بُعد طبقه‌بندی شد. نتایج مرحله دوم نیز حاکی از آن است که میانگین عددی حاصل در ابعاد اجتماعی - اقتصادی، پذیرش فناوری و مشارکت، بازاریابی، آموزش و حمایت، بانکداری / اعتبارات به ترتیب مبین بالابودن عوامل مؤثر در نگرش زنان روستایی نسبت به ایجاد گروه‌های خودیار بوده و عوامل اجتماعی - اقتصادی مهم‌ترین عامل تأثیرگذار در ایجاد گروه‌های خودیار زنان روستایی است. بنابراین، نتایج نشان می‌دهد استفاده از سرمایه جمعی در اجرای فعالیت‌ها و استفاده مشاع از ابزارهای تولید باعث صرفه‌جویی در عوامل تولید خواهد شد و تلاش‌های جمعی در امور مربوط به گروه‌های خودیار و انعطاف‌پذیری در قوانین و مقررات سبب افزایش بازدهی زنان عضو می‌شود.

کلیدواژه‌ها: استان زنجان، توانمندسازی، زنان روستایی، گروه‌های خودیار، نگرش.

## مقدمه

زنان نیمی از جمعیت و نیروی انسانی جهان را تشکیل می‌دهند. با وجود این، طبق گزارش‌های بین‌المللی زنان روستایی در کشورهای در حال توسعه از نظر شاخص‌های مختلف فقر، سواد، اشتغال، و ... در وضعیت نابسامانی قرار دارند (ساهو و سینگ، ۲۰۱۲)؛ به گونه‌ای که در بیشتر کشورهای در حال توسعه، زنان روستایی دارای منابع و مشاغل محدودند. از این رو، استراتژی‌های توسعه ایجاد فرصت‌های متعدد برای آن‌ها از طریق شرکت در امور مختلف با هدف توسعه روستایی می‌تواند موجب توانمندسازی زنان شود (مینا و سینگ، ۲۰۱۳). استراتژی گروه‌های خودیار (SHGs)<sup>۱</sup>، به‌عنوان یکی از مهم‌ترین راهبردهای توانمندسازی زنان، می‌تواند در دستور کار دولت‌های این کشورها قرار گیرد. گروه‌های خودیار زنان می‌توانند به طور قابل ملاحظه‌ای به توسعه، همگرایی خدمات، و فعالیت‌های روستایی کمک کنند که شامل توسعه کل اعضا در عرصه اجتماعی، سیاسی، فرهنگی، و اقتصادی می‌شود (مانیمکالایی، ۲۰۰۴). گروه‌های خودیار زنان اهمیت زیادی در زمینه اشتغال، تولید درآمد، کاهش فقر، ارتقای صادرات و درآمد ارز خارجی کشورهای در حال توسعه دارند (یداو و همکاران، ۲۰۰۶). گروه‌های خودیار زنان معمولاً متشکل از ده‌الی بیست زن فقیر با زمینه‌های اجتماعی و اقتصادی مشابه است که در نزدیکی یکدیگر زندگی می‌کنند. این گروه‌های خودیار یک حساب مشترک پس‌انداز پولی دارند (کومار و همکاران، ۲۰۱۹). نگرش‌های مختلف زنان می‌تواند تأثیر مستقیمی در مشارکت و عملکرد آن‌ها در فعالیت‌های گروه‌های خودیار داشته باشد (پاتیل و کوکت، ۲۰۱۷). کاملاً طبیعی است که نگرش مطلوب یا نامطلوب زنان تأثیر مستقیمی بر مشارکت و عملکرد آن‌ها در فعالیت‌های گروه‌های خودیار دارد. زنان روستایی ممکن است نگرش‌های چندگانه‌ای در مورد گروه‌های خودیار داشته باشند؛ به طوری که نگرش و رفتار نقش مهمی در برداشتن هر گونه سرمایه‌گذاری اقتصادی ایفا می‌کند (مینا و سینگ، ۲۰۱۳). نگرش‌ها به‌عنوان یک گرایش روان‌شناختی تعریف می‌شود که ارزش‌های خاص جوامع را بیان می‌کنند. هرچند نگرش افراد به یک موضوع نمی‌تواند مستقیماً مشاهده شود، می‌توان به این مسئله از گزارش‌ها و رفتار افراد در جامعه دریافت. نگرش نسبتاً پایدار است و پس از تصویب می‌تواند تأثیر مثبت درازمدت در جوامع داشته باشد (اولگیایووا و همکاران، ۲۰۰۵). بنابراین، نگرش زنان روستایی به گروه‌های خودیار در کشورهای مختلف به‌خصوص کشورهای در حال توسعه می‌تواند متأثر از عوامل مختلف جغرافیایی، سیاسی، اجتماعی، فرهنگی، و اقتصادی باشد. نگرش زنان روستایی به گروه‌های خودیار در کشورهای مختلف متفاوت است (مینا و همکاران، ۲۰۰۸). در واقع، رسیدن به یک رویکرد مشترک به نگرش جوامع زنان روستایی با توجه به تأثیر عوامل مختلف دخیل در کشورهای مختلف و افتراق جوامع غیرممکن است. به همین منظور، مطالعات گوناگونی در رابطه با موضوع گروه‌های خودیار زنان در مناطق مختلف انجام گرفته است؛ از جمله: جبه مری و همکاران (۲۰۱۳) در مقاله‌ای نگرش زنان روستایی به گروه‌های خودمحمور را مطالعه کردند که نتایج نشان داد اکثریت (۷۲/۲۵ درصد) نگرش نسبتاً مطلوبی به گروه‌های خودیار دارند. سهم و تنوع ویژگی‌های نمایه‌شده نسبت به نگرش گروه‌های خودیار ۵۹ درصد و ۵۷ درصد بود. مینا و سینگ (۲۰۱۳) در تحقیقی با نام اندازه‌گیری نگرش و رفتار اعضای گروه خودکفا: مطالعه ارزشمند هند شرقی به این نتیجه رسیدند که به طور کلی ۹۱ درصد اعضای گروه‌های خودیار دارای نگرش مطلوب بودند. آن‌ها همچنین پیشنهاد کردند که از این به بعد برای رسیدگی به مسائل فقر روستایی، غنی‌سازی سیستم با سرمایه اجتماعی از طریق توانمندسازی و تشکیل گروه‌های خودیار، ارائه پشتیبانی مالی و اعتبار، ایجاد سیستم مبتنی بر بازار و غیرمتمرکز، و استفاده از رسانه برای فناوری انتقال، آموزش غیررسمی در سطح روستایی اجرای ظرفیت‌سازی مبتنی بر نیاز برنامه‌ها و

سیاست‌های قوی باید مورد تأکید قرار گیرد. مینا و همکاران (۲۰۰۸) در مقاله‌ای با اندازه‌گیری نگرش زنان روستایی به گروه‌های خودکفا، ابزار نظرسنجی را شامل پنج بخش یعنی تقویت اجتماعی و اقتصادی، آموزش و پرورش، بازاریابی و کارآفرینی، پذیرش فناوری و پژوهش مشارکتی، و بانکداری / جنبه‌های اعتبار می‌داند. گروه آموزشی- متشکل از سی شرکت‌کننده از گروه‌های خودیار- پاسخ دادند که نتایج حاکی از آن است که قبل و بعد از آموزش تغییرات قابل توجهی در نگرش زنان در هر پنج منطقه دیده می‌شود و آموزش جهت‌گیری مثبت نسبت به گروه‌های خودیار نشان می‌دهد. پاتل و همکاران (۲۰۱۷) به شناسایی عوامل مؤثر بر نگرش زنان روستایی نسبت به گروه‌های خودیار با استفاده از تجزیه و تحلیل مؤلفه اصلی پرداختند. نتایج نشان داد که ۴۳/۳۴ درصد از زنان روستایی نگرش «مطلوب» و ۲۶/۶۶ درصد از آن‌ها نسبت به گروه‌های خودیار نگرش بسیار «مطلوب» داشته‌اند. تجزیه و تحلیل عامل با استفاده از روش مؤلفه اصلی «توانایی سازش»، «صفات شخصیتی»، «استفاده از منابع»، «ویژگی‌های کارآفرینی»، «حکمرانی سازمانی»، «مشارکت مالی»، و «تقویت اقتصادی» این هفت جزء می‌تواند ۷۶/۰۲ درصد در نگرش تأثیر داشته باشد. علاوه بر این، مطالعه نشان می‌دهد که سیاست‌گذاران، مؤسسات مالی، و تکنوکرات‌ها می‌توانند این هفت عامل را در حین برنامه‌ریزی، ترویج، اجرا، و ارزیابی هر برنامه مالی خرد، به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه، مورد توجه قرار دهند. بنابراین، توانمندسازی نگرش زنان به گروه‌های خودیار تحت تأثیر عواملی چون تحصیلات و آموزش، پذیرش فناوری، میزان درآمد و پس‌انداز، و دسترسی به اعتبارات و ... است (مولینا ناواس، ۲۰۱۵). مطالعات در کشور ایران درباره اثرها، چالش‌ها، و عوامل مؤثر بر موفقیت گروه‌های خودیار نظیر صندوق‌های قرض‌الحسنه زنان روستایی انجام شده است؛ لیکن تاکنون در ارتباط با «نگرش زنان روستایی» به ایجاد گروه‌های خودیار و عوامل مؤثر بر آن مطالعه‌ای انجام نگرفته است. از طرف دیگر، مسائل خودیاری زنان روستایی ایران متفاوت از سایر کشورهای جهان شکل گرفته است. گاهی این گروه‌ها به صورت خودجوش و گاهی با حمایت ارگان‌های دولتی مثل کمیته امداد و بهزیستی انجام گرفته است. طی دهه اخیر نگرش نسبت به گروه‌های خودیار با ورود زنان تحصیل کرده به عرصه‌های اقتصادی و فعالیت‌های اجتماعی بسیار مثبت بوده است. به طوری که امروزه تعداد گروه‌های خودیار زنان روستایی به صورت قابل توجهی افزایش یافته است. منطقه مورد مطالعه هم از این قاعده مستثنا نبوده و ما شاهد رشد روزافزون این گروه‌ها در روستاها بوده‌ایم. تا حدی که در هر روستا سه الی چهار گروه از زنان در منطقه مورد مطالعه به صورت خودجوش به تشکیل گروه‌های خودیار اقدام کرده‌اند. این امر نشان از این دارد که نگرش زنان منطقه به این گروه‌ها تغییر پیدا کرده است. بنابراین، تحقیق حاضر با هدف بررسی عوامل مؤثر بر نگرش زنان روستایی نسبت به ایجاد گروه‌های خودیار در بخش بزینه‌رود شهرستان خدابنده (استان زنجان) تدوین شده است.

## مبانی نظری

### گروه‌های خودیار

SHG<sup>۱</sup>ها انجمن‌های غیررسمی کوچک هستند که به منظور ایجاد توانایی اعضا برای کسب سود از طریق کمک متقابل، همبستگی، و مسئولیت مشترک ایجاد می‌شوند. مزایای آن‌ها شامل به‌کارگیری پس‌انداز و امکانات اعتباری و پیگیری فعالیت‌های گروهی است (آناند، ۲۰۰۲)؛ رویکردی مبتنی بر گروه که نه تنها فقرا را قادر می‌سازد تا سرمایه را به‌وسیله پس‌اندازهای کوچک جمع‌آوری کنند، بلکه به آن‌ها کمک می‌کند تا به امکانات رسمی اعتباری دسترسی داشته باشند (شیلندرا، ۲۰۰۴). به موجب مسئولیت مشترک، این گروه‌ها فقرا را قادر می‌سازند تا بر مشکل وثیقه غلبه نمایند و از این

طریق آن‌ها را از چنگال پولداران آزاد می‌کند (استیگلیتز، ۲۰۰۰). علاوه بر این، برخی ویژگی‌های اساسی SHGها مانند اندازه عضویت و همگن بودن ترکیب باعث ایجاد همبستگی و مشارکت مؤثر اعضا در عملکرد گروه می‌شود (فرناندز، ۱۹۹۸).

یک گروه خودیار شامل ده بیست نفر است که از یک طبقه اقتصادی نسبتاً همگن (فقیر) انتخاب شده‌اند. انتخاب اعضا بر اساس وابستگی‌های موجود، اعتماد متقابل، ملاقات منظم اعضا در یک زمان و مکان مشخص، و واگذاری پس‌انداز خود به یک صندوق مشترک - که از آن وام‌هایی مبتنی بر نیاز دریافت می‌کنند - است. این گروه قوانین و مقررات خود را توسعه می‌دهد؛ مراحل و فرایندهای جلسات، هنجارهای تغییر رهبری، آموزش فشرده و دستیابی به آن به‌منظور ایجاد توانایی‌های اعضای گروه‌های خودیار در شیوه‌ای مشارکتی و دموکراتیک طراحی شده است. اهداف گروه‌های خودیار، فراتر از اعتبار، شامل توانمندسازی کل اعضا در عرصه اجتماعی، سیاسی، فرهنگی، و اقتصادی است (فرناندز، ۱۹۹۸).

گروه‌های خودیار انجمن داوطلبانه کوچکی از افراد فقیر با پس‌زمینه اجتماعی و اقتصادی است. آن‌ها با هدف حل مسائل مشترک خود از طریق کمک گروه‌های خودیار و کمک متقابل گرد هم می‌آیند. تسهیلات کوچک را در میان اعضای خود ترویج می‌دهند. پس‌انداز در یک بانک نگهداری می‌شود. این صندوق مشترک به نام SHG است. معمولاً تعداد اعضا بیش از بیست نفر نیست (گادولیا، ۲۰۰۶).

### مفهوم نگرش<sup>۱</sup>

معادل واژه Attitude در فارسی نگرش، ایستار، طرز تلقی، پنداشت، طرز تفکر بر اساس مفروضات پیشین، و مانند آن‌ها ترجمه شده است (آذربایجانی، ۱۳۸۵). اصطلاح نگرش از نظر روان‌شناسی معانی مختلفی دارد، اما بیشتر به جنبه ذهنی و روانی فرد اطلاق می‌شود. نگرش نظامی بادوام است که شامل یک عنصر شناختی، یک عنصر احساسی، و یک عنصر تمایل به عمل است (اندرسون، ۱۹۹۴). ایگلی و فارب نگرش را مجموعه‌ای نسبتاً پایدار از احساسات، باورها، و آمادگی‌های رفتاری نسبت به اشخاص، اندیشه‌ها، اشیاء، یا گروه‌ها تعریف کرده‌اند (رضایی و سلیمی، ۱۳۸۴).

نگرش ارزیابی یا برآوردی است که به صورت مطلوب یا نامطلوب درباره شیء یا فرد یا رویدادی صورت می‌گیرد. نگرش بازتابی از شیوه احساس فرد نسبت به یک فرد یا یک چیز است (استیفن، ۱۳۸۶).

به لحاظ اهمیتی که نگرش‌ها در زندگی افراد دارند، برخی صاحب‌نظران تا آنجا پیش می‌روند که موضوع اصلی روان‌شناسی اجتماعی را «نگرش» می‌دانند و آن را علم مطالعه نگرش‌های افراد تعریف می‌کنند (ترکان و کجباف، ۱۳۸۷: ۴۹)؛ به گونه‌ای که برخی پژوهشگران، همچون آلپورت، حتی بر این باورند که مفهوم نگرش شاخص‌ترین و ضروری‌ترین مفهوم در روان‌شناسی اجتماعی است (کاورونسکی، ۲۰۰۷). در این زمینه، اندیشمندان از دیدگاه‌های متفاوت نگرش را تعریف کرده‌اند. در زیر به برخی از آن‌ها اشاره می‌شود:

- نگرش نمودهایی هستند که به طور مستقیم قابل مشاهده نیستند، اما از باور به‌عنوان احساسات و میل رفتاری که نسبت به هدف قرار می‌گیرد قابل تعمیم است (گارسیا-سانتیلان و همکاران، ۲۰۱۲).

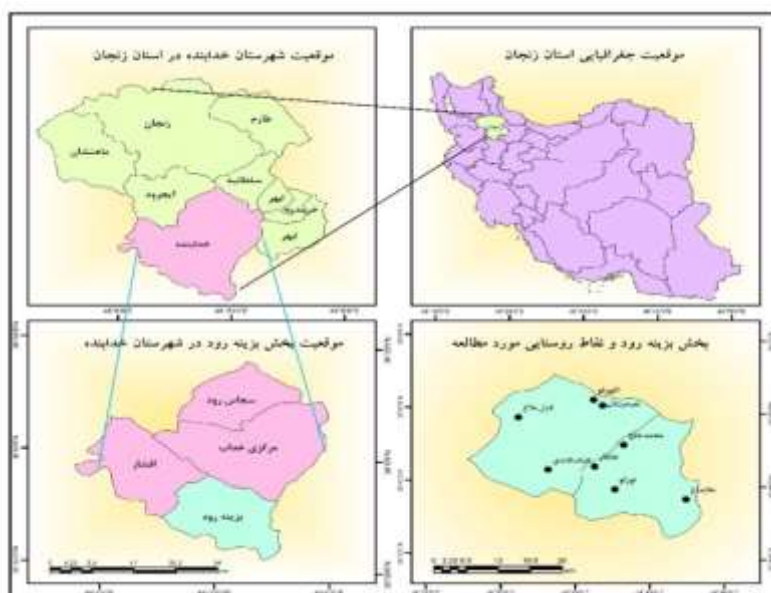
- نگرش را ارزیابی مطلوب یا نامطلوب پایدار فرد، احساس عاطفی، و گرایش‌های عملی نسبت به بعضی چیزها و ایده‌ها توصیف کرده‌اند. نگرش‌ها می‌توانند افکار افراد را شکل دهند، آن‌ها را به دوست داشتن یا نداشتن یک چیز وادار

کنند و به سمت چیزی یا دوری از آن حرکت دهند. بنابراین، رفتارهای مردم تحت تأثیر نگرش‌هاست و آن‌ها در مورد موضوعات مشابه به طور کاملاً سازگاری رفتار می‌کنند (کاتلر و کلر، ۲۰۰۶).

تعاریفی که در حال حاضر بیشتر مورد قبول صاحب‌نظران است تعاریفی است که نگرش را مرکب از سه عنصر شناختی، احساسی، یا عاطفی و رفتاری یا آمادگی برای عمل می‌دانند (سانزو و همکاران، ۲۰۰۳).

### محدوده و قلمرو مکانی پژوهش

بخش بزینه‌رود در قسمت جنوب شهرستان خدابنده در استان زنجان بین  $18^{\circ} 15' 48''$  تا  $35^{\circ} 46' 48''$  طول شرقی و  $30^{\circ} 33' 20''$  تا  $36^{\circ} 56' 3''$  عرض شمالی قرار دارد که از شمال به بخش مرکزی خدابنده، از جنوب به بخش شیرین‌سوی همدان، از شرق به شهرستان رزن، و از غرب به بخش افشار خدابنده منتهی می‌شود. فاصله این بخش از مرکز شهرستان ۴۲ کیلومتر و از مرکز استان ۱۲۴ کیلومتر است. این بخش دارای دو دهستان (بزینه‌رود و زرینه‌رود) و شامل ۴۲ روستا است (سازمان جغرافیایی نیروهای مسلح، ۱۳۶۹).



شکل ۱. نقشه محدوده جغرافیایی مورد مطالعه

### روش‌شناسی پژوهش

روش این پژوهش بر اساس شیوه ترکیبی است. طرح پژوهشی ترکیبی مورد استفاده در این پژوهش از نوع ترکیبی-اکتشافی است. در این نوع پژوهش، نخست داده‌های کیفی و سپس داده‌های کمی گردآوری و تحلیل می‌شوند. بنابراین، نخست پدیده موشکافی و سپس برای تعیین روابط داده‌های کیفی از داده‌های کمی استفاده می‌شود. در واقع، داده‌های کیفی داده‌های کمی را می‌سازند (دانایی‌فرد، ۱۳۸۶: ۳۷). زمانی یک پژوهش به صورت اکتشافی انجام می‌شود که در مورد پدیده‌ای که پژوهشگر با آن روبه‌روست اطلاعات زیادی وجود ندارد یا پژوهشگر اطلاعاتی در مورد اینکه چگونه مسائل مشابه یا موضوعات پژوهشی در گذشته حل شده‌اند در اختیار ندارد (دانایی‌فرد و همکاران، ۱۳۹۱: ۲۴۲). با توجه به موارد یادشده، پژوهش حاضر در دو مرحله انجام شده است. در مرحله اول، با استفاده از مصاحبه‌های اکتشافی- که از ابزارهای پژوهش کیفی محسوب می‌شود و همچنین مرور عمیق ادبیات و اسناد مرتبط- پژوهشگر به دنبال شناسایی عوامل مؤثر بر نگرش زنان روستایی به گروه‌های خودیار است. در مرحله دوم، پس از احصای نتایج حاصل از مرحله اول

و طبقه‌بندی آن‌ها، با استفاده از پرسش‌نامه خودساخته، پژوهشگر به پیمایش و گردآوری داده‌های کمی از طریق تحلیل عاملی اکتشافی و آزمون تی تک‌نمونه‌ای برای تعمیم نتایج مرحله اول خواهد پرداخت. در واقع، در مرحله دوم، پژوهشگر به دنبال اولویت‌بندی عامل‌های نگرش زنان روستایی به گروه‌های خودیار و بررسی میزان اهمیت این عوامل است.

### مرحله اول پژوهش: پژوهش کیفی

در این بخش از مصاحبه اکتشافی استفاده شد. برای اجرای مصاحبه، هشت روستا به‌عنوان نمونه با استفاده از آرای کارشناسان اداری (کارکنان فرمانداری خدابنده و بخش‌داری بزینهرود) و مدیران روستا به جهت اطلاع آن‌ها از وجود گروه‌های خودیار زنان روستایی در این منطقه انتخاب شد. در این مرحله، پیش از هر مصاحبه، فرم پروتکل مصاحبه به صورت حضوری در اختیار مصاحبه‌شونده قرار گرفت و برای اجرای مصاحبه زمانی تعیین شد. در هر مصاحبه، پس از معرفی خود، شرح مختصری درباره سؤال پژوهش داده شد. به دلیل جدید بودن موضوع پژوهش، با زمینه‌سازی مناسب از درک صحیح و کامل مصاحبه‌شونده از موضوع مورد پژوهش اطمینان حاصل شد. پس از آن پرسیده شد که «عوامل مؤثر بر نگرش زنان روستایی از گروه‌های خودیار چیست؟» زمان مصاحبه‌ها بین ۳۰ تا ۹۰ دقیقه متغیر بود. در طول مصاحبه نیز تلاش می‌شد تا مصاحبه‌شونده به سمت بیان عواملی که در گروه‌های خودیار دخیل‌اند سوق داده شوند. در پایان، از هر یک از افراد مورد مصاحبه درخواست شد اگر در مورد آنچه در مصاحبه گذشت نظری دارند، آن را بیان کنند. برای انتخاب مصاحبه‌شوندگان از راهبرد نمونه‌گیری گلوله برفی استفاده شد؛ یعنی در پایان هر مصاحبه تلاش می‌شد تا از طریق مصاحبه‌شونده افراد واجد شرایط دیگر در این حوزه برای اجرای مصاحبه شناسایی شوند. مصاحبه‌ها تا آن زمان ادامه یافت که پژوهشگر احساس می‌کرد داده‌ها تکراری شده و به حد اشباع رسیده است. بر این اساس، در این پژوهش با سی نفر از زنان روستایی مصاحبه شد.

### تحلیل داده‌های کیفی

رویکرد این پژوهش در تحلیل داده‌ها رویکرد ویرایشی است. رویکرد ویرایشی ریشه در سنت فلسفی پدیدشناسی دارد که در پی درک تجارب جهان زندگی فردی است. در پدیدارشناسی، جوهر اصلی یک پدیده از میان تجارب متفاوت افراد با آن پدیده بیرون کشیده می‌شود و بر کشف گوهر خود پدیده تمرکز می‌شود (بون، ۲۰۰۷: ۲۱۰) و مفسر مانند ویرایشگری که در پی بخش‌های معنی‌دار، کم و زیاد کردن کلمات یا جملات، حذف کلمات غیرضروری در متن است وارد متن می‌شود. مصاحبه‌ها تا زمانی ادامه پیدا می‌کند که از لحاظ نظری به حالت اشباع برسد. برای استخراج مفاهیم از میان حجم انبوه اطلاعاتی که در طول مصاحبه به‌دست می‌آید، عمل کدگذاری انجام می‌گیرد. کوربین و استراوس (۱۹۹۸: ۶۵-۶۸) کدگذاری را یک نوع تحلیل عمیق می‌دانند که در آن داده‌ها کلمه به کلمه بررسی و درنهایت کدها از لابه‌لای واژه‌ها یا عبارات خارج می‌شوند. در این پژوهش از «کدگذاری» برای شکل‌گیری مفاهیم استفاده شده و در پی آن شکل‌گیری چارچوب «عوامل مؤثر بر نگرش زنان روستایی از گروه‌های خودیار» صورت گرفته است.

### کدگذاری

برای کدگذاری باید داده‌ها کلمه به کلمه و خط به خط بازبینی شوند. نسخه اولیه هر مصاحبه انبوهی از داده‌ها را به همراه دارد که باید مطالعه شوند تا از میان آن‌ها عناوین مربوط به پژوهش استخراج شوند. این عنوان‌ها را باید به صورت عبارت کوتاه درآورد. کلمات و عبارات‌های مشابهی ممکن است در طول مصاحبه تکرار شوند، باید همه آن‌ها را در نظر

گرفت و عبارتهای مشترک را در یک گروه قرار داد. این عمل را «کدگذاری» و عبارت کوتاه را «کد» می‌گویند. جدول ۱ کدگذاری‌هایی است که بر روی داده‌های مصاحبه انجام گرفته است.

جدول ۱. عوامل مؤثر در نگرش زنان روستایی از گروه‌های خودیار (کدگذاری)

کد	متن مصاحبه / پیشینه پژوهش
اشتیاق و اولویت‌دهی بانک‌ها به اختصاص اعتبارات به گروه‌ها	بانک‌ها اشتیاق زیادی به ارائه اعتبارات به گروه‌ها، در مقایسه با ارائه فردی، دارند. زیرا در بازپرداخت وام و ضمانت معتبر به گروه‌ها اطمینان بیشتری دارند.
ضرورت کمک مالی بانک به گروه‌های خودیار برای ایجاد سرمایه‌گذاری	کمک مالی بانک ضرورتی انکارنشدنی در گروه‌ها محسوب می‌شود. دلیل این امر این است که سرمایه‌گذاری عامل مهمی در اجرای فعالیت‌های گروهی به‌شمار می‌رود.
ضرورت برنامه‌ریزی و حفظ نظم	وجود برنامه و مشخص بودن وظایف هر یک از اعضا و میزان سرمایه‌گذاری‌های هر شخص و به صورت کلی داشتن یک برنامه زمانی معین به برقراری نظم در گروه منجر می‌شود که عاملی اساسی در صرفه‌جویی به‌شمار می‌آید.
گروه خودیار به‌عنوان ابزاری قدرتمند برای توانمندسازی اجتماعی - اقتصادی افراد کم‌درآمد در مناطق روستایی	گروه‌های خودیار، به سبب آنکه وسیله‌ای هستند برای افزایش درآمد و بهبود وضعیت افراد عضو، می‌توانند از نظر اجتماعی - اقتصادی به افرادی که درآمدشان کم است کمک شایانی کنند.
ضرورت تأکید بر منافع مشترک و کمک به حل و فصل اختلافات بین اعضا	گروه‌های خودیار چون منافع مشترکی دارند، اعضا به هم نزدیک می‌شوند و اختلافات اعضا کاهش می‌یابد و اختلافات بین اعضا به صورت مسالمت‌آمیز حل و فصل شود.
تلاش جمعی عاملی در جهت افزایش بازدهی اعضا انعطاف‌پذیری قوانین و مقررات با اولویت‌بخشی بر اصل برابری اعضا	گروه خودیار به دلیل ماهیتی که دارد باعث می‌شود راندمان کاری اعضا و تلاش جمعی آن‌ها به میزان قابل توجهی افزایش پیدا کند. گروه‌های خودیار قانون و مقررات مشخصی ندارند و بر اساس ماهیت کار، قوانین، و مقررات برای گروه تعریف می‌شوند که عموماً بر اساس اصل برابری اعضا در برابر قانون است.
به‌کارگیری نیروی کار زنان روستایی با توجه به مهارت آن‌ها	زنان عضو در گروه‌های خودیار بنا بر توانایی‌ها و استعدادهایی که در حیطه‌های مختلف دارند می‌توانند در فعالیت‌های تولیدی، که گروه مشخص کرده است، به‌کار گرفته شوند.
تأکید گروه‌های خودیار بر ضرورت رفع فقر و افزایش اشتغال	گروه‌های خودیار اکثراً در جهت رفع فقر و افزایش اشتغال برای اعضا عمل می‌کنند و به خاطر اینکه در روستاها سطح اشتغال پایین است، می‌تواند بهترین راهکار برای کاهش بیکاری و افزایش درآمد باشد.
ضرورت صرفه‌جویی در عوامل تولید	در گروه‌های خودیار به خاطر اینکه سود و هزینه دو عامل اصلی‌اند، اعضای گروه در استفاده از همه عوامل تولید از جمله سرمایه، نیروی انسانی، ابزار، و وقت به صورت خودکار صرفه‌جویی به‌عمل می‌آورند.
ارتقای رقابت سالم بین گروه‌ها	وقتی که محصولات و کالای موردنیاز از طریق گروه‌های خودیار تأمین شود رقابت مخرب بین گروه‌ها کم می‌شود و رقابت سالم به‌وجود می‌آید.
تقویت روحیه ریسک‌پذیری در بین اعضای گروه	افرادی که اهل ریسک در تغییر فعالیت، میزان سرمایه‌گذاری، و خرید ابزارآلات و ... هستند عموماً کارآفرینان موفق به‌شمار می‌آیند، چون این افراد سود در کمترین زمان را مدنظر ندارند.
تأثیر رسانه برای انتشار سریع اطلاعات و تکنولوژی	استفاده از تلویزیون، رادیو، و روزنامه باعث انتشار سریع تکنولوژی‌های مورد استفاده در فعالیت‌های روستایی است، چون رسانه‌ها و ابزار اطلاع‌رسانی جمعی مزایای تکنولوژی‌ها را در سطح وسیعی برای تعداد افراد زیادی بیان می‌کنند.
قابلیت اعتماد و کارآمد بودن گروه برای انتقال فناوری	به سبب آنکه نفع جمعی در برابر نفع فردی است، گروه‌های خودیار روش بسیار قابل اعتمادی در انتقال فناوری به اعضاست.
تأثیر آموزش در ایجاد نگرش مثبت نسبت به نوآوری‌ها (تکنیک‌ها و روش‌های جدید)	آموزش و آگاهی افراد گروه باعث می‌شود که آن‌ها به یک سری تکنیک‌ها و راه‌های جدیدی که در جهت بهبود کار عمل می‌کنند دید مثبتی پیدا کنند و آن‌ها را در فعالیت‌های خود به‌کار گیرند.
تأثیر آموزش و کلاس‌های آموزشی در تغییر رفتار	افرادی که آموزش دیده باشند یا در کلاس‌های آموزشی شرکت کرده باشند به خاطر آگاهی از یک سری موارد راحت‌تر می‌توانند رفتار خود را تغییر دهند، ولی افرادی که هیچ‌گونه آموزشی ندیده‌اند در مقابل تغییر رفتار مقاومت می‌کنند.
اهمیت میزان تحصیلات در افزایش زمینه کارآفرینی	در بین اعضای گروه افراد تحصیل کرده به دلیل ریسک‌پذیری بالا و آگاهی می‌توانند کارآفرینان خوبی باشند و در ابعاد اشتغال موفق عمل کنند، زیرا با برنامه و اصول فعالیت می‌کنند.
نقش مشارکت در موفقیت فعالیت‌های گروهی	مشارکت و نظرخواهی از افراد گروه در همه مراحل یک برنامه شامل تهیه، اجرا، و ارزیابی بسیار ضروری است. این امر باعث می‌شود مردم به خاطر اطلاع از برنامه‌ها و دخالت خودشان در همه مراحل همکاری مطلوبی داشته باشند.
تأثیر گروه‌های خودیار در بهبود هماهنگی بین اعضای گروه	گروه‌های خودیار هماهنگی و همکاری بین اعضای گروه را ارتقا می‌دهند و اعضای گروه با علاقه فعالیت‌هایی را که به عهده آن‌ها گذاشته می‌شود انجام می‌دهند.
برگزاری جلسات مختلف جهت هماهنگی و برنامه‌ریزی	همه گروه‌های خودیار برای هماهنگی و برنامه‌ریزی جلساتی با اعضای خود برگزار می‌کنند.
نقش ارتباطات در یکسان‌سازی هنجارها و ارزش‌ها	ارتباطات و ملاقات زیاد اعضا با یکدیگر باعث می‌شود به مرور هنجارها و ارزش‌های گروه به صورت یک‌دست درآید و تفاوت‌های ارزشی بین آن‌ها کم شود.
نقش درآمدهای حاصل از فعالیت‌های گروهی در توانمندی اقتصادی	درآمدهای حاصل از فعالیت‌های گروهی باعث استقلال مالی زنان می‌شود و در روستاها به تشکیل صندوق‌های خرد بین زنان منجر می‌شود. این امر به ایجاد سرمایه‌ای بزرگ برای ارتقای گروه‌های خودیار منجر خواهد شد.
نقش تسهیلات بانکی در ایجاد و ارتقای گروه‌های خودیار	ارائه وام‌های خوداشتغالی زنان از طریق بانک‌ها به افزایش تعداد و ارتقای گروه‌های خودیار زنان منجر می‌شود.
نقش حمایت و آموزش در افزایش کارایی	اگر حمایت‌ها و آموزش‌هایی از سوی نهادها برای زنان انجام شود، گروه‌های خودیار نسبت به قبل عملکرد بهتری خواهند داشت، مانند کلاس‌های ترویجی جهاد کشاورزی در زمینه‌های کشاورزی و صنایع دستی و ...
تأثیر مشارکت و روحیه جمع‌گرایی در موفقیت	گروه‌های خودیار به خاطر عملکرد جمعی و نفع جمعی و مشارکت بین اعضا و ایجاد اشتغال و کارآفرینی موفق عمل کرده‌اند.
نقش عامل تقاضا در تعیین نوع فعالیت‌های گروه	در میان فعالیت‌هایی که اعضای گروه به صورت جمعی انجام می‌دهند آن مورد از فعالیت‌هایی که مورد توجه تقاضای بازار بوده و به صورت تجاری عمل می‌کنند به سبب اینکه ریسک فروش محصولات را ندارند، می‌توانند موفق عمل کنند. بنابراین، بازار عامل مهمی در انتخاب فعالیت گروه است.
اهمیت بازاریابی برای تداوم فعالیت‌های گروه	در فعالیت‌ها و کارهایی که برای گروه تعریف می‌شود بازاریابی به سبب کسب حداکثر سود برای اعضای گروه مهم تلقی می‌شود و از طرف دیگر در صورت عدم فروش محصولات موجب خسارت جمعی می‌شود.

## احصای مضامین

پس از گردآوری نکات کلیدی و مفاهیم، اطلاعات دسته‌بندی شده در قالب نتایج کدگذاری بر اساس مؤلفه و عوامل مؤثر بر نگرش زنان روستایی نسبت به ایجاد گروه‌های خودیار طبقه‌بندی شد (جدول ۲).

جدول ۲. نتایج کدگذاری

مؤلفه	شاخص
عوامل اجتماعی-اقتصادی	گروه خودیار به‌عنوان ابزاری قدرتمند برای توانمندسازی اجتماعی-اقتصادی افراد کم‌درآمد در مناطق روستایی
	ضرورت تأکید بر منافع مشترک و کمک به حل‌وفصل اختلافات بین اعضا
	تلاش جمعی عاملی در جهت افزایش بازدهی اعضا
	انعطاف‌پذیری قوانین و مقررات با اولویت‌بخشی بر اصل برابری اعضا
آموزش و حمایت	ضرورت برنامه‌ریزی و حفظ نظم
	به‌کارگیری نیروی کار زنان روستایی با توجه به مهارت آن‌ها
	تأکید گروه‌های خودیار بر ضرورت رفع فقر و افزایش اشتغال
	ضرورت صرفه‌جویی در عوامل تولید
بازاریابی	تأثیر آموزش در ایجاد نگرش مثبت نسبت به نوآوری‌ها (تکنیک‌ها و روش‌های جدید)
	تأثیر آموزش و کلاس‌های آموزشی در تغییر رفتار
	اهمیت میزان تحصیلات در افزایش زمینه کارآفرینی
	نقش حمایت و آموزش در افزایش کارایی
پذیرش فناوری و مشارکت	نقش عامل تقاضا در تعیین نوع فعالیت‌های گروه
	اهمیت بازاریابی برای تداوم فعالیت‌های گروه
	ارتقای رقابت سالم بین گروه‌ها
	تقویت روحیه ریسک‌پذیری میان اعضای گروه
بانکداری / اعتبارات	تأثیر مشارکت و روحیه جمع‌گرایی در موفقیت
	تأثیر رسانه در انتشار سریع اطلاعات و تکنولوژی
	قابلیت اعتماد و کارآمد بودن گروه برای انتقال فناوری
	نقش مشارکت در موفقیت فعالیت‌های گروهی
	تأثیر گروه‌های خودیار در بهبود هماهنگی میان اعضای گروه
	برگزاری جلسات مختلف جهت هماهنگی و برنامه‌ریزی
	نقش ارتباطات در یکسان‌سازی هنجارها و ارزش‌ها
	اشتیاق و اولویت‌دهی بانک‌ها به اختصاص اعتبارات به گروه‌ها
	ضرورت کمک مالی بانک به گروه‌های خودیار برای ایجاد سرمایه‌گذاری
	نقش درآمدهای حاصل از فعالیت‌های گروهی در توانمندی اقتصادی
	نقش تسهیلات بانکی در ایجاد و ارتقای گروه‌های خودیار

در ادامه پژوهش برای شناسایی و کشف ابعاد یا سازه‌های اصلی داده‌های پژوهش از روش تحلیل عاملی اکتشافی استفاده شده که نتایج آن در بخش تحلیل نتایج کمی بررسی شده است.

## مرحله دوم پژوهش: پژوهش کمی

پس از آنکه از طریق پیشینه پژوهش و مصاحبه عوامل مؤثر در نگرش زنان روستایی به ایجاد گروه‌های خودیار تعیین شد، کدهای احصاشده با راهنمایی و نظر چند تن از خبرگان امر به صورت پرسش‌نامه به صورت طیف لیکرت پنج‌تایی



درآمد. برای سنجش میزان اعتبار ابزار گردآوری داده از روایی محتوایی استفاده شد. بدین منظور، پرسش‌نامه پس از تدوین اولیه در اختیار چند تن از خبرگان قرار گرفت و پس از اعمال آرا و تأیید نهایی آن‌ها روایی پرسش‌نامه پژوهش تعیین شد. برای تعیین پایایی پرسش‌نامه از آلفای کرونباخ استفاده شد. با توجه به اینکه میزان آن برابر با ۰/۹۳۳ به دست آمد، پرسش‌نامه از پایایی لازم برخوردار است.

جامعه آماری دوم این پژوهش زنان روستایی بالای پانزده سال بخش بزینه‌رود شهرستان خدابنده است. در این بخش نیز هشت روستا به‌عنوان نمونه انتخاب شده است. پس از تأیید پرسش‌نامه خودساخته پژوهشگر توسط خبرگان، سی نفر از زنان روستایی «نمونه مقدماتی» انتخاب شدند و پرسش‌نامه در میان آن‌ها توزیع شد. شیوه نمونه‌برداری به‌کاررفته نمونه‌برداری تصادفی است. پایایی به‌دست‌آمده برای نمونه مقدماتی با کمک نرم‌افزار SPSS برابر با ۰/۹۳۲ شده است. بنابراین، نمونه مورد نیاز برای تکمیل پرسش‌نامه پژوهشگر ساخته پژوهش ۲۷۰ نفر از زنان روستایی بودند که به صورت هدفمند انتخاب شدند. در این نوع نمونه‌گیری، زنانی انتخاب شدند که خصوصیات تعریف‌شده‌ای داشته باشند، همچون سن بالای پانزده سال و وجود نمونه در همه طبقات تحصیلات و شغل. بنابراین، با در نظر گرفتن این خصوصیات، به ازای هر کد احصاشده، ده پرسش‌نامه تکمیل شد. در نتیجه، با توجه به احصای ۲۷ کد، ۲۷۰ نمونه در نظر گرفته شد.

## بحث و تحلیل

یافته‌های جمعیت‌شناختی پژوهش نشان می‌دهد که از بین ۲۷۰ نمونه، ۶۰/۳ درصد پاسخ‌دهندگان متأهل‌اند و بیشترین فراوانی گروه سنی پاسخ‌دهندگان برابر ۳۱-۴۵ سال با میزان ۳۲/۱ درصد و از نظر تحصیلات بیشترین فراوانی مربوط به گروه پایین دیپلم با مقدار ۴۷/۲ درصد است. همچنین، ۴۵/۹ درصد آن‌ها خانه‌دار بودند و ۴۰/۳ درصد مشارکت در امور کشاورزی، ۱۲/۸ درصد در امور خدماتی، و ۱ درصد در امور مربوط به صنعت فعالیت داشتند.

در ادامه پژوهش برای شناسایی و کشف ابعاد یا سازه‌های اصلی داده‌های پژوهش از روش تحلیل عاملی اکتشافی استفاده شد. برای بررسی مناسب بودن داده‌ها و برای تحلیل عاملی از شاخص کیفیت نمونه‌گیری کیسر<sup>۱</sup> و آزمون بارتلت استفاده شد. با توجه به نتایج جدول ۵، مقدار  $KMO=0.903$  به دست آمده است که کفایت ناشی از نمونه‌گیری است. همچنین، در آزمون بارتلت سطح معناداری صفر به دست آمده است که کمتر از ۰/۰۵ را نشان می‌دهد. در نتیجه، داده‌ها همبستگی دارند و برای تحلیل عاملی مناسب‌اند.

جدول ۵. آزمون بارتلت و کیسر

شاخص کفایت نمونه‌گیری کیسر		
۰/۹۰۳	مقدار کای دو تقریبی	
۳۷۸	درجه آزادی	آزمون بارتلت
۰/۰۰۰	سطح معناداری	

جدول ۶. واریانس تبیین‌شده کل

عامل	مقادیر ویژه اولیه		خلاصه و استخراج مجموع مربعات			چرخش مجموع مربعات بارهای			عامل
	درصد	درصد	مجموع	درصد	درصد	مجموع	درصد	درصد	
	تجمعی	واریانس	تجمعی	واریانس	تجمعی	واریانس	تجمعی	واریانس	
۱	۳۱,۷۶۲	۳۱,۷۶۲	۳۱,۷۶۲	۳۱,۷۶۲	۳۱,۷۶۲	۳۱,۷۶۲	۳۱,۷۶۲	۳۱,۷۶۲	۱۴,۳۳۷
۲	۶,۹۶۶	۶,۹۶۶	۱,۹۵۰	۶,۹۶۶	۲۸,۷۲۷	۶,۹۶۶	۲۴,۸۴۱	۱۰,۵۰۴	۲۴,۸۴۱
۳	۵,۳۳۹	۵,۳۳۹	۱,۴۹۵	۵,۳۳۹	۴۴,۰۶۶	۵,۳۳۹	۳۵,۱۸۷	۱۰,۳۴۷	۳۵,۱۸۷
۴	۴,۸۳۸	۴,۸۳۸	۱,۳۵۵	۴,۸۳۸	۴۸,۹۰۴	۴,۸۳۸	۴۴,۴۹۰	۹,۳۰۲	۴۴,۴۹۰
۵	۴,۵۴۶	۴,۵۴۶	۱,۷۲۳	۴,۵۴۶	۵۳,۵۴۰	۴,۵۴۶	۵۳,۴۵۰	۸,۹۶۰	۵۳,۴۵۰

مطابق روش یادشده، پنج عامل توانسته‌اند ۵۳,۴۵۰ درصد از مجموع واریانس متغیرها را تبیین کنند. با انجام دادن مرحله چرخش، متغیرها به صورت تابعی از عوامل احصاشده دسته‌بندی می‌شوند. چرخش بارهای عاملی این امکان را فراهم می‌کند تا عامل‌های معنادار به دست آید. در این پژوهش، ماتریس عناصر چرخش یافته از روش واریانس به دست آمده است. در پژوهش حاضر کدهایی که قدر مطلق بار عاملی آن‌ها حداقل در یکی از عامل‌ها بیشتر از ۰/۲ باشد به عنوان نگرش زنان روستایی نسبت به ایجاد گروه‌های خودیار شناخته و دسته‌بندی شد. با توجه به ناهمخوانی کد ۲ (ریسک‌پذیری ویژگی‌های مهم یک کارآفرین موفق است) در بین کدهای عامل ۱، با نظر خبرگان علمی و اجرایی این کد حذف شد. بر اساس نتایج جدول ۷، می‌توان متغیرهای پژوهش را در قالب پنج عامل اصلی طبقه‌بندی کرد. عامل اول با هفت متغیر «پذیرش فناوری و مشارکت»؛ عامل دوم با چهار متغیر «آموزش و حمایت»؛ عامل سوم با هشت متغیر «عوامل اجتماعی-اقتصادی»؛ عامل چهارم با چهار متغیر «بازاریابی»؛ عامل پنجم با چهار متغیر «بانکداری/ اعتبارات» نام‌گذاری شد.

در ادامه از آزمون تی تک‌نمونه‌ای برای تحلیل بیشترین عوامل مؤثر در نگرش زنان روستایی نسبت به ایجاد گروه‌های خودیار استفاده شده است که برای انجام دادن این آزمون از نتایج تحلیل عاملی اکتشافی استفاده شد. تحلیل میانگین عددی حاصل از عوامل مؤثر بر نگرش زنان روستایی نسبت به ایجاد گروه‌های خودیار در ابعاد عوامل اجتماعی-اقتصادی، پذیرش فناوری و مشارکت، بازاریابی، آموزش و حمایت، بانکداری/ اعتبارات به ترتیب مبین بالابودن عوامل مؤثر در نگرش زنان روستایی نسبت به ایجاد گروه‌های خودیار است. بر اساس آزمون تی تک‌نمونه‌ای و با احتساب دامنه طیفی موجود- که بین ۱ تا ۵ و بر اساس طیف لیکرت در نوسان است- این میزان برای همه ابعاد بیشتر از شرایط متوسط (۳) ارزیابی شده است. این تفاوت در سطح آلفا ۰/۰۱ معنادار است و تفاوت آن‌ها از مطلوبیت عددی نیز به شکل مثبت ارزیابی و برآورد شده است.

نتایج نشان می‌دهد زنان روستایی ایجاد گروه‌های خودیار را عاملی برای کاهش فقر می‌دانند که خود به افزایش اشتغال زنان روستایی منجر می‌شود. زنان روستایی بر آن‌اند که زمانی که گروه‌های خودیار ایجاد شوند به دلایلی، همچون استفاده از سرمایه جمعی و نیروی انسانی کم در انجام دادن فعالیت‌ها و استفاده مشاع از ابزارهای تولید، در مجموع در عوامل تولید صرفه‌جویی خواهد شد. در نهایت، عوامل یادشده به توانمندسازی زنان عضو گروه‌های خودیار منجر می‌شود. از طرفی، تلاش‌های جمعی در امور مربوط به گروه‌های خودیار و انعطاف‌پذیری در قوانین و مقررات سبب افزایش بازدهی زنان عضو می‌شود. بنابراین، نتایج حاکی از آن است که عوامل اجتماعی-اقتصادی مهم‌ترین عامل تأثیرگذار در ایجاد گروه‌های خودیار زنان روستایی است.

جدول ۷. کدها و بار عاملی مربوط به عامل‌ها

بار عاملی	کدهای مربوط به عامل مربوطه	عامل‌ها
۰/۷۴۷	۱. تأثیر رسانه در انتشار سریع اطلاعات و تکنولوژی	عامل ۱ پذیرش فناوری و مشارکت
۰/۸۰۲	۲. قابلیت اعتماد و کارآمد بودن گروه برای انتقال فناوری	
۰/۴۳۸	۳. نقش مشارکت در موفقیت فعالیت‌های گروهی	
۰/۶۲۴	۴. تأثیر گروه‌های خودیار در بهبود هماهنگی بین اعضای گروه	
۰/۴۴۲	۵. برگزاری جلسات مختلف برای هماهنگی و برنامه‌ریزی	
۰/۵۷۵	۶. نقش ارتباطات در یکسان‌سازی هنجارها و ارزش‌ها	
۰/۴۱۸	۱۳. تأثیر مشارکت و روحیه جمع‌گرایی در موفقیت	
۰/۵۳۸	۷. تأثیر آموزش در ایجاد نگرش مثبت نسبت به نوآوری‌ها (تکنیک‌ها و روش‌های جدید)	عامل ۲ آموزش و حمایت
۰/۶۹۴	۸. تأثیر آموزش و کلاس‌های آموزشی در تغییر رفتار	
۰/۶۶۰	۹. اهمیت میزان تحصیلات در افزایش زمینه کارآفرینی	
۰/۴۸۹	۲۳. نقش حمایت و آموزش در افزایش کارایی	
۰/۴۷۷	۱۰. گروه خودیار به‌عنوان ابزاری قدرتمند برای توانمندسازی اجتماعی - اقتصادی افراد کم‌درآمد در مناطق روستایی	عامل ۳ عوامل اجتماعی-اقتصادی
۰/۴۹۰	۱۱. ضرورت تأکید بر منافع مشترک و کمک به حل و فصل اختلافات بین اعضا	
۰/۵۹۵	۱۲. تلاش جمعی عاملی در جهت افزایش بازدهی اعضا	
۰/۵۹۰	۱۸. انعطاف‌پذیری قوانین و مقررات با اولویت‌بخشی بر اصل برابری اعضا	
۰/۳۴۹	۱۹. ضرورت برنامه‌ریزی و حفظ نظم	
۰/۷۰۰	۲۱. به‌کارگیری نیروی کار زنان روستایی با توجه به مهارت آن‌ها	
۰/۴۴۲	۲۲. تأکید گروه‌های خودیار بر ضرورت رفع فقر و افزایش اشتغال	
۰/۵۹۲	۱۷. ضرورت صرفه‌جویی در عوامل تولید	
۰/۷۵۴	۱۴. نقش عامل تقاضا در تعیین نوع فعالیت‌های گروه	
۰/۷۶۳	۱۵. اهمیت بازاریابی برای تداوم فعالیت‌های گروه	
۰/۷۶۰	۱۶. ارتقای رقابت سالم بین گروه‌ها	
۰/۴۰۷	۲۰. تقویت روحیه ریسک‌پذیری میان اعضای گروه	عامل ۵ بانکداری/ اعتبارات
۰/۵۰۴	۲۴. اشتیاق و اولویت‌دهی بانک‌ها به اختصاص اعتبارات به گروه‌ها	
۰/۶۹۵	۲۵. ضرورت کمک مالی بانک به گروه‌های خودیار برای ایجاد سرمایه‌گذاری	
۰/۶۹۸	۲۶. نقش درآمدهای حاصل از فعالیت‌های گروهی در توانمندی اقتصادی	
۰/۵۸۱	۲۷. نقش تسهیلات بانکی در ایجاد و ارتقای گروه‌های خودیار	

عامل پذیرش فناوری و مشارکت دومین عامل اثرگذار در ایجاد گروه‌های خودیار زنان روستایی است. در دسترس نبودن آموزش‌های حضوری و عدم تشکیل کلاس‌های آموزشی برای زنان روستایی باعث شده است که رسانه‌های جمعی همچون تلویزیون و رادیو نقش مؤثرتری در انتقال اطلاعات و تکنولوژی داشته باشند. همچنین، زنان روستایی به فعالیت‌های مشارکت‌جویانه و دارای روحیه جمع‌گرایی متمایل‌اند.

جدول ۸. یافته‌های استنباطی عوامل مؤثر در نگرش زنان روستایی نسبت به ایجاد گروه‌های خودیار

فاصله اطمینان ۹۵ درصد		تفاوت	معناداری	آماره آزمون t	میانگین	مؤلفه‌ها
حد بالا	حد پایین	میانگین				
۱/۴۷۲	۱/۳۴۹	۱/۴۱۰	۰/۰۰۰	۴۴/۹۵۴	۴/۴۱۰	پذیرش فناوری و مشارکت
۱/۳۴۳	۱/۲۰۵	۱/۲۷۴	۰/۰۰۰	۳۶/۳۲۱	۴/۲۷۴	آموزش و حمایت
۱/۵۱۷	۱/۳۹۹	۱/۴۵۸	۰/۰۰۰	۴۸/۷۶۳	۴/۴۵۸	عوامل اجتماعی-اقتصادی
۱/۳۱۲	۱/۱۷۱	۱/۲۴۱	۰/۰۰۰	۳۴/۴۴۸	۴/۲۴۲	بازاریابی
۱/۳۴۱	۱/۲۰۳	۱/۲۷۲	۰/۰۰۰	۳۶/۴۹۹	۴/۲۷۲	بانکداری/ اعتبارات

مطلوبیت عددی مورد آزمون = ۳

## نتیجه‌گیری

در پژوهش حاضر به شناسایی عوامل مؤثر در نگرش زنان روستایی نسبت به ایجاد گروه‌های خودیار و همچنین تعیین میزان اهمیت این عوامل پرداخته شد. در مرحله نخست، عوامل مؤثر در نگرش زنان روستایی نسبت به ایجاد گروه‌های خودیار از طریق مصاحبه شناسایی و پرسش‌نامه استخراج شد. در مرحله دوم پس از سنجش روایی و پایایی پرسش‌نامه، زنان روستایی پرسش‌نامه یادشده را کامل کردند. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات از تحلیل عاملی اکتشافی و بررسی اولویت‌بندی عوامل از آزمون تی تک‌نمونه‌ای استفاده شد. عوامل مؤثر در نگرش زنان روستایی نسبت به ایجاد گروه‌های خودیار در پنج عامل طبقه‌بندی شد؛ عامل‌ها به ترتیب عبارت‌اند از: پذیرش فناوری و مشارکت؛ آموزش و حمایت؛ عوامل اجتماعی - اقتصادی؛ بازاریابی؛ و بانکداری/ اعتبارات. نتایج این آزمون با نتایج تحقیقات مینا و همکاران (۲۰۰۸) و مینا و سینک (۲۰۱۳) مطابقت دارد.

همچنین، نتایج تحلیل میانگین عددی حاصل در ابعاد اجتماعی - اقتصادی، پذیرش فناوری و مشارکت، بازاریابی، آموزش و حمایت، بانکداری/ اعتبارات به ترتیب مبین بالابودن عوامل مؤثر در نگرش زنان روستایی نسبت به ایجاد گروه‌های خودیار بود. بر اساس آزمون t تک‌نمونه‌ای، این عوامل در سطح ۹۹ درصد معنادار بود و تفاوت آن‌ها از مطلوبیت عددی نیز به شکل مثبت ارزیابی و برآورد شد.

بنابراین، با توجه به نتایج پژوهش، می‌توان گفت گروه‌های خودیار زنان به‌عنوان یکی از مهم‌ترین راهبردهای توانمندسازی زنان اهمیت زیادی در زمینه اشتغال، تولید درآمد، و کاهش فقر در کشورهای در حال توسعه دارند. نگرش‌های مختلف زنان می‌تواند تأثیر مستقیمی بر مشارکت و عملکرد آن‌ها در فعالیت‌های گروه‌های خودیار داشته باشد. زنان روستایی ممکن است نگرش‌های چندگانه‌ای در مورد گروه‌های خودیار داشته باشند؛ به گونه‌ای که نگرش و رفتار نقش مهمی در زمینه سرمایه‌گذاری اقتصادی ایفا می‌کند. هرچند نگرش افراد نسبت به موضوعی نمی‌تواند مستقیماً مشاهده شود، این نگرش‌ها نسبتاً پایدارند و می‌توانند تأثیر مثبت درازمدتی در جوامع داشته باشند. بنابراین، شناخت عوامل مؤثر در نگرش زنان روستایی نسبت به ایجاد گروه‌های خودیار امری اجتناب‌ناپذیر است.

در این راستا، برای ایجاد و تقویت نگرش‌های مثبت در زنان روستایی برای تشکیل گروه‌های خودیار، پیشنهاد‌های

ذیل ارائه می‌شود:

آموزش و آگاه‌سازی زنان روستایی درباره گروه‌های خودیار؛

ارتقای جایگاه اجتماعی و اقتصادی زنان روستایی از طریق مشارکت‌دادن آن‌ها در فعالیت‌های اجتماعی و اقتصادی

مرتبط به امور روستا؛

تدوین قوانین و مقررات حمایتی از گروه‌های خودیار؛

ارائه تسهیلات و وام‌های کم‌بهره به زنان روستایی برای ایجاد گروه‌های خودیار.

همچنین، پیشنهادهایی برای تحقیقات آتی به صورت موارد ذیل ارائه می‌شود:

بررسی و ارزیابی گروه‌های خودیار بر اساس شغل، سن، سطح تحصیلات، و ... در بین زنان روستایی؛

ارزیابی عوامل اجتماعی - اقتصادی مؤثر در ایجاد گروه‌های خودیار زنان روستایی؛

ارزیابی علل کم‌توجهی به ایجاد گروه‌های خودیار زنان روستایی و استفاده از نتایج آن برای پرورش آن؛

اولویت‌بندی عوامل مؤثر در ایجاد گروه‌های خودیار زنان روستایی از منظر خبرگان و اندیشمندان حوزه روستایی؛

ارزیابی نقش تسهیلگری در ایجاد گروه‌های خودیار زنان روستایی.

## منابع

۱. آذربایجانی، مسعود و همکاران، ۱۳۸۵، *روان‌شناسی اجتماعی با نگرش به منابع اسلامی*، تهران: سمت.
۲. استیفن، رایینز، ۱۳۸۶، *مدیریت رفتار سازمانی*، ترجمه علی محمد کاروان، تهران: اندیشه.
۳. ترکان، هاجر و کجیاف، محمدباقر، ۱۳۸۷، *نگرش چیست؟: مجله توسعه علوم رفتاری*، دوره ۱، ش ۱، صص ۴۸-۵۷.
۴. دانایی‌فرد، حسن، ۱۳۸۶، *همسازی شیوه‌های کمی و کیفی در پژوهش‌های سازمانی: تأملی بر استراتژی پژوهش ترکیبی*، فصل‌نامه حوزه و دانشگاه (روش‌شناسی علوم انسانی)، س ۱۳، ش ۵۳، صص ۳۵-۶۳.
۵. دانایی‌فرد، حسن؛ الوانی، سیدمهدی و آذر، عادل، ۱۳۹۱، *روش‌شناسی پژوهش کمی در مدیریت: رویکردی جامع*، چ ۶، تهران: صفار-اشراقی.
۶. رضایی، جعفر و سلیمی، نگین، ۱۳۸۴، *رابطه بین نگرش فرد به خود و نگرش فرد نسبت به دیگران*، فصل‌نامه مدیریت صنعتی، دوره ۲، ش ۶، صص ۹۰-۱۶۰.
7. Anand, Jaya, 2002, *Addressing Poverty through Self-help Groups: A Case Study of Kerala*. Institute of Management in Government (IMG), Kerala, India.
8. Anderson, Lorin, 1994, Measurement of attitudes. The international Encyclopedia of Education. *Secended*, PP. 380-390.
9. Azarbayjani, Massoud et al., 2006, *Social Psychology with an Attitude Towards Islamic Sources*, Tehran: Samat. (In Persian).
10. Boon, Stuart; Johnston, Bill and Webber, Sheila, 2007, A phenomenographic study of English faculty's conceptions of information literacy, *Journal of Documentation*, Vol. 63, No. 2, PP. 204-228.
11. Danaeifard, Hassan, 2007, Coordination of Quantitative and Qualitative Methods in Organizational Research: A Reflection on Combined Research Strategy, *Quarterly Journal of the Seminary and University (Humanities Methodology)*, Vol. 13, No. 53, pp. 35- 63. (In Persian).
12. Danaeifard, Hassan; Alvani, Seyed Mehdi and Azar, Adel, 2012, *Quantitative research methodology in management: a comprehensive approach*, Ch 6, Tehran: Saffar-Ishraqi. (In Persian).
13. Fernandez, Anthony, 1998, *The Myrada Experience: Alternate Management System for Savings and Credit of the Rural Poor*. Bangalore: Myrada.
14. Garc'ia-Santillan, Arturo; Moreno-Garc'ia 1, Elena; Carlos-Castro2, Juan; Jorge H. Zamudio-Abdala and Garduno-Trejo, Julieta, 2012, Cognitive, Affective and Behavioral Components That Explain, Attitude toward Statistics. *Journal of Mathematics Research*, Vol. 4.
15. Gawronski, Bertram, 2007, Attitudes can be measured! But what is an attitude?, *Social Cognition*, Vol. 25, No. 5, PP. 573-581.
16. Ghadoliya, Mahendra Kumar, 2006, *Empowering Women through Self -Help Groups: Role Of Distance Education*. New Delhi.
17. Husain, Zakir; Mukerjee, Diganta and Dutta, Mousumi, 2010, Self Help Groups and Empowerment of Women: Self-selection or Actual Benefits? *MPRA Paper*, No. 20765, posted 19. February 2010 23:36 UTC.
18. Jeba Mary, M. V. Karuna; Ravichandran, V.; Sangeetha, S. and Indumathy, K. , 2013, Attitude of Rural Women towards Self-Help Groups, *Madras Agric. J.*, Vol. 100, No. 7-9, PP. 767-770.
19. Kotler, Philip and Keller, Kevin. Lane, 2006, *Marketing management*. 12th ed. Upper SaddleRiver, NJ: Pearson Prentice Hall.
20. Kumar, Neha; Raghunathan, Kalyani; Arriet, Alejandra; Jilani, Amir; Hamza, Chakrabarti; Suman; Menon, Purnima and Quisumbing, Agnes, 2019, Social networks, mobility, and political participation: The potential for women's self-help groups to improve access and use of public entitlement schemes in India, *World Development*, No. 114, PP. 28-41.
21. Kumar, Neha; Raghunathan, Kalyani; Arrieta, Alejandra; Jilani, Amir; Chakrabarti, Suman and Manimekalai, N., 2004, *Impact of various forms of micro financing on women – Report of department of women and child development*. Ministry of Human Resource Development, Govt. of India, New Delhi.
22. Liu, Tingting, 2017, The experience of female migrants in an urban village of Mainland China: A case study of self-help groups, *Asian Journal of Women's Studies*, Vol. 23, Issue 4, PP. 518-527.

23. Manimekalai, K, 2004, Economic empowerment of women through Self-Help groups, Third Concept, *Economic and Political Weekly*.
24. Meena, M. S.; Jain, Dilip and Meena, Hans, 2008, Measurement of Attitudes of Rural Women towards Self Help Groups. *The Journal of Agricultural Education and Extension*, Vol. 14, No. 3, PP. 217-229.
25. Meena, M.S. and Singh, Kirishna, 2013, Measurement of Attitude and Behavior of Self-help Group Members: Evaluative Study of Eastern India, *MPRA Paper*, No. 46902, posted 11. May 2013 19:33 UTC.
26. Molina Navas, Natalia Gabriela, 2015, Self-Help Groups in India: a tool for Empowering Rural Women and Eradicating Poverty?, International Master of Science in Rural Development.
27. Nauya Okello, Linda, 2011, *Womens self-help groups: A Study of their Characteristics and Performance in Saboti Constituency*, Trans-Nzoia County, A project paper submitted in partial fulfillment of the requirements for the award of master of arts degree in rural sociology and community development.
28. Olgyaiova, Kristina; Pongra'cz, Eva; Mikkola, Teemu and Kapa, Ritta, 2005, Attitudes toward Waste Minimization in Finland and Czech Republic\*Barriers and Drivers. 12 In: Eva Pongra'cz (Ed.), *Proceedings of the RESOPT Closing Seminar 'Waste Minimization and Utilization in Oulu Region: Drivers and Constraints'*. Oulu: Oulu University Press, PP. 85-109.
29. Patil, Sandeep and Kiran, Kokate, 2017, Identifying factors governing attitude of rural women towards SelfHelp Groups using principal component analysis, *Journal of Rural Studies*, No. 55, PP. 157-167.
30. Rezaei, Jafar and Salimi, Negin, 2005, The Relationship between Individual Attitudes Towards Self and Attitudes Towards Others, *Journal of Industrial Management*, Volume 2, Issue 6, pp. 90-160. (In Persian).
31. Sahu, Lopamudra and Singh, Suresh, 2012, A Qualitative Study on Role of Self Help Group in Women Empowerment in Rural Pondicherry, India. *Natl J Community Med*, Vol. 3, No. 3, PP. 473-9.
32. Sanzo, María José; Ana Belén, Del Río and Víctor Iglesias, Rodolfo Vázquez, 2003, Attitude and traditional. Food product. *British Food Journal*, Vol. 105, No. 11.
33. Shylendra, HS., 2004, *Promoting Women's Self Help Groups*. Lessons from an Action Research Project of IRMA. Anand, India.
34. Stephen, Robbins, 2007, *Organizational Behavior Management*, translated by Ali Mohammad Karvan, Tehran: Andisheh. (In Persian).
35. Stiglitz, Joseph, 2000, *Peer Monitoring and Credit Markets*. In *The Economics of Rural Organization*, edited by Karla Hoff, et al. Oxford University Press, New York.
36. Strauss, Anselm L., & Corbin, Juliet (1998), *Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory*, 2nd Ed., Sage.
37. Turkan, Hajar and Kajbaf, Mohammad Baqer, 2008, What is Attitude ?, *Journal of Behavioral Sciences Development*, Volume 1, Issue 1, pp. 48-57. (In Persian).
38. Yadav, Laxmikant; Varma, Sunita and Jayanti, Naga Venkatesh, 2006, Capacity Building of Farmwomen: SHGs Approach. *Paper Presented in International Conference on Social Science Perspectives in Agricultural Research and Development*, Indian Agricultural Research Institute, New Delhi, 15-18 February, PP. 255.