

Entrepreneurship development strategies among rural women using strategic planning tools

Case study: Nasrabad, Torbat-Jam County

Maryam Ghasemi¹  - Mahboobeh Shir Mohammadi² - Soodabeh Ahmadi³

1. Assistant Professor of Geography, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran. Email: magh30@um.ac.ir
2. MA in Geography and Rural Planning, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran. Email: mmshirmohammadi@yahoo.com
3. Ph.D. Student of Geography and Rural Planning, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran. Email: mmshirmohammadi@yahoo.com

Article Info

Article type:
Research Article

Article history:

Received: April 8, 2022
Received in revised form: April 25, 2022
Accepted: January 10, 2022

Keywords:

Strategic planning; Rural development; Rural women; Entrepreneurship

ABSTRACT

Today, the development of women entrepreneurship is one of the most vital issues on the development agenda in many developing countries. Therefore, the present study seeks to identify the best strategies for entrepreneurship development among rural women. The research method is descriptive-analytical in nature and applied in terms of purpose. In this study, two strategic planning tools were used. The study area is Nasrabad section of the border city of Torbat-e Jam and the Rural Women Entrepreneurs Analysis Unit is familiar with the internal and external environment in relation to the research topic. Based on exploratory studies, 22 strengths and opportunities as advantages and 21 weaknesses and threats as limitations and obstacles to the development of entrepreneurship of rural women were identified and asked in the form of a researcher-made questionnaire on the Likert scale. Results show; In the SWOT matrix, according to the internal and external factors evaluation matrix score of 2.51 and 2.19, the focal strategy of entrepreneurship development among rural women is diversity (minimum-maximum). With the help of quantitative strategic planning matrix, the first priority was identified by "encouraging women to form entrepreneurial NGOs" with a score of 0.852. Due to the capability and capacity of the region, the development of entrepreneurship in rural women needs to be reviewed and appropriate policies proposed to establish rural women entrepreneurial organizations. Because the entry of rural women into organizations provides the basis for their empowerment and accelerates the development of entrepreneurship among them.

Cite this article: Ghasemi, M., Shir Mohammadi, M., & Ahmadi, S. (2022). Entrepreneurship Case study: development strategies among rural women using strategic planning tools Nasrabad, Torbat-Jam County. *Journal of Entrepreneurship Development*, 56(2), 303-320

Publisher: University of Tehran

DOI: 10.22059/JED.2022.323146.653657



استراتژی های توسعه کارآفرینی در بین زنان روستایی با استفاده از ابزارهای برنامه ریزی استراتژیک

(مطالعه موردی: بخش نصرآباد، شهرستان تربت جام)

مریم قاسمی*^۱ | محبوبه شیرمحمدی^۲ | سودابه احمدی^۳

۱. استادیار گروه جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشکده ادبیات، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران. رایانامه: magh30@um.ac.ir

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشکده ادبیات، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران. رایانامه: mshirmohammadi@yahoo.com

۳. دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشکده ادبیات، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران. رایانامه: ahmadi.soodabe@gmail.com

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: مقاله پژوهشی	امروزه توسعه کارآفرینی زنان، یکی از حیاتی ترین موضوعات دستورکار توسعه در بسیاری از کشورهای در حال توسعه است. از این رو پژوهش حاضر در پی شناسایی راهبردهای مطلوب توسعه کارآفرینی در بین زنان روستایی است. روش تحقیق به لحاظ ماهیت توصیفی تحلیلی و از نظر هدف کاربردی است. در این مطالعه از دوا ابزار برنامه ریزی استراتژیک استفاده شد. منطقه مورد مطالعه بخش نصرآباد شهرستان مرزی تربت جام و واحد تحلیل زنان کارآفرین روستایی آشنا به محیط داخلی و خارجی در ارتباط با موضوع تحقیق است که با روش گلوله برقی شناسایی و به صورت داوطلبانه در تابستان ۱۳۹۹ در فرایند تحقیق مشارکت نمودند. براساس مطالعات اکتشافی، ۲۲ قوت و فرصت به عنوان مزیت و ۲۱ ضعف و تهدید به عنوان محدودیت و تنگنا پیش روی توسعه کارآفرینی زنان روستایی شناسایی و در قالب پرسشنامه محقق ساخته در طیف لیکرت سوال گردید. نتایج نشان داد؛ در ماتریس SWOT با توجه به امتیاز ماتریس ارزیابی عوامل داخلی ۲/۵۱ و خارجی ۲/۱۹ راهبرد کانونی توسعه کارآفرینی در بین زنان روستایی تنوع (حداقل- حداکثر) می باشد. به کمک ماتریس برنامه ریزی استراتژیک کمی، اولویت اول با «تشویق زنان به تشکیل NGOs کارآفرینی» با امتیاز ۰/۸۵۲ شناسایی گردید. به دلیل توانمندی و ظرفیت منطقه، توسعه کارآفرینی در زنان روستایی نیازمند بازنگری و ارائه سیاست های مناسب جهت ایجاد شکل های کارآفرینی زنان روستایی است. زیرا ورود زنان روستایی به شکل ها زمینه توانمندسازی آنها را فراهم و توسعه کارآفرینی را در بین آنها تسریع می بخشد.
تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۱/۹	
تاریخ ویرایش: ۱۴۰۱/۲/۵	
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۳/۳۰	
واژه های کلیدی: برنامه ریزی راهبردی؛ توسعه روستایی؛ زنان- روستایی؛ کارآفرینی	

استناد: قاسمی، مریم؛ شیرمحمدی، محبوبه؛ و احمدی، سودابه (۱۴۰۱). استراتژی های توسعه کارآفرینی در بین زنان روستایی با استفاده از ابزارهای برنامه ریزی استراتژیک، فصلنامه توسعه کارآفرینی، ۵۶(۲)، ۳۰۳-۳۲۰

DOI: <http://doi.org/10.22059/JED.2022.301279.653329>

ناشر: دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران

مقدمه

یکی از شاخص‌های توسعه در هر جامعه میزان رشد و بهره‌گیری از توانایی‌ها و استعدادهای نیروی انسانی آن جامعه است. از آنجا که زنان نیمی از نیروی انسانی هر جامعه محسوب می‌شوند، حضور آنان در بازار کار و مشارکت در فعالیتهای اقتصادی-اجتماعی، یکی از شناسه‌های مهم توسعه انسانی جوامع محسوب می‌شود (صادقی و طولابی‌نژاد، ۱۳۹۸). بدیهی است جامعه‌ای می‌تواند توسعه یابد که همگی افراد آن جامعه ظرفیت توسعه پذیری را داشته باشند، تحقق این موضوع تنها زمانی امکانپذیر است که زنان یک جامعه به عنوان نیمی از نیروی انسانی، بتوانند نقش و سهم خود را در فرایند توسعه ایفا نمایند. از جمله راهکارهای مؤثر دولتی برای مشارکت فعال زنان در اقتصاد، توجه به کارآفرینی است؛ توسعه کارآفرینی زنان، یکی از حیاتی‌ترین موضوعات دستورکار توسعه معاصر در بسیاری از کشورهای درحال توسعه است (خسروی پور و جابری، ۱۳۹۶: ۱۳۰). آمارها نشان می‌دهد فعالیت‌های اقتصادی زنان ۲۵ تا ۳۵ درصد کل فعالیت‌های اقتصادی جهان را تشکیل می‌دهد (Kantor, 2002) به نقل از یعقوبی‌فرانی و همکاران، ۱۳۹۳: ۹). براساس آخرین آمار دیده بان جهانی کارآفرینی، از بین ۴/۲ میلیارد نیروی کار در جهان، مردان ۵۰ درصد، بیشتر از زنان درگیر امر کارآفرینی هستند (موحدی و سلیمانیان بروجنی، ۱۳۹۵).

در ایران وضعیت اشتغال زنان مشابه سایر کشورهای درحال توسعه، مطلوب نیست، زنان همواره فرصتهای شغلی کمتری دارند و به طور غالب در بخش غیررسمی با دستمزد کم مشغول به کار هستند. به طوری که طبق آمار ۱۳۹۵ نرخ مشارکت اقتصادی در جمعیت ۱۰ ساله و بیشتر در کل کشور ۴۰/۴ درصد بوده که این شاخص در بین زنان ۱۵/۹ درصد محاسبه شده است (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵). اما زنان روستایی در وضعیت پیچیده تری قرار دارند، آنها علی‌رغم اشتغال در فعالیتهای کشاورزی و دامداری، صنایع دستی و ... در بیرون و داخل منزل، شاغل محسوب نگردیده و فعالیتهای اقتصادی آنها منجر به کسب درآمد برای آنها نمی‌گردد. در حال حاضر افزایش زنان و دختران تحصیل کرده روستایی، و عدم توان جذب این

افراد از سوی بخش دولتی، منجر به گرایش بیشتر زنان به راه اندازی کسب و کار در سالهای اخیر شده است (ياسوری، ۱۳۹۴: ۳۲۴).

زنان به عنوان یکی از عوامل غیرمشهود و نامرئی در اقتصاد، نیرویی برای ایجاد تحول و منبعی بالقوه برای پیشبرد اقتصاد روستایی هستند از این رو لازم است با اجرای برنامه های اشتغال و کارآفرینی در روستاها وضعیت آنان را بهبود بخشید. با این حال، مطالعات مختلف نشان می دهد حتی در کشورهای توسعه یافته، حرکت به سمت توسعه کارآفرینی در جوامع روستایی، به ویژه زنان، تا حد زیادی کند است. در ایران اگرچه در سالهای اخیر کارآفرینی زنان روستایی بسیار مورد توجه قرار گرفته و برخی از برنامه ها با آموزش و حمایت از زنان کارآفرین روستایی اجرا می شود، اما مسیری طولانی برای دستیابی به وضعیت مطلوب وجود دارد.

لذا تلاش برنامه ریزان و کارشناسان در گام نخست، باید معطوف به جبران محرومیت ها و محدودیت ها و سوق دادن زنان روستایی به سوی تساوی اقتصادی و اجتماعی باشد و این امر جز با توانمندسازی آنان از طریق کارآفرینی میسر نمی شود (شریفی و عادل، ۱۳۹۰: ۱۱۳) از این رو ایجاد فضای مناسب برای کارآفرینی در روستاها به عنوان عرصه اصلی منابع طبیعی کشور و تکمیل کننده زنجیره سکونتگاه های انسانی و فعالیت های اقتصادی می تواند منجر به افزایش اشتغال، کاهش بیکاری، ثبات جمعیت، ایجاد فرصت های شغلی جدید و جذب جمعیت شود (ياسوری و همکاران، ۱۳۹۴: ۳۲۴). در حال حاضر مشکلات زیادی پیش روی زنان روستایی وجود دارد که توسعه کارآفرینی را در بین آنها با چالش مواجه می سازد. در این زمینه می توان به عدم دسترسی به سرمایه کافی، عدم آگاهی از منابع بالقوه، محدودیت های مبتنی بر جنسیت و محدودیت های فرهنگی، دسترسی محدود به بازارهای جدید و عدم اطلاع از بازار، عدم دسترسی به شبکه های حمایتی، عدم دانش فنی و شغلی، عدم دسترسی به اطلاعات و فن آوری های ارتباطی، مانند اینترنت و رسانه های اجتماعی (Chatterjee & Ramoo, 2018:63). در نهایت، نیاز به حمایت از زنان کارآفرین منجر به تصویب قطعنامه ۱۳ سپتامبر ۲۰۱۱ اروپا در مورد زنان کارآفرین در شرکتهای کوچک و متوسط شده است که از

کشورهای عضو می خواهد مزایای اقتصادی و مالی خاصی برای زنان کارآفرین قرار دهند. کمک های مالی، تخفیف نرخ بهره، کارگاه های آموزشی و سمینارهای آموزشی و غیره می توانند به کارآفرینی زنان کمک کند (Navarro & Jiménez, 2016:48). با توجه به آنچه مطرح شد سوال اصلی تحقیق بدین صورت مطرح می گردد: راهبردهای مطلوب توسعه کارآفرینی زنان روستایی چیست؟

مروری بر مبانی نظری و پیشینه تحقیق

در متون توسعه، از کارآفرینی به عنوان بازسازماندهی و بازآرایش ساختار اقتصاد روستا نام برده می شود (حیدری ساربان، ۱۳۹۱). نیز در نظریه های اقتصادی، به فعالیت های خودجوش اقتصادی در قالب کارآفرینی در مناطق روستایی توجه ویژه می شود. به همین دلیل کارآفرینی روستایی راهکار جدیدی در نظریه های توسعه برای توانمندسازی و ظرفیت سازی افراد، بخصوص زنان در مناطق روستایی در راستای دستیابی به توسعه پایدار است (شکارچی و همکاران، ۱۳۹۷). برنامه ریزان توسعه روستایی بیش از هر چیز بر توانمندسازی گروه های هدف (فقیران، زنان بی سرپرست، کارگران بی زمین و کشاورزان خرده پا و غیره) تأکید دارند زیرا لازمه دستیابی به توسعه متوازن، شناسایی و تلاش برای بهره گیری از تمامی ظرفیت های انسانی جوامع (به ویژه زنان) می باشد. لذا امروزه، کارآفرینی زنان با جایگاهی ممتاز و برجسته، در دستور کار محققان در رشته های مختلف از جمله اقتصاد، جامعه شناسی، علوم سیاسی و روانشناسی قرار گرفته است (Mokaya, 2012:129). در ادامه مطالعات مرتبط با کارآفرینی زنان روستایی بررسی شد.

آنی و همکاران (۱۳۹۹) عوامل موثر در توسعه کارآفرینی زنان را ابتکار، کنشگری، شناسایی فرصت ها، پشتکار، تلاش و غلبه بر موانع و شایستگی های فردی و موانع کارآفرینی زنان روستایی را شامل: فرهنگی-اجتماعی، حمایتی-اقتصادی و مدیریتی معرفی می کند. گلکار فرد و همکاران (۱۳۹۸) در مطالعه خود «کسب درآمد و سود» و «ارتقای سطح تولید داخلی با کیفیت بالا» را مهم ترین عامل در ایجاد انگیزه ی زنان روستایی نسبت به مبادرت به فعالیت های کارآفرینی می داند. ورکیانی پور و همکاران (۱۳۹۶) نشان داد فعالیت های

کارآفرینی زنان زمینه‌های کاهش فقر در روستاها را فراهم نموده است. جمینی و همکاران (۱۳۹۴) در بین عوامل پیش‌برنده و بازدارنده توسعه کارآفرینی زنان روستایی عامل اقتصادی، مهم‌ترین عامل شناسایی شد. جمینی و همکاران (۱۳۹۵) هشت مانع اصلی توسعه کارآفرینی زنان روستایی را به ترتیب: عامل اقتصادی، عامل اجتماعی فرهنگی، عامل آموزشی ترویجی، عامل فردی و رفتاری، عامل زیرساختی، عامل سیاست‌گذاری، عامل فنی مدیریتی و عامل محیطی معرفی می‌نماید. یاسوری و همکاران (۱۳۹۴) کمبود امکانات، عوامل فرهنگی، مالی، دولتی و عوامل خانوادگی و فردی را به عنوان موانع توسعه کارآفرینی زنان روستایی معرفی کرد. قادرمرزی و همکاران (۱۳۹۴) سه عامل فقدان پشتوانه مالی و پس‌انداز کافی، نداشتن وثیقه و ضامن برای استفاده از اعتبارات دولتی و عدم توانایی در رقابت با مردان در عرصه تجارت و اقتصاد، به ترتیب مهم‌ترین موانع توسعه کارآفرینی زنان روستایی است. صابریان و صبوری (۱۳۹۳) سخت‌کوشی را مهم‌ترین ویژگی کارآفرینان و سپس کانون کنترل درونی، ریسک‌پذیری روانی، ریسک‌پذیری مالی، نوآوری، تحمل ابهام، خلاقیت، پشتکار، فرصت‌طلبی می‌باشد. علیدوست و لشگرآرا (۱۳۹۲) از میان موانع دو متغیر موانع اقتصادی و آموزشی در مجموع ۱۹ درصد از تغییرات واریانس توسعه کارآفرینی زنان روستایی را تبیین کردند. می‌شرا و کیران^۱ (۲۰۱۴) در مطالعه خود نشان دادند اگر دانشگاه‌ها و مؤسسات تمرکز بیشتری بر آموزش کارآفرینی زنان داشته باشند در آینده تعداد بیشتری از کارآفرینان زن دیده می‌شوند. برای تقویت مهارت‌های کارآفرینی و ایجاد مسیر موفقیت برای زنان روستایی، باید آموزش‌هایی به زنان روستایی ارائه شود. به عقیده دویتا^۲ و همکاران (۲۰۱۴) کارآفرینی نقش مهمی در توسعه اقتصادی سراسر جهان دارد و اگرچه معمولاً به عنوان فعالیت تحت سلطه مردان در نظر گرفته می‌شود، اما در سال ۲۰۱۰، تقریباً ۴۲٪ از کارآفرینان جهان زنان بودند. گوس^۳ و همکاران (۲۰۱۷) در مطالعه خود نشان داد اگرچه عمان یکی از کشورهای عربی مترقی در زمینه برابری جنسیتی و توانمندسازی زنان است، اما عوامل فرهنگی اجتماعی مانع

۱. Mishra & Kiran

۲. De Vita

۳. Ghouse

فعالیت‌های کارآفرینی زنان و موفقیت آنها می‌شود. موزومدار^۱ و همکاران (۲۰۲۰) نتایج نشان دادند که ۱- محیط اجتماعی از نظر هنجارها و آداب و رسوم فرهنگی- اجتماعی مانع عملکرد است ۲- ابعاد جهت‌گیری کارآفرینی (یعنی ترکیب جهت‌گیری نوآورانه- فعال و جهت‌گیری ریسک‌پذیر و آموزش‌های کسب‌وکار به طور مثبت بر عملکرد کارآفرینانه تأثیر می‌گذارد و ۳- روابط اجتماعی بر عملکرد تأثیر منفی می‌گذارد که ممکن است به دلیل وجود بیش از حد پیوندهای قوی در یک شبکه اجتماعی شخصی باشد. در مطالعه باستیدا^۲ (۲۰۲۱) انگیزه‌های افراد قوی‌ترین تأثیر را بر قصد کارآفرینی داشته و توانمندسازهای مرتبط با بهبود منابع شخصی (به عنوان مثال، برنامه‌های آموزشی، تقویت اعتماد به نفس و حمایت از تعادل بین کار و زندگی) به ویژه در زنان دو برابر بیشتر از حمایت مستقیم بر قصد کارآفرینی تأثیر دارند. از نظر کوکیر^۳ و همکاران (۲۰۲۱) همه سطوح کارآفرینی ارتباط نزدیکی با یکدیگر دارند. تغییرات در یک سطح منجر به تغییرات برای بازیگران در سطوح دیگر می‌شود. به عنوان مثال، اتخاذ یک تعریف جدید از کارآفرینان در سیاست منجر به مزایای مستقیم برای زنان کارآفرینی می‌شود که به حمایت مالی دولت نیاز دارند. از نظر مادستوس و هنری^۴ (۲۰۲۱) سیاست کلی بیشتر به سمت توسعه شرکت‌های کوچک و متوسط است تا کارآفرینی. این در حالی است که کارآفرینی به عنوان ابزاری برای مقابله با چالش‌های توسعه پایدار (به ویژه بیکاری و فقر) و گسترش فرصت‌ها برای گروه‌های آسیب‌دیده اجتماعی، به ویژه زنان شناخته می‌شود.

مطالعات مختلف تاکنون موضوع کارآفرینی زنان را از زوایای مختلف مورد بررسی قرار داده‌اند. بخش عمده مطالعات انجام شده به عوامل موثر بر کارآفرینی زنان پرداخته‌اند. مانند مطالعه گوس و همکاران (۲۰۱۷) با عنوان موانع بر سر راه زنان روستایی کارآفرین در عمان، جمینی و همکاران (۱۳۹۴) تحلیل عواملی متغیرهای پیش‌برنده و بازدارنده توسعه کارآفرینی در میان زنان روستایی، جمینی و همکاران (۱۳۹۵) تحلیل موانع توسعه کارآفرینی زنان در نواحی روستایی، صابریان و صبوری (۱۳۹۳)، تحلیل عواملی موثر بر توسعه کارآفرینی زنان

۱. Mozumdar

۲. Bastida

۳. Cukier

۴. Modestus Nziku & Henry

روستای عضو صندوق‌های خرد، علیدوست و لشگرآرا (۱۳۹۲)، موانع توسعه کارآفرینی زنان روستایی.

روش شناسی

روش تحقیق به لحاظ ماهیت توصیفی تحلیلی و از نظر هدف کاربردی است. برای برنامه ریزی از تحقیقات توصیفی تحلیلی استفاده می‌شود زیرا این نوع تحقیقات به بررسی و توصیف منظم و نظام وار وضع موجود می‌پردازد. به منظور ارائه راهبردهای مطلوب، از دو ابزار برنامه ریزی استراتژیک QSPM^۱ و SWOT^۲ استفاده گردید. جامعه آماری تحقیق، روستاهایی در بخش نصرآباد شهرستان تربت‌جام بوده‌اند که دارای زنان کارآفرین روستایی بوده‌اند. روش نمونه‌گیری گلوله‌برفی است. واحد تحلیل زنان روستایی کارآفرین آشنا به محیط داخلی و خارجی در ارتباط با موضوع تحقیق بوده‌اند. طی چند مرحله مراجعه، درنهایت ۳۰ زن کارآفرین روستایی در ۵ روستا شناسایی و پرسشنامه به کمک آن‌ها در پائیز ۱۳۹۹ تکمیل گردید. به منظور بررسی پایایی ابزار تحقیق از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد، پایایی کل پرسشنامه تحقیق با ۴۴ گویه برابر با ۰/۹۲۸ مطلوب تشخیص داده شد. همچنین روایی ابزار پرسشنامه به کمک تحلیل عاملی تاییدی با ۰/۸۵ واریانس تبیین شده تایید شد.

جدول ۱. ویژگی‌های روستاهای مورد بررسی دارای زنان کارآفرین روستایی

بخش	دهستان	روستا	جمعیت	خانوار	تعداد زنان روستایی	زنان کارآفرین
نصرآباد	کاریزان	خیرآباد	۴۴۴۲	۱۲۵۷	۲۱۸۸	۱۳
	بالاجام	ابدال‌آباد	۲۲۹۶	۶۷۳	۱۱۲۶	۷
	کاریزان	مومن‌آباد	۲۰۵۶	۶۷۸	۱۰۵۱	۳
	کاریزان	کاریزنو	۲۱۰۷	۶۱۷	۱۰۵۸	۴
بوژگان	هریرود	رباط	۸۸۷	۲۳۸	۴۵۹	۳
مجموع		-	۱۱۷۸۸	۳۴۶۳	۵۸۸۲	۳۰

ماخذ: مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵ و اطلاعات مستخرج از بخش‌داری و دهیاری‌ها، ۱۳۹۹

تحقیق حاضر به کمک مدل عمومی مدیریت استراتژیک مبتنی بر پارادایم تجویزی، سعی در ارائه استراتژی‌های مطلوب توسعه کارآفرینی زنان روستایی دارد.^۱ در این پارادایم نحوه

۱. Quantitative Strategic Planning Matrix.

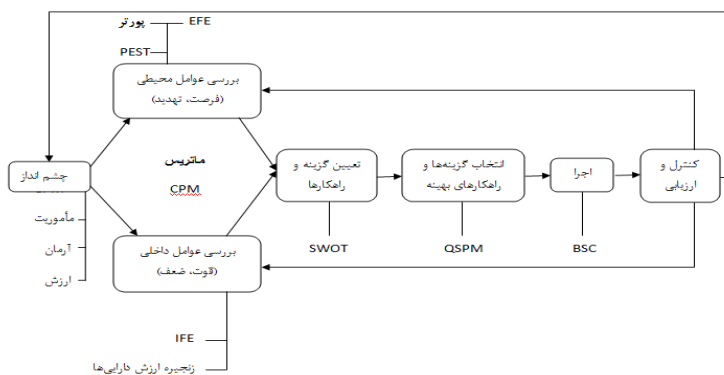
۲. Strength, Weaknesses, Opportunities and Threats (SWOT) Matrix

شکل گیری استراتژی به اندازه خود استراتژی مهم تلقی می شود و مراحل شکل گیری استراتژی گام به گام تعریف شده است" (مرادی، ۱۳۹۰: ۳۳). پس از طرح چشم انداز در بیان مسئله تحقیق، از ابزارهای تحلیل محیطی استفاده شد. بررسی محیط داخلی به کمک ماتریس IFE و بررسی محیط خارجی به کمک ماتریس EFE انجام پذیرفت. در این مرحله در ابتدا به کمک مطالعات اسنادی گسترده مطالعات میدانی اولیه و مصاحبه با مطلعین، بررسی مقالات، طرح های پژوهشی، کتب و سایت های مختلف در ارتباط با توسعه کارآفرینی زنان روستایی، تعداد ۱۷ قوت داخلی در برابر ۱۵ ضعف داخلی و تعداد ۵ فرصت خارجی در برابر ۶ تهدید خارجی پیش روی توسعه کارآفرینی زنان روستایی شناسایی و از طریق پرسشنامه اولیه به کمک تعدادی از خبرگان (مطلعین محلی و زنان روستایی کارآفرین)، مورد بررسی قرار گرفت و سپس تعدیل های لازم بر اساس استخراج مشترکات به عمل آمد. عوامل نهایی شده با استفاده از چارچوب تحلیلی تدوین استراتژی در قالب پرسشنامه تدوین گردید. سپس میانگین وزنی هر یک از عوامل داخلی و خارجی استخراج و بر مبنای اهمیت هر کدام بر اساس روش تخصیص نقطه ای وزنی از یک تا صفر داده شد. برای تعیین رتبه عوامل به قوت عالی و فرصت استثنایی رتبه ۴، به فرصت و قوت خوب رتبه ۳، به موانع و ضعف معمولی رتبه ۲ و به موانع جدی و ضعف بحرانی رتبه ۱ اختصاص داده شد. به منظور محاسبه امتیاز نهایی عوامل داخلی و خارجی وزن هر عامل در رتبه مربوط به همان عامل ضرب گردید و در نهایت مجموع امتیاز نهایی عوامل خارجی و داخلی محاسبه شد (جدول ۳ و ۴). در ادامه از ابزار SWOT جهت تعیین استراتژی کانونی در زمینه موضوع مورد بررسی استفاده شد. بدین منظور ۴ دسته راهبرد شامل: تهاجمی- رقابتی (مبتنی بر نقاط قوت و فرصت ها)، تنوع/ رقابتی (مبتنی بر مقایسه نقاط قوت داخلی و موانع بیرونی)، بازنگری/ محافظه کارانه (مبتنی بر نقاط ضعف داخلی و فرصت های بیرونی) و تدافعی (مبتنی بر مقایسه نقاط ضعف داخلی و موانع بیرونی) تعریف شد. سپس به اولویت بندی استراتژی های مطلوب به کمک ماتریس QSPM پرداخته شد.

یافته ها

الف) توصیف جمعیت شناختی

شناخت ویژگی های فردی و حرفه ای زنان روستایی کارآفرین، تدابیر و امکان مناسبی را برای برنامه ریزی در زمینه شاغلین پنهان جامعه روستایی فراهم می آورد. میانگین سنی زنان کارآفرین مورد بررسی ۳۴/۸، حداقل ۱۸ و حداکثر ۵۰ سال بوده است. ۳/۳ درصد بیسواد، ۳۰ درصد دارای تحصیلات ابتدایی، ۲۰ درصد سیکل، ۳۶/۷ درصد دیپلم و ۱۰ درصد لیسانس بوده اند. ۷۰ درصد زنان جهت راه اندازی فعالیت کارآفرینانه خود دوره های آموزشی گذرانده و ۳۰ درصد دوره آموزشی نگذرانده اند. ۴۰ درصد زنان کارآفرین وام گرفته و ۶۰ درصد وامی برای راه اندازی فعالیت کارآفرینانه خود دریافت نکرده اند. ۲۳/۳ درصد زنان کمتر از ۵ میلیون، ۱۳/۳ درصد بین ۵ تا ۱۰ میلیون و ۳/۳ درصد بیش از ۱۰ میلیون تومان وام دریافت نموده اند. سرمایه اولیه ۱۰ درصد زنان مورد بررسی کمتر از یک میلیون تومان بوده است. این زنان در زمینه فروش البسه، پتو و ... فعالیت داشته اند. ۲۰ درصد زنان بین یک تا دو میلیون تومان سرمایه اولیه داشته و عمدتاً در زمینه خیاطی و آرایشگری و ... فعالیت دارند. ۳۶/۷ درصد بین ۵ تا ۱۰ میلیون تومان به عنوان سرمایه اولیه هزینه نموده و عمدتاً مزون، مهد کودک، کارگاه خیاطی، ورمی کمپوست و ... داشته اند. ۲۰ درصد زنان کارآفرین بیش از ۱۰ میلیون تومان به عنوان سرمایه اولیه هزینه کرده و عمدتاً در مشاغل قالی بافی، آموزشگاه رانندگی و ... فعالیت دارند.



شکل ۱. مدل عمومی مدیریت استراتژیک مبتنی بر پارادایم تجویزی (منبع: مرادی، ۱۳۹۰)
الف- ارزیابی عوامل داخلی (IFE) و خارجی (EFE)

لازمه‌ی ورود و برنامه ریزی در عرصه‌ی کارآفرینی زنان روستایی در گام اول شناسایی دقیق عوامل داخلی و خارجی دخیل در توسعه‌ی کارآفرینی در بین زنان روستایی می باشد. طبق ماتریس مولفه S7 «افزایش روحیه خودباوری و پشتکار در زنان روستا» با میانگین ۳/۷۳ به عنوان مهم ترین قوت و پس از آن S2 «حمایت نسبی خانواده‌ها از فعالیت کارآفرینانه زنان روستایی» با میانگین ۳/۰۶ قرار دارد. در نقاط ضعف W8 «نداشتن پشتوانه مالی و پس انداز کافی» به عنوان مهمترین نقطه ضعف پیش روی توسعه کارآفرینی زنان روستایی با میانگین ۳/۲۸ مطرح است. با توجه به اینکه در ماتریس ارزیابی عوامل داخلی مجموع امتیاز نهایی قوت ۱/۷۸۹ بیشتر از مجموع امتیاز نهایی ضعف ۰/۷۲۱ است، در این ماتریس نقاط قوت بر ضعف غلبه دارد.

جدول ۲. روستاهای مورد مطالعه در بخش نصرآباد شهرستان تربت جام و حجم نمونه و

نوع فعالیت کارآفرینی

روستا	فراوانی	فعالیت کارآفرینی	دوره های آموزشی
خیرآباد	۱۳	آرایشگری، خیاطی، چرم دوزی، لباس فروشی، فروش لوازم خانگی، فراوری زعفران، فروش لباس زنانه، مزون، فروش وسایل آشپزخانه، مهد کودک	آموزش های تخصصی گرم، شنیون و تاتو، نازک دوزی، آموزش تخصصی قرآن به کودکان، سفره آرای و گل - آرای
رباط	۳	پتو فروشی، خرازی، مهد کودک	تربیت و رشد کودک، کاربایی
ابدال آباد	۷	آرایشگری، پرورش کرم ورمی کمپوست، خیاطی، لباس فروشی	آموزش های تخصصی آرایش و پیرایش، تولید ورمی، نازک دوزی و دوخت لباس نوزاد
مومن آباد	۳	خیاطی، تولیدی لباس، قالی بافی	ژورنال و خیاطی، نازک دوزی و ژورنال
کارزینو	۴	آرایشگری، آموزش رانندگی تولیدی مانتو، مغازه لباس فروشی	آموزش های تخصصی آرایش و پیرایش، دوره های تعلیم رانندگی، نازک دوزی
جمع	۳۰	-	-

ماخذ: یافته های تحقیق، ۱۳۹۸.

جدول ۳. ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFE)

امتیاز نهایی	رتبه	وزن استاندارد	وزن نقطه ای	عوامل داخلی سیستم
۰/۱۷۰	۴	۰/۰۴۲	۲/۶۹۳	S1. وجود راههای ارتباطی مناسب به منظور برقراری ارتباط زنان با مراکز جمعیتی
۰/۱۹۴	۴	۰/۰۴۹	۳/۰۶۷	S2. حمایت نسبی خانواده ها از فعالیت کارآفرینانه زنان روستایی
۰/۰۷۱	۳	۰/۰۲۴	۱/۴۹۳	S3. آزادی نسبی اقتصادی زنان روستایی در زمینه راه اندازی کسب و کارهای جدید
۰/۰۴۷	۳	۰/۰۱۶	۱	S4. اشتغال زنان روستایی در توسعه فعالیت های درآمدزا و امکان توسعه کسب و کارهای جدید
۰/۰۵۸	۳	۰/۰۱۹	۱/۲۲۷	S5. وجود پست بانک در روستا و انجام فعالیت های مالی در سطح خرد در ارتباط با زنان روستایی

امتیاز نهایی	رتبه	وزن استاندارد	وزن نقطه ای	عوامل داخلی سیستم
۰/۰۶۶	۳	۰/۰۲۲	۱/۳۸۷	S6. واگذاری مدیریت پارانه نقدی خانوار بر عهده زنان روستایی و امکان هزینه کرد آن در راه اندازی کسب و کارهای جدید
۰/۲۳۶	۴	۰/۰۵۹	۳/۷۳۳	S7. افزایش روحیه خودباوری و پشتکار در زنان روستا
۰/۱۵۲	۴	۰/۰۳۸	۲/۴۰۰	S8. وجود الگوهای نسبتاً موفق زن کارآفرین در نواحی روستایی
۰/۰۷۷	۳	۰/۰۲۳	۱/۶۲۷	S9. برخورداری اغلب روستاها از دختران فارغ التحصیل دانشگاهی و امکان سوق دادن آنها به سمت راه اندازی کسب و کارهای جدید
۰/۰۶۸	۳	۰/۰۳۸	۱/۴۴۰	S10. وجود صندوق‌های قرض الحسنه روستایی و امکان تهیه سرمایه اولیه در ارتباط با راه اندازی کسب و کارهای جدید اقتصادی
۰/۰۵۸	۳	۰/۰۱۹	۱/۲۲۷	S11. بهره‌مندی تعدادی از زنان از ارث و امکان تبدیل آن به سرمایه اولیه در زمینه راه اندازی کسب و کار جدید
۰/۱۰۵	۴	۰/۰۲۶	۱/۶۵۳	S12. اشتغال بخش زیادی از زنان در مراحل مختلف کشاورزی در روستا (کاشت و داشت و برداشت و فراوری) و کسب درآمد از این طریق
۰/۱۰۱	۴	۰/۰۲۵	۱/۶۰۰	S13. وجود پتانسیل بالا و وجود مواد اولیه کافی در ارتباط با فراوری محصولات کشاورزی از جمله زعفران و ... و راه اندازی کسب و کارهای جدید در این زمینه (بسته بندی زعفران و ...)
۰/۱۴۷	۴	۰/۰۳۷	۲/۳۱۷	S14. بکریودن منطقه در ارتباط با راه اندازی کسب و کارهای جدید بخش کشاورزی (زنبورداری - پرورش گل‌های زینتی و ...)
۰/۰۶۵	۳	۰/۰۲۲	۱/۳۶۰	S15. حمایت مشاوره‌ای و فنی مدیران محلی (دهیار و اعضای شورا) از زنان کارآفرین روستایی
۰/۱۳۰	۴	۰/۰۳۲	۲/۰۵۳	S16. حضور نسبی زنان در فعالیت‌های اجتماعی در سطح روستا (سیبج، حلقه‌های صالحین و دوره‌های قرآن و ...)
۰/۰۴۳	۳	۰/۰۱۴	۰/۹۰۷	S17. برگزاری دوره کارآفرینی برای دهیاران روستایی منطقه
۰/۰۵۳	۲	۰/۰۲۷	۱/۶۸۰	W1. فرهنگ ضعیف کارآفرینی در میان مردم محلی
۰/۰۶۲	۲	۰/۰۳۱	۱/۹۴۷	W2. مسئولیت خانوادگی و وظایف زیاد زنان در خانواده و امکان پائین راه اندازی کسب و کارهای جدید برای آنها
۰/۰۴۶	۲	۰/۰۲۳	۱/۴۴۰	W3. مخالفت همسر و اعضای خانواده با اشتغال زنان (راه اندازی کسب و کار)
۰/۰۴۰	۲	۰/۰۲۰	۱/۲۸۰	W4. پایین بودن سطح سواد زنان روستایی
۰/۰۳۸	۱	۰/۰۳۸	۲/۴۰۰	W5. نداشتن وثیقه و ضامن برای استفاده از اعتبارات و تسهیلات مالی
۰/۰۴۲	۲	۰/۰۲۱	۱/۳۳۳	W6. موانع فرهنگی و اجتماعی عدم وجود نگاه مثبت به فعالیت اقتصادی و اجتماعی زنان، اعتقاد به نان‌آوری مردان در امور خانوادگی و ...
۰/۰۵۲	۲	۰/۰۲۶	۱/۶۵۳	W7. موانع روان‌شناختی مانند ترس از شکست و ... عدم خودباوری و اعتماد به نفس و ... در زنان
۰/۰۵۲	۱	۰/۰۵۲	۳/۲۸۰	W8. نداشتن پشتوانه مالی و پس انداز کافی
۰/۰۳۷	۱	۰/۰۳۷	۲/۳۴۷	W9. ضعف خدمات آموزشی و مهارت‌های شغلی برای زنان روستایی
۰/۰۴۴	۱	۰/۰۴۴	۲/۸۰۰	W10. ناتوانی در جذب تسهیلات بانکی و اعتباری
۰/۰۴۱	۱	۰/۰۴۱	۲/۶۱۳	W11. عدم وجود کلاس‌های تخصصی مربوط به راه اندازی کسب و کارهای جدید در روستا
۰/۰۴۰	۱	۰/۰۴۰	۲/۵۳۳	W12. مشکل در بازاریابی تولیدات کارآفرینانه زنان روستایی (عروسک دوزی و نان سنتی و ...)
۰/۰۴۶	۲	۰/۰۲۳	۱/۴۶۷	W13. عدم ارتباط با زنان کارآفرین موفق و نمونه منطقه و کشور
۰/۰۸۷	۲	۰/۰۴۳	۲/۷۴۷	W14. ناتوانی در شناسایی فرصت‌های محلی برای راه اندازی کسب و کارهای جدید
۰/۰۴۰	۱	۰/۰۴۰	۲/۵۰۷	W15. ناتوانی زنان در مقابله با مشکلات پیش بینی نشده در ارتباط با کسب و کارهای جدید (چک و ...)
۲/۵۱۰	-	۱	۶۳/۲۱۱	مجموع ماتریس داخلی

تلاضعف (Weakness)

طبق نظرات پاسخگویان و محاسبات انجام شده مولفه O5 «نقش رسانه در ایجاد روحیه خودباوری در زنان روستایی» با میانگین ۲/۱۶ مهم‌ترین فرصت و در میان تهدیدات T3 «بالا بودن میزان نرخ بهره بانکی و عدم توانایی زنان در بازپرداخت آن» با میانگین ۳/۱۴

مهمترین تهدید پیش روی توسعه کارآفرینی زنان شناخته شد. با توجه به اینکه در ماتریس ارزیابی عوامل خارجی مجموع امتیاز نهایی فرصت ۱/۴۰ بیشتر از مجموع امتیاز نهایی تهدید ۰/۷۸۳ است، در بررسی عوامل بیرونی نقاط فرصت بر تهدید غلبه دارد.

جدول ۴. ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (EFE^۱)

عوامل خارجی سیستم				وزن نقطه ای	وزن استاندارد	رتبه	امتیاز نهایی
Opportunities (فرصت)	O1.	حمایت دولت از کارآفرینان روستایی در قالب وام های خود اشتغالی و...	۱/۳۰۷	۰/۰۵۶	۴	۰/۲۲۷	
	O2.	افزایش توجه دولت به روستاها نسبت به گذشته (افزایش توجه به ایجاد اشتغال پایدار در نواحی روستایی)	۱/۱۷۳	۰/۰۵۱	۳	۰/۱۵۳	
	O3.	توجه کتب آموزشی به راه اندازی و بازاریابی کسب و کارهای کوچک	۱/۳۰۷	۰/۰۵۶	۳	۰/۱۷۰	
	O4.	سیاست و تشویق برخی از سازمان ها مانند کمیته امداد و... برای کارآفرینی	۱/۷۸۷	۰/۰۷۷	۴	۰/۳۱۱	
	O5.	نقش رسانه در ایجاد روحیه خودباوری در زنان روستایی	۲/۱۶۰	۰/۰۹۳	۴	۰/۳۷۵	
	O6.	افزایش حمایت نهادهای مختلف من جمله جهاد کشاورزی از زنان کارآفرین و ...	۱/۳۰۷	۰/۰۵۶	۳	۰/۱۷۰	
Threats (تهدید)	T1.	نبود برنامه جامع برای توسعه کارآفرینی زنان روستایی در برنامه های کلان کشور	۲/۴۰۰	۰/۱۰۴	۲	۰/۲۰۹	
	T2.	عدم وجود خدمات مشاوره ای و فنی تخصصی در ارتباط با راه اندازی کسب و کارهای جدید برای زنان در نواحی روستایی	۲/۴۵۳	۰/۱۰۶	۱	۰/۱۰۷	
	T3.	بالا بودن میزان نرخ بهره بانکی و عدم توانایی زنان در بازپرداخت آن	۳/۱۴۷	۰/۱۳۶	۱	۰/۱۳۷	
	T4.	نبود یک صنف یا سازمان متولی خاص و حامی زنان کارآفرین در روستاهای کشور	۲/۶۹۳	۰/۱۱۷	۱	۰/۱۱۷	
	T5.	نامانی اجتماعی برای حضور زنان در بازار	۱/۶۲۷	۰/۰۷۰	۱	۰/۰۷۱	
	T6.	عدم حمایت سازمان فنی و حرفه ای از توسعه کارآفرینی زنان در نواحی روستایی	۱/۶۵۳	۰/۰۷۱	۲	۰/۱۴۴	
مجموع ماتریس خارجی			۲۳/۰۱۳	۱	-	۲/۱۹۰	

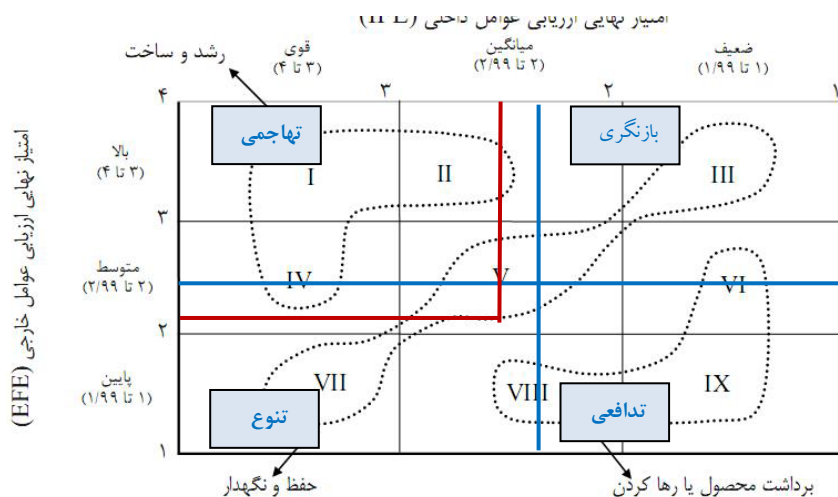
ب- تشکیل ماتریس داخلی و خارجی (IE^۲) و اولویت های اجرایی

ماتریس استراتژی ها و اولویت های اجرایی دارای دو بعد اصلی و نه خانه است. جمع امتیازهای نهایی ارزیابی عوامل داخلی بر روی محور Xها به نمایش درآمده و جمع امتیاز نهایی ارزیابی عوامل خارجی بر روی محور Yها نوشته شده است. نقطه تلاقی جمع امتیاز عوامل خارجی و داخلی بر روی محور Xها و Yها، تعیین کننده موقعیت این بخش در ماتریس استراتژی ها و اولویت های اجرایی است. با توجه به امتیاز نهایی در ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFE) ۲/۵۱ و در ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (EFE) ۲/۱۹ «راهبردهای رقابتی/تنوع» یا حفظ و نگهداری انتخاب شد. این راهبرد بر پایه بهره گرفتن از قوتها برای مقابله با تهدیدها

۱. External Factor Evaluation (EFE).

۲. Internal- External (IE) Matrix.

تدوین می‌شود و هدف به حداکثر رساندن نقاط قوت و به حداقل رساندن تهدیدات است (حداقل - حداکثر).



شکل ۲. ماتریس استراتژی‌ها و اولویت‌های اجرایی

جدول ۵ به معرفی راهبردهای رقابتی / تنوع پرداخته می‌شود این راهبردها با بهره‌گیری از نقاط قوت داخلی به مواجهه با تهدیدها می‌پردازد (وطنخواه نوغانی و همکاران، ۱۳۹۵: ۷۹)

ج- تهیه ماتریس راهبردهای کمی استراتژیک (QSPM) (مرحله تصمیم‌گیری)

تصمیم‌گیری در مورد استراتژی‌های مناسب و قابل قبول، از طریق تجزیه و تحلیل علمی و قضاوت شهودی صورت می‌گیرد و با استفاده از ماتریس برنامه‌ریزی راهبردی کمی (QSPM) امتیاز نهایی هر راهبرد مشخص می‌شود. این تکنیک مشخص می‌کند که کدامیک از مولفه‌های استراتژیک انتخاب شده، امکان‌پذیر است که نیازمند یک قضاوت خوب، خبرگی و آگاهی است (قاسمی و همکاران، ۱۳۹۷: ۹۶-۹۷).

جدول ۵. تطبیق و تعیین استراتژی‌های رقابتی/تهاجمی

ردیف	نوع استراتژی
ST 1	تشویق زنان به تشکیل NGOهای کارآفرینی T2, T4, S16
ST 2	سازمان دادن نشست‌ها و جلسات زنان روستایی و سوق دادن آنها در جهت کارآفرینی و دعوت از زنان کارآفرین موفق T2, T4, S16
ST 3	برگزاری دوره‌های آموزشی و مشاوره تخصصی به زنان روستایی با کمک دهیار و شورا در روستا T2, S15
ST 4	نیازسنجی و اولویت بندی کسب و کارهای جدید برای علاقه‌مندان بر حسب بازار T1, T2, S3, S4, S14
ST 5	افزایش تعداد صندوق‌های قرض‌الحسنه روستایی در روستاها T3, S10

ST6 بهبود عملکرد خدمات (اعطای وام و تسهیلات و ...) پست بانک در حمایت از زنان کارآفرین روستایی S5, T3

جدول ۶. ماتریس ارزیابی راهبردهای تهاجمی براساس روش کمی استراتژیک (QSPM)

عوامل کلیدی	ضریب	راهبرد ۱		راهبرد ۲		راهبرد ۳		راهبرد ۴		راهبرد ۵		راهبرد ۶	
		جمع نهایی	AS	جمع نهایی	AS	جمع نهایی	AS	جمع نهایی	AS	جمع نهایی	AS	جمع نهایی	AS
S1	۰/۰۲۱												
S2	۰/۰۳۶												
S3	۰/۰۳۴					۲	۰/۰۴۷						
S4	۰/۰۳۵					۲	۰/۰۳۱						
S5	۰/۰۴۴									۲	۰/۰۳۸		
S6	۰/۰۳۱												
S7	۰/۰۳۶												
S8	۰/۰۴۰												
S9	۰/۰۳۲												
S10	۰/۰۳۸												
S11	۰/۰۴۵												
S12	۰/۰۳۲	۲	۰/۰۶۴										
S13	۰/۰۲۹												
S14	۰/۰۲۳					۳	۰/۱۰۹						
S15	۰/۰۴۳					۴	۰/۰۸۶						
S16	۰/۰۴۳	۲	۰/۰۴۶	۴	۰/۱۲۹					۳	۰/۰۹۷		
S17	۰/۰۳۶												
T1	۰/۰۲۲					۲	۰/۲۰۸						
T2	۰/۰۴۹	۳	۰/۳۱۹	۱	۰/۱۰۶	۳	۰/۳۱۹	۳	۰/۳۱۹	۱	۰/۱۰۶		
T3	۰/۰۹۰											۳	۰/۴۱۰
T4	۰/۰۸۴	۴	۰/۴۶۸	۲	۰/۲۳۴							۲	۰/۲۳۴
T5	۰/۱۰۸												
T6	۰/۰۹۱												
جمع جذایت			۰/۸۵۲		۰/۴۷۰		۰/۴۰۵		۰/۷۱۷		۰/۴۳۸		۰/۴۴۹

بر اساس تجزیه و تحلیل های صورت گرفته در بین هفت استراتژی ارائه شده اولویت اول با «تشویق زنان به تشکیل NGO های کارآفرینی» است که بر اساس ماتریس QSPM بالاترین امتیاز یعنی ۰/۸۵۲ را کسب نموده است. این مهم از طریق آگاهی بخشی در زمینه سودمندی و ایجاد انگیزه در زنان روستایی برای تشکیل NGO میسر خواهد شد. همچنین بازنگری در قوانین تشکیل NGO و حذف قوانین دست و پاگیر و بوروکراسی اداری ضروری است.

استراتژی «نیازسنجی و اولویت بندی کسب و کارهای جدید برای علاقه مندان بر حسب بازار»، با امتیاز ۰/۷۱۷ در اولویت دوم قرار دارد. در این زمینه بازاریابی برای فروش محصولات تولیدی زنان روستایی و سازمان دهی و جهت دهی به تولیدات زنان روستایی برحسب بازار ضروری است. همچنین استراتژی «سازمان دادن نشست ها و جلسات زنان روستایی و سوق دادن

آنها در جهت کارآفرینی و دعوت از زنان کارآفرین موفق» با امتیاز ۰/۴۷۰ در رتبه سوم قرار دارد. در این زمینه ورود تشکل‌هایی مانند بسیج، حلقه‌های صالحین و دوره‌های قرآن و ... به مقوله کارآفرینی زنان در نواحی روستایی و اطلاع‌رسانی و آگاهی‌بخشی در جلسات نشست‌های زنان روستایی درباره کارآفرینی و دعوت از زنان کارآفرین در جلسات و راهنمایی و کمک به زنان مستعد می‌تواند تحقق این مهم را تسهیل بخشد. «بهبود عملکرد خدمات (اعطای وام و تسهیلات و...) پست بانک در حمایت از زنان کارآفرین روستایی» با امتیاز ۰/۴۴۹ در اولویت چهارم قرار دارد. در این زمینه اعطای وام با بازپرداخت بلندمدت و با بهره کم برای زنان کارآفرین از طریق پست بانک پیشنهاد می‌شود. همچنین استراتژی «افزایش تعداد صندوق‌های قرض الحسنه روستایی در روستاها» با امتیاز ۰/۴۳۸ در رتبه پنجم قرار دارد در این ارتباط می‌توان به جذب سرمایه در تاسیس صندوق‌های قرض الحسنه روستایی (بومیان ساکن در شهر، سرمایه‌گذاران بخش خصوصی و ...) و ترغیب و تشویق افراد برای سرمایه‌گذاری بیشتر در صندوق‌های قرض الحسنه روستایی اشاره نمود. همچنین «برگزاری دوره‌های آموزشی و مشاوره تخصصی به زنان روستایی با کمک دهیار و شورا در روستا» با امتیاز ۰/۴۰۵ به عنوان آخرین راهبرد در زمینه توسعه کارآفرینی زنان روستایی شناسایی شده است. در این زمینه می‌توان به برگزاری دوره‌های مفید و با کیفیت و کاربردی برای زنان روستایی تاب‌توانند فرصت‌ها را درک کرده و ایده‌های جدیدی را در سرمایه‌گذاری مناسب و توسعه‌پذیر ایجاد کنند، پیشنهاد می‌شود.

بحث و نتیجه‌گیری

در نظریه‌های توسعه پایدار روستایی، بر افزایش مشارکت و ایجاد فرصت‌های برابر به خصوص برای زنان به عنوان نیمی از جامعه، بسیار تأکید شده است. از این رو مطالعه حاضر به شناسایی راهبردهای توسعه کارآفرینی در بین زنان روستایی پرداخته است. بررسی ظرفیت‌ها و محدودیت‌های توسعه کارآفرینی زنان بخش نصرآباد تربت جام گویای آن است که «ناتوانی در شناسایی فرصت‌های محلی برای راه‌اندازی کسب و کارهای جدید» از عوامل اصلی تاثیرگذار در عدم توسعه کارآفرینی زنان روستایی است؛ در بین عوامل داخلی «افزایش روحیه

خودباوری و پشتکار در زنان روستا» و در بین عوامل خارجی «نقش رسانه در بهبود موقعیت زنان در نواحی روستایی با تاکید بر توانمندی اقتصادی زنان» از عوامل اصلی در تقویت کارآفرینی زنان است. همچنین در بین عوامل داخلی «نداشتن پشتوانه مالی و پس انداز کافی» و در بین عوامل خارجی «نبود برنامه جامع برای توسعه کارآفرینی زنان روستایی در برنامه های کلان کشور» مهمترین موانع توسعه کارآفرینی زنان روستایی است. این مطالعه همسو با مطالعه مودستوس^۱ (۲۰۲۱) کارآفرینی زنان روستایی را ابزاری برای مقابله با بیکاری و فقر و گسترش فرصت ها برای گروه های آسیب دیده اجتماعی، به ویژه زنان می داند. نیز همسو با مطالعه جمینی و همکاران (۱۳۹۵) عامل سیاست گذاری را یکی از موانع اصلی توسعه کارآفرینی می دانند. به منظور تقویت کارآفرینی لازم است راهبردهای تدافعی ارائه شده در پژوهش به صورت یک بسته راهبردی با زمان بندی مشخص از سوی نهادهای محلی و مردمی و با تقویت سیاست ها، قوانین، رویه ها و مقررات از سوی مدیران دولتی صورت گیرد. راهبردها شامل: ۱- تشویق زنان به تشکیل NGO های کارآفرینی ۲- نیازسنجی و اولویت بندی کسب و کارهای جدید برای علاقه مندان بر حسب بازار ۳- سازمان دادن نشست ها و جلسات زنان روستایی و سوق دادن آنها در جهت کارآفرینی و دعوت از زنان کارآفرین موفق ۴- بهبود عملکرد خدمات (اعطای وام و تسهیلات و...) ۵- پست بانک در حمایت از زنان کارآفرین روستایی ۵- افزایش تعداد صندوق های قرض الحسنه روستایی در روستاها ۶- برگزاری دوره های آموزشی و مشاوره تخصصی به زنان روستایی با کمک دهیار و شورا در روستا است.

منابع

آنی، نادیا، خسروی پور، بهمن، آجیلی، عبدالعظیم، عبدشاهی، عباس (۱۳۹۹)، "عوامل مؤثر بر توسعه و موانع بازدارنده کارآفرینی زنان روستایی"، نشریه علمی زن و فرهنگ، ۱۱(۴۴)، ۶۱-۷۰.

جمینی، داوود؛ تقدیسی، احمد، علی پور، خالد، فیضی، شیلر (۱۳۹۴)، "تحلیل عاملی متغیرهای پیش برنده و بازدارنده توسعه کارآفرینی در میان زنان روستایی شهرستان روانسر"، مطالعات زنان، ۱۳(۱)، ۶۳-۹۰.

جمینی، داوود؛ جمشیدی، علیرضا، کماسی، حسین، هوشنگی، عطا (۱۳۹۵)، "تحلیل موانع توسعه کارآفرینی زنان در نواحی روستایی مورد: روستاهای شهرستان چرداول"، اقتصاد فضا و توسعه روستایی، ۵(۴)، ۶۳-۴۵.

حیدری ساریان، وکیل (۱۳۹۱)، اولویت بندی موانع مؤثر بر کارآفرینی زنان روستایی با روش AHP مطالعه موردی: استان اردبیل، مطالعات اجتماعی - روانشناختی زنان، ۱۰(۳۱)، ۱۵۹-۱۷۶.

خانی، فضیله؛ سادات موسوی، سمیه (۱۳۹۴)، "تحلیل جنسیتی در فرآیند پخش کارآفرینی در مناطق روستایی (مورد مطالعه: دهستان سولوقان)"، اقتصاد فضا و توسعه روستایی، ۴(۴)، ۱-۲۲.

خسروی پور، بهمن؛ جابری، سمیرا (۱۳۹۶)، کارآفرینی زنان؛ کلیدی جهت نیل به توسعه پایدار روستایی، رویکردهای پژوهشی در علوم اجتماعی، ۳(۱۱)، ۱۳۰-۱۳۷.

خسروی پور، بهمن؛ مهربان قوچانی، امید، بوعدار، منتهی (۱۳۹۲)، "زنان روستایی و کارآفرینی؛ ضرورت، چالش‌ها و راهکارها"، ماهنامه اجتماعی، اقتصادی، ماهنامه علمی و فرهنگی کار و جامعه، ۱۶۵، ۶۳-۵۵.

شریفی، امید؛ عادل، محسن (۱۳۹۰)، "تحلیل عاملی موانع موجود در زمینه کارآفرینی زنان کشاورز از دیدگاه زنان نمونه کشاورز منطقه جیرفت و کهنوج"، زن حقوق و توسعه (تحقیقات زنان، ۱۵(۱)، ۱۱۲-۱۲۷).

شکارچی، فرهاد و رحمانی، بیژن و منشی زاده، رحمت اله. (۱۳۹۷). تحلیل جنسیتی فرآیند توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی (مورد مطالعه: بخش مرکزی شهرستان خلخال).

- مطالعات توسعه اجتماعی ایران، ۱۱(۴۱)، ۱۱۵-۱۲۸.
- صابریان، مهناز؛ صبوری، محمدصادق (۱۳۹۳)، "تحلیل عاملی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان روستای عضو صندوق های خرد سمنان"، مطالعات توسعه اجتماعی ایران، ۶(۴)، ۱۱۵-۱۰۷.
- صادقی، خدیجه و طولابی نژاد، مهرشاد. (۱۳۹۸). بررسی عوامل و محرک های مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی (مطالعه موردی: دهستان رشتخوار، اندیشه جغرافیایی، ۱۰(۲۰)، ۷۲-۹۰.
- علیدوست، سمیه؛ لشگرآرا، فرهاد (۱۳۹۲)، "موانع توسعه کارآفرینی زنان روستایی (مطالعه موردی: شهرستان گرمسار)"، مجله پژوهش های ترویج و آموزش کشاورزی، ۶(۱)، ۷-۱۶.
- قادرمرزی، حامد؛ جمشیدی، علیرضا، جمینی، داوود، نظری سرمازه، حمید (۱۳۹۴)، "شناسایی موانع توسعه کارآفرینی زنان روستایی (مطالعه موردی: دهستان شلیل- شهرستان اردل)"، برنامه ریزی منطقه ای، ۵(۱۷)، ۱۱۸-۱۰۳.
- قاسمی، مریم؛ علیزاده، لیدا، قندهاری، الهام (۱۳۹۷)، "تدوین استراتژی توانمندسازی روانشناختی زنان روستایی با استفاده از ابزارهای مدیریت استراتژیک"، زن در توسعه و سیاست، ۱۶(۱)، ۷۹-۱۰۹.
- گلکار فرد، مرجان؛ رضائی مقدم، کورش، فاطمی، مهسا (۱۳۹۸)، "واکاوی مقایسه ای زمینه های کارآفرینی زنان روستایی استان فارس"، راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی، ۶(۱۲)، ۳۵-۴۷.
- مرکز آمار ایران، شناسنامه آبادیهای کشور، (۱۳۹۵). <https://www.amar.org.ir>
- مرادی، فریبا (۱۳۹۰)، نگاهی جامع به مدیریت استراتژیک، سازمان مدیریت صنعتی، تهران.
- موحدی، رضا؛ سلیمانیان بروجنی، جلیله (۱۳۹۵)، "بررسی شیوه های آموزشی مؤثر در توسعه کارآفرینی زنان روستایی"، راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی، ۳(۶)، ۲۴-۳۳.
- ورکیانی پور، نفیسه؛ حسینی، محمدرضا، سمیعی، روح الله، اشرفی، مجید (۱۳۹۸)، "ارائه مدل توسعه کارآفرینی زنان با رویکرد توسعه پایدار روستایی در استان گلستان"، تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، ۱۹(۵۴)، ۱۴۷-۱۶۶.

وطن خواه‌نوغانی، آتنا؛ قاسمی، مریم، جوان، جوان (۱۳۹۵)، "شناسایی و اولویت بندی راهبردهای توانمندسازی زنان در روستاهای مهاجر فرست بر اساس ماتریس Swot و QSPM (مطالعه موردی: شهرستان مشهد)"، مطالعات اجتماعی روانشناختی زنان، ۱۴(۳)، ۶۱-۹۲.

یاسوری، مجید؛ باسط قرشی، محمد، وطنخواه، ژیلا (۱۳۹۴)، "تحلیل موانع و راهکارهای توسعه کارآفرینی زنان روستایی دهستان گوراب پس فومن"، پژوهش‌های روستایی، ۶(۲)، ۳۲۳-۳۴۲.

یعقوبی فرانی، احمد؛ سلیمانی، عطیه، موحدی، رضا (۱۳۹۳)، "تحلیل عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان روستایی"، مطالعات اجتماعی - روان‌شناختی زنان، ۱۲(۴)، ۷-۴۲.

Bastida, M. (2021). Women's entrepreneurship and self-employment, including aspects of gendered Corporate Social Responsibility. Study. Policy Department for Citizens' Rights and Constitutional Affairs Directorate-General for Internal Policies, European Parliament.

[https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2021/694301/IPOL_STU\(2021\)694301_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2021/694301/IPOL_STU(2021)694301_EN.pdf)

Chatterjea, Ch., Ramu, S. (2018). Gender and its rising role in modern Indian innovation and entrepreneurship. *IIMB Management Review*, 30 (1), 62-72.

Cukier, W., Ying Mo, G., Hassannezhad Chavoushi, Z., Blanchette, S., Noshiravani, R. (2021). The State of Women's Entrepreneurship in Canada. Project Sponsors

The sponsors of this project include the: Government of Canada, Social Sciences and Humanities Research Council, 1-83. <https://wekh.ca/wp-content/uploads/2021/08/>

De Vita, L., Mari, Michela., Poggesi, S. (2014). Women entrepreneurs in and from developing countries: Evidences from the literature. *European Management Journal*, 32(3), 451-460.

Ghouse, S., McElwee, G., Durah, O. (2017). Barriers to rural women entrepreneurs in Oman. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*. 23(6), 1-29.

Mishra, G., Kiran, U.V (2012). Rural Women Entrepreneurs: Concerns & Importance. *International Journal of Science and Research*, 3(9), 93-98.

Modestus Nziku, D., Henry, C. (2021). Policies for supporting women entrepreneurs in developing countries: the case of Tanzania. *Journal of Entrepreneurship and Public Policy*, 10(1), 38-58.

Mozumdar, L., Hagelaar, G., van der Velde, G., Omta, S.W.F. (2020). Determinants of the Business Performance of Women Entrepreneurs in the Developing World Context. *Multidisciplinary scientific*, 3(2), 215-235.

Navarro, M.J., Millán Jiménez, A. (2016). Moderators elements of entrepreneurship Gender differences. *suma de negocios*, 7(15), 47-53.