

Presenting a Paradigmatic Model for the Development of Entrepreneurial Behavior among Rural Women Entrepreneurs (Case Study: Rural Women Entrepreneurs of Ravansar Township)

Ehsan Khosravi 

Corresponding Author, Department of Management and Entrepreneurship, Faculty of Economics and Entrepreneurship, Razi University, Kermanshah, Iran. [Email: khosravi.ehsan@razi.ac.ir](mailto:khosravi.ehsan@razi.ac.ir)

Nader Naderi 

Associate Professor, Department of Management and Entrepreneurship, Faculty of Economics and Entrepreneurship, Razi University, Kermanshah, Iran. [E-mail: n.naderi@razi.ac.ir](mailto:n.naderi@razi.ac.ir)

Negar Rezaei 

MSc Student of Business Administration, Department of Management and Entrepreneurship, Faculty of Economics and Entrepreneurship, Razi University, Kermanshah, Iran. [Email: negar.rezaei596@gmail.com](mailto:negar.rezaei596@gmail.com)

Neda Pourjamshidi 

Master's student in Economics, Department of Economics, Faculty of Economics and Entrepreneurship, Razi University, Kermanshah, Iran. [Email: pourjamshidi.neda98@gmail.com](mailto:pourjamshidi.neda98@gmail.com)

Article Info

Article type:
Research Article

Article history :
Received 05 March 2023
Received in revised form 28 April 2024
Accepted 13 April 2024
Published online 19 June 2024

Keywords:
Entrepreneurial Behavior,
Rural Women, Rural
Entrepreneurship, Sustainable
Rural Development.

ABSTRACT

Sustainable rural development will not be achieved without considering the importance of developing entrepreneurial behaviors of rural women, which should be on the agenda of rural planners and policymakers. So, the main purpose of this research was to presenting a model for the development of entrepreneurial behavior among rural women entrepreneurs in Ravansar township. In terms of paradigm, the current research is part of qualitative research, and in terms of purpose, it is applied and was carried out with Straussian grounded theory method. The studied community included all the experts in the field of the studied subject, and the participants were selected using purposeful and theoretical sampling methods. The data collection phase continued until theoretical saturation was reached; That is, when no new data is obtained and no new concepts are identified. In other words, theoretical saturation was achieved through interviews with 8 experts. Data collection tools included individual in-depth interviews, group discussions, document review and note-taking. The data were analyzed using a three-step coding technique. The validity and reliability of the research was investigated and confirmed using the four concepts of validity, transferability, verifiability and reliability. The results showed three categories of causal conditions (including economic-financial and individual-personality factors), contextual conditions (including social, communication-informational, managerial and cultural factors) and intervening conditions (including political-legal, supportive, educational-promotional and marketing development) play a role in the development of the entrepreneurial behavior of rural women entrepreneurs, and these factors provided the context for the adoption of some strategies, which subsequently had various consequences, such as the development of rural women's entrepreneurship and finally moving towards sustainable rural development. Based on the results, in order to realize the development of rural women's entrepreneurial behavior, all related societies should provide the context for rural women's entrepreneurial activities with a systemic view. It is recommended to promote and develop the entrepreneurial culture of rural women among relevant communities.

Cite this article: Naderi, N., Rezaei, N., Khosravi, E., & Pourjamshidi, H. (2024). Presenting a Paradigmatic Model for the Development of Entrepreneurial Behavior among Rural Women Entrepreneurs (Case Study: Rural Women Entrepreneurs of Ravansar Township). *Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 3(1), 77-94. <https://doi.org/10.22034/EIR.2024.459756.1073>



© The Author(s).

Publisher: Scientific Association of Entrepreneurship & Innovation in IRAN.

ارائه یک مدل پارادایمیک برای توسعه رفتار کارآفرینانه در میان زنان کارآفرین روستایی (مطالعه موردی: زنان کارآفرین روستایی شهرستان روانسر)

احسان خسروی*

گروه مدیریت و کارآفرینی، دانشکده اقتصاد و کارآفرینی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران. رایانامه: khosravi.ehsan@razi.ac.ir

نادر نادری

دانشیار، گروه مدیریت و کارآفرینی، دانشکده اقتصاد و کارآفرینی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران. رایانامه: n.naderi@razi.ac.ir

نگار رضایی

دانشجوی کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی، گروه مدیریت و کارآفرینی، دانشکده اقتصاد و کارآفرینی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران.

رایانامه: negar.rezaei596@gmail.com

ندا پورجمشیدی

دانشجوی کارشناسی ارشد اقتصاد گرایش توسعه و برنامه ریزی، گروه اقتصاد، دانشکده اقتصاد و کارآفرینی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران.

رایانامه: pourjamshidi.neda98@gmail.com

چکیده	اطلاعات مقاله
<p>توسعه پایدار روستایی بدون توجه به اهمیت توسعه رفتارهای کارآفرینانه زنان روستایی محقق نخواهد شد که این مهم باید در دستور کار برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران روستایی قرار گیرد، بر این اساس هدف کلی از انجام این پژوهش، ارائه مدل برای توسعه رفتار کارآفرینانه در میان زنان کارآفرین روستایی شهرستان روانسر بود. پژوهش حاضر از نظر ماهیت، جزء پژوهش‌های کیفی و از لحاظ هدف، کاربردی و با روش نظریه بنیانی به سبک اشتراوس انجام گرفت. جامعه مورد مطالعه شامل کلیه خبرگان در زمینه موضوع مورد مطالعه بودند که مشارکت‌کنندگان با استفاده از روش‌های نمونه‌گیری هدفمند و نظری انتخاب شدند. مرحله جمع‌آوری داده‌ها تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت؛ یعنی زمانی که دیگر هیچ داده جدیدی به دست نیاید و مفاهیم جدیدی شناسایی نشوند. به عبارتی از طریق مصاحبه با ۸ نفر خبره اشباع نظری حاصل شد. ابزار گردآوری داده‌ها شامل مصاحبه عمیق انفرادی، بحث گروهی، بررسی اسناد و یادداشت‌برداری بود. داده‌ها با استفاده از تکنیک کدگذاری سه مرحله‌ای تجزیه و تحلیل شدند. روایی و پایایی پژوهش با استفاده از چهار مفهوم اعتبار‌پذیری، انتقال‌پذیری، تأییدپذیری و اطمینان‌پذیری بررسی و تأیید شد. نتایج نشان داد سه دسته شرایط علی (شامل عوامل اقتصادی- مالی و فردی- شخصیتی)، شرایط زمینهای (شامل عوامل اجتماعی، ارتباطی- اطلاعاتی، مدیریتی و فرهنگی) و شرایط مداخله گر (شامل عوامل سیاسی- قانونی، حمایتی، آموزشی- ترویجی و توسعه بازاریابی) در توسعه رفتار کارآفرینانه زنان کارآفرین روستایی نقش دارند که این عوامل زمینه اتخاذ برخی از استراتژیها را فراهم نموده بود که متعاقباً پیامدهای مختلفی از قبیل توسعه کارآفرینی زنان روستایی و درنهایت منجر به حرکت به سمت توسعه پایدار روستایی شده بود. بر اساس نتایج برای تحقق توسعه رفتار کارآفرینانه زنان روستایی، باید کلیه جوامع ذیربط با نگاه سیستمی زمینه توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه زنان روستایی را فراهم نمایند. بر اساس نتایج ترویج و توسعه فرهنگ کارآفرینانه زنان روستایی در میان کلیه جوامع ذیربط پیشنهاد میگردد.</p>	<p>نوع مقاله: مقاله پژوهشی</p> <p>تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۲/۱۵ تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۱/۲۸ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۲/۲۴ تاریخ انتشار: ۱۴۰۳/۳/۳۰</p> <p>کلیدواژه‌ها: رفتار کارآفرینانه، زنان روستایی، کارآفرینی روستایی، توسعه پایدار روستایی.</p>

استناد: نادری، نادر، رضایی، نگار، خسروی، احسان، و پورجمشیدی، ندا (۱۴۰۳). ارائه یک مدل پارادایمیک برای توسعه رفتار کارآفرینانه در میان زنان کارآفرین روستایی (مطالعه موردی: زنان کارآفرین روستایی شهرستان روانسر). پژوهش های کارآفرینی و نوآوری. ۳(۱)، ۷۷-۹۴.
<https://doi.org/10.22034/EIR.2024.459756.1073>

ناشر: انجمن علمی کارآفرینی و نوآوری ایران.

© نویسنده‌گان.



مقدمه

کارآفرینی فرآیند خلق ارزش جدید (مادی یا معنوی) از طریق یک تلاش متعهدانه با در نظر گرفتن ریسک‌های ناشی از آن است (قادری و همکاران، ۱۴۰۲) که امروزه به سرعت در حال رشد و گسترش است. این مفهوم به عنوان موتور رشد اقتصادی، بهره‌وری، نوآوری و اشتغال‌زایی شناخته شده است و یکی از ابعاد مهم پویایی اقتصادی محسوب می‌شود (دریکوند و همکاران، ۱۴۰۰) و تحت تأثیر محیط شکل‌گیری و نیروهای بیرونی و درونی است که هر یک به نوعی به رفع چالش‌های موجود منجر می‌شود (Nair, 2020). این محیط‌ها برحسب منابع و فرصت‌های موجود (بالقوه و بالفعل)، هدایت‌کننده اهداف توسعه، به‌ویژه توسعه اقتصادی در جوامع هستند (کرمیان و سقائیان، ۱۴۰۲)، اما با این حال در کشور ما وجود مشکلات عدیده‌ای از جمله فقر و بیکاری در برخی از فضاها از جمله محیط روستاها منجر به مهاجرت نیروی فعال کار روستایی و به مراتب خالی شدن بسیاری از روستاها از سکنه شده است که باعث شده بسیاری از سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان به کارآفرینی به عنوان یک راهبرد برای تحقق توسعه پایدار روستایی بنگرند (علی میرزایی و طهماسبی، ۱۳۸۹) که می‌تواند با توجه به اثرات مثبت خود، در زمینه حل این مشکلات نقش مهمی ایفا نماید (Raina, 2016).

کارآفرینی روستایی به ایجاد یک کسب‌وکار با بهره‌گیری از فرصت‌های محلی روستا همراه با نوآوری، تلاش، پشتکار زیاد و پذیرش خطرهای مالی، روحی و اجتماعی گفته می‌شود که با انگیزه‌های مختلفی همراه است (Kumar et al, 2020) و به نوعی مهاجرت و نابرابری اقتصادی را در محیط روستایی کنترل می‌کند (Raina, 2016). این کارآفرینان خود را درگیر فعالیت‌های مرتبط با برنامه‌ریزی و سازمان‌دهی می‌کنند و مسئولیت مقدار قابل توجهی ریسک را می‌پذیرند (De Rosa, & McElwee, 2015). مطابق با تعریف (Welsh et al, 2014) بنابراین کارآفرینی شهری و روستایی از لحاظ مفهوم و فرآیند تفاوت چندانی با هم ندارند (علی میرزایی و طهماسبی، ۱۳۸۹)، لذا می‌توان گفت که ارائه حمایت‌های مستمر از کارآفرینان روستایی به همراه توسعه بسترهای مناسب و تشویق آنان می‌تواند عامل مهمی در ارتقا رفتار کارآفرینانه محسوب شود (Nair, 2020).

توسعه رفتار کارآفرینانه راهکار عملی مناسبی برای تحقق توسعه پایدار روستایی است به عبارتی با ایجاد اشتغال مفید، افزایش درآمد به همراه ارتقاء نرخ مشارکت یک استراتژی کلیدی برای کاهش فقر در روستاها بشمار می‌رود (De Rosa, & McElwee, 2015) و ابزاری برای بهبود درآمد در یک مکان کمتر توسعه یافته است که می‌تواند خودمختاری، استقلال و کاستن از نیازهای اجتماعی را در پی داشته باشد (Kumar et al, 2020). بسیاری از محققان معتقدند که توسعه رفتارهای کارآفرینانه در بستر روستا، نقش برجسته‌تری در سلامت اقتصاد ملت‌ها دارد، چراکه توسعه روستایی به دلیل تأثیر و رابطه آن با رشد اقتصادی و نیز برقراری امنیت اجتماعی بسیار حائز اهمیت است (Aggarwal, & Johal, 2021) و کشورهایی که روستاهای آنان از سطح توسعه یافتگی پایین‌تری برخوردار هستند، رشد ناهمگون اقتصادی را تجربه می‌کنند (گلرود، ۱۳۸۸)، در واقع از ساختار اقتصادی مناسبی و عدالت اجتماعی متناسبی برخوردار نبوده‌اند (قادری و همکاران، ۱۴۰۲).

در این بین در دهه اخیر کارآفرینی زنان به صورت خاص مورد توجه پژوهشگران در سراسر جهان قرار گرفته است و کشورها و سازمان‌های بین‌المللی به این نتیجه رسیده‌اند که توسعه کارآفرینی زنان تأثیری مثبت و مستقیم در بسیاری از فعالیت‌های جوامع داشته است (Daher et al, 2022) از یک سو سبب توسعه اقتصادی و ایجاد فرصت‌های شغلی شده و از طرف دیگر می‌تواند سبب بهبود وضعیت اجتماعی، فرهنگی و بهداشتی زنان و خانواده‌های آنان شود (قادری و همکاران، ۱۴۰۲)، لذا کارآفرینی زنان روستایی یکی از مهم‌ترین راهکارها در جهت توسعه پایدار رشد کارآفرینی است، چراکه زنان در چند دهه اخیر در زمانی کوتاه توانستند قابلیت‌ها و توانایی‌های خود را در زمینه‌های مختلف به ظهور برسانند (عزیزیان و همکاران، ۱۴۰۲) و با ورود به عرصه کسب‌وکار، تحولاتی عظیم در توسعه اقتصادی کشورها ایجاد کنند (Raina, 2016).

افزون بر این آمار و گزارش‌های منتشر شده حاکی از آن است که در حال حاضر نیمی از جمعیت نیروی کار جهان را زنان تشکیل می‌دهند به عبارتی فعالیت‌های اقتصادی زنان ۲۵ تا ۳۵ درصد کل فعالیت‌های جهان را تشکیل می‌دهند (سلیمانی و ترکی هرچگانی، ۱۴۰۲)، ولی در کشور ما این جمعیت فعال و دارای پتانسیل سهم کمی در فعالیت‌های اقتصادی دارند، لذا اگرچه داده‌های گزارش شده از مرکز آمار ایران حاکی از آن است که جمعیت فعال زنان از ۴ میلیون و ۱۴۹ هزار و ۲۹ نفر به ۴ میلیون و ۳۴۹ هزار و ۵۹۵ نفر افزایش یافته است (مرکز آمار، ۱۴۰۱) اما متأسفانه طبق گزارش بانک جهانی، در سال ۲۰۲۲ هنوز نرخ مشارکت

اقتصادی زنان ایرانی حتی به ۲۰ درصد هم نرسیده است و این در حالی است که به صورت میانگین زنان باید مشارکتی حدود ۴۷ درصد در اقتصاد داشته باشند، لذا اکنون که ساختار جنسیتی نیروی کار تغییر کرد و حضور زنان در شرایط متفاوت و در سطوح مختلف در فعالیتهای اقتصادی بیشتر شده است از مهم‌ترین چالش‌های کنونی، ارائه مدلی برای توسعه رفتارهای کارآفرینانه توسط زنان در بازار کار و افزایش نرخ مشارکت آنان بوده است (سعیدی کیا، ۱۳۸۵).

بررسی اسناد ملی و پژوهش‌های میدانی محققان در ارتباط با وضعیت شاخص‌های توسعه در استان کرمانشاه نشان می‌دهد این استان به لحاظ برخورداری از شاخص‌های مذکور به‌ویژه در ابعاد اقتصادی از جمله اشتغال، در میان سایر استان‌های کشور، جایگاه مناسبی نداشته و از محروم‌ترین استان‌های کشور محسوب می‌شود. جایگاه اول، سوم و چهارم کشور به لحاظ بیشترین میزان بیکاری طی دهه‌های ۱۳۷۵ تا ۱۳۹۰، مهر تأییدی بر ادعای یاد شده است. با وجود جایگاه نامساعد استان کرمانشاه در کشور به لحاظ برخورداری از شاخص‌های توسعه، شواهد نشان می‌دهد شهرستان روانسر در میان ۱۴ شهرستان استان کرمانشاه، در زمینه شاخص‌های اشتغال در وضعیت نامساعدی قرار دارد و از محروم‌ترین شهرستان‌های استان است (جمینی و همکاران، ۱۳۹۶). این شهرستان با مساحت ۱۱۲۵ کیلومترمربع، از لحاظ موقعیت جغرافیایی شهرستانی کلیدی در استان کرمانشاه است. جمعیت این شهرستان ۷۷۶۵۷ نفر و دارای ۱۵۳ روستا است از این جمعیت، ۵۳/۵۴ درصد آن را سکونت شهری و ۴۷/۴۵ درصد دیگر را سکونت روستایی تشکیل می‌دهد. از کل جمعیت فعال شهرستان روانسر حدود ۳۵ درصد بیکار بوده (الماسی فرد و همکاران، ۱۴۰۲) این درحالی است که با توجه به قابلیت‌هایی که در مناطق روستایی شهرستان روانسر وجود دارد و سرشار از فرصت‌ها و پتانسیل‌های کارآفرینی روستایی به‌خصوص برای زنان است. اما نرخ کارآفرینی زنان در مقایسه با مردان به‌ویژه در مناطق روستایی این شهرستان پایین است (کریمان و سقائیان، ۱۴۰۲) لذا با عنایت به موارد مذکور پژوهش حاضر به دنبال ارائه مدلی پارادایمیک برای توسعه رفتار کارآفرینانه در میان زنان کارآفرین روستایی در شهرستان روانسر و با رویکرد کیفی و به‌کارگیری روش نظریه بنیانی می‌باشد.

مروری بر مبانی نظری و پیشینه پژوهش

کارآفرینی روستایی

به عبارتی کارآفرینی روستایی به توسعه یک بنگاه اقتصادی جدید اشاره دارد که پیشگام محصولات و یا خدمات، ایجاد بازار جدیدی برای عرضه‌های خود یا استفاده از فناوری پیشرفته در مناطق روستایی است (Chacravarty, 2013). کارآفرینی روستایی عبارت است از ایجاد سازمانی جدید که تولیدات جدیدی ارائه کند یا بازار جدیدی به وجود آورد، یا یک فناوری نوینی را در محیط روستایی به کار گیرد (Paniagua, 2013). این نوع از کارآفرینی که در مناطق روستایی شکل می‌گیرد (Aggarwal, & Johal, 2021)، به تلاش برای خلق ارزش از طریق شناسایی فرصت، مدیریت خطرپذیری، بسیج کردن منابع انسانی، مادی و مالی لازم برای ایجاد کسب‌وکار گفته می‌شود که فقر را کاهش داده و افراد زیادی را مشغول به کار می‌کند (قادری و همکاران، ۱۴۰۲) و به‌نوعی مهاجرت و نابرابری اقتصادی را در محیط روستایی کنترل می‌کند (Raina, 2016).

توسعه پایدار روستایی

توسعه پایدار روستایی فرآیند تغییر پایدار اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و محیطی است که برای افزایش رفاه طولانی مدت در کل جامعه طراحی می‌شود (Felsenstien, & Fleisher, 2004)، به عبارتی دیگر توسعه پایدار روستایی فرآیندی است که در چارچوب آن، توانایی‌های اجتماعی روستایی در راستای رفع نیازهای مادی و معنوی در عین برقراری توازن میان اجزای تشکیل دهنده نظام سکونت محلی (بوم‌شناختی، اجتماعی، اقتصادی و نهادی) رشد و تعالی می‌یابد (عمادی و عباسی، ۱۳۸۱)، بنابراین توسعه پایدار روستایی عبارت است از توسعه‌ای که نیازهای کنونی جهان را تامین کند، بدون اینکه توانایی نسل‌های آینده را در برآوردن نیازهای خود به مخاطره افکند (مین باشی و همکاران، ۱۴۰۱).

رفتار کارآفرینانه

رفتار کارآفرینانه به همه فعالیت‌ها و اقدامات افراد برای کشف، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌های نوآورانه موجود در جهت دنبال کردن فعالیت‌های کارآفرینانه اطلاق می‌شود (Autio et al, 2014). رفتار کارآفرینانه به طور کلی رفتاری است که به منظور انجام یک رویداد ویژه هدایت می‌شود (حسین پور و عبداللهی، ۱۳۹۳). به عبارتی دیگر رفتار کارآفرینانه را می‌توان توانایی افراد برای عملیاتی کردن مفاهیم کارآفرینانه در قالب شناسایی فرصت، ابتکار و مدیریت ریسک توصیف کرد (کمالی پور و صفری، ۱۴۰۲). در این پژوهش منظور از رفتار کارآفرینانه، بروز فعالیت‌ها و اقدامات نوآورانه یا داشتن ویژگی‌هایی نظیر عمل‌گرایی، سماجت در کارها، فرصت‌گرایی، خلق دورنمای کسب‌وکار، خلق محیط مناسب کسب‌وکار، حمایت از نوآوری و پیشگامی در کارها می‌باشد. پژوهش حاضر به دنبال توسعه رفتار کارآفرینانه در میان زنان کارآفرین روستایی در شهرستان روانسر را می‌باشد و این بدین معنی نیست که در حال حاضر زنان کارآفرین روستایی شهرستان روانسر رفتارهای کارآفرینانه ندارند بلکه این پژوهش به دنبال ارتقا کمی و کیفی وضعیت موجود رفتارهای کارآفرینانه در میان آنان است.

لازم به ذکر است که توسعه رفتار کارآفرینانه زنان فرآیند پیچیده‌ای است که متغیرهای مختلفی می‌توانند زمینه‌ساز بروز آن شوند لذا بر اساس بررسی‌هایی که در زمینه موضوع مورد مطالعه صورت گرفته است، مطالعات مختلفی در این زمینه انجام شده است که در ادامه به بررسی مهم‌ترین و مرتبط‌ترین آنان پرداخته شده است. ذوالفقاری و قانع‌یخندان (۱۴۰۳) در پژوهش خود به عوامل فرهنگی، روانی، اجتماعی و زمینه‌ای به عنوان عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی بیان کردند. سلیمانی و ترکی هرچگانی (۱۴۰۲) در مطالعه خود بیان کردند که از ابزارهای مهم برای برنامه‌ریزی و رسیدن به توسعه در جوامع روستایی، کارآفرینی بالأخص **کارآفرینی** در حوزه **زنان** می‌باشد، چراکه یکی از مسائل اساسی کشور در سال‌های اخیر، عقب‌ماندگی روستاها و مهاجرت روستاییان به نواحی شهری به علت فقر و بیکاری بوده است. یاسوری و معصومی نژاد (۱۴۰۱) در پژوهشی که با روش فرا تحلیل کیفی انجام دادند بیان کردند که مهم‌ترین عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی شامل سطح سواد و دانش فردی زنان روستایی، شرکت در دوره‌های آموزشی کارآفرینی، کسب درآمد، عضویت در گروه‌های ثانویه، حمایت خانواده، حمایت نهادهای دولتی و وجود زیرساخت‌های حمل‌ونقل می‌باشد. همچنین گلگارد و رضایی مقدم (۱۳۹۸) توسعه کارآفرینی زنان را مرهون عواملی از جمله کسب مهارت‌های مدیریتی، آموزشی، خودکارآمدی و انگیزشی می‌دانند. Herath (2024) در پژوهشی توسعه مهارت‌های کارآفرینانه زنان روستایی توأم با ارتقاء اعتماد به نفس آنان را از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر توسعه رفتار کارآفرینانه زنان روستایی سریلانکا بیان می‌کند. (Leunbach, 2021) در پژوهش خود چهار دسته عوامل شامل محیط داخلی (ریسک‌پذیری، اعتمادبه‌نفس و نیاز به موفقیت)، محیط بیرونی (آموزش و شبکه‌سازی)، اجتماعی-فرهنگی (فرهنگ، حمایت اجتماعی و مذهب) و عوامل مالی (سیاست‌های وام‌دهی و مؤسسات مالی خرد) را بیان داشتند که به توسعه کارآفرینی زنان کمک می‌کند. Aggarwal & Johal (2021) در پژوهشی با استفاده از روش مرور نظام‌مند نشان دادند که مهم‌ترین موانع توسعه کارآفرینی زنان روستایی شامل عدم توسعه آموزش، کمبود اعتبارات خرد، عدم دسترسی به فناوری اطلاعات می‌باشد. Chatterjee et al (2019) در پژوهش خود موانع کارآفرینی زنان آسیایی را شامل موانع اجتماعی، فرهنگی و سنتی بیان کردند. Islam & Ahmad (2014) در پژوهش خود عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی زنان را مجموعه مهارت‌های مذاکره و چانه‌زنی، مدیریت فروش، خودآگاهی، مشارکت و آموزش در کسب و کار بیان کردند.

با توجه به بررسی‌های صورت گرفته چنین می‌توان بیان کرد که هر چند در چند سال اخیر توسعه پایدار روستایی از طریق توسعه کارآفرینی توجه سیاست‌گذاران، برنامه‌ریزان و پژوهشگران زیادی را در سراسر جهان به خود جلب نموده است (پورجمشیدی، ۱۳۹۷) اما تاکنون پژوهش منسجی که به ارائه مدلی بومی برای توسعه رفتار کارآفرینانه در میان زنان روستایی آن هم با رویکرد کیفی و با روش نظریه بنیانی بخصوص در روستاهای شهرستان روانسر نپرداخته است لذا مفهوم سازی و واکاوی توسعه رفتار کارآفرینانه زنان روستایی در شهرستان روانسر ضروری است. در یک جمع‌بندی پژوهش حاضر به دنبال ارائه مدلی پارادایمیک

برای توسعه رفتار کارآفرینانه در میان زنان کارآفرین روستایی در شهرستان روانسر و با رویکرد کیفی و به‌کارگیری روش نظریه بنیانی می‌باشد.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر ماهیت، جزء پژوهش‌های کیفی، از لحاظ هدف، کاربردی و با روش نظریه بنیانی به سبک اشتراوس^۱ انجام گرفت. زمانی که هیچ فرضیه روشنی وجود ندارد و با اینکه در منطقه‌ای، تاکنون پژوهشی در زمینه‌ای صورت نگرفته باشد و یا پژوهش‌های اندکی صورت گرفته باشد، روش نظریه بنیانی پاسخ مناسبی را ارائه خواهد داد (Jovanovic et al, 2017) جامعه مورد مطالعه در این پژوهش کلیه خبرگان در زمینه موضوع مورد پژوهش از قبیل اعضای هیأت علمی گروه ترویج و توسعه روستایی و همچنین گروه کارآفرینی در دانشگاه رازی که دارای رزومه و تخصص مرتبط در زمینه زنان کارآفرین روستایی در روستاهای شهرستان روانسر بودند. مشارکت‌کنندگان شامل ۵ نفر از اعضای هیأت علمی دانشگاه رازی دارای رزومه و تخصص مرتبط (۳ مورد باجنسیت زن و ۲ مورد با جنسیت مرد، که ۴ مورد دارای مدرک دکتری تخصصی ترویج و توسعه روستایی و یک مورد دارای دکتری تخصصی کارآفرینی) و ۳ نفر از زنان کارآفرین روستایی (دارای تحصیلات دانشگاهی لیسانس) دارای سابقه بیش از ۵ سال در زمینه کارآفرینی روستایی در شهرستان روانسر بودند. در این پژوهش، از روش نمونه‌گیری هدفمند^۲ از نوع گلوله برفی و روش نمونه‌گیری نظری استفاده گردید (جدول ۱).

جدول ۱- ویژگی‌های جمعیت شناختی مشارکت‌کنندگان

ردیف	جوامع مورد مطالعه	مدرک تحصیلی	سابقه (سال)	جنسیت
۱	اعضای هیأت علمی گروه ترویج و توسعه روستایی و همچنین گروه کارآفرینی در دانشگاه رازی (۵ نفر)	دکتری تخصصی ترویج و توسعه روستایی	۱۵	زن
		دکتری تخصصی ترویج و توسعه روستایی	۱۰	زن
		دکتری تخصصی ترویج و توسعه روستایی	۷	زن
		دکتری تخصصی ترویج و آموزش کشاورزی	۷	مرد
۲	زنان کارآفرین روستایی (۳ نفر)	دکتری تخصصی و پسادکتری کارآفرینی	۱۵	مرد
		لیسانس	۱۲	زن
		لیسانس	۸	زن
		لیسانس	۹	زن

مرحله جمع‌آوری داده‌ها تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت؛ یعنی زمانی که دیگر هیچ داده جدیدی به دست نیاید و مفاهیم جدیدی شناسایی نشوند. به عبارتی از طریق مصاحبه با ۸ نفر خبره اشباع نظری حاصل شد. در این مطالعه از مصاحبه عمیق انفرادی، بحث گروهی، بررسی اسناد و یادداشت‌برداری به منظور جمع‌آوری داده‌ها استفاده شد و برای تمرکز بیشتر، با رضایت برخی مشارکت‌کنندگان، مکالمه‌ها ضبط شدند. مصاحبه‌ها به‌طور میانگین حدود ۴۵ دقیقه به طول انجامید. داده‌ها به‌طور هم‌زمان جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل شدند. با استفاده از چهار مفهوم مرتبط از جمله مفاهیم اعتبارپذیری، انتقال‌پذیری، تأییدپذیری و اطمینان‌پذیری به بررسی روایی و پایایی پژوهش پرداخته شد. در این راستا جهت اعتبارپذیری سعی شد تا در مرحله جمع‌آوری داده‌ها با طرح سؤال‌های متنوع از افراد کلیدی و بحث و تمرکز بیشتر بر سؤال پژوهش، زوایای مختلف مورد بررسی قرار گیرد. به‌علاوه در این بخش به منظور افزایش انتقال‌پذیری، از راهبرد درگیری بیشتر افراد شرکت‌کننده دارای تخصص‌های مختلف استفاده شد. در این مرحله جهت اطمینان‌پذیری از صحت نتایج به‌دست‌آمده، دست‌نوشته‌ها و مفاهیم استخراج‌شده در اختیار تیم پژوهش و سایر

۱. Straussian Grounded Theory (SGT)

۲. Purposeful sampling

محققان قرار گرفت. در نهایت به منظور تأییدپذیری نتایج حاصل، پس از تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از تحلیل محتوا و استخراج مفاهیم، تدوین مقوله‌ها و رابطه ایجاد شده بین موارد مطرح شده، نتایج مجدد در اختیار مشارکت‌کنندگان قرار گرفت و پس از اظهار نظر، به تأیید آنان رسید. در نهایت به منظور انسجام بیشتر نتایج به دست آمده، یک بار دیگر نتایج توسط تیم پژوهش مورد بازبینی و اصلاح قرار گرفت.

داده‌ها بر اساس اصول روش‌شناسی نظریه بنیانی که شامل سه مرحله کدگذاری باز^۱، کدگذاری محوری^۲ و کدگذاری انتخابی^۳ است (Corbin, & Strauss, 1990؛ priest, 2002)، به صورت دستی تجزیه و تحلیل شدند؛ به این صورت که در پایان هر روز، تمام داده‌ها (به صورت صدا، دست‌نوشته و ...) که از زمینه^۴ مورد مطالعه جمع‌آوری شده بودند به متن^۵ تبدیل شدند. در این فرآیند سه مرحله ای و غیرخطی، ابتدا داده‌های جمع‌آوری شده، دسته‌بندی شد و به هر دسته عنوان مناسب تخصیص و سپس از دل آن‌ها، مفاهیم^۶ و مقولات^۷ استخراج شدند و از این رهگذر خوشه‌های مفهومی تشکیل شدند که هر یک به مقولاتی تعلق داشت و سرانجام از ارتباط این مقولات، مدل پارادایمیک برای توضیح یک پدیده خلق شد. در طول مرحله تجزیه و تحلیل، روش مقایسه دائمی^۸ مورد استفاده قرار گرفت. در روش نظریه بنیانی، محقق از همان ابتدا بر مفهوم‌سازی^۹ تمرکز دارد و با استفاده از روش تحلیل مقایسه‌ای این کار را انجام می‌دهد؛ یعنی دائماً باید یک گام به عقب برگردد و در مفاهیم تجدیدنظر نماید (Glaser, & Holton, 2004). در نهایت بر اساس روش سیستماتیک نظریه بنیانی یک مدل پارادایمیک بر اساس داده‌های جمع‌آوری شده در زمینه مورد بررسی ارائه گردید که ارتباطات و تعاملات بین مقوله‌های اصلی پژوهش در این مدل (شکل ۱) مشهود است.

یافته‌ها

کدگذاری باز

در پژوهش حاضر برای انجام کدگذاری باز، داده‌ها به صورت خط به خط بازنگری شده و پس از تشخیص فرایندها و نکات اصلی و حذف جملات تکراری و بی‌ربط، به هر جمله کد داده شده است. در این مرحله ۹۹ مفهوم جامع و مانع استخراج گردید که در جدول شماره (۲) قابل مشاهده است.

کدگذاری محوری

در کدگذاری محوری، مفاهیم با توجه به قرابت معنایی در یک زیر طبقه قرار می‌گیرند و در نهایت طبقه‌های محوری شکل می‌گیرند. در این مرحله، پایه‌های اولیه مدل پارادایمیک پژوهش که نشان‌دهنده جریان فرایندها و فعالیت‌هایی است که در بستر مطالعه اتفاق افتاده است، شکل گرفت. به عبارتی دیگر مفاهیم با توجه به قرابت معنایی در داخل زیر طبقه‌های ذی‌ربط و سپس هر یک از آنان با توجه به ماهیت‌شان در داخل هر یک از ۵ طبقه‌های محوری قالب نظریه بنیانی قرار گرفتند. این ۵ طبقه‌های محوری شامل شرایط علی^{۱۰}، شرایط زمینه‌ای^{۱۱}، شرایط مداخله‌گر^{۱۲}، فرایندها و تعاملات^{۱۳} (راهبردها) و پیامدها می‌باشد. در جدول شماره (۲) مفاهیم، زیر طبقه‌ها و طبقه‌های محوری نمایش داده شده است.

1. Open coding
2. Axial coding
3. Selective coding
4. Context
5. Text
6. Concepts
7. Category
8. Constant comparative
9. Conceptualisation

- ۱۰ Casual Condition
- ۱۱ Condition Context
- ۱۲ Intervening Condition
- ۱۳ Actions & Interaction

جدول ۲- مفاهیم و طبقات ایجادشده (نتایج دو مرحله کدگذاری باز و محوری)

مفاهیم	زیرطبقه	های محوری طبقه
<ul style="list-style-type: none"> - داشتن سرمایه اولیه و پس انداز کافی؛ - توانایی ریسک به واسطه پشتوانه مالی؛ - بهره گیری از اعتبارات مالی به اندازه کافی؛ - حمایت مالی از تولید توسط سازمان های ذی ربط؛ - تأمین سرمایه برای راه اندازی کسب و کار؛ - حمایت مالی توسط دست اندر کاران امور روستایی؛ - تسهیل در تهیه وثیقه و ضامن معتبر؛ - کاهش نرخ بهره های بانکی؛ - تشخیص و بهره برداری به موقع از فرصت های محلی موجود؛ - ارائه تسهیلات در حمایت از طرح های کارآفرینی. 	اقتصادی - مالی	شرایط علی
<ul style="list-style-type: none"> - بهبود سطح سواد و تحصیلات زنان کارآفرین؛ - بهبود روحیه ریسک پذیری زنان؛ - بهبود روحیه شکست ناپذیری و مقاومت؛ - انعطاف پذیری در برابر تغییرات؛ - بهبود خلاقیت و نوآوری؛ - بهبود قدرت رهبری؛ - بهبود انگیزه جهت اقدامات کارآفرینانه (بازدید از کسب و کارهای زنان کارآفرین موفق و...) - بهبود استقلال طلبی؛ - بهبود تعهد و مسئولیت پذیری؛ - بهبود تحمل ابهام؛ - ایجاد انگیزه و علاقه به فعالیت کارآفرینانه. 	فردی - شخصیتی	
<ul style="list-style-type: none"> - آگاهی از تسهیلات مربوط به کارآفرینی زنان؛ - وظایف زیاد و نقش متعدد زنان در خانواده های روستایی؛ - بهبود امنیت اجتماعی برای حضور زنان کارآفرین روستایی؛ - حمایت خانواده؛ - بهبود توانایی پیگیری امور اداری (پیگیری وامها و...) - اعتماد جامعه به زنان کارآفرین روستایی در راه اندازی کسب و کار؛ - بهبود مهارت لازم نسبت به شروع و توسعه کسب و کار؛ - آگاهی لازم و به موقع از نیاز روز بازار؛ - بهبود مهارت جهت تشکیل گروه و شروع کار تیمی؛ - بهبود مهارت های رهبری؛ - بهبود آگاهی نسبت به انجمن های حامی زنان کارآفرین؛ - بهبود فضای مناسب برای فعالیت زنان کارآفرین روستایی؛ - بهبود سرمایه اجتماعی؛ - توسعه مقبولیت اجتماعی زنان موفق و کارآفرین؛ - بهبود وجه و جایگاه اجتماعی زنان کارآفرین؛ - بهبود بهره مندی از حقوق برابر در جامعه. 	اجتماعی	ای شرایط زمینه
<ul style="list-style-type: none"> - بهبود دسترسی به اطلاعات و فناوری های جدید - بهبود دسترسی آسان به تجهیزات و مواد اولیه - تسهیل در کاهش انزوای زنان کارآفرین روستایی؛ - بهبود دسترسی به دانش فنی؛ - توسعه دسترسی به مشاوران فنی روستایی؛ - توسعه زیرساخت ها (توسعه سیستم حمل و نقل مناسب و...) - توسعه دایره ارتباطات زنان کارآفرین روستایی (ارتباط با انجمن های تخصصی زنان، توسعه ارتباط با کارآفرینان الگو و موفق، توسعه ارتباط با انجمن های تجاری، ارتباط با مشاوران تخصصی و...) 	ارتباطی - اطلاعاتی	

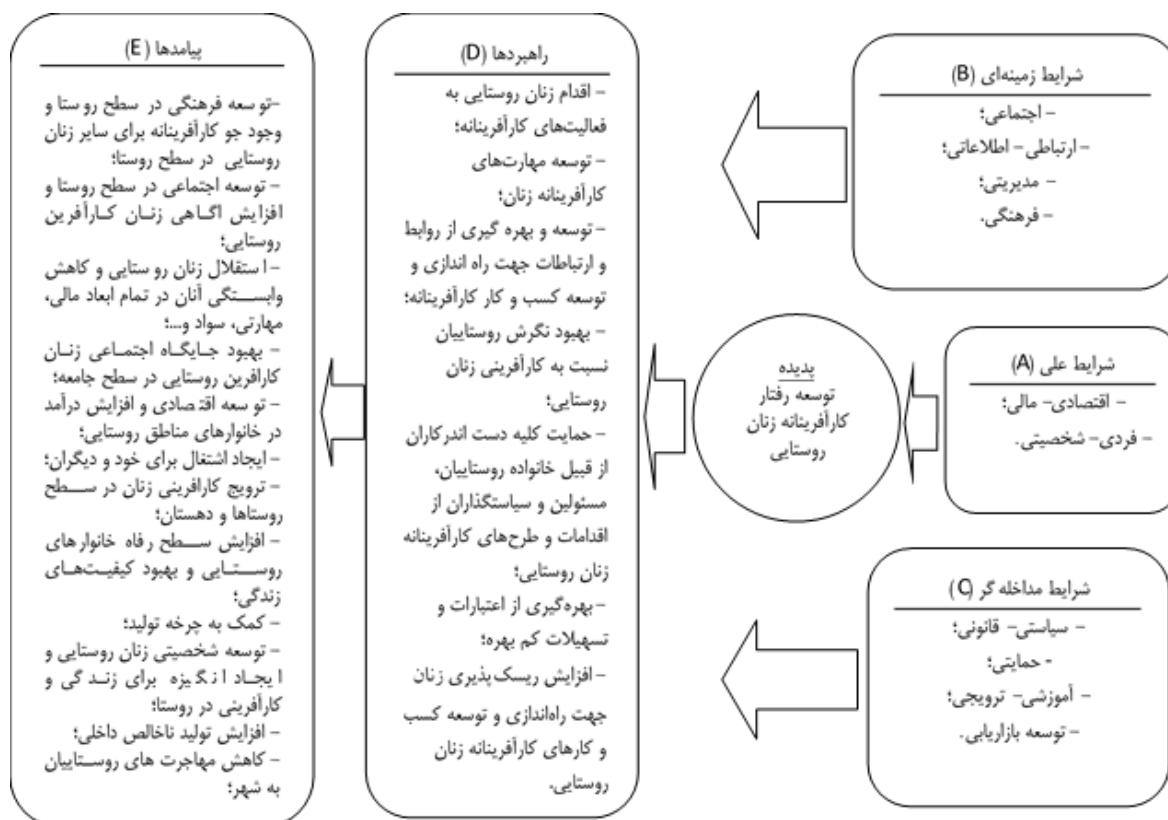
<p>- بهره‌گیری از تجارت الکترونیک در کسب‌وکار؛ - گسترش شبکه‌ها و انجمن‌های کارآفرینی زنان روستایی.</p>		
<p>- بهره‌گیری از مهارت‌های مدیریتی جهت ایجاد و توسعه کسب‌وکارها؛ - مدیریت و پیگیری مناسب از سوی زنان؛ - شناسایی کارآفرینان و پیگیری نظر آن‌ها؛</p>	مدیریتی	
<p>- اصلاح خرده‌فرهنگ حاکم بر جوامع روستایی (کاهش جو مردسالارانه در جامعه روستایی و جلوگیری از اشتغال زنان و...)؛ - توسعه همکاری مدیران روستایی با زنان کارآفرین روستایی؛ - اصلاح تعصبات و تفکرات سنتی حاکم بر جامعه روستایی؛ - کاهش وابستگی زنان به نظرات همسر، فرزندان و سرپرست خانوار؛ - بهبود باور و اعتماد جامعه به توانایی زنان در زمینه اقدامات کارآفرینی و پذیرش فرهنگ توانمند بودن زنان؛ - توسعه همکاری مردان با زنان کارآفرین روستایی؛ - توسعه فرهنگ کار گروهی با زنان در جامعه روستایی.</p>	فرهنگی	
<p>- تشویق و ترغیب زنان روستایی به روی آوردن به فعالیت‌های کارآفرینانه از سوی همه جوامع از قبیل نهادهای متولی، خانواده، روستاییان، برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران و...؛ - توسعه همکاری نهادهای مرتبط در زمینه حمایت از اقدامات کارآفرینی؛ - حمایت از طرح‌های کارآفرینی از سوی مسئولین.</p>	حمایتی	
<p>- توسعه دانش فنی و مهارت تخصص در بین زنان؛ - ارتقا تحصیلات و سواد زنان روستایی؛ - توسعه مهارت در استفاده از ابزارآلات و فناوری نوین؛ - های تخصصی و مهارتی؛- برگزاری کلاس و کار؛های مناسب برای شروع کسب- توسعه و بهبود آموزش گیری از دانش و تخصص مروجین برای کارآفرینی؛- بهره - توسعه آموزش برای اقدامات کارآفرینانه؛ - های کارآفرینان الگو و موفق، و کار- ایجاد بازدید از کسب</p>	آموزشی- ترویجی	گر شرایط مداخله
<p>- بازار سنجی مناسب؛ - های اولیه با تأکید گذاری مناسب با تأکید بر بازار رقابتی (تناسب قیمت فروش نسبت به هزینه- قیمت بر سودآوری معقول و رقابت در بازار هدف)؛ - تلاش جهت خرید تضمینی محصولات تولیدشده؛ - بازاریابی مناسب؛ - های محلی؛سازي مناسب بازارهای محلی یا ظرفیت‌گیری از بازار- بهره - برندسازی و توسعه برند.</p>	توسعه بازاریابی	
<p>ها به زنان روستایی؛گذاران کلان در تصویب قوانین و طرح- توجه سیاست سازی برای تسهیل در توسعه اقدامات کارآفرینانه زنان - اصلاح و تدوین قوانین با تأکید بر زمینه روستایی؛ ها برای زنان کارآفرین روستایی؛ها و یا ارائه بارانه-تدوین قوانین کنترل قیمت نهاد (...- کنترل تعداد رقبا از طریق مختلف (خرید تضمینی و (...های اداری در مراحل مختلف (ثبت شرکت، ارائه تسهیلات و- کاهش بوروکراسی های اقتصادی زنان.های حمایتی از فعالیت-توسعه نظارت بر اجرای صحیح سیاست</p>	سیاستی- قانونی	
<p>های کارآفرینانه؛- اقدام زنان روستایی به فعالیت های کارآفرینانه زنان؛- توسعه مهارت و کار کارآفرینانه؛اندازی و توسعه کسب‌گیری از روابط و ارتباطات جهت راه- توسعه و بهره - بهبود نگرش روستاییان نسبت به کارآفرینی زنان روستایی؛</p>		هارا هبرد

<p>گذاران از اقدامات و طرح اندرکاران از قبیل خانواده روستاییان، مسئولین و سیاست- حمایت کلیه دست های کارآفرینانه زنان روستایی؛</p> <p>بهره گیری از اعتبارات و تسهیلات کم- بهره</p> <p>های کارآفرینانه زنان روستایی؛ نوکاراندازی و توسعه کسب پذیری زنان جهت راه- افزایش ریسک</p>	
<p>- توسعه فرهنگی در سطح روستا و وجود جو کارآفرینانه برای سایر زنان روستایی در سطح روستا؛</p> <p>- توسعه اجتماعی در سطح روستا و افزایش آگاهی زنان کارآفرین روستایی؛</p> <p>...- استقلال زنان روستایی و کاهش وابستگی آنان در تمام ابعاد مالی، مهارتی، سواد و</p> <p>- بهبود جایگاه اجتماعی زنان کارآفرین روستایی در سطح جامعه؛</p> <p>های مناطق روستایی؛- توسعه اقتصادی و افزایش درآمد در خانوار</p> <p>- ایجاد اشتغال برای خود و دیگران؛</p> <p>- ترویج کارآفرینی زنان در روستا و دهستان؛</p> <p>های روستایی و بهبوددهنده کیفیت زندگی؛- افزایش سطح رفاه خانوار</p> <p>- کمک به چرخه تولید؛</p> <p>- توسعه شخصیتی زنان روستایی و ایجاد انگیزه برای زندگی و کارآفرینی در روستا؛</p> <p>- افزایش تولید ناخالص داخلی؛</p> <p>های روستاییان به شهر؛- کاهش مهاجرت</p> <p>- توسعه پایدار روستا.</p>	<p>هایپامد</p>

منبع: یافته های پژوهش.

کدگذاری انتخابی و مدل پارادایمیک پژوهشی

در مرحله کدگذاری انتخابی دسته بندی نهایی طبقه های محوری در اطراف طبقه اصلی و نهایی شدن پدیده مرکزی انجام می گیرد. تصویر شماره (۱)، مدل پارادایمیک پژوهش را نشان می دهد.



شکل ۱- مدل پارادایمیک پدیده توسعه رفتار کارآفرینی زنان در مناطق روستایی (منبع: یافته های پژوهش).

بررسی مدل پارادایمیک پژوهش

شرایط علی

نتایج حاصل از پژوهش نشان داد که شرایط علی شامل دو دسته عوامل اقتصادی - مالی و عوامل فردی - شخصیتی است.

فردی - شخصیتی

مفاهیم شناسایی شده در این بخش شامل بهبود سطح سواد و تحصیلات زنان کارآفرین؛ بهبود روحیه ریسک‌پذیری زنان؛ بهبود روحیه شکست‌ناپذیری و مقاومت؛ انعطاف‌پذیری در برابر تغییرات؛ بهبود خلاقیت و نوآوری؛ بهبود قدرت رهبری؛ بهبود انگیزه جهت اقدامات کارآفرینانه (بازدید از کسب‌وکارهای زنان کارآفرین موفق و...)؛ بهبود استقلال‌طلبی؛ بهبود تعهد و مسئولیت‌پذیری؛ بهبود تحمل ابهام؛ ایجاد انگیزه و علاقه به فعالیت کارآفرینانه بودند.

در زمینه عوامل فردی - شخصیتی مصاحبه‌شونده شماره ۱ چنین بیان نمود؛

"سواد تا حدودی قدرت ریسک کردن و شکست‌ناپذیری را به ما می‌دهد و چون زنان روستایی در برابر تغییرات و مشکلات بسیار انعطاف‌پذیرند پس این‌ها به ما برای توسعه رفتار کارآفرینانه کمک می‌کند." (مصاحبه‌شونده شماره ۱، ۱۴۰۲).

اقتصادی - مالی

مفاهیم شناسایی شده در این بخش شامل داشتن سرمایه اولیه و پس‌انداز کافی؛ توانایی ریسک به‌واسطه پشتوانه مالی؛ بهره‌گیری از اعتبارات مالی به‌اندازه کافی؛ حمایت مالی از تولید توسط سازمان‌های ذی‌ربط؛ تأمین سرمایه برای راه‌اندازی کسب‌وکار؛ حمایت مالی توسط دست‌اندرکاران امور روستایی؛ تسهیل در تهیه وثیقه و ضامن معتبر؛ کاهش نرخ بهره‌های بانکی؛ تشخیص و بهره‌برداری به‌موقع از فرصت‌های محلی موجود؛ ارائه تسهیلات در حمایت از طرح‌های کارآفرینی بودند.

در زمینه عوامل اقتصادی - مالی مصاحبه‌شونده شماره ۲ چنین بیان نمود؛

"امروزه با حمایت از طرح‌های کارآفرینانه و اعطای وام با بهره پایین زنان روستایی به سمت کارآفرین شدن پیش می‌روند. در زمینه فردی - شخصیتی نیز می‌گوید؛ بازدید از کسب‌وکارهای زنان کارآفرین موفق باعث ایجاد انگیزه برای توسعه رفتار کارآفرینانه زنان روستایی می‌شود." (مصاحبه‌شونده شماره ۲، ۱۴۰۲).

شرایط زمینه‌ای

شرایطی که در این پژوهش زمینه را برای توسعه رفتار کارآفرینانه در میان زنان روستایی فراهم می‌کند عبارت‌اند از عوامل اجتماعی، ارتباطی - اطلاعاتی، مدیریتی و فرهنگی.

اجتماعی

مفاهیم شناسایی شده در این بخش شامل آگاهی از تسهیلات مربوط به کارآفرینی زنان؛ وظایف زیاد و نقش متعدد زنان در خانواده‌های روستایی؛ بهبود امنیت اجتماعی برای حضور زنان کارآفرین روستایی؛ حمایت خانواده؛ بهبود توانایی پیگیری امور اداری (پیگیری وام‌ها و...)؛ اعتماد جامعه به زنان کارآفرین روستایی در راه‌اندازی کسب‌وکار؛ بهبود مهارت لازم نسبت به شروع و توسعه کسب‌وکار؛ آگاهی لازم و به‌موقع از نیاز روز بازار؛ بهبود مهارت جهت تشکیل گروه و شروع کار تیمی؛ بهبود مهارت‌های رهبری؛ بهبود آگاهی نسبت به انجمن‌های حامی زنان کارآفرین؛ بهبود فضای مناسب برای فعالیت زنان کارآفرین روستایی؛ بهبود سرمایه اجتماعی؛ توسعه مقبولیت اجتماعی زنان موفق و کارآفرین؛ بهبود وجهه و جایگاه اجتماعی زنان کارآفرین؛ بهبود بهره‌مندی از حقوق برابر در جامعه بودند.

در زمینه عوامل اجتماعی مصاحبه شونده شماره ۳ چنین بیان نمود:

"جامعه و خانواده در توسعه رفتار کارآفرینانه بسیار مهم است جامعه‌ای که به زنان برای راه‌اندازی یک کسب‌وکار اعتماد دارند و خانواده‌ای که حامی و پشتیبان آنها باشند باعث روی آوردن زنان به سمت کارآفرینی می‌شود." (مصاحبه شونده شماره ۳، ۱۴۰۲).

ارتباطی-اطلاعاتی

مفاهیم شناسایی شده در این بخش شامل بهبود دسترسی به اطلاعات و فناوری‌های جدید؛ بهبود دسترسی آسان به تجهیزات و مواد اولیه؛ تسهیل در کاهش انزوای زنان کارآفرین روستایی؛ بهبود دسترسی به دانش فنی؛ توسعه دسترسی به مشاوران فنی روستایی؛ توسعه زیرساخت‌ها (توسعه سیستم حمل‌ونقل مناسب و...)؛ توسعه دایره ارتباطات زنان کارآفرین روستایی (ارتباط با انجمن‌های تخصصی زنان؛ توسعه ارتباط با کارآفرینان الگو و موفق؛ توسعه ارتباط با انجمن‌های تجاری؛ ارتباط با مشاوران تخصصی و...)؛ بهره‌گیری از تجارت الکترونیک در کسب‌وکار؛ گسترش شبکه‌ها و انجمن‌های کارآفرینی زنان روستایی بودند.

در زمینه عوامل ارتباطی - اطلاعاتی مصاحبه شونده شماره ۴ چنین بیان نمود:

"این شبکه‌های ارتباطی - اطلاعاتی باعث گسترش دایره ارتباطات شده و از این طریق می‌توان با کارآفرین‌ها موفق ارتباط برقرار کرد و از آنها کمک گرفت." (مصاحبه شونده شماره ۴، ۱۴۰۲).

مدیریتی

مفاهیم شناسایی شده در این بخش شامل بهره‌گیری از مهارت‌های مدیریتی جهت ایجاد و توسعه کسب‌وکارها؛ مدیریت و پیگیری مناسب از سوی زنان؛ شناسایی کارآفرینان و پیگیری نظر آنها بودند.

در زمینه عوامل مدیریتی مصاحبه شونده شماره ۵ چنین بیان نمود:

"در این زمینه شناسایی کارآفرینان موفق و باتجربه و پیگیری نظر آنها به ما ایده برای کارآفرینی می‌دهد" (مصاحبه شونده شماره ۵، ۱۴۰۲).

فرهنگی

شرایط مفاهیم شناسایی شده در این بخش شامل اصلاح خرده‌فرهنگ حاکم بر جوامع روستایی (کاهش جو مردسالارانه در جامعه روستایی و جلوگیری از اشتغال زنان و...)؛ توسعه همکاری مدیران روستایی با زنان کارآفرین روستایی؛ اصلاح تعصبات و تفکرات سنتی حاکم بر جامعه روستایی؛ کاهش وابستگی زنان به نظرات همسر، فرزندان و سرپرست خانوار؛ بهبود باور و اعتماد جامعه به توانایی زنان در زمینه اقدامات کارآفرینی و پذیرش فرهنگ توانمند بودن زنان؛ توسعه همکاری مردان با زنان کارآفرین روستایی؛ توسعه فرهنگ کار گروهی با زنان در جامعه روستایی بودند.

در زمینه عوامل فرهنگی مصاحبه شونده شماره ۶ چنین بیان نمود:

"اعتماد جامعه به توانمند بودن زنان و داشتن فرهنگ همکاری باعث توسعه رفتار کارآفرینانه می‌شود." (مصاحبه شونده شماره ۶، ۱۴۰۲).

مداخله‌گر

شرایط مداخله‌گر در این پژوهش شامل عوامل حمایتی، توسعه بازاریابی، آموزشی - ترویجی و قانونی سیاستی بودند.

حمایتی

مفاهیم شناسایی شده در این بخش شامل تشویق و ترغیب زنان روستایی به روی آوردن به فعالیت‌های کارآفرینانه از سوی همه جوامع از قبیل نهادهای متولی، خانواده، روستاییان، برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران و...؛ توسعه همکاری نهادهای مرتبط در زمینه حمایت از اقدامات کارآفرینی؛ حمایت از طرح‌های کارآفرینی از سوی مسئولین بودند.

در زمینه عوامل حمایتی مصاحبه شونده شماره ۷ چنین بیان نمود:

"حمایت خانواده و روستاییان و مسئولین و تشویق و ترغیب از سوی آنها برای ما بسیار مهم است." (مصاحبه‌شونده شماره ۷، ۱۴۰۲).

توسعه بازاریابی

مفاهیم شناسایی شده در این بخش شامل بازار سنجی مناسب؛ قیمت‌گذاری مناسب با تأکید بر بازار رقابتی (تناسب قیمت فروش نسبت به هزینه‌های اولیه با تأکید بر سودآوری معقول و رقابت در بازار هدف)؛ تلاش جهت خرید تضمینی محصولات تولیدشده؛ بازاریابی مناسب؛ بهره‌گیری از بازارهای محلی یا ظرفیت‌سازی مناسب بازارهای محلی؛ برندسازی و توسعه برند بودند. در زمینه عوامل توسعه بازاریابی مصاحبه‌شونده شماره ۸ چنین بیان نمود:

"بازار مناسبی که برای فروش محصولات وجود دارد و ما مطمئن هستیم که محصول تولیدشده باقیمت مناسب به فروش می‌رود باعث می‌شود ما انگیزه برای کارآفرینی پیدا کنیم." (مصاحبه‌شونده شماره ۸، ۱۴۰۲).

آموزشی-ترویجی

مفاهیم شناسایی شده در این بخش شامل توسعه دانش فنی و مهارت تخصص در بین زنان؛ ارتقا تحصیلات و سواد زنان روستایی؛ توسعه مهارت در استفاده از ابزارآلات و فناوری نوین؛ برگزاری کلاس‌های تخصصی و مهارتی؛ توسعه و بهبود آموزش‌های مناسب برای شروع کسب‌وکار؛ بهره‌گیری از دانش و تخصص مروجین برای کارآفرینی؛ توسعه آموزش برای اقدامات کارآفرینانه؛ ایجاد بازدید از کسب‌وکارهای کارآفرینان الگو و موفق بودند.

در زمینه عوامل آموزشی-ترویجی مصاحبه‌شونده شماره ۸ چنین بیان نمود:

"دانش و مهارت برای شروع کار بسیار مهم است پس برگزاری کلاس‌های تخصصی برای بالا بردن سطح مهارت و دانش و آگاهی به توسعه رفتار کارآفرینی کمک می‌کند." (مصاحبه‌شونده شماره ۸، ۱۴۰۲).

سیاستی-قانونی

مفاهیم شناسایی شده در این بخش شامل توجه سیاست‌گذاران کلان در تصویب قوانین و طرح‌ها به زنان روستایی؛ اصلاح و تدوین قوانین با تأکید بر زمینه‌سازی برای تسهیل در توسعه اقدامات کارآفرینانه زنان روستایی؛ تدوین قوانین کنترل قیمت نهاده‌ها و یا ارائه یارانه‌ها برای زنان کارآفرین روستایی؛ کنترل تعداد رقبا از طریق مختلف (خرید تضمینی و...؛ کاهش بوروکراسی‌های اداری در مراحل مختلف (ثبت شرکت، ارائه تسهیلات و...؛ توسعه نظارت بر اجرای صحیح سیاست‌های حمایتی از فعالیت‌های اقتصادی زنان بودند.

در زمینه عوامل سیاستی-قانونی مصاحبه‌شونده شماره ۷ چنین بیان نمود:

"سیاست‌گذاران باید در اجرای قوانین و طرح‌ها برای زنان روستایی توجه داشته باشند و بوروکراسی‌های اداری را کاهش دهند." (مصاحبه‌شونده شماره ۷، ۱۴۰۲).

پدیده

پدیده، همان مقوله یا طبقه اصلی است که ارتباط بین تمام طبقات را برقرار می‌کند. در این پژوهش "توسعه‌ی رفتار کارآفرینانه زنان روستایی" به‌عنوان پدیده شناسایی شد.

راهبردها (اقدامات کنش / واکنش)

راهبردها، درواقع اقدامات جامعه هدف در برابر پدیده و مشکلاتی بود که بر سر راه آنان وجود داشت. مصاحبه‌شوندگان در این زمینه به مواردی همچون اقدام زنان روستایی به فعالیت‌های کارآفرینانه، توسعه مهارت‌های کارآفرینانه زنان، توسعه و بهره‌گیری از روابط و ارتباطات جهت راه‌اندازی و توسعه کسب‌وکار کارآفرینانه، بهبود نگرش روستاییان نسبت به کارآفرینی زنان روستایی، حمایت کلیه

دست‌اندرکاران از قبیل خانواده روستاییان، مسئولین و سیاست‌گذاران از اقدامات و طرح‌های کارآفرینانه زنان روستایی، بهره‌گیری از اعتبارات و تسهیلات کم‌بهره، افزایش ریسک‌پذیری زنان جهت راه‌اندازی و توسعه کسب‌وکارهای کارآفرینانه زنان روستایی اشاره نمودند.

پیامدها

پیامدها در واقع نتیجه اقدامات و کنش / واکنش‌های افراد موردنظر می‌باشند. در این مورد نیز، پاسخ‌دهندگان به مواردی همچون توسعه فرهنگی در سطح روستا و وجود جو کارآفرینانه برای سایر زنان روستایی در سطح روستا، توسعه اجتماعی در سطح روستا و افزایش آگاهی زنان کارآفرین روستایی، استقلال زنان روستایی و کاهش وابستگی آنان در تمام ابعاد مالی، مهارتی، سواد و...، بهبود جایگاه اجتماعی زنان کارآفرین روستایی در سطح جامعه، توسعه اقتصادی و افزایش درآمد در خانوارهای مناطق روستایی، ایجاد اشتغال برای خود و دیگران اشاره نمودند.

بحث و نتیجه‌گیری

امروزه کارآفرینی به عنوان یک استراتژی در توسعه و شکوفایی و رشد جوامع انسانی به جایگزین بی‌بدیل تبدیل گشته است که از طریق آن همه عوامل و منابع و امکانات یک جامعه به صورت خود جوش و از راه قرار گرفتن در یک روند تکاملی در جهت نیل به آرمان‌های بلند اجتماعی بسیج گردیده تا منشا بسیاری از آثار و پیامدهای مثبت اقتصادی - اجتماعی گردند. همچنین در نظریه‌های اقتصادی، به فعالیت‌های خود جوش اقتصادی در قالب کارآفرینی در مناطق روستایی توجه ویژه می‌شود به گونه‌ای که توسعه اقتصادی و کارآفرینی با یکدیگر ارتباط تنگاتنگ دارند بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که کارآفرینی روستایی راهکاری جدید در نظریه‌های توسعه برای توانمندسازی و ظرفیت‌سازی در مناطق روستایی در راستای دستیابی به توسعه پایدار است (Kumar et al, 2020) و با توجه به این که توسعه و ترویج کارآفرینی نتیجه مستقیم تقویت اقدامات و رفتارهای کارآفرینانه است؛ بنابراین از یک سو برای هرگونه تلاشی در راستای توسعه کارآفرینی باید به دنبال تقویت رفتارهای کارآفرینانه باشد و از دیگر سو، هرگونه تلاشی در جهت تقویت رفتارهای کارآفرینانه در میان زنان روستایی مستلزم شناسایی عوامل اثرگذار بر آن و همچنین بررسی اقدامات و پیامدهای حاصل از آنان است. در این راستا پژوهش حاضر به منظور ارائه یک مدل برای توسعه رفتار کارآفرینانه در میان زنان کارآفرین روستایی شهرستان روانسر انجام شد.

این پژوهش یک مدل پارادایمیک ارائه گردید که این مدل در بخش شرایط علی شامل عوامل اقتصادی - مالی و عوامل فردی - شخصیتی بود. در بخش شرایط زمینه‌ای شامل عوامل اجتماعی، ارتباطی - اطلاعاتی، مدیریتی، فرهنگی بوده و در بخش شرایط مداخله‌گر شامل عوامل سیاستی - قانونی، حمایتی، آموزشی - ترویجی، توسعه بازاریابی بوده است.

در بخش عوامل اقتصادی - مالی این پژوهش نشان داده شد که برای توسعه رفتار کارآفرینی زنان، باید نیازهای مالی آنان از طریق مختلف از جمله پرداخت تسهیلات ویژه به زنان کارآفرین روستایی تأمین گردد به طوری که میزان کارمزد و سود بانکی حداقل باشد و بین سازمان‌های ارائه‌دهنده خدمات کسب‌وکار و اعطاکننده وام به منظور ارائه خدمات بهتر به زنان روستایی کارآفرین ارتباط برقرار گردد تا از این طریق زنان کارآفرین بتوانند ایده‌های خود را جامعه عمل ببوشانند. این بخش از یافته‌ها با نتایج Leunbach (2021) و Aggarwal & Johal (2021) همخوانی دارد.

در بخش عوامل فردی - شخصیتی باید با افزایش آگاهی و ارتقاء سطح سواد، روحیه ریسک‌پذیری و مقاومت را در زنان روستایی افزایش یابد تا انگیزه لازم برای کارآفرین شدن را به دست آورند. این بخش از یافته‌ها با نتایج یاسوری و معصومی نژاد (۱۴۰۱) و Leunbach (2021) همخوانی دارد.

در بخش عوامل اجتماعی به منظور بهبود بعد اجتماعی توانمندسازی زنان روستایی تقویت انجمن‌ها و شبکه‌های ارتباطی بین زنان کارآفرین، تشویق زنان صاحب کسب‌وکار به عضویت در انجمن‌های کارآفرینی زنان، همچنین برگزاری جلسه بین اعضای انجمن برای تبادل اطلاعات و تجربیات می‌تواند مؤثر واقع گردد. این بخش از یافته‌ها با نتایج گلکارفرد و رضایی مقدم (۱۳۹۸)؛ یاسوری و معصومی نژاد (۱۴۰۱) و Chatterjee et al (2019) همخوانی دارد.

در بخش ارتباطی - اطلاعاتی یک شبکه بزرگ کارآفرینی جهت معرفی کارآفرینان برتر، سهولت دسترسی به آن‌ها و برقراری ارتباط میان افراد و شرکت‌ها ایجاد و توسعه گردد. این بخش از یافته با نتایج Aggarwal & Johal (2021) همخوانی دارد. در بخش عوامل مدیریتی تدوین و اجرای دوره‌های آموزشی مدیریتی و اقتصادی ویژه زنان روستایی توسط مربیان مجرب و متناسب با توانایی زنان روستایی توسط مراکز فنی حرفه‌ای باید در دستور کار قرار گیرد. این بخش از یافته با نتایج گلکارفرد و رضایی مقدم (۱۳۹۸) همخوانی دارد.

در بخش فرهنگ همچنین سازمان‌هایی ذی‌ربط می‌بایست با ارزش نهادن به ترویج فرهنگ کارآفرینی و معرفی زنان موفق و شناساندن اهمیت و ارزش آنان در اقتصاد جامعه و تغییر نگرش زنان نسبت به توانایی ذاتی خود موجب تقویت روحیه اعتماد به نفس و خودباوری آنان شوند. این بخش از پژوهش با نتایج Chatterjee et al (2019) همخوانی دارد.

در بخش عوامل سیاستی - قانونی لازم است اقداماتی از قبیل کاهش حجم بوروکراسی اداری نامناسب در سازمان‌ها و مؤسسات عمومی و دولتی مانند: شهرداری‌ها، ادارات صنایع و معادن استان‌ها، گمرکات، ثبت شرکت‌ها که متولی صدور مجوزهای قانونی لازم برای کارآفرینان و صاحبان کسب‌وکارهای کوچک و متوسط هستند برای تشویق زنان روستایی به سمت کارآفرینی انجام گیرد.

در بخش عوامل حمایتی لازم است واحد حمایت از بنگاه‌های اقتصادی زنان در استانداری‌ها و ارائه مشاوره و حمایت‌های خاص به زنان کارآفرین تشکیل داد. همچنین حفظ بنیان خانواده یا تقویت و تحکیم پیوند اعضای خانواده و تدوین برنامه‌های حمایتی برای زنان کارآفرین در انجام وظایف منزل و نگهداری از فرزندان باعث ایجاد انگیزه برای کارآفرین شدن زنان روستایی می‌شود. این بخش از پژوهش با نتایج یاسوری و معصومی نژاد (۱۴۰۱) همخوانی دارد.

در بخش عوامل آموزشی - ترویجی با برگزاری کلاس‌های آموزشی و مهارت‌آموزی برای زنان روستایی و همچنین طراحی و برگزاری کارگاه‌ها و دوره‌های حرفه‌ای می‌توان تا حد زیادی برای بهبود انگیزه زنان روستایی برای اقدامات کارآفرینانه زمینه را فراهم نمود. این بخش از پژوهش با نتایج یاسوری و معصومی نژاد (۱۴۰۱)؛ گلکارفرد و رضایی مقدم (۱۳۹۸)؛ Leunbach (2021)؛ Aggarwal & Johal (2021) و Islam & Ahmad (2014) همخوانی دارد.

در بخش توسعه بازاریابی مشخص شد که زنان به علت عدم آشنایی با بازار فروش و سلاقی مصرف‌کنندگان نمی‌توانند تولیدات خود را به شکل مناسب به بازار عرضه کنند. بدین منظور، برگزاری نمایشگاه‌های ملی، منطقه‌ای و محلی علاوه بر بازاریابی باعث ایجاد حس اعتماد به نفس زنان روستایی و اعتماد به آنان شده و حضورشان در صحنه‌های اجتماعی و اقتصادی را فراهم می‌آورد.

پیشنهادها

- بر اساس نتایج عوامل اقتصادی - مالی از عوامل علی در توسعه رفتار کارآفرینانه زنان روستایی بود لذا پرداخت وام‌های کوتاه‌مدت با بهره کم به زنان کارآفرین روستایی در شهرستان روانسر به منظور ترغیب آنان به بازاریابی محصولاتشان در جهت حذف واسطه‌ها و دلالت و بهره‌مند شدن بیشتر تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان از منافع؛
- بر اساس نتایج عوامل آموزشی - ترویجی از عوامل مداخله‌گر بود لذا ارائه آموزش و مشاوره در مقیاس وسیع برای زنان کارآفرین روستایی در شهرستان روانسر با هدف برطرف ساختن مشکلات روان‌شناختی همچون فقدان اعتماد به نفس و ترس از موفقیت پیشنهاد می‌گردد همچنین برگزاری دوره‌های آموزش کارآفرینی توسط سازمان‌های مسئول و ذی‌ربط از قبیل اداره جهاد کشاورزی، فرمانداری روانسر و ادارات مرتبط با امور روستاها در این شهرستان پیشنهاد می‌گردد؛
- بر اساس نتایج عوامل اجتماعی، فرهنگی و قانونی سیاستی از مهم‌ترین عوامل زمینه‌ای و مداخله‌گر بودند در این زمینه تجدیدنظر و اصلاح برخوردهای منفی برخی سازمان‌ها با زنان کارآفرین روستایی شهرستان روانسر و مبارزه با ناامنی‌های اجتماعی به منظور حضور زنان کارآفرین روستایی در صحنه‌های مختلف اقتصادی پیشنهاد می‌گردد؛

- بر اساس نتایج عوامل ارتباطی و اطلاعاتی از مهم‌ترین عوامل زمینه‌ای بودند لذا تسهیل دسترسی زنان کارآفرین روستایی در شهرستان روانسر به عضویت و فعالیت شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های جمعی برای افزایش و ارتقای دانش و آگاهی آنان نسبت به مسائل جامعه پیشنهاد می‌گردد همچنین ایجاد تشکل‌های زنان روستایی و انجمن خوداشتغالی زنان روستایی در شهرستان روانسر با استفاده از روش مشارکتی برای بهبود وضعیت اشتغال آنان پیشنهاد می‌گردد؛
- بر اساس نتایج عوامل فرهنگی و اجتماعی از مهم‌ترین عوامل زمینه‌ای بودند لذا افزایش آگاهی فرهنگی برای آنکه با محدودیت‌های اجتماعی و فرهنگی که زنان کارآفرین روستایی در شهرستان روانسر با آن روبرو هستند مبارزه کنند پیشنهاد می‌گردد؛
- بر اساس نتایج عوامل حمایتی و توسعه بازاریابی از مهم‌ترین عوامل مداخله‌گر بودند که بر این اساس کمک‌های دولت در زمینه ایجاد زیرساخت‌های روستایی مانند شبکه ارتباطی و راه روستایی و ایجاد بازارهای محلی برای فروش محصولات محلی پیشنهاد می‌گردد؛
- بر اساس نتایج مشکلات فرهنگی و اجتماعی روستاها از مهم‌ترین عوامل محدود کننده توسعه رفتارهای کارآفرینانه زنان روستایی در شهرستان روانسر بود بر این اساس ایجاد فضای لازم برای زنان کارآفرین روستایی در شهرستان روانسر برای پیوستن به شبکه‌های کسب‌وکار، بازاریابی محصولات، شبکه فروش محصولات و غیره پیشنهاد می‌گردد. بر اساس یافته‌ها واکاوی مدل توسعه و نهادینه‌سازی فرهنگ کارآفرینانه زنان روستایی به‌عنوان پیشنهادی پژوهشی ارائه می‌گردد. همچنین مهم‌ترین محدودیت‌های پژوهشی می‌توان به پراکندگی جامعه مورد مطالعه و عدم همکاری مناسب توسط برخی از مشارکت‌کنندگان اشاره کرد.

فهرست منابع

- پورجمشیدی، حدیث. (۱۳۹۷). عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان در مناطق روستایی (مورد مطالعه: شهرستان سلسله، استان لرستان). *راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی*، ۴(۸)، ۳۸-۳۲.
- پورجمشیدی، حدیث، الماسی، مجتبی، ستوده، نازنین زهرا، و پورجمشیدی، ندا. (۱۴۰۲). ارائه الگوی پارادایمیک توسعه کارآفرینی زنان. دومین کنفرانس بین‌المللی اقتصاد و مدیریت کسب‌وکار با گرایش توسعه دانش بنیان.
- تقی‌پور، علی اکبر، مطلبی نژاد، فاطمه، و احمدی دهرشید، پارسا. (۱۴۰۱). تحلیل جنسیتی عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینی روستایی با تأکید بر دیدگاه زنان (مورد مطالعه: بخش امیرآباد شهرستان دامغان). *اقتصاد فضا و توسعه روستایی*، ۱(۴۲)، ۷۷-۱۰۶.
- جمینی، داود، سالاری، ممند، و شهابی، هیمن. (۱۳۹۶). تبیین اثرات ژئوتوریسم بر توسعه کارآفرینی در روستا(شهر قوری قلعه با رویکرد معادلات ساختاری). *جغرافیا و پایداری محیط*، ۹۷، ۱۱۰-۲۲.
- حسین پور، داوود، و عبداللهی، محمد (۱۳۹۳). تاثیر سرمایه انسانی بر بروز رفتار کارآفرینانه. فصلنامه مطالعات مدیریت، ۲۴ (۷۸)، ۱۲۶-۱۰۹.
- دریکوند، علی رضا، و گلرد، پروانه. (۱۴۰۰). *طراحی الگو کارآفرینی اجتماعی سازمانی: پژوهشی کیفی مبتنی بر نظریه داده بنیاد*. توسعه کارآفرینی، ۱۱۴(۴)، ۶۳۸-۶۱۹.
- ذوالفقاری، اکبر، و قانع‌بخدان، نرگس. (۱۴۰۳). فراتحلیل عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان روستایی (پژوهش‌های بازه زمانی ۱۳۹۰-۱۴۰۱). توسعه محلی (روستائی-شهری)، ۱۵(۲)، ۴۲۷-۴۰۹.
- سعیدی کیا، مهدی. (۱۳۸۵). اصول و مبانی کارآفرینی، تهران: انتشارات کیا.
- سلیمانی، حسین، و ترکی هرچگانی، معصومه. (۱۴۰۲). موانع توسعه کارآفرینی زنان روستایی روستاهای گردشگرپذیر (مطالعه موردی، روستا های بخش مرکزی شاهین شهر). ماهنامه پایاشهر، ۵(۵۲)، ۱۷-۱.

عزیزیان، محمد صادق، دانا سالم، محمد، و ابراهیمی، سید علیرضا. (۱۴۰۲). کشور روستایی اشتغالزایی توسعه راهکاری جهت کارآفرینی. *انتشارات اطلاعات*، ۱۲(۴۳)، ۳۳-۱۶.

علی میرزایی، عرفان، و طهماسبی، مریم. (۱۳۸۹). موانع توسعه کارآفرینی زنان روستایی. همایش ملی مدیریت نوآوری.

عمادی، محمد حسین، و اسفندیار، عباس. (۱۳۸۱). کارآفرینی در روستا. *نشریه جهاد*، ۲۲(۲۵۰)، ۷۹-۶۵.

قادری، الهام، کلاتتری، خلیل، براتی، علی اکبر، و کردعلیوند، سمیه. (۱۴۰۲). تحلیل سازوکارهای توسعه کارآفرینی روستایی: مطالعه شهرستان زیرکوه. *نشریه مطالعات کارآفرینی و توسعه پایدار کشاورزی*، ۱۰(۳)، ۳۴-۲۷.

کرمیان، فرانک، و سقائیان، سید حسن. (۱۴۰۲). تحلیل موانع فراروی کارآفرینی زنان روستایی استان کرمانشاه؛ کاربرد نظریه بنیانی. *آموزش و مدیریت کارآفرینی*، ۲(۲)، ۵۸-۴۳.

کمالی پور، مهسا، و صفری، علی (۱۴۰۲). تعیین ارتباط پیشایندهای رفتار کارآفرینانه با نقش میانجی گری جو سازمانی کارآفرینانه (مورد مطالعه: شرکت پالایش گاز پارسیان). *توسعه کارآفرینی*، ۱۶(۵)، ۹۷-۸۶.

گلرد، پرانه. (۱۳۸۸). خانواده و راهکارهای توسعه کارآفرینی زنان. *پژوهش زنان*، ۷(۲۱)، ۱۴۹-۱۳۱.

گلکارفرد، مرجان، و رضایی مقدم، کورش. (۱۳۹۸). رابطه‌ی کارآفرینی با ابعاد توانمندی زنان روستایی استان فارس. *نشریه راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی*، ۶(۱۱)، ۱۰-۱.

الماسی فرد، محمد رسول، یاراحمدی، محسن، و محمدی، رسول. (۱۴۰۲). واکاوی فرآیند تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه: تلاشی برای اشتغال زایی در نواحی روستایی شهرستان روانسر. *مجله پژوهش‌های کارآفرینی*، ۲(۱)، ۴۶-۲۹.

میرزایی، خلیل، شکوری، اعظم، سپه پناه، مرجان، عواطفی کمل، فرشته، و سامیان، مسعود. (۱۴۰۲). شناسایی سناریوهای توسعه پایدار روستایی استان همدان (با تأکید بر توسعه کارآفرینی و مشاغل خانگی). *اقتصاد فضا و توسعه روستایی*، ۱۲(۴۳)، ۱۸-۱.

مین باشی، احمد، مولایی هنجین، نصرالله، و بیگدلی، آتوسا. (۱۴۰۱). تحلیل نقش تحقق مدیریت هماهنگ برنامه‌ریزی توسعه روستایی در توسعه پایدار روستایی استان گیلان. *فصلنامه روستا و توسعه پایدار فضا*، ۳(۱۰)، ۶۸-۴۵.

یاسوری، مجید، و نوروزی نژاد، معصومه. (۱۴۰۱). فرا تحلیل کیفی ابعاد توسعه کارآفرینی زنان روستایی. *زن در توسعه و سیاست*، ۱۹(۱)، ۴۱-۲۱.

Aggarwal, M., & Johal, R. K. (2021). Rural women entrepreneurship: a systematic literature review and beyond. *World Journal of Science, Technology and Sustainable Development*, 18 (4), 373-392.org /10.1108/WJSTSD. 04-2021-0039.

Autio, E., Kenney, M., Mustar, P., Siegel, D. & Wright, M. (2014). Entrepreneurial innovation: The importance of context. *Research policy*, 43 (1), 1097-1108.

Chacravarty, E. (2013). The rural women entrepreneurial edge. *Journal of Humanities and social acience*, 10 (1), 33-36.

Chatterjee, N. , Das, N. , & Srivastava, N. K. (2019). A structural model assessing key factors affecting women's entrepreneurial success: Evidence from India. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 11(1), 122-151.

Corbin, J. , & Strauss, A. (1990). Ground theory research procedures, canons and evaluative criteria. *Qual. Sociol*, 13 (1), 3-21. [o rg/10.1007/BF.00988593](https://doi.org/10.1007/BF.00988593)

Daher, M. , Rosati, A. , & Jaramillo, A. (2022). Saving as a Path for Female Empowerment and Entrepreneurship in Rural Peru. *Progress in Development Studies*, 22, 32-55.

De Rosa, M. , McElwee, G. (2015). An empirical investigation of the role of rural development policies in stimulating rural entrepreneurship in the Lazio Region of Italy. *Society and Business Review*, 10 (1), 4-2

Fleicher, A, & Felsenstien,b.(2004).support for Rural Tourism , Does it make a Difference ? *Annals of tourism research* , 27 (4) . 1007-1024 form [on-line] available on the www : URL [Http://www.sciencedirect.com/scinse.com](http://www.sciencedirect.com/scinse.com).

Glaser, B. , & Holton, J. (2004). Remodeling grounded theory. *Qualitative Social Research*, 5(2), 1-29. [o rg/10.17169/fqs. 5.2.607](http://dx.doi.org/10.17169/fqs.5.2.607)

Herath, L. K. (2024). Barriers to Entrepreneurial Intentions of Rural Women: A Case Study in North Western Province, Sri Lanka. *Economics and Business Quarterly Reviews*, 7(1), 1-18.

Islam, N. , & Ahmad, R. (2014). Factors Influencing the Development of Women Entrepreneurship in Bangladesh. *Discover the world's research*, 17 (3), 54-67.

Jovanovic, M. , Mas, A. , Mesquida, A. , & Lalic, B. (2017). Transition of organizational roles in Agile Transformation Process: A Grounded Theory approach. *The Journal of Systems &Software*, 133(1), 174-194. [o rg/10.1016/j. j ss. 2017.07.008](http://dx.doi.org/10.1016/j.j.ss.2017.07.008)

Kumar, M. , Memon, S. B. , & Çavus, M. F. (2021). Factors Influencing Individualistic Entrepreneurial Orientation. Kumar, M. , Memon, SB, & Çavus, MF. Factors influencing individualistic entrepreneurial orientation. *International Journal of Business and Administrative Studies*, 6(5), 225-235.

Leunbach, D. (2021). Entrepreneurship as a family resemblance concept: A Wittgensteinian approach to the problem of defining entrepreneurship. *Scandinavian Journal of Management*, 37 (1): 101-141.

Nair, S. R. (2020). The link between women entrepreneurship, innovation and stakeholder engagement: A review. *Journal of Business Research*, 119(5). 283-290.

Paniagua, A. 2013. Farmers in remote rural areas: The worth of permanence in the place. *Land Use Policy*, 35(0): 1-7.

Priest, H. (2002). An approach to the phenomenological analysis of data. *News researchers*, 10(2), 50-63. [https://pubmed. n cbi. n lm. n ih. g ov/12518666/](https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/12518666/)

Raina, S. (2016). Research: the gender gap in startup success disappears when women fund women. *Harvard Business Review*, 23(3), 43-65.

Welsh, D. H. , Memili, E. , Kaciak, E. , & Al Sadoon, A. (2014). Saudi women entrepreneurs: A growing economic segment. *Journal of Business Research*, 67(5), 758-762.