

بررسی عوامل و محرک‌های موثر بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی (مطالعه موردی: دهستان رشتخوار)

خدیجه صادقی^۱، مهرشاد طولابی نژاد^۲

چکیده

هر چند زنان روستایی در فعالیتهای روزانه زندگی مشارکت فعالی دارند، ولی همواره به عنوان قشر آسیب‌پذیر جامعه مطرح بوده‌اند. توجه به مشارکت آنها در فعالیتهای اقتصادی خارج از خانه و ایجاد فضای مناسب برای کسب و کار جدید می‌تواند ضمن افزایش اشتغال آنان، منجر به کاهش بیکاری و کمک به افزایش درآمد خانواده آنان شود. لذا هدف این مطالعه بررسی عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی در دهستان رشتخوار می‌باشد. تحقیق حاضر از نظر هدف، کاربردی و روش انجام آن توصیفی-تحلیلی است. ابزار گردآوری داده‌ها و اطلاعات پرسش‌نامه و مصاحبه با زنان روستایی می‌باشد. جامعه آماری شامل زنان روستایی در دهستان رشتخوار می‌باشد ($N=5390$). با استفاده از فرمول کوکران و به روش نمونه‌گیری سهمیه‌ای، ۲۸۰ زن به عنوان نمونه انتخاب گردید. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها و رسیدن به پرسش‌های تحقیق، از آزمون t تک‌نمونه‌ای و مدل رگرسیون لجستیک باینری استفاده شد. نتایج نشان داد که از بین ۳۳ متغیر مورد نظر تحقیق، ۱۰ متغیر به طور قابل توجهی ارتباط معنی‌داری با توسعه کارآفرینی زنان روستایی در دهستان رشتخوار داشته است. عوامل اقتصادی (۰/۳۹۹)، شخصی (۰/۲۸۶) و عوامل زیرساختی (۰/۲۸۳)، مهم‌ترین عوامل در این زمینه بوده‌اند. براساس نتایج، پیشنهاداتی برای بهبود و توسعه کارآفرینی زنان روستایی ارائه شد.

اژه‌های کلیدی: کارآفرینی، توسعه کارآفرینی زنان، اشتغال، مدل لجستیک، دهستان رشتخوار

مقدمه

با توجه به بحران‌های اقتصادی که در سال ۲۰۰۸ به بعد در جهان بوجود آمد، باعث شده که در زمینه به دست آوردن سرمایه، زنان همواره به مراتب با مشکلات بیشتری از

۱ - دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی دانشگاه سیستان و بلوچستان

۲ - دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی دانشگاه سیستان و بلوچستان، Mehrshad_t65@yahoo.com



مردان روبرو باشند (پینس^۱ و همکاران، ۲۰۰۸، ۱۸۶). این بحران‌ها دربرگیرنده غالب بخش‌های ساختار عملکردی است (محمدی‌یگانه، ۱۳۹۲، ۴۶)، که باعث کاهش استاندارد زندگی و کاهش سرمایه برای زنان شده است (لرنر و شوارتز^۲، ۲۰۱۰، ۱۹۱). در کشورهای توسعه یافته مدیریت یک سوم تمامی کسب و کارها بر عهده زنان می‌باشد. سهم زنان در کسب و کار جدید در کشورهای پیشرفته بیش از ۲۵ درصد می‌باشد (استیل و تیمس^۳، ۲۰۰۰، ۲۷۳). از جمله راهکارهای مهم توسعه اقتصادی و ایجاد اشتغال برای زنان توسعه کارآفرینی است (مومنی‌هلالی و موذن، ۱۳۹۴، ۱۱۱). فعالیت‌های کارآفرینی توسط زنان، نقش برجسته‌ای در سلامت اقتصاد ملت‌ها دارد (قمبرعلی و رستمی، ۱۳۹۴، ۲) و با کارکردها و پیامدهای مثبتی که دارد، به عنوان راه‌حلی اساسی برای رفع بسیاری از مشکلات و بحران‌های داخلی و بیکاری زنان مورد توجه قرار گرفته است (رضوی و همکاران، ۱۳۹۱، ۶۰). از سویی دیگر افزایش زنان و دختران تحصیل کرده، عدم توان جذب این افراد از سوی بخش دولتی، منجر به گرایش بیشتر زنان به راه‌اندازی کسب و کار در سال‌های اخیر شده است (یاسوری، ۱۳۹۴، ۳۲۴). در زمینه توسعه کارآفرینی عوامل زیادی اثرگذار می‌باشند که شناسایی این عوامل در جهت فراهم کردن آنها از مهم‌ترین مباحث در زمینه توسعه کارآفرینی می‌باشد. زنان روستایی دهستان رشتخوار با اینکه نیمی از جمعیت را تشکیل داده ولی به دلیل بی‌توجهی به نقشی که آنها می‌توانند در فرایند تولید و درآمدزایی خانواده داشته باشند مورد بی‌مهری واقع شده‌اند. زنان روستایی این منطقه قشری زحمتکش و فعال‌اند که در تمامی فعالیت‌های روزانه اعم از کشاورزی (مانند کشت و برداشت زعفران و غیره)، تولید لبنیات، فرش، گلیم، پرورش ماکیان، ظروف و صنایع دستی همپای مردان علاوه بر امور خانه‌داری، همسرداری و بچه‌داری سهم می‌باشند و از این بابت نصیبی منطبق با تلاش و فعالیت خود بدست نمی‌آورند. برای به حداکثر رساندن منابع درآمدی

1- Pines

2- Lerner and Schwartz

3- Still and Timms

و پیشرفت آنها و احیای اقتصاد محلی توجه به عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی زنان، درآمدزایی و کمک به کیفیت زندگی خانواده لازم و ضروری می‌باشد. در این مطالعه به بررسی عوامل توسعه کارآفرینی زنان روستایی پرداخته شد. سوال اصلی پژوهش عبارت است از: مهم‌ترین عوامل و متغیرهای توسعه کارآفرینی زنان کدامند؟

پیشینه تحقیق

در زمینه بررسی عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی مطالعات زیادی صورت گرفته که در ادامه آورده شده است. حسینی و لشگرآرا (۱۳۹۳) در مطالعه‌ای به شناسایی عوامل موثر بر توسعه مهارت‌های کارآفرینی در تعاونی‌های زنان روستایی استان فارس پرداخته و به این نتیجه رسیدند که عوامل مدیریتی و اقتصادی مهم‌ترین عوامل در این زمینه می‌باشند. قمبرعلی و همکاران (۱۳۹۵) به ارزیابی فرهنگ کارآفرینی و عوامل موثر بر شکست کارآفرینان پرداخته و به این نتیجه رسیدند که عامل فرهنگی مهم‌ترین مانع توسعه کارآفرینی می‌باشد. خان^۱ (۲۰۱۴)، به بررسی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی پرداخته و به این نتیجه رسیدند که میزان آموزش و ویژگی‌های خانواده تأثیر قابل توجهی در توسعه کارآفرینی دارد. گرینه^۲ و همکاران (۲۰۱۵)، به بررسی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی با تاکید بر معنویت و کارآفرینی اسلامی در مالزی پرداختند و به این نتیجه رسیدند که معنویت اسلامی ارتباط مستقیمی با توسعه کارآفرینی دارد و انگیزه مسئولیت‌پذیری زنان مهم‌ترین عامل توسعه کارآفرینی می‌باشند. ایبه^۳ (۲۰۱۷)، به بررسی عوامل مؤثر بر عملکرد کارآفرین زنان پرداختند و به این نتیجه رسیدند که تبعیض جنسیتی، عوامل اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی مهم‌ترین عوامل توسعه کارآفرینی زنان می‌باشند.

امروزه، کارآفرینی زنان با جایگاهی ممتاز و برجسته، در دستور کار محققان در رشته‌های مختلف از جمله اقتصاد، جامعه‌شناسی، علوم سیاسی و روان‌شناسی قرار گرفته

1 - Khan

2 - Grine

3 -Ibeh



است (موکویا^۱، ۲۰۱۲، ۱۲۹). کارآفرینی شکل خاصی از انتقال فناوری است و زمانی رخ می‌دهد که پژوهشگران، تصمیم به تجاری‌سازی فناوری تولید شده در موسسه خود می‌گیرند (ام‌سی الوی و ال‌ریامی^۲، ۲۰۰۳، ۳۳۹). محققان نیز کارآفرینی را موتور و محرکه توسعه، پیشرفت اقتصادی، ایجاد شغل و اصلاح اجتماع محسوب می‌کنند (حیدری‌ساربان، ۱۳۹۱، ۱۶۰). شومپتر (۲۰۰۵) به عنوان پیشرو کارآفرینی، معتقد است «کارآفرینی توانایی شکست خط‌مشی جاری، نابودی ساختارهای موجود و حرکت دادن سیستم به خارج از دایره تعادل است». از نظر موکویا (۲۰۱۲)، کارآفرین کسی است که ایجاد شغل می‌کند.

حضور زنان در بازار کار و مشارکت آنها در فعالیت‌های اقتصادی-اجتماعی، به یکی از شناسه‌های مهم توسعه انسانی تبدیل شده است (کانتور^۳، ۲۰۰۲، ۷۹). با وجود علاقه رو به رشد زنان در زمینه کسب و کار، تعداد زنان کارآفرین در سال‌های اخیر شتاب بیشتری داشته است (ویلر و برناسک^۴، ۲۰۰۱، ۶۱). کارآفرینی برای زنان می‌تواند مزایایی برای آنان به همراه داشته باشد (شریفی و همکاران، ۱۳۸۹، ۷۳). از جمله: کسب درآمد، افزایش انعطاف‌پذیری و استقلال زنان؛ امکان ترکیب وظایف شغلی با تعهدات خانواده (آنجا^۵، ۲۰۱۲، ۶۹). با توجه به پتانسیل فوق‌العاده‌ای کارآفرینی زنان در جامعه، آنها می‌توانند نقش زیادی در اقتصاد داشته باشند (هنری^۶، ۲۰۰۲، ۵۳). برای توسعه کارآفرینی زنان باید یک‌سری عوامل و امکانات در اختیار آنان قرار داد. مهم‌ترین این عوامل عبارتند از: الف) افزایش آموزش، ب) ایجاد و فراهم نمودن سرمایه (کارت^۷، ۲۰۰۰، ۳۲۹)، ج) کاهش تبعیض جنسیتی (کلیمان^۸، ۱۹۹۸، ۵)، د) جلب نظر خانواده برای موافقت با اشتغال زنان و به ویژه زنان روستایی. به همین دلیل توسعه کارآفرینی و

1- Mokaya

2- McElwee and Al-Riyami

3- Kantor

4- Weiler and Bernasek

5- Anja

6- Henry

7- Carter

8- Kleiman

عوامل موثر بر آن، در نظریه‌های مختلفی مورد بررسی قرار گرفته است. نظریه‌های روان‌شناسان برای توسعه کارآفرینی، ویژگی‌های روان‌شناختی کارآفرینان از جمله مخاطره-پذیری، میل به استقلال‌طلبی، اعتماد به نفس، ویژگی‌های انگیزشی و شخصیتی و پشتکار را شرط لازم برای کارآفرین می‌دانند (چاودری^۱، ۲۰۰۷، ۲۴۰). در نظریه‌های رفتاری، کارآفرینی یکی از اساسی‌ترین وسیله‌های ارزش‌آفرینی شناخته شده است (احمد^۲، ۲۰۱۱، ۱۲۳). طرفداران نظریه‌های رفتاری، فرایند کارآفرینی را یک فرایند پیچیده دانسته که به شدت تحت تاثیر محیط و زمینه‌ها است (جیمنو-کاسکون و وو^۳، ۱۹۹۴، ۳۷۶). در نظریه‌های اقتصادی بیشتر به بحث نوآوری در تولید محصول و جلب سرمایه‌گذاری، ایجاد تعادل بین عرضه و تقاضا، ایجاد مبادله و گردش پول، فراهم آوردن ابزار و تولید محصولات جدید قابل عرضه به بازار، و آگاهی از فرصت‌های سودآور و کشف نشده اشاره شده است (چاودری، ۲۰۰۷، ۲۴۰). نظریه پردازان اقتصادی از نظر عوامل پول، درآمد و تولید بیشتر به بررسی کارآفرینی می‌پردازند (کلیمان^۴، ۱۹۹۸، ۵۱۳). علاوه بر این، هر یک محققان از نگاه تخصصی خود به عوامل توسعه کارآفرینی توجه داشته‌اند. راشل^۵ و کری (۲۰۰۸)، محیط کارآفرینی را عوامل مهم موفقیت در کسب و کار جدید می‌داند. دابسون^۶ (۲۰۰۷)، ظرفیت‌سازی تسریع رشد از طریق تحرک بخشی را عامل توسعه کارآفرینی می‌داند. کابالا^۷ (۲۰۰۸)، توسعه فرهنگ کارآفرینی و آموزش کارآفرینی را از پیش‌نیازهای اصلی برای توسعه کارآفرینی زنان به حساب می‌آورد. پینس و اسکوارت^۸ (۲۰۰۸) جنبه‌های مالی و سرمایه‌گذاری را مهم‌ترین عامل در توسعه کارآفرینی زنان می‌دانند. می‌توان مهم‌ترین عوامل توسعه کارآفرینی را در شکل (۱) ارائه داد.

1- Chowdhury

2- Ahmad

3- Gimeno-Gascon and Woo

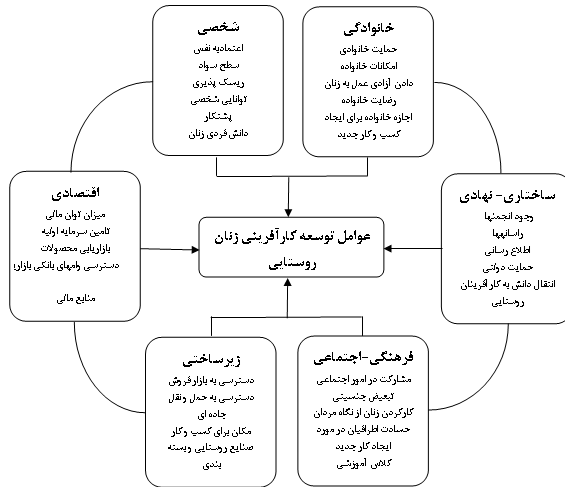
4- Kleiman

5- Russel and Kerry

6 - Dabson

7 - Cabala

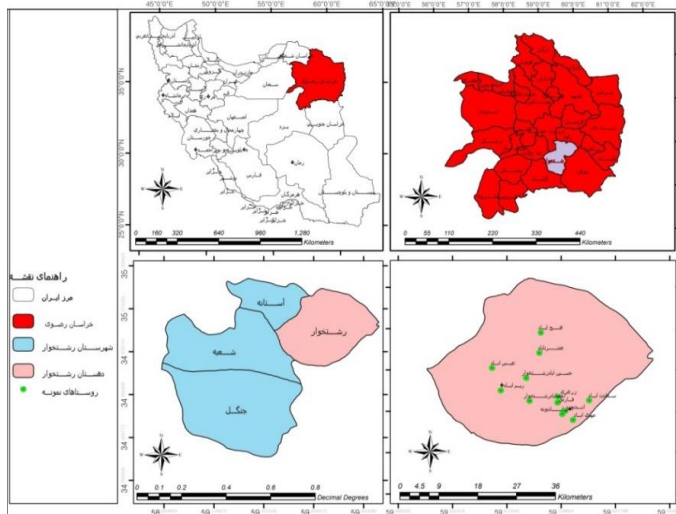
8- Pines and Schwartz



شکل ۱- عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی زنان؛ ترسیم نگارندگان براساس ادبیات تحقیق؛ ۱۳۹۷

منطقه مورد مطالعه

روستاهای مورد مطالعه در محدوده دهستان رشتخوار از توابع بخش مرکزی شهرستان رشتخوار واقع است (شکل ۲).



شکل ۲- نقشه موقعیت دهستان رشتخوار و روستاهای نمونه، ترسیم: نگارندگان، ۱۳۹۷

این دهستان بر اساس سرشماری سال ۱۳۹۵، دارای ۱۶۴۴۰ نفر جمعیت (۴۹۵۲ خانوار) می‌باشد که از این تعداد ۸۲۹۶ مرد و ۸۱۴۴ زن می‌باشند. این تعداد جمعیت در ۲۶

روستا زندگی می‌کنند. از این تعداد (۲۶ روستا) ۱۲ روستا در حدود ۵۰ درصد به صورت تخمین شخصی انتخاب شد. جدول (۱).

جدول ۱- ویژگی‌های جمعیتی و تعداد نمونه روستاهای مورد مطالعه

نام روستا	تعداد خانوار	جمعیت	تعداد زنان	تعداد نمونه
زرقری	۱۹۹	۶۳۶	۳۰۳	۱۶
حسین آباد	۱۹۴	۶۳۳	۳۲۲	۱۷
فتح آباد	۸۹۳	۲۸۲۳	۱۴۳۰	۷۲
عشرت آباد	۸۲	۲۲۹	۱۱۵	۸
مهدی آباد	۴۸۵	۱۶۱۵	۷۹۰	۴۱
سعادت-آباد	۶۷۲	۲۳۰۸	۱۱۰۸	۵۵
اکبر آباد	۱۶۰	۴۸۸	۲۵۱	۱۳
امین آباد	۹۸	۲۹۵	۱۳۷	۸
فاردق	۲۰۱	۶۳۵	۳۲۱	۱۷
عبس آباد	۲۱۰	۶۳۴	۳۴۳	۱۸
اندنجد	۶۲	۲۰۹	۱۰۷	۷
روح آباد	۱۰۹	۳۲۴	۱۶۳	۹
کل	۳۳۶۴	۱۰۸۲۹	۵۳۹۰	۲۸۰

منبع: مرکز آمار ۱۳۹۵، یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۷

روش تحقیق

تحقیق حاضر از نظر هدف، کاربردی و روش انجام آن توصیفی-تحلیلی می‌باشد. جمع‌آوری اطلاعات به دو روش «اسنادی» و «پیمایشی» بوده است. ابزار اندازه‌گیری پرسش‌نامه (محقق‌ساخت) و مصاحبه با زنان روستایی بوده است. جامعه آماری زنان ۱۲ روستایی دهستان رشتخوار می‌باشد ($N=5390$). با استفاده از فرمول کوکران و از طریق روش نمونه‌گیری سهمیه‌ای (تعداد زنان هر روستا) ۲۸۰ زن انتخاب شد. در مرحله بعدی تعداد نمونه هر روستاها با استفاده از فرمول تعیین حجم نمونه محاسبه شد.

$$\text{تعداد پرسشنامه} \times \frac{\text{تعداد زنان روستا}}{\text{کل زنان}} = \text{تعداد نمونه}$$

برای تحلیل داده‌ها از روش‌های آماری (توصیفی و استنباطی) استفاده شد. برای تحلیل آمار استنباطی از آزمون t تک‌نمونه‌ای و مدل لجستیک استفاده شد. روایی پرسش‌نامه با

استفاده از روایی محتوا مورد تایید قرار گرفت، که توسط افرادی متخصص تعیین می‌شود. برای سنجش پایایی، از ۳۵ پرسش‌نامه نمونه پیش‌آزمون گرفته و ضریب اعتماد با روش آلفای کرونباخ محاسبه شد. روایی کل ۰/۷۶ بالاتر از ۰/۷۰ بود و می‌توان گفت که مقیاس از پایایی قابل قبولی برخوردار می‌باشد. جدول (۲).

جدول ۲- میزان آلفای محاسبه شده برای هر بعد

عوامل	آلفای کرونباخ
شخصی	۰/۷۷
خانوادگی	۰/۷۸
فرهنگی- اجتماعی	۰/۷۶
اقتصادی	۰/۸۱
ساختاری- نهادی	۰/۷۳
زیرساختی	۰/۷۴
کل	۰/۷۶

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۷

با توجه مطالعات انجام گرفته و متغیرهای تحقیق شاخص‌های زیر برای پژوهش ارائه شد. جدول (۳).

جدول ۳- عوامل و متغیرهای موثر بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی

عوامل	متغیرها	توضیح متغیر
توانمندی	سطح سواد	میزان سطح سواد برای ایجاد کسب و کار جدید
	ریسک‌پذیری	میزان ریسک‌پذیری برای انجام کار جدید
	اعتماد به نفس	میزان خودباوری و اعتمادبه نفس
	توانایی	توانایی انجام مسئولیت واگذار شده
	پشتکار	مصمم و سرسخت بودن در ایجاد شغل جدید
	دانش	میزان سطح دانش و آگاهی از کارآفرینی
توانمندی خانوادگی	نگرش خانواده	نگرش خانواده در مورد راه اندازی کسب و کار زنان
	امکانات خانواده	امکانات خانواده در جهت کمک به راه اندازی کسب و کار جدید
	آزادی عمل	میزان آزادی‌بخش از طرف خانواده راه اندازی کسب و کار جدید
	رضایت خانواده	میزان اجازه رضایت خانواده برای ایجاد درآمد
حمایت اجتماعی	حمایت خانواده	میزان حمایت خانواده از کارآفرینی و کسب و کار جدید
	مشارکت	مشارکت دادن زنان در امور اجتماعی
نوع نگاه	نوع نگاه	نگاه مثبت مردان به کارکردن زنان و ایجاد کسب و کار

فرهنگ جامعه	فرهنگ موجود در جامعه و دید جامعه نسبت به کارآفرینی	
مهارت	داشتن مهارت استفاده از تجارب کارآفرینان موفق	
آموزش	سطح آموزش و برگزاری کلاس های آموزشی در زمینه کسب و کار	
حسادت	کاهش حسادت اطرافیان در مورد ایجاد کار جدید	
تبعیض جنسیتی	عدم تبعیض جنسیتی و تفاوت بین زن و مرد در راه انداز کسب و کار	
اقتصادی	توانایی مالی	میزان توان مالی برای راه اندازی کسب و کار جدید
	بازاریابی	توانایی بازاریابی برای محصولات تولید شده
	درآمد و پس انداز	مالکیت و داشتن یک مکان خاص برای کسب و کار جدید
	وام بانکی	منابع مالی و وام های بانکی و حمایت موسسات از کارآفرینی
	سرمایه	داشتن سرمایه اولیه برای راه اندازی کسب و کار جدید
ساختاری- نهادی	انجمن	وجود انجمن های کارآفرینی
	رسانه ها	پوشش فراگیر رسانه های جمعی در زمینه کارآفرینی
	حمایت دولت	حمایت دولت از کارآفرینان
	اطلاع رسانی	سازمان هایی برای دادن آگاهی در زمینه نوع تولیدات به کارآفرینان
	انتقال دانش	انتقال دانش کارآفرینان موفق به منطقه و افراد
زیرساختی	حمل و نقل	وجود زیرساخت و شبکه حمل و نقل مناسب (جاده روستایی مناسب)
	دسترسی به بازار	نزدیکی و دسترسی به بازار فروش برای محصولات تولیدی توسط زنان
	صنایع روستایی	وجود صنایع روستایی برای فراوری و درجه بندی محصولات تولیدی
	انبار	وجود انبار و محل مناسب نگهداری محصول تولیدی
	بسته بندی	وجود امکانات بسته بندی محصولات

منبع: واگنر و استرنبرگ، ۲۰۰۴؛ کرونیس، ۲۰۰۶؛ روزل، ۲۰۰۸؛ کابالا، ۲۰۰۸

یافته های پژوهش

ویژگی های فردی پاسخگویان نشان داد که بیشترین فراوانی گروه سنی، بین ۳۱ تا ۴۱ سال با ۵۵/۷ درصد، از نظر جنسیت، با توجه به اینکه جامعه آماری زنان بوده ۱۰۰



درصد نمونه آماری را زنان تشکیل داده، از نظر سطح تحصیلات بیشترین فراوانی مربوط به تحصیلات راهنمایی بوده که ۷۱ درصد این تعداد خانه‌دار بوده‌اند. از تعداد ۲۸۰ نمونه آماری ۸۸/۵ درصد متأهل بوده‌اند. جدول (۴).

جدول ۴- توزیع فراوانی جمعیت مورد مطالعه یا جمعیت هدف

درصد	تعداد	بیشترین پاسخگو	مشخصات پاسخ دهنده
۵۵/۷	۱۵۶	۳۰ تا ۴۱ سال	سن
۶۷/۵	۱۸۹	سیکل	تحصیلات
۱۰۰	۲۸۰	زن	جنسیت
۸۸/۵	۲۴۸	متاهل	تأهل
۷۱	۱۹۹	خانه‌دار	شغل اصلی

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۷

بررسی متغیرهای عامل شخصی

میانگین متغیرهای عامل شخصی از طریق آزمون t تک نمونه‌ای نشان داد که به جز متغیرهای سواد با میانگین (۴/۱۶)، توانایی (۳/۹۲) و اعتماد به نفس (۳/۰۸) میانگین سایر متغیرها در سطح پایینی قرار دارند. با احتساب دامنه طیفی که بین ۱ تا ۵ و براساس طیف لیکرت در نوسان است، این میزان برای اکثر متغیرها در سطح آلفای ۰/۰۵ کمتر از مطلوبیت عددی ۳ ارزیابی شده است. متغیر سواد نسبت به سایر متغیرها در سطح بالاتری قرار دارد (جدول ۵).

بررسی متغیرهای عامل خانوادگی

بررسی متغیرهای عامل خانوادگی از طریق میانگین عددی آزمون t تک نمونه‌ای نشان داد که به جز متغیرهای امکانات خانواده (۳/۷۰) و حمایت خانواده (۳/۴۱) میانگین سایر متغیرها در سطح پایینی قرار دارند. با احتساب دامنه طیفی که بین ۱ تا ۵ و براساس طیف لیکرت در نوسان است، این میزان برای اکثر متغیرها (به جز دو متغیر فوق) در سطح آلفای ۰/۰۵ کمتر از مطلوبیت عددی ۳ ارزیابی شده است. امکانات خانواده نسبت به سایر متغیرها در سطح بالاتری قرار دارد. (جدول ۶).

جدول ۵- متغیرهای عامل شخصی از نظر زنان روستایی

مطلوبیت عددی مورد آزمون=۳						
متغیر	میانگین	آماره T	معناداری	تفاوت میانگین	فاصله اطمینان ۹۵ درصد	
					حد پایین	حد بالا
سطح سواد	۴/۱۶	۲۳/۹۱۸	۰/۰۰۰	۱/۱۶۳	۱/۰۷	۱/۲۶
ریسک پذیری	۲/۵۶	-۶/۷۶۲	۰/۰۰۰	-۰/۴۳۶	-۰/۵۶	-۰/۳۱
اعتماد به نفس	۳/۰۸	۱/۴۸۴	۰/۰۰۲	۰/۰۷۶	-۰/۰۲	۰/۱۸
توانایی	۳/۹۲	۱۶/۱۰۸	۰/۰۰۰	۰/۹۱۹	۰/۸۱	۱/۰۳
پشتکار	۲/۸۳	-۲/۹۷۲	۰/۰۰۳	-۰/۱۷۲	-۰/۲۹	-۰/۰۶
دانش	۲/۸۶	-۲/۰۲۲	۰/۰۴۴	-۰/۱۳۷	-۰/۲۷	۰/۰۱

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۷

جدول ۶- متغیرهای عامل خانوادگی از نظر زنان روستایی

مطلوبیت عددی مورد آزمون=۳						
متغیر	میانگین	آماره T	معناداری	تفاوت میانگین	فاصله اطمینان ۹۵ درصد	
					حد پایین	حد بالا
نگرش خانواده	۲/۳۶	-۱۱/۴۸۷	۰/۰۰۰	-۰/۶۴۱	-۰/۷۵	-۰/۵۳
امکانات خانواده	۳/۷۰	۱۰/۳۲۶	۰/۰۰۳	۰/۷۰۳	۰/۵۷	۰/۸۴
آزادی عمل	۲/۴۴	-۷/۵۲۲	۰/۰۰۰	-۰/۵۶۵	-۰/۷۱	-۰/۴۲
رضایت خانواده	۲/۴۵	-۸/۹۱۰	۰/۰۰۰	-۰/۵۵۱	-۰/۶۷	-۰/۴۳
حمایت خانواده	۳/۴۱	۵/۶۱۲	۰/۰۰۰	۰/۴۱۰	۰/۲۷	۰/۵۵

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۷

بررسی متغیرهای عامل فرهنگی - اجتماعی

تحلیل میانگین عددی متغیرهای عامل فرهنگی - اجتماعی نشان داد که به جز متغیرهای فرهنگ جامعه (۳/۰۴)، مهارت (۳/۶۱) و آموزش (۳/۲۶) میانگین سایر متغیرها کمتر از مطلوبیت عددی ۳ ارزیابی شده است. این تفاوت برای همه ابعاد در سطح آلفای ۰/۰۵ معنادار می‌باشد. متغیر مهارت زنان با میانگین ۳/۶۱ نسبت به سایر متغیرها در سطح بالاتری قرار داشته است. جدول (۷).

جدول ۷- متغیرهای عامل فرهنگی- اجتماعی از نظر زنان روستایی

مطلوبیت عددی مورد آزمون=۳						
متغیر	میانگین	آماره T	معناداری	تفاوت میانگین	فاصله اطمینان ۹۵ درصد	
					حد پایین	حد بالا
مشارکت	۲/۵۲	-۶/۷۲۹	۰/۰۰۰	-۰/۴۸۰	-۰/۶۲	-۰/۳۴
نوع نگاه	۲/۸۲	-۲/۶۷۰	۰/۰۰۸	-۰/۱۸۴	-۰/۳۲	-۰/۰۵
فرهنگ جامعه	۳/۰۴	۰/۴۵۳	۰/۰۰۱	۰/۰۳۷	-۰/۱۲	۰/۲۰
مهارت	۳/۶۱	۸/۲۷۰	۰/۰۰۰	۰/۶۱۰	۰/۴۷	۰/۷۶
آموزش	۳/۲۶	۳/۹۷۵	۰/۰۰۰	۰/۲۶۰	۰/۱۳	۰/۳۹
حسادت	۲/۲۸	-۱۲/۸۷۳	۰/۰۰۰	-۰/۷۲۰	-۰/۸۳	-۰/۶۱
تبعیض جنسیتی	۲/۰۶	-۱۷/۶۰۶	۰/۰۰۰	-۰/۹۴۴	-۱/۰۵	-۰/۸۴

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۷

بررسی متغیرهای عامل اقتصادی

تحلیل میانگین متغیرهای اقتصادی نشان داد که میانگین همه متغیرهای این عامل بیش از مطلوبیت عددی ۳ ارزیابی شده است. با احتساب دامنه طیفی که بین ۱ تا ۵ براساس طیف لیکرت در نوسان است این تفاوت برای همه ابعاد در سطح ۰/۰۱ معنادار می‌باشد. متغیر سرمایه (۴/۵۶) نسبت به سایر متغیرها در سطح بالاتری قرار دارد. جدول (۸).

جدول ۸- متغیرهای عامل اقتصادی از نظر زنان روستایی

مطلوبیت عددی مورد آزمون=۳						
متغیر	میانگین	آماره T	معناداری	تفاوت میانگین	فاصله اطمینان ۹۵ درصد	
					حد پایین	حد بالا
توانایی مالی	۳/۱۵	۲/۶۸۳	۰/۰۰۸	۰/۱۵۰	۰/۰۴	۰/۲۶
بازایی	۳/۷۲	۱۰/۴۵۲	۰/۰۰۱	۰/۷۳۸	۰/۵۹	۰/۸۶
درآمد پس‌انداز	۴/۲۶	۱۹/۶۰۵	۰/۰۰۰	۱/۲۶۰	۱/۱۳	۱/۳۹
وام بانکی	۳/۶۹	۱۰/۰۴۲	۰/۰۰۰	۰/۶۸۹	۰/۵۳	۰/۸۳
سرمایه	۴/۵۶	۳۲/۴۷۶	۰/۰۰۰	۱/۵۶۲	۱/۴۷	۱/۶۶

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۷

بررسی متغیرهای عامل ساختاری- نهادی

تحلیل میانگین عددی متغیرهای عامل ساختاری- نهادی نشان داد که به جز متغیر حمایت دولت (۳/۹۱)، میانگین سایر متغیرهای این عامل در سطح مطلوبی قرار ندارند. با احتساب دامنه طیفی که بین ۱ تا ۵ و براساس طیف لیکرت در نوسان است، این میزان برای اکثر متغیرها (به جز دو متغیر فوق) کمتر از مطلوبیت عددی ۳ ارزیابی شده است. این تفاوت برای همه ابعاد در سطح آلفای ۰/۰۵ معنادار بوده و در این بین بیشترین میانگین مربوط به حمایت‌های دولت از زنان بوده است. جدول (۹).

جدول ۹- متغیرهای ساختاری- نهادی از نظر زنان روستایی

مطلوبیت عددی مورد آزمون=۳						
متغیر	میانگین	آماره T	معناداری	تفاوت میانگین	فاصله اطمینان ۹۵ درصد	
					حد بالا	حد پایین
انجمن	۲/۴۴	-۷/۵۲۲	۰/۰۰۰	-۰/۵۶۵	-۰/۷۱	-۰/۴۲
راسانه‌ها	۲/۵۳	-۷/۳۶۹	۰/۰۱۴	-۰/۴۷۵	-۰/۶۰	-۰/۳۵
حمایت دولت	۳/۹۱	۱۵/۷۰۶	۰/۰۰۱	۰/۹۱۰	۰/۸۰	۱/۰۲
اطلاع رسانی	۲/۸۷	-۲/۲۵۶	۰/۰۲۵	-۰/۱۳۳	-۰/۲۵	-۰/۰۲
انتقال دانش	۲/۳۵	-۱۰/۹۶۴	۰/۰۲۳	-۰/۶۳۸	-۰/۷۵	-۰/۵۲

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۷

بررسی متغیرهای عامل زیرساختی

تحلیل میانگین متغیرهای عامل زیرساختی نشان داد که به جز دو متغیر انبار محصولات با (۲/۴۹) و بسته‌بندی (۲/۷۶) میانگین سایر متغیرها بیشتر از مطلوبیت عددی ۳ ارزیابی شده است. با احتساب دامنه طیفی که بین ۱ تا ۵ و براساس طیف لیکرت در نوسان است این تفاوت برای همه ابعاد در سطح آلفای ۰/۰۵ معنادار می‌باشد. متغیر حمل و نقل (۳/۸۶) نسبت به سایر متغیرها در سطح بالاتری قرار داشته است. جدول (۱۰).

جدول ۱۰- متغیرهای عامل زیرساختی از نظر زنان روستایی

مطلوبیت عددی مورد آزمون=۳						
متغیر	میانگین	آماره T	معناداری	تفاوت میانگین	فاصله اطمینان ۹۵ درصد	
					حد بالا	حد پایین
حمل و نقل	۳/۹۰	۱۵/۶۲۳	۰/۰۰۲	۰/۹۰۱	۰/۷۹	۱/۰۱
دسترسی به بازار	۳/۴۲	۵/۸۲۶	۰/۰۰۰	۰/۴۲۱	۰/۲۸	۰/۵۶
صنایع روستایی	۳/۰۲	۰/۳۶۳	۰/۰۰۳	۰/۰۲۰	-۰/۰۹	۰/۱۳
انبار محصولات	۲/۴۵	-۸/۹۱۰	۰/۰۰۰	-۰/۵۵۱	-۰/۶۷	-۰/۴۳
بسته‌بندی	۲/۷۰	-۳/۹۹۸	۰/۰۰۰	-۰/۲۹۷	-۰/۴۴	-۰/۱۵

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۷

بررسی عوامل و محرک‌های توسعه کارآفرینی زنان روستایی از طریق مدل لجستیک
 برای بررسی عوامل توسعه کارآفرینی زنان از مدل لجستیک استفاده شد. نخستین خروجی در مدل، آماره X^2 برای سنجش اعتبار مدل است. سطح معنی‌داری و آماره X^2 بیانگر معنی‌داری و نیکویی برازش آن با داده‌های آماری می‌باشد. جدول (۱۱).

جدول ۱۱- آزمون HL برای سنجش اعتبار و معنی‌داری مدل

سطح معنی‌داری (p)	آماره X^2
۰/۰۰۱	۲۳/۴۷۸

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۷

نتایج رگرسیون برای بررسی عوامل و محرک‌های توسعه کارآفرینی زنان روستایی نشان داد که از بین ۳۳ متغیر تحقیق، ۱۰ متغیر (متغیرهایی با علامت *) وجود ارتباط معنی‌داری با توسعه کارآفرینی زنان روستایی دارند. سطح معنی‌داری ۰/۰۰۱ نشان می‌دهد که متغیرهای سطح سواد، توانایی، امکانات خانواده، مهارت، بازاریابی، درآمد و پس‌انداز، سرمایه، حمایت دولت، حمل و نقل و دسترسی به بازار، اثرات بیشتری داشته‌اند. هرچند برخی متغیرها (متغیرهای با علامت *) نیز کم و بیش در این زمینه اثرگذار بوده‌اند. ولی این ۱۰ متغیر بیشترین اثر را بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی دهستان رشتخوار داشته‌اند. متغیرهایی که سطح معنی‌داری آنها کمتر از سطوح تحت پوشش (۰/۰۰۵ و ۰/۰۰۱) بوده تاثیر چندانی در این زمینه نداشته‌اند. جدول (۱۲).

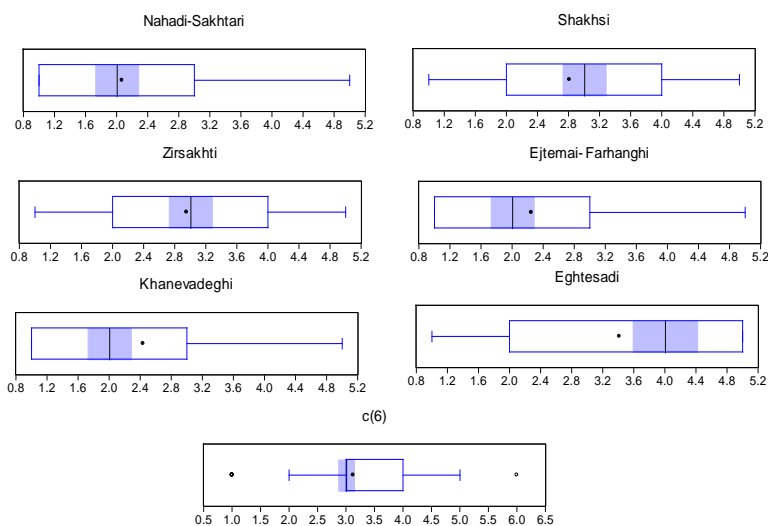
جدول ۱۲- برآورد مدل لجستیک از عوامل و متغیرهای توسعه کارآفرینی زنان روستایی

متغیر	ضریب	انحراف استاندارد	آماره Z	معنی داری	عامل
سطح سواد ^{oo}	۰/۱۲۶	۰/۰۴۶	۲/۸۶۶	۰/۰۰۰	**شخصی (۰/۲۸۲)
ریسک پذیری	۰/۰۱۱	۰/۰۴۵	۰/۲۵۶	۰/۷۹۷	
اعتماد به نفس ^{oo}	۰/۰۸۰	۰/۰۳۶	۲/۱۹۱	۰/۰۲۸	
توانایی ^{oo}	۰/۱۵۱	۰/۰۹۱	۱/۶۶۱	۰/۰۰۰	
پشتکار	۰/۰۲۷	۰/۰۵۲	۰/۵۱۴	۰/۶۰۷	
دانش	۰/۰۶۱	۰/۰۳۹	۰/۵۷۳	۰/۱۱۵	
نگرش خانواده	۰/۰۳۲	۰/۰۴۲	۰/۷۵۶	۰/۴۴۹	*خانوادگی (۰/۱۷۹)
امکانات خانواده ^{oo}	۰/۱۱۰	۰/۰۳۱	۳/۴۶۹	۰/۰۰۰	
آزادی عمل	۰/۰۱۹	۰/۰۶۶	۰/۲۹۹	۰/۷۶۴	
رضایت خانواده	۰/۰۳۰	۰/۰۳۰	۰/۶۵۷	۰/۳۱۷	
حمایت خانواده ^{oo}	۰/۰۸۱	۰/۰۳۵	۲/۲۹۰	۰/۰۲۲	
مشارکت	۰/۰۱۱	۰/۰۴۵	۰/۲۵۶	۰/۷۹۷	*اجتماعی - فرهنگی (۰/۱۸۹)
نوع نگاه	۰/۰۳۱	۰/۰۳۲	۰/۷۲۶	۰/۵۴۹	
فرهنگ جامعه ^{oo}	۰/۰۷۲	۰/۰۳۰	۳/۳۷۴	۰/۰۱۷	
مهارت ^{oo}	۰/۱۸۶	۰/۰۷۰	۲/۶۲۵	۰/۰۰۰	
آموزش ^{oo}	۰/۰۷۳	۰/۰۳۵	۲/۰۸۱	۰/۰۳۷	
حسادت	۰/۰۳۰	۰/۰۳۰	۰/۶۵۹	۰/۳۱۷	
تبعیض جنسیتی	۰/۰۴۶	۰/۱۲۱	۰/۸۸۵	۰/۷۰۰	
توانایی مالی ^{oo}	۰/۰۹۹	۰/۰۳۰	۳/۳۷۴	۰/۰۱۷	**اقتصادی (۰/۳۹۹)
بازاریابی ^{oo}	۰/۱۵۱	۰/۰۹۱	۱/۶۶۱	۰/۰۰۰	
درآمد و پس انداز ^{oo}	۰/۲۲۶	۰/۰۴۶	۴/۸۶۶	۰/۰۰۰	
وام بانکی ^{oo}	۰/۰۸۹	۰/۰۳۷	۲/۲۹۰	۰/۰۲۲	
سرمایه ^{oo}	۰/۲۳۷	۰/۰۴۵	۵/۱۷۳	۰/۰۰۰	
انجمن	۰/۰۲۱	۰/۰۴۸	۰/۵۵۶	۰/۵۵۲	*فهردی - ساختاری (۰/۱۷۸)
راسانه‌ها	۰/۰۴۳	۰/۱۳۱	۰/۲۷۹	۰/۶۲۱	
حمایت دولت ^{oo}	۰/۱۷۹	۰/۰۶۸	۲/۷۹۸	۰/۰۰۰	
اطلاع‌رسانی ^{oo}	۰/۰۵۱	۰/۰۴۱	۰/۴۷۳	۰/۲۱۵	
انتقال دانش	۰/۰۲۸	۰/۰۳۲	۰/۴۵۹	۰/۳۶۹	
حمل و نقل ^{oo}	۰/۱۸۶	۰/۰۶۸	۳/۵۲۳	۰/۰۰۰	**زیرو ساختی (۰/۲۸۳)
دسترسی به بازار ^{oo}	۰/۱۴۸	۰/۰۷۸	۱/۸۷۲	۰/۰۰۰	
صنایع روستایی ^{oo}	۰/۰۷۸	۰/۰۳۹	۱/۲۹۰	۰/۰۴۸	
انبار	۰/۰۱۵	۰/۰۷۶	۰/۲۸۹	۰/۶۲۱	
بسته بندی	۰/۰۴۵	۰/۰۹۹	۰/۳۸۵	۰/۶۲۷	
خلاصه مشاهده					

۰/۰۰۱	۹/۷۸۴	۰/۰۰۴۳	۰/۲۸۹	مقیاس: C: (۶)
۲۸۰	تعداد مشاهده			احتمال ورود
۱/۲۱۴	میانگین احتمال ورود			
۰/۴۳۹	انحراف رگرسیون			
* معنی‌داری در سطح ۵ درصد؛ ** معنی‌داری در سطح ۱ درصد				

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۷

شکل (۳) شدت و ضعف اثرات هریک از ۶ عامل را نشان می‌دهد. از بین این عوامل، بیشتر اثر مربوط به عامل اقتصادی و کمترین اثر مربوط به عامل نهادی- ساختاری بوده است. لذا سؤال تحقیق مبتنی بر شناسایی محرک‌های توسعه کارآفرینی زنان روستایی در منطقه مورد مطالعه جواب داده شد.



شکل ۳- مقادیر اثرات عوامل و محرک‌های موثر بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی

جمع بندی و نتیجه گیری

پیامدهای نامطلوب نابرابری درآمد میان مردان و زنان چنان متنوع، گسترده، تأثیرگذار و دربرگیرنده غالب بخش‌های ساختار عملکردی جامعه است که زندگی زنان روستایی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. از جمله راهکارهای مهم پیشرفت اقتصادی زنان چه در شهرها و چه در روستاها ایجاد اشتغال و مهم‌ترین سازوکار و ابزار آن، کارآفرینی است. کسب و کار برای زنان روستایی تا حد زیادی باعث کاهش بیکاری، افزایش بهره‌وی زنان روستایی، و در نهایت افزایش درآمد زنان می‌شود. با توجه به اهمیت این موضوع، تحقیق حاضر با هدف بررسی عوامل و محرک‌های موثر بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی دهستان رشتخوار صورت پذیرفت. برای این منظور ۳۳ متغیر در قالب ۶ عامل مورد

بررسی قرار گرفت. از بین ۳۳ متغیر در نظر گرفته شده ۱۰ متغیر سطح سواد، توانایی، امکانات خانواده، مهارت، بازاریابی، درآمد و پس انداز، سرمایه، حمایت دولت، حمل و نقل و دسترسی به بازار دارای اثرات بیشتری بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی داشته‌اند. یافته‌های مدل در زمینه عوامل و محرکه‌های کلی موثر بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی نشان می‌دهد که از بین ۶ عامل در نظر گرفته شده سه عامل اقتصادی، شخصی و عوامل زیرساختی ارتباط معنی‌داری با توسعه کارآفرینی زنان روستایی دارند. از بین این عوامل بیشترین اثرات به عامل اقتصادی بوده و می‌توان گفت که افزایش توانایی مالی زنان روستایی، بازاریابی مناسب برای فروش محصولات تولید شده زنان، درآمد و پس انداز، وام‌ها و اعتبارات بانکی و مهم‌تر از همه تامین سرمایه برای راه‌اندازی کسب و کار جدید مهم‌ترین متغیرهای اثرگذار بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی می‌باشند. در رابطه با یافته‌های این پژوهش، نکات زیر توصیه و پیشنهاد می‌شود: الف) زنان روستایی منطقه مورد فقط از طریق دوستان نزدیکان اطلاعات در مورد کارآفرینی را دریافت می‌کنند. راه‌اندازی انجمن‌های تجاری و تخصصی زنان و اطلاع‌رسانی درست از طریق برگزاری کلاس‌های آموزشی می‌تواند باعث افزایش آگاهی زنان روستایی در منطقه مورد مطالعه شود؛ ب) نگرش منفی مردان به اشتغال زنان روستایی در منطقه مورد مطالعه یکی از موانع توسعه کارآفرینی زنان روستایی می‌باشد. تغییر نگرش جامعه و به ویژه مناطق روستایی نسبت به توانمندی زنان در فعالیتهای اقتصادی می‌تواند اثرات منفی این امر در توسعه کارآفرینی زنان را کاهش داد؛ ج) ایجاد تسهیلات مناسب مانند کاهش درصد سود بانکی، تسهیل شرایط اخذ وام کارآفرینی و غیره برای تامین منابع مالی زنان کارآفرین و رفع مشکلات سرمایه زنان روستایی یکی دیگر از عوامل توسعه کارآفرینی می‌باشد؛ د) تدوین خط مشی‌ها، استراتژی‌ها و قوانین مناسب توسط دولت در جهت ترویج و توسعه کسب و کار و خود اشتغالی زنان روستایی و رفع موانع آن از دیگر راهکارهای توسعه کارآفرینی زنان در منطقه مورد مطالعه می‌باشد؛ ه) ارتقاء توانمندسازی روانی و تشویق زنان روستایی از طریق کلاس‌های آموزشی در مورد فواید و اهمیت کارآفرینی زنان با توجه با نیازهای محلی و منطقه‌ای می‌تواند باعث افزایش انگیزه زنان برای ایجاد کسب و کار جدید گردد.

مأخذ

- ۱- حسینی، طیبه، لشگرآرا، فرهاد (۱۳۹۳)، شناسایی عوامل موثر بر توسعه مهارت‌های کارآفرینی در تعاونی‌های زنان روستایی استان فارس، پژوهش‌های ترویج و آموزش کشاورزی، دوره ۷، شماره ۲ (پیاپی ۲۶)، صص ۱۳-۳۳.

- ۲- حیدری ساریان، وکیل (۱۳۹۱)، اولویت بندی موانع عمده کارآفرینی زنان روستایی با استفاده از روش AHP (مطالعه موردی: استان اردبیل)، مطالعات اجتماعی- روانشناسی زنان، دوره ۱۰، شماره ۲، صص ۱۵۹-۱۷۷.
- ۳- رضوی، سیدمصطفی، فلاح حقیقی، نگین، رضوانفر، احمد، کلاتری، خلیل (۱۳۹۱)، تحلیل موانع کارآفرینی در دانشکده‌های کشاورزی ایران (از دیدگاه دانشجویان)، نشریه مدیریت دولتی، دوره ۴، شماره ۱۰، صص ۵۹-۷۸.
- ۴- شریفی، امید، اسدی، علی، رضایی، روح‌الله، عادل، حسن (۱۳۸۹)، کارآفرینی زنان دانشگاهی، پژوهشنامه زنان، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، سال اول، شماره اول، صص ۷۳-۱۰۶.
- ۵- قمبرعلی، رضوان، آگهی، حسین، علی بیگی، امیرحسین، زرافشانی، کیومرث (۱۳۹۵)، ارزیابی فرهنگ کارآفرینی و عوامل موثر بر شکست کارآفرینان کشاورزی در شهرستان کرمانشاه، پژوهش‌های روستایی، دوره ۷، شماره ۲، صص ۳۶۲-۳۷۳.
- ۶- قمبرعلی، رضوان، رستمی، فرحناز (۱۳۹۴)، شناسایی مشکلات زنان کارآفرین استان کرمانشاه، نشریه کارآفرینی در کشاورزی، جلد دوم، شماره اول، صص ۱-۱۸.
- ۷- محمدی یگانه، بهروز (۱۳۹۲)، توسعه کارآفرینی و نقش آن در هزینه اعتبارات فردی و گروهی کشاورزی استان زنجان، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال دوم، شماره ۴، پیاپی ۶، صص ۴۳-۵۷.
- ۸- مؤمنی هلالی، هادی، مؤذن، زینب (۱۳۹۴)، مروری بر موانع توسعه کارآفرینی در بخش کشاورزی، نشریه کارآفرینی در کشاورزی، جلد دوم، شماره ۱، صص ۱۱۱-۱۲۴.
- ۹- یاسوری، مجید، باسط قرشی، محمد، وطن خواه، ژیلا (۱۳۹۴)، تحلیل موانع و راهکارهای توسعه کارآفرینی زنان روستایی دهستان گوراب پس فومن، پژوهش‌های روستایی، دوره ۶، شماره ۲، صص ۳۲۳-۳۴۲.
- 10- Ahmad, S. Z. (2011), Evidence of the characteristics of women entrepreneurs in the Kingdom of Saudi Arabia: An empirical investigation", *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, Vol 3, No 2, pp 123-143.
- 11- Anja K. F, (2012), Factors motivating women's informal micro-entrepreneurship: Experiences from Penang, Malaysia, *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, Vol 4, No 1, pp 65-78.
- 12- Cabala, L, (2008), *Design rural entrepreneurship in practice*, COTF System for Community Transformation, New York: Guilford Press.

- 13- Carter S (2000). "Improving the numbers and performance of womenowned businesses: some implications for training and advisory services", *Educ. Train, Vol 42, No 5*, pp 326-334.
- 14- Chowdhury, M. S., (2007), *Overcoming Entrepreneurship Development Constraints: the Case of Bangladesh, Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy, Vol 1, No 3*, pp 240-251.
- 15- Cronies, S, (2006), *Understanding enterprise, entrepreneurship and small business, Macmillan, Basingstoke, Vol 5*, pp 243-246.
- 16- Dabson B., Malkin J., Matthews A., Pate K., Stickle S., (2003), *Mapping Rural Entrepreneurship, Washington, D.C.: Corp. for Enterprise Development. 68 p.*
- 17- Gimeno-Gascon, F. J, and Woo. C (1994). "Initial human and financial capital as predictors of new venture performance", *J. Bus. Venturing, Vol 9*, pp 371-395.
- 18- Grine, F. Fares, G. Meguellati, A, (2015), *Islamic spirituality and entrepreneurship: A case study of women entrepreneurs in Malaysia, The Journal of Happiness & Well-Being, Vol 3, No 1*, pp 41-56.
- 19- Henry, C. (2002), *Closing Remarks at Research Forum: Promoting Female Entrepreneurship-Implications for Education, Training and Policy. Centre for Entrepreneurship Research, Dundalk Institute of Technology, Dundalk, 19 November.*
- 20- Ibeh, E. M, (2017), *Factors Affecting Performance of Women Entrepreneurs, Journal of Women's Entrepreneurship and Education, Vol 2*, pp 39- 50.
- 21- Kantor, P, (2002), *Promoting Womens Entrepreneurship Development Based on Good Practice Programmes: Some Experience From the North to the South. ILO S In Focus Programme, Working paper, Vo 4, No 9*, pp79- 91.
- 22- Khan, F. R. (2014), *Socio-Economic Factors Influencing Entrepreneurship Development: An Empirical Study across the Small and Medium Enterprises of Chennai, State of Tamil Nadu, India, International Journal of Students Research in Technology & Management, Vol 2, No 3*, pp 89- 94.
- 23- Kifle. S, Teferi. B, Kebedom. A and Abiyot Legesse, (2016), *Factors Influencing Farmers Decision on the Use of Introduced Soil and Water Conservation Practices in the Lowland's of Wenago Woreda, Gedeo Zone, Ethiopia, American Journal of Rural, 4 (1)*, pp 24-30.
- 24- Kleiman, C. (1998). "Women entrepreneurs are a big loss to corporations", *St Louis Post, Dispatch, C5.*
- 25- Lerner, A. M. M, Schwartz. D. (2010), *Gender differences in entrepreneurship Equality, diversity and inclusion in times of global crisis, Equality, Diversity and Inclusion: An International Journal, Vol 29, No 2*, pp 186-198.
- 26- Lernal, M. and Haber, S. (2000), *Performance factors of small tourism ventures: The interface of tourism, entrepreneurship and the environment, Journal of Business Venturing, Vol 16*, 77- 83..

- 27- McElwee. G, Al-Riyami. R. (2003), *Women entrepreneurs in Oman; some barriers to success*, *Career Dev. Int*, Volume 8, Issue 7, pp 339-46.
- 28- Mokaya, S. O. Namusonge, M., and Sikalieh, D. (2012), *The Concept of Entrepreneurship; in pursuit of a Universally Acceptable Definition*. *International Journal of Arts and Commerce*, Vol 1, No 6, pp 128-135.
- 29- Pines, A.M. and Schwartz, D. (2008), *now you see them, now you don't gender differences in entrepreneurship*, *Journal of Managerial Psychology*, Vol 23, pp 811-32.
- 30- Russel, S, and Kerry, A. (2008), *Dose School Choice Increase the Rate of Youth Entrepreneurship*. *Economic of Education Review*, Vol 27, pp 29-438.
- 31- Still .L. V, Timms .W. (2000), *Women's business: the flexible alternative work style for women*", *Women Manage. Rev*. Vol 15, No 5, pp 272-283.
- 32- Weiler, A. S. and Bernasek, A. (2001), *Dodging the glass ceiling? Networks and the new wave of women entrepreneurs*, *Social Science Journal*, Vol 38, pp 85-103.