



The Impact of Social Capital on Rural Women's Entrepreneurship with Emphasis on Handicrafts (Case Study: Lashar District, Nikshahr County)

Hajar Boleyde¹ | Sirous Ghanbari² | Mehdi Naderianfar³

1. Department of Geography and Rural Planning, Faculty of Geography and Environmental Planning, University of Sistan and Baluchestan, Zahedan, Iran.
E-mail: hajareboleyde@gmail.com
2. Department of Geography and Rural Planning, Faculty of Geography and Environmental Planning, University of Sistan and Baluchestan, Zahedan, Iran.
(Corresponding Author). E-mail: ghanbari@gep.usb.ac.ir
3. Economic -Social Research Department, Sistan and Baluchestan Agricultural and Natural Resources Research Center, Zabol, Iran.
E-mail: m.naderianfar@areeo.ac.ir

Article Info

ABSTRACT

Article type:
Research Article

Article history:

Received: 30 Jun 2024

Received in revised form:
15 Nov 2024

Accepted: 15 Nov 2024

Available online: 15 Nov 2024

Keywords:

Entrepreneurial
Development,
Financial Support,
Rural Women,
Unemployment
Reduction,
Social Participation.

The development of rural women's entrepreneurship is recognized as an effective tool for reducing unemployment and poverty, strengthening rural identity, and minimizing urban migration. In this context, social capital, particularly in the area of handicrafts, plays a key role in enhancing rural women's entrepreneurship. Supporting these industries can create job opportunities and accelerate economic development in rural areas. This study aims to investigate social capital and its impact on rural women's entrepreneurship, with an emphasis on handicrafts, in the Lashar District using a descriptive-analytical method. The statistical population of this research consisted of active entrepreneurial women in the Lashar District of Nikshahr County. Data were collected using a researcher-designed questionnaire, which was validated with a Cronbach's alpha coefficient of 0.85 and expert opinions. The results indicated that psychological characteristics (factor loading of 10.56) and social participation had the most significant impact. Social capital accounted for 42.6% of the variation in entrepreneurship. Strengthening participation, trust, and financial support contributes to the development of entrepreneurship. Handicrafts, particularly "Perivardoozi," were identified as the most significant activity for women. The study concluded that the most important factors in the development of entrepreneurship in the Lashar District were psychological traits such as willpower, perseverance, and experience. Educational, infrastructural, and financial support can enhance women's empowerment and accelerate sustainable rural development. This research provides practical recommendations for policymakers and planners in the field of rural entrepreneurship.

Education and Management of Entrepreneurship, 2024, Vol. 3, No. 3, pp 49-68

Cite this article: Boleyde, H., Ghanbari, S., Naderianfar, M. (2024). The Impact of Social Capital on Rural Women's Entrepreneurship with Emphasis on Handicrafts (Case Study: Lashar District, Nikshahr County). *Education and Management of Entrepreneurship*, 3 (3), 49-68. doi: 10.22126/eme.2024.10809.1104 (in Persian).



© The Author(s).

DOI: <https://doi.org/10.22126/eme.2024.10809.1104>

Publisher: Razi University

Extended Abstract

Introduction

In recent years, rural development has increasingly become dependent on entrepreneurship, as rural entrepreneurs are considered one of the most vital tools for the growth of these regions. However, the unemployment rate among rural women in Iran, particularly in underdeveloped provinces such as Sistan and Baluchestan, continues to rise. A comparison of data from the Statistical Center indicates that the unemployment rate for rural women increased from 8.8% in 2006 to 31.6% in 2016. This rise in unemployment, coupled with the inadequate utilization of the economic and social potential of women, has exacerbated poverty and inequality. In Sistan and Baluchestan, handicrafts, with 90% female participation, hold significant potential for economic development. However, the lack of proper planning and supportive markets has led to numerous challenges for this industry. Focusing on handicrafts can provide a platform for promoting local culture and achieving resilient economic growth, while simultaneously reducing unemployment rates. This study, focusing on entrepreneurial women in the handicraft sector of the Lashar region in Nikshahr County, examines the relationship between social capital and entrepreneurship. One of the key objectives of this research is to identify the key factors of entrepreneurship, assess the impact of social capital variables (such as trust, participation, and social relationships) on entrepreneurship, and evaluate the relationship between social capital and the individual characteristics of entrepreneurs. The findings could serve as a basis for formulating policies to support handicrafts and increase the economic participation of rural women, thereby contributing to the achievement of the Sustainable Development Goals (SDGs) by 2030.

Research Method

The objective of this applied research is to analyze and interpret data using a descriptive-analytical method. The research is divided into two main sections: the first section includes documentary and library studies, which review the theoretical literature, research background, and concepts related to social capital and rural women's entrepreneurship. The second part is dedicated to field research aimed at collecting data and information about the status of rural women's entrepreneurship in the Lashar region. For this purpose, researcher-designed questionnaires were used, and after being approved by experts, their validity and reliability were evaluated. The Cronbach's alpha coefficient for the reliability of the questionnaires was calculated as 0.85, indicating a high level of credibility for the tools used in the research. The statistical population of this study consists of active entrepreneurial women in the Lashar region. In this regard, 16 villages from the Lashar region, where women are engaged in entrepreneurial activities, especially in the handicraft sector, were purposefully selected. These villages include areas with various populations, such as Tang Sarhad, Haridok, Pip, etc., and a total of 50 women and men responsible for entrepreneurship in these areas were selected as the research sample. The questionnaires designed for the study included questions about various components of social capital (such as social relationships, social trust, and social participation) and their impact on rural women's entrepreneurship. The collected data were analyzed using SPSS version 22. Statistical tests such as factor analysis and Pearson's correlation coefficient were used for data analysis.

Results and Discussion

This study investigates the impact of social capital on rural women's entrepreneurship. The average age of the sample was 46.4 years, with 68% of participants having less than a high school diploma, and 32% holding a high school diploma or higher. The most common entrepreneurial activities included traditional embroidery and traditional needlework. Based on factor analysis, psychological characteristics such as motivation and perseverance, with a factor loading of 10.56, had the greatest impact on entrepreneurship. The business system and related regulations, with a factor loading of 5.77, and access to facilities and risk-taking, with a factor loading of 2.43, were ranked next. Social participation and awareness were identified as the most significant factors in social capital that affected rural women's entrepreneurship. Pearson's correlation test showed a positive and significant relationship between social capital and entrepreneurship ($r=0.369$). The regression results also confirmed that social capital can explain 42.6% of the variations in entrepreneurship. An increase of one standard deviation in social capital leads to a significant increase in the level of entrepreneurship. Overall, the findings indicate that strengthening social capital, including social participation, trust, and

social cohesion, can be a key factor in developing rural women's entrepreneurship. Furthermore, psychological characteristics and financial support play important roles in the success of these women.

Conclusion and Recommendations

Women constitute half of the population and play a key role in advancing economic, social, and cultural goals. Rural women, in addition to domestic activities, contribute significantly to the economy of households and communities. This study was conducted to examine the role of social capital in rural women's entrepreneurship in the Lashar region of Nikshahr County. The results of the data analysis indicated that psychological traits (such as motivation, perseverance, experience, and skills) are the most significant factors influencing entrepreneurship. Other important factors included social participation and social awareness, which played a crucial role in enhancing entrepreneurship among women. Despite economic and cultural challenges, women in the Lashar region have managed to shine in entrepreneurship with determination and perseverance, becoming role models for women in other rural areas. However, achieving sustainable entrepreneurship development requires structural support in education, infrastructure improvement, and the provision of appropriate financial facilities. Utilizing the capacities of these women has not only improved the livelihood of families but has also played a significant role as a driving force for rural development. Some practical recommendations that could help empower rural women and promote sustainable entrepreneurship development in the Lashar region include: organizing entrepreneurship and skills training programs, enhancing literacy and providing education on economic management and women's rights, developing community-based employment initiatives for women, providing financial facilities tailored to local beliefs, and strengthening local handicrafts with creative ideas and modern technologies.



تحلیل تأثیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی زنان روستایی با تأکید بر صنایع دستی (مورد مطالعه: بخش لاشار شهرستان نیکشهر)

هاجر بلیده^۱ | سیروس قنبری^۲ | مهدی نادریان فر^۳

۱. گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشکده جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی، دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران. رایانامه: hajarebolejde@gmail.com
۲. گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشکده جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی، دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران. (نویسنده مسئول). رایانامه: ghanbari@gep.usb.ac.ir
۳. بخش تحقیقات اقتصادی - اجتماعی، مرکز تحقیقات و آموزش کشاورزی و منابع طبیعی سیستان و بلوچستان، زابل، ایران. رایانامه: m.naderianfar@areeo.ac.ir

چکیده

اطلاعات مقاله

توسعه کارآفرینی زنان روستایی به‌عنوان ابزار مؤثری در کاهش بیکاری و فقر، به تقویت هویت روستایی و کاهش مهاجرت به شهرها کمک می‌کند. در این راستا، سرمایه اجتماعی به‌ویژه در حوزه صنایع دستی، در ارتقاء کارآفرینی زنان روستایی نقشی کلیدی ایفا می‌کند. حمایت از این صنایع می‌تواند فرصت‌های شغلی ایجاد کرده و موجب تسریع توسعه اقتصادی در مناطق روستایی شود. نوشتار پیش رو با هدف بررسی سرمایه اجتماعی و تأثیر آن بر کارآفرینی زنان روستایی با تکیه بر صنایع دستی در بخش لاشار به روش توصیفی - تحلیلی انجام گردید. جامعه آماری پژوهش، زنان کارآفرین فعال در بخش لاشار شهرستان نیکشهر بودند. داده‌ها با استفاده از پرسش‌نامه محقق‌ساخته جمع‌آوری شدند که پایایی آن با ضریب آلفای کرونباخ ۰.۸۵ و روایی صوری و محتوایی آن با نظر متخصصان تأیید شد. یافته‌ها نشان داد ویژگی‌های روان‌شناختی (بار عاملی ۰.۵۶) و مشارکت اجتماعی بیشترین تأثیر را بر کارآفرینی زنان روستایی دارند. سرمایه اجتماعی ۴۲.۶٪ از تغییرات کارآفرینی را تبیین کرد. تقویت مشارکت، اعتماد و حمایت مالی به توسعه کارآفرینی کمک می‌کند. صنایع دستی از جمله پربوددوزی مهم‌ترین فعالیت زنان بود. نتایج حاصل از پژوهش نشان داد که مهم‌ترین عامل در توسعه کارآفرینی در بخش لاشار عامل روان‌شناختی همچون اراده، پشتکار و تجربه است. حمایت‌های آموزشی، زیرساختی و مالی می‌توانند توانمندسازی زنان را تقویت کرده و توسعه پایدار روستایی را تسریع کنند. پژوهش حاضر پیشنهادها کاربردی را برای سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان حوزه کارآفرینی روستایی به همراه دارد.

نوع مقاله:

مقاله علمی - پژوهشی

تاریخچه مقاله:

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۴/۱۰

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۰۸/۲۵

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۸/۲۵

دسترسی آنلاین: ۱۴۰۳/۰۸/۲۵

کلیدواژه‌ها:

توسعه کارآفرینی،
حمایت مالی،
زنان روستایی،
کاهش بیکاری،
مشارکت اجتماعی.

آموزش و مدیریت کارآفرینی، دوره ۳، شماره ۳، سال ۱۴۰۳، صفحات ۶۸-۴۹

استناد: بلیده، هاجر؛ قنبری، سیروس؛ نادریان فر، مهدی (۱۴۰۳). تحلیل تأثیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی زنان روستایی با تأکید بر صنایع دستی (مورد مطالعه: بخش لاشار شهرستان نیکشهر). آموزش و مدیریت کارآفرینی، ۳(۳)، ۴۹-۶۸. doi: 10.22126/eme.2024.10809.1104



نویسندگان

DOI: <https://doi.org/10.22126/eme.2024.10809.1104>

ناشر: دانشگاه رازی

مقدمه

امروزه توسعه روستایی بیشتر از همیشه به توسعه کارآفرینی وابسته است و پژوهشگران، کارآفرینان روستایی را بزرگ‌ترین اهرم توسعه مناطق روستایی قلمداد می‌کنند (آگاروال و همکاران^۱، ۲۰۱۸). در واقع توسعه کارآفرینی تا حدود زیادی از توانمندسازی ساختاری ذی‌نفعان روستایی متأثر است (هنائو زاپاتا و پیرو^۲، ۲۰۱۸). در کشورمان کاهش سرمایه‌گذاری در اقتصاد کشور از یک‌سو و بهره‌وری پایین و گرایش به تعدیل نیروی انسانی در سازمان‌ها از سوی دیگر، بیکاری را به معضل بزرگ اقتصادی و اجتماعی در ایران تبدیل نموده است، توسعه کارآفرینی یکی از نیازهای جدی اقتصاد ایران است (موسوی و همکاران، ۱۴۰۰: ۲۱۲)؛ به عبارت دیگر، با افزایش عدم اطمینان محیطی، تغییرات سریع و چالش‌های جدید جهانی، یکی از راهکارهای مؤثر در جهت تطابق با تحولات مداوم و ربودن گوی سبقت از رقبا گرایش به سمت کارآفرینی است، زیرا محیط پیش‌روی جوامع امروز، پیوسته در حال تغییر است و این کارآفرینان هستند که الگویی برای مقابله و سازگاری با این شرایط پر تغییر و پویا فراهم می‌آورند و زنان نیز در این میان یک عنصر مهم در فرایند کار و کارآفرینی به‌شمار می‌روند (ربیعی و سرابی، ۱۳۹۲: ۶۷-۳۳).

نقش زنان روستایی نیز به‌عنوان نیمی از جمعیت روستا در تحقق اهداف توسعه روستایی، نقشی انکارناپذیر است. کارآفرینی و اشتغال زنان روستایی ضمن افزایش درآمد خانواده، به‌واسطه کاهش تفاوت و شکاف موجود بین خانوارهای شهری و روستایی، صرفه‌جویی در هزینه‌های تولید محصولات زراعی و دامی، بهبود وضعیت سواد و بهداشت خانواده، تأمین هزینه‌های خانوار به‌عنوان سرپرست و نیز کاهش مهاجرت به شهرها می‌تواند زندگی روستایی و در نهایت کل جامعه را تحت تأثیر قرار دهد (شاهوند و همکاران، ۱۴۰۱: ۱۵۹). با وجود آنکه مشارکت زنان در راه‌اندازی کسب‌وکارهای کارآفرینانه در سراسر جهان روزه‌روز در حال افزایش است، بررسی‌ها نشان می‌دهد تعداد زنان کارآفرین بسیار کمتر از مردان است (ولی‌زاده و همکاران، ۱۴۰۱: ۷۰۰).

در کشور ایران، مقایسه گزارش‌های منتشر شده توسط مرکز آمار در سال ۱۳۸۵ و ۱۳۹۵ نشان می‌دهد نرخ بیکاری در مناطق روستایی برای مردان و زنان روستایی در سال ۱۳۹۵ به‌ترتیب ۱۰/۲ و ۸/۸ درصد و در سال ۱۳۹۵ به‌ترتیب ۱۸/۵ و ۳۱/۶ درصد بود که نشان می‌دهد با گذشت ۱۰ سال نرخ بیکاری در هر دو جمعیت افزایش یافته است و این افزایش در جامعه زنان روستایی چشمگیرتر است. زنان با وجود اینکه ۴۹/۳ درصد از جمعیت انسانی کشور را تشکیل می‌دهند، سهم ۳۳ درصدی از نیروی کار را دارند. این داده‌ها نشان می‌دهد با گذر زمان و افزایش جمعیت، نقش زنان در مشارکت اقتصادی بیش از پیش نادیده گرفته شده است و تمهیدات انجام شده برای افزایش اشتغال زنان روستایی از طرف بخش خصوصی و دولتی آن‌طور که باید، مفید نبوده است. در صورت ادامه روند بیکاری زنان روستایی و عدم استفاده از پتانسیل این قشر از جامعه، افزایش فقر، نابرابری‌های اجتماعی و سرکوب جنسیتی محتمل خواهد بود (سیمونز و براون^۳، ۲۰۰۸). این در حالی است که بدون جلب مشارکت اقتصادی زنان در راه‌اندازی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، دستیابی به اهداف توسعه پایدار ۲۰۳۰ و رسیدن به پتانسیل کامل اقتصادی و اجتماعی برای کشورهای در حال توسعه چالش‌برانگیز خواهد بود (بانک جهانی^۴، ۲۰۱۶).

در سیستان و بلوچستان به دلیل نوع صنایع دستی آن، زنان نقش پررنگ‌تری را ایفا می‌کنند. با توجه به نوع صنایع دستی سیستان و بلوچستان، زنان در ساخت ۹۰ درصد صنایع دستی این استان دخیل هستند. هنر زنان بلوچ و سیستانی در سطح بسیار بالایی است، به‌طوری که می‌تواند در دنیا مطرح شود، اما عدم برنامه‌ریزی و عدم ایجاد

1. Aggarwal et al
2. Henao-Zapata and Peiro
3. Simmons & Braun
4. World Bank Group

تشکل باعث شده تا هنر، فرهنگ و آداب و رسوم این منطقه کمتر دیده شود. همچنین صنایع دستی سیستان و بلوچستان تجسمی از لطافت و هنر مردم این منطقه است که اگر مورد حمایت قرار گیرد و بتوان از ظرفیت‌های آن به‌طور صحیح بهره برد، مشکلات اقتصادی استان را تا حد زیادی رفع خواهد کرد.

به دلیل نبود بازارچه‌های صنایع دستی و همچنین نبود حمایت‌های لازم از این صنعت قدیمی در این استان مرزی، بسیاری از صنایع دستی این منطقه به دست فراموشی سپرده شده و بسیاری دیگر رفته‌رفته جایگاه خود را از دست داده است. صنایع دستی می‌تواند ضمن اشتغال‌زایی، فرهنگ و سنت را در جامعه ترویج دهد. صنایع دستی سیستان و بلوچستان یکی از محورهای توسعه اقتصادی جهت رفع مشکل بیکاری است و توجه این صنایع دستی زمینه تحقق اقتصاد مقاومتی را فراهم می‌کند. همچنین با توجه به نرخ بیکاری بالا در این استان به‌خصوص برای زنان، توجه به صنایع دستی می‌تواند راه حلی برای کاهش بیکاری و ایجاد کارآفرینی در این استان باشد؛ بنابراین پژوهش حاضر با هدف بررسی نقش سرمایه اجتماعی در کارآفرینی زنان شاغل در صنایع دستی روستاهای بخش لاشار شهرستان نیکشهر مورد کنکاش قرار گرفته و درصدد پاسخگویی به سؤالات اساسی زیر طراحی شده است:

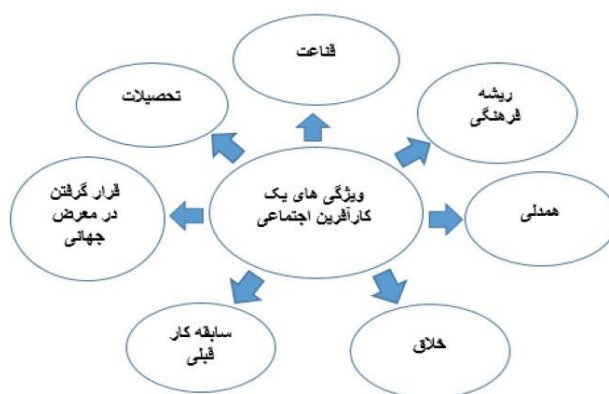
- ۱- مهم‌ترین عامل کارآفرینی در بین زنان روستایی در بخش لاشار کدام است؟
- ۲- در بین متغیرهای سرمایه اجتماعی کدام متغیر بیشترین تأثیر را بر کارآفرینی دارد؟
- ۳- آیا بین سرمایه اجتماعی و ویژگی‌های فردی کارآفرینان زن روستایی ارتباط معنی‌داری وجود دارد؟

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

امروزه توسعه روستایی بیشتر از همیشه وابسته به توسعه کارآفرینی است و دانشمندان، کارآفرینان روستایی را بزرگ‌ترین اهرم توسعه سکونتگاه‌های روستایی در نظر می‌گیرند (اگراروال^۱، ۲۰۱۸). همچنین کارآفرینی با تنوع‌بخشی به تولید محصولات و افزایش سطح اشتغال و کسب‌وکار در سطح جامعه، نابرابری و شکاف اقتصادی و اجتماعی را در جوامع کاهش می‌دهد و عاملی آسان‌تر در جهت رسیدن به توسعه پایدار است (ایگان^۲، ۲۰۱۵). توسعه کارآفرینی با افزایش رقابت‌پذیری و تحریک نوآوری‌ها نیز به اشتغال‌زایی، افزایش تولیدات و ارزش افزوده محصولات روستائیان و در نهایت توسعه روستایی منجر خواهد شد (هارپا^۳، ۲۰۱۷). کائو و استیونسون ۱۹۸۵ کارآفرینی را تلاشی برای ایجاد ارزش از طریق به‌کارگیری فرصت‌های تجاری موجود تعریف کرده‌اند. تشخیص فرصت و تحمل ریسک برای دریافت نوع خاصی از پاداش‌ها، دلایلی برای راه‌اندازی کارآفرینی است (آموفه^۴، ۲۰۲۱).

کارآفرینی اجتماعی به معنای ایجاد ارزش اجتماعی به‌جای ایجاد منافع اقتصادی است (بدی و یداو^۵، ۲۰۱۹). بر اساس گزارش مانیاتور جهانی کارآفرینی (GEM)، ۱۲۶ میلیون زن در ۶۷ اقتصاد در سرتاسر جهان کسب‌وکارهای جدید را راه‌اندازی یا اداره می‌کنند و تخمین زده می‌شود که ۹۸ میلیون کسب‌وکار مستقر را اداره می‌کنند. بسیاری از زنان کارآفرین نه‌تنها برای خود و هم‌بنیان‌گذارانشان شغل ایجاد کرده‌اند، بلکه دیگران را نیز استخدام کرده‌اند (کلی و همکاران^۶، ۲۰۱۱). این نشان می‌دهد که نقش زنان کارآفرین در اقتصاد جهانی به‌طور قابل توجهی در حال افزایش است. یکی از مهم‌ترین عوامل در بازار جهانی، رشد تهاجمی تعداد زنان کارآفرین است (آریفین و همکاران^۷، ۲۰۲۰).

1. Aggarwal
2. İyigün
3. Harpa
4. Amofah
5. Bedi & yadav
6. Kelly et al.
7. Arifin et al.



شکل ۱. ویژگی‌های یک کارآفرین اجتماعی، مأخذ: (پانگریا، ۲۰۱۹).

مشارکت زنان در سرمایه‌گذاری‌های اجتماعی یک حوزه رو به رشد است و با وجود اینکه ارزش‌هایی که بر زنان درگیر در کارآفرینی تجاری تأثیر می‌گذارد، بررسی شده است، اما اطلاعات کمی در باره ارزش‌هایی که کارآفرینی اجتماعی تحت رهبری زنان، ایجاد می‌کنند وجود دارد (بروگویست و بروین^۲، ۲۰۱۹). توافق کلی در باره ماهیت کارآفرینی، شروع تغییر از طریق خلق یا نوآوری است که با ریسک همراه است (جایادتا، ۲۰۱۷).

پژوهش در زمینه سرمایه اجتماعی با دشواری‌های زیادی همراه است. هیچ راه مستقیمی برای اندازه‌گیری اجتماعی وجود ندارد، زیرا سرمایه اجتماعی ابعاد زیادی را در بر می‌گیرد. سرمایه اجتماعی چندوجهی است و محققان عواملی را که فکر می‌کنند بیشتر با تحقیقاتشان مرتبط است، انتخاب می‌کنند. از طرف دیگر بهره‌وری نیز دشوار است. بهره‌وری نسبت دروندادها به برون‌دادها را مقایسه می‌کند. پایه اصلی سرمایه اجتماعی بر اهمیت روابطی است که ایجاد ارتباط با دیگران و حفظ آن باعث می‌شود که افراد کارهایی را که به‌تنهایی از انجام آن عاجزند به انجام برسانند. این افراد از طریق مجموعه‌ای از شبکه‌ها به یکدیگر مرتبط می‌شوند و با علاقه‌مندی به ارزش‌هایی که باور دارند، با سایر اعضا سهیم شده و نوعی سرمایه را به وجود می‌آورند.

در این ارتباط هر چه انسان افراد بیشتری را بشناسد سرمایه اجتماعی‌اش غنی‌تر می‌گردد (شهرکی و حیدری، ۱۳۹۶). تحولات و تغییرات سریع و شتابان جامعه بین‌المللی، گذار از جامعه سنتی به جامعه اطلاعاتی و همچنین تغییر اقتصاد ملی به اقتصاد جهانی، نیازمند راه‌کارهای مختلفی جهت فراهم کردن امکان رشد و توسعه اقتصادی در جامعه است (دیوسالار و بزرگی، ۱۳۹۱: ۲). از طرفی امروزه توسعه متکی بر وجود منابع طبیعی فراوان، ذخایر زیرزمینی و نظام سیاسی و اجتماعی خاصی نیست. تحقق اهداف توسعه دوران کنونی در گرو آدمی است و نه طبیعت. آدمی است که منابع اصلی را فراهم می‌سازد و عامل اصلی همه توسعه‌های اقتصادی از ذهن برمی‌خیزد.

قدرت، ابتکار و تکاپوی سازنده نه‌تنها در یک زمینه، بلکه در بسیاری از زمینه‌ها از وجود آدمی فوران می‌کند. در این میان، کارآفرینی به‌عنوان پدیده‌ای که اصلی‌ترین سرمایه مورد نیاز آن داشتن خلاقیت، جسارت، پیشرفت و بهره‌گیری به‌موقع از فرصت‌هاست، از مهم‌ترین منابع بالقوه اقتصادی، افزایش بهره‌وری، کالا و خدمات جدید محسوب می‌گردد (میرزائی، ۱۳۹۳: ۹). از مشکلات اساسی کشورهای در حال توسعه، اتکای بیش از حد درآمد دولت به صادرات یک یا تعداد محدودی کالا است. این موضوع در ایران به‌صورت وابستگی درآمد دولت به صادرات نفت به‌وضوح نمایان بوده و این در حالی است که نوسان قیمت نفت و آسیب‌پذیری اقتصاد تک‌محصولی، لزوم بازنگری و توجه عمیق به سیاست‌های توسعه اقتصادی کشور را ایجاد می‌کند تا بتوان راه‌های منجر به توسعه درآمدهای غیر

نفی را ایجاد کرد (مطیعی لنگرودی و همکاران، ۱۳۹۷: ۲).

کارآفرینی، فرایند خلق چیزهای جدید و باارزش از طریق اختصاص زمان و تلاش مورد نیاز، در نظر گرفتن ریسک‌های مالی و روانی و اجتماعی همراه با رسیدن به پاداش‌های پولی و رضایت فردی و استقلال است. نقش کارآفرینی و وجود افراد کارآفرین می‌تواند تعیین‌کننده باشد و شاید به همین دلیل، اقتصاددانان، کارآفرینی را موتور رشد اقتصادی تعبیر کرده‌اند، کارآفرینی از طریق کشف فرصت‌ها و بهره‌برداری مناسب از آن‌ها، ایجاد فرصت‌های اشتغال و تغییر در محیط زندگی می‌تواند به توسعه کمک کند (اکبرپور، ۱۳۹۵: ۵۲).

واژه کارآفرینی از کلمه فرانسوی «Entrepreneurs» به معنای متعهد شدن سرچشمه گرفته است. کارآفرینی اولین بار مورد توجه اقتصاددانان قرار گرفت و تمامی مکاتب اقتصادی از قرن ۱۶ میلادی تا کنون به نحوی کارآفرینی را در نظریه‌های اقتصادی خویش تشریح نموده‌اند (شریف‌زاده و همکاران، ۱۳۹۶: ۱۸). فرآیندی که بتواند با استفاده از خلاقیت، چیز نویی را همراه با ارزش جدید با استفاده از زمان، منابع، ریسک و به‌کارگیری همراهان به وجود آورد کارآفرینی گویند. کارآفرینی فقط فردی نیست. سازمانی هم می‌تواند باشد حتی شرکت‌های بزرگ اعم از دولتی و خصوصی هم می‌توانند به کارآفرینی دست زنند. امروزه حتی صحبت از دولت کارآفرین به میان آمده است (نوابخش، ۱۳۹۶: ۱۲).

جدول ۱. سیر تکاملی تعاریف کارآفرینی

ردیف	محقق	تعاریف
۱	باتیست سی (۱۸۱۹)	کسی که ابزار تولید را فراهم می‌آورد.
۲	دراکر (۱۹۸۹)	یک رفتار است و در واقع به کار بردن مفاهیم و تکنیک‌های مدیریتی، استانداردهای محصول، بنا نهادن کار بر پایه آموزش است.
۳	ارتورکول (۲۰۰۳)	فعالیت هدفمند که شامل یک سری تصمیمات منسجم فرد یا گروهی از افراد برای ایجاد، توسعه یا حفظ واحد اقتصادی است.
۴	نشئات (۲۰۰۵)	کارآفرینی را قبول مخاطره، تعقیب فرصت‌ها و ارضای نیازها از طریق نوآوری و تأسیس یک کسب‌وکار می‌داند.
۵	سیتومورانگ و میرزانتی (۲۰۱۲)	سازمان‌دهی تولید و اعمال شیوه‌های نوین و سودآور و مقابله با خطرات احتمالی در فعالیتهای اقتصادی.
۶	جوگیتا و ایمانتاس (۲۰۱۵)	تلاشی است برای ایجاد ارزش از طریق شناخت فرصت‌های شغلی، مدیریت، ریسک مناسب و استفاده از مهارت‌های مدیریتی و ارتباطی به‌منظور بسیج نمودن منابع انسانی و مالی برای به ثمر رسیدن یک پروژه.
۷	پیتینو و همکاران (۲۰۱۸)	فرآیند یا مفهومی است که در طی آن فرد کارآفرین با ایده‌های نو و خلاق و شناسایی فرصت‌های جدید، با بسیج منابع به ایجاد کسب‌وکار و شرکت‌های نو، سازمان‌های جدید و نوآور رشد یابنده مبادرت می‌ورزد. این امر توأم با پذیرش خطرات است ولی اغلب منجر به معرفی محصول یا ارائه خدمت به جامعه می‌شود. بنابراین «کارآفرینان» عوامل تغییر هستند که گاهی موجب پیشرفت‌های حیرت‌انگیز نیز شده‌اند.

با توجه به تعاریف پیش‌گفته در یک تعریف جامع، کارآفرینی را می‌توان ایجاد کسب‌وکارهای نوآورانه تلقی کرد. فعلاً در کشور ما نظام آموزش‌دهنده، افرادی را پرورش می‌دهد که فقط می‌توانند شکاف‌های شغلی بسیار تعریف شده را پر کنند و بنابراین باید حرکتی عظیم در راستای تولید کارآفرینان به‌عنوان قطب عملیاتی و توسعه پایدار کشور صورت گیرد که این به معنای اتصال جامعه با صنعت و فناوری است. از گذشته‌های بسیار دور صنایع دستی در استان سیستان و بلوچستان نیز جایگاهی ممتاز داشته است.

امروزه نیز صنایع دستی در استان سیستان و بلوچستان از لحاظ تأمین درآمد پس از کشاورزی و دامداری از موقعیت ویژه‌ای برخوردار است. اصولاً منبع اصلی درآمد برای بلوچ‌های ساکن، کشاورزی و برای بلوچ‌های متحرک، دام‌پروری است که متأسفانه در سال‌های اخیر به علت خشکی فراوان، کشاورزی و دام‌پروری تا حد بسیار زیادی افت کرده است. در نتیجه عوامل مذکور، مردم استان سیستان و بلوچستان، به‌ناچار به فعالیتهای غیر کشاورزی روی

آورده‌اند و سعی کرده‌اند با توسل به فرآورده‌های مذکور، زندگی خود را سروسامان بخشند، صنایع دستی بیانگر چهره‌ای از زندگی مردمان بلوچ است که در رنگ‌ها و نقش‌های سوزن‌دوزی بلوچ یا گلیم و قالی مفهوم می‌یابند. زنان روستایی نیز در کنار خانه‌داری و کمک به امر کشاورزی و دامداری به ساخت انواع صنایع دستی اشتغال دارند. هنرهای دستی مردم استان سیستان و بلوچستان عبارت‌اند از: قالی‌بافی، گلیم‌بافی، چادربافی، سفره‌بافی، حصیربافی، نمدالی، سوزن‌دوزی، سکه‌دوزی، سفال‌سازی، خراطی و لنج‌سازی (راشدی، ۱۳۹۵: ۶۵).

به هر حال، بر اساس مطالعات، توسعه کارآفرینی از راهبردهای مهم توسعه روستایی است که در دهه‌های اخیر برای غلبه بر مسائل اقتصادی - اجتماعی پیش روی جوامع روستایی مورد توجه قرار گرفته است. در همین راستا ذوالفقاری (۱۴۰۲)، به تبیین رابطه سرمایه اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی پرداخته است. بر اساس یافته‌های پژوهش، بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی ۰/۶۵، بین اعتماد اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی ۰/۴۸، بین انسجام اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی ۰/۵۷، بین مشارکت اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی ۰/۵۰، بین تعهد اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی ۰/۴۸، بین باورهای مذهبی و کارآفرینی اجتماعی ۰/۳۸ و بین تعلق اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی ۰/۵۵ رابطه معنی‌دار وجود دارد.

اکبرپور (۱۴۰۲) به مدل‌سازی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی پرداخته است. بر اساس نتایج، واگذاری وام‌های بانکی با بهره کم و دوره بازپرداخت بلندمدت، به افراد پیشرو در زمینه فعالیت‌های کارآفرینی و خرید تضمینی محصولات پیشنهاد گردیده است. شاهوند و همکاران (۱۴۰۱) الگوی پارادایمی توسعه کارآفرینی اجتماعی زنان روستایی را با استفاده از تئوری بنیانی مورد بررسی قرار داده‌اند. نتایج نشان داد مهم‌ترین جنبه تأثیرگذار در کارآفرینی اجتماعی، جنبه فرهنگی-اجتماعی است. بعد از آن به ترتیب جنبه‌های روان‌شناختی، اقتصادی، زیست‌محیطی، فناوری و قانونی-سیاسی قرار داشتند.

بهمنی و همکاران (۱۳۹۹) به تبیین نقش میانجی همدلی در ارتباط بین سرمایه‌های روان‌شناختی و کارآفرینی اجتماعی زنان روستایی پرداخته‌اند. نتایج تجزیه و تحلیل داده‌ها نشان داد که بین سرمایه‌ی روان‌شناختی و کارآفرینی اجتماعی زنان رابطه معنی‌داری وجود دارد. همچنین، سرمایه‌ی روان‌شناختی بر کارآفرینی اجتماعی با نقش میانجی همدلی با ضریب ۰/۴۸ تأثیر معنی‌داری دارد. بنی‌اسدی (۱۳۹۰) به بررسی رابطه سرمایه اجتماعی با کارآفرینی روستایی (مطالعه موردی: روستای شهرستان کرمان) پرداخت و به این نتیجه رسید که بین کارآفرینی روستایی و سرمایه اجتماعی، کارآفرینی و همبستگی، کارآفرینی و آگاهی، کارآفرینی و مشارکت ارتباط مستقیم و معنی‌داری وجود دارد.

ربیعی و صادق‌زاده (۱۳۹۰) به بررسی رابطه سرمایه اجتماعی با کارآفرینی پرداختند و به این نتیجه رسیدند که شرایط محیطی متأثر از سرمایه اجتماعی می‌تواند فرصت خلاقیت به کارآفرینی را دستخوش تغییر کنند. داشتن شبکه‌ای از روابط گسترده، بالا بودن اعتماد و تبادل اطلاعات، میل به کارآفرینی را افزایش خواهد داد. بالا بردن حمایت اجتماعی از ریسک خلاقانه، ارتقاء روحیه کار تیمی و فعالیت‌های مشارکتی عوامل ارتباطی و روابط متقابل با اعتماد، زمینه‌های اجتماعی کارآفرینی به‌شمار می‌آیند.

ربیعی و سرابی (۱۳۹۲) به بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی و ابعاد آن بر کارآفرینی زنان (مطالعه موردی: انجمن زنان مدیر کارآفرین) پرداختند و به این نتیجه رسیدند که رابطه مثبت و معناداری میان سرمایه اجتماعی و هر سه بعد آن (ساختاری، رابطه‌ای و شناختی) با کارآفرینی زنان برقرار است و در بررسی اینکه کدام‌یک از ابعاد سرمایه اجتماعی بیشترین تأثیر را بر کارآفرینی زنان دارند، مشخص شد که در میان ابعاد سرمایه اجتماعی، بعد ساختاری دارای بالاترین تأثیر بر کارآفرینی زنان است و پس از آن بعد شناختی قرار دارد و بعد رابطه‌ای دارای کمترین تأثیر

بر کارآفرینی زنان است.

جمشیدی و همکاران (۱۳۹۲) به پژوهشی با عنوان «بررسی عوامل پیش‌برنده و بازدارنده توسعه کارآفرینی زنان روستایی» پرداختند. روش پژوهش توصیفی-تحلیلی بوده است. جامعه آماری پژوهش را تمامی زنان روستایی بخش میانکوه تشکیل دادند. با استفاده از تحلیل عاملی عوامل اقتصادی، مشارکت اجتماعی، محیطی، فردی و مدیریتی، سیاسی، زیرساختی و ترویجی به‌عنوان عوامل پیش‌برنده و بازدارنده توسعه کارآفرینی مشخص شدند.

یعقوبی فرانی و همکاران (۱۳۹۳) به پژوهشی با عنوان «تحلیل عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان روستایی» پرداخته‌اند. پژوهش از نوع کاربردی و توصیفی-همبستگی است. جامعه آماری پژوهش زنان روستایی کارآفرین استان همدان بودند. یافته‌های پژوهش نشان‌دهنده وجود رابطه معنادار بین ویژگی‌های شخصیتی، وضعیت اقتصادی و شرایط اجتماعی-فرهنگی زنان با سطح کارآفرینی آن‌ها و نیز عدم وجود رابطه معنادار بین وضعیت خانوادگی و سطح کارآفرینی است.

رقی و همکاران (۱۳۹۷) با بررسی و تبیین نقش سرمایه اجتماعی در شکل‌گیری زمینه کارآفرینی روستائیان بخش سیدان شهرستان مرودشت به این نتیجه رسیدند که بین کارآفرینی روستایی و سرمایه اجتماعی ارتباط مثبت و معنی‌داری وجود دارد. افرادی که سرمایه اجتماعی بالایی دارند زمان اندکی را صرف حراست و حمایت از خود در جهت استثمار شدن در تعاملات اقتصادی و نظارت بر عملکرد دیگران می‌نمایند و این باعث می‌شود که افراد زمان بیشتری را جهت فکر کردن، خلاقیت، نوآوری و در نهایت کارآفرینی داشته باشند. هرگونه بهبود در سرمایه اجتماعی و عوامل مرتبط با آن به بهبود در کارآفرینی منجر می‌شود.

ری گالواو و همکاران^۱ (۲۰۲۰) به بررسی توسعه کارآفرینی در روستاهای مرکزی کشور پرتغال پرداخته‌اند. نتایج نشان می‌دهد که اجرای برنامه ویژه کارآفرینی با درگیر کردن بازیگران محلی (مؤسسات آموزش عالی، انجمن‌های تجاری و انجمن‌های توسعه محلی) اجازه ایجاد شبکه‌ای را داد که منجر به ایجاد یک اکوسیستم کارآفرینی در یک قلمرو روستایی شد.

آگاروال و همکاران^۲ (۲۰۲۰) پس از بررسی رویکرد کیفی عوامل حیاتی برای توسعه کارآفرینی اجتماعی زنان در هند، نشان دادند که عوامل فردی، اجتماعی و محیطی بر موفقیت زنان کارآفرین اجتماعی مؤثر واقع می‌شوند. استفن و همکاران^۳ (۲۰۱۸) به پژوهشی با عنوان «توانمندسازی زنان در شرق آفریقا: توسعه یک معیار قابل مقایسه بین کشورها» پرداختند. این پژوهش در میان زنان متأهل ۱۵ تا ۴۹ سال اتیوپی، کنیا، رواندا، تانزانیا و اوگاندا انجام شده است. یافته‌های پژوهش نشان‌دهنده یک مدل سه‌گانه دامنه توانمندسازی و میزان درآمد زنان، نگرش‌های جنسیتی مربوط به سوء استفاده از همسر و مشارکت زنان در تصمیمات خانگی است.

کومار^۴ (۲۰۱۷) به پژوهشی با عنوان «شناسایی عوامل مؤثر بر توانمندسازی زنان روستایی منطقه پاتنا در هند» پرداختند. در این پژوهش، توانمندسازی زنان مناطق روستایی منطقه پاتنا در سه بعد، یعنی روان‌شناسی، اجتماعی و اقتصادی، بررسی شد. نتایج بیانگر آن بود که به جلسات آموزشی بیشتری در زمینه فعالیت‌های تولیدی درآمدزا نیاز داشته و نیز به ایجاد زمینه برای توسعه مهارت و استعداد افراد با شرکت در برنامه‌های آموزشی مختلف نیازمند هستند. بررسی‌ها نشان داد پیشرفت قطعی در زمینه رفاه روان‌شناختی و توانمندسازی اجتماعی زنان روستایی در نتیجه مشارکت در مؤسسات مالی و اجتماعی وجود دارد.

1. ReiGalvão et al
2. Agarwal et al.
3. Stephanie et al.
4. Kumar

گوتام و میشر^۱ (۲۰۱۶) به پژوهشی با عنوان «بررسی چالش‌های کارآفرینی زنان روستایی» پرداختند. جامعه آماری پژوهش زنان روستایی در استان تمپل نادو هندوستان بود. یافته‌های پژوهش آن‌ها نشان داد که مهم‌ترین موانع توسعه کارآفرینی در میان زنان روستایی هند را کمبود آموزش، کمبود اعتماد به نفس، نبود آگاهی در مورد توانایی‌هایشان و نیز نداشتن استقلال مالی تشکیل داده‌اند.

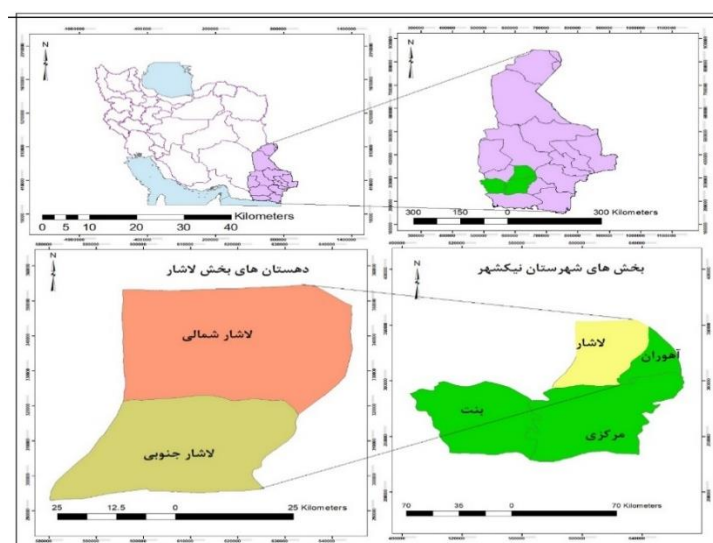
پون و همکاران^۲ (۲۰۱۲) به بررسی سرمایه اجتماعی و کارآفرینی زنان در مناطق روستایی پرداختند و به این نتیجه رسیدند که سرمایه اجتماعی خانواده باعث افزایش احتمال اشتغال زنان می‌شود، اما سرمایه اجتماعی سازمانی اثر متضادی دارد. به‌عنوان بخشی از سرمایه اجتماعی خانواده، کودکان و اعضای خانواده مذکر به مشاغل، درآمد و شبکه‌های اجتماعی کمک می‌کنند.

نوآوری

به هر حال با توجه به پیشینه‌های بررسی شده، با وجود آنکه تا کنون عوامل مؤثر بر کارآفرینی روستایی در ابعاد مختلف مورد بررسی و ارزیابی قرار گرفته، ولی در هیچ‌یک از این پژوهش‌ها، نقش سرمایه اجتماعی در کارآفرینی زنان روستایی با تأکید بر صنایع دستی بررسی نشده است. لذا این پژوهش در این زمینه می‌تواند یافته‌ها و نتایج نسبتاً جدیدی را ارائه نماید.

روش پژوهش

شهرستان نیکشهر با وسعت ۱۲۲۸۰ کیلومتر مربع معادل ۶/۶ درصد از مساحت استان سیستان و بلوچستان را به خود اختصاص داده است. این شهرستان با موقعیت جغرافیایی ۶۰ درجه و ۱۳ دقیقه طول شرقی و ۲۶ درجه و ۱۳ دقیقه عرض شمالی از شمال به شهرستان‌های ایرانشهر و دلگان، از شرق به شهرستان قصرقند، از غرب به شهرستان فنوج و استان هرمزگان و از جنوب به شهرستان‌های کنارک و چابهار محدود شده است. بخش لاشار از توابع شهرستان نیکشهر با ۴۵۸۰ کیلومتر مربع وسعت از شمال به بخش بمپور شهرستان ایرانشهر، از جنوب به شهرستان نیکشهر و بخش قصرقند از شرق به شهرستان سرباز و از غرب به بخش فنوج منتهی می‌شود و فاصله مرکز بخش (اسپکه) با شهر نیکشهر ۱۱۰ کیلومتر است. (استانداری سیستان و بلوچستان: ۱۳۹۸).



شکل ۲. موقعیت سیاسی بخش لاشار در استان و کشور (ترسیم نگارندگان، ۱۴۰۳)

1. Gautam & Mishra
2. Poon et al.

بخش لاشار دارای ۶۰۰۰ خانواده کشاورز و ۲۰۰۰ خانواده دامدار است. مساحت کلی اراضی کشاورزی این بخش ۲۲۵۳ هکتار می‌باشد که ۸۷۳ هکتار آن زراعی و ۱۳۸۰ هکتار باغی است. در این بخش ۲۲۰۰۰ هکتار اراضی قابل احیا وجود دارد. دامداری در این منطقه از اصولی‌ترین امورات بوده و از نظر مهاجرت ۶ درصد نیروی کار آن در کشورهای خارجی حوزه خلیج فارس مشغول به کار هستند. در این منطقه ۳۰ روستای بالای ۲۰ خانوار وجود دارد که حدود ۵۲۳۸ خانوار با جمعیت ۲۲۵۶۱ نفر در آن روستاها ساکن می‌باشند (سازمان جهاد کشاورزی، ۱۳۹۷ به نقل از پاکزاد، ۱۳۹۵). پژوهش حاضر از نوع کاربردی بوده و از روش توصیفی - تحلیلی به منظور بررسی پارامترهای مورد بررسی سود جسته و همانند بسیاری از پژوهش‌ها دارای دو زیر بخش عمده جهت انجام بوده است.

بخش اول را مطالعات اسنادی و کتابخانه‌ای جهت بررسی مواردی چون ادبیات نظری موضوع و پیشینه تحقیق به خود اختصاص داده و بخش دوم در قالب پژوهش میدانی و پیمایشی جهت جمع‌آوری اطلاعات و سپس تدوین و تکمیل پرسش‌نامه انجام پذیرفته است. روایی صوری و محتوایی پرسش‌نامه با تأیید کارشناسان مربوطه انجام شد و پایایی آن با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ $\alpha = 0.85$ برآورد گردیده که با توجه به آستانه‌های در نظر گرفته شده در منابع علمی معتبر، از قابلیت اعتماد مطلوبی برخوردار است. جامعه آماری پژوهش حاضر شامل زنان کارآفرین بخش لاشار در شهرستان نیکشهر است. با توجه به تعداد روستاهای بخش لاشار. محقق روستاهایی را شناسایی نمود که در آن زنان به فعالیت و کار مشغول هستند. بر این اساس تعداد ۱۶ روستا در دو بخش شهرستان نیکشهر به صورت هدفمند انتخاب شد.

جدول ۲. روستاهای مورد پرسشگری در تحقیق

ردیف	روستا	جمعیت (نفر)	مرد (نفر)	زن (نفر)	خانوار	جمعیت زنان بالای ۱۵ سال
۱	تنگ سرحد	۱۷۸۹	۹۰۹	۸۸۰	۴۶۵	۶۴۰
۲	هریدوک	۱۵۶۹	۷۹۴	۷۷۵	۳۹۷	۵۷۶
۳	پیپ	۱۵۵۰	۷۴۸	۸۰۲	۴۴۱	۵۸۷
۴	جاکس	۸۵۳	۴۳۲	۴۲۱	۲۲۵	۳۰۵
۵	ورکات	۵۶۷	۲۸۵	۲۸۲	۱۵۴	۲۰۴
۶	پیرکشان	۳۱۴	۱۶۴	۱۵۰	۹۴	۱۱۱
۷	سرخ‌کان	۷۵	۴۳	۳۲	۲۴	۲۱
۸	جان‌آباد	۷۸	۴۱	۳۷	۲۷	۲۴
۹	گتی‌تسک	۶۴	۲۷	۳۷	۱۶	۲۹
۱۰	کهنک میرآباد	۱۰۹۳	۵۲۶	۵۶۷	۲۹۴	۳۶۹
۱۱	عیسی‌آباد	۶۳۵	۳۲۶	۳۰۹	۱۳۸	۲۳۲
۱۲	هیدوچ	۴۴۸	۲۱۵	۲۳۳	۱۰۲	۱۵۹
۱۳	گسک محمدآباد	۴۹۰	۲۵۲	۲۳۸	۱۱۳	۱۴۸
۱۴	دپگزان	۲۵۴	۱۲۴	۱۳۰	۶۶	۸۶
۱۵	بغدان	۱۸۹	۹۵	۹۴	۴۹	۷۲
۱۶	رزی	۱۴۱	۷۰	۷	۳۸	۵۴

در پژوهش حاضر حجم نمونه به صورت تمام پرسشگری انجام شده است. به این صورت که تعداد ۱۶ واحد کارآفرینی زنان در منطقه شناسایی شد و زنان و مردان متولی کارآفرینی زنان در این مناطق مورد سنجش و ارزیابی قرار گرفتند. حجم نمونه پرسشگری در این پژوهش تعداد ۵۰ نفر هستند^۱. در مراحل بعدی تحقیق تحلیل داده‌های

۱. زمانی که جامعه آماری یک تحقیق؛ کارشناسان و افراد صاحب‌نظر باشند انتخاب ۲۵ نفر به بالا به‌عنوان نمونه، از نظر علمی مناسب است. به عبارتی تحقیقات متخصص‌محور که نمونه از بین کارشناسان و افراد صاحب‌نظر انتخاب می‌شوند؛ نیازی به استفاده از فرمول‌های آماری نیست.

گردآوری شده در قالب پرسش‌نامه با استفاده از نرم‌افزار SPSS و آزمون‌های تحلیل عاملی، و ضریب همبستگی پیرسون انجام پذیرفت.

یافته‌ها

میانگین سنی جامعه نمونه ۴۶/۴ سال، با حداقل ۲۳ سال و حداکثر ۶۸ سال و از لحاظ سواد، ۶۸ درصد آن‌ها زیر دیپلم و ۳۲ درصدشان بالاتر از دیپلم بوده‌اند. بیشترین حوزه کارآفرینی در منطقه مورد مطالعه مربوط به پرریوردوزی و گلدوزی است (جدول ۳).

جدول ۳. فراوانی فعالیت‌های تولیدی پاسخگویان

فراوانی	کسب کار در منطقه مورد مطالعه
۵	صنایع دستی تولیدی با برگ درخت داز
۹	حصیربافی تولیدی با برگ درخت خرما
۱۰	سوزن‌دوزی، سیاه‌دوزی و سکه‌دوزی
۱۵	پرریوردوزی (گلدوزی سنتی ساکنان نیکشهر)
۹	محصولات تولیدی به‌وسیله خرما و انبه
۲	صنایع تبدیلی در بخش دامداری

در خصوص پاسخ به پرسش اول: به نظر می‌رسد ویژگی روان‌شناختی بیشترین تأثیرگذاری را بر کارآفرینی زنان روستایی داشته باشد. از نتایج حاصل از پرسشنامه در محیط SPSS به روش تحلیل عاملی استفاده شد. نتایج نشان داد که ویژگی روان‌شناختی (انگیزه، پشتکار، تجربه و مهارت) با بار عاملی (۱۰/۵۶) در رتبه اول، نظام تجاری و قوانین حاکم بر آن با بار عاملی (۵/۷۷) در رتبه دوم، خطرپذیری و دسترسی به تسهیلات با بار عاملی (۲/۴۳) در رتبه سوم قرار گرفتند. بر اساس نتایج جدول (۴)، عوامل یادشده تأثیرگذاری بیشتری نسبت به سایر عوامل در کارآفرینی زنان روستایی داشته‌اند به‌طوری که افراد صاحب‌نظر (زنان روستایی کارآفرین) معتقدند بوده‌اند که مهم‌ترین عامل ویژگی‌های روان‌شناختی و درونی افراد است که باعث می‌شود زنان برای ایجاد کسب‌وکار قدم بردارند. آن‌ها معتقد بوده‌اند که اگر افراد منابع درآمدی هم نداشته باشند ولی انگیزه کار را داشته باشند می‌توانند زمینه‌های کار را برای خود فراهم کنند؛ البته در مرحله بعد حمایت مالی و بازار مناسب را به عنوان زمینه‌های توسعه کار می‌دانستند.

جدول ۴. آزمون بارتلت و مقدار عددی KMO عوامل کارآفرینی

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy		
۰/۷۳۶	Approx. Chi-Square	Bartlett's Test of Sphericity
۸۸۴/۶۰۱	درجه آزادی	
۲۳۱	سطح معنی‌داری	
۰۰۰		

به‌منظور آزمون پرسش دوم از روش تحلیل عاملی استفاده گردید. بر اساس نتایج حاصل از تحلیل عاملی در جدول (۵) مشخص شد که مشارکت و آگاهی اجتماعی مهم‌ترین عامل تأثیرگذار بر کارآفرینی در بین زنان روستایی بوده است. اعتماد اجتماعی و انسجام اجتماعی در رتبه‌های بعدی قرار دارند.

جدول ۵. عوامل استخراج‌شده، بار عاملی و نام‌گذاری برای کارآفرینی

ردیف	شاخص	بار عاملی	عنوان عامل	بار عاملی کل (رتبه عامل)
۱	تا چه اندازه از زنان در امور مدیریتی و گروه‌های ثانویه (دهیاری، شورا و هیأت امنای مسجد) روستا استفاده می‌شود	۰/۵۵۸	مشارکت و آگاهی اجتماعی	اول (۰/۲۹/۹)
۲	تا چه اندازه در مراسمات روستا (عزاداری، جشن، مراسمات محلی و ملی) مشارکت داشته‌اید.	۰/۴۵۶		

ادامه جدول ۵. عوامل استخراج شده، بار عاملی و نام‌گذاری برای کارآفرینی

ردیف	شاخص	بار عاملی	عنوان عامل	بار عاملی کل (رتبه عامل)
۳	تا چه اندازه در انتخابات روستا شرکت داشته‌اید.	۰/۷۴۵		
۴	تا چه اندازه در پروژه‌های در روستا شرکت داشته‌اید که سودی برای شما نداشته است	۰/۵۸۸		
۵	تا چه اندازه در کمک به افراد نیازمند در روستا مشارکت داشته‌اید	۰/۷۲۵		
۶	تا چه اندازه در کمک به هموعان بحران‌زده مشارکت داشته‌اید	۰/۹۱۱	مشارکت	اول
۷	تا چه اندازه در دعوت مجامع ادبی، هنری و توریستی به روستای خود مشارکت داشته‌اید	۰/۹۱۴	و آگاهی	(۰/۲۹/۹)
۸	تا چه اندازه در محافل و جلسات روستای خود مشارکت دارید.	۰/۸۶۶	اجتماعی	
۹	تا چه اندازه روزنامه‌های کشور را مطالعه می‌کنید	۰/۶۲۶		
۱۰	تا چه اندازه به اخبار و رسانه‌های کشور توجه دارید	۰/۸۲۸		
۱۱	تا چه اندازه از اینترنت جهت آگاهی و به دست آوردن اطلاعات استفاده می‌کنید.	۰/۸۸۸		
۱۲	تا چه اندازه از مشکلات دیگران آگاهی دارید	۰/۹۱۴		
۱۳	تا چه اندازه مدیران روستا (دهیار، اعضا شورا) به شما اعتماد دارند	۰/۶۶۱	اعتماد	دوم
۱۴	تا چه اندازه ساکنان روستا به شما اعتماد دارند	۰/۵۲۷	اجتماعی	(۱/۱۸۸)
۱۵	تا چه اندازه در تأمین خدمات مناسب در روستا نظیر آب، برق، تلفن و راه مناسب در روستا مشارکت داشته‌اید	۰/۲۳۴	آبادانی	هفتم (۰/۲۳۴)
۱۶	تا چه اندازه در کارهای دسته‌جمعی (کمک در کشاورزی، خیاطی، سوزن‌دوزی و ...) روستا شرکت می‌کنید	۰/۴۱۹	کنش مشترک	پنجم (۰/۴۸۱)
۱۷	تا چه اندازه در برپایی نمایشگاه‌ها در روستا به‌خصوص صنایع دستی مشارکت دارید	۰/۴۸۱		
۱۸	تا چه اندازه در حل مشکلات اقتصادی روستا مشارکت دارید	۰/۷۲۷	انسجام	سوم
۱۹	تا چه اندازه در حل مشکلات اجتماعی روستا مشارکت دارید	۰/۴۳۵	اجتماعی	(۱/۱۶۲)
۲۰	تا چه اندازه در پاکیزه نگه‌داشتن روستا مشارکت دارید.	۰/۴۵۴	آگاهی	ششم (۰/۴۵۴)
۲۱	تا چه اندازه در ارتقاء و آبادانی روستا مشارکت دارید	۰/۶۲۹	اتحاد و	چهارم
۲۲	تا چه اندازه دوستانی دارید که می‌توانید با آن‌ها درد دل کنید	۰/۲۹۱	همدلی	(۰/۹۲)

برای پاسخ به پرسش سوم از آزمون ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده است. با توجه به نتایج جدول (۶) می‌توان گفت که با اطمینان ۰/۹۹ و سطح خطای کوچک‌تر از ۰/۰۱ بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی رابطه وجود دارد. از طرفی مقدار این رابطه که برابر ۰/۳۶۹ است به‌صورت مستقیم (مثبت) و قابل قبول است. بدین ترتیب که با بالا رفتن سرمایه اجتماعی، میزان کارآفرینی نیز افزایش خواهد یافت. همچنین نتایج آزمون همبستگی نیز نشان می‌دهد که مقدار ۰/۸۷۲ مقدار همبستگی بالا بین متغیرهای مستقل (سرمایه اجتماعی) و وابسته (کارآفرینی) پژوهش را نشان می‌دهد. ضریب تعیین ۰/۷۶۰ بیانگر این است که متغیر مستقل (سرمایه اجتماعی) توانسته است میزان زیادی از واریانس متغیر وابسته (کارآفرینی) را تبیین نماید. همچنین بر مبنای ضریب تعیین تعدیل شده متغیر مستقل سرمایه اجتماعی توانسته است ۴۲/۶ درصد از تغییرات متغیر وابسته کارآفرینی را تبیین نماید.

با توجه به اینکه مجموع مجذورات باقی‌مانده (۵/۴۳) از مجموع مجذورات رگرسیون (۱۷/۲) کمتر است لذا نشان‌دهنده قدرت تبیین بالای مدل در توضیح تغییرات متغیر وابسته است. مقدار F نیز در این پژوهش بیانگر این است که متغیر مستقل از قدرت تبیین بالایی برخوردار بوده و قادر است به‌خوبی میزان تغییرات و واریانس متغیر وابسته را توضیح دهد. در مجموع ضریب رگرسیونی استاندارد شده متغیر مستقل سرمایه اجتماعی در سطح خطای کوچک‌تر از ۰/۰۱ معنی‌دار است؛ بنابراین می‌توان گفت که متغیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی روستائیان مؤثر است؛ یعنی با افزایش یک انحراف استاندارد در متغیر سرمایه اجتماعی، میزان کارآفرینی روستائیان افزایش می‌یابد.

جدول ۶. ضریب همبستگی پیرسون رابطه بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی

کارآفرینی		
۰/۳۶۹	ضریب همبستگی پیرسون	
۰/۰۰۱	سطح معنی داری	سرمایه اجتماعی
۵۵	تعداد نمونه	

بحث و نتیجه گیری

زنان نیمی از افراد هر جامعه را تشکیل می‌دهند و جامعه‌ای که بخواهد نسلی بارور و پویا در زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی تربیت کند نیازمند نیروی عظیمی از جامعه، یعنی زنان خواهد بود. با توجه به اینکه زنان روستایی هم در محیط خانه و خارج از آن، مشغول انجام فعالیت‌های اقتصادی هستند، شایسته است سهم آنان به‌طور دقیق در تمامی فعالیت‌ها تعیین گردد. در این راستا پژوهش حاضر به بررسی نقش سرمایه اجتماعی در کارآفرینی زنان روستایی پرداخته که در راستای تحقق این هدف، اطلاعات حاصل از پرسش‌نامه‌های خانوار و روستا و فرم‌های مشاهدات میدانی در ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های مختلف مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. یافته‌های حاصل از تحلیل عاملی نشان می‌دهد که ویژگی روان‌شناختی (انگیزه، پشتکار، تجربه و مهارت) با بار عاملی (۱۰/۵۶) در رتبه اول قرار گرفته است. یافته‌های این پژوهش با مطالعات شاهوند و همکاران (۱۴۰۱) همخوانی دارد. همچنین مشارکت و آگاهی اجتماعی در رتبه بعدی مهم‌ترین عامل تأثیرگذار بر کارآفرینی در بین زنان روستایی بوده است. در این ارتباط مطالعات یوسفی و شفیع‌ی ثابت (۱۴۰۰) نیز نشان داده که توانمندسازی ساختاری ذی‌نفعان روستایی با نقش میانجی اثرات اجتماعی - فرهنگی ادراک‌شده از توسعه کارآفرینی بر مشارکت آنان در بعد اجتماعی - فرهنگی کارآفرینی تأثیر مثبت و معنادار داشته است.

به هر حال، زنان منطقه لاشار شهرستان نیکشهر، در سال‌های گذشته توانسته‌اند با وجود تمام مشکلات نقش خود را در کارآفرینی و اشتغال در بین مردان نشان دهند. زنان این منطقه توانسته‌اند با حمایت‌های بسیار کم، اما با پشتکار و تلاش در این زمینه گام بردارند و به‌عنوان سمبل در جنوب استان سیستان و بلوچستان برای کارآفرینی نمونه‌های موفق باشند. استفاده از پتانسیل‌ها و توانایی این زنان باعث شده تا سایر زنان روستایی نیز در چنین امری گام بردارند؛ البته باید خاطر نشان کرد که توسعه کارآفرینی زنان نیاز به حمایت‌های بسیاری دارد. در این پژوهش به‌منظور کارآفرینی پایدار و ایجاد اشتغال زنان روستایی پیشنهادهایی ارائه می‌شود، امید است که مورد توجه برنامه‌ریزان قرار گیرد.

پیشنهادها

- برگزاری انواعی از کارگاه‌ها و دوره‌های آموزشی با هدف کارآفرینی و بهبود سبک زندگی در منطقه مورد مطالعه. در این زمینه می‌توان دوره مهارت‌های کارآفرینی و کلاس‌های مهارت‌آموزی مرتبط با مشاغل خانگی را برای زنان روستایی برگزار کرد. همچنین برگزاری دوره‌های ترویجی و آموزشی برای زنان روستایی منطقه مورد مطالعه در زمینه پیشرفت اعم از تولیدی، فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، محیطی و ... برگزار نمود.

- افزایش سطح سواد در منطقه مورد مطالعه. نتایج پژوهش نشان داد که زنان از سطح سواد مناسبی برخوردار نمی‌باشند و مهم‌ترین دلیل آن را هم می‌توان در عدم وجود زیرساخت‌های مناسب در روستاهای مورد مطالعه دانست. اگر سطح سواد زنان روستایی بخش لاشار ارتقاء یابد می‌توانند در زمینه فروش و نوع محصول با توجه به نیاز بازار برنامه‌ریزی کنند و در نتیجه در زمینه کار موفق‌تر باشند. در این زمینه می‌توان به ارائه آموزش‌های لازم به‌منظور

برداشتن موانع فرهنگی به‌ویژه زمینه‌های مختلف مدیریت اقتصادی خانواده، آگاهی زنان از حقوق خود و ضرورت ادامه تحصیل دختران به‌منظور حضور مؤثرتر در فرایند توسعه روستایی پرداخت.

- بدیهی است از طریق تقویت روابط پایدار، نهادی شده و شبکه‌ای، به‌ویژه در قالب تشکلهای گروهی و شبکه‌های اجتماعی همچون تعاونی‌ها و انجمن‌های زنان و شبکه‌های تولیدی، می‌توان زمینه افزایش انسجام، اعتماد و مشارکت گروهی و تسهیل کنش جمعی و به‌تبع آن توانمندسازی زنان روستایی در ابعاد اجتماعی، اقتصادی و سیاسی را فراهم کرد.

- فراهم کردن زمینه‌های بالا بردن مقدار سلامت جسمی در میان زنان روستایی از راه افزایش شاخص‌های مرتبط با رفاه مادی و اجتماعی و شاخص‌های کیفیت زندگی از جمله امید به زندگی که هر کدام به‌نوبه خود در افزایش مقدار توانمندی زنان روستایی و کارآفرینی تأثیرگذار باشد.

- فراهم نمودن تسهیلات مناسب جهت توسعه کارآفرینی برای زنان روستایی. با توجه به اعتقادات اهل سنت در زمینه وام‌های بانکی نهادهای دولتی باید شرایطی را فراهم کنند تا زنان و مردان کارآفرین بتوانند از این تسهیلات جهت کارآفرینی استفاده کنند.

- حمایت دولت از طریق اجرای طرح‌های اجتماع‌محور. در حال حاضر در منطقه مورد مطالعه بنیاد برکت و بنیاد علوی زیر نظر کمیته فرمان حضرت امام (ره) در حال فعالیت‌های اشتغال‌زایی هستند اما این پروژه نتوانسته تمام منطقه مورد مطالعه را پوشش دهد. با توسعه چنین طرح‌هایی می‌توان زمینه‌های مناسب اشتغال را در منطقه مورد مطالعه فراهم نمود.

- استفاده از ظرفیت‌های علمی کشور در منطقه مورد مطالعه. با توجه به اینکه حصیربافی، پرپارادوزی و ... در منطقه مورد مطالعه توسط زنان روستایی انجام می‌شود و این‌گونه صنایع دستی بازار مناسبی را با توجه به طرح‌های اجتماع‌محور منابع طبیعی در استان پیدا نموده است، پارک علم و فناوری می‌تواند با دادن ایده‌های خلاقانه صنایع دستی منطقه را به‌سوی بازارهای جهانی سوق دهد.

منابع

- اکبرپور، محمد (۱۳۹۵). نقش و عملکرد توانمندسازی روستاییان در کارآفرینی مناطق روستایی: مطالعه موردی بخش مرکزی شهرستان هشتروند. *مجله جغرافیا و پایداری محیط*، (۱۸)، ۶۶-۵۱.
- اکبرپور، محمد (۱۴۰۲). *مدل سازی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی*. *مجله آموزش و مدیریت کارآفرینی*، ۲ (۳)، ۱-۱۸. doi: 10.22126/EME.2023.9582.1047
- برقی، حمید؛ شایان، محسن؛ اصلانی سنگده، بیتا (۱۳۹۷). تبیین نقش سرمایه اجتماعی بر شکل‌گیری زمینه‌های کارآفرینی روستاییان مورد مطالعه: بخش سیدان شهرستان مرودشت. *مجله برنامه‌ریزی و آمایش فضا*، ۲۲ (۱)، ۸۳-۵۴.
- بنی‌اسدی، ندا (۱۳۹۰). *بررسی رابطه سرمایه اجتماعی با کارآفرینی روستایی (مطالعه موردی: روستای شهرستان کرمان)*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته توسعه روستایی، دانشکده کشاورزی دانشگاه صنعتی اصفهان.
- بهمنی، اکبر؛ زمانیان، علیرضا؛ اصلانی، فرشید (۱۳۹۹). تبیین نقش میانجی همدلی در ارتباط بین سرمایه‌های روان‌شناختی و کارآفرینی اجتماعی زنان روستایی. *راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی*، ۷ (۱۴)، ۹۴-۸۷. doi: 20.1001.1.25383426.1399.7.14.10.8
- پاکزاد، زهرا (۱۳۹۵). نقش صنایع دستی در کارآفرینی زنان و توسعه اقتصادی. *جلوه هنر*، (۱۵)، ۴۲-۲۹.
- جمشیدی، علیرضا؛ جمینی، داود؛ نظری سرمایه، حمید (۱۳۹۲). بررسی عوامل پیش‌برنده و بازدارنده توسعه کارآفرینی زنان روستایی. *زن و جامعه*، ۴ (۲)، ۱۶۶-۱۳۷.
- دیوسالار، سمانه؛ بزرگی، فرشاد (۱۳۹۱). «بررسی نقش کارآفرینی در رشد اقتصادی و توسعه پایدار»، کنفرانس ملی کارآفرینی

- و مدیریت کسب و کارهای دانش‌بنیان، شرکت پژوهشی طرود شمال، بابلسر، صص ۱-۱۲.
- ذوالفقاری، اکبر (۱۴۰۲). تبیین رابطه سرمایه اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی: فراتحلیل پژوهش‌های بازه زمانی ۱۳۸۸-۱۴۰۱. *مجله توسعه کارآفرینی*، ۱۶ (۲)، ۱۲۹-۱۴۸. doi: 10.22059/jed.2023.349850.654072
- ربیعی، علی؛ سرابی، سولماز (۱۳۹۲). بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی و ابعاد آن بر کارآفرینی زنان (مطالعه موردی: انجمن زنان مدیر کارآفرین). *فصلنامه مطالعات توسعه اجتماعی - فرهنگی*، ۱ (۴)، ۳۳-۶۷.
- ربیعی، علی؛ صادق‌زاده، حکیمه (۱۳۹۰). بررسی رابطه سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی. *فصلنامه رفاه اجتماعی*، (۴۱)، ۲۲۲-۱۹۱.
- سکاران، اوما (۱۳۸۱). *روش‌های تحقیق در مدیریت*. ترجمه محمد صائبی و محمود شیرازی. چاپ دوم. تهران: انتشارات مؤسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه‌ریزی.
- شاهوند، ساناز؛ امیدوی نجف‌آبادی، مریم؛ فرجاله حسینی، سید جمال (۱۴۰۱). الگوی پارادایمی توسعه کارآفرینی اجتماعی زنان روستایی با استفاده از تئوری بنیانی. *جغرافیا و توسعه*، ۲۰ (۹۶)، ۱۸۱-۱۵۹. doi: 10.22111/gdij.2022.7279
- شریف‌زاده، محمدشریف؛ عبدالله‌زاده، غلامحسین؛ اکبری، مرتضی؛ مبینی دهکردی، علی (۱۳۹۶). *کارآفرینی و پایداری به‌سوی کارآفرینی پایدار*. چاپ سوم. تهران: ابتکار نو.
- شهرکی، حسن؛ حیدری، ابراهیم (۱۳۹۶). تحلیل ابعاد اجتماعی و فرهنگی کارآفرینی روستایی: ارائه دو مدل تحلیلی برای کارآفرینی روستایی بر اساس بازخوانی اندیشه‌های آگوست کنت. *کارآفرینی در کشاورزی*، ۴ (۱۵)، ۳۹-۵۴.
- مطیعی لنگرودی، سید حسن؛ رضوانی، محمدرضا؛ دهقانی، ندا (۱۳۹۷). اثرات بازاریابی محصول گردو بر ویژگی‌های کارآفرینانه روستاییان شهرستان بافت. *فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی*، ۷ (۲۳)، ۱۸-۱.
- میرزائی، مجتبی (۱۳۹۳). *بررسی میزان پتانسیل کارآفرینی و عوامل اجتماعی مؤثر بر آن: مطالعه موردی دانشگاه تبریز*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه تبریز، دانشکده حقوق و علوم اجتماعی، گروه علوم اجتماعی، گرایش پژوهشگری، تبریز.
- نوابخش، مهرداد (۱۳۹۶). *مبانی و اصول کارآفرینی اجتماعی*. چاپ اول. مشهد: بهمن برنا.
- ولی‌زاده، مهتاب؛ رستمی، فرحناز؛ شیرینی، نعمت‌اله؛ خوش‌مرام، مژگان (۱۴۰۱). واکاوی عوامل مؤثر بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینی زنان روستایی شهرستان کرمانشاه. *مجله زن در توسعه و سیاست*، ۲۰ (۴)، ۶۹۷-۷۲۱. doi: 10.22059/jwdp.2022.339102.1008164
- یعقوبی فرانی، احمد؛ سلیمانی، عطیه؛ موحدی، رضا (۱۳۹۳). تحلیل عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان روستایی. *مطالعات اجتماعی روان‌شناختی زنان*، ۱۲ (۴)، ۴۲-۷.
- یوسفی، سمیه؛ شفیعی ثابت، ناصر (۱۴۰۰). توانمندسازی ساختاری ذی‌نفعان روستایی برای مشارکت در فراگرد کارآفرینی با نقش میانجی اثرات ادراک شده از توسعه کارآفرینی. *پژوهش‌های دانش زمین*، ۱۲ (۲)، ۱۱۱-۹۳. doi: 10.52547/esrj.12.2.93

References

- Aggarwal, A. K. (2018). Rural Entrepreneurship Development Ecosystem—An Emerging Paradigm of Rural Socio-Economic Development. Available at SSRN: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3184127
- Akbarpour, M. (2016). The Role and Function of Entrepreneurship Empowerment of Villagers in Rural Areas (Case Study: Central Part of Hashtroud). *Geography and Environmental Sustainability*, 6(1), 51-66 (in Persian).
- Akbarpour, M. (2023). Modeling Factors Affecting the Development of Entrepreneurship in Rural Areas (Case Study: Villages of Hashtroud City). *Education and Management of Entrepreneurship*, 2(3), 1-18. <https://doi.org/10.22126/eme.2023.9582.1047> (in Persian).
- Amofah, S. (2021). Indigenous Women Social Entrepreneurship: Poverty Alleviation Tool Used by Development NGOs in Ghana. *Athens Journal of Social Sciences*, 8(2), 151-168. Retrieved

- from <https://www.athensjournals.gr/social/2021-02SOC.pdf#page=77>
- Arifin, B., Wicaksono, E., Tenrini, R. H., Wardhana, I. W., Setiawan, H., Damayanty, S. A., ... & Handoko, R. (2020). Village fund, village-owned-enterprises, and employment: Evidence from Indonesia. *Journal of rural studies*, 79, 382-394.
- Bahmani, A., Zamanian, A., Aslani, F. (2020). Explaining the Mediating Role of Empathy in the Relationship Between Psychological Capital and Social Entrepreneurship of Rural Women (Case Study: Choobast Village). *Journal of Entrepreneurial Strategies in Agriculture*, 7(14), 87-94. <https://doi.org/10.52547/jea.7.14.87>(in Persian).
- Bani Asadi, N. (2011). Investigating the Relationship Between Social Capital and Rural Entrepreneurship (Case Study: Villages in Kerman City). Master's Thesis in Rural Development, Faculty of Agriculture, Isfahan University of Technology (in Persian).
- Barghi, H., Aslani, B. (2018). Determining the Social Capital Role on the Formation of Villagers' Entrepreneurship Contexts (Case Study: Sidan Section of Marvdasht City). *MJSP*, 22(1), 54-83. Retrieved from <http://hsmmsp.modares.ac.ir/article-21-14513-fa.html>(in Persian).
- Bedi, H. S., Yadav, N. (2019). Social entrepreneurship: A conceptual clarity. Bedi, HS & Yadav, N., Social Entrepreneurship: A Conceptual Clarity. *Our Heritage* 67(10), 1006-1016. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3541919.
- Borquist, B. R., de Bruin, A. (2019). Values and women-led social entrepreneurship. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*. doi: 10.1108/IJGE-08-2018-0093
- Diosalar, S., & Bozorgy, F. (2012). Investigating the Role of Entrepreneurship in Economic Growth and Sustainable Development. In *National Conference on Entrepreneurship and Knowledge-Based Business Management* (pp. 1-12). North Toroud Research Company, Babolsar. Retrieved from <https://civilica.com/doc/174873>(in Persian).
- entrepreneurship program for rural areas. *J. Rural Stud.* 78, 314e324.
- Gautam, R. K., Mishra, K. (2016). Study on rural women entrepreneurship in India: *Issues and Challenges*. *IJAR*, 2 (2), 33-36.
- Harpa, E. (2017). Macroeconomic analysis of the competitive factors which influence innovation in rural entrepreneurship. *Procedia engineering*, 181, 965-968.
- Henao-Zapata, D., Peiro, J. M. (2018). The Importance of Empowerment in Behavior & Research. *Behavior & Research*, 23(5), 734-751.
- İyigün, N. Ö. (2015). What could entrepreneurship do for sustainable development? A corporate social responsibility-based approach. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 195, 1226-1231.
- Jamshidi, A., Jamini, D., Nazari Sarmazeh, H. (2014). Studying Driving Forces and Hampering Factors Affecting Development of Rural Women's Entrepreneurship in Miankoh District, Ardal Township. *Quarterly Journal of Woman and Society*, 5(17), 75-94 (in Persian).
- Jayadatta, S. (2017). Major Challenges and Problems of Rural Entrepreneurship in India. *Journal of Business and Management*, 19(8), 35-44. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/360130667_PROBLEMS_AND_CHALLENGES_FACED_BY_RURAL_ENTREPRENEURSHIP_IN_INDIA
- Kelly, D. J., Brush, C. G., Greene, P. G., Litovsky, Y. (2011). Women Entrepreneurship Worldwide. Executive Report, *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)*. Retrieved from https://scholar.google.com/scholar?hl=en&as_sdt=0%2C5&q=kelly+women+entrepreneurship&btnG
- Kumar, H. (2017). Role of Micro Finance in Women's Empowerment (A Study on Rural Area of Patna India), *IAU International Journal of Social Sciences*, 7 (2), 53-58.
- Mirzaei, M. (2014). Investigating the Level of Entrepreneurial Potential and Social Factors Affecting It: A Case Study of the University of Tabriz. Master's thesis, University of Tabriz, Faculty of Law and Social Sciences, Department of Social Sciences, Tabriz (in Persian).
- Motiei Langroodi, S. H., Rezvani, M. R., D. N. (2018). The Effects of Walnut Product Marketing on the Entrepreneurial Characteristics of Villagers in Baft County. *Spatial Economics and Rural Development*, 7(23), 1-18. Retrieved from <http://serd.khu.ac.ir/article-1-3029-fa.html> (in Persian).
- Navabakhsh, M. (2017). Basics and Principles of Social Entrepreneurship (1st ed.). Bahman Borna

- Publications, Mashhad (in Persian).
- Pakzad, Z. (2016). The Role of Handicrafts in Women Entrepreneurship and Economic Development. *Glory of Art (Jelve-y Honar) Alzahra Scientific Quarterly Journal*, 8(1), 29-42. <https://doi.org/10.22051/jjh.2015.2401>(in Persian).
- Pittino, D., Martínez, A. B., Chirico, F., Galván, R. S. (2018). Psychological Ownership, Knowledge Sharing, and Entrepreneurial Orientation in Family Firms: The Moderating Role of Governance Heterogeneity. *Journal of Business Research*, 84, 312-326.
- Poon, P. H., Thai, D. T., & Naybor, D. (2012). Social Capital and Female Entrepreneurship in Rural Regions: Evidence from Vietnam. *Applied Geography*, 35, 308-315.
- Rabiee, A., Sadeghzadeh, H. (2011). A Study of Social Capital's Effect on Entrepreneurship. *Refah Journal*, 11(41), 191-222. (in Persian).
- Rabiei, A., & Sarabi, S. (2013). Investigating the Impact of Social Capital and Its Dimensions on Women's Entrepreneurship. *Socio-Cultural Development Studies*, 1(4), 33-67. Retrieved from <http://journals.sabz.ac.ir/scds/article-1-44-fa.html> (in Persian).
- Rei Galvao, A., Mascarenhas, C., Marques, C.S.E., Braga, V., Ferreira, M., 2020. Men-toring entrepreneurship in a rural territory e a qualitative exploration of an
- Sekaran, U. (2002). *Research Methods in Management* (2nd ed., M. Saebi & M. Shirazi, Trans.). Higher Institute of Management and Planning Education and Research Publications, Tehran (in Persian).
- Shahraki, H., Heydari, E. (2017). The Analysis of Social and Cultural Context of Rural Entrepreneurship: Providing Two Models for Rural Entrepreneurship According to Auguste Comte Revising. *Journal of Studies in Entrepreneurship and Sustainable Agricultural Development*, 4(3), 39-54. doi: 10.22069/jead.2018.10658.1159 (in Persian).
- Shahvand, S., Omidi Najaf Abadi, M., Farajallah Hosseini, S. J. (2022). Paradigmatic Model of Rural Women's Social Entrepreneurship Development Using Grounded Theory. *Geography and Development*, 20(69), 152-182. doi: 10.22111/gdij.2022.7279 (in Persian).
- Sharifzadeh, M. S., Abdollahzadeh, G. H., Akbari, M., & Mobini Dehkordi, A. (2017). *Entrepreneurship and Sustainability Towards Sustainable Entrepreneurship* (3rd ed.). Tehran (in Persian).
- Simmons, L. A., Braun, B., Charnigo, R., Havens, J. R., & Wright, D. W. (2008). Depression and poverty among rural women: a relationship of social causation or social selection?. *The Journal of Rural Health*, 24(3), 292-298.
- Stephanie, M., Regine, H., & Amy Wirard, M. (2018). Women's Empowerment in East Africa: Development of a Cross-Country Comparable Measure. *World Development*, 110, 453-464.
- Valizadeh, M., Rostami, F., Shiri, N., & Khoshmaram, M. (2022). Analysis of Effective Factors on Identifying Entrepreneurial Opportunities Among Rural Women Members of Kermanshah Microcredit Funds. *Woman in Development & Politics*, 20(4), 697-721. doi: 10.22059/jwdp.2022.339102.1008164 (in Persian).
- World Bank Group. (2016). *World development report 2016*. World Bank Publications.
- Yaghoubi Farani, A., Soleimani, A., Movahedi, R. (2014). Sociological Study of the Attitudes toward Mehr Among Alameh University Students. *Women's Studies Sociological and Psychological*, 12(4), 7-42. doi: 10.22051/jwsp (in Persian).
- Yousefi, S., Shafiei Sabet, N. (2021). Structural empowerment of rural stakeholders for participation in entrepreneurship process through mediating role of perceived effects of entrepreneurship development. *Researches in Earth Sciences*, 12(2), 93-111. doi: 10.52547/esrj.12.2.93(in Persian).
- Zolfaghari, A. (2023). Explaining the Relationship Between Social Capital and Social Entrepreneurship: Meta-Analysis of Researches in the Period 2009-2022. *Journal of Entrepreneurship Development*, 16(2), 129-148. doi: 10.22059/jed.2023.349850.654072 (in Persian).