



دانشگاه گوارن و ساینس گوارن

نشریه کارآفرینی در کشاورزی

جلد ششم، شماره دوم، تابستان ۱۳۹۸

<http://jead.gau.ac.ir>

صفحات: ۷۱-۸۶

DOI: 10.22069/jead.2021.18514.1433

بررسی نقش کسب و کارهای بسیار کوچک در توانمندسازی و خود-اتکایی زنان روستایی

فاطمه علی توکلی^{۱*}، سعید کریمی^۲

^۱انجمن دکتري ترویج کشاورزی پایدار و منابع طبیعی، گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه بوعلی سینا همدان

^۲استادیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه بوعلی سینا همدان

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۸/۲۲؛ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۰/۱۶

چکیده

در چارچوب مفهوم توسعه‌ی روستایی، آن‌چه بیشتر باید مورد دقت و توجه قرار گیرد، تأکید بر ارتقای کیفیت و توانمندسازی زنان روستایی و بهبود وضعیت و شرایط کار آنان در عرصه جوامع روستایی است. کسب و کارهای کوچک، فرصت مناسبی برای توانمندسازی زنان روستایی و ورود آنان به عرصه کسب و کار است تا در تأمین معیشت خانواده و کاهش فقر روستا کمک نمایند. لذا با توجه به اهمیت موضوع، در پژوهش حاضر نقش مهم کسب و کارهای کوچک در توانمندسازی زنان روستایی بررسی شد. برای این منظور، روش مطالعه کتابخانه‌ای-اسنادی مورد استفاده قرار گرفت و یک مرور ادبیاتی گسترده در موضوعات و زمینه‌های مربوطه انجام شد. در پژوهش حاضر علاوه بر مرور مفاهیم کلیدی و مهارت‌های مورد نیاز زنان روستایی جهت کارآفرینی و ایجاد کسب و کار، به نقش کسب و کارهای کوچک در توانمندسازی زنان اشاره شده است. نتایج حاصل از مرور ادبیات پژوهش نشان می‌دهد که کسب و کارهای کوچک می‌توانند از طریق ایجاد سرمایه اجتماعی، افزایش آگاهی و ظرفیت‌سازی نقش موثری در توانمندسازی زنان روستایی ایفا نمایند. همچنین در پایان پژوهش هم پیشنهادهایی در این زمینه ارائه شده است.

واژه‌های کلیدی: کسب و کارهای کوچک، توانمندسازی، زنان روستایی

مقدمه

امروزه در نظریه‌های اقتصادی توجه ویژه‌ای به فعالیت‌های خودجوش اقتصادی با عنوان «کارآفرینی در مناطق روستایی» می‌شود. کارآفرینی به‌عنوان یک راهبرد نو در توسعه مناطق روستایی به علت ماهیت اشتغال‌زایی بالا می‌تواند برای روستائیان اشتغال مولد و دائم و برای بیکاران فصلی اشتغال موقت ایجاد کند

(حیدری ساربان، ۱۳۹۲). دریگا و همکاران^۲ (۲۰۰۹) بیان می‌کنند که کارآفرینی در نواحی روستایی می‌تواند وضعیت اشتغال را بهبود دهد، خدمات محلی را تنوع بخشد و از مردم روستا به یک طریق پایدار و جامع حمایت نماید. بنابراین سیاست و خط مشی کارآفرینی در نواحی روستایی تبدیل به یک ابزار راهبردی برای رسیدن به توسعه پایدار بلندمدت شده است (کریمی،

*نویسنده مسئول: f.alitavakoli93@gmail.com

1. Driga et al.

از کلیه فعالیت‌های اقتصادی در کشورهای در حال توسعه را تشکیل می‌دهد، اگرچه که آن‌ها نسبت به شرکت‌های بخش رسمی، دارای بهره‌وری کمتری هستند. بیشتر مشارکت‌کنندگان در بخش غیررسمی در اکثر کشورهای در حال توسعه را زنان تشکیل می‌دهند (Spring, 2009; Yasmeen, 2001).

دشواری‌های گذشته دسترسی محدود به آموزش رسمی و اشتغال در بخش رسمی، موجب شده است تا اشتغال در بخش غیررسمی تنها گزینه برای زنان بیسواد در این کشورها باشد (Haan, 2006). امروزه این شرکت‌ها و کسب و کارهای بسیار بزرگ نیستند که پایه‌های اقتصادی کشورهای توسعه یافته را فراهم می‌کنند، بلکه اقتصاد کشورهایی مانند ایالات متحده آمریکا و بریتانیا در دست کسب و کارهای بسیار کوچک و کارآفرینان است و سهم زیادی از تولید ناخالص داخلی و اشتغال را به خود اختصاص داده‌اند (Agyapong, 2010). کارآفرینی و اشتغال زنان روستایی ضمن افزایش درآمد خانواده، به واسطه 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 به عنوان سرپرست و نیز کاهش مهاجرت به شهرها می‌تواند زندگی روستایی و در نهایت کل جامعه را تحت تأثیر قرار دهد. بنابراین تلاش برای توسعه و تقویت کارآفرینی زنان در فرایند توسعه روستایی از طریق فراهم کردن زمینه‌های اولیه آن، اهمیت ویژه‌ای دارد (یعقوبی فرانی و همکاران، ۱۳۹۳). توسعه کارآفرینی زنان، یکی از حیاتی‌ترین موضوعات دستورکار توسعه معاصر در بسیاری از کشورهای در حال توسعه است (Parvin et al., 2012). همچنین توسعه کارآفرینی و توانمندسازی مکمل یکدیگر هستند (UNDP, 2004). مشارکت زنان در فعالیت‌های کارآفرینانه مختلف، آنها

شواهد تجربی حاکی از آن است که امروزه یکی از اساسی‌ترین مشکلات روستاها کمبود درآمد است. کمبود درآمد هم تا حدود زیادی ناشی از بیکاری، بهره‌وری پایین افراد و منابع، عدم جذابیت برای سرمایه‌گذاری و ضعف فضای کسب و کار است. همچنین یکی از مهم‌ترین اهداف توسعه اقتصادی در مناطق روستایی، ایجاد اشتغال و مهم‌ترین سازوکار و ابزار آن کارآفرینی است (حیدری ساریان، ۱۳۹۲). (Karimi et al., 2017). اهمیت کارآفرینی در رشد اقتصادی، از طریق مطالعه کسب و کار به ویژه کسب و کارهای کوچک قابل تحلیل است. نقش کسب و کارهای کوچک در مباحث اخیر توسعه و اقتصاد به طور برجسته نشان داده شده است (Vial, 2011). همان‌طور که توریک و ونکرز^۱ (۲۰۰۴) اشاره دارند، توجه از کسب و کارهای کوچک به عنوان یک کالای اجتماعی (که بهتر است از لحاظ اقتصادی به صرفه باشد)، به سمت کسب و کارهای کوچک به عنوان ابزاری برای کارآفرینی تغییر پیدا کرده است (فلاح حقیقی، ۱۳۹۴). همچنین موضوع بیکاری، مهاجرت روستائیان به شهرها و عوارض ناشی از آن، پایین بودن وضعیت شاخص‌های اقتصادی خانواده‌های روستایی و مسائلی از این دست موجب شده است تا بیش از پیش به نقش بهبود وضعیت کسب و کار در بخش مشاغل خانگی روستایی توجه شود (فلاح، ۱۳۹۷).

کسب و کارهای کوچک با توجه به خاصیتی چون نیاز نداشتن به منابع مالی زیاد، انعطاف‌پذیری و سازگاری با شرایط مختلف در حال حاضر جزء مهمی از انواع کسب و کارها هستند (Parry, 2012). بر اساس مطالعه لاپورتا و شلیفر^۲ (۲۰۰۸)، کسب و کارهای خرد غیررسمی، به طور متوسط حدود نیمی

1. Thurik and Wennekers
2. La Porta and Shleifer

بنابراین با توجه به اهمیت کسب و کارهای کوچک و وجود ویژگی‌های خاص در مناطق روستایی و نقش و تأثیر آن‌ها بر توانمندسازی زنان روستایی در پژوهش حاضر با استفاده از مطالعه کتابخانه‌ای-اسنادی به بررسی اهمیت کسب و کارهای کوچک در توانمندسازی زنان روستایی پرداخته شده است.

اتکاء به خود، انتخاب شخصی، زندگی توأم با عزت و حفظ شأن و مقام مطابق با ارزش‌های فرد، توانایی نبرد برای کسب حقوق خود، استقلال، تصمیم‌گیری شخصی، آزاد بودن، هوشیاری و قابلیت معانی مذکور در نظام‌های عقاید و ارزش‌های محلی جا دارد (Narayan, 2002). یا در تعریفی دیگر توانمندسازی فرایندی است که طی آن، زنان نه تنها کنترل زندگی خود را به دست می‌گیرند، بلکه توانایی مشارکت در جامعه و درک انتقادی از محیط پیرامون خود را نیز کسب می‌کنند (مافی، ۱۳۸۵).

بدیهی است هدف از مشارکت بیشتر زنان، صرفاً کسب درآمد نیست، بلکه به بهبود منافع اجتماعی ناشی از استقلال مالی آن‌ها نیز توجه می‌شود؛ از جمله آثار مثبت و مزایای داشتن توانمندی‌های شغلی و مشارکت اقتصادی زنان، خوداتکایی آنان است؛ به گونه‌ای که هدایت زنان به سوی تولید درآمدزا، موجب شده است زنان با کسب استقلال مالی، به خود متکی شوند، به این ترتیب با افزایش قدرت و توانایی زنان در نظارت و مراقبت از بازار کالاهای خود، قدرت تصمیم‌گیری آنان نیز بیشتر می‌شود و استقلالی درخور می‌یابند (صییده و همکاران، ۱۳۹۵).

ضرورت کارآفرینی در مناطق روستایی: توسعه کارآفرینی روستایی پتانسیلی برای کمک به تنوع بخشی به درآمد و میزان تولیدات کشاورزی و غیر کشاورزی روستائیان است و فرصت‌های مناسبی را برای کاهش ریسک معیشتی و افزایش امنیت غذایی پایدار در مناطق روستایی فراهم می‌کند. کارآفرینی روستایی می‌تواند یکی از زمینه‌های مناسب برای ایجاد اشتغال در بخش‌های کشاورزی و غیرکشاورزی

را در زمینه‌های مختلف اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی توانمند نموده است و قدرت تصمیم‌گیری آن‌ها را درون و بیرون از خانواده افزایش داده است (Nawaz, 2009). توانمندسازی زنان روستایی می‌تواند، زمینه‌های کاهش فقر در روستا را فراهم نموده و گامی به سوی توسعه روستایی باشد (فلاح حقیقی، ۱۳۹۴).

روش تحقیق

تحقیق حاضر به صورت مروری و بر اساس مرور ادبیات داخلی و خارجی انجام شده است. بدین وسیله ابتدا مرور ادبیات در زمینه نقش کسب و کارهای کوچک در توانمندسازی زنان روستایی انجام شده و سپس نتیجه‌گیری و پیشنهادات ارائه می‌شود.

توانمندی زنان: مفهوم توانمندی گستره‌ای از مفاهیمی مانند حق انتخاب، کنترل داشتن، قدرت و پیامدهای آن‌ها را در برمی‌گیرد. بیشتر این مفاهیم به توانایی زنان روستایی برای تصمیم‌گیری و پیامدهای موثر آن بر خود زنان روستایی و خانواده‌هایشان اشاره دارد. روی هم رفته توانمندی زنان فرایندی پویاست که توانایی زنان برای تغییر ساختارها و ایدئولوژی‌هایی را که آن‌ها را در موقعیت وابستگی نگه داشته است، در برمی‌گیرد. این فرایند به زنان برای دستیابی بیشتر به منابع و کنترل بر زندگی کمک می‌کند و موجب احساس استقلال و اعتماد به نفسی بیشتر در آن‌ها می‌شود. این فرایند موجب افزایش عزت نفس زنان می‌گردد و به این معنا که موجب بهبود تصویری می‌شود که زنان از خودشان می‌بینند (آستین‌فشان و همکاران، ۱۳۹۶). توانمندسازی، معانی متفاوتی در بسترهای اجتماعی، فرهنگی و سیاسی دارد و به آسانی به همه زبان‌ها ترجمه نمی‌شود. فرایند شناسایی اصطلاحات محلی مرتبط با توانمندی در سراسر جهان، همواره به بحثی پویا و جالب توجه منجر می‌شود. این اصطلاح‌ها عبارت است از: خودتقویتی، کنترل، قدرت شخصی،

باشد (فرجی سبکبار و همکاران، ۱۳۹۰). دابسون و دیگران در مطالعه خود برای طراحی فعالیت‌های کارآفرینی و جمع‌آوری اطلاعات درباره سازمان‌ها، برنامه‌ها و فعالیت‌های حمایت‌کننده از کارآفرینی در مناطق روستایی، به این نتیجه رسیدند که چهار عامل اصلی لازم برای حیات بخشی به روح کارآفرینی در مناطق روستایی عبارتند از:

- ایجاد فعالیت متناسب با نیازهای شناسایی شده جامعه محلی
 - تولیدات کافی متناسب با مقیاس منابع و مهارت‌های محلی
 - تمرکز بر کارآفرینی
 - یادگیری مداوم از طریق تغییر آموزه‌های قبلی.
- بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که کارآفرینی روستایی راهکاری جدید در نظریه‌های توسعه برای توانمندسازی و ظرفیت‌سازی در مناطق روستایی در جهت کاهش شکاف شهر و روستا، ایجاد فرصت‌های برابر اقتصادی، اجتماعی، محیطی و نهادی می‌باشد و ابزاری مهم برای رسیدن به توسعه پایدار است (علی توکلی و موحدی، ۱۳۹۵).

کسب و کارهای کوچک: کسب و کار کوچک بنا به تعریف کسب و کاری است که اغلب متعلق به بخش خصوصی است و تعداد کارمندان آن محدود و فروش تولیدات آن تقریباً اندک است. مفهوم کوچک در این تعریف متغیر و به نوع فعالیت یا کشور مورد بررسی بستگی دارد. این رقم کمتر از ۸ نفر در کشور چین تا ۵۰۰ نفر شاغل در کشور آمریکا متغیر است (SBA, 2012). در آلمان، کسب و کارهای کمتر از ۱۵ نفر پرسنل کوچک محسوب می‌شوند. در ایران نیز کسب و کارهایی که تعداد ۹ نفر یا کمتر نیروی انسانی دارند کسب و کار کوچک تلقی می‌شوند. بر اساس مطالعات انجام شده، این‌گونه کسب و کارها توانایی پاسخگویی سریع به تغییرات بازار و نیازهای

مشتری را دارند (بوذرجمهری و قنبری، ۱۳۹۳) و به آسانی می‌توانند خود را با شرایط جدید هماهنگ کنند. در واقع آن‌ها رفتاری پویا در مواجهه شدن با شرایط متغیر محیطی دارند (Sarosa, 2007). ارزیابی اقتصادی کسب و کارهای کوچک نشان می‌دهد این مشاغل توجیه اقتصادی قابل قبولی دارند و بر اساس برخی از مطالعات، آن‌ها می‌توانند درآمد روستائیان را تا ۵۷ درصد افزایش دهند (بوذرجمهری و قنبری، ۱۳۹۳).

ادبیات مربوط به کسب و کارهای کوچک، بسیار گسترده است و این گستردگی نیز باعث شده است که در کشورهای مختلف تعاریف گوناگونی برای این دسته از بنگاه‌های اقتصادی ارائه شود. هر کشور با توجه به شرایط ویژه خود تعریفی از این کسب و کارها ارائه داده است (ملکی نژاد، ۱۳۸۵). مریدت (۱۹۹۴) کسب و کارهای کوچک را بدین صورت تعریف نموده است: کسب و کار کوچک، شرکتی است که در آن یک یا دو نفر تمام تصمیمات را بدون مساعدت کارشناسان داخلی اتخاذ می‌کنند و مالکان این کسب و کارها دانش تخصصی در یک یا دو بخش عملیاتی مدیریت را دارند.

به‌طور کلی با توجه به نظر سانتوس^۱ (۱۹۷۹) مهم‌ترین مؤلفه‌های کسب و کارهای کوچک را علاوه بر کوچک بودن مقیاس و کم بودن تعداد اعضا، می‌توان شامل سرمایه محدود، کاربر بودن، متکی بر نیروی کار خانواده بودن، تکیه بر سرمایه اجتماعی و روابط بین فردی جهت ایجاد بازار نهاده و فروش محصول و فقدان تنوع محصول دانست (همان). تجربه برخی کشورها در زمینه کسب و کارهای کوچک و ایجاد توانمندسازی:

بنگلادش: در کشور بنگلادش گرامین بانک توسط محمد یونس راه‌اندازی شد که رویکرد اصلی تأسیس

1. Santos

در مالزی به منظور تقویت شرکت‌های کوچک و متوسط، برنامه‌ها و امکاناتی در جهت ارتقای عملکرد و توان رقابتی آنها ارائه شده است، در این ارتباط، دولت مالزی به طور دائم برای توسعه بنگاه‌های کوچک و متوسط، منابعی را اختصاص می‌دهد. دولت علاوه بر حمایت‌های بزرگ مالی، نهادها، دستگاه‌ها و دیگر برنامه‌های حمایتی مانند احداث بانک، بنگاه‌های کوچک و متوسط، مؤسسه بنگاه‌های کوچک و متوسط و... را ایجاد کرده است تا از طریق نهادهای مذکور زمینه راهنمایی‌ها، ارتقای فعالیت‌های بنگاه‌های کوچک و متوسط، بهره‌وری تولید، گسترش فعالیت‌های تحقیق و توسعه تولید محصولات را فراهم آورد و موجب توانمندسازی اعضا گردد (کیان‌پور و تولایی، ۱۳۹۳).

در مالزی حدود ۲۰ درصد کسب و کارهای کوچک مربوط به زنان است (Teoh and Chong, 2014) و بر اساس مطالعات انجام شده این کسب و کارها به توانمندی زنان و رفاه خانوار کمک کرده‌اند (Al-Shami et al., 2017).

نیپال: نیپال کشور فقیری است که از لحاظ اقتصادی به اصلاحات اساسی نیاز دارد. با توجه به عدم توفیق مؤسسه‌های مالی خرد در این کشور، وضعیت برای رشد و شکوفایی مؤسسه‌های غیررسمی فراهم شده است. از جمله مهم‌ترین برنامه‌های فقرزدایی این کشور عبارتند از برنامه توسعه و بهبود وضعیت کشاورزان خرد^۲، برنامه بانکداری متمرکز^۳ با ۸۵ هزار نفر وام گیرنده، اعتبارات تولیدی برای زنان روستایی که می‌تواند به راه‌اندازی کسب و کارهای کوچک توسط زنان کمک نموده و به نوبه خود باعث توانمندسازی در زنان روستایی شود. اکثر مؤسسه‌های تأمین مالی

و فعالیت آن حمایت از فقیران و توانمندسازی آنان برای انجام فعالیت‌های اقتصادی و کسب حداقل درآمد بود. تمرکز اصلی گرامین بانک روی گردهمایی پایین درآمدی (طبقات پایین اجتماعی) است و به دلیل درآمد پایین مشتریان و عدم دستیابی به وثیقه سنتی، وام‌دهی فقط از راه تشکیل گردهمایی با تعهد مشترک که به پس‌انداز اجباری ملزم است صورت می‌گیرد. پرداخت‌ها متکی بر سازوکار گروهی است تا شعبه‌ها به بازپرداخت اعتبار خود اطمینان کنند (حسن‌زاده و همکاران، ۱۳۸۵). آمار نشان می‌دهد که از هشت میلیون کسب و کار فعال در بنگلادش ۹۹/۹۳ درصد از آنها کسب و کارهای کوچک و متوسط هستند که حدود ۷/۲ درصد آنها توسط زنان مدیریت می‌شوند (Singh, 2016). مطالعه اسلام و همکاران (Islam et al., 2020) نشان می‌دهد که توسعه کسب و کارهای کوچک باعث بهبود توانمندی اقتصادی و اجتماعی زنان بنگلادشی شده است.

مالزی: با اجرای برنامه‌های جدید اقتصادی در کشور مالزی طی سال‌های ۹۵-۱۹۸۵، به رغم گستردگی فقیران در مناطق روستایی، میزان جمعیت فقیر از ۴۵ درصد به ۱۵ درصد کاهش یافت. دو عامل مهم در گسترش اعطای ترکیبات مالی به فقیران به وسیله این طرح شامل حمایت‌های چشمگیر و تأمین مالی دولت و استفاده از راهنمایی‌های کاربردی گرامین بانک است. تجربه نظام پرداخت اعتبار خرد به وسیله مؤسسه‌ها و سازمان‌های غیردولتی در کشور مالزی نشان می‌دهد که همانند گرامین بانک، افراد فقیر در قالب گروه‌هایی تقسیم شده و هر گروه بر وام پیشنهادی، نحوه هزینه‌ها، نظارت بر وام گیرندگان و مسائل خرد و رفاه عمومی اعضا بررسی‌هایی انجام می‌دهد. قابل توجه این که وام‌ها بدون هیچ وثیقه، ضامن و بهره و پیگرد قانونی اعطا می‌شود (گومز و سانتور^۱، ۲۰۰۳).

2. National Bank for Agricultural and Rural and Development (NABARD)
3. Integrated Rural Development Program (IRDP)

1. Gomez and Santor

خرد در کشور نپال خودکفا نبوده و این وضع باعث شده تا قدرت اعتباردهی مؤسسه‌ها به افراد نیازمند و فقیر کاهش یابد؛ چرا که متوسط نرخ وام‌دهی این مؤسسه‌ها کمتر از ۱۸ درصد است و از جمله مشکلات این مؤسسه‌ها این است که اولاً مقررات بانک مرکزی نپال تفاوت میان نرخ‌های بهره سپرده و وام را به ۶ درصد محدود می‌کند و ثانیاً اعتبارات ثانیه‌ای در این کشور رواج دارد؛ به طوری که بانک‌های تجاری مکلفند ۱۲ درصد ترکیب وام خود را به بخش‌های دارای اولویت در بخش‌های کشاورزی و صنعت، خانه‌سازی روستایی و خدمات اختصاص دهند (حسن‌زاده و همکاران، ۱۳۸۵).

مهارت‌های کارآفرینی زنان روستایی در ایجاد کسب و کارهای کوچک: کارآفرینان نیازمند مهارت‌های فراوانی هستند. عوامل حیاتی در ارتقای توانایی‌های کارآفرینان کسب و کارهای کوچک، شامل توانایی اشاعه تجارب و فرصت‌ها، توانایی تشخیص اشتباهات، دسترسی به منابع و جذب اعضای بیرونی به عنوان بخشی از تیم کارآفرینانه می‌باشد (مقیم‌ی و احمدپور داریانی، ۱۳۸۷). مهارت‌های کارآفرینی شامل آن دسته از فعالیت‌ها یا دانش عملیاتی است که برای استقرار و اداره یک کسب و کار اقتصادی موفق نیاز است. چنین دانشی می‌تواند شامل علوم مالی، حسابداری، مدیریتی، بازاریابی، فنی و غیره باشد (قدیری معصوم و همکاران، ۱۳۹۳). در عصر حاضر مهارت تأثیر به‌سزایی در انجام مطلوب و بهینه کارها، ایجاد رضایتمندی و ارتقای انگیزه در افراد دارد که در نهایت موجب توسعه منابع انسانی و افزایش بهره‌وری می‌شود و یکی از عوامل تأثیرگذار در کارآفرینی است (طیب‌زاده و لشگرآرا، ۱۳۹۲). به‌طور کلی برخی از مهمترین مهارت‌های کارآفرینی که می‌توانند در پیشبرد و توسعه کارآفرینی موثر باشند عبارتند از:

مهارت بازاریابی و کسب و کار: در فرهنگ واژگان بنت بازاریابی، فرایند برنامه‌ریزی، طراحی، قیمت‌گذاری، ترفیع و توزیع ایده‌ها و کالاها و خدمات به منظور مبادله است که اهداف فردی و سازمانی را برآورده می‌سازد. مهارت بازاریابی یکی دیگر از مهارت‌های مورد نیاز کارآفرینان است (Ibrahimpour et al., 2011).

مهارت مدیریتی: فرایند مدیریت وظیفه‌ای است مبنی بر کسب اطمینان از فعالیت‌هایی که به نحوی در حال اجرا بوده‌اند و به دستیابی به هدفی معین منجر می‌شود. این مهارت یکی دیگر از مهارت‌های مورد نیاز کارآفرین است (Ibrahimpour et al., 2011).

مهارت مالی و حسابداری: حسابداری عبارت است از فن ثبت، طبقه‌بندی و تلخیص فعالیت‌های مالی یک مؤسسه در قالب اعداد قابل سنجش با پول. تفسیر نتایج حاصل از بررسی این اعداد حسابداری را زبان تجارت نامیده‌اند. کارآفرینان هر چقدر که این زبان را بهتر یاد بگیرند، بهتر می‌توانند بر زندگی و کسب و کار خود تسلط داشته باشند (جمشیدی کهساری و قاسمی، ۱۳۸۷).

مهارت فردی و شخصی: این مهارت به کسب خودآگاهی، بلوغ عاطفی، توانایی و اراده در قبول مسئولیت و خلاقیت منجر می‌شود که دربرگیرنده مواردی از قبیل نوآوری خلاقیت (ابتکار)، ریسک‌پذیری یا خطرپذیری، توانایی بررسی موضوعات ناشناخته، پذیرش چالش‌ها، مسئولیت‌پذیری و روحیه تلاش و پشتکار، جست‌وجوی فرصت‌ها در تغییرات و تحولات، کنترل و نظم درونی و غیره است (سجاسی قیدری و همکاران، ۱۳۹۶).

مهارت تکنیکی و فنی: مهارت تکنیکی و فنی یعنی دانایی و توانایی برای انجام وظایف خاص که لازمه آن ورزیدگی در به‌کاربردن ابزار و فنون ویژه و شایستگی

عمل در رفتار و فعالیت است. مهارت فنی و تکنیکی از طریق تحصیل، کارورزی و تجربه حاصل می‌شود (خدادادی و حسومی، ۱۳۹۱).

نقش کسب و کارهای کوچک در توانمندسازی زنان روستایی: مروری بر مطالعات انجام شده در کشورهای آسیایی نشان می‌دهد که زنان به سه شیوه وارد عرصه کسب و کارهای کوچک می‌شوند: ۱. از روی شانس ۲. از روی اجبار و ۳. خلاقیت (Sharma and Dhameja, 2002). کارآفرینانی که از روی شانس، یک بنگاه خرد را ایجاد می‌کنند، در واقع بدون هدف و طرح روشنی از فعالیت خود، وارد این فعالیت می‌شوند. برخی دیگر از زنان کارآفرین، با توجه به شرایط ایجاد شده مانند مرگ همسر یا کمبود منابع مالی خانواده، ناچار به شروع یک فعالیت کارآفرینی می‌شوند و دسته سوم، کارآفرینانی هستند که یک ایده را پیاده نموده و از طریق برنامه‌های توسعه کارآفرینی، برانگیخته شده، تشویق شده و توسعه می‌یابند (Parvin et al., 2012).

یکی از عوامل اصلی برای تعیین میزان موفقیت فعالیت‌های اقتصادی و اعمال شیوه‌های عملکرد در سطوح بالا، برخورداری نیروی کار از توانمندی شغلی و مهارت هاست (Joyce and Voytek, 1996). توانمندی شغلی شامل مجموعه‌ای از مهارت‌های اصلی قابل انتقال است که دانش، نگرش و مهارت فنی مورد نیاز محیط کار را در برمی‌گیرد و برای موفقیت شغلی در همه سطوح کاری ضروری است (میرکمالی و باقری خلیلی، ۱۳۸۴). بدیهی است هدف از مشارکت بیشتر زنان، صرفاً کسب درآمد نیست؛ بلکه به بهبود منافع اجتماعی ناشی از استقلال مالی آن‌ها نیز توجه می‌شود، از جمله آثار مثبت و مزایای داشتن توانمندی‌های شغلی و مشارکت اقتصادی زنان، خوداتکایی آنان است؛ به گونه‌ای که هدایت زنان به سوی تولید درآمدزا، موجب شده است زنان با کسب استقلال مالی، به خود متکی شوند، به این ترتیب با افزایش قدرت و توانایی زنان در نظارت و مراقبت از بازار کالاهای خود، قدرت تصمیم‌گیری آنان نیز بیشتر می‌شود و استقلالی درخور می‌یابند (صیده و همکاران، ۱۳۹۶).

توانمندسازی زنان فرآیندی است که به موجب آن، زنان هم به صورت فردی و هم به صورت جمعی از این که روابط قدرت چگونه در زندگی شان عمل می‌کند، آگاه شده و اعتماد به نفس خود را به دست آورده و آن را تقویت میکنند تا با چالش‌های نابرابری جنسیتی مقابله کنند (Oxaal and Baden, 1997). پژوهش‌ها حاکی از آن است که در میان متغیرهای زمینه‌ای، عواملی چون اشتغال، درآمد، تحصیلات، جنسیت و سن تأثیر بیشتری را بر توانمندسازی افراد دارند (فراهانی و حاجی حسینی، ۱۳۹۲). اشتغال تأثیر بسیار مثبتی بر رفتار و وجهه انسان دارد، از این‌رو فراهم کردن شرایط اشتغال برای افراد، موجب ارتقای عزت نفس، کسب وجهه و منزلت اجتماعی، تعامل اجتماعی و مشارکت و در نهایت ایجاد درآمد و توسعه مهارت‌های فرد می‌شود (حیدری ساریان،

تأثیر مثبتی بر سلامت فرزندان و تغذیه آن‌ها خواهد داشت. افزایش حق تصمیم‌گیری زنان، تکیه‌نکردن آنان به خانواده‌های گسترده پدربزرگاری، افزایش آگاهی فرهنگی و ارتباط با نهادهای جدیدتر، داشتن استقلال فکری و اتخاذ تصمیم درباره ازدواج، اشتغال، مهاجرت و نظایر آن، از جمله حقوقی است که زنان در نتیجه داشتن شغل و کسب درآمد، به دست می‌آورند (صییده و همکاران، ۱۳۹۵).

بروز خوداتکایی مالی در زنان روستایی به‌عنوان یکی از اثرات و پیامدهای کسب و کارهای اقتصادی، انگیزه‌ی آنان را برای تداوم اشتغال مؤثر و مفید در کسب و کار افزایش داده و در نتیجه کارکردهای شغلی آنان در جهت خدمت به خانواده، اجتماع روستایی و حتی جامعه‌ی شهری افزایش می‌یابد و به تبع آن به طور مستقیم و غیرمستقیم به رشد اقتصادی جامعه کمک می‌نماید. البته براساس مطالعات انجام شده، زنانی که مهارت‌های درآمدزا دارند، در مقایسه با زنان دیگر از کیفیت زندگی بالاتری برخوردارند (بلداجی و همکاران، ۱۳۸۸).

شارما و همکاران^۱ (۲۰۱۲)، منافع توانمندسازی زنان روستایی از طریق بنگاه‌های خرد را علاوه بر ایجاد اشتغال، در توسعه استقلال اقتصادی، ظرفیت‌سازی فردی و اجتماعی در بین زنان روستایی و به طور کلی در موارد زیر می‌دانند:

- استقلال اقتصادی
- بهبود کیفیت زندگی
- ارتقای اعتماد به نفس
- افزایش آگاهی
- احساس پیشرفت
- افزایش تعاملات اجتماعی
- مشارکت در فعالیت‌های سیاسی
- افزایش مشارکت در گردهمای‌های اجتماعی

1. Sharma et al

▪ توسعه کیفیت رهبری
 ▪ بهبود توان حل مسأله در مسائل مرتبط با زنان و اجتماع

▪ افزایش قدرت تصمیم‌گیری در خانواده و اجتماع. به‌طور کلی، بررسی مطالعات انجام شده در حوزه کسب و کارهای کوچک نشان می‌دهد که این کسب و کارها موجب ارتقای عزت نفس، کسب وجهه، منزلت اجتماعی، تعامل اجتماعی و مشارکت می‌شود (سعدی و همکاران، ۱۳۹۳). بر اساس دیدگاه عرب مازار و سعدی (۲۰۰۵)، اجرای طرح‌های اشتغال‌زای روستایی ضمن بهبود وضعیت اقتصادی زنان روستایی خودباوری و اعتماد به نفس را در جامعه هدف ایجاد نموده است. آگهی و همکاران (۲۰۱۲) بیان کردند که انگیزه کسب احترام و پایگاه اجتماعی باعث می‌شود که زنان به سمت مشاغل و کسب و کارهای کوچک بروند. بر اساس دیدگاه شارما و کانتا وارما^۲ (۲۰۰۸) مشارکت زنان در فعالیت‌های تولیدی درآمدزا، به‌طور کلی به توانمندسازی زنان در ابعاد مختلف کمک می‌کند.

اسکارلاتوس^۳ (۲۰۰۴)، بیان می‌کند که برابری جنسیتی و توانمندسازی زنان نه تنها در بهبود اقتصاد جامعه و خانواده مؤثر است بلکه موجب افزایش رفاه و اعتماد به نفس زنان نیز می‌شود. وی همچنین، بر این باور است که قرار دادن سرمایه در اختیار زنان برای راه‌اندازی فعالیت‌های درآمدزا در توانمندسازی اجتماعی و اقتصادی آن‌ها مؤثر بوده، موجب بهبود کیفیت زندگی آن‌ها می‌شود.

به‌طور کلی بر اساس دیدگاه سلطانا و همکاران^۴ (۲۰۱۰) زمانی که زنان کسب و کارهای خرد را راه‌اندازی می‌کنند موجب ایجاد سرمایه اجتماعی، افزایش آگاهی و ظرفیت‌سازی در آنان گردیده، که در

2. Sharma and Kanta Varma
 3. Skarlatos
 4. Sultana et al.

اعتماد و عزت نفس را نیز باعث می‌شود (فلاح حقیقی، ۱۳۹۴).

به‌طورکلی، به علت بالا بودن نسبت نیروی کار زنان به زمین و فصلی بودن فعالیت‌های کشاورزی همواره یک نوع بیکاری پنهان در حین دوره فعالیت کشاورزی و یک نوع بیکاری فصلی در روستاها وجود دارد. راه‌اندازی کسب و کارهای کوچک راهبردی در جهت توانمندسازی زنان روستایی است؛ زیرا نخست منجر به ارتقای سطح درآمد زنان و افزایش توان اقتصادی آنان می‌شود و سپس می‌تواند عزت نفس آن‌ها را به دنبال داشته باشد. در حال حاضر زنان، در ایران در صدها کسب و کار کوچک مشغول فعالیتند (سعدی، ۱۳۹۲). بسیاری از اقتصاددانان توسعه و تحول معتقدند که ضرورت بخش خود اشتغالی قوی در یک اقتصاد نقش مهمی را در فرایند توسعه همه‌جانبه ایفا می‌کند، صرف‌نظر از اینکه یک منبع درآمد و اشتغال برای ساکنین روستا باشد (بوذرجمهری و قنبری، ۱۳۹۳).

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

با توجه به اهمیت کسب و کارهای کوچک و وجود ویژگی‌های خاص در مناطق روستایی به‌خصوص در زمینه مشاغل خانگی و با در نظر گرفتن قابلیت‌های منحصر به فرد کسب و کارهای کوچک و اهمیت توجه به توسعه پایدار و کاهش فقر و بهبود وضعیت زندگی روستایی و ایجاد درآمد پایدار به‌خصوص در بخش مشاغل روستایی و ضرورت توجه ویژه به تقویت و توانمندسازی خانواده‌ها (Agyapong, 2010)؛ توسعه کسب و کارهای کوچک می‌تواند راهگشای بسیاری از مسائل و مشکلات این مناطق باشد.

مشارکت زنان در فعالیت‌های کارآفرینانه مختلف از جمله کسب و کارهای کوچک، آن‌ها را در

نهایت این عوامل موجب توانمندسازی آن‌ها می‌گردد. در ادامه به توضیح هر یک از این عوامل پرداخته شده است.

ایجاد سرمایه اجتماعی: توانمندسازی با مفهوم سرمایه اجتماعی مرتبط است (Swain, 2007). مشارکت در فعالیت‌های کارآفرینانه خرد اعتبار-محور (مانند بانک گرامین) فرصت ایجاد یک شبکه قوی اجتماعی و بهبود اجتماعی شدن را برای زنان روستایی فراهم می‌کند. فرایند اجتماعی شدن، موجب افزایش تحرک و ارتباطات درون گروهی و بین گروهی و بین گروه‌ها با گروه مدیریت برای زنان می‌شود. همچنین آن‌ها در فرایند اجتماعی شدن، اعتماد و عزت نفس خود را از طریق جلسات و بحث‌های گروهی به دست می‌آورند. زنان از بودن در گروه، دو ویژگی اخلاقی را به دست می‌آورند: مسئولیت‌پذیری و احترام به یکدیگر.

افزایش آگاهی: جلسات گروهی موجب اشاعه ایده‌ها، دیدگاه‌ها و محلی برای تبادل اطلاعات است. برنامه‌های کارآموزی مختلف، کمک می‌کند تا زنان توانایی‌های ملی خود را افزایش داده، سرمایه‌ها و کسب و کار خود را مدیریت کنند. میزان^۱ (۱۹۹۴)، قویا معتقد است که حضور زنان در برنامه‌های اعتباری گروهی موجب افزایش قدرت تصمیم‌گیری در آن‌ها می‌شود که تأثیر مثبت و معنی‌داری بر وضعیت زنان می‌گذارد.

ظرفیت‌سازی: زنان از طریق هدایت کسب و کارهای خرد به ظرفیت مالی می‌رسند. این ظرفیت مالی به آن‌ها، هویت اجتماعی می‌دهد که باعث تقویت قدرت فردی و اجتماعی آن‌ها می‌شود. یک واقعیت انکارناپذیر است که ظرفیت مالی سایر ظرفیت‌ها مانند داشتن تصمیمات متعلق به خود، کنترل بر منابع، دسترسی به تصمیمات اصلی خانواده و اکتساب

زمینه‌های مختلف اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی توانمند نموده و قدرت تصمیم‌گیری آن‌ها را درون و بیرون از خانواده افزایش می‌دهد (Nawaz, 2009). زنان ممکن است به طرق مختلف از جمله به طور اتفاقی و بدون هدف اولیه، یا از روی اجبار و در مضیقه مالی قرار گرفتن وارد کارآفرینی شوند. اما بهترین حالت این است که از روی خلاقیت و با داشتن ایده‌های نوآورانه وارد عرصه کارآفرینی خرد شوند. آنچه مهم است، این است که کسب و کارهای کوچک زنان روستایی علاوه بر این که زمینه‌های کاهش فقر در روستا را فراهم نموده و گامی بسوی توسعه روستایی می‌باشد، از طریق ایجاد سرمایه اجتماعی، افزایش آگاهی، ظرفیت‌سازی، احساس پیشرفت، بهبود توان حل مسأله در مسائل مرتبط با زنان و اجتماع، آنان را توانمند می‌کند تا در جامعه مشارکت بیشتری داشته باشند. آنچه طبیعت کارآفرینی خرد در وضعیت کنونی کشورهای در حال توسعه نشان می‌دهد، این است که کسب و کارهای خرد، به‌عنوان یک استراتژی کاهش فقر مورد استفاده قرار می‌گیرند و با توجه به حضور مردان روستایی در فعالیت‌های کشاورزی و یا مشاغل مزدبگیر، فرصت مناسبی برای ورود زنان روستایی است تا با راه‌اندازی این گونه کسب و کارها در تأمین معیشت خانواده و کاهش فقر کمک نمایند. کسب و کارهای خانه‌محور، یکی از بهترین گزینه‌های کارآفرینی خرد برای زنان روستایی است زیرا به سرمایه مالی کم، مکان درون خانه، نیروی کار خانواده و سرمایه انسانی پائین احتیاج دارد و مطالعات نیز نشان داده است که از بازدهی مناسبی نسبت به سایر کسب و کارهای خرد در روستا برخوردار است.

ایجاد کسب و کارهای خرد که اغلب زود بازده و کم سرمایه می‌باشند باعث استقلال مالی خانوارهای زن سرپرست و افزایش درآمد آنان می‌باشد. عواملی مانند

عزت نفس، خودکارآمدی، توانایی بیان آرزوها و علائق و جامعه عمل پوشاندن به آن‌ها حتی زمانی که عرف و جامعه آن را نمی‌پذیرد و به چالش طلبیدن شرایط موجود، آگاهی از عوامل ناتوانی و مقابله با آن‌ها به صورت گروهی، توانایی تصمیم‌گیری در حوزه‌های مهم و راهبردی زندگی، دسترسی به منابع مالی، مشارکت در حوزه‌های اجتماعی و سیاسی، تعیین کننده‌های اصلی میزان توانمندی زنان می‌باشند که اغلب با کسب و کارهای کوچک گره خورده است.

از طرفی افراد شاغل در بخش کسب و کارهای کوچک در حوزه مشاغل روستایی به آموزش مستمر به خصوص آموزش‌های حرفه‌ای نیاز دارند و لازم است دست اندرکاران توجه ویژه‌ای به این موضوع داشته باشند. در ضمن، این آموزش‌ها باید در حوزه‌های مختلف مانند آموزش کار گروهی و مهارت کار با دیگران با نهایت دقت و به کمک افراد مجرب انجام گیرد. همچنین دولت و سایر دستگاه‌های متولی نیز می‌توانند با ایجاد و تقویت نمایشگاه‌های محلی و منطقه‌ای که موجب برقراری ارتباط مستقیم بین تولید کننده و مشتری می‌شود، گام بسیار مهمی را در بهبود وضعیت جاری مشاغل روستایی بردارد و موجب پویایی فضای کسب و کار در روستاها شود. به طور کلی موارد زیر جهت توسعه کسب و کارهای کوچک و توانمندسازی زنان روستایی پیشنهاد می‌گردد:

۱- وام‌های کم‌بهره یا بی‌بهره و در نظر گرفتن اقساط بسیار کم و همچنین طولانی کردن مدت زمان بازپس دادن این‌گونه وام‌ها و اعتبارات برای راه‌اندازی کسب و کارهای خرد.

۲- برگزاری دوره‌های آموزشی رایگان و یا ارزان در این زمینه.

۳- کوتاه کردن مراحل اداری ایجاد و راه‌اندازی کارگاه‌های کوچک و زود بازده.

۷. سعدی، ح.، جلیلیان، س. و یعقوبی‌فرانی، ا. ۱۳۹۳. تأثیر کسب و کارهای خانگی بر توانمندی اجتماعی زنان روستایی. فصلنامه زن و جامعه، (۳): ۵-۱۰۷-۸۵.
۸. سعدی، ح. ۱۳۹۲. نقش کسب و کارهای کوچک در تأمین نیازهای اساسی زنان سرپرست خانوار روستایی در استان همدان. تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران، (۴۴): ۲۸۲-۲۷۱.
۹. صیده، ط.، اشراقی سامانی، ر. و پورسعید، ع. ۱۳۹۶. تحلیل نقش توانمندی شغلی بر خود اتکایی زنان روستایی شهرستان ایلام. فصلنامه پژوهش‌های روستایی، (۳): ۵۷۰-۵۵۷.
۱۰. صیده، ط.، اشراقی سامانی، ر. و پورسعید، ع. ۱۳۹۵. تحلیل نقش توانمندی شغلی بر خوداتکایی زنان روستایی شهرستان ایلام. فصلنامه پژوهش‌های روستایی، (۳): ۵۷۰-۵۵۷.
۱۱. طبیب‌زاده، م. و لشگرآرا، ف. ۱۳۹۲. شناسایی الزامات توسعه مهارت‌های کارآفرینی. پژوهش‌های ترویج و آموزش کشاورزی، (۴): ۷۲-۶۱.
۱۲. عرب‌مازار، ع. و سعدی، ح. ۱۳۸۴. بررسی جایگاه بانک کشاورزی در حمایت از زنان سرپرست خانوار روستایی. فصلنامه پژوهشی بانک کشاورزی، شماره ۳، ۲۷-۲۲.
۱۳. علی‌توکلی، ف. و موحدی، ر. ۱۳۹۵. نقش اعتبارات خرد در توسعه کارآفرینی زنان روستایی. نشریه کارآفرینی در کشاورزی، (۳): ۵۵-۳۹.
۱۴. فراهانی، ح. و حاجی‌حسینی، س. ۱۳۹۲. ارزیابی ظرفیت‌های نواحی روستایی برای توسعه کارآفرینی و توانمندسازی روستائیان مطالعه موردی: روستاهای بخش شال شهرستان بوئین زهرا. پژوهش‌های روستایی، (۴): ۷۴۸-۷۱۵.
۱۵. فرجی‌سبکبار، ح.، بدری، س.ع.، سجاسی قیداری، ح.، صادقلو، ط. و شهدادی خواجه‌عسکر، ع. ۱۳۹۰. اولویت‌بندی توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی با استفاده از تکنیک پرومتی. پژوهش‌های جغرافیایی، ۷۵، ۶۸-۵۳.

۴- نهادینه‌کردن فرهنگ ایجاد کسب و کارهای خرد در روستاها با روشن‌تر نمودن فواید و مزایای این مشاغل.

منابع

۱. آستین‌فشان، ث.، علی‌بیگی، ا.ح.، کرمی‌دهکردی، ا. و غلامی، م. ۱۳۹۶. واکاوی تأثیر آگاهی‌های اجتماعی بر مقدار توانمندسازی زنان روستایی (بخش زنجانرود شهرستان زنجان). فصلنامه علمی- پژوهشی زن و جامعه، (۴): ۱۲۴-۱۰۳.
۲. بلداجی، ا.، فروزان، ا. و رفیعی، ح. ۱۳۸۸. کیفیت زندگی زنان سرپرست خانوار تحت پوشش سازمان بهزیستی کشور و زنان شاغل خدماتی. فصلنامه علمی- پژوهشی رفاه اجتماعی، ۱۱(۴۰): ۲۸-۹.
۳. بوذر جهرمی، خ. و قنبری، ن. ۱۳۹۳. اشتغال زنان در کسب و کارهای کوچک و نقش آن در توسعه اقتصادی روستاها. همایش ملی زن و توسعه پایدار روستایی، دانشگاه فردوسی مشهد، ۱۲-۱۱. جمشیدی کهساری، ح. و قاسمی، م. ۱۳۸۷. کارآفرینی؛ مفاهیم، نقش‌ها و مهارت‌ها. کارآفرینی انجمن پردیس قم، دانشگاه تهران، (۱): ۷۲-۵۵.
۴. حیدری ساریان، و. ۱۳۹۲. نقش توانمندی روان‌شناختی بر تقویت کارآفرینی روستایی. مجله جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای، شماره ۲۰، ۲۳۷-۲۱۷.
۵. خدادای، ف. و حسومی، ط. ۱۳۹۱. بررسی رابطه مهارت‌های سه‌گانه (فنی، انسانی، ادراکی) مدیران با اثربخشی آن‌ها از نظر دبیران دبیرستان‌های دخترانه شهر ساری. نشریه تحقیقات مدیریت آموزشی، (۳): ۳-۹۰-۷۵.
۶. سجاسی قیداری، ح.، محمودی، ح. و جعفری، ف. ۱۳۹۶. تحلیل مهارت‌های کارآفرینی زنان در مناطق روستایی (مورد مطالعه: روستاهای بخش مرکزی شهرستان فریمان). فصلنامه پژوهش‌های روستایی، (۲): ۲۶۳-۲۴۵.

۱۶. فلاح حقیقی، ن. ۱۳۹۴. میکروکارآفرینی و توانمندسازی زنان روستایی: چالش‌های پیش رو. نشریه کارآفرینی در کشاورزی، ۱(۲)، ۱۴۶-۱۲۵.
۱۷. فلاح، م. ۱۳۹۷. شناسایی پیش‌ران‌های موثر در توسعه کسب و کارهای بسیار کوچک (میکرو) در بخش مشاغل خانگی روستایی. فصلنامه علمی- پژوهشی تحقیقات بازاریابی نوین، ۸(۳): ۱۴۰-۱۱۹.
۱۸. قدیری معصوم، م.، عینالی، ج.، سوری، ف. و چراغی، م. ۱۳۹۳. نقش توانمندی شغلی زنان در توسعه اقتصادی نواحی روستایی (مطالعه موردی: بخش کونانی شهرستان کوهدشت). مجله پژوهش و برنامه‌ریزی روستایی، ۳(۶): ۲۵-۱۷.
۱۹. کریمی، س. ۱۳۹۳. کارآفرینی روستایی: چالش‌ها و فرصت‌ها. نشریه کارآفرینی در کشاورزی، ۳(۱): ۱۱۹-۱۰۱.
۲۰. مافی، ف. ۱۳۸۵. اعتبارات خرد، ویژگی‌ها، تجارب، ملاحظات، راهبردها. تهران: پژوهشکده تحقیقات استراتژیک، گروه پژوهش اقتصادی، گروه فرهنگی انتشارات شادان.
۲۱. مقیمی، س. و احمدپور داریانی، م. ۱۳۸۷. آموزش کارآفرینی در کسب و کارهای کوچک و متوسط ایران: نیازها و راهکارها. توسعه کارآفرینی، ۱(۱): ۲۷۱-۲۴۶.
۲۲. ملکی‌نژاد، ا. ۱۳۸۵. تحلیلی بر نقش صنایع کوچک و متوسط در توسعه اقتصادی. فصلنامه راهبرد یاس، ۸: ۱۴۱.
۲۳. میرکمالی، س.م. و باقری خلیلی، ز. ۱۳۸۴. ارزیابی توانمندی شغلی دانش‌آموختگان رشته‌های فنی - حرفه‌ای (شاغل در شرکت ایران خودرو از دیدگاه مدیران واحدهای تولیدی). فصلنامه نوآوری‌های آموزشی، ۳(۴): ۱۱۰-۸۵.
۲۴. یعقوبی فرانی، ا.، سلیمانی، ع. و موحدی، ر. ۱۳۹۳. تحلیل عوامل موثر بر کارآفرینی زنان روستایی. مطالعات اجتماعی روان‌شناختی زنان، ۱۲(۴): ۴۲-۷.
۲۵. حسن زاده، علاءالدین، ازوجی، علی و قویدل، صالح (۱۳۸۵) "بررسی آثار اعتبارات خرد در کاهش فقر و نابرابری‌های درآمدی اقتصاد اسلامی" سال ششم، صفحات ۶۹-۴۵.
۲۶. کیان پور، س. تولایی، ر. ۱۳۹۳. بررسی نقش بنگاه‌های کوچک و متوسط مقیاس در توسعه فعالیت‌های اقتصادی کشور مالزی، رشد فناوری، ۱۰(۳۸).
۲۷. تقی‌زاده، ر. ۱۳۹۵. برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری کشورها در حمایت از بنگاه‌های کوچک و متوسط (آلمان)، گروه مطالعات محیط کسب و کار، شماره مسلسل ۱۵۰۸۳، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، ۲۷-۱.
28. Agyapong, D. 2010. Micro, small and medium enterprises' activities, income level and poverty reduction in Ghana—A synthesis of related literature. *International Journal of Business and Management*, 5(12): 196.
29. Cowdhury, K. 2007. Entrepreneurship as an Economic Force in Rural Development. The Seventh FAO/ REU International Rural Development Summer School, Herrsching, Germany.
30. Driga, O., Lafuente, E., and Vaillant, Y. 2009. Reasons behind the Relatively Lower Entrepreneurial Activity Levels of Rural Women: looking into rural Spain. *Sociologia Ruralis*, 49(1): 70-96.
31. Gabriel, V., Rojas, M., and Siga, L. 2009. On the nature of microentrepreneurship: evidence from Argentina, *Applied Economics*, 41, 21: 2667- 2680.
32. Haan, H.C. 2006. Training for work in the informal micro-enterprise sector: Fresh evidence from Sub-Sahara Africa. The Netherlands: UNESCO-UNEVOC, Springer.
33. Ibrahimpour, H., Habibian, S., Janaizadeh, M., and Nickrooz, Z. 2011. [Role of skills in entrepreneurship. Paper presented at The National Conference on Entrepreneurship, Cooperation, and Economic Jihad, Nain, Iran, 19-20 December 2011.
34. International Labour Organization (ILO). 2000. 'Resolution concerning statistics of employment in the informal sector', adopted by the Fifteenth International Conference of Labour Statisticians (January 1993), in *Current International*

44. Parry, S. 2012. Going green: the evolution of micro-business environmental practices. *Business Ethics: A European Review*, 21(2): 220-237.
45. Parvin, L., Rahman, M.W., and Jia, J. 2012. Determinates of Women Microentrepreneurship Development: An Empirical Investigation in Rural Bangladesh, *International Journal of Economics and Finance*, 4(5): 254-260.
46. Santos, M. 1979. *The Shared Space: The Two Circuits at the Urban Economy*, London: Methuen.
47. Sarosa, S. 2007. The information technology adoption process within Indonesian small and medium enterprises. University of Technology, Sydney.
48. SBA. 2012. Small Business Administration (SBA) Size Standards Office. <http://www.sba.gov/about-offices-content/1/2897>.
49. Sharma, A., Dua, S., and Hatwal, V. 2012. Micro Enterprise Development and Rural Women Entrepreneurship: way for Economic Empowerment, Arth Prabandh: A Journal of Economics and Management, 1(6): 114-127.
50. Sharma, D.D., and Dhameja, S.K. 2002. *Women and Rural Entrepreneurship*. Chandigarh: Abhishek Publications.
51. Sharma, p. & Kanta Varma, sh. 2008. Empowerment of women through entrepreneurial activities of self help groups. *Indian Research Journal of Extension Education* 8(1), 46-51.
52. Singh, S., Asrani, R., and Ramaswamy, A. 2016. *Study on mapping the market potential and accelerating finance for women entrepreneurs in Bangladesh*. World Bank.
53. Skarlatos, K. 2004. Microfinance and women's empowerment: bridging the gap, redesigning the future. Wisconsin Coordinating Council on Nicaragua, Working: Paper Series, No. 1.
54. Spring, A. 2009. African women in the entrepreneurial landscape: Reconsidering the formal and informal sectors. *Journal of African Business*, 10(1): 11-30.
55. Sultana, B., Zaaba, Z.B., and Unernto, K. 2010. Women's Empowerment through the Development of Micro Recommendations on Labour Statistics, 2000 edition, Geneva: ILO.
35. Islam, N. 2020. Women Empowerment through Entrepreneurship Development in Bangladesh: A Multivariate Analysis. *International Journal of Management (IJM)*, 11(10), 379-392.
36. Joyce, P.J., and Voytek, K.P. 1996. Navigating the new workplace. *Journal of Vocational Education*, 71(5): 30-32.
37. Karimi, S., Biemans, H.J., Naderi Mahdei, K., Lans, T., Chizari, M., and Mulder, M. 2017. Testing the relationship between personality characteristics, contextual factors and entrepreneurial intentions in a developing country. *International Journal of Psychology*, 52(3), 227-240.
38. La Porta, R., and Shleifer, A. 2008. The unofficial economy and economic development, *Brookings Papers on Economic Activity*, Fall: 275-352.
39. Meredith, G. G. 1994. *Small business management in Australia* (4th ed). McGraw Hill.
40. Mizan, AN. 1994. In quest of empowerment: The Grameen Bank impact on women's power and status, Dhaka, Bangladesh: University Press Limited, Pp: 1-174.
41. Narayan, D. 2002. *Empowerment and Poverty Reduction*. The World Bank Washington, DC.
42. Nawaz, F. 2009. Critical Factors of Women entrepreneurship Development in Rural Bangladesh, Bangladesh Development Research Working Paper Series (BDRWPS) 5, Bangladesh Development Research Center (BDRC), 508 Fowler Street, Falls Church, VA 22046-2012, U.S.A. [Online] available: http://www.bangladeshstudies.org/files/WPS_no5.pdf (March 29, 2012).
43. Oxaal, Z., and Baden, S. 1997. Gender and empowerment: Definitions, approaches and implications for policy. Briefing prepared for the Swedish International Development Cooperation Agency (SIDA), BRIDGE Report No. 40, Brighton: Institute of Development Studies, Pp: 1-35. ISBN: 1-85864-175- 6. <http://www.bridge.ids.ac.uk/Reports/re40c.pdf>.

60. Vial, I. 2011. Micro-entrepreneurship in a hostile environment: evidence from Indonesia, *Bulletin of Indonesian Economic Studies*, 47(2): 233-262.
61. Webster, L. and Peter, F. 1996. *The Informal Sector and Microfinance Institutions in West Africa*, London: Methuen.
62. Yasmeen, G. 2001. Workers in the urban informal food sector: Innovative organizing strategies. *Food, Nutrition and Agriculture Journal*, 29: 32-42.
63. Gomez, R. and Santor, E. 2003. "Do peer group members out perform individual borrowers? A test of peer group lending using Canadian Microcredit data" working paper.
- Entrepreneurship in Rural Bangladesh, *Social Sciences*, 5(1): 1-9.
56. Swain, RB. 2007. Can microfinance empower women? Self-help groups in India. *ADA Dialogue*, 37: 61-82. http://www.microfinance.lulcomas/media/l37_swain_an.pdf.
57. Teoh, W.M.Y., and Chong, S.C. 2014. Towards strengthening the development of women entrepreneurship in Malaysia. *Gender in Management: An International Journal*, 29: 432- 453
58. Thurik, A.R., and Wennekers, S. 2004 'Entrepreneurship, small business and economic growth', *Journal of Small Business and Enterprise Development* 11(1): 140-49.
59. UNDP. 2004. *Human Development Report 2004* (Oxford University Press).



Gorgan University of Agricultural
Sciences and Natural Resources

Journal of Entrepreneurship in Agriculture Vol. 6(2), 2019

<http://jead.gau.ac.ir>

DOI: 10.22069/jead.2021.18514.1433

The role of small businesses in empowerment of rural women

F. Alitavakoli¹, S. Karimi²

¹PhD student in the extension of sustainable agriculture and natural resources,
Bu Ali Sina University of Hamadan

²Assistant Professor, Department of Agricultural Extension and Education,
Faculty of Agriculture, Bu-Ali Sina University, Hamedan, Iran

Received: 15/09/2020; Accepted: 27/11/2020

Abstract

In the context of rural development, more attention should be paid to improving the empowerment of rural women and their working conditions in rural communities. Small businesses are a good opportunity to empower rural women and help them provide their family's livelihood and reduce rural poverty. Therefore, the main purpose of the present study was to explore the role of small businesses in empowerment of rural women. For the purpose of the study, secondary data was used and an extensive literature review was conducted on topics relevant to the research. In this research, in addition to an overview of key concepts and skills needed for entrepreneurship, the role of small businesses in empowering rural women was pointed out. In general, the research literature indicates that micro businesses can play an important role in empowerment of rural women through creating social capital, increasing awareness, and capacity building. Finally, some suggestions were presented to empower rural women through small businesses.

Keywords: Small business, Empowerment, Rural women

*Corresponding author; f.alitavakoli93@gmail.com

