



شناسایی مشکلات توسعه صنایع دستی برای زنان روستایی شهرستان ایلام

چکیده

صنایع دستی یکی از مهمترین انواع کسب و کارهای خانگی محسوب می شود که با توجه به نیاز داشتن به سرمایه اندک در مقایسه با سایر کسب و کارها و انجام کار در محیط منزل، با شرایط زندگی زنان هماهنگی بسیار داشته و می تواند در کاهش نرخ بیکاری و فراهم آوردن فرصتهای کارآفرینی برای زنان تأثیر زیادی داشته باشد. تحقیق حاضر نیز در همین رابطه با هدف شناسایی مشکلات توسعه صنایع دستی برای زنان روستایی شهرستان ایلام به انجام رسیده است. تحقیق حاضر از لحاظ ماهیت داده ها کمی، از نظر هدف کاربردی و از نظر نحوه گردآوری داده ها از نوع تحقیقات توصیفی- پیمایشی می باشد. جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه جمعیت زنان روستایی فعال اقتصادی شهرستان ایلام (۵۰۰) می باشد. روش نمونه گیری در این تحقیق تصادفی طبقه ای با انتساب متناسب بوده و حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران ۲۱۷ نفر تعیین گردید. ابزار گردآوری داده ها پرسشنامه بوده است که روایی آن توسط نظرات صاحب نظران تأیید شد، و پایایی پرسشنامه با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ به میزان ۹۸ درصد تعیین شد. برای تجزیه و تحلیل داده ها از آمار توصیفی مانند شاخص های فراوانی، میانگین، واریانس، انحراف معیار و ضریب تغییرات و جهت دسته بندی مشکلات از روش تحلیل عاملی با رویکرد اکتشافی استفاده شد. نتایج تحلیل عاملی نشان داد که مشکلات توسعه صنایع دستی را می توان در قالب ۴ عامل شامل مشکلات بازار رسانی و بازاریابی، مشکلات اجتماعی - فرهنگی، مشکلات اقتصادی و مشکلات صادرات و واردات، دسته بندی کرد که این مشکلات در مجموع حدود ۶۴ درصد از واریانس کل را تبیین کرده اند.

کلمات کلیدی: مشکلات، صنایع دستی، کسب و کارهای خانگی، زنان روستایی، تحلیل عاملی.



مقدمه

توسعه کسب و کارهای خانگی از جمله راهکارهای مناسب برای توسعه اشتغال‌های خرد و متوسط به ویژه برای جمعیت وسیعی از زنان و جوانان که دارای مهارت کافی در انجام برخی از کارها هستند اما به دلیل بازار نامناسب اشتغال نمی‌توانند جذب بازار شوند، می‌باشد. تجربه بسیاری از کشورها نشان می‌دهد مشاغل خانگی راهکاری مناسب برای کاهش نرخ بیکاری و فراهم ساختن زمینه اشتغال زنان و جوانان، محسوب می‌شود. فعالیت اقتصادی در محیط خانگی و یا محل‌هایی در مجاورت محل زندگی، امکان مشارکت اعضای خانوار برای انجام یک فعالیت اقتصادی مشترک، جلوگیری از رفت و آمدهای شهری و در نهایت صرفه‌جویی هزینه‌های اجتماعی و در کنار خانواده بودن یکی از اعضای سرپرست خانوار، از جمله مزایای مشاغل خانگی است. کسب و کارهای کوچک را در توسعه اقتصادی دارای اهمیت می‌دانند و می‌گویند: بخش خصوصی و کسب و کارهای کوچک و متوسطی که در آن وجود دارد، می‌تواند به عنوان یک "موتور محرکت توسعه" مطرح گردد (احمدپور داریانی و همکاران، ۱۳۸۸).

کسب و کار خانگی آن دسته از فعالیت‌هایی است که از سوی عضو یا اعضای خانواده در فضای مسکونی در قالب یک طرح کسب و کار بدون مزاحمت و ایجاد اختلال در آرامش واحدهای مسکونی همجوار شکل می‌گیرد و منجر به تولید خدمت و یا کالای قابل عرضه به بازار خارج از محیط مسکونی می‌شود.

طبق آمار جهانی زنان سهم بزرگی در مسئولیت تولید در جهان را دارند و ۲/۳ درصد کل ساعات کار بر عهده‌ی آنهاست، در مقابل فقط ۱/۳ درصد نیروی کار را تشکیل می‌دهند و در سطح جهان فقط ۱/۱۰ درصد درآمدهای دنیا را به خود اختصاص داده‌اند (محمدی، ۱۳۸۵). یکی از مهمترین معیارهای سنجش درجه توسعه یافتگی یک کشور، میزان اهمیت و اعتبار است که زنان در آن کشور دارا می‌باشند. اکنون نگاه جهان، بیشتر به سوی زنان معطوف شده است زیرا امروزه برای تحقق توسعه اجتماعی تسریع فرآیند توسعه اقتصادی و محقق شدن عدالت اجتماعی چنانچه به زن به عنوان نیروی فعال و سازنده نگریسته شود، قطعاً تأثیری بسیار در روند توسعه و افزایش کمی و کیفی نیروی انسانی آن جامعه خواهد داشت نقش زنان در توسعه، مستقیماً با هدف توسعه اجتماعی و اقتصادی بستگی داشته و از این رو در تحول همه جوامع انسانی، عاملی بنیادی محسوب می‌گردد (همان). کنش و واکنش توسعه فرهنگی و مشارکت زنان در جامعه امری ضروری و حتمی است چنان که عدم حضور زنان در عرصه‌های مختلف به خاطر علل و عوامل مختلفی است که در تمام دوران گذشته بر سر راه مشارکت زنان وجود داشته است. این رکود و انحطاط فکری، فرهنگی و اقتصادی و ... برای زنان با تأثیر بر فرهنگ عمومی جامعه توسعه آن را در تمام ابعاد اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی را مختل می‌سازد (ناجی زاده، ۱۳۸۲).

کسب و کارهای خانگی از نظر اشتغال‌زایی و به خاطر نوآوری‌هایی که در تولید و عرضه خدمات ایجاد کرده به یکی از بخش‌های حیاتی اقتصادی کشورهای پیشرفته تبدیل شده است. توسعه کسب و کارهای خانگی می‌تواند به ایجاد ثروت اقتصادی و تشکیل سرمایه اجتماعی



کمک کند، از آنجا که زنان در محل زندگی خودشان کار می‌کنند زمینه ترویج کسب و کارهایی که فرصت‌های اشتغال محلی یا بومی خلق می‌کنند به وجود می‌آید و منطقه‌ای مورد فعالیت از نظر استخدامی به خودکفایی می‌رسد همچنین دستیابی به رشد اقتصادی پایدار نیز تسهیل می‌گردد (برخورداری، ۱۳۸۹). توسعه کسب‌وکارهای خانگی فرصت مناسبی را برای اجرای یک ایده کارآفرینانه با ریسک و هزینه‌های بسیار پایین فراهم می‌کنند، به طوری که آن را مرکز رشدی برای کسب و کارهای کوچک و متوسط و تبدیل آن به یک کسب و کار واقعی می‌دانند. مطالعات نشان می‌دهد که بیش از ۷۰ درصد کارآفرینان موفق در ابتدا کار خود را از خانه شروع کرده‌اند (فین‌مارک^۱، ۲۰۰۶). صنایع دستی به عنوان یکی از مهم‌ترین انواع کسب و کار خانگی محسوب می‌شود که سهم آن در تولید ناخالص داخلی ۲/۹ درصد است. در شرایط فعلی که مسئله بیکاری و ایجاد اشتغال مولد همراه با افزایش تولید داخلی و توسعه صادرات غیرنفتی و فراهم نمودن زمینه مشارکت آن در فعالیتهای اقتصادی و اجتماعی مهمترین دغدغه مسئولین و رؤس برنامه‌های توسعه اقتصادی و اجتماعی کشور را تشکیل می‌دهد توجه به صنایع دستی و اهمیت آن بیش از پیش گردیده زیرا صنایع دستی علاوه بر جاذبه‌های هنری و فرهنگی و سهولت آموزش و فراگیری آن از کمترین هزینه سرانه آموزش و ایجاد فرصت شغلی در میان بخش‌های مختلف فعالیتهای صنعتی برخوردار است. در این میان صنایع دستی روستایی که به نوعی تداعی کننده بخشی از سنت‌های اصیل ایرانی است، نه تنها موجب اشتغال پایدار در روستاها می‌شود بلکه منبع درآمد مهمی برای خانوارهای روستایی بوده و نقش بسیار مهمی در کاهش مهاجرت روستاییان دارد. در استان ایلام هنوز زنان نتوانسته‌اند از نظر شاخص‌های توسعه جایگاه مناسبی را پیدا کنند. طبق آمارهای منتشره از طرف سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی، مرکز آمار ایران و یونسف، زنان استان ایلام از نظر سهم نسبی درآمد، تعداد متخصصان و دستیاران آنها، کارکنان خدماتی و فروش، کارکنان امور دفتری و نرخ فعالیت اقتصادی نسبت به مردان دارای رتبه‌های بسیار پایین‌تر از حد میانگین کشور هستند. بنابراین هدف از انجام این پژوهش شناسایی مشکلات توسعه کسب و کارهای خانگی صنایع دستی برای زنان روستایی شهرستان ایلام بوده است. پاپ زن و همکاران (۱۳۹۰) آموزش‌های فنی حرفه‌ای مورد نیاز زنان در زمینه صنایع دستی را بررسی کرده و نشان داده‌اند که به علت محدودیت اعتبارات و نبود صرفه اقتصادی امکان اشتغال زنان روستایی در زمینه صنایع دستی محدود است و جهت برطرف کردن این مشکل تشکیل شرکت‌های تعاونی زنان و تعاونی فرش بافی را پیشنهاد کرده‌اند. میرکتولی و مصدق (۱۳۸۹) در پژوهش خود نشان داده‌اند که گردشگری روستایی در رونق صنایع دستی در دهستان استرآباد شهرستان گرگان نقش مؤثری دارد. رستمی (۱۳۸۳) وضعیت اشتغال زنان روستایی استان مازندران را در بخش صنایع دستی بررسی کرده و نشان داده است که بیشترین جمعیت زنان در رشته فرش بافی مشغول به کار هستند و تقریباً به ازای هر ۴۰ نفر قالی باف یک نفر در رشته‌های دیگر صنایع دستی فعالیت دارد. پس از فرش رشته‌هایی چون گلیم بافی، سوزن دوزی، گل دوزی و هنرهای چوبی در اولویب‌های بعدی قرار دارند. یزدان پناه و صمدیان (۱۳۸۸) عوامل مؤثر بر

^۱. Finmark



موفقیت شرکتهای تعاونی صنایع دستی را بررسی کرده . نشان داده اند که مواردی نظیر نگرش اعضا نسبت به اصول تعاونی، برگزاری دوره های کارآموزی و شرکت مداوم اعضا در این دوره ها، همکاری و حمایت نهادهای مختلف، تشکیل مجمع عمومی و رعایت تصمیمات گرفته شده در مجمع، تهیه بموقع مواد خام و همچنین ارائه پاداش مادی و غیرمادی به اعضا با موفقیت تعاونی های صنایع دستی رابطه داشتند. مطیعی لنگرودی (۱۳۸۰) مهمترین مشکلاتی را که سبب ایجاد رکود در کارآیی صنایع دستی در نواحی روستایی شهرستان مشهد شده است را در قالب کمبود سرمایه، ضعف بازار و بازاریابی برای تولید صنایع دستی، ضعف مهارت و آموزش شاغلان در صنایع دستی و مشکلات مربوط به محیط کار از نظر فنی و بهداشتی برشمرده است.

پورآتش (۱۳۸۹) در تحقیقی تحت عنوان "کسب و کار خانگی، گزیداری جهت کاهش فقر و جلوگیری از مهاجرت روستاییان" به این نتیجه رسید که بهترین راهکار توسعه فرهنگ کارآفرینی در روستاها ارتقای سواد کارآفرینی زنان روستایی از طریق برنامه های آموزشی و ترویجی مختلف است. صرفاً توسعه سواد خواندن و نوشتن (سواد عمومی و پایه) راهگشای مسائل روستایی نخواهد بود، بلکه توسعه مجموعه ای از سوادهای فرهنگی فناوری و اطلاعاتی باعث توانمند شدن روستاییان شده و آنان را در ایجاد، توسعه و بهره برداری از کسب و کارها و منابع خود یاری می رساند.

رودگر نژاد و کیاکجوری (۱۳۸۹) در تحقیقی تحت عنوان "چالش ها و موانع کسب و کارهای خانگی" مهمترین راهکارهای این نوع کسب و کارها را چنین برشمردند: بکارگیری سیاستهای تشویقی و حمایتی از صنایع کوچک بخصوص تولیدات خانگی، اتخاذ راهکارها و راهبردهای توسعه صادرات تولیدات خانگی، سیاست های حمایتی در بازاریابی، بازاریابی، تبلیغات در سطح جهانی، استفاده از تکنولوژی جدید و تشویق و ترغیب کارآفرینان خانگی به استفاده از نوآوری و خلاقیت های تولید محصولات ویژه و منحصر به فرد و تأمین نیازهای مالی و اعتباری از طریق تعدیل سیاست های مالی و پولی برای تأمین نیازهای مالی، محدودیت های بازرگانی، صادرات و قوانین حقوقی.

بهادری (۱۳۸۹) در اثر خود تحت عنوان توانمندسازی زنان سرپرست خانوار، محدودیت های فردی نظیر سطح علمی و مهارتی پایین، محدودیت های خانوادگی نظیر عهده دار بودن نقش همسری و مادری و محدودیت های اجتماعی همچون عدم پذیرش فعالیت های زنان از سوی برخی افراد در جامعه را از موانع توسعه کارآفرینی زنان در کشور و به ویژه در استان خوزستان معرفی نموده است. همچنین مختاری (۱۳۸۹) در پژوهش خود تحت عنوان بررسی فعالیت های کارآفرینی در استان خوزستان، مشکلات فرهنگی را مانع مهمی بر سر راه توسعه کارآفرینی زنان در کشور و به ویژه در استان خوزستان معرفی نموده است.

پیشگاهی فرد و ام البنی (۱۳۸۸) در تحقیقی تحت عنوان "آینده پژوهی وضعیت اشتغال زنان در منطقه خاورمیانه با تأکید بر جایگاه ایران" راهکارهای توسعه مشاغل خانگی را چنین برشمردند: ایجاد فرصت رشد و ارتقا شخصیت زنان برای برداشتن موانع اشتغال زنان، از میان



برداشتن ابهامات و تصورات منفی درباره کار زنان، آگاه نمودن زنان از توانایی هایشان در فعالیت اقتصادی، عضویت زنان در تعاونی ها، بالا بردن سطح آموزش زنان و برگزاری نمایشگاههای ملی، منطقه ای و محلی برای بازاریابی تولیدات زنان روستایی و عشایر.

شهبازی (۱۳۸۲) در اثر خود تحت عنوان مشکلات اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی زنان روستایی، به این نتیجه رسیده است که به طور کلی صنایع دستی اهمیت و نقش زیادی در خوداشتغالی زنان روستایی دارد. خوداشتغالی زنان و دختران روستایی در پرداختن به صنایع دستی تا حد زیادی نقش اقتصادی-اجتماعی زنان روستایی را ارتقاء می بخشد و شرایط مناسب تری را از لحاظ اجتماعی برای آنها فراهم می سازد.

شارما و کانتا وارما (Sharma & Kanta Varma, 2008) در پژوهش خود نتیجه گرفتند که مشارکت زنان در فعالیتهای تولیدی درآمدزا، به طور کلی به توانمندسازی زنان در ابعاد مختلف کمک می کند. تحقیق هوکو و ایتوهارا (Hoque & Itohara, 2008) نیز نشان داد متغیرهای میزان درآمد، میزان آموزش، مهارت ها و مشارکت نهادی زنان نقش اساسی در افزایش مشارکت آنها در فعالیت های اقتصادی دارد. مینگ ین و چونگ (Ming-yen, 2008 & Chong) در پژوهش مشترک خود در کشور مالزی با اشاره به محدودیت های ناشی از توأم بودن مسئولیت های خانه و محیط کار، موانع توسعه کارآفرینی زنان را به ۴ دسته عوامل کلی شامل ضعف سرمایه، ضعف در شبکه سازی، ضعف آموزش و ضعف فناوری اطلاعات و ارتباطات دسته بندی نموده اند.

مارتین (Martin, 2006) در پژوهش خود عوامل فردی را از جمله عوامل مهم برای شروع کسب و کار خانگی و موفقیت در اشتغال خانگی قلمداد میکند و نداشتن تخصص، تجربه و مهارت افراد را بعنوان یکی از موانع اصلی توسعه کسب و کارهای خانگی میداند. نتایج مطالعه ای در آفریقا (۲۰۰۵) دسترسی ناکافی زنان به اعتبارات رسمی، ضعف در زمینه اثرگذاری بر قوانین تجارت، محدودیت دسترسی به سرمایه به ویژه زمین و عدم هماهنگی آنان با یکدیگر را از عمده ترین مشکلات فراروی زنان کارآفرین برشمرده است.

روش تحقیق

تحقیق حاضر از نظر ماهیت داده ها، تحقیقی کمی بوده و گذشته نگر است. نظر به اینکه نتایج تحقیق بلافاصله می تواند در اختیار تصمیم گیران و متولیان کسب و کار زنان روستایی قرار گرفته و در سطوح استانی یا ملی، بکار گرفته شود، تحقیق از نوع کاربردی است و از نظر روش گردآوری اطلاعات، تحقیق حاضر توصیفی و پیمایشی می باشد. جامعه آماری شامل کلیه جمعیت زنان روستایی فعال اقتصادی شهرستان ایلام می باشد روش نمونه گیری در این تحقیق تصادفی طبقه ای با انتساب متناسب است بر اساس اطلاعات سازمان های مسئول حوزه زنان روستایی استان کل جامعه آماری (جمعیت زنان روستایی فعال اقتصادی) ۵۰۰ نفر می باشد. برای برآورد حجم نمونه آماری این گروه از فرمول کوکران برای جمعیت های کوچک استفاده گردید که با درجه خطای ۵ درصد حجم نمونه ۲۱۷ نفر تعیین گردید. ابزار به کار رفته در این پژوهش پرسشنامه می باشد که به روش حضوری از افراد مورد مطالعه تحقیق تکمیل و نسبت به استخراج داده های جمع



آوری شده، اقدام گردید. در این تحقیق روایی پرسشنامه توسط صاحب نظران و متخصصان امر به دست آمد و برای تعیین پایایی پرسشنامه‌ها از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد که به میزان ۹۸ درصد به دست آمد.

نتایج و بحث

الف) ویژگی‌های فردی

براساس یافته‌های پژوهش، میانگین سنی زنان روستایی، ۲۷ سال بود که با انحراف معیار ۹ سال، به ترتیب از کمینه و بیشینه سنی برابر با ۱۳ و ۶۰ سال برخوردار بودند. ۱۱۰ نفر از زنان روستایی مورد بررسی ۵۵/۸ درصد از آنان متأهل و ۸۷ نفر دیگر برابر با ۴۴/۲ درصد مجرد بودند. توزیع فراوانی سطح تحصیلی نمونه مورد مطالعه نیز حکایت از آن داشت که ۳ درصد از این افراد بی سواد، ۸/۶ درصد دارای تحصیلات ابتدایی، ۳۴/۵ درصد راهنمایی، ۴۲/۱ درصد دبیرستان و ۱۱/۸ درصد از آنان دارای تحصیلات دانشگاهی بودند که با توجه به متوسط سطح تحصیلات مردم در منطقه، در مجموع افرادی با تحصیلات بالا به شمار می‌رفتند.

ب) اولویت‌بندی مشکلات توسعه صنایع دستی برای زنان روستایی شهرستان ایلام

جدول ۱، اولویت بندی مشکلات توسعه صنایع دستی زنان روستایی شهرستان ایلام با استفاده از شاخص ضریب تغییرات را نشان می‌دهد. براساس اطلاعات جدول، مشکلاتی چون "نبود تنوع و طرح در محصولات تولیدی صنایع دستی خانگی با ضریب تغییرات ۰/۳۱۹"، "حمایت کم دولت از صنایع دستی زنان روستایی کارآفرین با ضریب تغییرات ۰/۳۲۷"، "وجود واسطه‌های چند لایه در بازار صنایع دستی با ضریب تغییرات ۰/۳۴۶ در اولویت‌های اول تا سوم قرار دارند و مشکلاتی همچون "نبود بسته بندی مناسب با ضریب تغییرات ۰/۵۵۰"، "کم توجهی به زنان روستایی در عرصه صنایع دستی با ضریب تغییرات ۰/۴۸۳" و کمبود تحقیقات و پژوهش‌های کاربردی در زمینه صنایع دستی زنان روستایی با ضریب تغییرات ۰/۴۷۵، سه اولویت آخر را به خود اختصاص داده‌اند.



جدول ۱. اولویت بندی مشکلات توسعه صنایع دستی با استفاده از شاخص ضریب تغییرات (CV)

مشکلات و چالش ها	میانگین	انحراف معیار	ضریب تغییرات (C. V)	رتبه
نبود تنوع و طرح در محصولات تولیدی صنایع دستی خانگی	۶/۶۳	۲/۱۲	۰/۳۱۹	۱
حمایت کم دولت از صنایع دستی زنان روستایی کارآفرین	۶/۲۵	۲/۰۵	۰/۳۲۷	۲
وجود واسطه‌های چند لایه در بازار صنایع دستی	۶/۷۷	۲/۳۴	۰/۳۴۶	۳
کمبود فعالیت‌های تبلیغی و ترویجی	۶/۱۷	۲/۱۷	۰/۳۵۱	۴
توسعه نیافتگی استان مخصوصاً مناطق روستایی و عشایری	۶/۲۵	۲/۲۰	۰/۳۵۲	۵
پایین بودن میزان مهارت و آگاهی زنان روستایی در صنایع دستی	۵/۴۸	۱/۹۴	۰/۳۵۴	۶
پایین بودن درآمد صنایع دستی زنان روستایی	۵/۹۱	۲/۱۲	۰/۳۵۹	۷
عدم توانایی مالی صنعتگران برای حضور در نمایشگاه ها	۶/۸۴	۲/۴۸	۰/۳۶۳	۸
کمبود نمایشگاه‌ها و فروشگاه‌های دائمی صنایع دستی در استان	۵/۷۲	۲/۱۳	۰/۳۷۲	۹
سنتی بودن ابزار و روش‌های تولید زنان روستایی	۶/۰۱	۲/۲۴	۰/۳۷۳	۱۰
عدم هماهنگی در برنامه‌های مرتبط با صنایع دستی در استان	۵/۷۵	۲/۱۷	۰/۳۷۸	۱۱
نبودن قوانین حمایتی از صنعتگران	۵/۹۲	۲/۲۷	۰/۳۸۳	۱۲
عدم همکاری بعضی از نهادهای دولتی	۵/۹۸	۲/۳۰	۰/۳۸۴	۱۳
محدود بودن امکانات بودجه سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری	۵/۸۲	۲/۲۴	۰/۳۸۵	۱۴
کنترل و نظارت ناقص به بازار کسب و کار	۵/۸۷	۲/۳۰	۰/۳۹۲	۱۵
محدود بودن کمک‌های فنی و تخصصی	۶/۴۰	۲/۶۰	۰/۴۰۷	۱۶
نبود حضور چشمگیر گردشگری در استان	۶/۱۱	۲/۴۸	۰/۴۰۷	۱۶
مسائل و مشکلات بیمه‌ای صنایع دستی زنان روستایی	۶/۵۹	۲/۶۹	۰/۴۰۸	۱۷
ناچیز بودن اعتبارات و تسهیلات اهدایی به صنعتگران	۵/۷۷	۲/۳۵	۰/۴۰۸	۱۷
عدم تنوع یا کم تنوع فرصت‌های شغلی برای زنان روستایی	۵/۷۹	۲/۳۸	۰/۴۱۱	۱۸
توجه نکردن به سلیقه مشتری	۵/۶۹	۲/۳۶	۰/۴۱۴	۱۹
نبود بازارچه صنایع دستی در استان	۶/۱۳	۲/۵۹	۰/۴۲۲	۲۰



۲۱	۰/۴۲۴	۲/۵۴	۶/۰۰	خارج شدن صنایع دستی از کالاهای ضروری
۲۲	۰/۴۳۶	۲/۵۲	۵/۷۹	نبود بازار مناسب فروش محصولات صنایع دستی زنان روستایی
۲۳	۰/۴۳۷	۲/۵۳	۵/۷۸	صادرات توسط تاجران خارج از استان
۲۴	۰/۴۴۷	۲/۶۵	۵/۹۳	کمبود امکانات بهداشتی در کارگاه‌های صنایع دستی منطقه
۲۵	۰/۴۵۰	۲/۵۹	۵/۷۶	افزایش رقبا در سایر کشورها
۲۶	۰/۴۶۷	۲/۴۹	۵/۳۴	نبود آمار و اطلاعات دقیق، منسجم و به هنگام
۲۶	۰/۴۶۷	۲/۷۳	۵/۸۴	واردات بی رویه صنایع دستی
۲۷	۰/۴۷۴	۳/۱۲	۶/۵۹	سنگینی کار خانگی صنایع دستی زنان روستایی
۲۸	۰/۴۷۵	۲/۷۱	۵/۷۱	دسترسی کمتر زنان روستایی به بازار فروش محصولات
۲۸	۰/۴۷۵	۲/۵۸	۵/۴۳	کمبود تحقیقات و پژوهش‌های کاربردی در زمینه صنایع دستی
زنان روستایی				
۲۹	۰/۴۸۳	۲/۵۸	۵/۳۵	کم توجهی به زنان روستایی در عرصه صنایع دستی
۳۰	۰/۵۵۰	۳/۱۸	۵/۷۹	نبود بسته بندی مناسب

ج) تحلیل عاملی مشکلات توسعه صنایع دستی برای زنان روستایی

به منظور شناسایی و دسته بندی مشکلات توسعه صنایع دستی از تحلیل عاملی استفاده گردید. جدول ۲ میزان آماره KMO و آزمون بارتلت را نشان می‌دهد که حاکی از مناسب بودن داده‌های تحقیق برای تحلیل عاملی می‌باشد با توجه به مقدار KMO (۰/۶۱۴) و معنادار بودن آزمون بارتلت، داده‌ها برای تحلیل عامل مناسب می‌باشند.

جدول ۲. مقدار KMO و آزمون باتلت مشکلات زنان روستایی در حوزه صنایع دستی

SIG	Bartlett	KMO	تحلیل عاملی
۰/۰۰۰	۳۰۲۶/۱۲۹	۰/۶۱۴	مشکلات چالش‌های زنان روستایی در حوزه صنایع دستی



جدول ۳، عوامل استخراج شده با مقدار ویژه، درصد واریانس و درصد واریانس تجمعی هر کدام از عامل‌ها را نشان می‌دهد بر اساس نتایج به دست آمده از جدول ۳، عامل اول با مقدار ویژه ۴/۰۹۷ به تنهایی ۱۸/۶۲۰ درصد از واریانس کل را تبیین نموده است که بیانگر اهمیت زیاد این عامل می‌باشد. عامل‌های بعدی به ترتیب ۱۷/۱۹۱، ۱۵/۹۳۳ و ۱۲/۵۵۳ درصد از واریانس کل را تشکیل می‌دهند. جدول ۴ نام عامل‌ها به همراه گویه‌های مربوط و بار عاملی هر گویه را نشان می‌دهد.

جدول ۳. عوامل استخراج شده با مقدار ویژه، درصد واریانس و درصد واریانس تجمعی آنها

عامل ها	مقدار ویژه	درصد واریانس مقدار ویژه	درصد واریانس تجمعی
۱	۴/۰۹۷	۱۸/۶۲۰	۱۸/۶۲۰
۲	۳/۷۸۲	۱۷/۱۹۱	۳۵/۸۱۱
۳	۳/۵۰۵	۱۵/۹۳۳	۵۱/۷۴۴
۴	۲/۷۶۲	۱۲/۵۵۳	۶۴/۲۹۷

جدول ۴. متغیرهای مربوط به هر عامل به همراه بار عاملی آنها

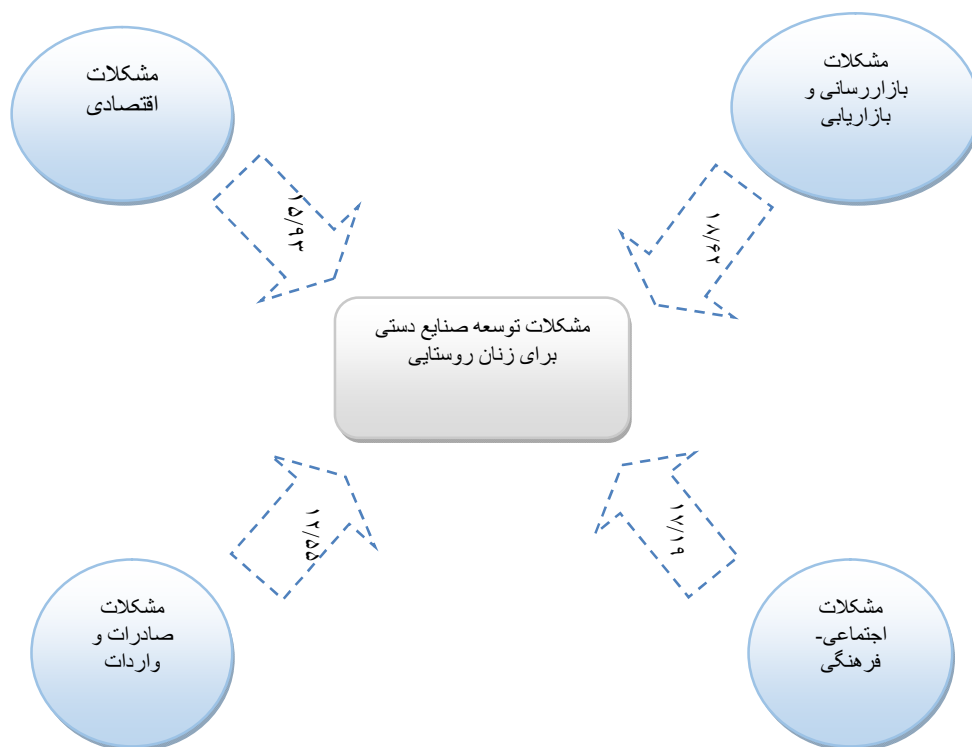
نام عامل	متغیرها	بار عاملی
مشکلات بازار رسانی و بازاریابی	نبود بسته بندی مناسب	۰/۶۸۰
	دسترسی کمتر زنان روستایی به بازار فروش محصولات	۰/۶۵۹
	نبود بازارچه صنایع دستی در استان	۰/۶۷۱
	کمبود نمایشگاه‌ها و فروشگاه‌های دائمی در استان	۰/۶۲۲
	نبود آمار و اطلاعات دقیق، مسنجم و. بهنگام	۰/۵۹۱
مشکلات اجتماعی - فرهنگی	نبود بازار مناسب فروش محصولات صنایع دستی زنان روستایی	۰/۶۲۸
	سنگینی کار خانگی صنایع دستی زنان روستایی	۰/۶۷۵
	کمبود فعالیت‌های تبلیغی و ترویجی	۰/۵۶۲
	توجه نکردن به سلیقه مشتری	۰/۶۳۸
	نبود حضور چشمگیر گردشگر در استان	۰/۵۶۷



۰/۵۴۳	کم توجهی به زنان روستایی در عرصه صنایع دستی	
۰/۵۵۴	عدم هماهنگی در برنامه مرتبط با صنایع دستی استان	
۰/۵۷۳	کنترل و نظارت ناقص به بازار کسب و کار	
۰/۷۰۶	سنتی بودن ابزار و روش‌های تولید زنان روستایی	
۰/۶۶۰	نبود تنوع و طرح در محصولات تولیدی صنایع دستی خانگی	
۰/۵۴۵	محدود بودن کمک‌های فنی و تخصصی	
۰/۵۵۵	قیمت بالای نهاده‌های مورد نیاز صنایع دستی	
۰/۵۴۱	پایین بودن درآمد صنایع دستی زنان روستایی	مشکلات مالی و
۰/۵۳۱	مسائل و مشکلات بیمه‌ای صنایع دستی زنان روستایی	اقتصادی
۰/۵۴۳	عدم توانایی صنعتگران برای حضور در نمایشگاه	
۰/۶۸۲	محدود بودن امکانات بودجه سازمان میراث فرهنگی صنایع دستی و گردشگری	
۰/۶۸۱	ناچیز بودن اعتبارات و تسهیلات اهدایی به صنعتگران	
۰/۶۵۵	افزایش رقبا در سایر کشورها	
۰/۵۴۲	واردات بی رویه صنایع دستی	
۰/۵۴۰	خارج شدن صنایع دستی از کالاهای ضروری	مشکلات صادرات و
۰/۶۸۰	وجود واسطه‌های چند لایه در بازارهای صنایع دستی	واردات
۰/۶۸۵	صادرات توسط تاجران خارج از استان	

شکل ۱ مشکلات توسعه صنایع دستی برای زنان روستایی شهرستان ایلام را به همراه درصد واریانس هریک از مشکلات نشان می

دهد.



شکل ۱. مشکلات توسعه صنایع دستی برای زنان روستایی شهرستان ایلام

نتیجه تحلیل عاملی نشان داد که مشکلات اساسی توسعه صنایع دستی برای زنان روستایی را می توان در ۴ عامل زیر خلاصه کرد:

۱- عامل اول که به عنوان مشکلات بازررسانی و بازاریابی نام گذاری شده است مهم ترین مشکل در حوزه کسب و کار خانگی صنایع دستی می باشد. این عامل متشکل از متغیرهای نبود بسته بندی مناسب، دسترسی کمتر زنان روستایی به بازار فروش محصولات، نبود بازارچه صنایع دستی در استان، کمبود نمایشگاه ها و فروشگاه های دائمی در استان، که در کل ۱۸/۶۲۰ درصد از واریانس کل را تبیین نموده است.

۲- عامل دوم که مشکلات اجتماعی - فرهنگی نام گذاری شده است شامل متغیرهای سنگینی کار خانگی صنایع دستی زنان روستایی، کمبود فعالیت های تبلیغی و ترویجی، توجه نکردن به سلیقه مشتری و ... می باشد که در مجموع این عامل ها ۱۷/۱۹۱ درصد از



واریانس کل را تشکیل می‌دهند. نتایج بیانگر این نکته است که بعد از مسایل و مشکلات بازاریابی و مسایل و مشکلات اجتماعی - فرهنگی مانع توسعه کسب و کارهای خانگی زنان روستایی هستند.

۳- عامل سوم که تحت عنوان مشکلات مالی و اقتصادی بیان شده است متشکل از متغیرهای قیمت بالای نهاده‌های مورد نیاز صنایع دستی، پایین بودن درآمد صنایع دستی زنان روستایی و ... می‌باشد که ۱۵/۹۳۳ درصد از واریانس کل را تشکیل می‌دهند.

۴- عامل چهارم که مشکلات صادرات و واردات نام دارد توانسته است ۱۲/۵۵۳ درصد از کل واریانس را تشکیل می‌دهند که متشکل از متغیرهایی همچون افزایش رقبا در سایر کشورها، واردات بی رویه صنایع دستی، خارج شدن صنایع دستی از کالاهای ضروری و ... می‌باشد. بدین جهت بهتر است دولت مردان بسترهای لازم جهت رفع این مشکل ایجاد نمایند.

نتایج به دست آمده از این تحقیق با نتایج تحقیقات زیر همخوان است:

مقامی و احمدپور داریانی (۱۳۸۷)، نیز در پژوهشی تحت عنوان "آموزش کارآفرینی در کسب و کارهای کوچک و متوسط ایران" به این نتیجه رسیدند که: نیازها و راهکارهای کارآفرینی به عنوان موتور محرکه توسعه اقتصادی و اجتماعی نقش اساسی در فرآیند توسعه جوامع دارد. کسب و کارهای کوچک بهترین مامن برای فعالیتهای کارآفرینانه است و این امر مستلزم آن است که صاحبان و کارکنان کسب و کارهای کوچک از مهارت‌ها و توانایی‌های کارآفرینانه برخوردار باشند. از دیگر متغیرهای تأثیرگذار بر میزان مشارکت زنان در فعالیتهای اقتصادی، سطح سواد آنهاست. هر چه میزان علم و دانش زنان افزایش یابد، امکان دستیابی آنها به مشاغل بخش صنعتی و خدماتی نیز افزایش می‌یابد و از اینرو، علم و دانش زنان با نرخ مشارکت آنها در بازار کار رابطه‌ای مثبت دارد.

شهبازی (۱۳۸۲) در اثر خود تحت عنوان مشکلات اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی زنان روستایی، به این نتیجه رسیده است که به طور کلی صنایع دستی اهمیت و نقش زیادی در خوداشتغالی زنان روستایی دارد و از نظر اقتصادی هم برای خانواده روستایی میسر است. خوداشتغالی زنان و دختران روستایی در پرداختن به صنایع دستی تا حد زیادی نقش اقتصادی-اجتماعی زنان روستایی را ارتقاء می‌بخشد و شرایط مناسب‌تری را از لحاظ اجتماعی برای آنها فراهم می‌سازد.

مینگ ین و چونگ (۲۰۰۸) در پژوهش مشترک خود در کشور مالزی با اشاره به محدودیتهای ناشی از توأم بودن مسئولیتهای خانه و محیط کار، موانع توسعه کارآفرینی زنان را به ۴ دسته عوامل کلی شامل ضعف سرمایه، ضعف در شبکه سازی، ضعف آموزش و ضعف فناوری اطلاعات و ارتباطات دسته بندی نموده‌اند.

پیشنهادهای

توسعه کسب و کار خانگی زنان روستایی یکی از لازمه‌های مهم توسعه پایدار اقتصادی و اجتماعی محسوب می‌شود تحقیق حاضر

در همین ارتباط انجام گردید و پیشنهاداتی را به شرح زیر مطرح می‌دارد:



- دوره‌های آموزشی ویژه و تخصصی برای زنان روستایی فعال در حوزه اشتغال زنان روستایی تشکیل گردد و در تنظیم محتوای دوره‌ها متناسب با نیازهای آنان عمل شود.

- با توجه به بهره‌مندی بالای زنان روستایی از رسانه‌های انبوهی به ویژه تلویزیون، جا دارد در برنامه‌های این رسانه با اولویت دادن به برنامه‌های استانی، به مباحثی همچون تشکلهای اقتصادی و اجتماعی و فواید آن بیش از پیش پرداخته شود.

- نتیجه تحقیق حاکی از اهمیت خاص بیمه برای زنان روستایی فعال در تولید محصولات خانگی است در این ارتباط لازم است ضمن مذاکره دولت با بیمه شرایط آسان‌تری برای بیمه محصولات تولیدی زنان روستایی فراهم ساخت.

- باید با آگاهی و آموزش مدیریت مشارکت به شوهران و فرزندان آنان، بارسنگین اداره امور خانه و تربیت فرزندان را برای زنان روستایی سبک نمود.

منابع مورد استفاده

- ۱- احمدپورداری، م.، یداللهی فارسی، ج.، و سمیع زاده، م. (۱۳۸۸). نقش عوامل خانوادگی در شکل‌گیری کسب و کارهای خانوادگی (مطالعه موردی: صنایع نفت و نساجی شهر تهران). فصلنامه خانواده‌پژوهی، پاییز ۱۳۸۸، دوره ۵، شماره ۱۹، صص 331-345
- ۲- برخوردار، ف. (۱۳۸۹). راهکارهای توسعه کسب و کارهای خانگی. روزنامه بازارکار. اسفند ۱۳۸۹. سال یازدهم. شماره ۵۹۴.
- ۳- بهادری، ن. (۱۳۸۹). توانمندسازی زنان سرپرست خانوار. همایش بررسی موانع و مشکلات کارآفرینی زنان در کرمانشاه.
- ۴- پاپ زن، ع.، خالدی، خ.، و سلیمانی، ع. (۱۳۹۰). ارزشیابی آموزش‌های فنی حرفه‌ای زنان روستایی در زمینه صنایع دستی، فصلنامه علمی پژوهشی جامعه‌شناسی زنان، سال دوم، شماره سوم، پاییز ۱۳۹۰، ۳۷-۲۱
- ۵- پیشگاهی فرد، ز.، و ام‌البنی، پ. (۱۳۸۸). آینده پژوهی وضعیت اشتغال زنان در منطقه خاورمیانه با تأکید بر جایگاه ایران. پژوهش زنان، دوره ۷، شماره ۲، ۱۰۶-۸۹
- ۶- پورآشتی، م. (۱۳۸۹). کسب‌وکار خانگی، گزیداری جهت کاهش فقر و جلوگیری از مهاجرت روستاییان، مجموعه مقالات اولین همایش ملی توسعه مشاغل خانگی - تهران.
- ۷- رستمی، م. (۱۳۸۳). بررسی وضعیت اشتغال زنان روستایی استان مازندران در بخش صنایع دستی (منطقه شاخص: شهرستان ساری)، پژوهشنامه علوم انسانی و اجتماعی، سال چهارم، شماره سیزدهم، ۶۵-۳۹
- ۸- رودگر نژاد، ف.، و کیاکجوری، ک. (۱۳۸۹). چالش‌ها و موانع کسب و کارهای خانگی. اولین همایش توسعه مشاغل خانگی-چالش‌ها و راهکارها.



۹- شهبازی، ح. (۱۳۸۲). مشکلات اجتماعی-اقتصادی-فرهنگی زنان روستایی، نشریه: اقتصاد و تعاون در راه جدید، مهرماه ۱۳۸۳، شماره،

۱۵۷

۱۰- مختاری، ب. (۱۳۸۹). بررسی فعالیت‌های کارآفرینی در استان خوزستان. پایگاه الکترونیک خبرگزاری دانشجویان ایران (ایسنا) اهواز.

۱۱- محمدی، م. (۱۳۸۵). اشتغال زنان و نقش آن در توسعه کشور، دانش پژوهان، شماره ۹.

۱۲- مطیعی لنگرودی، س. ح. (۱۳۸۰). عوامل رکود صنایع دستی در نواحی روستایی شهرستان مشهد، مجله تخصصی زبان و ادبیات

دانشکده ادبیات و علوم انسانی مشهد، بهار و تابستان ۱۳۸۰، دوره ۳۴، شماره ۱-۲ (پی در پی ۱۳۳-۱۳۲)، صص ۱۴۱-۱۶۸

۱۳- مقیمی، م. و احمد پور داریانی، م. (۱۳۸۷). آموزش کارآفرینی در کسب و کارهای کوچک و متوسط ایران. توسعه کارآفرینی، سالاول،

شماره اول: ۲۴۵-۲۰۷.

۱۴- میرکتولی، ج.، و مصدق، ر. (۱۳۸۹). بررسی وضعیت گردشگری روستایی و نقش آن در رونق صنایع دستی مورد دهستان استرآباد

جنوبی، شهرستان گرگان، مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای، سال دوم، شماره هفتم، زمستان ۱۳۸۹، ۱۵۴-۱۳۷

۱۵- ناجی‌زاده، م. ع. ۱۳۸۲. موانع مشارکت زنان در فعالیت‌های سیاسی، اقتصادی ایران پس از انقلاب، (تهران کویر): ۳۵۶.

16- Department trade and industry of republic of south Africa. 2005. South African women entrepreneurs a special report, retrieved 20 DEC2010 from www. dti. Org.

17- Finmark, Trust. 2006. Homebasedentrepreneurs. from: WWW. finmark. org. za.

18- Hoque, M. & Itohara, Y. (2008). Participation and decision making role of rural women in economic activities: A comparative study for members and nonmembers of the micro-credit organization in Bangladesh. Journal of Social Sciences 4(3): pp 229-236

19- Martin, D.M., (2009), The Entrepreneurial Marketing Mix, Qualitative market research: An International journal, 12(4), PP. 391-403

20- Ming-yen, W & Chong, S. C. (2008) Improving women entrepreneurs in SMEs in Malaysia: policy recommendation, Communications of the IBIMA, Volume 2, 2008, 31-38

21- Sharma, P. & Kanta Varma, Sh. (2008). Women Empowerment through Entrepreneurial Activities of Self Help Group, Indian Research Journal of Extension and Education, 8(1), January 2008