



Phenomenological Analysis of Women's Understanding of Home Businesses in the City of Ghorve Dargazin

Zahra Abdinloo¹ | Mohammad Taghi Sabzehei² | Asadollah Naghdi³

1. Department of Social Sciences, faculty of Economic and Social Sciences, Bu-Ali Sina University, Hamedan, Iran. E-mail:

s.zahra.abedinloo@gmail.com

2. Corresponding Author, Department of Social Sciences, faculty of Economic and Social Sciences, Bu-Ali Sina University, Hamedan, Iran. E-mail: m.sabzehei@basu.ac.ir.

3. Department of Social Sciences, Faculty of Economic and Social Sciences, Bu-Ali Sina University, Hamedan, Iran. E-mail:

a.naghdi@basu.ac.ir

Article Info

Article type:

Research Article

Article history:

Received: 8 April 2024

Received in revised form: 5

July 2024

Accepted: 28 July 2024

Published online: 15

September 2024

Keywords:

Earn of Income, Economic

Independence, Gender

Attitudes and Stereotypes,

Home Business, Rural

Working Women, Women's

Empowerment.

ABSTRACT

The main purpose of this study is the qualitative analysis of women's understanding of the concept of "work". The secondary goal is to examine the characteristics of rural home businesses and the obstacles they face from the perspective of rural working women.

This investigation's conceptual framework is predicated on theories of labor sociology. The target demographic is women who operate home-based enterprises in Ghorve city. The sample size is restricted to 25 women who are experienced in domestic work and is selected using the snowball method and theoretical saturation.

The findings have been analyzed in 3 main categories, 17 subcategories and 31 concepts. The results of this research show that women who operate home-based enterprises define work as the "earning of income," "gaining of social prestige," "participating in decision-making," and "feeling of subjectivity." The characteristics of home business as described by women include "flexibility of work," "floating time," "self-employment," and the "sameness of time, place, and nature of a woman's job with household duties."

In accordance with women's narrative, they faced many essential challenges such as "Lack of initial capital," "lack of work skills" and "hard gender attitudes and stereotypes".

Cite this article: Abdinloo., Z.; Sabzehei, M.T. & O. & Naghdi, A. (2024). Phenomenological Analysis of Women's Understanding of Home Businesses in the City of Ghorve Dargazin. *Community Development (Rural-Urban)*, 16 (2), 167-186. <https://doi.org/10.22059/jrd.2024.378390.668861>



© The Author(s). Publisher: University of Tehran Press.

DOI: <https://doi.org/10.22059/jrd.2024.378390.668861>

تحلیل پدیدارشناسانه فهم زنان از کسب و کارهای خانگی در شهر قروه درگزین

زهرا عابدینلو^۱ | محمدتقی سبزه‌ای^۲ | اسداله نقدی^۳۱. گروه علوم اجتماعی، دانشکده علوم اقتصادی و اجتماعی، دانشگاه بوعلی سینا، همدان، ایران. رایانامه: s.zahra.abedinloo@gmail.com۲. نویسنده مسئول، گروه علوم اجتماعی، دانشکده علوم اقتصادی و اجتماعی، دانشگاه بوعلی سینا، همدان، ایران. رایانامه: m.sabzehei@basu.ac.ir۳. گروه علوم اجتماعی، دانشکده علوم اقتصادی و اجتماعی، دانشگاه بوعلی سینا، همدان، ایران. رایانامه: naghdhi@basu.ac.ir

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: مقاله پژوهشی	هدف اصلی این مطالعه، تحلیل کیفی درک و فهم زنان از مفهوم کار و اهداف فرعی آن، شناخت ویژگی‌های کسب و کارهای خانگی روستایی و چالش‌های آن از منظر زنان شاغل روستایی است. چارچوب مفهومی این مطالعه نظریه‌های جامعه‌شناسی کار است.
تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱/۲۰	روش مطالعه پدیدارشناسی تفسیری است که مبتنی بر تجربه زیسته زنان از کار خانگی است. جامعه هدف، زنان شاغل در کسب و کارهای خانگی شهر قروه درگزین است. حجم نمونه به روش گلوله‌برفی انتخاب و براساس اشباع نظری به ۲۵ نفر از زنان باتجربه در مشاغل خانگی محدود شده است. یافته‌های مطالعه در سه مقوله اصلی، ۱۷ مقوله فرعی و ۳۱ مفهوم تحلیل شدند. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد تعریف زنان شاغل در کسب و کارهای خانگی از کار «کسب درآمد»، «کسب منزلت اجتماعی»، «مشارکت در تصمیم‌گیری» و «توانمندی» است. زنان ویژگی‌های کسب و کار خانگی را «انعطاف‌پذیری کار»، «زمان شناور»، «خویش‌فرمایی» و «هم‌زمانی، هم‌مکانی و هم‌هویتی شغل زنانه با وظایف خانگی زنان» می‌دانند.
تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۴/۱۵	براساس روایت زنان، آن‌ها با چالش‌های مهمی نظیر «نداشتن سرمایه اولیه»، «نداشتن مهارت‌های کاری» و «کسب و کار خانگی، نگرش‌ها و کلیشه‌های جنسیتی» مواجه شده‌اند.
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۵/۷	
تاریخ انتشار: ۱۴۰۳/۶/۲۵	
کلیدواژه‌ها:	
استقلال اقتصادی، توانمندسازی زنان، زنان شاغل روستایی، کسب درآمد، کسب و کار خانگی، نگرش‌ها و کلیشه‌های جنسیتی.	

استناد: عابدینلو، زهرا؛ سبزه‌ای، محمدتقی و نقدی، اسداله (۱۴۰۳). تحلیل پدیدارشناسانه فهم زنان از کسب و کارهای خانگی در شهر قروه درگزین. توسعه محلی (روستایی-شهری)، ۱۶(۲): ۱۶۷-۱۸۶. <https://doi.org/10.22059/jrd.2024.378390.668861>



© نویسنده‌گان.

ناشر: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران.

DOI: <https://doi.org/10.22059/jrd.2024.378390.668861>

۱. مقدمه و بیان مسئله

توسعه امری پیچیده و دارای ابعادی گسترده است. یکی از ابعاد مهم توسعه، مسئله زنان به‌طور عام و کار زنان به‌طور خاص است. از اوایل دهه ۱۹۷۰ مشارکت زنان در توسعه در دستور کار سازمان‌های توسعه ملی و بین‌المللی قرار گرفت. پیش از آن تصور می‌شد نابرابری جنسیتی بر اثر توسعه اقتصادی خودبه‌خود از بین می‌رود. از دهه ۱۹۸۰ انتشار مقالات و کتاب‌های مربوط به زنان در امر توسعه به‌سرعت افزایش یافت و از دهه ۱۹۸۰ مفهوم «جنسیت و توسعه» تا اندازه زیادی جایگزین عبارت «زن در توسعه» شد. در دو دهه نخست توسعه معلوم شد که گستره فقر، بیماری و بی‌سوادی و بیکاری در برخی مناطق افزایش نیز پیدا کرده و حتی در دهه زن، شکاف جنسیتی کاهش نیافته است. از این‌رو مسئله توزیع و برابری منافع برای قشرهای گوناگون از جمله زنان به‌مثابه اقدامی عملی مطرح و رابطه بین کاهش شکاف جنسیتی و رشد توسعه رابطه‌ای دوسویه شناخته شد و به دنبال آن، فعالیت‌ها و برنامه‌های توسعه‌ای بسیاری در سطوح ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی برای کاهش شکاف جنسیتی و افزایش نقش زنان در فرایند توسعه انجام گرفت. براساس گزارش دیده‌بان جهانی کارآفرینی در سال ۲۰۲۲-۲۰۲۳، در سال ۲۰۲۲ بالاترین سطوح کارآفرینی نوپا مربوط به آمریکای لاتین و منطقه کارائیب است. در این سال، مردان بیشتر از زنان به راه‌اندازی کسب‌وکار رغبت داشته‌اند. براساس این گزارش، فقط در چهار کشور شامل توگو، اندونزی، قطر و لهستان سطح کارآفرینی زنان بیشتر از مردان بوده است. در بین کشورهای جهان امارت، عربستان، تایوان، هند و هلند حمایت‌کننده‌ترین محیط‌ها برای کارآفرینی شناخته شده‌اند. میزان کارآفرینی مردان در جهان ۷۶/۱۴ درصد و زنان ۶۱/۷ درصد و میزان این شاخص‌ها برای ایران برای مردان ۱۴ درصد و برای زنان ۱۵/۴ درصد است. ایران در این سال از نظر کارآفرینی بین کشورها جایگاه بسیار بدی داشته است؛ به صورتی که از بین ۵۱ کشور بررسی شده رتبه ۵۰ را کسب کرده است. در سال ۲۰۲۲ محیط کارآفرینی ایران فقط بهتر از سوئدان و در سال ۲۰۲۳ بهتر از ونزوئلا بوده است (گزارش دیده‌بان جهانی کارآفرینی ۲۰۲۲-۲۰۲۳).

کسب‌وکار خانگی به کاری گفته می‌شود که توسط اعضای خانواده در محیط خانه صورت می‌گیرد و عرضه، فروش و بازاریابی آن به خارج از خانه انتقال می‌یابد (میرک‌زاده و همکاران، ۱۳۸۹). توسعه کسب‌وکارهای خانگی زنان از ابعاد مختلف دارای اهمیت بسیار است. اول، کسب‌وکارهای خانگی با توجه به ویژگی‌هایی نظیر نیازنداشتن به منابع مالی زیاد، انعطاف‌پذیری و سازگاری با شرایط مختلف از سوی زنان روستایی مورد استقبال قرار می‌گیرند. دوم، به‌دلیل ناتوانی بخش کشاورزی در اشتغال‌زایی کافی برای نیروی کار و توسعه اشتغال غیرکشاورزی به‌ویژه برای گروه‌های کم یا فاقد زمین کسب‌وکار خانگی، فرصت‌های اقتصادی برای زنان فراهم می‌کند تا آن‌ها بتوانند در جهت رشد تولید ناخالص داخلی کشور، توسعه روستا و افزایش درآمد خانواده‌هایی روستایی و رهایی از فقر نقش ایفا کنند. سوم، محیط روستا دارای قابلیت بسیار زیادی برای توسعه کسب‌وکار روستایی در زمینه خدمات و کشاورزی است. ایجاد و راه‌اندازی کسب‌وکارهای خانگی به‌دلیل وجود پیوندهای قوی اجتماعی و روحیه مشارکت و تعاون در روستا بالاتر از شهرهاست و روحیه کار و تلاش و مسئولیت‌پذیری و التزام و تعهد به پیشرفت در میان جمعیت روستایی بیشتر از شهرنشینان است؛ ضمن اینکه هزینه راه‌اندازی کسب‌وکارهای خانگی به دلایلی نظیر دسترسی نزدیک به محصولات کشاورزی، نیروی انسانی ارزان و هزینه‌های پایین تولید، کمتر از شهرها است. چهارم، کسب‌وکارهای خانگی با فعالیت‌ها و وظایف سنتی زنان بیشترین هماهنگی را دارد؛ زیرا آن‌ها می‌توانند تعادلی بین کار و تعهدات (وظایف) خانگی ایجاد کنند (کیومرث بیرک علیا، ۱۴۰۲: ۳۷-۳۹؛ فلاح و حسینی، ۱۳۸۶: ۸۶-۱۱۵). سرانجام، کسب‌وکار خانگی با روحیات زنان بیشترین تناسب و هماهنگی را دارد. زنان روستایی دارای ویژگی‌هایی از جمله ریسک‌پذیری، میل به استقلال‌طلبی، اعتمادبه‌نفس بالا، خلاقیت و ایده‌سازی، خودمحوری، پیش‌قدم‌بودن، اهل کار و عملگرایی، ظرفیت بالا و واقع‌بینی شناخته شده‌اند (طاهرخانی، ۱۳۸۱: ۱۵۵).

به‌رغم اهمیت کار زنان به‌نظر می‌رسد هنوز برای اشتغال به کسب‌وکارهای خانگی موانع و مشکلات بسیاری وجود دارد. هنوز جامعه به‌ویژه جامعه روستایی با فرهنگ سنتی وظیفه اصلی زنان را خانه‌داری می‌داند و زنان به‌علت وظایف متعدد خانه‌داری از جمله

اختصاص وقت بیشتر به تربیت فرزندان و انجام دادن مسئولیت‌های خانه، با مشکلاتی برای کارکردن روبه‌رو هستند (انتظاریان و طهماسبی، ۱۳۸۹: ۷۸-۹۸). مضاف بر این، زنان با چالش‌هایی نظیر کلیشه‌های جنسیتی منفی، مخالفت اعضای خانواده، موانع نهادی و قانونی، وجود دلالتان و واسطه‌های زیاد در بازار، عدم حمایت مالی دولت، نداشتن آگاهی از مراحل قانونی و اداری در راه‌اندازی مشاغل خانگی، بیمه‌نبودن شاغلان کسب‌وکارها، کیفیت پایین آموزش‌های ارائه‌شده، عدم دسترسی به سرمایه و بازار مناسب، و ناتوانی زنان در جذب تسهیلات مالی مواجه هستند (قربانی، ۱۳۹۹: ۲۲). واکاوی مفهوم کسب‌وکارهای خانگی زنان روستایی از منظر درونی (خود زنان) کمک می‌کند تا برنامه‌ریزان شناخت لازم و کافی برای برنامه‌ریزی بهتر و کارشناسی‌تر را در سال‌های آتی به‌دست آورند و سیاست‌گذاران با اتخاذ تصمیمات مبتنی بر واقعیت‌ها، با کمبودها و کاستی‌های محلی مقابله کنند و در کل، با توسعه بنگاه‌های زودبازده روستایی، زمینه تحقق توسعه پایدار روستایی فراهم‌تر شود. از این رو محققان در این مطالعه بر آن‌اند تا به روش پدیدارشناسانه به سه سؤال اساسی این پژوهش به شرح زیر پاسخ دهند:

۱. تعریف زنان روستایی شاغل در کسب‌وکارهای خانگی از معنای کار چیست؟ ۲. تجربه زنان از چالش‌های کسب‌وکار خانگی چیست؟ ۳. چالش‌ها و موانع زنان شاغل در کسب‌وکار خانگی چیست؟

۲. پیشینه پژوهش

در زمینه کسب‌وکارهای خانگی زنان مطالعات و تحقیقات بسیاری در داخل و خارج از کشور انجام شده که مرور همه آن‌ها در اینجا نه ضروری و نه امکان‌پذیر است. به‌دلیل وجود تحقیقات بسیار در مفهوم کلی کار زنان، تحلیل پیشینه این مطالعه براساس چند شاخص محدود شده است. اول، بیشتر تحقیقات کیفی (به‌جز یک مورد تحقیق کمی) تحلیل شدند. دوم، تحلیل پیشینه بر کار زنان روستایی و نه شهری متمرکز شد. سوم، تحقیقات و مطالعاتی انتخاب شدند که کارهای مستقل زنانه را بررسی کرده‌اند؛ کارهایی که زنان در آن خویش‌فرما و کارآفرین هستند و بنابراین از ذکر پیشینه اشتغال زنان به مشاغل رسمی و دولتی خودداری شد. بنا به موضوع تحقیق، پیشینه مطالعه براساس چهار مقوله اصلی، دلایل و انگیزه‌های زنان برای کار، ویژگی کسب‌وکارهای خانگی زنانه، چالش‌های کسب‌وکار خانگی زنانه و پیامدهای کسب‌وکار خانگی برای زنان معرفی و تحلیل می‌شود. شایان ذکر است بنا به ماهیت تحقیق، در برخی از تحقیقات دو یا چند مقوله با هم بررسی شده‌اند. از جمله تحقیقاتی که درباره ویژگی‌های کسب‌وکار خانگی است، تحقیق سعید و انسلین^۱ (۲۰۲۰) است که به مطالعه تجربه زیسته زنان سودان در کارآفرینی پرداختند. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد زنان سودانی اغلب در مشاغل خدماتی مانند خیاطی، کشاورزی و صنایع دستی شرکت می‌کنند. مشاغل تحت مالکیت زنان از نظر اندازه کوچک هستند و زنان در اشتغال به کسب‌وکارها با تبعیض جنسیتی، فقر اطلاعات تجاری، کمبود منابع مالی، نبود شبکه‌های پشتیبانی حرفه‌ای، فرهنگ سلطه مردانه، تبعیض جنسیتی و نگرش‌های منفی جنسیتی روبه‌رو هستند. نتایج تحقیق فلشنر و کنی^۲ (۲۰۱۱) در بنگلادش، مالای و پاراگوئه نشان می‌دهد زنان روستایی در مقایسه با مردان از پایگاه، موقعیت اقتصادی-اجتماعی پایین‌تری برخوردارند و به مشاغل کوچکی مشغول هستند که به سرمایه اندکی نیاز دارد. براساس یافته‌های این تحقیق، قوانین و مقررات عرفی، اغلب دسترسی زنان به خدمات مالی (پس‌انداز، بیمه و اعتبار) را محدود می‌کند. زنان روستایی بیشتر در معرض محدودیت‌های اعتباری قرار دارند؛ مؤسسات مالی در اغلب مناطق روستایی، ضامن زن نمی‌پذیرند و مبلغ اعطای وام به زنان کمتر از مردان در فعالیت‌های مشابه است. سروش‌مهر، رفیعی و شعبانعلی فمی (۱۳۸۹) در یک تحقیق پیمایشی به بررسی پایگاه اقتصادی-اجتماعی زنان روستایی و عوامل مؤثر بر بهبود وضع زنان در شهر همدان پرداختند. نتایج این تحقیق نشان داد زنان روستایی اغلب پایگاه اجتماعی پایینی در روستا دارند و به‌دلیل سرمایه اندک و حمایت اجتماعی محدود از خانواده و دولت، اغلب به مشاغل کوچک، فردی و با سرمایه اندک مشغول هستند. اما کار زنان به بهبود و ارتقای پایگاه اجتماعی‌شان در روستا منجر می‌شود. براساس نتایج

1. Ibrahim, S. & Christian, E.

2. Fletschner, D., & Kenny, L.

این تحقیق، عواملی نظیر افزایش سطح تحصیلات زنان، بالارفتن اعتمادبه‌نفس، پس‌انداز کردن، فراگیری آموزش‌های لازم، برابری جنسیتی، متقاعد کردن همسران بر همکاری در توسعه کسب‌وکارهای خانگی زنان روستایی تأثیر دارند. رشادی (۱۴۰۲) در مطالعه‌ای کیفی به نام «شناسایی چالش‌های رشد و توسعه کارآفرینی روستایی در روستاهای استان همدان» دریافت کارآفرینی در روستاهای مورد مطالعه استان همدان براساس نیاز و نه فرصت شکل گرفته است. این کسب‌وکارها محدود به خانواده کارآفرینان است، اغلب افراد غیر از خانواده در آن نقشی ندارند، به صورت سنتی اداره می‌شوند و در آن‌ها خبری از نوآوری برای افزایش تولید و بهره‌وری نیست. زنان روستایی با محدودیت منابع مالی و عدم حمایت رسمی و اجتماعی برای توسعه کسب‌وکار خود مواجه هستند، سرمایه لازم و ایده‌های نوآورانه را ندارند و دارای فقر فناوری هستند.

درباره تحقیقاتی که به دلایل و انگیزه‌های زنان برای ورود به بازار کار اشاره دارند، می‌توان از تحقیق هاجز^۱ و همکاران (۲۰۱۵) نام برد که تجربه زیسته زنان شاغل در بخش تهیه پوشاک را در چند کشور روسیه، آفریقای جنوبی و تایلند مطالعه و چالش‌های کار زنانه و راهبردهای این زنان را برای حفظ مشاغل خانگی بررسی کردند. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد انگیزه زنان برای کار کردن در درجه اول کسب درآمد است که مشابه انگیزه مردان برای کار است. مضاف بر این، زنان با کار می‌خواهند قدرتشان را در خانواده و منزلت اجتماعی‌شان را در جامعه ارتقا بخشند. اما چالش‌هایی که زنان در مشاغل کوچک با آن روبرو هستند، بیشتر از مردان است. براساس این مطالعه، زنان شاغل با سه چالش اساسی در کار مواجه‌اند: ایجاد تعادل بین کار و خانواده، دسترسی به آموزش و حمایت مالی.

چند تحقیق دیگر بر چالش‌های کسب‌وکارهای خانگی زنانه متمرکز هستند. حداد^۲ (۲۰۱۳) به مطالعه تجارب زیسته زنان صاحبان مشاغل خرد مرتبط با گردشگری در اردن پرداخت. نتایج این مطالعه مشخص کرد زنان عمده‌ترین مشکلاتشان را در ایجاد کسب‌وکار، محدودیت رفت‌وآمد، کلیشه‌های جنسیتی منفی درباره کار زنان، دسترسی محدود به منابع مالی، مالیات زیاد در راه‌اندازی مشاغل کوچک، عدم حمایت دولت از حوزه گردشگری و صنایع دستی، صدور مجوز، محدودیت در استخدام کارگران زن، محدودیت پوشش و محرومیت از دسترسی به شبکه تجارت مردانه می‌دانند. نتایج تحقیق درویشی‌فر، فیضی‌پور و جسک (۱۳۹۵)، با عنوان «مطالعه تجربه زیسته زنان شاغل در کارگاه‌های تولیدی» نشان داد زنان شاغل در کارگاه‌های تولیدی با مسائلی مانند کم‌بودن دستمزد، بهداشت روانی، تعدد و فشار نقش‌ها، نداشتن حمایت‌های اجتماعی کارآمد و احساس ناامنی شغلی مواجه‌اند. افروخته (۱۳۹۰) به بررسی جایگاه اقتصادی-اجتماعی زنان روستایی و تأثیر باورهای اجتماعی بر آن در روستاهای کوهپایه‌ای فومنات پرداخت. مطابق یافته‌های تحقیق، باورهای جامعه روستایی، منزلت فرودستی برای زنان نسبت به مردان تعریف می‌کند و این امر دسترسی زنان به منابع تولید، اختیار مالی و قدرت تصمیم‌گیری آن‌ها را محدود می‌سازد. بزرگ‌نژاد، موسایی و معینی (۱۳۹۹) در «مطالعه جامعه‌شناختی تجربه زیسته زنان خوداتکای اقتصادی با استفاده از نظریه پردازی داده‌محور» به مطالعه دلایل، زمینه‌ها و پیامدهای اشتغال زنان به کار پرداختند. براساس نتایج، ورود زنان به اشتغال با کلیشه‌های جنسیتی و فشار نقش همراه است. زنان علاوه بر اشتغال در بیرون از خانه، بار اصلی مسئولیت کار خانگی، تربیت فرزندان، تهیه میحتاج زندگی و سایر وظایف خانگی را به دوش می‌کشند و حمایتی از جانب خانواده و همسر دریافت نمی‌کنند.

اما دو تحقیق دیگر به تحلیل پیامدهای اشتغال زنان به کسب‌وکار خانگی می‌پردازند. هاف و تالور^۳ (۲۰۱۴) به بررسی پیوند کارآفرینی اجتماعی و تغییر وضعیت اجتماعی زنان پرداختند و به این نتیجه رسیدند که در خانواده‌های مردسالار، زنان به صورت محدود به درآمد حاصل از کار خودشان دسترسی دارند؛ یعنی پول صرف‌نظر از اینکه چه کسی آن را به دست می‌آورد متعلق به مرد است و خشونت خانگی علیه زنانی که در بیرون از خانه کار می‌کنند بیشتر است. اما کارآفرینی زنان و راه‌اندازی کسب‌وکار خانگی سبب افزایش تحرک اجتماعی زنان، تضعیف کلیشه‌های منفی جنسیتی، کاهش کنترل‌های خانوادگی و

1. Hodges, N.

2. Haddad, R. Kh.

3. Haugh, H., & Talwar, A.

اجتماعی بر زنان، افزایش قدرت زنان در خانواده می‌شود و راهی برای رهایی زنان از فقر است. امینی و طاهری (۱۳۸۶) در یک پژوهش میدانی به بررسی تأثیر اشتغال زنان روستایی بر خوداتکایی در دو شهر برخوار و میمه فلاورجان استان اصفهان پرداختند. یافته‌های تحقیق نشان داد زنان روستایی شاغل در فعالیت‌های اقتصادی برای دریافت درآمد خویش و مصرف آن استقلال ندارند و به‌رغم نقششان در تأمین بودجه خانواده، هنوز جایگاه اجتماعی متناسب با این نقش اجتماعی به‌دست نیاورده‌اند. ساختار جامعه روستایی ایران نیز بر پایه روابط پدرسالارانه است که گفتمان غالب در آن، قدرت و سلطه مردان بر زنان و پذیرش آن به‌وسیله زنان است و زنان حق تصمیم‌گیری ندارند. اما اشتغال زنان به‌تدریج موجب خوداتکایی بیشتر و استقلال آن‌ها از زنان می‌شود و جایگاه اجتماعی آن‌ها را در روستا ارتقا می‌بخشد.

چنان‌که مشاهده می‌شود، تعدادی تحقیقات کمی و مطالعات کیفی درباره زنان شاغل در ایران و سایر کشورها صورت گرفته است. تحقیقات کمی بیشتر به دنبال شناخت انگیزه‌ها و مشکلات زنان (روستایی و شهری) شاغل در مشاغل تولیدی و خانگی و مطالعات کیفی بیشتر بر موضوع چالش‌های دلایل، زمینه‌ها و پیامدهای کار زنان متمرکز بوده‌اند که اغلب با روش گراند تئوری انجام شده‌اند. مطالعه حاضر از جنبه‌های چارچوب مفهومی، جامعه هدف و روش، نسبت به تحقیقات پیشین تازگی دارد. اول، این مطالعه به دنبال تحلیل معناکاوی مفهوم کار و ویژگی‌های کار زنانه است و تحلیلی پدیدارشناسانه است که پدیده کار از منظر خود زنان تحلیل می‌کند. دوم، علاوه بر تحلیل چالش‌های زنان در ورود به کسب‌وکارهای خانگی، راهبردهای زنان را نیز در مواجهه با این چالش‌ها تحلیل می‌کند. سوم، در این تحقیق روابط متقابل پنج مقوله‌های کلان جامعه روستایی، اقتصاد روستایی، شروع کسب‌وکار خانگی زنانه، توسعه کسب‌وکار خانگی زنانه و توسعه محلی تحلیل می‌شوند که در هیچ‌یک از تحقیقات پیشین انجام نشده است. چهارم، در جامعه هدف (زنان قروه درگزین) تاکنون این مطالعه انجام نشده است، فقط دو مطالعه در این زمینه در کل استان همدان انجام شده است (سروش‌مهر، رفیعی و شعبانعلی فمی، ۱۳۸۹؛ رشادی، ۱۴۰۲) که از ابعاد مختلف با مطالعه حاضر متفاوت است. پنجم، از آنجا که نتایج مطالعات کیفی قابل‌تعمیم نیست، برای رسیدن به نتایج موثق و مطمئن‌تر نیاز به مطالعات بیشتری درباره موضوع وجود دارد. ششم، چارچوب مفهومی این مطالعه نظریه‌های جامعه‌شناختی کار (کلاسیک و مدرن) است و با اغلب رویکردهای به کار زنان که بخشی از آن‌ها رویکردهای اقتصادی هستند، متفاوت است.

۳. چارچوب مفهومی و نظری

اگرچه وجود چارچوب نظری در تحقیقات کمی اجتناب‌ناپذیر است، در تحقیقات کیفی به‌صورت مستقیم از چارچوب نظری بحثی به میان نمی‌آید و با حساسیت نظری یا چارچوب مفهومی روبه‌رو هستیم. چارچوب مفهومی به مطالعات کیفی جهت می‌بخشد و ذهن محقق را به ابعاد پیچیده پدیده حساس و هوشیار می‌سازد. در این مطالعه از بین چارچوب‌های نظری بسیاری که درباره کار زنان در نزد صاحب‌نظران جامعه‌شناسی وجود دارد، به تحلیل نظریاتی پرداخته می‌شود که به شناخت و فهم جامعه هدف، مفهوم و مقوله‌سازی و حساسیت نظری محققان کمک می‌کنند.

تالکوت پارسونز یکی از پیشگامان نظریه‌پردازی خانواده است. به نظر پارسونز، خانواده گسترده مناسب جامعه سنتی (کشاورزی) است. با تغییر شیوه تولید از کشاورزی به صنعتی، خانواده گسترده کارکردهایش را از دست می‌دهد و به خانواده هسته‌ای تغییر شکل می‌دهد. به نظر پارسونز، بهترین شکل مناسب خانواده برای جامعه صنعتی خانواده هسته‌ای با فرزندان کم است که در آن شوهر بیرون از خانه و زن در خانه کار می‌کند. به نظر پارسونز، تفکیک جنسیتی وظایف در خانواده سبب استحکام آن می‌شود. براساس آن وظایف اصلی مرد کار بیرون از خانه و کسب درآمد و عمده‌ترین وظایف زن خانه‌داری و بچه‌داری است. به تعبیر پارسونز، اگر زن شاغل شود رقیب شوهرش می‌شود و وظایف هر دو درهم می‌آمیزد و نظم خانواده مختل می‌شود (Parsons, 1995: 45). یکی دیگر از نظریه‌پردازان کلاسیک خانواده ویلیام گود است. به اعتقاد گود (۱۹۶۳) با وقوع صنعتی‌شدن، نوعی از اقتصاد ظهور خواهد

کرد که در آن روابط خانوادگی به شدت دچار تغییر می‌شود. در این اقتصاد خانواده هسته‌ای ظهور می‌کند که در آن، تعهدات به خویشاوندان گسترده کاهش می‌یابد و بر پیشرفت‌های فردی و روابط زن و شوهری تأکید می‌شود.

جان استوارت میل بر آموزش و سهم مساوی زنان تأکید می‌کند. میل^۱ در کتاب *انقیاد زنان* معتقد است اگر زنان موجوداتی معقول و سزاوار آزادی‌های مدنی و فرصت اقتصادی برابر با مردان به حساب آیند، جامعه به سودی سرشار دست می‌یابد و زنان به شهروندانی خیرخواه همگان برای خود و همسرانی الهام‌بخش برای شوهران تبدیل می‌شوند و توان فکری موجود برای خدمت بیشتر به بشریت دو برابر خواهد می‌شود (تانگ، ۱۳۸۷: ۴۲).

کرافت در *استیفای حقوق زنان* ضمن یکسان دانستن طبیعت زن و مرد معتقد است استقلال اقتصادی زنان از مردان به نفع آنان است و زنان برای استقلال حقوقی‌شان باید از آزادی‌های مدنی مشابه مردان برخوردار باشند (تانگ، ۱۳۸۷: ۳۶). فریدان^۲ معتقد است نقش‌های سنتی زنانه (همسری و مادری) زنان یا دست‌کم زنان طبقه متوسط را به پوچی و درماندگی دچار می‌کند. راه‌حل فریدان برای رفع مشکل زنان، کار بیرون از خانه است (تانگ، ۱۳۸۷: ۴۶-۴۷).

آمارتیا سن راه‌هایی زنان را رشد قابلیت درونی زنان از طریق توسعه آزادی‌های درونی آن‌ها می‌داند. به نظر او، این نگاه درونی به زنان، زن را از یک موجود منفعل که نیاز به توجه دیگران دارد رها می‌سازد و او را به یک کنشگر فعال و توانمند در عرصه سیاست و جامعه تبدیل می‌کند. سن در توضیح اندیشه‌اش درباره عدالت، از مفهوم «قابلیت» استفاده می‌کند و آن را مجموعه‌ای از عملکردهای مختلف می‌داند که برای فرد بارز هستند و فرد می‌تواند از میان آن‌ها دست به انتخاب بزند (سن، ۱۳۸۱: ۱۹۰). به نظر او دو مفهوم آزادی و عمل با هم اندیشه قابلیت را شکل می‌دهند. منظور او از آزادی، توانایی انتخاب اعمالی است که برای فرد بارز هستند و فرد برای داشتن آن‌ها دلیل دارد. سن معتقد است آزادی دو جنبه مهم دارد که تمایز میان آن‌ها برای رهیافت قابلیت حائز اهمیت است. نخست «جنبه فرصتی آزادی است که عبارت است از توانایی برای انتخاب و پیگیری ارزش‌هایی که برای فرد مهم هستند و برای داشتن آن‌ها دلیل دارد. دوم، «جنبه فرایندی» آزادی است که به آزادی فعالیت‌ها و تصمیم‌های خارج از هر نوع محدودیت بیرونی اشاره دارد (سن، ۱۳۸۹: ۲۵۸). قابلیت با جنبه فرصتی آزادی ارتباط عمیقی دارد. به نظر سن، آزادی توانمندی انتخاب امور ارزشمند از سوی فرد باید مبنای قضاوت درباره برابری و عدالت باشد (سن، ۱۳۸۹: ۱۹۱).

به نظر سن، یکی از عواملی که موجب برخورد متفاوت میان اعضای خانواده و اجتماع در برخورداری از منابع می‌شود، جنسیت است. توزیع درون خانواری یکی از متغیرهای مهمی است که ارتباط بین درآمد خانواده و تبدیل آن به فرصت برابر را متأثر می‌سازد. شواهد حاکی از آن است که زنان کمتر از مردان از منابع درآمدی خانواده بهره می‌برند و این نابرابری ناشی از قدرت محدود زنان در کسب درآمد و ایجاد منابع است. او معتقد است غلبه نسبی قدرت مردان به‌ویژه نقش آن‌ها به‌عنوان نان‌آور خانوار، امکان بهره‌برداری بیشتر از منابع را به آن‌ها می‌دهد. در همین راستا سن بر نقش‌آفرینی بیشتر زنان و قدرت‌یابی آن‌ها از طریق اشتغال و آموزش تأکید می‌کند (سن، ۱۳۸۹: ۳۲۶).

شیلد در *شیفت دوم: کار والدین و انقلاب در خانه* معتقد است یکی از پیامدهای کارکردن زنان در خارج از خانه، کار اضافی یا «نوبت دوم»^۳ است. او تحت این اصطلاح می‌خواهد بگوید که بسیاری از زنان شاغل پس از اتمام ساعات کاری، مجبور به اضافه‌کار در خانه هستند تا کارهای خانه و خانواده معطل نماند؛ زیرا مردان هنوز حاضر نیستند در کارهای خانه به زنان کمک کنند و این به خستگی مفرط زنان منجر می‌شود. از دید شیلد این امر به «تحول به‌تاخیرافتاده» زنان منجر می‌شود. با اینکه زنان در بازار کار، حقوقشان را به کرسی می‌نشانند، در خانه همچنان بار سنگین کارهای خانه‌داری را به دوش می‌کشند (شیلد، ۱۹۸۹: ۱۲۳).

1. Mill, J. S.

2. Friedan, B.

3. Second Shift

به نظر آنتونی گیدنز^۱، در دنیای امروز برخی از الگوهای سنتی خانواده در حال بازبینی و تغییر شکل است. از جمله در مدرنیته دوم، مدل «مرد نان‌آور» و «زن خانه‌دار» کم‌کم به جای قاعده به استثنا مبدل شده است و استقلال اقتصادی روبه‌رشد زنان به این معنا است که آن‌ها موقعیت بهتری برای رهاشدن از نقش‌های جنسیتی در خانه دارند. هم از نظر کارهای خانهداری و هم از نظر تصمیم‌گیری‌های مالی، نقش‌های سنتی زنان در خانه دستخوش دگرگونی‌های مهمی شده است. به نظر می‌رسد در بسیاری از خانواده‌ها حرکتی به سمت روابط مساوات‌خواهانه‌تر در جریان است (گیدنز، ۱۳۸۶: ۵۷۳). گیدنز معتقد است زنان در جوامع غربی برای ورود زنان به بازار کار دلایلی دارند: با فشارهای اقتصادی که بر خانوارها وارد می‌شود، مثل افزایش بیکاری مردان، زنان بیشتری به جست‌وجوی کار واداشته می‌شوند و بعضی از خانواده‌ها درمی‌یابند که به دو درآمد نیاز دارند. دلیل دیگر روی آوردن به کار، افزایش تعداد زنان خودسرپرست است (گیدنز، ۱۳۸۶: ۵۶۳). گیدنز معتقد است زنان با سه نابرابری عمده در دنیای کار مواجه هستند: تفکیک شغلی، تجمع در مشاغل پاره‌وقت و شکاف دستمزدها.

تفکیک شغلی: به نظر گیدنز، زنان شاغل به‌طور سنتی در مشاغل کم‌درآمد و یکنواخت تجمع یافته‌اند. بسیاری از این شغل‌ها برای مثال منشی‌گری و پرستاری به‌شدت جنسیتی هستند؛ یعنی عموماً «کار زنانه» دانسته می‌شوند و بیشتر توسط زنان انجام می‌گیرند. تفکیک جنسیتی مشاغل به این واقعیت اطلاق می‌شود که مردان و زنان در انواع مختلف شغل‌هایی که برآزنده مردان و زنان است تجمع یافته‌اند. تفکیک شغلی دارای مؤلفه‌های افقی و عمودی است. تفکیک عمودی به تجمع زنان در مشاغل اطلاق می‌شود که فاقد اقتدار و مجال پیشرفت است؛ درحالی‌که مردان موقعیت‌های پراقتدارتر و پرنفوذتری را اشغال می‌کنند. تفکیک افقی به تجمع مردان و زنان در مقوله‌های شغلی متفاوت اطلاق می‌شود؛ برای مثال، زنان عمدتاً به کارهای خانگی، دفتری و تکراری اشتغال دارند؛ درحالی‌که مردان مشاغل یدی ماهرانه و نیمه‌ماهرانه را بیشتر انجام می‌دهند (گیدنز، ۱۳۸۹: ۵۶۳).

تجمع در کارهای پاره‌وقت: ویژگی دوم کار زنان آن است که نسبت بزرگی از زنان در مشاغل پاره‌وقت تجمع یافته‌اند که دلیل آن آزادی و انعطاف بسیار بیشتر آن نسبت به مشاغل تمام‌وقت است. کار پاره‌وقت معایب خاصی هم دارد، مثل پایین بودن دستمزد، نداشتن امنیت شغلی و محدودبودن فرصت‌های پیشرفت. این‌گونه مشاغل مورد پسند زنانی است که می‌کوشند تعادل و توازنی میان تعهدات شغلی و خانوادگی خود به‌وجود آورند (گیدنز، ۱۳۸۹: ۵۶۴).

شکاف دستمزدها: به نظر گیدنز تفکیک شغلی براساس جنسیت، یکی از عوامل پایدارماندن شکاف مزدهای زنان و مردان است. نسبت زنان در بخش‌های شغلی کم‌درآمد بیش از مردان است (گیدنز، ۱۳۸۹: ۵۶۶).

اولریش بک^۲ در *جامعه‌شناسی کار؛ دنیای شگفت‌انگیز کار در مدرنیته بازاندیشانه* (۱۳۹۵) دو نوع کار در دنیای سنتی و مدرن را با هم مقایسه می‌کند. کار سنتی، کاری است که فرد از ابتدا تا انتهای عمرش به‌صورت ثابت به آن مشغول است و در نتیجه با تغییر و تنوع کاری مواجه نیست. کار جدید که ویژگی کار در مدرنیته دوم است، کاری است که دارای ویژگی‌های منحصربه‌فرد و کاملاً متفاوت با کار سنتی است. بک مهم‌ترین ویژگی‌های کار در مدرنیته دوم را دیجیتالی‌شدن، فردی‌شدن، سیاسی‌شدن، چندگانگی، شناورشدن زمان کار، انعطاف‌پذیری و مخاطره‌آمیزبودن کار یا تغییر و بی‌ثباتی دائمی آن می‌داند. نظر بک در مدرنیته اول که پس از جنگ رخ داد، با پیامدهای بسیاری همراه بود که از آن جمله می‌توان به سازمان‌دهی اقتصاد ملی، طرد زنان از بازار کار، دریغ‌کردن حقوق اولیه از زنان و کودکان، و ظهور خانواده‌های کوچک به‌عنوان پایه اصلی بازتولید نیروی کار اشاره کرد (بک، ۱۳۸۲: ۲۷). اما در مدرنیته دوم، یکی از ویژگی‌های کار، «زنانه‌شدن» است. بک معتقد است در مدرنیته دوم، دو تغییر اساسی در ساختار کار به‌وجود می‌آید: اول، کار از انحصار مرد خارج می‌شود و به موضوعی قابل‌معامله بین زن و مرد تبدیل می‌شود. دوم، اشکال جدیدی از کار، یعنی کار در خانه، کار والدین، خوداشتغالی و کار داوطلبی، ظهور پیدا می‌کند (بک، ۱۳۹۵: ۱۰۹).

1. Giddens, A.

2. Beck, U.

دیکنز^۱ یکی از نظریه‌پردازان بازار کار دوگانه است که بین دو نوع شغل تمایز قائل می‌شود: شغل‌های بخش اول که از لحاظ پرداخت مزد، تأمین بیشتر و فرصت‌های پیشرفت وضع خوبی دارند، و شغل‌های بخش دوم دارای مزد کم، تأمین کمتر و محدودیت امکان پیشرفت هستند. این تفکیک و تقسیم کار بر پایه جنس در سطح مشاغل نشان می‌دهد جنسیت عامل تفکیک بازار شغل به حساب می‌آید. در شغل‌های نوع اول، ثبات کارگر در کار برای کارفرما اهمیت دارد و با توجه به جابه‌جایی بیشتری که در نیروی کار زنان مشاهده می‌شود، امکان جذب آن‌ها به مشاغل نوع اول کاهش و برعکس، به شغل‌های بخش دوم افزایش می‌یابد. از این رو، حتی اگر کیفیت نیروی کار زن و مرد پیش از ورود به شغل برابر باشد، احتمال به کارگماردن مردان (با فرض داشتن ثبات شغلی بیشتر) در شغل‌های بخش اول، که امکان پیشرفت بعدی در آن‌ها از لحاظ مزد، آموزش حرفه‌ای و ترفیع بیشتر است، بیشتر از زنان است. مادامی که انتخاب شغل زنان محدود باشد و برای مشاغل زنانه داوطلب زیاد باشد، در مشاغل زنانه تراکم وجود دارد و در نتیجه مزد مشاغل صرفاً زنانه پایین خواهد بود؛ زیرا زنان باید برای تعداد نسبتاً محدودی از مشاغل با یکدیگر رقابت کنند (دیکنز، ۱۹۸۷).

۴. روش‌شناسی

روش مطالعه حاضر پدیدارشناسی تفسیری یا هرمنوتیکی است که بر محور تفسیر تجربه زیسته عامل‌ها استوار است. در این روش، نوع خاصی از تفسیر دنبال می‌شود تا معانی نهفته در پدیده روشن شود. روش نمونه‌گیری این مطالعه هدفمند است و زنان براساس چند ملاک انتخاب شدند: تجربه کاری بیش از پنج سال، خویش‌فرمایی یا استقلال در کار، اشتغال زنان به کارهای خانگی و داشتن اطلاعات درباره رشته تخصصی‌ای که به آن اشتغال دارند. حجم نمونه براساس اشباع نظری به ۲۵ نفر از زنان باتجربه در مشاغل خانگی محدود شده است. برای اعتباریابی بعد از به دست آمدن یافته‌ها، نتایج به تعدادی از مصاحبه‌شوندگان ارجاع داده شد و از آن‌ها خواسته شد که صحت یافته‌ها را تأیید کنند. در نهایت یافته‌ها تصحیح و تکمیل شد و ارائه نقل‌قول‌ها از مهم‌ترین روش‌ها برای افزایش باورپذیری است که در این تحقیق استفاده شد. همچنین در ارتباط با پایایی پژوهش، برای اطمینان از نداشتن اشتباهات آشکار هنگام مکتوب کردن داده‌ها، نوشته‌ها به صورت مداوم بررسی شد. به علاوه کدگذاری نویسنده‌های پژوهش در ارتباط با یافته‌ها مقایسه شد و توافق در همسانی رمزگذاری یافته‌ها به بالاترین حد رسید که این نشان‌دهنده افزایش پایایی پژوهش تحقیق کیفی است.

در جمع‌آوری داده‌ها از مصاحبه نیمه‌ساخت‌مند استفاده شد. اطلاعات از زنانی که تجربه کافی (حداقل پنج سال سابقه کار) درباره کسب و کار خانگی داشتند، جمع‌آوری شد. مشارکت زنان در این مطالعه براساس اصل تعهد بود که با رعایت این اصل، تعدادی از زنان از انجام مصاحبه خودداری کردند و با زنانی که به شرکت در این تحقیق تمایل داشتند و شاغل در کسب و کارهای خانگی بودند به صورت فردی مصاحبه شد. هر مصاحبه ۶۰ تا ۹۰ دقیقه طول کشید. مکان و زمان مصاحبه براساس توافق پژوهشگر و مصاحبه‌شونده انتخاب شد که در این توافق، مصاحبه تعدادی از زنان در محل کار و تعدادی در نمایشگاهی که از کسب و کارهای این زنان برگزار شده بود، انجام گرفت. در طول مصاحبه، تعداد زیادی از زنان با ضبط صدا مخالفت کردند که به ناچار یادداشت‌برداری صورت گرفت. تجزیه و تحلیل داده‌ها به روش تحلیل موضوعی داده‌های کلایزی^۲ در هفت مرحله به شرح زیر انجام شد.

۱. مکتوب کردن مصاحبه‌ها و مشخص کردن روایت‌ها، عبارت‌ها و نقل‌قول‌هایی که به درک تجربه زنان از کار دلالت می‌کردند؛
۲. بازخوانی مجدد متن‌ها؛ برای این کار دست‌نوشته‌های تهیه‌شده از مصاحبه‌های مشارکت‌کنندگان چندین بار مطالعه و عبارات و جملاتی که مستقیماً با پدیده مورد بررسی (کار) در ارتباط بودند، برجسته شدند؛

1. Dickens W. T.

1. Colaizzi

۳. تعیین واحدهای تغییر تجربه و تدوین معانی؛ این مرحله چندین فعالیت را شامل شد:
- بررسی دست‌نوشته‌ها برای یافتن موضوعات و معانی واحدها و درک ماهیت تجارب مشارکت‌کنندگان؛
 - جست‌وجو برای تعیین اظهارات معنی‌دار یا پیشنهادها؛
 - تعیین مقوله‌های کدگذاری شده؛ هنگام کدگذاری باز داده‌ها و پدیده‌ها در قالب مفاهیم درآمدند.

۴. استخراج مقوله‌ها و مفاهیم؛

۵. توصیف تحلیلی روایت‌های مصاحبه‌شونده‌ها و دیدگاه‌های آن‌ها درباره موضوع؛

۶. ترجمه و تفسیر علمی مفاهیم عامیانه به مفاهیم علمی؛

۷. طرح کل بینش‌ها در یک ساختار توصیفی و تحلیلی از معانی.

جامعه تحقیق در این مطالعه، زنان روستایی شاغل در کسب‌وکارهای خانگی در شهر قروه درگزین است. درگزین در شمال استان همدان واقع شده که از شمال با استان قزوین، از شرق با استان مرکزی، از غرب با شهرستان رزن و از جنوب با شهرستان فامنین همجوار است. شهرستان درگزین از یک شهر (کرفس) و یک بخش (شاهتجرین) و از سه دهستان شامل درگزین علیا با ۴۵۳۹ نفر جمعیت، بخش مرکزی با ۲۷۹۳ نفر جمعیت و درگزین سفلی با ۱۰،۰۹۴ نفر جمعیت تشکیل شده است. بنا بر سرشماری مرکز آمار ایران، جمعیت این منطقه در سال ۱۳۹۵ برابر با ۳۶/۹۹۹ نفر بوده است. مردم این منطقه مسلمان شیعی مذهب هستند و به زبان ترکی تکلم می‌کنند. شغل اغلب مردم کشاورزی و دامداری است و از مهم‌ترین محصولات این منطقه می‌توان به گندم، جو، انگور و عسل اشاره کرد.

جامعه هدف در این تحقیق، زنان روستایی شاغل در کسب‌وکارهای خانگی شهرستان درگزین است که در کسب‌وکارهای مختلفی مثل خدمات (خیاطی، فروشنده‌گی، بسته‌بندی مواد غذایی و پخت نان)، صنایع تبدیلی کشاورزی (تهیه ترشی و شیرپزی)، قالی‌بافی و دامداری فعال هستند و براساس آمار فرمانداری درگزین ۱۳۴ نفر از زنان مشغول کسب‌وکارهای خانگی هستند. براساس جدول ۱، در میان زنان شاغل در کسب‌وکارهای خانگی، ۲۱ نفر متأهل، ۱ نفر زن سرپرست خانوار و ۳ نفر مطلقه هستند. از نظر وضعیت تحصیلی، ۲ نفر بی‌سواد، ۵ نفر با تحصیلات ابتدایی، ۸ نفر دارای تحصیلات راهنمایی، ۷ نفر تحصیلات دیپلم، ۱ نفر فوق‌دیپلم و ۲ نفر دارای تحصیلات لیسانس هستند. از نظر سن، ۳ نفر کمتر از ۳۰ سال، ۱۸ نفر ۳۰ تا ۵۰ سال و ۴ نفر بالای ۵۰ سال دارند. به عبارت دیگر، بیشتر زنان شاغل در کسب‌وکارهای خانگی میانسال‌اند و همه آن‌ها در سن فعالیت (۱۵ تا ۶۴ سال) قرار دارند. از نظر سوابق کاری، ۵ نفر ۵ سال و کمتر، ۱۲ نفر ۶ تا ۱۰ سال و ۸ نفر ۱۰ سال و بیشتر تجربه کاری دارند.

جدول ۱. ویژگی‌های زنان روستایی شاغل مصاحبه‌شونده در کسب‌وکارهای خانگی درگزین

ردیف	نام	سن	شغل	وضعیت تأهل	تحصیلات	سابقه کار	محل زندگی
۱	ماهرخ	۴۷	فروشنده لبنیات	متأهل	خواندن و نوشتن	۱۲	دلوجردین
۲	مریم	۳۶	فروشنده لبنیات و تابلو فرش	متأهل	اول راهنمایی	۱۰	کاج
۳	فاطمه	۵۹	تولیدکننده و فروشنده رشته پلیوی	متأهل	بی‌سواد	۱۵	کمندان
۴	زهرا	۴۳	خیاط	متأهل	دیپلم	۸	نیر
۵	آذر	۴۰	فروشنده بوقلمون	متأهل	دیپلم	۵	پشتجین
۶	معصومه	۴۶	فروشنده محصولات کشاورزی	متأهل	راهنمایی	۱۰	بهکندان
۷	مرضیه	۳۴	خیاط	زن سرپرست خانوار (فوت همسر)	راهنمایی	۸	عمان
۸	مریم	۴۷	نانوا	متأهل	ابتدایی	۱۵	والاشجرد
۹	ناهید	۴۲	خیاط	متأهل	ابتدایی	۹	احمدآباد
۱۰	سمیرا	۲۸	فروشنده لباس	مطلقه	دیپلم	۶	عمان
۱۱	صغری	۴۸	فروشنده محصولات کشاورزی	متأهل	راهنمایی	۸	عمان
۱۲	مریم	۴۵	خیاط	متأهل	راهنمایی	۶	رازین

ردیف	نام	سن	شغل	وضعیت تأهل	تحصیلات	سابقه کار	محل زندگی
۱۳	مهری	۴۷	ارایشگر و تولیدکننده صنایع دستی (پولک‌دوزی روی تابلو)	مطلقه	دیپلم	۱۲	گلستان
۱۴	زهرا	۲۶	فروشنده تابلو فرش	متاهل	لیسانس	۶	وسمق
۱۵	زهرا	۲۶	تولیدکننده صنایع دستی (نقاشی رو سفال)	متاهل	دیپلم	۵	نظام‌آباد
۱۶	لیلا	۳۰	تولیدکننده ظروف سفالی	متاهل	لیسانس	۵	عین‌آباد
۱۷	خدیدجه	۲۵	فروشنده محصولات بافتنی (عروسک بافی)	مطلقه	فوق‌دیپلم	۶	شوند
۱۸	افسر	۵۹	فروشنده سبزی آماده و لبنیات	متاهل	ابتدایی	۵	کاج
۱۹	ملیحه	۶۰	فروشنده محصولات کشاورزی	متاهل	بی‌سواد	۲۰	عمان
۲۰	ام‌البین	۵۰	فروشنده بافتنی	متاهل	ابتدایی	۶	عمان
۲۱	معصومه	۳۹	فروشنده محصولات کشاورزی	متاهل	راهنمایی	۵	وسمق
۲۲	پروین	۴۵	خیاط	متاهل	راهنمایی	۱۳	شوند
۲۳	راضیه	۳۰	فروشنده زعفران	متاهل	دیپلم	۷	بهبکندان
۲۴	فاطمه	۴۴	خیاط	متاهل	راهنمایی	۶	عمان
۲۵	نسرین	۳۲	ارایشگر	متاهل	دیپلم	۷	عمان

۵. یافته‌های تحقیق

یافته‌های این مطالعه در ۴ مقوله اصلی، ۲۰ مقوله فرعی و ۴۲ مفهوم به شرح جدول ۲ تحلیل شده‌اند.

جدول ۲. مقوله‌های اصلی و فرعی و مفاهیم تعریف و ویژگی‌های کسب‌وکار خانگی از منظر زنان شاغل در

کسب‌وکارهای خانگی

مقوله اصلی	مقوله فرعی	فراوانی مقوله‌ها	مفاهیم	فراوانی مفاهیم
تعریف کسب‌وکار خانگی	کسب درآمد	۱۱	درآمد دوم	۶
			درآمد اصلی	۵
	کسب توانمندی	۱۰	استقلال اقتصادی	۴
			رضایت از زندگی	۳
			ورود به حوزه عمومی	۲
	توزیع قدرت	۸	اعتمادبه‌نفس	۱
افزایش قدرت تصمیم‌گیری			۵	
کسب منزلت	۷	تکرار در به‌کاربردن مقوله‌های مشابه	طرف مشورت قرار گرفتن	۳
			کسب احترام	۲
			سرمشق شدن	۲
			امین مردم شدن	۲
			به‌حساب آمدن	۱
			کار انعطاف‌پذیر	۶
ویژگی‌های کسب‌وکار خانگی	در خانه انجام‌شدن	۳۲	زمان شناور	۵
			هم‌زمانی	۵
			هم‌مکانی	۵
			ترکیب کار خانگی و غیرخانگی	۵
			هم‌هویتی	۴
			خویش‌فرمایی	۳

۵-۱. تعریف کسب‌وکار خانگی

براساس اظهارات مصاحبه‌شوندگان، کار و جایگاه کار در زندگی زنان روستایی شاغل در کسب‌وکارهای خانگی با مفاهیم «کسب درآمد»، «کسب منزلت اجتماعی»، «مشارکت در تصمیم‌گیری» و «کسب توانمندی» تعریف می‌شود و دلالت بر آن دارد که زنان به کار به‌مثابه فعالیت چندبعدی نگاه می‌کنند و با آن اهداف چندگانه‌ای را پی می‌گیرند.

کسب درآمد (پول): براساس روایت‌های مصاحبه‌شوندگان، اشتغال و کار در خانه برای زنان به دلایل مختلفی صورت گرفته که یکی از مهم‌ترین آن‌ها کسب درآمد است. از روایت‌های زنان چنین استنباط می‌شود که درآمد زنان در مواردی به‌مثابه منبع اول درآمد خانواده و در موارد دیگر به‌مثابه منبع دوم درآمدی برای خانواده ضرورت پیدا کرده است. مریم ۳۶ ساله می‌گوید: «باید اجاره‌خونه بدم یا برای خونه چیزی بخرم، باهاش قسط‌هامونو بدم، برای دوست و فامیل کادو ببرم و هزینه تحصیل بچه‌ها رو بدم که همه این کارها نیاز به پول داره و به عهده خودمه؛ چون شوهرم شغل ثابتی نداره.» همچنین براساس روایت افسر ۵۹ ساله، هزینه‌های زندگی یک خانواده روستایی با یک درآمد تأمین نمی‌شود؛ زیرا هزینه زندگی در خانواده‌های روستایی به دلیل ارتقای سبک زندگی و البته تورم و گرانی افزایش یافته است: «همسرم به راننده ساده‌ست. دیگه با این اوضاع گرونی و تورم کنترلش به دخل و خرج خونه رو نسبت به گذشته از دست داده. خودش می‌گفت که نیازه تو هم کمک کار باشی.» همچنین روایت زنان حاکی از آن است که روستا دیگر مانند گذشته یک واحد تولیدی خودکفا نیست و مضاف بر آن اقتصادش مانند یک اقتصاد شهری و صنعتی حتی مانند جامعه در مرحله مدرنیته دوم، چنان‌که بک و گیدنز توصیف می‌کنند، به یک اقتصاد پرمخاطره مبدل شده است، اما تفاوتش در این است که مخاطره‌آمیز شدن اقتصاد در مدرنیته به دلایلی نظیر بی‌ثباتی بازارها و تغییر مداوم مشاغل افراد به دلایل متعدد از جمله تغییر مداوم فناوری‌های تولید و شیوه تولید اتفاق می‌افتد، اما در جامعه مورد مطالعه پژوهش حاضر، چنان‌که زنان روایت می‌کنند، این بی‌ثباتی بیشتر به دلایل اقلیمی و بیمه‌نودن محصولات و بی‌ثباتی بازار محصولات کشاورزی ایجاد می‌شود، اما پیامد هردو ورود زنان به بازار کار و ایجاد خانواده‌های دودرآمدی است. یکی از زنان شاغل در این باره می‌گوید: «قبل از این کار کشاورزی می‌کردم، اما اطمینانی بهش نبود. یه سال همه انگورها رو شیره کردم، ولی قیمتش پایین اومد، دیگه از سال بعد این کارو نکردم. ترسیدم باز قیمتش پایین بیاد. پارسال لوبیا کاشتم، همهش آفت زد و خراب شد، دیگه امسال نکاشتم. دولت هم خسارت پرداخت نکرد. برای همین تصمیم گرفتم فروشندگی کنم» (معصومه ۴۶ ساله).

کسب توانمندی: براساس روایت‌های زنان شاغل، مهم‌ترین سودمندی کار برای زنان، علاوه بر کسب درآمد و منزلت، کسب توانمندی است که پیامدهای مثبتش «احساس رضایت از زندگی»، «افزایش اعتمادبه‌نفس»، «استقلال اقتصادی» و «ورود زنان به حوزه عمومی» هستند. براساس نظر آمارتیا سن، با رشد قابلیت درونی زنان که از طریق کار انجام می‌شود، موجب تغییر شخصیت زن از یک موجود منفعل به یک کنشگر فعال اجتماعی می‌شود و زنان مورد مطالعه ما در روایت‌های مختلف بر فعالیت در بیرون از خانه تأکید داشته‌اند. آذر ۴۰ ساله که به کار پرورش و فروش بوقلمون اشتغال دارد می‌گوید: «کار بیرون بخشی از زندگی منه. مشکل اینه که بعضی‌ها فکر می‌کنن هر کاری نمی‌تونن انجام بدن؛ در صورتی که این درست نیست. من وقتی کار بیرون انجام می‌دم حالم خیلی بهتر می‌شه و حس می‌کنم هر کاری مردها انجام بدن، زن‌ها هم می‌تونن انجام بدن.» همچنین در راستای نظر فریدان مبنی بر اینکه نقش‌های سنتی زنانه (همسری و مادری) زنان را به پوچی و درماندگی دچار می‌کند، روایت زنان مورد مطالعه در این پژوهش نشان می‌دهد خروج از نقش‌های سنتی و ورود به بازار کار سبب شده است که زنان احساس مفیدبودن و رضایت از زندگی داشته باشند. زهرا ۲۶ ساله، لیسانس و فروشنده تابلو فرش می‌گوید: «کار بیرون دوست دارم؛ چون احساس غرور بهم می‌ده و حس رضایتمندی دارم» و مریم ۴۵ ساله نیز معتقد است: «آدم با کار کردن وارد اجتماع می‌شه. تو اجتماع بودن رو دوست دارم. حس خوبی داره؛ چون داری بیرون از خونه کار می‌کنی و کمک کار خانواده هستی.» روایت پروین ۴۵ ساله نیز نظریه کرافت را که اشتغال زنان به نفع مردان است، تأیید می‌کند. چنان‌که قبلاً نیز تحلیل شد، کار زنان ریسک ازدست‌دادن منبع درآمد خانواده روستایی را کاهش می‌دهد و بنابراین در جهت منافع مردان و کل خانواده است. پروین تجربه ۱۳ ساله‌اش را از کار خیاطی چنین روایت می‌کند: «دستم تو جیب خودمه و خودم کار می‌کنم. اصلاً فکرشم نمی‌تونم بکنم که دستمو جلوی شوهرم دراز کنم و بگم پول بده چیزی بخرم، ضمناً برای خونه و بچه‌ها هم هزینه می‌کنم و کمک‌خرج خانواده‌ام هستم.»

تغییر توزیع قدرت در خانواده: براساس روایت زنان، از پیامدهای مثبت کار برای زنان تغییر توزیع قدرت در خانواده به نفع زنان در دو بعد مهم «افزایش قدرت تصمیم‌گیری زنان» و «طرف مشورت قرارگرفتن» از سوی شوهران درباره امور مهم خانه است. طبیعی است این تغییر در حوزه خصوصی خانواده به تقویت جایگاه زنان در حوزه عمومی نیز منجر شده است؛ زیرا نقش زنان را در خانه از وظایف بچه‌داری و خانه‌داری به تصمیم‌گیری‌های مهم‌تر درباره امور خانواده ارتقا می‌دهد. ناهید ۴۲ ساله می‌گوید: «اوایل ازدواج من شوهرم همه کارها رو خودش انجام می‌داد. ما با مادرشوهرم یه جا زندگی می‌کردیم. همسر با مادرش مشورت می‌کرد، اما با من نه. اما از وقتی کار می‌کنم و هزینه‌های خونه رو می‌دم، تصمیم‌های خونه با منه. اینکه چه کسی مناسب برای ازدواج با دخترمه به عهده خودمه. هزینه سربازی پسر می‌میلاد رو خودم پرداخت می‌کنم.» راضیه ۳۰ ساله هم تجربه مشابهی را نقل می‌کند: «چند سال قبل همسر خودش خونه و زمین می‌خرید بدون اینکه نظر منو بپرسه. می‌اومد خونه قولنامه رو نشون می‌داد می‌گفت فلان زمین رو خریدم، اما حالا که من کار می‌کنم و به درآمد من نیاز داره، از من مشورت می‌گیره. نیاز به خرید زمین کشاورزی داشتیم که همسر با من مشورت کرد.»

کسب منزلت اجتماعی: زنان شاغل در روستا احساس می‌کنند با کار منزلت اجتماعی‌شان، در روستا و در بین خانواده افزایش می‌یابد و بنابراین کارکردهای اجتماعی کار را با مفاهیمی نظیر «کسب احترام»، «سرمشق شدن»، «امین مردم شدن» و «به حساب آمدن» بیان می‌کنند. زنان مصاحبه‌شونده همگی به این موضوع اشاره کردند که کارکردن به افزایش منزلت اجتماعی آن‌ها در جامعه منجر شده است. صغری ۴۸ ساله می‌گوید: «برای اینکه رتبهت بین دیگران بالا باشه و زن‌های دیگه به تو احترام بذارن باید کار داشته باشی. با اینکه درآمد شوهرم زیاده، ولی به خاطر کسب احترام کار می‌کنم.» همچنین برای زنان مهم است که دیگران درباره آن‌ها چه فکر می‌کنند و چگونه قضاوت می‌شوند و بنابراین کار به یکی از ملاک‌های قضاوت دیگران درباره زنان شده است. قبلاً درباره زنان از ویژگی‌های زنانه نظیر زیبایی، مهارت‌های خانگی و به‌ویژه آشپزی صحبت می‌شد، اما به‌نظر می‌رسد در حال حاضر یکی از مهم‌ترین ملاک‌های ارزیابی پایگاه اجتماعی زنان در جامعه روستایی، کار (البته کار دستمزدی، نه کار خانه‌داری) است. مریم ۴۵ سال می‌گوید: «با کار خانه‌داری بی‌جیره و مواجب که نمی‌شه بین دیگران احترام به‌دست آورد. حالا هی از صبح تا شب تو خونه کار کن. راستش رو بخواید هیچ‌کس کار تو خونه رو به حساب نمی‌آره.» روایت مرضیه ۳۴ ساله نیز صحبت‌های مریم را تأیید می‌کند: «وقتی کار می‌کنی، الگوی دیگران می‌شی و بهت می‌گن آفرین به غیرت.»

۲-۵. ویژگی‌های کسب و کارهای خانگی

از تعریف‌های زنان از کسب و کارهای خانگی، مفاهیمی استخراج شدند که ترکیب آن‌ها ماهیتی ویژه و زنانه به این کارها می‌دهد و آن را از سایر کارها متمایز می‌سازد. خصلت‌های کسب و کار خانگی عبارت‌اند از: «انعطاف‌پذیری یا زمان شناور»، «خویش‌فرمایی»، «هم‌هویتی»، «هم‌زمانی» و «هم‌مکانی».

منظور از انعطاف‌پذیری این است که در کسب و کارهای خانگی ساعات کار به‌وسیله خود زنان تعیین می‌شود و آن‌ها اختیار زمان‌های کار را در اختیار دارند. تحت عنوان «خویش‌فرمایی» خوداشتغالی زنان و نداشتن کارفرما مطرح است که حس آزادی را به زنان می‌دهد. در همه مشاغل مورد مطالعه، زنان حقوق‌بگیر و کارگر کسی نیستند، بلکه برای خودشان کار می‌کنند. منظور از هم‌هویتی کار آن است که همه کسب و کارهای خانگی زنان در این مطالعه شامل خیاطی، بافندگی، شیرپزی و آرایشگری، ماهیت زنانه دارند و محصولات تولیدی ناشی از آن‌ها در خانه مصرف می‌شود؛ بنابراین زنان بهتر می‌توانند با آن ارتباط برقرار کنند. «هم‌زمانی کار» برمی‌گردد به انجام هم‌زمان کارهایی که از سوی زنان برای پول انجام می‌شود که با وظایف خانه‌داری تناسب دارد. از آنجا که محل این دو نوع کار در خانه است، می‌توان به آن‌ها ویژگی هم‌مکانی و هم‌زمانی داد که وابستگی دو ویژگی را به هم نشان می‌دهد؛ به این معنی که به دلیل اینکه محل کار زنان خانه است، زنان می‌توانند هم‌زمان خیاطی و هم آشپزی کنند و سایر کارهای خانه را هم انجام دهند. نتیجه ویژگی‌های کار زنانه، آشتی نسبی بین کار و

زندگی است و این امکان را به زنان می‌دهد که در محدوده زمانی مشخص، سازگاری و تعادلی بین تعهدات شغلی و خانوادگی‌شان به‌وجود آورند. از همین منظر هم می‌توان دلیل تغییر نگرش مردان به کار زنان را در جامعه هدف تحلیل کرد؛ یعنی دلیل موافقت بیشتر مردان با کار زنان در مطالعه حاضر این است که اغلب کارهای مورد اشاره نظیر آرایشگری، رشته‌بری، شیرپزی، نان‌پزی، خیاطی و بسته‌بندی محصولات کشاورزی در خانه انجام می‌شوند. معصومه ۳۸ ساله درباره سازگاری کارش با وظایف خانگی چنین روایت می‌کند: «شکر خدا تونستم به قول خودم عمل کنم. هم کارهای خونه رو انجام بدم و هم به تهیه و بسته‌بندی سبزیجات و فروش اون‌ها برسم.» از روایت مرضیه ۳۴ ساله که به علت فوت همسرش اکنون سرپرست خانواده است، فهمیده می‌شود که کار خیاطی به وظایف دیگرش در رابطه با بچه‌ها لطمه نزده است، اگرچه ممکن است فشار نقش بر او تحمیل کرده باشد. مرضیه می‌گوید: «سرپرستی بچه‌ها با خودمه. باید هم به درس‌هاشون رسیدگی کنم، هم خوب تربیتشون کنم و هم به غذا و تمیزی خونه برسم. نیاز داشتم تا کاری باشه که هم کنار بچه‌ها باشم و هم به کارهای خونه برسم که تصمیم گرفتم تو خونه خیاطی کنم.» مریم ۴۷ ساله نیز تجربه مشترکی را نقل می‌کند: «نظم و ترتیب خاصی تو کارهام دارم. وقتی تو خونه دارم نون می‌پزم، هم به کارهای خونه می‌رسم، هم مهمونی می‌رم و هم مهمون می‌آدم.» رضایت زهرا ۴۲ ساله از کارش به‌خاطر مستقل‌بودن، شناوربودن زمان کار و قدرت تصمیم‌گیری است. او می‌گوید: «خوبش فرمای خودم هستم. خوبیش اینه که رئیس نداری که بالاسرت باشه. تو هم مجبور به کارکردن زیاد با استراحت کم نیستی و اینکه استرس نرسیدن به کار نداری.»

جدول ۳. مقوله‌های اصلی و فرعی و مفاهیم چالش‌های کسب‌وکار خانگی از منظر زنان شاغل در کسب‌وکارهای خانگی

مقوله اصلی	مقوله فرعی	فراوانی مقوله‌ها	مفاهیم	فراوانی مفاهیم	
چالش‌های کسب‌وکار خانگی	فشار نقش	۲۵	شیفت دوم کاری	۲۵	
			خستگی و فرسودگی مفرط	۱۳	
			نداشتن تفریح	۱۰	
	نداشتن سرمایه	۲۰	۱۹	نداشتن سرمایه شخصی	۱۱
				عدم حمایت از سوی خانواده (همسر و والدین)	۵
				عدم حمایت از سوی دولت	۴
	نگرش‌ها و کلیشه‌های جنسیتی	۱۹	۱۳	نان‌آوری مرد و خانه‌داری زن	۷
				زن دست‌وپاشکسته	۵
				بی‌غیرتی مرد	۳
				بی‌ابرویی خانواده	۲
نداشتن مهارت‌های کاری	۱۳	۳	قطع‌شدن روزی	۲	
			نداشتن آگاهی و دانش لازم درباره کسب‌وکارهای خانگی	۱۰	
			بی‌سوادی و کم‌سوادی	۳	

۳-۵. چالش‌های کسب‌وکار خانگی

به‌رغم تمام کارکردهای فردی و اجتماعی که کسب‌وکارهای خانگی برای زنان دارد، به‌دلیل اینکه از سوی خود زنان ایجاد و گسترش پیدا کرده، با چالش‌هایی مانند «فشار نقش»، «نداشتن سرمایه»، «نگرش‌ها و کلیشه‌های جنسیتی» و «نداشتن مهارت‌های کاری» همراه بوده است.

فشار نقش: از مهم‌ترین نتایج مصاحبه و مشاهدات صورت‌پذیرفته، فشاری است که در نتیجه انجام کارهای دستمزدی و وظایف خانگی ایجاد می‌شود. البته اگرچه همه زنان شاغل در کسب‌وکارهای خانگی فشار نقش را احساس می‌کنند، شدت و حدت آن به عوامل دیگری از جمله وضعیت زن در خانواده (متأهل، مطلقه، سرپرست خانواده)، نوع کار و میزان همیاری و همکاری سایر اعضای خانواده بستگی دارد. از روایت مرضیه ۳۴ ساله که سرپرست خانوار است، چنین استنباط می‌شود که

فشار نقشی زیادی را تحمل می‌کند: «خیلی سخته که تمام مسئولیت‌های زندگی بر دوش منه. هم باید خونه رو جمع‌وجور کنم، هم ساعت‌های طولانی کار کنم. هیچ زمانی رو نمی‌تونم به خودم اختصاص بدم.» مریم ۴۷ ساله و ناهید ۴۲ ساله که هر دو متأهل هستند فشار نقش را به دلیل عدم همکاری و همیاری همسرانشان در انجام کارها می‌دانند. مریم که در خانه نان می‌پزد، می‌گوید: «وقتی هم‌زمان بخوای کارهای خونه و فرزندان رو برعهده داشته باشی، دچار فرسودگی می‌شی و باید با یه دست چند هندونه برداری.» از روایت ناهید که خیاط زنانه و بی‌سواد است، می‌شود فهمید که او در خانواده‌ای زندگی می‌کند که در آن تقسیم‌کار سنتی و براساس جنسیت است: «با اینکه همسر سر کاره و با هم خونه می‌آیم، انتظار داره بره یه گوشه استراحت کنه و من تنهایی همهٔ کارها رو انجام بدم.»

روایت زنان از فشار نقش تأکیدی است بر مفهوم «شیفت دوم» شیلد دربارهٔ کار زنان در جوامع شهری که البته در جامعهٔ مورد مطالعهٔ حاضر نیز که یک جامعهٔ شهری کوچک (بخش) است، صادق است. به نظر شیلد دلیل اصلی «شیفت دوم» ذهنیت سنتی مردان به تقسیم‌کار در خانواده است که براساس آن مردان فکر می‌کنند وظیفهٔ مرد نان‌آوری و وظیفهٔ زن خانه‌داری است. آنچه از روایت زنان استنباط می‌شود این است که در جامعهٔ هدف حاضر نیز این نگرش غالب است. مردان فکر می‌کنند در هر شرایطی تربیت بچه، مادری و وظایف خانه‌داری صرفاً وظیفه‌ای زنانه است و زنان حتی اگر شاغل باشند، باید وظایف اصلی خانه‌داری‌شان را انجام دهند.

نداشتن سرمایه: از روایت‌های زنان فهمیده می‌شود که سه چالش مالی عمدهٔ زنان در راه‌اندازی کسب‌وکار خانگی «نداشتن سرمایهٔ شخصی»، «عدم حمایت خانواده (همسر و والدین)» و «عدم حمایت دولت» است. خدیجه ۲۵ ساله زن جوانی که کارش بافت عروسک بچه‌ها است، تجربه‌اش را از شروع کار با بی‌پولی این‌گونه توصیف می‌کند: «من ۵۰ هزار تومان پس‌انداز داشتم که با اون کاموا خریدم؛ پول خرید گوشه‌ی رو هم نداشتم که باهاش تبلیغ کنم.» در اظهارات فاطمه ۴۴ ساله این نکتهٔ قابل‌تأمل وجود دارد که خانواده‌اش هیچ کمکی (مالی یا فکری) در کار به او نکرده‌اند. او می‌گوید: «در جامعهٔ امروز ما نمی‌شه از کسی انتظار کمک مالی داشت؛ حتی از خانوادهٔ خودت. مشوقت هم برای کار نیستن. برای شروع به کار نه پدرومادرم و نه همسر هیچ کمکی بهم نکردند. من دست‌خالی کار رو شروع کردم.» زنان نه‌تنها از حمایت خانواده، بلکه از حمایت دولت هم برخوردار نبوده‌اند. آذر ۴۴ ساله می‌گوید: «وقتی به بانک مراجعه کردم تا وام بگیرم، با گرفتن وام موافقت نکردند. اوایل انگیزه‌م رو از دست دادم؛ چون نمی‌تونستم به هدفم که توسعهٔ کار پرورش بوقلمون بود، برسیم.» روایت زنان در این بخش تأییدی است بر نظریهٔ آماریتا سن که معتقد است جامعه و خانواده براساس جنسیت نگاه متفاوتی به خانواده دارد و سرمایه‌گذاری‌های خانواده بیشتر برای فرزندان پسر است؛ زیرا خانواده‌ها نان‌آوری در خانواده را برعهدهٔ مرد می‌دانند.

نگرش‌ها و کلیشه‌های جنسیتی: روایت‌های زنان نشان می‌دهد در جامعهٔ روستایی درگزين دربارهٔ زنان کلیشه‌های سنتی بسیاری وجود دارد که مانع بزرگی برای ورود زنان به کار هستند؛ از جمله اینکه «مرد نان‌آور خانه است»، «کار زن خانه‌داری و شوهرداری است»، «کار زن نشانهٔ بی‌غیرتی مرد است»، «کار زن موجب بی‌آبرویی خانواده است» و همچنین اینکه «روزی زن از قبل معین شده است» یا «زن ضعیفه است». همهٔ این باورها سبب شده در زمان‌های گذشته دختران بسیار متفاوت با پسران جامعه‌پذیر شوند. دختران معمولاً برای نقش زن و مادر تربیت شده‌اند. هنجارها و ارزش‌های این جامعه از زنان انتظار دارد که زنان احساساتی و عاطفی و وابسته به مردان باشند تا بهتر بتوان آن‌ها را کنترل کرد و زیر سلطه قرار داد. در پژوهش حاضر روایت‌های زیادی از زنان دربارهٔ کلیشه‌های منفی فرهنگی دربارهٔ کار نقل شده است که به نقل سه روایت از آن‌ها در ادامه اکتفا می‌شود. صغری ۴۸ ساله می‌گوید: «شوهرم بهم می‌گفت مرد باید غیرت داشته باشه. مردم چی می‌گن اگه تو کار کنی؟ تو واسه کارهای خونه موندی. در دهن مردم رو که نمی‌شه بست. شوهر من کارکردن زن رو بد می‌دونست.» زهرا ۴۳ ساله که خیاطی می‌کند و دارای تحصیلات دیپلم است، از وجود باورهایی دربارهٔ کار زنان در بین مردم سخن می‌گوید که او به آن‌ها باور ندارد: «هر جا بری، هر کاری تو روستا بخوای شروع کنی می‌گن زن دست‌وپاشکسته و

ضعیفه. آخه زن رو چه به کارکردن؟ مرد باید نان آور خونه باشه. زن باید به درآمد کم همسرش قانع باشه.» لیلا نیز که تحصیلات لیسانس دارد از خرافات رایج در بین مردم درباره کار زنان شکایت می‌کند: «مادرشوهرم مانع کارکردن من می‌شه؛ چون معتقدند اگر زن خونه کار کنه، روزی مرد قطع می‌شه.»

نداشتن مهارت‌های کاری: براساس روایت زنان (بیشتر میانسال به بالا) شاغل در کسب‌وکارهای خانگی، آن‌ها به دلایل بی‌سوادی و نداشتن آگاهی و دانش لازم درباره کسب‌وکار خانگی، از حداقل توانمندی‌های لازم برای این کار برخوردار بوده‌اند. ام‌البین ۵۰ ساله که دارای سواد ابتدایی است می‌گوید: «بافتنی‌ها رو می‌بافم، اما واقعاً نمی‌تونم خوب تبلیغ کنم. خیلی از مردم از تولیدات من بی‌خبر هستند» و ملیحه ۶۰ ساله که بی‌سواد است، از تأثیر منفی بی‌سوادی بر رونق کارش نقل می‌کند: «از محصولات کشاورزی که نیاز به سرمایه کم و مشتری‌پسند باشه و هم اینکه سود خوبی داشته باشه، اطلاعی نداشتیم.» همان‌طور که استوارت میل و آمارتیا سن تأکید دارند، از عوامل مؤثر بر بهبود توانمندی زنان، آموزش و مهارت‌های کاری هستند. در جامعه هدف ما چنان‌که در روایت زنان (بی‌سواد یا کم‌سواد و میانسال) مشاهده می‌شود، بی‌سوادی و نداشتن اطلاعات و مهارت حرفه‌ای، موانع عمده موفقیت آن‌ها در کسب‌وکارشان است. برعکس، روایت زنان جوان و باسواد نشان می‌دهد آن‌ها توانسته‌اند در کارشان موفقیت بیشتری کسب کنند.

۴-۵. تحلیل مقوله‌ها و مفاهیم و داده‌هایی معنایی کلان و حلقه اتصال آن‌ها با یکدیگر

از داده‌های این مطالعه، پنج مقوله کلی و ۱۳ مفهوم کلان و ۲۱ داده معنایی به دست آمد که در جدول ۴ دسته‌بندی شده است.

جدول ۴. مقوله‌ها و مفاهیم کلان و داده‌های معنایی کسب‌وکار خانگی

مقوله‌های کلان	مفهوم‌های کلان	داده‌های معنایی
جامعه روستایی، به مثابه فضای کسب‌وکار خانگی	جامعه سنتی و بسته	۱. حاکمیت روابط پدرسالارانه ۲. قدرت و سلطه مردان بر زنان ۳. نداشتن حق تصمیم‌گیری برای زنان ۴. فرودستی زنان
اقتصاد روستا	اقتصاد معیشتی مبتنی بر دامداری و کشاورزی سنتی	۱. اقتصاد مخاطره‌آمیز ۲. اقتصاد معیشتی مبتنی بر تأمین نیازهای اولیه یا اقتصاد به اصطلاح بخور و نمیر ۳. بهره‌وری کم ۴. اقتصاد بسته (عدم ادغام در اقتصاد شهری)
چالش‌های کسب‌وکار خانگی	۱. چالش‌های فناورانه ۲. چالش‌های سرمایه ۳. چالش‌های فردی (نداشتن مهارت‌های کاری و بی‌سوادی) ۴. چالش‌های فرهنگی	۱. خرید تجهیزات ۲. استفاده از فضای مجازی ۲. یادگیری مهارت‌های کاری ۳. تأمین سرمایه ۴. مبارزه با کلیشه‌ها
توسعه کسب‌وکار خانگی	۱. سازگار با خانواده ۲. سازگار با فرهنگ روستا ۳. مکمل فعالیت‌های کشاورزی و دامداری	۱. در خانه انجام‌شدن کارها ۲. دوری از فضاهای مردانه ۳. سازگار با وظایف زنانه ۴. معطوف به اقتصاد کشاورزی و دامداری
توسعه محلی	۱. کمک به اقتصاد خانواده ۲. کاهش ریسک مخاطرات اقتصاد روستایی ۳. کاهش فقر روستایی ۴. افزایش تاب‌آوری اقتصاد روستایی	۱. ایجاد خانواده‌های دودرآمدی ۲. رفع بیکاری ۳. تأمین هزینه تحصیلی فرزندان ۴. پرداخت هزینه‌های بیماری ۵. پرداخت اقساط بانکی

جامعه سنتی روستایی به مثابه فضای کسب‌وکار خانگی، یکی از مقوله‌های کلان است. قروه درگزین، یک جامعه روستایی با جمعیت کم است که در آن روابط پدرسالارانه حاکم است؛ ثروت و قدرت در اختیار مردان است و زنان انواع فرودستی را

تجربه می‌کنند؛ از جمله حق تعیین شغل مورد علاقه خود را به صورت مستقل ندارند. در این جامعه سنت یا باورهای فرهنگی قوی است و کلیشه‌های جنسیتی مانعی عمده برای ورود زنان به بازار کار (غیرکشاورزی و دامداری) می‌شود؛ بنابراین کمترین همراهی از سوی اعضای خانواده، اعضای روستا و مقامات محلی (اعضای شورای ده) و مقامات دولتی (نهادهای و مؤسسات بانکی و مالی) در رابطه با کار زنان وجود دارد. این جامعه به دلیل بسته بودن، آمادگی ورود زنان به بازار کار را ندارد؛ هرچند که آسیب‌پذیری اقتصاد معیشتی ضرورتش را به وجود آورده است.

اقتصاد روستاها مبتنی بر کشاورزی و دامداری است. این اقتصاد بسته، معیشتی، با بهره‌وری پایین و به دلایل مخاطرات اقلیمی و نوسان قیمت محصولات کشاورزی، مخاطره‌آمیز و بسیار آسیب‌پذیر است.

به دلایل وجود اقتصاد مخاطره‌آمیز و آسیب‌پذیری اقتصاد خانوارهای روستایی، زنان روستایی به دلایل فردی و خانوادگی عزم به توسعه کسب‌وکارهای خانگی می‌کنند که در مسیر توسعه کسب‌وکارهای خانگی با چالش‌های چهارگانه فردی (نداشتن مهارت‌های کاری)، فرهنگی (کلیشه‌های جنسیتی)، مادی (نداشتن سرمایه) و فناورانه مواجه می‌شوند. زنان در مواجهه با چالش‌های مزبور موفق می‌شوند بر بیشتر چالش‌ها غلبه کنند که دلایل این موفقیت، ویژگی‌های سازگاری کسب‌وکارهای خانگی با خانواده، فرهنگ و اقتصاد روستایی است. سرانجام توسعه کسب‌وکار خانگی زنان به توسعه محلی منجر می‌شود. کسب‌وکار خانگی موجب ترمیم اقتصاد خانوارهای روستایی، کاهش فقر روستایی و کاهش ریسک مخاطره اقتصاد روستایی می‌شود و در کل، تاب‌آوری جامعه روستایی را در برابر تغییرات اقلیمی و نوسانات بازارهای اقتصاد شهری تقویت می‌کند.

۶. بحث و نتیجه‌گیری

این مطالعه با هدف ذهنیت‌کاوی زنان درباره کار براساس روش تحلیل پدیدارشناسانه و در پاسخ به سه سؤال اساسی زیر انجام گرفت: تعریف زنان روستایی شاغل در کسب‌وکارهای خانگی از معنای کار چیست؟ تفسیر زنان از ویژگی‌های کسب‌وکار خانگی چیست؟ تجربه زنان از چالش‌ها کسب‌وکار خانگی چیست؟

در پاسخ به سؤال اول مطالعه، یافته‌های این مطالعه نشان می‌دهد از منظر زنان شاغل در کسب‌وکارهای خانگی، کار با مقوله‌های «کسب درآمد»، «توانمندسازی»، «تغییر توزیع قدرت در خانواده» و «کسب منزلت اجتماعی» تعریف می‌شود. زنان به کار به مثابه وسیله‌ای برای تأمین هزینه‌های شخصی و خانوادگی، استقلال از شوهر، کسب احترام و افزایش قدرت تصمیم‌گیری در خانواده می‌نگرند. یافته‌های برخی از مطالعات پیشین از جمله سروش‌مهر و همکاران (۱۳۸۹)، افروخته (۱۳۹۰) و امینی و طاهری (۱۳۸۶) نشان می‌دهد کار زنان به بهبود ارتقای پایگاه اجتماعی و اقتصادی آن‌ها منجر شده و نتایج تحقیق امها و تالور (۲۰۱۴) نیز نشان می‌دهد کار زنان نقشی اساسی در رهایی آن‌ها از فقر و کسب منزلت اجتماعی و استقلال اقتصادی داشته است. از سوی دیگر، در چارچوب مفهومی این مطالعه، کرافت و گیدنز به این موضوع اشاره می‌کنند که استقلال اقتصادی زنان از مردان به نفع زنان است و آمارتیا سن کار زنان را سبب رشد قابلیت‌ها و رهایی آن‌ها از محدودیت‌های سنتی می‌داند. این نظرات در مقابل نظریه پارسونز قرار می‌گیرد که معتقد است وظیفه اصلی زنان خانه‌داری است و فقط مرد نان‌آور خانه است و زن نباید با کارکردن وارد رقابت با مرد شود؛ زیرا بنیان خانواده آسیب می‌بیند.

درباره سؤال دوم مطالعه، ویژگی محوری‌ای که می‌توان به کار زنان نسبت داد، «خانگی بودن»، یا در خانه انجام شدن کار از سوی زنان است. سایر ویژگی‌های فرعی کار زنان در این مطالعه «انعطاف‌پذیری»، «خویش‌فرمایی»، «هم‌هویتی»، «هم‌زمانی» و «هم‌مکانی» است. جالب است که برخی از ویژگی‌های کار زنان روستایی در مطالعه حاضر با ویژگی‌های کار در دوران مدرنیته دوم، که الیش بک به آن اشاره می‌کند، مشترک هستند. بک درباره تغییر ساختارهای کار در مدرنیته دوم در

جوامع غربی به مخاطره‌آمیز شدن و بی‌ثباتی، تغییر مداوم مشاغل، کار پاره‌وقت و کار انعطاف‌پذیر اشاره می‌کند. نتایج یافته‌های این مطالعه نشان می‌دهد اغلب این ویژگی‌های کار درباره کار زنان روستایی در این منطقه نیز صادق است.

در پاسخ به سؤال سوم مطالعه، براساس روایت زنان چالش‌های اساسی زنان در کار، «فشار نقش»، «نداشتن مهارت‌های کاری»، «نداشتن سرمایه»، و «نگرش‌ها و کلیشه‌های جنسیتی» هستند. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد زنان اغلب بدون سرمایه یا با سرمایه اندک، بدون حمایت یا با حمایت کم خانواده و دولت و فقط با اتکا به توانایی‌ها و ظرفیت‌های درونی‌شان کسب‌وکارهای خانگی را راه‌اندازی کرده‌اند و به تدریج اعتماد به نفس آن‌ها تقویت شده و کار آن‌ها رشد یافته است. از جنبه نظری، نتایج یافته‌های مطالعه ما نظریه آماریتیا سن را مبنی بر رشد قابلیت‌های زنان بر اثر کار تأیید می‌کند و با نتایج برخی از مطالعات در این زمینه برای مثال، هاجز و همکاران (۲۰۱۵) در آفریقای جنوبی و تایلند، سعید و انسلین (۲۰۲۰) در سودان و فلشنر و کنی (۲۰۱۱) در بنگلادش، مالاوی و پاراگوئه همخوانی دارد. نتایج مطالعات مزبور نشان می‌دهد زنان در این کشورها از کمترین حمایت‌های خانوادگی و دولتی (دریافت وام و تسهیلات) در راه‌اندازی کسب‌وکارهای خانگی برخوردار بوده‌اند. درباره فشار نقش باید گفت همان‌طور که شیلد درباره کار زنان در جوامع غربی اشاره می‌کند، ورود زنان به کار در غرب موجب شده اغلب زنان شاغل در غرب در دو شیفت، یکی در بیرون از خانه و دیگری، در خانه کار کنند. براساس روایت زنان، در جامعه روستایی مطالعه حاضر نیز این اضافه‌کاری یا شیفت دوم کار برای زنان وجود دارد و به علت نداشتن آمادگی ذهنی و عینی مردان روستایی برای کمک به زنان در کارهای خانگی، زنان مجبورند علاوه بر کار برای کسب درآمد، همه وظایف خانگی‌شان را نیز انجام دهند؛ پدیده‌ای که برای زنان پیامدهای منفی بسیاری از جمله حذف زنان از حوزه عمومی و دنیای زندگی روزمره داشته است. یافته‌های این مطالعه نشان می‌دهد چالش سوم زنان روستایی در برابر کارشان، نگرش‌ها و کلیشه‌های جنسیتی مردم روستا درباره کار زنان است. براساس روایت زنان، مردم روستا کار زنان را سبب بی‌آبرویی خانواده، نشانه بی‌غیرتی مرد و دلیلی برای قطع شدن روزی خانواده می‌دانند. در مطالعات حداد (۲۰۱۳) در اردن، و سعید و انسلین (۲۰۲۰) در سودان نیز به وجود این کلیشه‌ها و تفکرات منفی درباره کار زنان اشاره شده که با یافته‌های این مطالعه همخوانی دارد.

مطالعات محققان در میان زنان روستایی قروه درگزین (شهر کوچکی در شمال شرقی استان همدان) نشان می‌دهد معنای کار و درآمد برای زنان متناسب با مفهوم و درک از کسب‌وکار و اقتصاد خانوار شکل می‌گیرد و چنین کسب‌وکارهایی (در مقایسه با اشتغال رسمی) ویژگی‌هایی دارند که امکان بقا و فعالیت زنان در یک جامعه سنتی را امکان‌پذیر کرده و آن‌ها را در کسب‌وکارهای سازگار با شرایط محیط و نیازهای خود و خانواده‌شان در ارتباطی درهم‌تنیده قرار داده است. این الگوی اقتصادی زنانه اگرچه ممکن است همراه با فشار نقش و تعارض کارکردها باشد، به‌عنوان مکمل اقتصاد خانوار پویا و مثمر‌تر به فعالیت خود ادامه می‌دهد و درنهایت با حفظ منزلت اجتماعی زن، به شکوفایی اقتصاد خانوار و روستا و در کل به توسعه محلی کمک می‌کند؛ بنابراین پیش‌بینی می‌شود به دلایلی نظیر خروج اقتصاد روستاها از خودکفایی و وابستگی‌شان به اقتصاد شهری از یک سو، و مخاطره‌آمیز شدن اقتصاد روستایی بر اثر تغییر اقلیم، خشکسالی و نوسان قیمت محصولات کشاورزی در بازارهای شهری، اقتصاد خانواده‌های روستایی در آینده (بیشتر از اکنون) به درآمد زنان وابسته شود و به تبع آن کسب‌وکارهای خانگی زنان رشد بیشتری را تجربه کنند.

مأخذ مقاله: تألیف مستقل. در این مقاله تعارض منافی وجود ندارد.

منابع

- انتظاریان، ناهید و طهماسبی، طاهره (۱۳۸۹). موانع و راهکارهای توسعه مشاغل خانگی در ایران. *ماهنامه اجتماعی، اقتصادی، علمی و فرهنگی*، ۱۲۷، ۷۸-۹۸.
- آگهی، حسین، میرک‌زاده، علی‌اصغر، و تقی‌بیگی، معصومه (۱۳۹۱). اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر توسعه مشاغل خانگی زنان روستایی. *فصلنامه علمی پژوهشی زن و جامعه*، ۳(۳)، ۱۸۱-۱۹۵. <https://dorl.net/dor/20.1001.1.20088566.1391.3.11.8.6>
- عزازی، شهلا (۱۳۸۶). *جامعه‌شناسی خانواده*. تهران: روشنگران و مطالعات زنان.
- امینی، عباس و طاهری، علی‌حسین (۱۳۹۵). تحلیلی بر نقش‌پذیری زنان روستایی در فعالیت‌های اقتصادی و عوامل مؤثر بر آن مطالعه موردی مناطق روستایی سیمکان شهرستان چهارم. *فصلنامه علوم ترویج کشاورزی ایران*، ۱۲(۲)، ۱۳۳-۱۴۶. <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.20081758.1395.12.2.3.6>
- افروخته، حسن (۱۳۹۰). جایگاه اقتصادی اجتماعی زنان روستایی و تأثیر باورهای اجتماعی بر آن (مطالعه موردی روستاهای کوهپایه‌ای فومنات). *مجله روستا و توسعه*، ۱۴(۱)، ۱۷۳-۱۹۳. <https://doi.org/10.30490/rvt.2018.59176>
- امینی، علی‌رضا (۱۳۸۲). رویکرد جنسیتی و عدم تعادل کلی در بازار کار. *پژوهش زنان*، ۲(۱)، ۱۳۳-۱۴۶.
- بک، ال‌ریش (۱۳۹۵). *جامعه‌شناسی کار: دنیای شگفت‌انگیز کار در مدرنیته بازاندیشانه*. ترجمه سعید صادقی جقه و آیت نباتی حصارلو. تهران: جامعه‌شناسان.
- بزرگ‌نژاد، سیده زهره، موسایی، میثم، و معینی، سید رضا (۱۳۹۹). مطالعه جامعه‌شناختی تجربه زیسته زنان خودانکای اقتصادی. *فصلنامه علمی و پژوهشی علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی*، ۱۴(۳)، ۲۵-۵۱.
- تانگ، زمری (۱۳۸۷). *درآمدی جامع بر نظریه‌های فمینیستی*. ترجمه منیژه نجم عراقی. تهران: نشرنی.
- خورشیدی، رزا و جعفری، میزا (۱۳۸۴). اشتغال زنان، خودباوری، تعاون. *همایش اشتغال و توسعه*. یزد: دانشگاه یزد.
- درویشی‌فرد، علی‌اصغر، جسک، میترا، و فیضی‌پور، خدیجه (۱۳۹۵). تجربه زیسته زنان در کارگاه‌های تولیدی. *پژوهشنامه مددکاری اجتماعی*، ۲(۵)، ۷۷-۱۰۸. <https://doi.org/10.22054/rjsw.2015.7577>
- رشادی، منوچهر (۱۴۰۲). شناسایی چالش‌های رشد و توسعه کارآفرینی روستایی در روستاهای استان همدان. *توسعه محلی (شهری و روستایی)*، ۱۵(۱۵)، ۳۳۵-۳۱۹. <https://doi.org/10.22059/jrd.2023.367342.668822>
- سروش‌مهر، هما، رفیعی، حامد، کلانتری، خلیل، و شعبانعلی فمی، حسین (۱۳۸۸). بررسی پایگاه اقتصادی-اجتماعی زنان روستایی و عوامل مؤثر بر بهبود آن (مطالعه موردی شهر همدان). *فصلنامه پژوهش روستایی*، ۱(۱)، ۱۴۳-۱۶۶.
- سعید، ابراهیم و انسلین، کریستین (۱۳۹۹). تجربه زیسته زنان با کارآفرینی در سودان: شبکه‌سازی، انتظارات اجتماعی و حمایت از خانواده. *مجله Sagepu*
- سن، آمارتیا (۱۳۸۱). *توسعه به‌مثابه آزادی*. ترجمه وحید محمودی. تهران: دستان.
- سن، آمارتیا (۱۳۷۷). *اخلاق و اقتصاد*. ترجمه حسن فشارکی. تهران: شیرازه.
- سن، آمارتیا (۱۳۷۹). *آزادی و برابری*. ترجمه حسن فشارکی. تهران: شیرازه.
- ظاهرخانی، مهدی (۱۳۸۱). صنایع کوچک، سنگ بنای راهبرد آینده توسعه روستایی. *تحقیقات جغرافیایی*، ۱۷(۲-۳)، ۱۵۱-۱۶۸.
- کیومرثی بیرک علیا، سمانه، سجای قیداری، حمدالله، و بورزجمهری، خدیجه (۱۴۰۲). تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه کسب‌وکارهای خانگی زنان در مناطق روستایی (مطالعه موردی: شهرستان فاروج). *فصلنامه پژوهش‌های جغرافیای اقتصادی*، ۴(۱۱)، ۳۶-۵۵. <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.27173747.1402.4.11.3.5>
- مرکز آمار ایران (۱۳۹۷). *نتایج اطلاعات نیروی کار*. <https://amar.org.ir/statistical-information/catid/3050/types/7>
- فلاح، ربیع و حسینی، فرج‌الله (۱۳۸۶). عوامل مؤثر بر موفقیت زنان روستایی شمال کشور. *فصلنامه روستا و توسعه*، ۱۰(۴)، ۸۷-۱۱۶.
- قربانی پیرعلیده، فاطمه (۱۳۹۹). موانع توسعه کسب‌وکارهای خانگی زنان در مناطق روستایی (مورد واکاوی: رضوانشهر گیلان). *مطالعات جغرافیایی نواحی ساحلی*، ۱(۳)، ۵-۲۶. <https://doi.org/10.22124/gscj.2021.18897.1068>
- Afrokhte, H. (2011). The socio-economic status of rural women and the impact of social beliefs on it (a case study of foothill villages of Fomanat). *Journal of Rural Development*, 14(1), 173-193. <https://doi.org/10.30490/rvt.2018.59176> (In Persian)
- Aghi, H., Mirkzadeh, A. A., & Taghi Beigi, M. (2012). Prioritizing factors affecting the development of rural women's home jobs. *Quarterly Journal of Women and Society*, 3(3), 181-195. <https://dorl.net/dor/20.1001.1.20088566.1391.3.11.8.6> (In Persian)
- Amini, A., & Taheri, A.-H. (2016). An analysis of the role of rural women in economic activities and the factors affecting it: a case study of rural areas of Simkan, Jahrom County. *Iranian Quarterly Journal of Agricultural Extension Sciences*, 12(2), 133-146. <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.20081758.1395.12.2.3.6> (In Persian)

- Amini, A. R. (2003). Gender Approach and General Imbalance in the Labor Market. *Women's Research*, 2(1), 133-146. (In Persian)
- Panhwar, U., Abro, A., Khawaja, M., Siddiqui, A., & Farshad, M. (2017). Critical Analysis of the Impact of Job on the Social Status of Women in Pakistan. *Journal of Education and Practice*, 8(6), 17-24.
- Azazi, Sh. (2007). *Sociology of the Family*. Tehran: Roshangaran and Women's Studies Publications. (In Persian)
- Beck, E.-R. (2016). *The Sociology of Work: The Wonderful World of Work in Reflexive Modernity*. Translated by: S. Sadeghi Jaqeh & A. Nabati Hesarloo. Tehran: Sociologists. (In Persian)
- Bozorgnejad, S. Z., Mousai, M., & Moeini, S. R. (2008). A sociological study of the lived experience of women in economic self-reliance. *Quarterly Journal of Social Sciences*, 14(3), 25-51. (In Persian)
- Darvishifard, A. A., Jesak, M., & Feizipour, Kh. (2016). Lived Experience of Women in Production Workshops. *Journal of Social Work*, 2(5), 77-108. <https://doi.org/10.22054/rjsw.2015.7577> (In Persian)
- Dickens, W. T. (1987). *A Goodness of Fit Test of Dual Labor Market Theory*. National Bureau of Economic Reserch Cambridge.
- Entezarian, N., & Tahmasebi, T. (2010). Obstacles and solutions to the development of home-based businesses in Iran. *Monthly Social, Economic, Scientific and Cultural Journal*, 127, 78-98. (In Persian)
- Fallah, R., & Hosseini, F. (2007). Factors affecting the success of rural women in the north of the country. *Quarterly Journal of Rural Development*, 10(4), 87-116. (In Persian)
- Fletschner, D., & Kenney, L. (2014). *Rural women's access to financial services: credit, savings, and insurance* (pp. 187-208). Springer Netherlands.
- Gem Global Entrepreneurship Monitor (2023). <https://gemconsortium.org>
- Ghorbani Piralidehi, F. (2020). Obstacles to the development of women's home businesses in rural areas (case study; Rezvanshahr, Gilan). *Geographical Studies of Coastal Areas*, 1(3), 5-26. <https://doi.org/10.22124/gscj.2021.18897.106> (In Persian)
- Haddad, R. (2013). *A Critical Analysis of The Experiences of Femal Business Owners in the development and management of Tourism -Related micro and small Handicraft Businesses in an Islamic Society*. The Hashemite Kingdom of JORDAN: Bournemout University.
- Haugh, H. M., & Talwar, A. (2016). Linking social entrepreneurship and social change: The mediating role of empowerment. *Journal of Business Ethics*, 133, 643-658.
- Brines, J. (1990). The second shift: Working Parents and the revolution at home. Berkely: University of California Press.
- Hodges, N., Watchravesringkan, K., Yurchisin, J., Karpova, E., Marcketti, S., Hegland, J., ... & Childs, M. (2015). Women and apparel entrepreneurship: An exploration of small business challenges and strategies in three countries. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 7(2), 191-213.
- Khorshidi, R., & Jafari, M. (2005). *Women's Employment, Self-Confidence, Cooperation. Employment and Development Conference*. Yazd: Yazd University. (In Persian)
- Kiyomartsi Bayrak-Olia, S., Sejai Qeidari, H., & Borzjamehri, Kh. (2023). Analysis of factors affecting the development of women's home businesses in rural areas (Case study: Farouj County). *Quarterly Journal of Economic Geography Research*, 4(11) 36-55. <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.27173747.1402.4.11.3.5> (In Persian)
- Rashadi, M. (2024). Identifying the challenges of rural entrepreneurship growth and development in villages of Hamadan province. *Local Development (Urban and Rural)*, 2(15), 335-319. <https://doi.org/10.22059/jrd.2023.367342.668822> (In Persian)
- Saeed, I., & Enslin, C. (2020). Women's Lived Experience with Entrepreneurship in Sudan: Networking. *Social Expectations, and Family Support, Sagepu Journal*. (In Persian)
- Sen, A. (1998). *Ethics and Economics*. Translated by: H. Fasharaki. Tehran: Shiraz Publishing House. (In Persian)
- Sen, A. (2002). *Development as Freedom*. Translated by: V. Mahmoudi. Tehran: Dastan. (In Persian)
- Sen, A. (2000). *Freedom and Equality*. Translated by: H. Fasharaki. Tehran: Shirazeh. (In Persian)
- Soroush-Mehr, H., Rafiei, H., Kalantari, Kh., & Shabanali-Femi, H. (2009). Investigating the socio-economic status of rural women and the factors affecting its improvement (Case study of Hamadan city). *Quarterly Journal of Rural Research*, 1(1), 143-166. (In Persian)
- Statistics Center of Iran (2018). *Labor Force Information Results*. <https://amar.org.ir/statistical-information/catid/3050/types/7> (In Persian)
- Taherkhani, M. (2002). Small Industries, the Cornerstone of Future Rural Development Strategy. *Geographical Research*, 17(2&3), 151-168. (In Persian)
- Tang, R. (2008). *A Comprehensive Introduction to Feminist Theories*. Translated by: M. Najm-e-Iraqi. Tehran: Nashre Ney. (In Persian)