



Indigenous Narratives of Rural Women on the Impacts of Digital Literacy on Empowerment and the Local Economy (A Study in Oghan Region, Golestan Province)

Bitatabaee Amid^{1✉}, Mohammadreza Shahraki², and Amir Ahmadpour³

1. Corresponding Author, Department of Management, Accounting, and Economics, Payame Noor University, Tehran, Iran. Email: bitatabaeeamid@pnu.ac.ir
2. Deputy for Coordination of Economic Affairs, Golestan Governorate, Gorgan, Iran.
3. Department of Agricultural Extension and Education, Sari Branch, Islamic Azad University, Sari, Iran.

Article Info

Article type
Research Article

Article History:

Received November 28, 2025
Revised December 26, 2025
Accepted January 18, 2026
Published online June 22, 2026

Keywords:

Local Micro Economy,
Rural Entrepreneurship,
Social Empowerment,
Thematic Analysis.

ABSTRACT

The rapid transformation of digital technologies in recent years has created substantial capacities for enhancing the social and economic roles of rural women. Utilizing these capacities not only contributes to improving household livelihoods but also facilitates sustainable development in local communities. The experiences of rural women indicate that digital literacy, as an influential factor, has opened new avenues for individual empowerment and local economic advancement. This study was qualitative-exploratory and was conducted using a thematic analysis approach. The population consisted of rural women engaged in agriculture, animal husbandry, handicrafts, and ecotourism across 10 selected villages. A purposive sample of 50 participants was chosen. To ensure data validity, the opinions of rural entrepreneurship experts and local specialists were employed, while data reliability was confirmed through re-coding by three independent experts. Data were collected through semi-structured interviews and analyzed using open, axial, and selective coding. Findings revealed that digital literacy had the greatest impact on the dimension of "market expansion and income growth," with a share of 44.22 percent, ranking as the top priority. This highlights the crucial role of access to new markets, attracting non-local customers, and enhancing the economic capacities of rural women. Moreover, the results showed that women with university education had higher shares in the dimensions of "financial management and organization" (57.4 percent), "learning and skill development" (56.7 percent), and "individual and social empowerment" (59.5 percent). This underscores the role of higher education in strengthening managerial abilities, developing new skills, and reinforcing social capital. Based on the findings, developing sustainable digital infrastructure in villages, organizing short-term training workshops in digital marketing, and creating joint marketing platforms for handicrafts and local products are among the key recommendations of this study. These measures can reduce costs, strengthen customer trust, and pave the way for sustainable rural economic development.

Cite this article: Tabatabaee Amid, B., Shahraki, M., & Ahmadpour, A. (2026). Indigenous Narratives of Rural Women on the Impacts of Digital Literacy on Empowerment and the Local Economy (A Study in Oghan Region, Golestan Province). *Social Business Journal*, 3(2), 67-88. <https://doi.org/10.22059/jsbu.2026.407137.1084>



© The Author(s) retain the copyright.

DOI: <https://doi.org/10.22059/jsbu.2026.407137.1084>

Publisher: University of Tehran Press.

Introduction

The rapid transformation of digital technologies in recent years has created significant opportunities for enhancing the social and economic roles of rural women. Utilizing these capacities not only contributes to improving household livelihoods and expanding income-generating opportunities but also facilitates progress toward sustainable development in local communities. The experiences of rural women in applying digital literacy demonstrate that access to modern communication tools and the ability to use them effectively have opened new pathways for individual empowerment, increased social participation, expanded market access, and strengthened local micro-economies. Given that rural women constitute one of the most influential groups in local economic structures, improving their digital literacy can play a decisive role in enhancing production, marketing, and the management of small rural enterprises. The importance of examining the impacts of digital literacy lies in its potential to reduce information gaps and enable more active participation of women in development processes. Accordingly, this study aims to explore the lived experiences of rural women in the Oghan region of Golestan Province and to analyze the implications of digital literacy for various dimensions of empowerment and the local economy.

Method

This study employed a qualitative–exploratory design. The statistical population consisted of rural women engaged in agriculture, livestock production, handicrafts, and ecotourism across ten selected villages. A purposive sample of 50 participants was selected, and sampling continued until theoretical saturation was achieved; no new themes emerged after interviews 46 to 50. Data were collected through semi-structured interviews developed based on a conceptual framework of the impacts of digital literacy on women's empowerment. All interviews were audio-recorded alongside field notes and subsequently transcribed for analysis. Data validity was ensured through expert review by specialists in rural entrepreneurship and local informants, while reliability was confirmed through independent re-coding by three external experts. To enhance interpretive credibility, preliminary findings were shared with several participants for feedback. Data analysis followed a thematic analysis approach, involving open, axial, and overarching coding stages. Additionally, SPSS 27 was used to organize descriptive findings and calculate the frequency and percentage distribution of axial and overarching codes, enabling the ranking of themes across analytical dimensions.

Results

The results revealed four major themes with the highest priority—each exceeding 40% frequency among participants: reducing intermediaries and increasing economic independence, increasing household income and improving economic well-being, enhancing market access through digital communication tools, and improving household welfare and quality of life. Specifically, "reducing intermediaries and increasing economic independence" (54%) emerged as the dominant theme in direct sales and intermediary elimination; "increasing household income and economic well-being through online trade" (46%) was most prominent in market expansion and income growth; "digitalization of financial management and reduction of accounting errors" (32%) characterized the financial management dimension; "skill development and innovation through digital learning" (36%) represented the learning and skills enhancement dimension; "strengthening rural tourism through digital marketing" and "expanding markets for specialty agricultural products" (each 24%) reflected diversification of economic activities; "psychosocial empowerment and increased social capital" (30%) emerged within the empowerment dimension; and "improving household welfare and quality of life through digital income" (40%) represented the welfare dimension. Overall, digital literacy had

the greatest impact on market expansion and income growth (44.22%), highlighting its central role in accessing new markets, attracting non-local customers, and enhancing the economic capacity of rural women. Women with higher education levels demonstrated greater influence in financial management (57.4%), skill development (56.7%), and social empowerment (59.5%), underscoring the role of education in strengthening managerial abilities, developing new competencies, and enhancing social capital. Findings also indicated that the impacts of digital literacy were not evenly distributed across activity sectors, with non-agricultural domains showing stronger outcomes in several dimensions.

Conclusion

Based on the findings, the development of sustainable digital infrastructure in rural areas, the implementation of short-term training workshops in digital marketing, and the establishment of joint marketing platforms for handicrafts and local products constitute key recommendations that can reduce marketing costs, strengthen customer trust, and facilitate sustainable rural economic development. Enhancing rural women's access to high-speed internet and smart devices can further promote their active participation in online markets and increase the competitiveness of micro-enterprises. Continuous training programs in financial management, product innovation, and communication skills can also contribute to strengthening individual and professional capacities. Moreover, the creation of supportive networks and shared sales platforms can expand market reach and ensure more stable economic opportunities. Collectively, these measures can reinforce the role of rural women in the local economy and pave the way for multidimensional and sustainable development in rural communities.

Funding

This research did not receive any specific grant from funding agencies in the public, commercial, or not-for-profit sectors.

CRediT authorship contribution statement

All authors contributed equally to the conceptualization of the article and writing of the original and subsequent drafts.

Authors' Contribution

All authors contributed equally to the conceptualization of the article and writing of the original and subsequent drafts.

Conflict of Interest

The authors declare no conflict of interest.

Ethical considerations

The authors avoided data fabrication, falsification, and plagiarism, and any form of misconduct.

Data availability statement

Data available on request from the authors.

Acknowledgements

The authors would like to thank all participants in the present study.



روایت‌های بومی زنان روستایی از پیامدهای سواد دیجیتال بر توانمندسازی و اقتصاد محلی (مطالعه‌ای در حوزه اوغان استان گلستان)

بیتا طباطبایی عمید^۱، محمدرضا شهرکی^۲، و امیر احمدپور^۳

۱. نویسنده مسئول، گروه مدیریت، حسابداری و اقتصاد، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران. رایانامه: bitatabatabaeemid@pnu.ac.ir

۲. معاونت هماهنگی امور اقتصادی، استانداری گلستان، گرگان، ایران.

۳. گروه ترویج و آموزش کشاورزی، واحد ساری، دانشگاه آزاد اسلامی، ساری، ایران.

چکیده

اطلاعات مقاله

نوع مقاله:

مقاله پژوهشی

تاریخچه مقاله:

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۹/۰۷

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۴/۱۰/۰۵

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۱۰/۲۸

تاریخ انتشار: ۱۴۰۵/۰۴/۰۱

کلیدواژه‌ها:

اقتصاد خرد محلی،

تحلیل مضمون،

توانمندسازی اجتماعی،

کارآفرینی روستایی.

تحول سریع در فناوری‌های دیجیتال طی سال‌های اخیر، ظرفیت‌های مؤثری برای ارتقای نقش اجتماعی و اقتصادی زنان روستایی ایجاد کرده است. بهره‌گیری از این ظرفیت‌ها نه تنها به بهبود معیشت خانوار کمک می‌کند، بلکه می‌تواند مسیر دستیابی به توسعه پایدار در جوامع محلی را تسهیل نماید. بررسی تجربه‌های زنان روستایی نشان می‌دهد که سواد دیجیتال توانسته زمینه‌های تازه‌ای برای توانمندسازی فردی و ارتقای اقتصاد محلی ایجاد کند. این تحقیق کیفی - اکتشافی بوده و با بهره‌گیری از رویکرد تحلیل مضمون انجام شده است. جامعه آماری آن زنان روستایی فعال در حوزه‌های کشاورزی، دامداری، صنایع دستی و بوم‌گردی در ۱۰ روستای مورد مطالعه است. نمونه‌گیری به صورت هدفمند از میان ۵۰ نفر انجام شد. برای سنجش روایی داده‌ها از نظرات متخصصان کارآفرینی روستایی و خبرگان محلی استفاده گردید و پایایی داده‌ها از طریق بازگذاری مجدد توسط سه خبره مستقل تأیید شد. داده‌ها با استفاده از مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته گردآوری و پس از کدگذاری باز، محوری و انتخابی بررسی شدند. یافته‌ها نشان داد که سواد دیجیتال بیشترین اثرگذاری را در بُعد «گسترش بازار و افزایش درآمد» با سهم ۴۴/۲۲ درصد و اولویت نخست داشته است؛ این امر بیانگر نقش کلیدی دسترسی به بازارهای جدید، افزایش مشتریان غیرمحلی و ارتقای ظرفیت‌های اقتصادی زنان روستایی است. همچنین نتایج نشان داد زنان دارای تحصیلات دانشگاهی در ابعاد «مدیریت و سازماندهی مالی» (۵۷/۴ درصد)، «یادگیری و ارتقای مهارت‌ها» (۵۶/۷ درصد) و «توانمندسازی فردی و اجتماعی» (۵۹/۵ درصد) سهم بیشتری دارند که بیانگر نقش تحصیلات بالاتر در ارتقای توانایی‌های مدیریتی، توسعه مهارت‌های نوین و تقویت سرمایه اجتماعی است. بر اساس یافته‌ها، توسعه زیرساخت‌های پایدار دیجیتال در روستاها، برگزاری کارگاه‌های آموزشی کوتاه‌مدت در حوزه بازاریابی دیجیتال و ایجاد پلتفرم‌های مشترک بازاریابی برای صنایع دستی و محصولات محلی از مهم‌ترین پیشنهادات تحقیق محسوب می‌شوند که می‌توانند با کاهش هزینه‌ها و تقویت اعتماد مشتریان، مسیر توسعه پایدار اقتصاد روستایی را هموار سازند.

استناد: طباطبایی عمید، بیتا؛ شهرکی، محمدرضا؛ و احمدپور، امیر (۱۴۰۵). روایت‌های بومی زنان روستایی از پیامدهای سواد دیجیتال بر توانمندسازی و اقتصاد محلی (مطالعه‌ای در حوزه اوغان استان گلستان). *کسبوکار اجتماعی*، ۳ (۲)، ۶۷-۸۸. <https://doi.org/10.22059/jsbu.2026.407137.1084>



© نویسندگان.

ناشر: انتشارات دانشگاه تهران.

مقدمه

رشد شتابان فناوری‌های دیجیتال در دهه اخیر، سواد دیجیتال را به یکی از ارکان بنیادین توسعه اجتماعی و اقتصادی بدل ساخته است. این تحول نه تنها در شهرها بلکه در جوامع روستایی نیز اهمیت ویژه‌ای یافته است، زیرا دسترسی به ابزارهای دیجیتال می‌تواند شکاف‌های موجود میان مناطق شهری و روستایی را کاهش دهد (Aslam et al., 2024; Debbarma & Chinnadurai, 2023) و فرصت‌های تازه‌ای برای مشارکت اجتماعی و اقتصادی فراهم آورد (Anzak & Sultana, 2020). در جوامع روستایی، به‌ویژه برای زنان، این مهارت نه تنها ابزاری برای دسترسی به بازارهای جدید محسوب می‌شود بلکه می‌تواند به عاملی کلیدی در توانمندسازی اجتماعی و اقتصادی تبدیل گردد (Egbuka et al., 2024; Amaechi & Ossai-Onah, 2015). اهمیت این موضوع در دوگانگی آن نهفته است؛ از یک سو، سواد دیجیتال فرصت‌هایی تازه برای فروش محصولات محلی، استقلال مالی و افزایش مشارکت اجتماعی فراهم می‌آورد (Kavita & Yashpal, 2025). این امر می‌تواند به ارتقای جایگاه اجتماعی زنان، کاهش وابستگی اقتصادی آنان به خانواده و افزایش نقش آنان در تصمیم‌گیری‌های محلی منجر شود (Irfan & Salam, 2020). از سوی دیگر، تهدیدهایی همچون ناامنی سایبری، هزینه‌های زیرساختی، محدودیت‌های دسترسی به اینترنت پرسرعت و موانع فرهنگی و اجتماعی همچنان وجود دارند (Seifollahi & Akbari Arbatan, 2023). این تهدیدها می‌توانند موجب بازتولید نابرابری جنسیتی شوند و در صورت نبود حمایت نهادی و آموزش هدفمند، مانع بهره‌برداری کامل از ظرفیت‌های دیجیتال گردند (Noordin, 2024).

سواد دیجیتال در جوامع روستایی مفهومی فراتر از استفاده صرف از ابزارهای ارتباطی است و شامل مجموعه‌ای از مهارت‌ها همچون توانایی جستجو و پردازش اطلاعات، بازاریابی دیجیتال، پرداخت‌های آنلاین و رعایت اصول امنیت سایبری می‌شود (Kumar et al., 2024). این مهارت‌ها به‌ویژه برای زنان روستایی اهمیت دارند، زیرا آنان با کسب توانایی‌های دیجیتال می‌توانند نقش فعال‌تری در اقتصاد خرد ایفا کنند و از محدودیت‌های جغرافیایی و اجتماعی فراتر روند (Kavita & Yashpal, 2025). در ایران، زنان حدود ۴۹ درصد جمعیت روستایی را تشکیل می‌دهند و سهم قابل توجهی در فعالیت‌های کشاورزی و صنایع دستی دارند (Maaboudi, 2025; Omidvar & Tavakoli, 2023). با این حال، نرخ مشارکت آنان در بازارهای رسمی همچنان پایین‌تر از مردان است؛ در این زمینه، ورود سواد دیجیتال می‌تواند شکاف موجود را کاهش داده و زمینه حضور فعال‌تر آنان در بازارهای محلی و ملی را فراهم سازد (Seifollahi & Akbari Arbatan, 2023).

فرصت‌های شغلی دیجیتال برای زنان روستایی بسیار متنوع‌اند و شامل فروش آنلاین محصولات کشاورزی و صنایع دستی، ارائه خدمات آموزشی از راه دور، و مشارکت در پلتفرم‌های تعاونی دیجیتال می‌شوند (Kian Poor & Hajian, 2025; Akpuokwe et al., 2024). این فرصت‌ها نه تنها به افزایش درآمد خانوار کمک می‌کنند بلکه موجب ارتقای جایگاه اجتماعی زنان و افزایش استقلال مالی آنان نیز می‌گردند (Stojanova et al., 2022). پژوهش‌های تازه نشان داده‌اند که ورود زنان به عرصه دیجیتال می‌تواند به تغییر نگرش‌های فرهنگی و اجتماعی در جوامع روستایی منجر شود و زمینه‌ساز افزایش مشارکت آنان در تصمیم‌گیری‌های محلی گردد (Iskandari, 2025). با این حال، تهدیدهایی همچون هزینه‌های بالای اینترنت و ابزارهای دیجیتال، موانع فرهنگی و اجتماعی و بازتولید نابرابری جنسیتی همچنان وجود دارند (Kian Poor & Hajian, 2025). مطالعات نشان داده‌اند که بدون حمایت نهادی و آموزش هدفمند، این تهدیدها می‌توانند مانع بهره‌برداری کامل از ظرفیت‌های دیجیتال شوند (Egbuka et al., 2024). در همین راستا، پژوهش‌های متعددی در حوزه سواد دیجیتال زنان روستایی انجام شده است که بیشتر بر ابعاد کلی توانمندسازی اقتصادی و اجتماعی تمرکز داشته‌اند. بخش عمده‌ای از این مطالعات به بررسی میزان دسترسی به فناوری‌های نوین، موانع فرهنگی و اجتماعی و شکاف‌های جنسیتی پرداخته‌اند، در حالی که کمتر بر پایه تجربه زیسته و روایت‌های بومی زنان، پیامدهای سواد دیجیتال بر توانمندسازی و اقتصاد محلی را مورد توجه قرار داده‌اند. در این میان، برخی تحقیقات مشابه نتایجی ارائه کرده‌اند که نشان می‌دهد سواد دیجیتال می‌تواند هم فرصت‌هایی تازه برای توسعه کسب و کارهای زنان روستایی فراهم آورد و هم تهدیدهایی را در اکوسیستم اقتصادی آنان ایجاد کند؛ یافته‌هایی که ابعاد مختلف اثرگذاری فناوری‌های نوین بر

فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی زنان روستایی را برجسته می‌سازد. نتایج سینگ^۱ و همکاران (۲۰۲۵) در هند نشان دادند که دسترسی به اینترنت توانمندسازی اطلاعاتی زنان را افزایش داده و امکان مقایسه قیمت‌ها و ارتباط مستقیم با خریداران را فراهم کرده است، هرچند ضعف در سواد دیجیتال پایه و کنترل مردان بر فناوری همچنان مانع جدی محسوب می‌شود (Singh et al., 2025). نتایج پژوهش بائی و یانگ^۲ (۲۰۲۵) به‌طور شفاف نشان داد که سواد دیجیتال نقش مهمی در افزایش مشارکت زنان روستایی بازمانده در طرح‌های توسعه روستای دیجیتال دارد. دسترسی و مهارت‌های دیجیتال توانستند مشارکت آنان را در اقتصاد دیجیتال و حکمرانی دیجیتال ارتقا دهند، هرچند در زمینه خدمات رفاهی دیجیتال اثر معناداری مشاهده نشد. بررسی‌ها همچنین نشان داد که میزان اثرگذاری سواد دیجیتال در سطوح مختلف مشارکت متفاوت است (Bai & Yang, 2025). در کشور افغانستان نیز، نتایج پژوهش شیخ‌زاده^۳ و همکاران (۲۰۲۵) نشان داد که فناوری‌های دیجیتال ظرفیت بالایی برای توانمندسازی زنان افغان در آموزش، کارآفرینی و مشارکت اجتماعی دارند. با این حال، شکاف‌های زیرساختی، هنجارهای فرهنگی و سطح پایین سواد دیجیتال مانع بهره‌برداری کامل از این ظرفیت‌ها شدند. یافته‌ها ضرورت مداخلات هدفمند برای ارتقای دسترسی به اینترنت، توسعه سواد دیجیتال و کاهش موانع اجتماعی را برجسته می‌سازد (Shaikhzada et al., 2025). یافته‌های مطالعه جاوید^۴ و همکاران (۲۰۲۵) نشان داد که فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات نقش مؤثری در توانمندسازی اقتصادی زنان ایفا می‌کنند. استفاده از ابزارهای دیجیتال موجب ارتقای مهارت‌ها، افزایش شمول مالی، گسترش مشارکت اقتصادی و تقویت استقلال مالی زنان شد. همچنین دیجیتالی شدن زمینه‌ساز فرصت‌های جدید اقتصادی و مشارکت در فعالیت‌های درآمدزایی آنلاین گردید، هرچند موانع و شکاف‌های دیجیتال همچنان به‌عنوان چالش‌های اصلی باقی مانده‌اند (Javed et al., 2025). بر اساس نتایج پراستیوی^۵ و همکاران (۲۰۲۵)، سواد دیجیتال محرک کلیدی توانمندسازی جوامع روستایی است و دسترسی به آموزش، سلامت، کارآفرینی و مشارکت مدنی را ارتقا می‌دهد. افزایش مهارت‌های دیجیتال موجب تاب‌آوری اقتصادی از طریق کارآفرینی دیجیتال و تجارت الکترونیک شد و شکاف اطلاعاتی میان روستا و شهر را کاهش داد. همچنین استفاده از ابزارهای دیجیتال ابتکارات محلی در کشاورزی، آموزش آنلاین و آگاهی سلامت را تقویت کرد. با این حال، محدودیت زیرساخت، هزینه‌پذیری و شکاف جنسیتی دیجیتال همچنان موانع اصلی باقی مانده‌اند (Prastiwi et al., 2025).

بخش قابل توجهی از پژوهش‌های پیشین در حوزه سواد دیجیتال زنان روستایی عمدتاً بر شاخص‌های کلی دسترسی به فناوری و موانع فرهنگی و اجتماعی تمرکز داشته‌اند. این رویکرد اگرچه تصویری از وضعیت موجود ارائه می‌دهد، اما قادر به تبیین دقیق پیامدهای سواد دیجیتال بر توانمندسازی و اقتصاد محلی بر اساس تجربه‌های زیسته و روایت‌های بومی زنان نیست. فقدان چنین رویکردی موجب شده است ابعاد واقعی اثرگذاری فناوری‌های نوین بر زندگی اقتصادی و اجتماعی زنان روستایی کمتر شناخته شود و پرسش‌های اساسی در این زمینه بی‌پاسخ بماند. حال بررسی پیامدهای سواد دیجیتال بر توانمندسازی زنان روستایی از آن جهت اهمیت دارد که این گروه اجتماعی سهم قابل توجهی در اقتصاد محلی داشته و بهره‌گیری آنان از فناوری‌های نوین می‌تواند مسیر توسعه پایدار روستاها را تسهیل کند. به‌طوری که پژوهش حاضر با تمرکز بر تجربه‌های زیسته و روایت‌های بومی زنان، می‌تواند تصویری واقعی‌تر از اثرگذاری سواد دیجیتال ارائه دهد. در این راستا، حوزه اوغان در استان گلستان با جمعیت قابل توجه روستایی و سهم بالای زنان در فعالیت‌های اقتصادی، ظرفیت ویژه‌ای برای توسعه اقتصاد محلی دارد. حضور گسترده زنان در حوزه‌های کشاورزی، دامپروری و صنایع دستی نشان می‌دهد که آنان بخش مهمی از نیروی کار بالفعل و بالقوه این منطقه هستند. بهره‌گیری از سواد دیجیتال و فناوری‌های نوین می‌تواند این ظرفیت را در مسیر ورود به بازارهای جدید، افزایش اشتغال، ارتقای سطح درآمد خانوارها و گسترش فرصت‌های توانمندسازی فردی و اجتماعی هدایت نماید. از همین منظر، هدف پژوهش حاضر واکاوی

¹ Singh² Bai & Yang³ Shaikhzada⁴ Javed⁵ Prastiwi

تجربه‌های زنان روستایی در حوزه اوغان استان گلستان از پیامدهای سواد دیجیتال و تحلیل نقش آن‌ها در توانمندسازی فردی، اجتماعی و توسعه پایدار اقتصاد محلی است. به منظور دستیابی به این هدف و روشن شدن ابعاد مختلف اثرگذاری سواد دیجیتال، پژوهش حاضر به دنبال پاسخ به پرسش‌های زیر است:

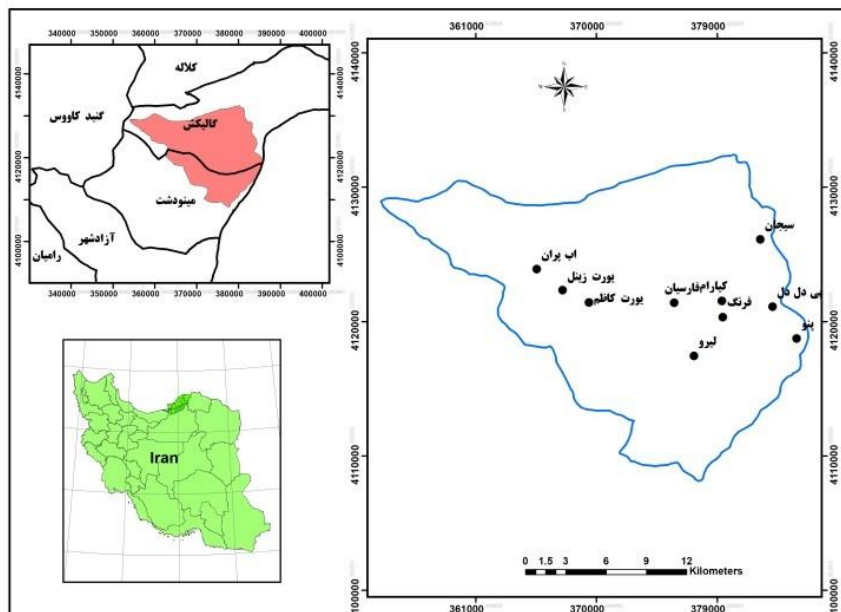
- روایت‌های زنان روستایی از پیامدهای سواد دیجیتال بر توانمندسازی و اقتصاد محلی کدام‌اند؟
- آیا سهم زنان روستایی با تحصیلات دانشگاهی و غیردانشگاهی در بهره‌مندی از پیامدهای سواد دیجیتال چگونه متفاوت است؟
- سهم حوزه‌های مختلف فعالیت زنان روستایی (مانند کشاورزی، دامپروری و صنایع دستی) در بهره‌مندی از پیامدهای سواد دیجیتال چگونه است؟

روش‌شناسی تحقیق

۱. معرفی منطقه مورد مطالعه

محدوده کوهستانی مورد مطالعه شامل حوزه آبخیز اوغان با وسعتی برابر با ۲۷۴۱۷ هکتار است که در بخش جنوبی شهرستان گالیکش استان گلستان واقع شده است. این حوزه در محدوده طول جغرافیایی از $55^{\circ} 41' 59''$ تا $55^{\circ} 43' 26''$ شرقی و عرض جغرافیایی از $37^{\circ} 08' 05''$ تا $37^{\circ} 15' 21''$ شمالی قرار دارد (شکل ۱). در این محدوده ۱۸ روستا واقع شده است که از میان آن‌ها، ۱۰ روستای یورت زینل، یورت کاظم، فارسیان، پی‌دل‌دل، عرب‌کلو، خسروآباد، آب‌پران، سرحمام، لیرو، پنو، سیجان و فرنگ در شهرستان گالیکش، به عنوان پایلوت پروژه بین‌المللی مشارکتی ترسیب کربن در سال ۱۳۹۷ انتخاب شدند. ساکنان این حوزه همگی مسلمان و شیعه مذهب هستند و شغل اصلی و سنتی آنان به‌دلیل بارندگی مناسب و وجود زمین‌های حاصلخیز، کشاورزی است. در کنار فعالیت‌های زراعی، پرورش دام شامل گاو و گوسفند نیز رواج دارد. خانوارهایی که زمین زراعی محدودی در اختیار دارند و درآمد حاصل از آن پاسخگوی هزینه‌های سالانه نیست، از طریق کارگری در بخش کشاورزی، فعالیت‌های عمرانی و سایر مشاغل در داخل و خارج از حوزه، هزینه‌های خانوار خود را تأمین می‌کنند. به طوری که در شروع پروژه، تعداد قابل توجهی از ساکنان روستاها به شهرهای مینودشت، گالیکش و برخی نیز به استان سمنان مهاجرت کرده‌اند. کمبود زمین مناسب و درآمد ناکافی از جمله دلایل اصلی این مهاجرت‌ها بوده است (Booklet of Oghan International Watershed Carbon Sequestration, Project, 2017). با گذشت هفت سال از اجرای پروژه ترسیب کربن و فعالیت‌های تسهیلگری مرتبط، فرصت‌های شغلی و درآمدی جدیدی در حوزه روستایی ایجاد شده است. به‌ویژه زنان و جوانان توانسته‌اند بخش قابل توجهی از محصولات تولیدی خود را از طریق پلتفرم‌های مجازی عرضه کنند که این امر تأثیر چشمگیری بر بهبود وضعیت معیشتی خانوارهای بومی داشته است. با وجود این دستاوردها، چالش‌هایی نیز در مسیر بهره‌برداری از ظرفیت‌های دیجیتال برای روستاییان به وجود آمده است. از این‌رو، تمرکز بر فعالیت‌های تسهیلگری و آموزش‌های هدفمند می‌تواند زمینه ارتقای سواد دیجیتال زنان روستایی را فراهم سازد و نقش آنان را در توسعه پایدار و توانمندسازی اقتصادی تقویت کند.^۱

^۱ اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری استان گلستان، ۱۴۰۴



شکل ۱. موقعیت مکانی روستاهای مورد مطالعه در محدوده پروژه ترسیب کربن حوزه اوغان

۲. روش تحقیق

پژوهش حاضر از نوع کیفی - اکتشافی است که با هدف شناسایی و تحلیل پیامدهای سواد دیجیتال بر توانمندسازی و اقتصاد محلی زنان روستایی در حوزه آبخیز اوغان استان گلستان در بهار سال ۱۴۰۴ انجام شده است. در این مطالعه، از طریق ارتباط مستقیم با مشارکت‌کنندگان، روایت‌های بومی و شاخص‌های قابل سنجش در زمینه فرصت‌ها و تهدیدهای ناشی از سواد دیجیتال استخراج گردد. به کارگیری رویکرد کیفی این امکان را برای پژوهشگر فراهم می‌سازد که به جای اتکا بر فرضیات از پیش تعیین شده، با تمرکز بر روایت‌های زنان روستایی، به کشف الگوهای معنایی و تجربی در خصوص تأثیر فناوری‌های دیجیتال بر فرصت‌های توانمندسازی و تهدیدهای اقتصاد آنان بپردازد. بدین ترتیب، داده‌های حاصل نه تنها بازتاب‌دهنده تجربه‌های زیسته مشارکت‌کنندگان هستند، بلکه می‌توانند چارچوبی برای تحلیل فرصت‌ها و چالش‌های مرتبط با توسعه سواد دیجیتال در جوامع روستایی فراهم آورند.

جامعه آماری شامل زنان روستایی فعال در حوزه‌های مختلف کشاورزی، دامداری، صنایع دستی، بوم‌گردی در ۱۰ روستای مورد مطالعه می‌باشد. این روستاها بر اساس سابقه مشارکت در پروژه بین‌المللی ترسیب کربن و همچنین برخورداری از ظرفیت‌ها و فرصت‌های شغلی و درآمدی زنان روستایی و نقش آنان در فرآیند توانمندسازی مرتبط با توسعه پایدار اقتصاد روستایی انتخاب شدند و همین ویژگی‌ها آن‌ها را به گزینه‌های مناسب برای بررسی پیامدهای سواد دیجیتال زنان روستایی در این پژوهش تبدیل کرده است.

نمونه‌گیری به صورت هدفمند انجام شد. شرط انتخاب نمونه‌ها شامل داشتن تجربه مستقیم در استفاده از ابزارهای دیجیتال برای فعالیت‌های اقتصادی، آشنایی با سیاست‌های محلی و توسعه‌ای، و همچنین مشارکت در فعالیت‌های کارآفرینانه مرتبط با توانمندسازی زنان روستایی بود. در مجموع پژوهشگر با حضور مستقیم در روستاهای مورد مطالعه، ۵۰ مصاحبه حضوری نیمه‌ساختاریافته انجام شد که مدت زمان هر مصاحبه بین ۵۸ تا ۱۲۰ دقیقه متغیر بود. انتخاب نمونه‌ها تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت؛ به طوری که پس از مصاحبه با نفرات ۴۶ تا ۵۰، مضمون جدیدی مشاهده نشد و اشباع محقق گردید.

مصاحبه‌ها با استفاده از پرسش‌های نیمه‌ساختاریافته طراحی شده بر اساس چارچوب مفهومی پیامدهای سواد دیجیتال بر توانمندسازی زنان روستایی انجام شدند. مصاحبه‌ها همزمان با یادداشت‌برداری، ضبط شدند. به طوری که پس از اتمام مصاحبه‌ها،

عملیات پیاده‌سازی صورت گرفت تا زمینه برای تحلیل آن‌ها انجام شود. برای ارتقای روایی، پرسش‌های مصاحبه توسط متخصصان کارآفرینی روستایی، رسانه دیجیتال و خبرگان محلی مورد بررسی و اصلاح قرار گرفتند تا تناسب، وضوح و قابلیت پاسخ‌دهی آن‌ها تضمین شود. پایایی نیز از طریق بازگذاری مجدد توسط سه خبره مستقل سنجیده شد و ضریب کاپا ۰/۸۹، نشانه پایایی بالای تحلیل‌ها بود. همچنین، به منظور افزایش اعتبار تفسیری، نتایج اولیه با برخی از مشارکت‌کنندگان به اشتراک گذاشته شد و بازخوردهای آنان دریافت گردید.

تحلیل داده‌ها بر اساس رویکرد تحلیل مضمون^۱ براون و کلارک^۲ (۲۰۰۶) انجام شد که شامل آشنایی با داده‌ها، تولید کدهای اولیه، جستجوی مضامین، بازبینی مضامین، تعریف و نام‌گذاری مضامین، و تدوین گزارش نهایی است (Braun & Clarke, 2006). در این پژوهش، فرآیند کدگذاری در سه مرحله اصلی سازمان‌دهی شد و تمام مراحل تحلیل مضمون به‌صورت دستی و توسط پژوهشگر انجام شد تا امکان تعامل مستقیم با داده‌ها و درک عمیق‌تری از تجربیات مشارکت‌کنندگان فراهم گردد.

۱) **کدگذاری باز:** در این مرحله، تمامی متن مصاحبه‌ها به‌صورت خط‌به‌خط بررسی شد و گویه‌ها و مفاهیم اولیه بدون هرگونه پیش‌فرض نظری استخراج گردید. هدف اصلی این مرحله، شناسایی دقیق‌ترین معناها و تجربیات زنان روستایی در ارتباط با استفاده از ابزارهای دیجیتال بود. در این فرآیند، هر عبارت یا جمله‌ای که حامل تجربه یا دیدگاه خاصی بود به‌عنوان یک کد اولیه ثبت شد. این مرحله به پژوهشگر کمک کرد تا تصویری جامع از داده‌های خام و روایت‌های زیسته مشارکت‌کنندگان به دست آورد.

۲) **کدگذاری محوری:** پس از استخراج کدهای اولیه، کدهای مشابه یا مرتبط در قالب مؤلفه‌ها و محورهای تحلیلی سازمان‌دهی و دسته‌بندی شدند. علاوه بر گروه‌بندی، روابط علی، ساختاری و زمینه‌ای میان مفاهیم نیز مورد بررسی قرار گرفت. این مرحله امکان شناسایی ارتباطات میان فرصت‌ها و تهدیدهای سواد دیجیتال را فراهم ساخت و داده‌ها از سطح توصیفی به سطح تحلیلی ارتقا یافتند.

۳) **کدگذاری کلان:** در مرحله نهایی، مؤلفه‌ها و محورهای تحلیلی در ابعاد کلان ادغام شدند و مضامین نهایی استخراج گردیدند. این مضامین چارچوب مفهومی پژوهش را شکل دادند و به‌عنوان مدل تحلیلی برای تبیین پیامدهای سواد دیجیتال بر توانمندسازی و اقتصاد محلی زنان روستایی مورد استفاده قرار گرفتند.

در مرحله تحلیل کمی، داده‌های کیفی استخراج‌شده با استفاده از شاخص‌های آماری فراوانی گویه‌ها (f) و درصد فراوانی (f%) مورد تحلیل قرار گرفتند. درصد فراوانی که برابر است با نسبت تعداد تکرار یک مضمون به کل مصاحبه‌ها ضرب در ۱۰۰، معیاری برای سنجش اهمیت نسبی مضامین در میان مشارکت‌کنندگان است (تیموری و همکاران، ۲۰۲۴). فرمول محاسبه درصد فراوانی به شرح زیر است:

$$\%f = \frac{f}{N} \times 100$$

که در آن: f تعداد دفعات مطرح شدن یک مضمون در کل مصاحبه‌ها (۵۰ مصاحبه) و N تعداد کل مصاحبه‌ها می‌باشد. بر اساس مقادیر به دست آمده از درصد فراوانی، اولویت‌بندی مضامین انجام شد. به‌طوری‌که مضامینی با درصد بالاتر به‌عنوان موانع یا راهبردهای مهم‌تر تلقی شدند. این اولویت‌بندی صرفاً با هدف تقویت درک مقایسه‌ای و انسجام روایت تحلیلی صورت گرفت و در چارچوب منطق پژوهش کیفی، به‌منزله تحلیل آماری یا تعمیم‌پذیری نتایج تلقی نمی‌شود. به‌منظور سازمان‌دهی یافته‌ها و ارائه تصویری روشن‌تر از فراوانی مضامین، از روش‌های آماری توصیفی در نرم‌افزار SPSS²⁷ بهره گرفته شد تا شاخص‌هایی مانند فراوانی، درصد فراوانی، میانگین و انحراف معیار مضامین و ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مصاحبه‌شوندگان گزارش شود. در نهایت، پس از محاسبه فراوانی و درصد فراوانی کدهای محوری و کلان، رتبه‌بندی مضامین در بخش‌ها مختلف صورت گرفت.

¹ Thematic Analysis

² Braun & Clarke

یافته‌های پژوهش

نتایج نشان می‌دهد، ۷۸ درصد زنان روستایی مورد مطالعه متأهل بوده و بیشترین سهم سنی آن‌ها مربوط به گروه ۳۰ تا ۳۹ سال با ۳۰ درصد است. در مقابل زنان بالای ۵۰ سال کمترین سهم را با ۲۰ درصد دارند. یافته‌ها حاکی از آن است که ۳۲ درصد افراد مورد مطالعه دارای تحصیلات دانشگاهی بوده و ۶۸ درصد از آن‌ها نیز در سطح متوسطه و کمتر از آن سواد داشتند. بررسی زمینه فعالیت نشان داد که کشاورزی با ۴۰ درصد بیشترین و خدمات روستایی با ۸ درصد کمترین سهم را در بین پاسخگویان داشته است. در خصوص سابقه فعالیت، بیشترین فراوانی مربوط به گروه ۵ تا ۱۰ سال (۴۴ درصد) و تنها ۲۰ درصد کمتر از ۵ سال سابقه داشتند. از نظر میزان درآمد ماهیانه، بیشترین سهم به گروه ۱۰ تا ۲۰ میلیون تومان با ۴۴ درصد اختصاص یافته است که نشان‌دهنده غالب بودن سطح درآمد متوسط در جامعه مورد مطالعه است (جدول ۱).

جدول ۱. توزیع فراوانی ویژگی‌های جمعیت‌شناختی زنان روستایی مورد مطالعه

متغیر	گروه	فراوانی	درصد
سن (سال)	کمتر از ۳۰	۱۲	۲۴
	۳۰-۳۹	۱۵	۳۰
	۴۰-۴۹	۱۳	۲۶
	۵۰ و بیشتر	۱۰	۲۰
میانگین = ۳۹/۲	انحراف معیار = ۱۰/۶	مینیمم = ۲۵	ماکزیمم = ۶۳
تحصیلات	متوسطه و کمتر از آن	۳۴	۶۸
	فوق دیپلم	۱۰	۲۰
	لیسانس و بیشتر	۶	۱۲
وضعیت تأهل	مجرد	۱۱	۲۲
	متأهل	۳۹	۷۸
	کشاورزی	۲۰	۴۰
زمینه فعالیت	دامداری	۸	۱۶
	صنایع دستی	۷	۱۴
	بوم‌گردی	۵	۱۰
	غذاهای محلی	۶	۱۲
	خدمات روستایی	۴	۸
سابقه فعالیت (سال)	کمتر از ۵	۱۰	۲۰
	۵-۱۰	۲۲	۴۴
	بیشتر از ۱۰	۱۸	۳۶
میانگین = ۸/۳	انحراف معیار = ۳/۷	مینیمم = ۲	ماکزیمم = ۱۵
میزان درآمد ماهیانه (میلیون تومان)	کمتر از ۱۰	۱۶	۳۲
	۱۰-۲۰	۲۲	۴۴
	بیشتر از ۲۰	۱۲	۲۴
میانگین = ۱۴/۲	انحراف معیار = ۷/۴	مینیمم = ۵	ماکزیمم = ۲۵

بر اساس نتایج به‌دست‌آمده در جدول ۲، چهار مضمون «کاهش نقش واسطه‌ها و افزایش استقلال اقتصادی»، «افزایش درآمد خانوار و ارتقای رفاه اقتصادی»، «بهبود دسترسی به بازار از طریق ابزارهای ارتباطی دیجیتال» و «بهبود رفاه خانوار و ارتقای کیفیت زندگی» بالاترین اولویت را با فراوانی بیش از ۴۰ درصد در بین زنان روستایی به خود اختصاص داده‌اند. این مضامین نشان می‌دهند که مهم‌ترین محرک‌های توسعه کسب‌وکارهای دیجیتال در این جامعه، بیش از آن‌که فردی یا صرفاً فنی باشند، به ابعاد اقتصادی و نهادی مرتبط با دسترسی به بازار، حذف واسطه‌ها و افزایش رفاه خانوار برمی‌گردند. این مضامین نشان می‌دهند که محرک‌های

اصلی توسعه کسب و کارهای دیجیتال در این جامعه عمدتاً در سطح ساختاری و اقتصادی قرار دارند و بیانگر آن هستند که دسترسی پایدار به بازار و حذف واسطه‌ها، به عنوان متغیرهای کلیدی، بیشترین تأثیر را بر ارتقای معیشت و توانمندسازی زنان روستایی دارند. در مقابل، مضامینی نظیر «دیجیتالی شدن زنجیره ارزش نوغانداری و توسعه بازار آن»، «حفظ و ترویج میراث فرهنگی از طریق بازاریابی دیجیتال»، «کاهش اثر محدودیت‌های مکانی و افزایش فرصت‌های اقتصادی»، «تنوع بخشی به محصولات و توسعه بازار غذاهای محلی» و «تقویت نقش نهادهای محلی در بازاریابی دیجیتال» با فراوانی کمتر از ۲۰ درصد در پایین‌ترین سطح اولویت قرار گرفته‌اند. این یافته‌ها نشان می‌دهد که این دسته از مضامین، اگرچه در غنای کیفی تجربه زنان نقش دارند، اما در سطح سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی توسعه‌ای از وزن کمتری برخوردارند و نیازمند توجه تکمیلی در قالب راهبردهای حمایتی و مکمل هستند.

همچنین نتایج نشان می‌دهد که در بُعد فروش مستقیم و حذف واسطه‌ها، «کاهش نقش واسطه‌ها و افزایش استقلال اقتصادی زنان روستایی» با ۵۴ درصد، مهم‌ترین تحول ساختاری در مسیر توسعه کسب و کارهای دیجیتال محسوب می‌شود. در بُعد گسترش بازار و افزایش درآمد، «افزایش درآمد خانوار و ارتقای رفاه اقتصادی از طریق تجارت آنلاین» با ۴۶ درصد، بیانگر نقش مستقیم دسترسی به بازارهای جدید در بهبود معیشت خانواده‌ها است. در بُعد مدیریت و سازماندهی مالی، «دیجیتالی شدن مدیریت مالی و کاهش خطاهای حسابداری» با ۳۲ درصد، نشان‌دهنده اهمیت فناوری در ارتقای شفافیت و دقت مالی کسب و کارهای خرد است. در بُعد یادگیری و ارتقای مهارت‌ها، «ارتقای مهارت‌ها و نوآوری از طریق آموزش دیجیتال» با ۳۶ درصد، اصلی‌ترین عامل توانمندسازی زنان در ورود به فضای دیجیتال به شمار می‌رود. در بُعد تنوع فعالیت‌های اقتصادی، مضامینی چون «تقویت گردشگری روستایی با بازاریابی دیجیتال» و «گسترش بازار محصولات کشاورزی خاص با بازاریابی دیجیتال» هر کدام با ۲۴ درصد، نشان‌دهنده ظرفیت‌های جدید برای توسعه فعالیت‌های متنوع در روستا هستند. در بُعد توانمندسازی فردی و اجتماعی، «توانمندسازی روانی-اجتماعی و افزایش سرمایه اجتماعی زنان» با ۳۰ درصد، بیانگر نقش فضای دیجیتال در ارتقای اعتماد به نفس و همبستگی اجتماعی است. نهایتاً در بُعد بهبود رفاه و کیفیت زندگی، «بهبود رفاه خانوار و ارتقای کیفیت زندگی از طریق درآمد دیجیتال» با ۴۰ درصد، به عنوان محرکی جدی در پذیرش اجتماعی فعالیت‌های اقتصادی زنان در فضای مجازی مطرح شده است.

جدول ۲. مراحل تحلیل مضمون روایت‌های زنان روستایی از پیامدهای سواد دیجیتال بر توانمندسازی و اقتصاد محلی

کدگذاری باز (بیان مصاحبه‌محور و عامیانه)	محور تجربه	کدگذاری محوری (مضمون مرکزی)	نماد آماري	کدگذاری انتخابی (بعد کلان)	فراوانی	درصد فراوانی	اولویت
واسطه‌ها همیشه نصف پول رو می‌گرفتن و ما فقط زحمت می‌کشیدیم. الان خودم با مشتری حرف می‌زنم، پول مستقیم به حسابم میاد و حس می‌کنم اختیار کارم دست خودمه.	حذف واسطه‌ها و کنترل مستقیم فروش	کاهش نقش واسطه‌ها و افزایش استقلال اقتصادی زنان روستایی	C1	فروش مستقیم و حذف واسطه‌ها	۲۷	۵۴	۱
قبلاً برای فروش محصولات کشاورزی باید چند بار به شهر می‌رفتم، هم کرایه ماشین زیاد می‌شد هم وقت زیادی تلف می‌کردم. حالا با واتساپ مشتری پیدا می‌کنم و محصول رو مستقیم از روستا می‌فرستم.	دسترسی دیجیتال به مشتریان	بهبود دسترسی به بازار از طریق ابزارهای ارتباطی دیجیتال	C2	فروش مستقیم و حذف واسطه‌ها	۲۱	۴۲	۳
از وقتی اینترنت دارم، مشتری‌های بیشتری پیدا کردم. درآمد زیاد شده و حالا می‌تونم خرج مدرسه و لباس بچه‌هام رو راحت‌تر بدم.	افزایش درآمد و بهبود شرایط اقتصادی خانواده	افزایش درآمد خانوار و ارتقای رفاه اقتصادی از طریق تجارت آنلاین	C3	گسترش بازار و افزایش درآمد	۲۳	۴۶	۲

۶	۳۲	۱۶	مدیریت و سازماندهی مالی	C4	دیجیتالی شدن مدیریت مالی و کاهش خطاهای حسابداری	مدیریت مالی دقیق و شفاف	قبلاً حساب و کتاب فروش رو روی کاغذ می‌نوشتیم و خیلی وقت‌ها اشتباه می‌شد. حالا با گوشی همه چیز دقیق ثبت میشه و می‌دونم چقدر سود کردم.
۸	۲۸	۱۴	یادگیری و ارتقای مهارت‌ها	C5	بهبود کیفیت محصول و ارتقای استانداردهای بازاریابی	ارتقای کیفیت بسته‌بندی	یاد گرفتم بسته‌بندی محصولاتم رو بهتر کنم؛ قبلاً فقط توی کیسه می‌ذاشتم، ولی حالا بسته‌بندی شیک درست می‌کنم و مشتری‌ها بیشتر جذب می‌شن.
۱۱	۲۲	۱۱	تنوع فعالیت‌های اقتصادی	C6	گسترش بازار صنایع دستی از طریق شبکه‌های اجتماعی	بازاریابی و معرفی صنایع دستی	عکس صنایع دستی‌ام رو گذاشتم تو اینستاگرام، مشتری از شهرهای دیگه سفارش داد و کارم شناخته‌تر شد.
۱۴	۱۶	۸	تنوع فعالیت‌های اقتصادی	C7	تنوع بخشی به محصولات و توسعه بازار غذاهای محلی	معرفی و فروش غذاهای سنتی	غذاهای سنتی مثل نان محلی و ترشی رو توی کانال تلگرام معرفی کردم، مشتری از شهرهای اطراف سفارش داد و درآمد بیشتر شد.
۱۰	۲۴	۱۲	تنوع فعالیت‌های اقتصادی	C8	تقویت گردشگری روستایی با بازاریابی دیجیتال	تبلیغ و توسعه گردشگری روستایی	اقامتگاه‌های بوم‌گردی روستا رو تو فضای مجازی تبلیغ می‌کنم، از اومدن گردشگر به روستا درآمد کسب می‌کنم.
۴	۳۸	۱۹	گسترش بازار و افزایش درآمد	C9	افزایش شعاع بازار و دسترسی به مشتریان غیرمحلی	گسترش بازار فراتر از روستا	با مشتری‌های شهرهای دیگه راحت حرف می‌زنم و محصولاتم رو براشون می‌فرستم، دیگه محدود به روستا نیستم.
۹	۲۶	۱۳	مدیریت و سازماندهی مالی	C10	بهبود دسترسی به خدمات مالی و اعتباری از طریق فناوری دیجیتال	دسترسی آنلاین به خدمات مالی	از اینترنت برای ثبت نام وام استفاده کردم و تونستم کارمو بزرگ‌تر کنم، قبلاً باید می‌رفتم بانک تو شهر.
۱۳	۱۸	۹	توانمندسازی فردی و اجتماعی	C11	افزایش استقلال فردی در بهره‌گیری از فناوری‌های نوین	استقلال در استفاده از فناوری	یاد گرفتم با گوشی کار کنم، دیگه لازم نیست از بچه‌هام کمک بگیرم و خودم کارها رو انجام می‌دم.
۵	۳۶	۱۸	یادگیری و ارتقای مهارت‌ها	C12	ارتقای مهارت‌ها و نوآوری از طریق آموزش دیجیتال	یادگیری مهارت‌های جدید از طریق آموزش آنلاین	دوره آنلاین صنایع دستی دیدم و طرح‌های جدید یاد گرفتم، همین باعث شد بتونم محصولات جدید و متنوع‌تری تهیه کنم.
۷	۳۰	۱۵	توانمندسازی فردی و اجتماعی	C13	توانمندسازی روانی-اجتماعی و افزایش سرمایه اجتماعی زنان	افزایش اعتماد به نفس و انگیزه	از وقتی تو گروه‌های مجازی فروش محصولاتم بیشتر شده، اعتماد به نفسم بالا رفته و احساس می‌کنم می‌تونم کارهای بزرگ‌تر انجام بدم.
۱۲	۲۰	۱۰	توانمندسازی فردی و اجتماعی	C14	تقویت همبستگی اجتماعی و همکاری جمعی در بستر دیجیتال	همکاری و همبستگی اجتماعی زنان	با زن‌های روستا گروه مجازی زدیم و کارامونو با هم هماهنگ می‌کنیم، اینطوری همکاری‌مون بیشتر شده.
۶	۳۴	۱۷	گسترش بازار و افزایش درآمد	C15	ایجاد روابط پایدار با مشتریان و تثبیت بازار فروش	ایجاد مشتریان ثابت و پایدار	از طریق فضای مجازی مشتری ثابت پیدا کردم و دیگه نگران فروش نیستم.

۱۵	۱۴	۷	گسترش بازار و افزایش درآمد	C16	کاهش اثر محدودیت‌های مکانی و افزایش فرصت‌های اقتصادی	کاهش محدودیت‌های جغرافیایی و محیطی	کارمو با شرایط سخت روستا تطبیق دادم، اینترنت کمک کرد محدودیت‌ها درآمدی خانواده کمتر بشه.
۱۱	۲۴	۱۲	یادگیری و ارتقای مهارت‌ها	C17	ارتقای دانش بازاریابی و مدیریت قیمت‌گذاری محصولات	یادگیری اصول قیمت‌گذاری	با دیدن آموزش آنلاین یاد گرفتم چطور محصولاتم را قیمت‌گذاری کنم و محصولم رو بهتر بفروشم.
۳	۴۰	۲۰	بهبود رفاه و کیفیت زندگی	C18	بهبود رفاه خانوار و ارتقای کیفیت زندگی از طریق درآمد دیجیتال	ارتقای رفاه و کیفیت زندگی خانواده	با فروش آنلاین تونستم برای دخترم جهیزیه تهیه کنم، چیزی که قبلاً خیلی سخت بود. / با فروش آنلاین و درآمد بیشتر تونستم برای بچه‌هام لباس بهتر بخرم و زندگی راحت‌تری تو روستا داشته باشم.
۸	۲۸	۱۴	یادگیری و ارتقای مهارت‌ها	C19	تقویت مهارت‌های مدیریت مشتری و وفادارسازی	یادگیری مدیریت رضایت مشتری	از مطالب اینترنت یاد گرفتم چطور مشتری رو راضی نگه دارم و دوباره بیاد ازم خرید کنه.
۱۶	۱۲	۶	تنوع فعالیت‌های اقتصادی	C20	حفظ و ترویج میراث فرهنگی از طریق بازاریابی دیجیتال	معرفی فرهنگ و هویت محلی	وقتی محصولات محلی که تولید می‌کنم رو معرفی کردم، علاوه بر فروش جنسم، باعث می‌شه فرهنگ روستامون بیشتر شناخته بشه.
۷	۳۰	۱۵	گسترش بازار و افزایش درآمد	C21	کاهش فشار مالی و ارتقای امنیت اقتصادی	کاهش بدهی و رفع نگرانی مالی	با فروش آنلاین تونستم بخش زیادی از بدهی‌هامو صاف کنم و کمتر دیگه نگرانی مالی دارم.
۱۲	۲۰	۱۰	یادگیری و ارتقای مهارت‌ها	C22	افزایش استانداردهای بهداشتی و اعتماد مشتریان	ارتقای بسته‌بندی بهداشتی	از اینترنت یاد گرفتم چطور بسته‌بندی بهداشتی داشته باشم و مشتری‌ها ایجوری اعتماد بیشتری می‌کنن و محصولاتم رو می‌خرن.
۹	۲۶	۱۳	یادگیری و ارتقای مهارت‌ها	C23	تقویت مهارت‌های تبلیغات و بازاریابی دیجیتال	یادگیری تبلیغات و بازاریابی دیجیتال	با اینترنت یاد گرفتم چطور تبلیغ کنم و مشتری جذب کنم، قبلاً فقط به آشناها می‌فروختم.
۱۳	۱۸	۹	مدیریت و سازماندهی مالی	C24	افزایش توانایی مدیریت سرمایه و پس‌انداز مالی	پس‌انداز و مدیریت سرمایه	با فروش آنلاین تونستم برای خودم حساب بانکی باز کنم و پولم رو پس‌انداز کنم.
۶	۳۲	۱۶	یادگیری و ارتقای مهارت‌ها	C25	نوآوری و توسعه کسب و کار در بستر دیجیتال	توسعه و نوآوری در کسب و کار	با اینترنت یاد گرفتم که چطور کسب و کار رو در روستا توسعه بدم و محصولات جدید تولید کنم.
۱۱	۲۲	۱۱	بهبود رفاه و کیفیت زندگی	C26	افزایش توانایی تأمین نیازهای اساسی خانوار	تأمین نیازهای ضروری خانوار	با فروش آنلاین تونستم برای خونه وسایل ضروری بخرم، مثل یخچال و ماشین لباسشویی.
۵	۳۶	۱۸	گسترش بازار و افزایش درآمد	C27	ایجاد بازار پایدار و تثبیت تقاضا	ایجاد مشتریان دائمی	با فروش اینترنتی، مشتری‌های دائمی برای فروش محصولاتم پیدا کردم.
۱۴	۱۶	۸	توانمندسازی فردی و اجتماعی	C28	تقویت نقش نهادهای محلی در بازاریابی دیجیتال	نقش تعاونی‌ها در بازاریابی	من عضو شرکت تعاونی تو روستا هستم و اونا توی فضای مجازی محصولات ما رو معرفی می‌کنن، اینطوری فروشمون بیشتر شده و مشتری‌های جدید پیدا کردیم.

از طریق صندوق‌های خرد روستایی یاد گرفتم چطور پس‌انداز کنم و با کمک اینترنت کارم را گسترش بدم.	پس‌انداز و گسترش کسب‌وکار از طریق صندوق‌های خرد	توانمندسازی مالی زنان از طریق صندوق‌های خرد و فناوری دیجیتال	مدیریت و سازماندهی مالی	۱۰	۲۰	۱۲
گل محمدی و زعفران رو توی زمین‌هامون می‌کاریم، حالا با تبلیغ در شبکه‌های اجتماعی تونستیم این محصولات رو به شهرهای بزرگ بفروشیم.	بازاریابی محصولات کشاورزی خاص	گسترش بازار محصولات کشاورزی خاص با بازاریابی دیجیتال	تنوع فعالیت‌های اقتصادی	۱۲	۲۴	۱۰
از میوه‌های درختان جنگلی محصولات ارگانیک درست می‌کنم و با معرفی آنلاین آن‌ها، مشتری‌های زیادی جذب کردم.	تولید و فروش محصولات ارگانیک	توسعه بازار محصولات ارگانیک و سلامت‌محور	تنوع فعالیت‌های اقتصادی	۹	۱۸	۱۳
من نوغاندارم، و محصولاتم را به صورت آنلاین هر کی بیشتر بخره به اون می‌فروشم.	فروش آنلاین محصولات نوغانداری	دیجیتالی شدن زنجیره ارزش نوغانداری و توسعه بازار آن	تنوع فعالیت‌های اقتصادی	۵	۱۰	۱۷

بر اساس نتایج جدول ۳، می‌توان دریافت که سواد دیجیتال زنان روستایی بیشترین اثرگذاری را در بُعد «گسترش بازار و افزایش درآمد» داشته است؛ به‌گونه‌ای که با سهم ۲۲/۴۴ درصد و اولویت نخست، این بعد نشان‌دهنده نقش کلیدی دسترسی به بازارهای جدید، افزایش مشتریان غیرمحلی و ارتقای ظرفیت‌های اقتصادی زنان روستایی است. پس از آن، بُعد «یادگیری و ارتقای مهارت‌ها» با سهم ۲۱/۹۹ درصد، بیانگر اهمیت آموزش‌های دیجیتال، یادگیری مهارت‌های بازاریابی و نوآوری در تولید محصولات به‌عنوان عوامل اصلی توانمندسازی فردی و حرفه‌ای زنان روستایی است. همچنین بُعد «تنوع فعالیت‌های اقتصادی» با سهم ۱۴/۲۸ درصد و اولویت سوم نشان می‌دهد که سواد دیجیتال توانسته فرصت‌های تازه‌ای برای توسعه صنایع دستی، گردشگری روستایی و محصولات کشاورزی خاص فراهم آورد و به گسترش دامنه فعالیت‌های اقتصادی کمک کند. در مقابل، بُعد «بهبود رفاه و کیفیت زندگی» با سهم ۷/۰۲ درصد و اولویت هفتم کمترین میزان اثرگذاری را داشته است؛ به این معنا که اگرچه سواد دیجیتال به بهبود معیشت و رفاه خانوار کمک کرده، اما در مقایسه با ابعاد اقتصادی و آموزشی، نقش کم‌رنگ‌تری در توسعه کسب‌وکارهای دیجیتال ایفا کرده است.

جدول ۳. اولویت‌بندی پیامدهای سواد دیجیتال زنان روستایی بر توانمندسازی و اقتصاد محلی						
کدهای انتخابی (بعد)	تعداد مضامین	فراوانی	درصد فراوانی	اولویت		
فروش مستقیم و حذف واسطه‌ها	۲	۴۸	۱۰/۸۸۴	۵		
گسترش بازار و افزایش درآمد	۶	۹۹	۲۲/۴۴۹	۱		
مدیریت و سازماندهی مالی	۴	۶۱	۱۳/۸۳۲	۴		
یادگیری و ارتقای مهارت‌ها	۸	۹۷	۲۱/۹۹۵	۲		
تنوع فعالیت‌های اقتصادی	۷	۶۳	۱۴/۲۸۶	۳		
توانمندسازی فردی و اجتماعی	۴	۴۲	۹/۵۲۴	۶		
بهبود رفاه و کیفیت زندگی	۲	۳۱	۷/۰۲۹	۷		

نتایج جدول ۴ نشان می‌دهد که سطح تحصیلات زنان روستایی به‌طور مستقیم بر نوع و میزان بهره‌گیری آنان از سواد دیجیتال اثرگذار بوده است. در ابعاد «مدیریت و سازماندهی مالی» (۵۷/۴ درصد)، «یادگیری و ارتقای مهارت‌ها» (۵۶/۷ درصد) و «توانمندسازی فردی و اجتماعی» (۵۹/۵ درصد)، زنان دارای تحصیلات دانشگاهی نسبت به غیردانشگاهی‌ها سهم بیشتری دارند

که بیانگر نقش تحصیلات بالاتر در ارتقای توانایی‌های مدیریتی، توسعه مهارت‌های نوین و تقویت سرمایه اجتماعی است. در مقابل، در ابعاد اقتصادی و بازار شامل «گسترش بازار و افزایش درآمد»، «فروش مستقیم و حذف واسطه‌ها»، «تنوع فعالیت‌های اقتصادی» و «بهبود رفاه و کیفیت زندگی»، سهم زنان غیردانشگاهی بیشتر است. این برتری نشان می‌دهد که زنان دارای تحصیلات پایین‌تر، به دلیل حضور گسترده‌تر در فعالیت‌های محلی و ارتباط مستقیم با بازار، توانسته‌اند از فرصت‌های دیجیتال برای توسعه اقتصادی و بهبود معیشت بهره بیشتری ببرند. این امر حاکی از آن است که، زنان دانشگاهی در حوزه‌های آموزشی، مدیریتی و اجتماعی نقش برجسته‌تری دارند، در حالی که زنان غیردانشگاهی در عرصه‌های اقتصادی و بازار فعال‌تر ظاهر شده‌اند.

جدول ۴. مقایسه سهم زنان دانشگاهی و غیردانشگاهی در پیامدهای سواد دیجیتال روستایی

کدهای انتخابی (بعد)	دانشگاهی		غیردانشگاهی	
	فراوانی	درصد فراوانی	فراوانی	درصد فراوانی
فروش مستقیم و حذف واسطه‌ها	۱۶	۳۳/۳	۳۲	۶۶/۷
گسترش بازار و افزایش درآمد	۳۰	۳۰/۳	۶۹	۶۹/۷
مدیریت و سازماندهی مالی	۳۵	۵۷/۴	۲۶	۴۲/۶
یادگیری و ارتقای مهارت‌ها	۵۵	۵۶/۷	۴۲	۴۳/۳
تنوع فعالیت‌های اقتصادی	۱۸	۲۸/۶	۴۵	۷۱/۴
توانمندسازی فردی و اجتماعی	۲۵	۵۹/۵	۱۷	۴۰/۵
بهبود رفاه و کیفیت زندگی	۱۰	۳۲/۳	۲۱	۶۷/۷

نتایج جدول ۵ نشان می‌دهد که پیامدهای سواد دیجیتال در میان زنان روستایی به‌طور متوازن میان حوزه‌های مختلف فعالیت توزیع نشده و در برخی ابعاد، حوزه‌هایی غیر از کشاورزی سهم برجسته‌تری را به خود اختصاص داده‌اند. در بُعد «فروش مستقیم و حذف واسطه‌ها» صنایع دستی با ۲۷/۱ درصد جایگاهی بالاتر از کشاورزی دارد که بیانگر نقش مستقیم این حوزه در عرضه محصولات بدون واسطه است. در زمینه «گسترش بازار و افزایش درآمد» بوم‌گردی با ۲۰/۲ درصد سهم برجسته‌تری ایفا می‌کند و نشان می‌دهد که گردشگری روستایی ظرفیت بالایی برای توسعه بازارهای جدید دارد. در «مدیریت و سازماندهی مالی» خدمات روستایی با ۲۳ درصد بیشترین سهم را دارد که اهمیت مدیریت مالی در ارائه خدمات را آشکار می‌سازد. همچنین در «یادگیری و ارتقای مهارت‌ها» غذاهای محلی با ۲۵/۸ درصد برتری دارد و این امر نشان‌دهنده نقش این حوزه در انتقال دانش و مهارت‌های جدید است. در «تنوع فعالیت‌های اقتصادی» بوم‌گردی با ۱۹ درصد، در «توانمندسازی فردی و اجتماعی» غذاهای محلی با ۲۱/۴ درصد و در «بهبود رفاه و کیفیت زندگی» بوم‌گردی با ۲۲/۶ درصد بالاتر از کشاورزی قرار گرفته‌اند. این امر نشان می‌دهد که ظرفیت‌های توسعه‌ای روستاها فراتر از کشاورزی بوده و حوزه‌هایی همچون صنایع دستی، بوم‌گردی، خدمات روستایی و غذاهای محلی می‌توانند در برخی ابعاد نقش محوری ایفا کنند.

جدول ۵. مقایسه سهم حوزه فعالیت زنان روستایی در پیامدهای سواد دیجیتال

کدهای انتخابی (بعد)	کشاورزی		دامداری		صنایع دستی		بوم‌گردی		غذاهای محلی		خدمات روستایی	
	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد
فروش مستقیم و حذف واسطه‌ها	۱۲	۲۵/۰	۸	۱۶/۷	۱۳	۲۷/۱	۵	۱۰/۴	۶	۱۲/۵	۴	۸/۳
گسترش بازار و افزایش درآمد	۲۵	۲۵/۳	۱۲	۱۲/۱	۱۳	۱۳/۱	۲۰	۲۰/۲	۱۴	۱۴/۱	۱۵	۱۵/۲
مدیریت و سازماندهی مالی	۱۵	۲۴/۶	۹	۱۴/۸	۸	۱۳/۱	۶	۹/۸	۹	۱۴/۸	۱۴	۲۳/۰
یادگیری و ارتقای مهارت‌ها	۲۰	۲۰/۶	۱۴	۱۴/۴	۱۳	۱۳/۴	۱۰	۱۰/۳	۲۵	۲۵/۸	۱۵	۱۵/۵
تنوع فعالیت‌های اقتصادی	۱۵	۲۳/۸	۹	۱۴/۳	۸	۱۲/۷	۱۲	۱۹/۰	۱۰	۱۵/۹	۹	۱۴/۳
توانمندسازی فردی و اجتماعی	۱۰	۲۳/۸	۶	۱۴/۳	۶	۱۴/۳	۵	۱۱/۹	۹	۲۱/۴	۶	۱۴/۳
بهبود رفاه و کیفیت زندگی	۸	۲۵/۸	۴	۱۲/۹	۴	۱۲/۹	۷	۲۲/۶	۵	۱۶/۱	۳	۹/۷

بحث و نتیجه‌گیری

یافته‌های تحقیق حاضر نشان می‌دهد که سواد دیجیتال زنان روستایی بیشترین اثرگذاری را در بعد «گسترش بازار و افزایش درآمد» داشته است. این امر بیانگر آن است که دسترسی به فناوری‌های دیجیتال توانسته زنان را از چارچوب بازارهای سنتی خارج کرده و امکان حضور آنان در بازارهای گسترده‌تر و متنوع‌تر را فراهم سازد. در واقع، سواد دیجیتال نه تنها به عنوان یک مهارت فنی بلکه به عنوان ابزاری تحول‌آفرین عمل کرده و زمینه استقلال مالی و افزایش درآمد زنان روستایی را فراهم کرده است (Tamang et al., 2025; Kumar et al., 2024). مطالعات پیشین نیز همچون هوفاد^۱ و همکاران (۲۰۱۹) و دایانند^۲ و همکاران (۲۰۲۴) این یافته را تأیید کرده و در نتایج تحقیق‌شان نشان دادند که دسترسی به ابزارهای دیجیتال موجب کاهش شکاف جنسیتی و افزایش فرصت‌های اقتصادی در جوامع روستایی می‌شود (Dayanand et al., 2024; Hufad et al., 2019). این هم‌خوانی نشان می‌دهد که فناوری‌های دیجیتال می‌توانند نقش کلیدی در توانمندسازی اقتصادی زنان ایفا کنند و آنان را به بازیگران فعال در اقتصاد محلی و فرامحلی تبدیل نمایند (Anzak & Sultana, 2020). تحلیل مضامین مرتبط با این بُعد نشان می‌دهد که افزایش درآمد خانوار از طریق تجارت آنلاین مهم‌ترین مسیر اثرگذاری سواد دیجیتال بوده است. این نتیجه با مطالعات تائو^۳ و همکاران (۲۰۲۵) و دانگ^۴ و همکاران (۲۰۲۴) هم‌راستا است که تجارت الکترونیک را عامل ارتقای رفاه اقتصادی زنان روستایی معرفی کرده‌اند (Tao et al., 2025; Dong et al., 2024). علاوه بر این، یافته‌ها نشان می‌دهند که افزایش شعاع بازار و دسترسی به مشتریان غیرمحلی به واسطه ابزارهای دیجیتال، به کاهش وابستگی به بازارهای محلی و گسترش جغرافیای بازار منجر شده است (Kiarie et al., 2025). این موضوع در پژوهش روای^۵ و همکاران (۲۰۲۴) نیز مورد تأکید قرار گرفته و نشان داده است که دیجیتال‌سازی می‌تواند اعتماد و وفاداری مشتریان را افزایش دهد (Rowi et al., 2024). همچنین، کاهش فشار مالی و ارتقای امنیت اقتصادی از دیگر اثرات مثبت سواد دیجیتال است که می‌تواند ریسک‌های مالی را کاهش داده و امنیت اقتصادی زنان روستایی را تقویت نماید (Ma et al., 2023). ترکیب این مضامین نشان می‌دهد که سواد دیجیتال نه تنها به افزایش درآمد و رفاه خانوار کمک کرده بلکه با ایجاد بازارهای پایدار، کاهش ریسک‌های مالی، گسترش جغرافیای بازار و ارتقای اعتماد مشتریان، زمینه‌ساز توسعه پایدار اقتصاد محلی نیز شده است.

یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که یادگیری و ارتقای مهارت‌ها، دومین پیامد کلیدی سواد دیجیتال زنان روستایی بر توانمندسازی و اقتصاد محلی است. دسترسی به فناوری‌های دیجیتال نه تنها امکان حضور در بازارهای جدید را فراهم کرده بلکه به‌طور مستقیم موجب ارتقای ظرفیت‌های فردی و حرفه‌ای آنان شده است. در واقع، سواد دیجیتال به عنوان یک بستر آموزشی عمل کرده و فرصت یادگیری مستمر، نوآوری و توسعه مهارت‌های کاربردی را در اختیار زنان روستایی قرار داده است (Kumar et al., 2025; Kavita & Yashpal, 2024). تحلیل نتایج نشان می‌دهد که ورود زنان به عرصه دیجیتال توانسته است کیفیت تولید و بازاریابی را ارتقا داده و سطح نوآوری را افزایش دهد و همچنین زمینه تنوع‌بخشی به فعالیت‌های اقتصادی را فراهم سازد. این فرآیند نه تنها به بهبود رقابت‌پذیری محصولات و افزایش اعتماد مشتریان منجر شده بلکه توانسته جایگاه اجتماعی و اقتصادی زنان را نیز تقویت نماید (Rezaei-Moghaddam et al., 2023; Bai & Yang, 2025). از سوی دیگر، ارتقای دانش بازاریابی و مدیریت مالی در بستر دیجیتال موجب شده زنان روستایی توانایی بیشتری در تصمیم‌گیری‌های اقتصادی و مدیریت منابع پیدا کنند و از زیان‌های ناشی از عدم آگاهی جلوگیری نمایند (Singh et al., 2025). در همین راستا یافته‌های تحقیقاتی نشان می‌دهد که سواد دیجیتال با ایجاد امکان ارتباط پایدار با مشتریان، افزایش استانداردهای بهداشتی و توسعه تبلیغات آنلاین، توانسته اعتماد و وفاداری مشتریان را تقویت کند و بازارهای جدیدی را برای زنان روستایی بگشاید (Stojanova et al., 2022; Kian Poor).

^۱ Hufad

^۲ Dayanand

^۳ Tao

^۴ Dong

^۵ Rowi

(Hajian, 2025). لذا، ترکیب این شواهد نشان می‌دهد که سواد دیجیتال با فراهم‌سازی بستر نوآوری، ارتقای کیفیت، بهبود بازاریابی و افزایش اعتماد اجتماعی، زنان روستایی را به بازیگران فعال در اقتصاد محلی تبدیل کرده و ظرفیت‌های اقتصادی آنان را به‌طور چشمگیری تقویت نموده است.

بر اساس یافته‌های تحقیق، تنوع فعالیت‌های اقتصادی سومین پیامد کلیدی سواد دیجیتال زنان روستایی در فرآیند توانمندسازی و ارتقای اقتصاد محلی شناسایی شده است. ورود فناوری‌های دیجیتال به عرصه زندگی و کسب و کار زنان روستایی نه تنها امکان دسترسی آنان به بازارهای گسترده‌تر را فراهم ساخته، بلکه بستر لازم برای شکل‌گیری فعالیت‌های اقتصادی متنوع و نوآورانه را نیز ایجاد کرده است. در این چارچوب، سواد دیجیتال نقش یک عامل تحول‌آفرین را ایفا کرده و فرصت‌های جدیدی برای تولید، بازاریابی و عرضه محصولات در اختیار زنان قرار داده است (Kian Poor & Hajian, 2025; Hufad et al., 2019). این شرایط موجب شده است که زنان از محدودیت‌های سنتی فاصله گرفته و با بهره‌گیری از ابزارهای دیجیتال، کسب و کارهای نوینی را در حوزه‌هایی همچون صنایع دستی، کشاورزی، گردشگری و محصولات سلامت‌محور توسعه دهند. یافته‌ها نشان می‌دهد که بهره‌گیری از فناوری‌های دیجیتال نقش مؤثری در گسترش و تنوع‌بخشی فعالیت‌های اقتصادی زنان روستایی داشته است؛ به گونه‌ای که بازار صنایع دستی از طریق شبکه‌های اجتماعی توسعه یافته و محصولات سنتی آنان به بازارهای فراملی معرفی شده است. علاوه بر این، امکان نوآوری در تولید و عرضه غذاهای محلی فراهم گردیده و همین امر به افزایش رقابت‌پذیری و جذب مشتریان بیشتر انجامیده است. بازاریابی دیجیتال نیز ظرفیت‌های گردشگری روستایی را تقویت کرده و فرصت‌های اقتصادی جدیدی را در اختیار جوامع محلی قرار داده است. فناوری‌های نوین علاوه بر کارکرد اقتصادی، به عنوان ابزاری برای حفظ و ترویج میراث فرهنگی عمل کرده و زمینه صیانت از هویت محلی را فراهم آورده‌اند (Iskandari, 2025; Rezaei-Moghaddam et al., 2023). همچنین، بازار محصولات کشاورزی خاص و ارگانیک با استفاده از ابزارهای دیجیتال توسعه یافته و توانسته جایگاه ویژه‌ای در میان مشتریان سلامت‌محور کسب کند (Stojanova et al., 2022; Kian Poor & Hajian, 2025). در کنار این، صنایع سنتی همچون نوغانداری نیز با دیجیتالی شدن زنجیره ارزش، توانسته‌اند ارزش افزوده بیشتری ایجاد کرده و مسیر دستیابی به توسعه پایدار را هموار سازند. بنابراین سواد دیجیتال در بعد «تنوع فعالیت‌های اقتصادی» نه تنها به ارتقای توانمندی‌های فردی و حرفه‌ای زنان روستایی منجر شده بلکه زمینه‌ساز نوآوری، گسترش دامنه فعالیت‌های اقتصادی، ارتقای کیفیت تولیدات، معرفی ظرفیت‌های فرهنگی و گردشگری و توسعه بازارهای جدید گردیده است. این مجموعه پیامدها در کنار هم زنان روستایی را به کنشگران فعال در اقتصاد محلی و فرامحلی تبدیل کرده و نقش آنان را در تحقق توسعه پایدار تقویت نموده است (Prastiwi et al., 2025; Javed et al., 2025; Shaikhzada et al., 2025).

نتایج تحقیق نشان می‌دهد که زنان روستایی دارای تحصیلات دانشگاهی در ابعاد «مدیریت و سازماندهی مالی»، «یادگیری و ارتقای مهارت‌ها» و «توانمندسازی فردی و اجتماعی» نسبت به زنان فاقد تحصیلات دانشگاهی نقش برجسته‌تری ایفا می‌کنند. این یافته‌ها بیانگر آن است که تحصیلات عالی تأثیر قابل توجهی در ارتقای توانمندی‌های مدیریتی، توسعه مهارت‌های نوین و تقویت سرمایه اجتماعی دارد. برای تبیین این برتری می‌توان به چند عامل کلیدی اشاره کرد. نخست آن که آموزش رسمی و دانشگاهی موجب تقویت مهارت‌های تحلیلی و مدیریتی شده و زنان تحصیل کرده را قادر ساخته است تا منابع مالی و فعالیت‌های اقتصادی خود را با دقت بیشتری سازماندهی کنند (Radha et al., 2025; Panda, 2010). دوم، تحصیلات دانشگاهی دسترسی به منابع آموزشی و فناوری‌های پیشرفته را تسهیل کرده و زمینه یادگیری مستمر و ارتقای مهارت‌های حرفه‌ای را فراهم آورده است (Elias et al., 2022). سوم، زنان تحصیل کرده به دلیل جایگاه اجتماعی بالاتر و شبکه‌های ارتباطی گسترده‌تر توانسته‌اند از سواد دیجیتال برای افزایش مشارکت اجتماعی و تقویت سرمایه اجتماعی بهره‌برداری کنند؛ گزارش‌ها نیز حاکی از آن است که پروژه‌های سواد دیجیتال بیشترین اثرگذاری را بر زنان تحصیل کرده داشته و موجب ارتقای مشارکت اجتماعی آنان شده است (Noordin, 2024).

نتایج نشان داد که آثار سواد دیجیتال در میان زنان روستایی به‌طور یکنواخت میان حوزه‌های مختلف توزیع نشده و در برخی بخش‌ها خارج از کشاورزی توانسته‌اند نقش برجسته‌تری در توانمندسازی و اقتصاد محلی ایفا کنند. این امر بیانگر آن است که سواد

دیجیتال به عنوان یک ظرفیت چندبعدی، توانسته مسیرهای متنوعی برای ارتقای جایگاه زنان روستایی فراهم آورد. صنایع دستی با بهره‌گیری از ابزارهای دیجیتال توانسته است محصولات را بدون واسطه به بازار عرضه کند و ارتباط مستقیم با مشتریان برقرار سازد (Rezaei-Moghaddam et al., 2023). در حالی که بوم‌گردی با استفاده از بازاریابی دیجیتال ظرفیت بالایی در توسعه بازارهای جدید و جذب گردشگران نشان داده و به افزایش درآمد محلی کمک کرده است (Iskandari, 2025). خدمات روستایی نیز با اتکا به فناوری‌های دیجیتال توانسته‌اند مدیریت مالی خود را ساماندهی کرده و کارایی بیشتری در ارائه خدمات داشته باشند (Elias et al., 2022). از سوی دیگر، غذاهای محلی به عنوان بستری برای یادگیری و ارتقای مهارت‌ها عمل کرده و امکان نوآوری در تولید و عرضه را فراهم آورده‌اند (Noor & Hoque, 2021). ترکیب این یافته‌ها نشان می‌دهد که سواد دیجیتال نه تنها در بخش کشاورزی بلکه در حوزه‌های صنایع دستی، گردشگری، خدمات و غذاهای محلی نیز پیامدهای مهمی داشته و به طور هم‌زمان موجب توانمندسازی فردی و اجتماعی زنان روستایی و توسعه اقتصاد محلی شده است. به بیان دیگر، برتری بوم‌گردی در ابعاد «تنوع فعالیت‌های اقتصادی» و «بهبود رفاه و کیفیت زندگی» نشان می‌دهد که گردشگری روستایی با اتکا به ابزارهای دیجیتال توانسته فرصت‌های تازه‌ای برای ایجاد اشتغال، افزایش درآمد و ارتقای کیفیت زندگی فراهم آورد.

با وجود تلاش برای گردآوری داده‌های معتبر، این پژوهش با چند محدودیت مرتبط با موضوع پیامدهای سواد دیجیتال همراه بوده است. نخست، تمرکز تحقیق بر پیامدهای مثبت سواد دیجیتال زنان روستایی بوده و بررسی تهدیدها و پیامدهای منفی احتمالی مانند وابستگی به پلتفرم‌ها، افزایش بار کاری، اختلافات خانوادگی یا مسائل امنیت سایبری در چارچوب اهداف این مطالعه قرار نداشت؛ این موضوع نیازمند پژوهش‌های مستقل و تکمیلی در آینده است. دوم، سطح دسترسی و میزان مهارت دیجیتال در میان زنان روستایی ناهمگون بود؛ برخی مشارکت‌کنندگان تجربه گسترده‌ای در استفاده از ابزارهای دیجیتال داشتند، در حالی که گروهی دیگر تنها در سطح ابتدایی از اپلیکیشن‌ها بهره می‌بردند. این تفاوت می‌تواند بر عمق و کیفیت داده‌های گردآوری شده اثرگذار باشد. سوم، محدودیت در پوشش جغرافیایی وجود داشت؛ مطالعه صرفاً در چند روستای منتخب انجام شد که اگرچه امکان بررسی دقیق‌تر شرایط محلی را فراهم ساخت، اما تعمیم نتایج به سایر مناطق با سطح زیرساخت دیجیتال متفاوت نیازمند برنامه‌ریزی است. چهارم، محدودیت زمانی در گردآوری داده‌ها و میزان همکاری پاسخگویان به دلیل مشغله کاری نیز بر گستره و عمق اطلاعات جمع‌آوری شده اثرگذار بود.

بر مبنای یافته‌های تحقیق، ارائه راهکارهای عملی برای بهره‌گیری مؤثرتر از سواد دیجیتال در توسعه کسب‌وکارهای زنان روستایی و تقویت اقتصاد محلی ضرورتی اساسی در مسیر دستیابی به توسعه پایدار به شمار می‌آید. پیشنهادات کاربردی در این زمینه به صورت زیر ارائه می‌گردد:

- توسعه زیرساخت‌های پایدار دیجیتال در روستاها از جمله اینترنت پرسرعت و دسترسی به ابزارهای هوشمند، به منظور کاهش شکاف دیجیتال و فراهم‌سازی زمینه حضور گسترده‌تر زنان در بازارهای آنلاین.
- طراحی و اجرای برنامه‌های آموزشی و توانمندسازی مستمر در حوزه‌هایی مانند بازاریابی دیجیتال، مدیریت مالی و نوآوری محصول، برای ارتقای مهارت‌های کاربردی و افزایش رقابت‌پذیری زنان روستایی.
- ایجاد شبکه‌های حمایتی و پلتفرم‌های مشترک بازاریابی برای صنایع دستی، غذاهای محلی و محصولات کشاورزی، با هدف کاهش هزینه‌های بازاریابی، تقویت اعتماد مشتریان و ایجاد بازارهای پایدار.
- حمایت از توسعه اقتصاد چندبعدی و نوآورانه روستاها در حوزه‌هایی همچون گردشگری، محصولات سلامت‌محور و صنایع سنتی دیجیتالی‌شده، به منظور دستیابی به توسعه پایدار و تبدیل زنان روستایی به بازیگران فعال در اقتصاد محلی و فرامحلی.

- تقویت آموزش‌های تکمیلی برای زنان روستایی فاقد تحصیلات دانشگاهی از طریق برگزاری کارگاه‌های کوتاه‌مدت در زمینه مدیریت مالی، سازماندهی کسب‌وکار و مهارت‌های اجتماعی، به‌منظور ارتقای توانمندی‌های مدیریتی و کاهش شکاف میان آنان و زنان دانشگاهی.
- ایجاد برنامه‌های تخصصی برای زنان روستایی دارای تحصیلات دانشگاهی در حوزه‌های اقتصادی همچون بازاریابی دیجیتال و تجارت الکترونیک، به‌منظور افزایش بهره‌برداری آنان از سواد دیجیتال در گسترش بازار و ارتقای درآمد.
- حمایت از توسعه کسب‌وکارهای نوین در حوزه‌هایی مانند گردشگری روستایی و غذاهای محلی از طریق ارائه مشاوره، دسترسی به بازارهای آنلاین و تسهیل ارتباط با مشتریان، به‌منظور ایجاد اشتغال پایدار و تقویت اقتصاد چندبعدی روستاها.

ملاحظات اخلاقی

حامی مالی

این پژوهش هیچ‌گونه کمک‌هزینه یا حمایت مالی اختصاصی از سوی نهادهای دولتی، تجاری یا سازمان‌های غیرانتفاعی دریافت نکرده است.

مشارکت نویسندگان

نویسندگان به‌طور مساوی در کلیه مراحل طراحی و انجام پژوهش، گردآوری داده‌ها، تجزیه و تحلیل آماری داده‌ها، تحلیل و تفسیر اطلاعات و نتایج، تهیه پیشنویس مقاله، بررسی و کنترل نتایج، اصلاح، بازبینی و نهایی‌سازی مقاله مشارکت داشتند.

تعارض منافع

بنا بر اظهار نویسندگان این مقاله تعارض منافع ندارد.

پیروی از اصول اخلاق پژوهش

نویسندگان اصول اخلاقی را در انجام و انتشار این پژوهش علمی رعایت نموده‌اند و این موضوع مورد تأیید همه آنهاست.

بیانیه دسترسی به داده‌ها

داده‌هایی پژوهش حاضر از طریق درخواست از نویسندگان قابل دسترسی است.

سپاسگزاری

نویسندگان بر خورده لازم می‌دانند از تمامی کسانی که در انجام این پژوهش مشارکت کردند، قدردانی نمایند.

منابع

- Akpuokwe, C. U., Chikwe, C. F., & Eneh, N. E. (2024). Leveraging technology and financial literacy for women's empowerment in SMEs: A conceptual framework for sustainable development. *Global Journal of Engineering and Technology Advances*, 18(3), 20–32. <https://doi.org/10.30574/gjeta.2024.18.3.0041>
- Amaechi, N. M., & Ossai-Onah, O. V. (2015). Utilization of agricultural information among literate women in Ihiagwa Autonomous Community, Owerri, Nigeria. *Information Impact: Journal of Information and Knowledge Management*, 6(1), 41–50.
- Anzak, S., & Sultana, A. (2020). Social and economic empowerment of women in the age of digital literacy: A case study of Pakistan, Islamabad-Rawalpindi. *Global Social Sciences Review*, 5(1), 102–111. [https://doi.org/10.31703/gssr.2020\(V-I\).11](https://doi.org/10.31703/gssr.2020(V-I).11)
- Aslam, A., Abidi, S. N. M., & Rizvi, S. S. A. (2024). Digital literacy and women's empowerment: Bridging the gender gap in technology for achieving Sustainable Development Goals (SDGs). *Pakistan Journal of Gender Studies*, 24(2), 93–106.
- Bai, X., & Yang, L. (2025). Digital literacy's impact on digital village participation in rural left-behind women through serial mediation of political trust and self-efficacy. *Scientific Reports*, 15(1), 34226. <https://doi.org/10.1038/s41598-025-16093-3>
- Booklet of Oghan International Watershed Carbon Sequestration Project. (2017). General Department of Natural Resources and Watershed Management of Golestan Province. (In Persian).
- Dayanand, R., Khan, Z., Kalwar, M., & Kumar, A. (2024). Digital literacy for rural women's empowerment and socioeconomic participation: A comprehensive study. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.5093591>
- Debbarma, A., & Chinnadurai, A. S. (2023). Empowering women through digital literacy and access to ICT in Tripura. *Research Journal of Advanced Engineering and Science*, 9(1), 5–9.
- Dong, S., Wang, N., Fan, C., Chen, S., & Zhang, L. (2024). E-commerce and rural women entrepreneurship: Based on the quasi-natural experiment of the comprehensive demonstration policy for e-commerce in rural areas. *Economic Analysis and Policy*, 83, 749–765. <https://doi.org/10.1016/j.eap.2024.07.018>
- Egbuka, N. I., Dabo, O. D., Akinyele, V. O., & Azino, O. D. (2024). The impact of digital literacy on women's economic empowerment: A study of Owerri Municipal. *World Journal of Advanced Research and Reviews*, 24(2), 1864–1876. <https://doi.org/10.30574/wjarr.2024.24.2.3508>
- Elias, A. S. R. E. S., Kumi, Y., & Toyama, Y. (2022). Empowerment of women: A comparative analysis of experiences from rural communities in Ethiopia. *International Journal of Environmental and Rural Development*, 13(2), 5–12.
- Hufad, A., Purnomo, S. N., & Rahmat, A. (2019). Digital literacy of women as the cadres of community empowerment in rural areas. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 9(7), 276–288.
- Irfan, T., & Salam, M. T. (2020). Kaarvan Crafts Foundation: Embracing digital literacy for women empowerment. *Emerald Emerging Markets Case Studies*, 10(4), 1–34. <https://doi.org/10.1108/EEMCS-06-2020-0215>
- Iskandari, A. M. (2025). Economic development through social entrepreneurship: Case study of rural innovation hubs in Balikpapan. *Mustard Journal de Ecobusin*, 2(1), 41–51. <https://doi.org/10.37899/mjde.v2i1.244>
- Javed, A., Ashraf, M. Z., & Shahbaz, S. (2025). Digital transformation and its influence on women's economic empowerment in Pakistan. *Sustainable Futures*, 10, 101092. <https://doi.org/10.1016/j.sftr.2025.101092>
- Kavita, D., & Yashpal, Y. (2025). Digital literacy for rural women: Pathways to empowerment and socioeconomic inclusion. *Journal of Scientific Research and Reports*, 31(1), 37–47. <https://doi.org/10.9734/jsrr/2025/v31i12743>

- Kian Poor, S., & Hajian, M. (2025). Development of digital economy, human development solution in Iran. *International Journal of New Political Economy*, 6(1), 47–82. (In Persian). <https://doi.org/10.48308/jep.2025.237697.1196>
- Kiarie, J., Owusu, E., & Hagabirema, G. (2025). The role of digital marketing in expanding rural markets in Sub-Saharan Africa. *Aurora: Journal of Emerging Business Paradigms*, 2(1), 1–11. <https://doi.org/10.62394/aurora.v2i1.185>
- Kumar, S., Kumar, V., & Devi, N. (2024). Digital literacy: A pathway toward empowering rural women. *Global Knowledge, Memory and Communication*. <https://doi.org/10.1108/GKMC-08-2023-0295>
- Maaboudi, R. (2025). Non-linear effect of digital economy on urban and rural income gap in Iran. *Journal of Development and Capital*, 10(1), 19–36. (In Persian). <https://doi.org/10.22103/jdc.2024.22061.1416>
- Ma, W., McKay, A., Rahut, D. B., & Sonobe, T. (2023). An introduction to rural and agricultural development in the digital age. *Review of Development Economics*, 27(3), 1273–1286. <https://doi.org/10.1111/rode.13025>
- Noordin, N. H. (2024). Assessing information literacy levels among underprivileged communities. *Journal of Media Literacy Education*, 16(2), 85–97. <https://doi.org/10.23860/JMLE-2024-16-2-7>
- Noor, S., & Hoque, M. (2021). Access to mobile phones and women's socioeconomic empowerment in rural areas of Bangladesh: Understanding gender relation transformation. *Indonesian Journal of Social Research*, 3(1), 1–16. <https://doi.org/10.30997/ijsr.v2i3.105>
- Omidvar, N., & Tavakoli, M. (2023). Analysis of the rural digital literacy policy in Iran. *Journal of Research and Rural Planning*, 12(1), 95–109. (In Persian). <https://doi.org/10.22067/jrrp.v12i1.2110-1028>
- Panda, S. (2010). Education and empowerment of women: A comparative analysis. *Indian Journal of Public Administration*, 56(3), 561–574. <https://doi.org/10.1177/0019556120100313>
- Prastiwi, T. P., Rohmah, J. N., & Damar, D. (2025). The role of digital literacy in empowering rural communities. *Empowering Communities Research Hub*, 1(1), 11–18.
- Radha, P., Sayyed, N., & Babu, K. (2025). The role of education in shaping women's autonomy: A comparative study of rural and urban areas. *International Journal of Atharva*, 3(3), 82–92. <https://doi.org/10.3126/ija.v3i3.84398>
- Rezaei-Moghaddam, K., Badzaban, F., & Fatemi, M. (2023). Virtual social networks and rural women entrepreneurship. *International Journal of Business and Development Studies*, 15(2), 83–100. (In Persian). <https://doi.org/10.22111/IJBDS.2024.47635.2086>
- Rowi, A. S., Wahyudi, M. A., Oswari, T., & Purwoko, B. (2024). The role of digital marketing strategies in enhancing customer engagement and brand loyalty: A study of e-commerce platforms. *International Journal of Business, Law, and Education*, 5(2), 2778–2788. <https://doi.org/10.56442/ijble.v5i2.936>
- Seifollahi, N., & Akbari Arbatan, G. (2023). Identifying the challenges and opportunities of the digital economy in the development of rural women's home businesses. *Women in Development and Politics*, 21(3), 780–806. (In Persian). <https://doi.org/10.22059/jwdp.2023.351079.1008275>
- Shaikhzada, N., Rahmani, L., Asghari, T., Hosseini, M., & Quraishi, T. (2025). Challenges and opportunities for Afghan women in the digital world in Afghanistan. *International Journal of Applied Research and Sustainable Sciences*, 3(3), 261–272. <https://doi.org/10.59890/ijarss.v3i3.5>
- Singh, S., Rahul, K., Paliwal, M., Wani, I. A., & Suri, S. (2025). Gendering the digital divide: A systematic review of women's digital inclusion challenges and emerging research directions. *Digital Transformation and Society*, 4(4), 503–531. <https://doi.org/10.1108/DTS-04-2025-0083>
- Stojanova, S., Cvar, N., Verhovnik, J., Božić, N., Trilar, J., Kos, A., & Stojmenova Duh, E. (2022). Rural digital innovation hubs as a paradigm for sustainable business models in Europe's rural areas. *Sustainability*, 14(21), 14620. <https://doi.org/10.3390/su142114620>
- Tamang, S., Mishra, A., Vishwakarma, A., & Yadav, A. (2025). Impact of digital literacy on women empowerment with special reference to Uttar Pradesh, India. *Abhigyan*. <https://doi.org/10.1177/09702385251379161>
- Tao, S., Wang, Q., & Zhu, T. (2025). The role of e-commerce in promoting sustainable local employment in rural areas: Evidence from China. *Sustainability*, 17(12), 5641. <https://doi.org/10.3390/su17125641>

- Teymouri, A., Mohammadi Kangarani, H., Moayeri, M. H., & Shahraki, M. (2025). Challenges of conservation management of Hyrcanian forests from the perspective of stakeholders (Case study: Golestan Province). *Integrated Watershed Management*, 5(2), 129–146. (In Persian). <https://doi.org/10.22034/iwm.2025.2042075.1176>