



دانشگاه آزاد اسلامی واحد اهر
فصلنامه علمی فضای جغرافیایی

سال بیستم، شماره ۷۰
تابستان ۱۳۹۹، صفحات ۱۸۷-۱۶۷

سنور احمدی^۱
* حسین کوهستانی^۲
حسین یادآور^۳
حسین شعبانعلی فمی^۴

واکاوی عوامل موثر بر موفقیت کارآفرینی زنان روستایی استان کردستان

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۰۱/۱۹

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۰۹/۲۸

چکیده

با توجه به اهمیت کارآفرینی به ویژه در بین زنان روستایی و آثار آن در توسعه اقتصادی و اجتماعی جوامع امروزی، تبیین وضعیت عوامل موثر بر انگیزه کارآفرینی (پیشرفت) در میان زنان روستایی استان کردستان و همچنین شناسایی عواملی که می‌توانند در تقویت فعالیت‌های کارآفرینانه زنان روستایی مؤثر واقع شوند، از اهمیت بسزایی برخوردار است. هدف از پژوهش حاضر، تحلیل عوامل موثر بر انگیزه پیشرفت در بین زنان کارآفرین روستایی استان کردستان می‌باشد. جامعه آماری پژوهش حاضر شامل تمامی زنان کارآفرین ساکن در مناطق روستایی استان کردستان بوده که نمونه مورد مطالعه با استفاده از جدول (Bartlett et al (۲۰۰۱، ۱۰۰ نفر (زن کارآفرین) تعیین گردید و با استفاده از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای تصادفی با انتساب متناسب از بین زنان مورد نظر انتخاب و اطلاعات لازم با استفاده از ابزار تحقیق جمع‌آوری شد. ابزار مورد استفاده در این پژوهش شامل پرسشنامه‌ی محقق ساخته‌ای است که روایی آن به صورت محتوایی (صوری) و سازه‌ای و پایایی آن با استفاده از پایایی ترکیبی مورد تأیید قرار گرفته است. تحلیل داده‌ها از طریق تحلیل همبستگی و الگویابی معادلات ساختاری و با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS و Smart PLS انجام شده است. مدل ارزیابی شده در پژوهش از شاخص‌های برازندگی قابل قبولی برخوردار بود. مدل‌سازی

۱- دانشجوی دکتری توسعه کشاورزی، گروه توسعه و ترویج روستایی، دانشگاه تبریز.

E-mail: h.koohi@tabrizu.ac.ir

*۲- گروه توسعه و ترویج روستایی، دانشگاه تبریز. (نویسنده مسئول).

۳- گروه توسعه و ترویج روستایی، دانشگاه تبریز.

۴- گروه توسعه و ترویج روستایی، دانشگاه تهران.

معادلات ساختاری نشان داد، مولفه‌های دسترسی‌پذیری‌های فناورانه ($\gamma=0/426$ ، $t = 3/55$)، برنامه‌های آموزشی - ترویجی ($\gamma=0/383$ ، $t = 3/19$)، اوضاع اقتصادی ($\gamma=0/348$ ، $t = 4/2$) دارای بالاترین سطح ارتباط با متغیر انگیزه پیشرفت زنان کارآفرین روستایی مورد مطالعه داشته‌اند و در مجموع متغیرهای مورد مطالعه تبیین‌کننده‌ی حدود ۶۰ درصد از تغییرات انگیزه پیشرفت هستند.

کلید واژه‌ها: کارآفرینی روستایی، کارآفرینی زنان، زنان روستایی، عوامل موفقیت، استان کردستان.

مقدمه

طبق گزارشی از سازمان بین‌المللی کار (ILO) میانگین میزان کار زنان در جهان ۴۰ درصد است و از این لحاظ ایران یکی از پایین‌ترین جایگاه‌ها را داشته (با توجه به آمار برنامه توسعه سازمان ملل (۲۰۱۴) کشور ایران به لحاظ مشارکت زنان در رتبه ۱۳۲ قرار دارد) و به عبارتی دیگر، زنان ایران هم سهم درآمد کم‌تر و هم نرخ مشارکت پایین‌تر را دارند (Saberian & Sabouri, 2014: 108) که این وضعیت در مناطق روستایی به توجه به شرایط اجتماعی-فرهنگی و اقتصادی در جایگاه نامناسب‌تری نسبت به زنان شهری قرار دارد. بر همین اساس که نتیجه مطالعات متعددی است، پایین بودن نرخ مشارکت در فعالیتهای زنان باعث شده که نرخ کارآفرینی زنان در مقایسه با مردان پایین‌تر باشد (Gem, 2003: 23). از طرفی دیگر، با توجه به این‌که زنان روستایی مولدانی فعال بوده که در فرآیند تولید ملی و محلی و ایجاد ثروت، سرمایه و رفاه سهم مهمی می‌توانند داشته باشند، بحث اشتغال زنان روستایی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. همچنین، با توجه به تحولات اساسی وقوع یافته در چند دهه اخیر در غالب انقلاب کارآفرینی، تأثیر عمده‌ای در وضعیت اشتغال مناطق مختلف بسیاری از کشورهای جهان داشته (Barghi & Zolfaghari, 2018: 210) و در ایران نیز توسعه و ترویج کارآفرینی به‌ویژه در مناطق روستایی با سطح بالایی از ظرفیتهای انسانی (به‌ویژه زنان)، مادی و طبیعی یکی از نیازهای ضروری جوامع مورد نظر است و در این زمینه بسیاری از کارشناسان، متخصصان و برنامه‌ریزان برای برون رفت از شرایط فعلی مربوط به اشتغال کشور، بهترین روش را ایجاد و توسعه فرهنگ کارآفرینی می‌دانند (Heidari Mokarar, 2012: 3). کارآفرینی و کارآفرینان به‌عنوان سمبل و نماد تلاش و موفقیت و همچنین، منشأ تحولات بزرگ در زمینه‌های تولیدی، خدماتی، تجاری و نیز، موتور محرک توسعه، پیشرفت اقتصادی، ایجاد شغل و اصلاح اجتماع محسوب می‌شوند (Urbano et al., 2010: 55). با توجه به این‌که زنان روستایی قشر عظیمی از جمعیت روستاهای کشور را تشکیل می‌دهند، در صورتی که به سمت کارآفرینی سوق داده شوند روحیه کارآفرینی و ایجاد اشتغال و مشارکت اجتماعی در آن‌ها تقویت شود و به عبارتی انگیزه در آن‌ها ایجاد شود، می‌توان شاهد سریع‌تر و سهل‌تر دستیابی به توسعه پایدار مناطق روستایی بود (Hoseyninia et al., 2014: 546). نیاز و انگیزه پیشرفت به‌صورت یکی از نیازهای انسان و به‌عنوان جنبه‌ای پیچیده از شخصیت که حالت اکتسابی دارد، عنوان می‌شود. نیاز و انگیزه پیشرفت در عواملی از قبیل مواجهه با مشکلات،

تسلط بر امور، سازمان‌دهی اشیاء، افراد و یا اندیشه‌ها و عقاید، استقلال و سرعت در عمل، از میان برداشتن موانع، دستیابی به معیارها و ضوابطی که موجب پیشرفت می‌شوند و رقابت با دیگران و تفوق بر آنان تبیین می‌شود (Shahraray, 2006: 124).

با توجه به اهمیت موضوع، در سال‌های اخیر تحقیقات فراوانی به‌منظور شناخت فرآیند کارآفرین شدن افراد و عامل‌های تأثیرگذار بر آن انجام گرفته است؛ هر چند، برخلاف انجام این تحقیقات هنوز درک و شناخت اندکی در این زمینه وجود ندارد (Markman et al., 2002: 150; Zhao, 2005: 1266). سوگیری تحقیقات جدید بر عامل‌های روان‌شناختی، اجتماعی، اقتصادی، زیرساختی، نهادی و ... منجر به ایجاد درک بهتری از فرایندهای کارآفرینی شده است (Díaz-García & Jiménez-Moreno, 2010:261). استان کردستان با دارا بودن ده شهرستان، دارای ۱۶۰۳۰۱۱ نفر جمعیت بوده که از این تعداد ۶۸۷۷۸ نفر در مناطق روستایی استان زندگی می‌کنند. براساس آخرین آمارگیری نفوس و مسکن (۱۳۹۵)، ۲۲۹۱۵۳ نفر از جمعیت کل مناطق روستایی استان کردستان را گروه زنان تشکیل می‌دهند (۴۸/۸۸ درصد). از کل جمعیت زنان ده سال به بالای استان، ۹/۵۵ درصد شاغل بوده و همچنین، از کل زنان ساکن در استان کردستان ۱۳/۲۶ درصد در سن فعالیت اقتصادی می‌باشند. همچنین، از کل جمعیت زنان روستایی ده سال به بالای استان، ۸/۹۸ درصد شاغل بوده، این در حالی است که نرخ اشتغال برای مردان استان حدود ۶۸/۹۸ درصد می‌باشد. همچنین، از کل زنان ساکن در استان کردستان ۱۰/۸۲ درصد در سن فعالیت اقتصادی می‌باشند (مرکز آمار ایران، ۲۰۱۶). بنابراین با توجه به اهمیت کارآفرینی به‌ویژه در بین زنان روستایی و آثار آن در توسعه اقتصادی و اجتماعی جوامع امروزی، تبیین وضعیت شاخص‌های انگیزه کارآفرینی (پیشرفت) در میان زنان روستایی استان کردستان و همچنین شناسایی عواملی که می‌توانند در تقویت این شاخص‌ها مؤثر واقع شوند، از اهمیت بسزایی برخوردار است؛ بنابراین، هدف این مطالعه سنجش عوامل موثر بر انگیزه کارآفرینی (پیشرفت) در میان زنان روستایی استان کردستان می‌باشد که در این بین، پژوهش حاضر با سؤالات اساسی ذیل مواجه خواهد بود:

۱- چه عواملی بر انگیزه کارآفرینی (پیشرفت) در میان زنان کشاورز ساکن در مناطق روستایی استان کردستان تأثیر می‌گذارند؟

۲- میزان تأثیرگذاری هریک از عوامل تعیین کننده شاخص انگیزه کارآفرینی (پیشرفت) در میان زنان کشاورز ساکن در مناطق روستایی استان کردستان چگونه است؟

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

کارآفرینی فرآیند خلق ابتکارها و نوآوری‌ها، ایجاد کسب‌وکارهای جدید از راه کشف فرصت‌ها و بهره‌گیری از منابع است. در این میان، کارآفرینی کسی (زن یا مرد) است که با کشف و شناخت فرصت‌های محیطی و بهره‌گیری مناسب از فرصت‌ها بتواند در شرایط پر ابهام و ریسک‌آمیز به ابتکارات و نوآوری‌ها و ایجاد کسب‌وکار جدید اقدام

کند (Jamshidi et al., 2013: 1390). اولین متغیر پیش‌بین کارآفرینی انگیزه پیشرفت می‌باشد. انگیزه موفقیت (پیشرفت) می‌تواند به‌عنوان نیاز به موفقیت و یا دستیابی به برتری تعریف شود. افراد نیازهای خود را از طریق روش‌های مختلف برآورده می‌کنند و به دلایل گوناگون داخلی و خارجی موفق به موفقیت می‌شوند. انگیزه، محرک اصلی برای همه اقدامات ما است (Rabideau, 2005: 1). همچنین، انگیزه پیشرفت عبارت است از آرزو برای پیشی گرفتن در یک رفتار ویژه که آن رفتار ویژه، به‌صورت ملاک یا معیار درآمده باشد. (McClelland (1962 نتیجه‌گیری کرد که نیاز به پیشرفت در افرادی که فعالیت‌های اقتصادی خود را آغاز می‌کنند، بالاتر می‌باشد. همچنین، (McClelland (1965 معتقد است که نیاز به پیشرفت، انگیزه اصلی توسعه اقتصادی کشورها بوده و در تصمیم‌گیری فرد برای کارآفرین شدن تاثیر به‌سزایی دارد. از نظر Forter (2006) عواملی مانند انگیزه پیشرفت، خلاقیت، ریسک‌پذیر بودن و تحمل ابهام عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی قلمداد شده است. Eskandari et al (2019) عواملی مانند میزان دانش و اطلاعات، خوش‌بینی و تفکر مثبت (دوری از سنت‌گرایی)، مهارت در مدیریت مالی و اعتماد به نفس را موثر بر موفقیت کارآفرینان و توسعه کسب‌وکار مورد نظر دانسته است. همچنین، Nawaz (2009) عوامل قانونی (مانند قوانین موجود به لحاظ جنسیت)، عوامل هنجاری (وضعیت دیدگاه‌های سنتی نسبت به فعالیت زنان) و عوامل شناختی را به‌عنوان عوامل تأثیرگذار بر توسعه و موفقیت زنان کارآفرین معرفی کرده است. البته لازم به ذکر است که در مجموع نتایج مطالعات متعدد انجام شده در زمینه توسعه کارآفرینی و عوامل تأثیرگذار بر موفقیت و پیشرفت بخصوص در بین زنان بیان‌کننده این موضوع بوده که عوامل متعددی در این زمینه مؤثر هستند. از بین این عوامل می‌توان به مواردی از قبیل فرهنگ جامعه (Sidhu and Kaur (2006، منابع و امکانات (Bergmann Lichtenstein and Brush (2001، شرایط محیطی (Fallah Jalodar et al (2007، شرایط اقتصادی (Golestani et al (2007، عامل انگیزشی (Yaghoubi Farani (and Movahedi (2012 اشاره کرد. با توجه به اهمیت اقتصاد و عوامل مالی در کارآفرینی، موفقیت و پیشرفت کارآفرینان و همچنین در ایجاد انگیزه پیشرفت، این عامل در بسیاری از مطالعات در نظر گرفته شده است. بر اساس نظریه اقتصاددانان مدرن، کارآفرین (زن یا مرد) فردی است که به‌صورت شخصی بر اساس درک خود از بازار، خلاقیت شخصی، قدرت خطرپذیری مدیریت منابع، فعالیت جدیدی را ابداع و مدیریت می‌کند (Welsh et al., 2018: 482؛ Sen, 2009: 534) به‌طورکلی، در نظریه‌های اقتصادی در ارتباط با کارآفرینی بیش‌تر به بحث نوآوری در تولید محصول و جلب سرمایه‌گذاری، ایجاد تعادل بین عرضه و تقاضا، ایجاد مبادله و گردش پول در اقتصاد، فراهم آوردن ابزار و تولید محصولات جدید قابل عرضه به بازار، تحمل عدم قطعیت، داشتن مهارت‌های مدیریتی، جابه‌جایی منابع اقتصادی بر اساس اصول بهره‌وری، آگاهی از فرصت‌های سودآور و کشف نشده، اشاره کرده‌اند (Chowdhury, 2007: 241). از طرفی دیگر، Markman and Baron (2003) عوامل اثرگذار بر موفقیت کارآفرینانه را مناسب بودن ویژگی‌های فردی کارآفرینانه شامل خودیابی، فرصت‌شناسی، استقلال در کار، داشتن سرمایه انسانی و مهارت‌های اجتماعی دانسته، در حالی که Kiggundu (2002) علاوه بر شخصیت کارآفرین، عواملی محیطی و ویژگی‌های محل کسب‌وکار (شرکت، سازمان و ...) را نیز

بر موفقیت و ایجاد انگیزه پیشرفت موثر می‌داند. این در حالی است که (Russel & Kerry, 2008) عنوان کرده‌اند که عوامل محیطی مانند عوامل فرهنگی (دیدگاه‌های سنتی، مدرن)، اجتماعی و سیاسی در تمایل و توانایی افراد برای انتخاب فعالیت‌های کارآفرینی اثرگذار هستند. همچنین (Lerners & Haber, 2002) عوامل اثرگذار بر موفقیت و ایجاد انگیزه‌های بعدی برای ادامه فعالیت‌های کارآفرینانه در گرو عواملی از قبیل ویژگی‌های فردی و شخصیتی، حمایت‌های مالی و مشورتی (آموزش و ترویج)، جذابیت‌های محیطی محل فعالیت و تنوع خدمات دانسته است. (Cronies, 2006) نبود عواملی از قبیل نهادهای حمایتی، سازماندهی فعالیت‌ها، سطح تحصیلات افراد، وجود تبعیض در بازار، باورهای سنتی و کلیشه‌ای درباره زنان (عدم فعالیت در خارج از خانه، عدم عضویت در گروه‌های اجتماعی، عدم دسترسی و استفاده از تکنولوژی‌های روز)، فعالیت گروه‌های غیردولتی در محل زندگی مانع اصلی ایجاد انگیزه در زنان در جهت توسعه و تقویت فعالیت‌های کارآفرینانه خواهد شد. در سال‌های اخیر عده‌ای از محققان رویکرد روانشناختی را مبنای کار خود قرار داده و بر خصیصه‌های مختلفی از جمله ویژگی‌های شخصیتی تکیه کرده‌اند. اگرچه رویکرد روانشناختی با مفروضات نادرستی شکل گرفته ولی همچنان در رویکردهای بعدی همچون رویکرد رفتاری به شکل دیگری خود را نمایان ساخت. به هر حال آنچه رویکرد صفات مشخصه کارآفرینی به درستی تشخیص داد این بود که ویژگی‌های شخصیتی هستند که کارآفرینان را از غیرکارآفرینان مجزا می‌سازد (Jamini et al, 2015: 46) به عبارتی دیگر، افراد کارآفرین با اتکا به برخی ویژگی‌های شخصیتی مانند انگیزه پیشرفت بالا، خطرپذیری، مرکز کنترل داخلی، توفیق طلبی، انعطاف‌پذیری، دارا بودن انرژی زیاد، استقلال، مصمم بودن، خلاقیت، اعتماد به نفس و خوش‌بینی به آینده قادر هستند به یک فرد کارآفرین تبدیل شوند (Golrad, 2007: 260). براساس مطالعات انجام شده بر روی زنان کارآفرین، عوامل مختلفی در انگیزه این افراد برای سخت کار کردن و کسب موفقیت موثر هستند. (Golrad, 2007) نیاز مالی، رضایت شغلی و کسب قدرت و شهرت در جامعه را از مهم‌ترین انگیزه‌های زنان برای انجام فعالیت‌های کارآفرینانه و دستیابی به موفقیت و پیشرفت بیش‌تر بیان کرده است. همچنین، (Arasti and Akbari Jojkar, 2007) ویژگی‌های شخصیتی، الگوهای مناسب، حامیان مناسب و دسترسی به منابع مناسب به‌ترتیب مهم‌ترین عوامل موثر بر انگیزه زنان کارآفرین برای راه‌اندازی کسب‌وکار و موفقیت در آن دانسته‌اند. (Mahmoud et al, 2012) عنوان کرده که در پاکستان عواملی از قبیل نیاز به تأمین مخارج خود و خانواده، دستیابی به رفاه و استاندارد بیش‌تر زندگی تأثیر مستقیم و بالایی بر انگیزه زنان کارآفرین دارد. از طرفی دیگر (Rametsteiner et al, 2006) نیز علاوه بر عوامل فردی (مانند سن و سطح تحصیلات)، عواملی دیگر مانند توانایی رقابت در ارائه محصولات و خدمات با کیفیت، انعطاف‌پذیری و تفکر مدیریت و برنامه‌ریزی را تأثیرگذار بر انگیزه کارآفرینان دانسته است. مطالعات مختلفی با روش‌های متفاوتی در زمینه سنجش عوامل تأثیرگذار بر توسعه کارآفرینی و حتی موفقیت کارآفرینان انجام شده است. ولی در زمینه سنجش عوامل تأثیرگذار بر انگیزه پیشرفت در بین کارآفرینان روستایی و به ویژه زنان کارآفرین روستایی مطالعات محدودی انجام شده است که در جدول (۱) سعی شده به صوت مختصر به مهم‌ترین آن مطالعات که نزدیک به هدف اصلی این پژوهش می‌باشد، اشاره شود.

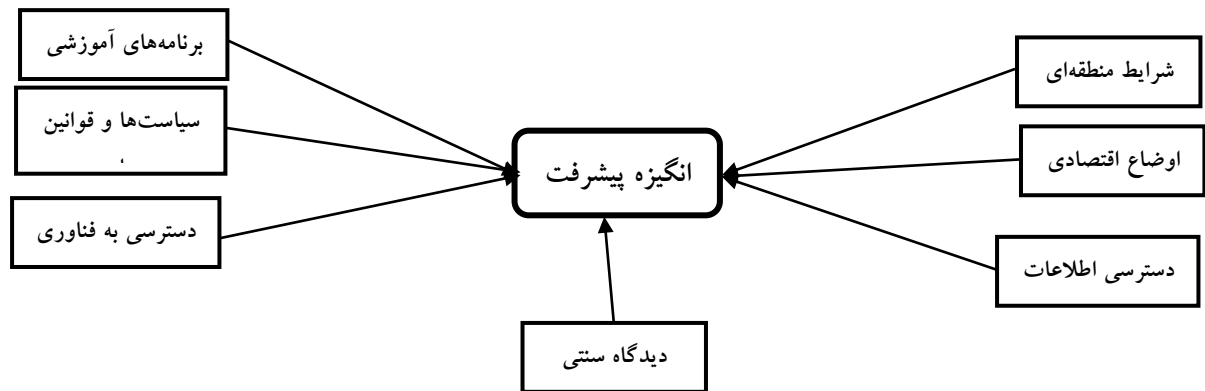
جدول ۱- مطالعات و پژوهش‌های انجام شده در زمینه سنجش عوامل تأثیرگذار بر ظهور انگیزه پیشرفت در بین زنان کارآفرینی روستایی

Table 1- Studies conducted in the field of measuring the factors affecting the motivation for progress among rural entrepreneurial women

| نویسنده/نویسندگان (سال) | هدف مطالعه | متغیرهای مورد بررسی و تأیید شده |
|---|---|---|
| Shahrarai (2006) | انگیزه پیشرفت در زنان | عوامل فردی، امکانات، ساختارهای اجتماعی - فرهنگی |
| Nahvi & Kohansal, (2011) | بررسی عوامل مؤثر بر پیشرفت زنان کارآفرین استان مازندران | تحصیلات، تجربه کاری، آموزش، عوامل اجتماعی، عوامل اقتصادی (مالی)، حمایت‌ها و روابط اجتماعی |
| Malek Saeedi Ghasroldashti et al (2013) | عوامل مؤثر بر انگیزه پیشرفت کارآفرینان زن روستایی شهرستان مرودشت | سن، میزان درآمد، آموزش (ارتباط با مورج)، ویژگی‌های شخصیتی و روانشناسی، اعتقاد به وجود موانع |
| Jamshidi et al (2013) | عوامل پیش‌برنده و بازدارنده توسعه کارآفرینی زنان روستایی اردل | عوامل اقتصادی، اجتماعی، زیرساختی، آموزشی، فردی و رفتاری، محیطی، سیاست‌گذاری |
| Hosseini et al (2014) | عوامل مؤثر بر ارتقای عملکرد کسب‌وکارهای زنان روستایی شهرستان میانه | اهداف، انگیزه‌ها، مهارت‌های مختلف کسب‌وکار، شبکه‌های اجتماعی - ارتباطی، قدرت رقابتی کسب‌وکار |
| Lotfi Azimi et al (2016) | بررسی رابطه انگیزه پیشرفت، نوآوری، تحمل ابهام، خودکارآمدی، عزت نفس و خودشکوفایی با جهت‌گیری کارآفرینی | متغیرهای انگیزه پیشرفت، نوآوری، خودکارآمدی، خودشکوفایی، عزت نفس و تحمل ابهام |
| Eshghi Iraqi & Ghanipour (2017) | تعیین ارتباط بین خودکارآمدی کارآفرینی و سبک زندگی در جهت تحقق قصد کارآفرینی | خلاقیت و نوآوری، تجربه حرفه‌ای، ریسک‌پذیری، مهارت‌های کارآفرینانه، انگیزش و آموزش، منبع کنترل |
| Barghi & Zolfaghari, (2018) | بررسی و سنجش وضعیت شاخص‌های کارآفرینی و شناسایی عوامل مؤثر بر آن | پایگاه‌های اقتصادی - اجتماعی، دسترسی به امکانات و تسهیلات، سرمایه اجتماعی، عملکرد نهادهای مدیریتی، مالکیت منابع سرمایه‌ای |
| Parvin et al (2012) | عوامل تعیین‌کننده توسعه کارآفرینی در بین زنان بنگلادش | آموزش (ارتباط با مروج)، نحوه برخورد با موانع، |
| Folmer et al (2010) | شناسایی تعیین‌کننده‌های موفقیت و انگیزشی کارآفرینان روستاهای غرب بنگال | تعداد محصولات، پشتیبانی مالی خانواده، نوآوری، ثروت و وضعیت شغلی |
| Roomi & Parrott (2008) | عوامل مؤثر بر توسعه و پیشرفت کارآفرینی در پاکستان | دسترسی به سرمایه، زمین، محل کسب‌وکار، فناوری اطلاعات، آموزش و کمبود سرمایه‌های اجتماعی |
| Collins et al (2004) | بررسی رابطه انگیزه پیشرفت و ایجاد رفتار کارآفرینی | انگیزه پیشرفت، انجام (رفتار) کارآفرینی، عملکرد مناسب کارآفرینی |
| Heydari et al (2013) | بررسی انگیزه پیشرفت در دانشجویان کارآفرین دانشگاه آزاد اسلامی خمین | گرایش کارآفرینی، انگیزه پیشرفت، نوآوری، عزت نفس، خودکارآمدی و شفاف‌سازی |
| Ismail et al (2015) | بررسی انگیزه پیشرفت در بین زنان کارآفرین سرپرست خانوار مالزی | انگیزه پیشرفت، ریسک‌پذیری، تحمل شرایط عدم اطمینان |

همان‌طور که مشاهده می‌شود اکثریت مطالعات انجام شده که در جدول (۱) قابل مشاهده است، به بحث عوامل تأثیرگذار و یا موانع توسعه کارآفرینی در بین جوامع روستایی و یا شهری پرداخته‌اند. همچنین، از دیگر مواردی که در بررسی مطالعات مربوط به کارآفرینی به‌ویژه در بین جوامع روستایی قابل مشاهده است که این مطالعه به‌صورت محدود به بحث کارآفرینی و زنان پرداخته شده است و آن مطالعاتی که نیز در زمینه زنان موجود است، اکثراً به

بحث این که عوامل و یا موانع تأثیرگذار بر کارآفرین شدن زنان روستایی پرداخته‌اند. لذا، براساس موارد گفته شده مدل مفهومی این مطالعه را می‌توان در شکل (۱) مشاهده نمود.

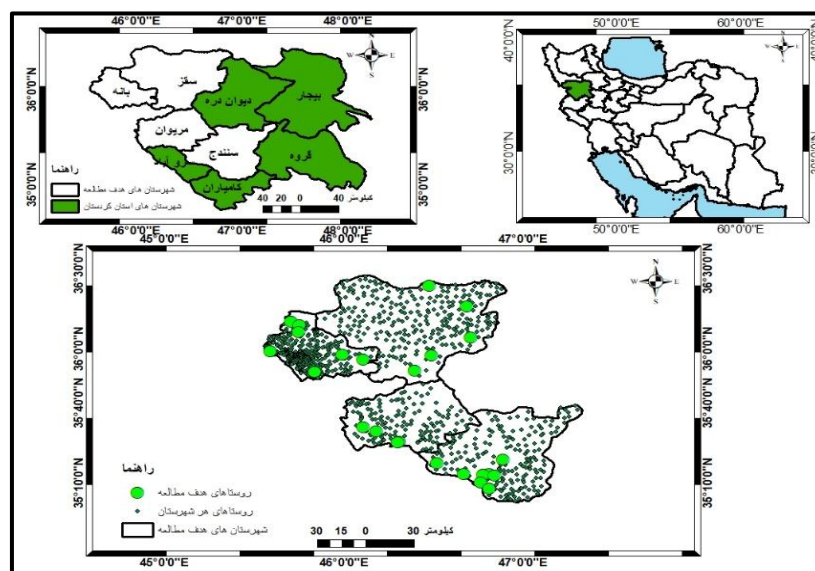


شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش

Figure 1: Conceptual model of research

معرفی منطقه مورد مطالعه

منطقه مورد مطالعه که شامل شهرستان‌های سنندج، مریوان، سقز و بانه واقع در استان کردستان بوده دارای طول و عرض جغرافیایی بین ۳۴ درجه و ۵۲ دقیقه تا ۳۶ درجه و ۴۸ دقیقه عرض شمالی و ۴۵ درجه ۵۸ دقیقه تا ۴۷ درجه ۳۲ دقیقه طول شرقی نصف‌النهار گرینویچ هستند. براساس آخرین آمار نفوس و مسکن (۱۳۹۵) جمعیت در مناطق مورد مطالعه برابر با ۱۸۰۱۸۰۶ نفر (۳۱۶۲۹۱ خانوار) بوده که از این مقدار ۵۴۷۸۵۰ نفر را مرد و ۵۳۳۹۵۶ نفر را زن تشکیل می‌دهند.



شکل ۲: وضعیت جغرافیایی روستاهای هدف مطالعه نسبت به شهرستان‌ها و استان کردستان

Figure 2: Geographical location of the selected villages

مواد و روش‌ها

تحقیق حاضر از لحاظ هدف، از نوع تحقیقات کاربردی محسوب می‌گردد. از سوی دیگر، با توجه به نحوه‌ی گردآوری داده، این تحقیق در زمره‌ی پژوهش‌های توصیفی (غیرآزمایشی) طبقه‌بندی می‌شود. از میان روش‌های گوناگون پژوهش‌های توصیفی، روش انجام این تحقیق، از نوع پژوهش‌های همبستگی که به‌طور مشخص مبتنی بر مدل معادلات ساختاری است. در این مطالعه برای جمع‌آوری ادبیات موضوع و پیشینه‌ی تحقیق، از مطالعات کتابخانه‌ای و مقالات و تحقیقات مرتبط با موضوع پژوهش و برای بخشی دیگر از اطلاعات مورد نیاز با استفاده از پرسشنامه و به صورت میدانی استفاده شده است. لازم به توضیح است که پرسشنامه محقق ساخته این مطالعه شامل نه بخش بود. بخش اول پرسشنامه به بررسی ویژگی‌های جمعیت شناختی افراد مورد مطالعه، از قبیل سن، جنسیت، میزان تحصیلات و میزان سابقه‌ی ایجاد کسب‌وکار، نوع کارآفرینی و ... پرداخته و در بخش‌های بعدی پرسشنامه نیز به ترتیب انگیزه پیشرفت، اوضاع اقتصادی، تغییر دیدگاه‌های سنتی، بهبود ارتباطات اجتماعی کارآمد، برنامه‌های آموزشی - ترویجی، سیاست‌ها و قوانین حمایتی مطلوب، قابلیت‌های زیرساختی-جغرافیایی منطقه و دسترسی‌پذیری‌های فناورانه مورد بررسی قرار گرفته که به‌صورت کامل در جدول (۲) شاخص‌ها و مولفه‌ها تأثیرگذار بر انگیزه پیشرفت در بین زنان کارآفرین روستایی مورد مطالعه در استان کردستان نشان داده شده است. لازم به توضیح است که در این مطالعه برای طراحی بخش مربوط به متغیر وابسته از پرسشنامه انگیزه پیشرفت هرمنس^۵ (۱۹۷۷) کمک گرفته شده است. روایی ابزار تحقیق با نظرخواهی از کارشناسان و اساتید دانشگاه (روایی صوری) و همچنین، به‌صورت همگرا مورد ارزیابی و تأیید قرار گرفته است. برای سنجش پایایی از ضرایب پایایی ترکیبی (بزرگ‌تر از ۰/۷) و آلفای کرونباخ (بزرگ‌تر از ۰/۷) استفاده شده که در صورت مناسب بودن این ضرایب می‌توان گفت، ابزار پژوهش پایاست. همان‌طور که در جدول (۲) مشاهده می‌شود، وضعیت پایایی ترکیبی و آلفای کرونباخ متغیرهای مورد بررسی در سطح مناسبی بوده و نشان‌دهنده پایایی ابزار مورد تحقیق است. جامعه آماری پژوهش حاضر شامل تمامی زنان کارآفرین ساکن در مناطق روستایی استان کردستان (شهرستان‌های سنندج، مریوان، سقز و بانه به علت داشتن تعداد بیش‌تر زنان کارآفرین روستایی) می‌باشد. در این مطالعه، با استناد به مطالعه (2007) Golrad، زنان کارآفرین کسانی هستند که با قبول خطرات مالی و مسئولیت‌های اجتماعی، اخلاقی و روانی، کسب و کاری را ایجاد کرده و در تلاش هستند با خلاقیت و نوآوری، محصولات کشاورزی یا غیرکشاورزی را در روستا تولید کرده و از این طریق، ضمن کسب درآمد در بازار بر رقبا غلبه نمایند. نمونه مورد مطالعه با توجه به محدودیت‌های موجود (مانند نبود آمار و اطلاعات دقیق در زمینه تعداد زنان کارآفرین در مناطق روستایی استان و یا هر شهرستان)، با استفاده از جدول (2001) Bartlet ۱۰۰ زن (زن کارآفرین) تعیین گردید و با استفاده از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای تصادفی با انتساب متناسب از بین زنان کارآفرین مورد نظر انتخاب و اطلاعات لازمه جمع‌آوری شد. لازم به ذکر است که در این مطالعه از اطلاعات استانداری و سازمان جهاد کشاورزی در زمینه زنان کارآفرین

روستایی استفاده شده است. در پژوهش حاضر برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از دو روش آمار توصیفی (فراوانی، درصد فراوانی، میانگین و انحراف معیار) و آمار استنباطی (تحلیل همبستگی، رگرسیون و مدل معادلات ساختاری) استفاده شده است. در این راستا برای افزایش دقت در تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزارهای مرتبط نظیر SPSS و Smart PLS استفاده شده است.

جدول ۲- مولفه‌های تأثیرگذار بر انگیزه پیشرفت زنان کارآفرین روستایی و پایایی ابزار تحقیق

Table 2- components affecting the development motivation of RWE and the reliability of research tools

| مفاهیم | گویه‌ها | پایایی ترکیبی (Alpha>0.7) | آلفای کرونباخ (Alpha>0.7) | میانگین واریانس (AVE>0.5) |
|---------------------------------------|--|------------------------------|------------------------------|------------------------------|
| انگیزه پیشرفت (A.M) (متغیر وابسته) | انگیزه و اراده قوی جهت انجام فعالیت‌های کارآفرینانه | ۰/۸۵۴ | ۰/۸۰۷ | ۰/۵۹۱ |
| | داشتن حس نیاز به موفقیت و استقلال مالی | | | |
| | اعتماد به نفس در پذیرش مسئولیت و کار | | | |
| | وجود پشتکار در فعالیت کارآفرینانه | | | |
| | توانایی مدیریت صحیح مسائل و مشکلات | | | |
| | اصرار بر حل مسئله (تمایل به تلاش مجدد) | | | |
| | علاقه زیاد به فعالیت کارآفرینانه | | | |
| | آینده‌نگری | | | |
| اوضاع اقتصادی (E) | توجه به ملاک شایستگی | ۰/۷۰۲ | ۰/۷۰۳ | ۰/۴۲۲ |
| | مدیریت مناسب منابع مالی | | | |
| | دسترسی به منابع مالی | | | |
| | دسترسی به تسهیلات بانکی خاص (با بهره پایین، آسانی بازپرداخت) | | | |
| | دسترسی به بازار مناسب برای فروش محصولات، | | | |
| | دسترسی به مشتریان بازارهای جدید، | | | |
| | سهولت شرایط وثیقه و ضامن معتبر برای دسترسی به تسهیلات بانکی | | | |
| | وجود صندوق‌های اعتبارات قرض‌الحسنه روستایی | | | |
| حمایت مالی خانواده | | | | |
| تغییر دیدگاه‌های ستی (C.T) | داشتن الگوی موفق زن کارآفرین در جامعه پیرامونی | ۰/۸۲۲ | ۰/۷۳۱ | ۰/۵۴۳ |
| | مقبولیت اجتماعی زنان کارآفرین و موفق، | | | |
| | فرهنگ‌سازی برای حضور زنان در فعالیت‌های مختلف | | | |
| | تغییر ذهنیت اهالی منطقه | | | |

ادامه جدول ۲- مولفه‌های تأثیرگذار بر انگیزه پیشرفت زنان کارآفرین روستایی و پایایی ابزار تحقیق

Continue Table 2- Components affecting the development motivation of RWE and the reliability of research tools

| میانگین واریانس (AVE>0.5) | آلفای کرونباخ (Alpha>0.7) | پایایی ترکیبی (Alpha>0.7) | گویه‌ها | مفاهیم |
|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---|---|
| | | | تعدیل نگاه‌های نابرابر به جنسیت کارآفرینان | |
| | | | تشویق کارآفرینان زن از سوی اهالی روستا | |
| | | | اعتماد اهالی روستا به کارآفرینی زنان | |
| ۰/۵۷۴ | ۰/۷۲۱ | ۰/۸۱۷ | برگزاری آموزش‌های فنی و حرفه‌ای و مهارت‌آموزی در روستا برگزاری کلاس‌های ترویج کارآفرینی به‌ویژه کارآفرینی مختص زنان تشکیل انجمن‌های ترویج کارآفرینی در نواحی روستایی ترویج و معرفی الگوهای موفق و مزایای فعالیت‌های کارآفرینانه ساخت و ارائه برنامه‌های رادیویی - تلویزیونی و اینترنتی ویژه آموزش مهارت‌های کارآفرینی وجود نیروهای کار ماهر فنی در خانواده (آموزش از طریق آن‌ها) نزدیکی به مراکز صنعت (بازدیدهای آموزشی و کسب تجربه) بهره‌گیری از کارآفرینان مجرب به‌منظور هدایت کارآفرینان نو پا | برنامه‌های آموزشی-ترویجی (E.E) |
| ۰/۵۰۴ | ۰/۷۰۳ | ۰/۷۱۸ | تصویب قوانین و اجرای سیاست‌های حمایت از فعالیت‌های اقتصادی زنان تصویب قوانین و اجرای سیاست‌های حمایت از فعالیت‌های تولید کشاورزی و روستایی، سیاست‌های حمایت از تولید، قوانین دسترسی به زمین و تسهیلات قوانین دستیابی به خدمات پشتیبانی انجمن‌ها و تشکل‌های صنفی حمایت دست اندکاران امور روستایی در صدور و اعطای مجوزها | سیاست‌ها و قوانین حمایتی مطلوب (S.P) |
| ۰/۵۸۵ | ۰/۷۷۷ | ۰/۸۴ | دسترسی به فناوری‌های جدید و به روز دسترسی به اینترنت دسترسی مناسب به متخصصان و مشاوران فنی افزایش مهارت زنان روستایی در استفاده از فناوری‌های موجود در روستا، | دسترسی‌پذیری-های فناورانه (T.A) |
| | | | ایجاد سامانه‌ها و سایت‌های مناسب برای انتشار اطلاعات مربوط به بازار ایجاد تالارهای گفتگو و ارتباط بین کارآفرینان و عوامل بازار | |
| ۰/۶۱۳ | ۰/۷۸۹ | ۰/۸۶۲ | توسعه خدمات مرتبط با جاده ارتباطات و حمل‌ونقل سهولت دسترسی به خدمات آب، برق، سوخت، وجود منابع آب کافی در محل سکونت | قابلیت‌های زیرساختی-جغرافیایی منطقه (I.G) |

ادامه جدول ۲- مولفه‌های تأثیرگذار بر انگیزه پیشرفت زنان کارآفرین روستایی و پایایی ابزار تحقیق

Continue Table 2- Indicators and components affecting the development motivation of RWE and the reliability of research tools

| مفاهیم | گویه‌ها | پایایی ترکیبی (Alpha>0.7) | آلفای کرونباخ (Alpha>0.7) | میانگین واریانس (AVE>0.5) |
|-------------------------------------|--|---------------------------|---------------------------|---------------------------|
| بهبود ارتباطات اجتماعی کارآمد (S.C) | شرایط اقلیمی و توپوگرافی مناسب منطقه | ۰/۷۹ | ۰/۷۰۱ | ۰/۵۸۹ |
| | ترکیب مناسب عوامل محیطی در روستا | | | |
| | افزایش ارتباطات بین زنان روستایی | | | |
| | فراهم شدن زمینه‌های ارتباطی بیش‌تر زنان روستایی با زنان کارآفرین نمونه مطرح منطقه‌ای و کشوری | | | |
| | افزایش ارتباطات بین زنان روستا و زنان روستاهای همجوار | | | |
| | عضویت در گروه‌های ثانویه | | | |

یافته‌ها و بحث

بر اساس نتایج به دست آمده، میانگین سنی افراد مورد مطالعه (۴۷ درصد سرپرست خانوار بودند) برابر با ۳۷/۹۴ سال بوده و اکثریت آن‌ها در رده سنی ۳۵ تا ۴۰ سال قرار دارند. علاوه بر این‌ها، کم‌ترین و بیش‌ترین سن مربوط به پاسخگویان، ۲۷ و ۵۵ سال بود. نتایج بررسی وضعیت تحصیلات افراد مورد مطالعه نشان داد، سطح تحصیلات اکثریت پاسخگویان (۳۶ درصد) در حد دیپلم است. همچنین، ۲۷ درصد کم‌تر از دیپلم، ۳۲ درصد دارای مدرک دیپلم و ۵ درصد از زنان کارآفرین روستایی مورد مطالعه در استان کردستان دارای مدرک دانشگاهی (بالاتر از لیسانس) بودند. همچنین، نتایج نشان داد، ۶۸ درصد از زنان کارآفرین مورد مطالعه حداقل یک مرتبه در زمان قبل از ایجاد کسب‌وکار خود (کارآفرینی مورد نظر) در کلاس‌های آموزشی-ترویجی مرتبط به ایجاد و ادامه کسب‌وکار (از طرف جهاد کشاورزی، فنی و حرفه‌ای، گروه‌های غیردولتی و خیر و ...) شرکت کرده‌اند. از دیگر نتایج این بخش می‌توان به این موضوع اشاره کرده که بیش از ۸۵ درصد از افراد مورد مطالعه عنوان کرده‌اند که قبل از شروع کسب‌وکار مورد نظر حداقل دو نفر از اعضای خانوارشان بیکار بوده‌اند. لازم به توضیح است که زنان مورد مطالعه در زمینه‌های پرورش قارچ، تولید محصولات غذایی و لبنی محلی، دوخت و تولید لباس محلی، پوشاک و کفش محلی کارآفرینی مورد نظر خودشان را اجرایی کرده و دارای کسب‌وکار فعال هستند. همچنین، روستاهای مورد مطالعه اکثراً روستاهایی هستند که در زمینه گردشگری کاملاً فعال بوده و به عبارتی درصد زیادی از محصولات تولیدی در همان منطقه گردشگری به فروش می‌رسد.

مدل‌یابی ساختاری

برای برآورد اعتبار تشخیصی (واگرا) مدل از روش ماتریس فورنل و لارکر استفاده شد. طبق این معیار جذر شاخص AVE، یک متغیر پنهان باید بیش‌تر از همبستگی آن متغیر پنهان با متغیرهای پنهان دیگر باشد این امر

نشانگر آن (seyyed abbas, et al., 2012: 54) است که همبستگی آن متغیر پنهان با مشاهده پذیرهای خود بیش تر از همبستگی اش با دیگر متغیرهای مورد مطالعه است. همان طور که در جدول (۳) مشاهده می شود، براساس نتایج ماتریس فورنل و لارکر، مقادیر جذر AVE، برای تمامی متغیرهای پنهان (ابعاد) که در خانه های موجود در قطر اصلی ماتریس قرار دارند، از مقدار همبستگی میان آن ها که در خانه های زیرین و راست قطر اصلی قرار گرفته اند، بیش تر است؛ بنابراین می توان اذعان نمود که متغیرهای مکنون در مدل حاضر، تعامل بیش تری با مشاهده پذیرهای خود دارند تا با سازه های دیگر، به عبارتی اعتبار و اگرای مدل در حد مناسبی بوده و مورد تأیید می باشد.

جدول ۳- روایی افتراقی متغیرهای مورد مطالعه

Table 3- Discriminant validity of the studied variables

| متغیرها | ۱ | ۲ | ۳ | ۴ | ۵ | ۶ | ۷ | ۸ |
|-------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| انگیزه پیشرفت | ۰/۶۲۵ | | | | | | | |
| اوضاع اقتصادی | ۰/۵۸۱ | ۰/۶۴۹ | | | | | | |
| برنامه های آموزشی-ترویجی | ۰/۵۵۸ | ۰/۵ | ۰/۷۰۹ | | | | | |
| بهبود ارتباطات اجتماعی کارآمد | ۰/۱۶۷ | ۰/۲۹۲ | ۰/۵۵۲ | ۰/۷ | | | | |
| تغییر دیدگاه های سنتی | ۰/۳۰۶ | ۰/۲۷۲ | ۰/۳۶۸ | ۰/۳۹۹ | ۰/۷۳۷ | | | |
| دسترس پذیری های فناورانه | ۰/۶۰۱ | ۰/۵۴۹ | ۰/۶۸۸ | ۰/۴۹۹ | ۰/۵۹۸ | ۰/۷۲۷ | | |
| سیاست ها و قوانین حمایتی مطلوب | ۰/۳۲۹ | ۰/۵۷ | ۰/۶۴۱ | ۰/۳۴۱ | ۰/۳۵۳ | ۰/۵۹۱ | ۰/۶۳۵ | |
| قابلیت های زیرساختی-جغرافیایی منطقه | ۰/۳۹۳ | ۰/۳۸۵ | ۰/۳۵ | ۰/۲۹۹ | ۰/۱۹۵ | ۰/۲۴ | ۰/۲۴۹ | ۰/۷۸۳ |

باتوجه به این که مقدار بار عاملی شاخص ها در مدل ساختاری پژوهش بالاتر از ۰/۷ است (شکل ۳)، لذا مدل اولیه قابل تأیید است. همچنین، آلفای کرونباخ بالاتر از ۰/۷، پایایی ترکیبی بین ۰/۷ و ۰/۹۵، میانگین واریانس بالاتر از ۰/۵ باشد که با توجه به نتایج جدول (۲) و شکل (۳)، تمامی شاخص ها بالاتر از مقدار مورد قبول بوده و در نتیجه پایایی ابزار تحقیق مورد تأیید می باشد.

بخش ساختاری مدل

در بخش ساختاری، ارتباط متغیرهای پنهان با یکدیگر بررسی می شود. در این زمینه بار عاملی بین متغیرها نشان دهنده میزبان ارتباط و بیش تر بودن عدد معناداری دلیل وجود ارتباط معنادار بین متغیرها در سطح اطمینان ۹۵ درصد است. برای بررسی برازش مدل ساختاری پژوهش از چندین معیار استفاده می شود که اولین و اساسی ترین معیار ضرایب معنی داری یا همان مقادیر t است. جدول (۴) نتایج کلی بخش ساختاری مدل را نشان می دهد.

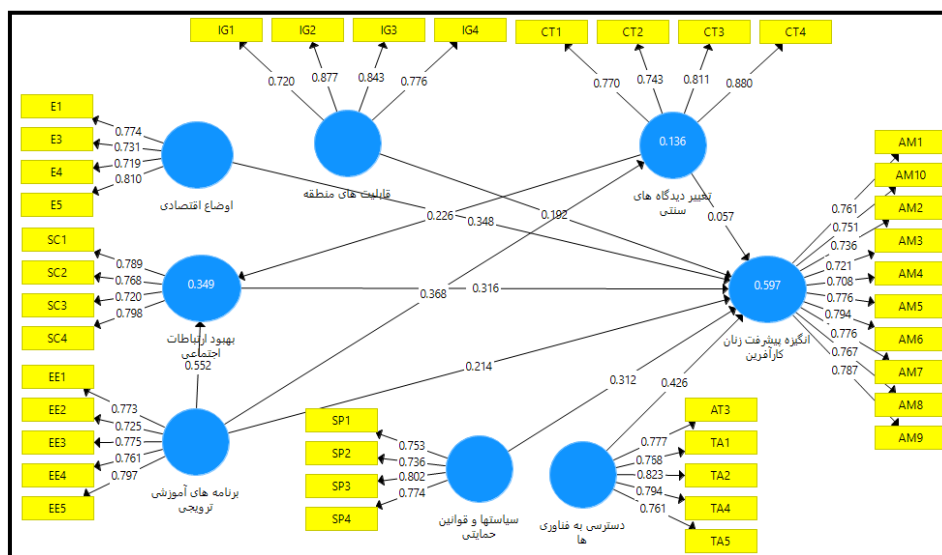
همان‌طور که مشاهده می‌شود در این جدول نتایج مربوط به ارتباط متغیرهای مستقل با متغیر وابسته (انگیزه پیشرفت) و روابط بین متغیرهای مستقل نیز قابل مشاهده است. براساس نتایج جدول (۴)، ارتباط مستقیم بین متغیر دیدگاه سنتی با انگیزه پیشرفت در بین زنان کارآفرین روستایی مورد مطالعه به صورت معنی‌داری مشاهده نشد، اگرچه این متغیر از طریق متغیرهای دیگری مانند متغیر بهبود ارتباطات اجتماعی کارآمد اثرگذار می‌باشد. دسترسی-پذیری‌های فناورانه و انگیزه پیشرفت به میزان $0/426$ است که با توجه به مقدار $t = 3/55$ ، این ارتباط معنی‌دار است.

جدول ۴- نتایج رابطه مستقیم و ضرایب معنی‌داری مدل ساختاری مورد تحقیق

Table 4- Results of direct relationship and significance coefficients of the structural model under study

| مسیر | ضریب مسیر | انحراف معیار | T | sig |
|---|-----------|--------------|-------|-------|
| اوضاع اقتصادی -> انگیزه پیشرفت | 0/348 | 0/083 | 4/2 | 0/000 |
| برنامه‌های آموزشی-ترویجی -> انگیزه پیشرفت | 0/383 | 0/12 | 3/19 | 0/001 |
| بهبود ارتباطات اجتماعی کارآمد -> انگیزه پیشرفت | 0/316 | 0/113 | 2/8 | 0/005 |
| تغییر دیدگاه‌های سنتی -> انگیزه پیشرفت | 0/014 | 0/069 | 0/206 | 0/837 |
| دسترسی‌پذیری‌های فناورانه -> انگیزه پیشرفت | 0/426 | 0/12 | 3/55 | 0/000 |
| سیاست‌ها و قوانین حمایتی مطلوب -> انگیزه پیشرفت | 0/312 | 0/104 | 3/007 | 0/003 |
| قابلیت‌های زیرساختی-جغرافیایی منطقه -> انگیزه پیشرفت | 0/192 | 0/067 | 2/89 | 0/004 |
| برنامه‌های آموزشی-ترویجی -> بهبود ارتباطات اجتماعی کارآمد | 0/469 | 0/092 | 5/1 | 0/000 |
| برنامه‌های آموزشی-ترویجی -> تغییر دیدگاه‌های سنتی | 0/368 | 0/098 | 3/74 | 0/000 |
| تغییر دیدگاه‌های سنتی -> بهبود ارتباطات اجتماعی کارآمد | 0/226 | 0/062 | 3/62 | 0/000 |
| $R^2 = 0/597$ | | | | |

همچنین، ارتباط بین متغیر برنامه‌های آموزشی-ترویجی و انگیزه پیشرفت به میزان $0/383$ و مقدار $t = 3/19$ و ارتباط بین متغیر اوضاع اقتصادی و انگیزه پیشرفت به میزان $0/348$ و مقدار $t = 4/2$ به دست آمده و این نتایج نشان‌دهنده معنی‌داری روابط مورد نظر است. سایر نتایج در جدول (۴) قابل مشاهده است. براساس نتایج به دست آمده، بالاترین ارتباط بین متغیرهای مستقل و وابسته مربوط به متغیر دسترسی‌پذیری‌های فناورانه و انگیزه پیشرفت به میزان $(0/426)$ بوده و ضعیف‌ترین ارتباط کلی در این مدل مربوط به ارتباط دو متغیر قابلیت‌های زیرساختی-جغرافیایی منطقه و انگیزه پیشرفت در بین زنان کارآفرین روستایی مورد مطالعه در استان کردستان $(0/282)$ است. مدل ساختاری مطالعه همراه با ضریب استاندارد بارهای عاملی در شکل (۳) قابل مشاهده است.



شکل ۳: مدل ساختاری مطالعه همراه با ضریب استاندارد بارهای عاملی

Figure 3: Structural model of the study along with the standard coefficient of factor loads

تأثیر آموزش بر انگیزه پیشرفت در بین زنان کارآفرین کشاورزی در مناطق روستایی استان کردستان در این مطالعه، پس از بررسی عوامل تأثیرگذار بر انگیزه پیشرفت در بین زنان کارآفرین روستایی استان کردستان و مشخص شدن میزان تأثیرگذاری هر یک از عوامل مورد نظر، در ادامه به بررسی وضعیت عوامل اصلی این مطالعه در بین زنان کارآفرین شرکت کننده در کلاس‌های آموزشی-ترویجی مربوط به مراحل مختلف کسب‌وکار و زنانی که در این کلاس‌ها (در هیچ کلاس آموزشی) قبل از ایجاد کارآفرینی (کسب‌وکار مورد نظر) مورد نظر شرکت نکرده‌اند، با استفاده از تست MGA پرداخته شده است.

جدول ۵- ضریب مسیر و سطح معنی‌داری MGA در بین زنان روستایی کارآفرین کشاورزی شرکت کننده در کلاس‌های آموزشی و ترویجی

Table 5- Path coefficient and significance level of MGA among rural women entrepreneurs participating in training and extension classes

| مسیر | شرکت در کلاس | عدم شرکت در کلاس | Sig |
|--|--------------|------------------|-------|
| اوضاع اقتصادی -> انگیزه پیشرفت | ۰/۴۵۳ | ۰/۲۶ | ۰/۰۱۵ |
| برنامه‌های آموزشی-ترویجی -> انگیزه پیشرفت | ۰/۲۳۷ | ۰/۳۳۷ | ۰/۲۳۵ |
| بهبود ارتباطات اجتماعی کارآمد -> انگیزه پیشرفت | ۰/۳۹۷ | ۰/۲۹۲ | ۰/۰۴۲ |
| تغییر دیدگاه‌های سنتی -> انگیزه پیشرفت | ۰/۰۴ | ۰/۰۲ | ۰/۵۴۹ |
| دسترسی‌پذیری‌های فناورانه -> انگیزه پیشرفت | ۰/۵۴۷ | ۰/۲۴۲ | ۰/۰۰۸ |
| سیاست‌ها و قوانین حمایتی مطلوب -> انگیزه پیشرفت | ۰/۳۰۳ | ۰/۰۷۲ | ۰/۰۰۱ |
| قابلیت‌های زیرساختی-جغرافیایی منطقه -> انگیزه پیشرفت | ۰/۲۱۸ | ۰/۱۸۷ | ۰/۱۴۷ |

براساس نتایج جدول (۴)، اوضاع اقتصادی، بهبود ارتباطات اجتماعی کارآمد، دسترسی‌پذیری‌های فناورانه و سیاست‌ها و قوانین حمایتی مطلوب به‌عنوان عوامل تأثیرگذار بر انگیزه پیشرفت در بین زنان شرکت‌کننده در کلاس‌های آموزشی - ترویجی مربوط به مراحل مختلف کسب‌وکار متفاوت از گروه دیگر زنان کارآفرین روستایی (عدم شرکت) بوده و این تفاوت در سطح ۹۵ درصد اطمینان معنی‌دار می‌باشد.

برازش کلی مدل تحلیل مسیر

برای تأیید کیفیت مدل تحقیق تعیین برازش مدل کلی پژوهش ضروری است، به عبارتی برای محاسبه کلی تناسب در مدل پی‌ال‌اس می‌توان از روش GOF که در ادامه نشان داده شده است (رابطه ۱)، استفاده نمود. این شاخص (GOF)، مجذور ضرب دو مقدار متوسط مقادیر اشتراکی و متوسط ضرایب تعیین است. مقادیر ۰/۳۶، ۰/۲۵ و ۰/۰۱ به‌ترتیب قوی، متوسط و ضعیف برای مدل مورد نظر توصیف شده‌اند.

$$\text{GOF} = \sqrt{\text{Communality} \times R^2} \quad \text{رابطه (۱)}$$

$$\text{GOF} = \sqrt{0.872 \times 0.36} = 0.512$$

براساس نتایج به‌دست آمده، متوسط مقادیر اشتراکی و ضرایب تعیین به‌ترتیب ۰/۷۲۸ و ۰/۳۶ است. همچنین، مقدار به دست آمده برای تعیین برازش مدل کلی ۰/۵۱۲ بوده که این مقدار بیش‌تر از مقدار ۰/۳۶ بوده و در نتیجه برازش قوی برای مدل پژوهش تأیید می‌شود.

برای ارزیابی مدل ساختاری تحقیق، از ضریب تعیین (R^2) که معیار اصلی ارزیابی مدل ساختاری مورد نظر بوده و نشان‌دهنده میزان واریانس تبیین شده متغیر پنهان درون‌زا (وابسته) توسط متغیرهای برون‌زای (مستقل) دیگر است، استفاده می‌شود. همان‌طور که در جدول (۳) مشاهده می‌شود، ضریب تعیین متغیر پنهان درون‌زا (وابسته) انگیزش پیشرفت در بین زنان کارآفرین روستایی استان کردستان ۰/۵۹۷ بوده و به عبارتی حدود ۶۰ درصد از واریانس متغیر وابسته تبیین شده و این به این معنی است که قدرت توضیحی مدل در سطح مناسب و قابل‌قبولی (Chin, 1998) قرار دارد. از سوی دیگر، معیار سنگی گایسر Q^2 که قدرت پیش‌بینی مدل ساختاری مورد نظر را نشان می‌دهد، برای انگیزش پیشرفت در بین زنان کارآفرین روستایی استان کردستان ۰/۳۴۱ به‌دست آمد و این نتیجه براساس مطالعه Henseler et al (2009)، در سطح مناسب و قابل‌قبولی بوده و نشان‌دهنده قدرت پیش‌بینی مدل در سطح نسبتاً بالایی است.

نتیجه‌گیری

کارآفرینی نقش اصلی در توسعه اقتصادی در سراسر جهان دارد و اگر چه معمولاً به‌عنوان یک فعالیت غالب تحت تأثیر مردان قرار می‌گیرد، ولی امروزه مطالعات اخیر بر اهمیت نقش زنان تأکید می‌کند، به‌طوری که در سال ۲۰۱۰

حدود ۴۲ درصد از کارآفرینان جهان را زنان تشکیل داده (Vita et al., 2014: 451) و انتظار می‌رود یک دهه بعد حداقل بیش از نیمی از کل کارآفرینان دنیا را زنان تشکیل دهند. از طرفی دیگر، صاحب‌نظران مختلفی در مطالعات خود ویژگی‌های مختلفی را برای کارآفرینان به‌طور عام و کارآفرینان روستایی به‌طور خاص برشمرده که یکی از آن ویژگی‌های، می‌توان به انگیزه پیشرفت در میان اقشار جامعه و به‌ویژه در میان زنان اشاره نمود. همچنین، با توجه به خاص بودن این عامل در موفقیت کارآفرینان، در این مطالعه به بررسی عوامل تعیین‌کننده ظهور انگیزه پیشرفت در بین زنان کارآفرین روستایی استان کردستان پرداخته شد. در این مطالعه متغیرهای تعیین‌کننده ظهور انگیزه پیشرفت در بین زنان کارآفرین روستایی (اوضاع اقتصادی، تغییر دیدگاه‌های سنتی، بهبود ارتباطات اجتماعی کارآمد، برنامه‌های آموزشی-ترویجی، سیاست‌ها و قوانین حمایتی مطلوب، قابلیت‌های زیرساختی-جغرافیایی منطقه و دسترسی‌پذیری‌های فناورانه) برای بررسی این موضوع مورد استفاده قرار گرفت و با استفاده از روش مدل ساختاری هدف مورد نظر تحلیل شده است.

در مدل ساختاری این مطالعه، اوضاع اقتصادی، بهبود ارتباطات اجتماعی کارآمد، برنامه‌های آموزشی-ترویجی، سیاست‌ها و قوانین حمایتی مطلوب، قابلیت‌های زیرساختی-جغرافیایی منطقه و دسترسی‌پذیری‌های فناورانه به عنوان تعیین‌کننده ظهور انگیزه پیشرفت در بین زنان کارآفرین روستایی تأیید شد. لازم به ذکر است، نقش دسترسی-پذیری‌های فناورانه بر تعیین‌کننده‌های دیگر برتری داشته و دارای اثری قوی‌تر (۰/۴۲۶) بوده است. این نشان می‌دهد که عامل دسترسی به فناوری‌های نوین مانند اینترنت، علاوه بر این‌که فرد کارآفرین با پیشرفت‌های صورت گرفته در زمینه ایده مورد نظرش آشنا خواهد شد، به راحتی می‌تواند با افراد کارشناس، مشاوران و متخصصان راحت‌تر ارتباط برقرار کرده و مشکلات خود را راحت‌تر و سریع‌تر برطرف نموده، اطلاعات مورد نظر را به سرعت انتقال دهند. نتیجه به‌دست آمده با نتایج مطالعات (2005) Golrad و (2013) Dehghani & Jamini، (2014) Hoseinia et al و (2008) Roomi & Parrott مطابقت دارد. عوامل دیگری که در زمینه دسترسی‌پذیری‌های فناورانه قابل توجه است، ایجاد سامانه‌ها و سایت‌های مناسب برای انتشار اطلاعات مربوط به بازار است. به عبارتی در صورتی که این عامل به درستی مورد توجه قرار گیرد، کارآفرینان به راحتی علاوه بر این‌که از وضعیت بازار و تقاضای محصولات مختلف مطلع خواهند شد، در زمینه تبلیغات برای محصول خود نیز می‌توانند فعالیت نمایند و در نهایت شاهد ظهور و افزایش انگیزه پیشرفت بود؛ بنابراین، پیشنهاد می‌شود، دولت و مسئولان مناطق روستایی استان با جدیت بیشتری به ایجاد خطوط اینترنت در مناطق مورد نظر نمایند.

ساخت و ارائه برنامه‌های رادیویی-تلویزیونی و اینترنتی ویژه آموزش مهارت‌های کارآفرینی، تشکیل انجمن‌های ترویج کارآفرینی در نواحی روستایی و برگزاری آموزش‌های فنی و حرفه‌ای و مهارت‌آموزی در روستا از مواردی مهم در زمینه عامل برنامه‌های آموزشی-ترویجی موثر بر ایجاد انگیزه پیشرفت در بین زنان کارآفرین روستایی مورد مطالعه می‌باشد. به عبارتی از طریق این عوامل می‌توان شاهد مهارت‌پروری و تخصص‌تر شدن مهارت در بین افراد جامعه بود. افراد مورد مطالعه عنوان کرده‌اند که در صورت اجرای کلاس‌های آموزشی در زمینه بخش‌های مختلف

کارآفرینی (مهارت پروری، ایده پروری، بازاریابی، فروش، روانشناسی کار و ...) بسیاری از مشکلات آن‌ها برطرف شده و به عبارتی زمینه حمایت از افراد مورد نظر فراهم خواهد شد و در نتیجه انگیزه آن‌ها برای ادامه کار و توسعه آن بیش‌تر خواهد شد. نتیجه به‌دست آمده با نتایج مطالعات (2011) Nahvi & Kohansal، Malek Saedi Qasr al-، Dashti et al. (2017)، Eshghi & Ghanipour (2008) و Roomi & Parrott (2008) و Folmer et al (2010) مطابقت دارد. براساس نتیجه به‌دست آمده پیشنهاد می‌شود، مروجان، کارشناسان، مسئولان و متخصصانی که در نهادها و سازمان‌هایی که مسئول آموزش زمینه‌های مختلف در مناطق روستایی هستند، ارتباط خود را با روستاییان و به‌ویژه زنان کارآفرین افزایش داده و زمینه حمایت آن‌ها افزایش یابد. همچنین، مسئولان مربوطه می‌توانند با نظرسنجی از زنان کارآفرین روستایی در مناطق مورد مطالعه، اولویت‌های کلاس‌های ترویجی-آموزشی از نظر آن‌ها را تعیین و اجرا نمایند.

عامل تعیین‌کننده دیگری که در این مطالعه ارتباط آن با انگیزه پیشرفت زنان کارآفرین روستایی مورد مطالعه توسط مدل ساختاری مورد تأیید قرار گرفت، اوضاع اقتصادی بود. در این زمینه می‌توان به مواد مهمی از قبیل سهولت شرایط وثیقه و ضامن معتبر برای دسترسی به تسهیلات بانکی، دسترسی به بازار مناسب برای فروش محصولات و دسترسی به منابع مالی برای کسب‌وکار مورد نظر اشاره نمود. در این زمینه می‌توان گفت یکی از مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار بر ایجاد و توسعه هر کسب‌وکار جدیدی عامل مالی و سپس تسهیلاتی مالی (وام) که در آن زمینه می‌توان دریافت نمود، می‌باشد. نحوه دسترسی به این موارد تأثیر بسزایی در انگیزه شروع، ایجاد و توسعه کسب‌وکار مورد نظر زنان کارآفرین روستایی و به عبارتی در انگیزه پیشرفت آن‌ها خواهد داشت. این نتیجه با نتایج مطالعه Nahvi & Kohansal (2011)، Eskandari et al (2017)، Barghi & zolfaghari (2018) و Roomi & Parrott (2008) و Folmer et al (2010) مطابقت دارد. لذا در این زمینه در جهت ظهور و افزایش انگیزه پیشرفت در بین زنان کارآفرین روستایی مناطق مورد مطالعه پیشنهاد می‌شود، تسهیلات ویژه و خاصی برای زنان کارآفرین در جهت ایجاد و توسعه کسب‌وکار در نظر گرفته شود. همچنین، با مشخص نمودن بازار فروش محصولات تولیدی کسب‌وکار افراد مورد نظر و حذف واسطه‌ها و دلال‌ها و کسب سود واقعی توسط کارآفرینان مورد نظر می‌توان شاهد افزایش چندبرابری انگیزه افراد مورد نظر بود.

References

- Akbari, B., (2007), "Validity of motivation questionnaire of Heremence on students of high school in Guilan Providence", *Knowledge Research Education Science*, 1 (16):73-96. [In Persian].
- Arasti Z, Akbari Joukar M. R., (2008), "Management Strategies and view of Iranian women entrepreneurs to success", *Modarres human Science*, 12 (1): 37-60. [In Persian].
- Barghi, H., Zolfaghari, A. A., (2018), "Explaining the status of entrepreneurship indicators and its forecast in rural settlements of Ravansar city", *Geographical Research Quarterly*, 33 (51): 223-209. [In Persian].
- Bartlett, J., Kotrlik, J., Higgins, C., (2001), "Organizational research: Determining appropriation sample size in survey research", *Information Technology, Learning, and Performance Journal*, 1 (19): 43-50.
- Bergmann Lichtenstein, B. M., Brush, C. G., (2001), "How do resource bundles" develop and change in new ventures? A dynamic model and longitudinal exploration", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 25 (1): 37-58.
- Chin, W. W., (1998), "Issues and opinion on structural equation modeling", *MIS Quarterly*, 22 (1): 7-16.
- Chowdhury, M. S., (2007), "Overcoming Entrepreneurship Development Constraints, the Case of Bangladesh", *Journal of Enterprising Communities People and Places in the Global Economy*, 1 (3): 240-251.
- Collins, C. J., Hanges, P. J., Locke, E. A., (2004), "The relationship of achievement motivation to entrepreneurial behavior: A meta-analysis", *Human Performance*, 17 (1), 95-117.
- Cronies, S., (2006), "Understanding enterprise, entrepreneurship and small business, Macmillan", *Basingstoke*, 5: 243-246.
- Dehghani, A., Jamini D., (2017), "Assessment of entrepreneurship indicators, Determinants and its Strategies for development in rural settlements (Case study: Javanrood Township)", *Geographical Space*, 60 (17): 247-265. [In Persian].
- Díaz-García, M., Jiménez-Moreno, J., (2010), "Entrepreneurial intention: The role of gender". *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6: 261- 283.
- Eshghi Iraqi, M., Ghanipour, F., (2017), "Entrepreneurial self-efficacy and lifestyle; Strategy for Realizing Entrepreneurial Intent (Case Study: Jihad University of Applied Sciences, Markazi Province)", *Quarterly Journal of Innovation and Value Creation*, 6 (11): 75-92. [In Persian].
- Eskandari, M., Taghdisi, A., Ghanbari, Y., (2019), "Assessing The Rural Community from the Entrepreneurship Indicators and Presentation the Empirical Model of its Determinants with Structural Equation Modeling Approach (Case study: Boyerahmad County)", *Geographical Space*, 68 (19): 111-132. [In Persian].
- Falah Jalodar, R., Faraj Hosseini, S. J., Hosseini, S. M., Mirdamadi, M., (2007). "Factors affecting the entrepreneurial success of rural women in the north of the country", *Rural and Development Quarterly*, 10 (4): 87-115. [In Persian].
- Folmer, H., Dutta, S., Oud, H., (2010), "Determinants of Rural Industrial Entrepreneurship of Farmers in West Bengal: A Structural Equations Approach", *International Regional Science Review*, 33 (4): 367-396.
- Gem, A. N., (2003), "Entrepreneurship", *Hoover institution and Graduate School of business*, Stanford University.

- Golrad, P., (2007), "Characteristics, motivations and goals and encouraging Iranian women in business development", *Quarterly Journal of Business Research*, 44 (1): 264-295. [In Persian].
- Golrad, P., (2007), "Factors influencing the development of Iranian women entrepreneurship", *Jornal of Women's Research*, 3 (1): 101-123. [In Persian].
- Golestani, S. H., Prosperous, V., Qolizadeh, A., Rajaian, M. H., Ehtamashi, T., (2010), "Factors affecting the development of female and female student entrepreneurship", *Lean Entrepreneur*, 1 (12): 61-65. [In Persian].
- Henseler, J., Ringle, C. M., Sinkovics, R. R., (2009), "The use of partial least squares path modeling in international marketing", *Advances in International Marketing*, 20: 277-320.
- Heydari, H., Madani, D., Rostami, M., (2013), "The Study of the Relationships Between Achievement Motive, Innovation, Ambiguity Tolerance, Self-Efficacy, Self-Esteem, and Self-Actualization, with the Orientation of Entrepreneurship in the Islamic Azad University of Khomein Students", *Social and Behavioral Sciences*, 84: 820-826. [In Persian].
- Heydari Mokarar, H., Mohebbi, Z., (2012), "Investigating the factors affecting the development of entrepreneurship in rural areas", *National Conference on Entrepreneurship and Management of Knowledge-Based Businesses*, Taroud Shomal Research Company. [In Persian].
- Hoseinia, G. H., Yaghoubi Farani, A., Seydin S. R., (2014), "Assessing the factors affecting the performance of women entrepreneurial businesses in the villages of Miyaneh city". *Women in Development and Politics*, 12 (4): 545-558. [In Persian].
- Malek Saeedi Qasr al-Dashti, Hamideh; Bakhshi Jahromi, Arman and Forouzani, Masoumeh (2013), "Factors Affecting the Development Motivation of Rural Female Entrepreneurs: A Case Study of Marvdasht", *Agricultural Extension and Education Sciences*, 4 (1): 152-141. [In Persian].
- Jamini, D., Jamshidi, A., Kamasi, H., Ataei, H., (2015), "Analysis of Barriers to Women's Entrepreneurship Development in Rural Areas Case: Chardavol County Villages", *Economy and Rural Development Space*, 4 (4): 36-45. [In Persian].
- Jamshidi, A., Gemini, D., Nazari Sarmazeh, H., (2013), "Investigating the factors promoting and inhibiting the development of rural women entrepreneurship", *Women and Society Quarterly*, 4 (2): 137-166. [In Persian].
- Ismaila, I., Rahimb Abdul., Mohd Kamal, M. H., Matd, R. C., Husine, N., (2015). "Investigating the Needs for Achievement, Risk Taking and Tolerance for Ambiguity toward Entrepreneurial Passion among Single Mother Entrepreneur in Malaysia". *Procedia Economics and Finance*, 31: 110-116.
- Kiggundu, M. N., (2002), "Entrepreneurs and entrepreneurship in Africa: What is known and what needs to be done", *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 7: 239-258.
- Lotfi Azimi, A., Abbasi, M., Mahmoudian, H., Jamali, E., Rezvanifar, S., (2015). "Investigating the relationship between achievement motivation, innovation, ambiguity tolerance, self-efficacy, self-esteem and self-fulfillment with entrepreneurial orientation in university students", *Quarterly Journal of Innovation and Value Creation*, 5 (9): 148-137. [In Persian].
- Lerner, M., Haber, S., (2000), "Performance factors of small tourism ventures: The interface of tourism, entrepreneurship and the environment", *Journal of Business Venturing*, 16: 77-81.

- Mahmood, B., Khalid, S., Muhammad, M. M., Babak, I., (2012), "Exploring the motivation and barriers in way of Pakistani female entrepreneurs", *British Journal of Education, Society & Behavioural Science*, 2 (4): 353-368.
- Markman, G. D., Baron, R. A., (2003), "Person-entrepreneurship fit: why some people are more successful as entrepreneurs than others", *Human Resource Management*.
- Markman, G., Balkin, D., Baron, R., (2002), "Inventors and new venture formation: The effects of general self-efficacy and regretful thinking", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27 (2): 149-166.
- McClelland, D. C., (1961), "The Achieving Society", *Princeton*, N. J: D. Van Nostrand.
- McClelland, D. C., (1965), "Toward a theory of motive acquisition". *American Psychologist*, 20: 321-333.
- Nawaz, F., (2009), "Critical Factors of Women Entrepreneurship Development in Rural Bangladesh", U.S.A: *Bangladesh Development Research Center* (BDRC).
- Nahvi, A. D., Kohansal, M. R., (1390), "Factors Affecting the Progress of Women Entrepreneurs (Case Study: Mazandaran Province)", *Women and Family Studies*, 3 (11): 95-111. [In Persian].
- Parvin, L., Rahman, M. W., Jia, J., (2012), "Determinates of women micro-entrepreneurship development: An empirical investigation in rural Bangladesh", *International Journal of Economics and Finance*, 4 (5): 254-260.
- Rabideau, S. T., (2005), "Effects of achievement motivation on behavior. Rochester Institute of Technology", at: <http://www.personalityresearch.org/papers/rabideau.html>.
- Rametsteiner, E., Hansen, E., Niskanen, A., (2006), "Introduction to the special issue on innovation and entrepreneurship in the forest sector", *Forest Policy and Economics*, 8: 669-673.
- Seyed Abbaszadeh, M. M., Amani Sari Begloo, J., Khezri Azar, H., Pashvi, Q., (2012), "Introduction to structural equation modeling by PLS method and its application in behavioral sciences with the introduction of Smart PLS", *Urmia University Press*, Visual PLS and PLS-Graph software, Urmia. [In Persian].
- Shahrarai, M., (2006), "Motivation for Progress in Women: A Study of Research in the Last Half Century", *Journal of Social Sciences and Humanities*, Shiraz University, 11 (1): 123-142. [In Persian].
- Saberian, M., Sabouri, M. S., (2014), "Factor analysis of effective factors on the development of rural women entrepreneurship, members of Semnan micro-funds". *Iranian Journal of Social Development Studies*, 6 (4): 107-115. [In Persian].
- Roomi, M. A., Parrott, G., (2008), "Barriers to Development and Progression of women Entrepreneurs in Pakistan", *Journal of Entrepreneurship*, 17 (1): 59-72.
- Russel, S., Kerry, A., (2008), "Dose School Choice Increase the Rate of Youth Entrepreneurship?", *Economic of Education Review*, 27: 429-438.
- Sen, P. (2007), "Asoka's Big Idea, Transforming the World through Social Entrepreneurship", *Futures*, 39 (5): 534-539.
- Sidhu, K., Kaur, S., (2006), "Development of Entrepreneurship among Rural women". *Journal of social science*, 13 (2): 147-149.
- Urbano, D., Toledano, N., Soriano, D., (2010), "Analyzing Social Entrepreneurship from an Institutional Perspective Evidence from Spain", *Journal of Social Entrepreneurship*, 1 (1): 54-69.
- Vita, L. D., Mari, M., Poggesi, S., (2014), "Women entrepreneurs in and from developing countries: Evidences from the literature", *European Management Journal*, 32 (3): 451-460.

- Welsh, D. H. B., Kaciak, E., Shamah, R., (2018), "Determinants of women entrepreneurs' firm performance in a hostile environment", *Journal of Business Research*, 88: 481-191.
- Yaghoubi Farani, A., Movahedi, R., (1391), "Investigating the barriers and limitations of entrepreneurship development of rural women in Iran", *Work and Society Monthly*, 1 (142): 38-50. [In Persian].
- Zhao, H., Seibert, S., Hills, G., (2005), "The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions", *Journal of Applied Psychology*, 90 (6): 1265-1272.