



"مقاله پژوهشی"

توسعه مدل فعالیت‌های کارآفرینانه زنان روستایی مبتنی بر دیدگاه صاحب‌نظران آموزشی

سیروس منصوری^۱ و طاهره بقایی اردکانی^۲

۱- استادیار گروه علوم تربیتی، دانشگاه اراک، اراک ایران (نویسنده مسئول: Smansoori06@gmail.com)

۲- دانشجوی کارشناسی ارشد علوم تربیتی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اردکان، یزد، ایران

تاریخ دریافت: ۹۹/۱۲/۲۰ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۳/۷

صفحه: ۱۰۰ تا ۱۱۰

چکیده

پژوهش حاضر، با هدف تدوین مدل فعالیت‌های کارآفرینانه زنان روستایی مبتنی بر دیدگاه صاحب‌نظران آموزشی با رویکرد مدل‌سازی ساختاری تفسیری انجام گرفت. پژوهش حاضر یک مطالعه توصیفی-پیمایشی و از لحاظ هدف از نوع پژوهش‌های کاربردی است. جامعه آماری پژوهش حاضر، خبرگان آشنا به حوزه کارآفرینی از جمله اعضای هیأت علمی و کارآفرینان روستایی بودند که ۲۵ نفر از بین آنها به‌عنوان نمونه و به‌شبهه نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند. ابتدا با بررسی ادبیات پژوهش، عوامل مؤثر بر فعالیت‌های کارآفرینی زنان روستایی، استخراج و براساس نظر خبرگان ۱۰ عامل به‌عنوان عوامل نهایی شناسایی شدند، سپس به‌منظور مشخص‌نمودن تأثیر علت و معلولی عوامل مستخرج، از پرسشنامه‌ی محقق‌ساخته‌ای که بر اساس مدل‌سازی ساختاری تفسیری طراحی شده بود، استفاده گردید. به‌منظور تجزیه و تحلیل‌ها، رویکرد مدل‌سازی ساختاری تفسیری و ارائه مدل عوامل مؤثر بر فعالیت‌های کارآفرینی زنان روستایی از تکنیک مدل‌سازی ساختاری تفسیری استفاده شد. یافته‌های پژوهش نشان داد از بین این ۱۰ عامل شناسایی‌شده، ویژگی‌های شخصیتی و تجربه‌ی کاری، سرمایه‌ی روانشناختی، تفکر خلاق و توانمندسازی در سطح اول و روبنایی‌ترین سطح مدل قرار گرفتند. تفاوت‌های جنسیتی، عوامل نهادی-سازمانی و عوامل اقتصادی نیز در سطح دوم قرار گرفتند. فضای فرهنگی-اجتماعی روستایی در سطح سوم مدل سطح‌بندی تعیین شد. همچنین، آموزش مهارت‌های کارآفرینی به‌عنوان مؤثرترین عامل در فعالیت‌های کارآفرینی زنان روستایی در سطح چهارم مدل و به‌عنوان زیربنایی‌ترین سطح به حساب می‌آید. براساس یافته‌های پژوهش، پیشنهاد می‌شود با توجه به الگوی سطح‌بندی ارائه‌شده در این پژوهش، روند و ترتیب اقدامات صورت‌گرفته مرتبط با گسترش فعالیت‌های کارآفرینی زنان روستایی انجام شود. همچنین، از آنجایی که اغلب عوامل بنیادی اثرگذار بر فعالیت کارآفرینی زنان به آموزش، توانمندسازی و جو اجتماعی روستایی بر می‌گردد، آموزش و فرهنگ‌سازی و اصلاح نگرش‌های جنسیتی ضرورت می‌یابد.

واژه‌های کلیدی: آموزش کارآفرینی زنان، فعالیت‌های روستایی، کارآفرینی، مدل‌سازی ساختاری-تفسیری

مقدمه

با در نظر گرفتن تغییرات سریع صورت‌گرفته در جوامع، کارآفرینی به‌عنوان یک متغیر چندبعدی با ایجاد تحول از طریق نوآوری، اشتغال، اصلاح فرآیندهای موجود و همچنین، به‌عنوان عاملی کلیدی در توسعه و رشد اقتصادی، به‌صورت جدی مورد توجه است (۲۰). کارآفرینی به‌عنوان فرآیندی که در آن فرد با ایده‌هایی جدید و خلاقانه به شناسایی فرصت‌های تازه پرداخته و با استفاده بهینه از منابع موجود، به ایجاد پیشه و کار مبادرت ورزیده و از طریق آن سازمان‌های نو، شرکت‌های جدید و نوآور ایجاد می‌کند، می‌تواند به‌عنوان موتور محرکه‌ی جوامع در حال توسعه قلمداد شده و شاخص‌های اقتصادی-اجتماعی را بهبود بخشد (۳۰).

گرچه کارآفرینی ابعاد گسترده‌ای را در بر می‌گیرد اما یکی از ابعاد مهم آن، کارآفرینی روستایی است (۱۹). به‌طوری‌که امروزه در نظریه‌های جدید توسعه‌ی روستایی از کارآفرینی روستایی به‌عنوان راهکاری مناسب برای توانمندسازی و ظرفیت‌سازی در مناطق روستایی در جهت تغییر الگوی زندگی کنونی، کاهش شکاف شهر و روستا، ایجاد برابری اقتصادی، اجتماعی، محیطی و نهادی یاد می‌شود (۴۹). اهمیت این موضوع از این بابت است که رشد و توسعه نواحی روستایی با توجه به نقش آنها در فرآیند توسعه ملی به‌ویژه در زمینه

تأمین مواد غذایی، از اهمیت بیشتری برخوردار است (۳۷). به‌همین سبب، متخصصان کارآفرینی نسبت به توسعه روستایی و رفع مسائل موجود در روستاها اقدام به پژوهش‌های زیادی در این زمینه کرده‌اند (۲۳).

از طرفی، در تئوری‌های توسعه پایدار روستایی نیز، بر افزایش مشارکت و ایجاد فرصت‌های برابر به‌خصوص برای زنان روستایی، بسیار تأکید شده است (۴۳). در واقع از آنجایی که بخش عمده‌ای از جمعیت کشور را زنان تشکیل می‌دهند و برای توسعه پایدار به مشارکت همه‌جانبه جمعیت نیاز است، در نظریه‌های توسعه‌ی روستایی بر مشارکت بیشتر زنان و ایجاد فرصت‌های برابر برای زنان تأکید ویژه‌ای شده است؛ چرا که به‌طور خاص زنان در بخش اقتصاد روستایی، سهم عظیمی از کل نیروی انسانی مورد نیاز بخش کشاورزی را تأمین می‌کنند (۲۲) و در نتیجه، نقش زنان روستایی در تحقق اهداف توسعه روستایی، نقشی انکارناپذیر است (۷). زنان روستایی به‌عنوان یکی از عوامل مهم در اقتصاد روستایی، سهم عظیمی از کل نیروی انسانی مورد نیاز در بخش‌های مختلف خدمات روستایی از جمله کشاورزی، دامداری و صنایع دستی در سطح جهان را شامل می‌شوند (۴۹). آنها نیرویی برای ایجاد تحول و منبعی بالقوه برای پیش‌برد اقتصاد روستایی و افزایش هرچه بیشتر نرخ رشد تولید مواد غذایی هستند (۴۳). در برنامه‌های

که عوامل فردی، فرهنگی-اجتماعی، نهادی، اقتصادی و آموزشی از اصلی‌ترین عوامل مؤثر بر کارآفرینی روستایی به حساب می‌آید (۱۹). نتایج پژوهش حسینی و همکاران نشان داد که اصلی‌ترین عوامل موفقیت در کارآفرینی زنان روستایی شامل عوامل فردی، خانوادگی، اقتصادی- مالی، اجتماعی- فرهنگی و سیاسی-قانونی است (۱۸). اکبری و همکاران، نشان دادند که تفاوت‌های جنسیتی یکی از عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان می‌باشد (۱). برخی پژوهش‌ها از جمله پژوهش حیدری ساربان و مجنونی‌توتاخانه، نیز نشان داد که سرمایه روان‌شناختی نقش مهمی بر کارآفرینی روستاییان دارد (۱۷).

با این حال بررسی پیشینه پژوهش نشان‌داد که عمده پژوهش‌های انجام شده در خصوص عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان روستایی، عوامل را بدون سطح‌بندی و تعیین میزان تأثیر و تأثر آنها بر همدیگر مورد بررسی قرار دادند و تاکنون پژوهشی که به سطح‌بندی این عوامل بپردازد، مورد توجه قرار نگرفته است. حال آن‌که با شناسایی و سطح‌بندی این عوامل می‌توان بر اساس اولویت‌های بدست‌آمده در خصوص این عوامل تصمیم گرفت. در واقع، در پژوهش‌های موجود مشخص نگردیده که به‌منظور انجام یک مداخله مناسب، این مداخله از چه نقطه‌ای باید آغاز گردد، بر چه عواملی باید بیشتر تأکید شود و ترتیب ارائه این مطالب باید چگونه باشد. بر این اساس در این مطالعه، ابتدا به‌شناسایی عوامل مؤثر و اساسی پرداخته شد و سپس روابط بین این عوامل و راه دستیابی به پیشرفت توسط این عوامل ارائه گردید. از طرف دیگر به‌دلیل شرایط اقلیمی خاص استان یزد، لزوم کارآفرینی در روستاهای آن را دو چندان حائز اهمیت می‌کند چرا که چنین کاری منجر به جلوگیری از مهاجرت و کوچ بی‌رویه آنها به شهرها را فراهم می‌کند. علاوه بر وضعیت اقلیمی استان یزد، روستاهای استان یزد با توجه به تنوع آب و هوایی و محیط‌زیستی و وجود مناطق کویری و کوهستانی با انواع محصولات کشاورزی منحصربه‌فرد، گیاهان دارویی، صنایع دستی و ایستگاه‌های محیط‌زیستی قابلیت‌های بی‌شماری برای کارآفرینی، به‌خصوص کارآفرینی کشاورزی دارند (۱۳). از این‌رو این پژوهش، درصدد یافتن پاسخ این سوال است که عوامل و مؤلفه‌های مؤثر فعالیت‌های کارآفرینی زنان روستایی کدامند؟ و این عوامل بر اساس مدل معادلات ساختاری و تفسیری، از نظر اهمیت و اولویت دارای چه سطح‌بندی هستند؟

مواد و روش‌ها

روش پژوهش حاضر مطالعه موردی به‌منظور مدل‌سازی ساختاری تفسیری است. روش مدل‌سازی ساختاری تفسیری با تجزیه معیارها در چند سطح مختلف به‌تحلیل ارتباط بین شاخص‌ها می‌پردازد. مدل ساختاری تفسیری قادر است ارتباط بین شاخص‌ها که به‌صورت تکی یا گروهی به‌یکدیگر وابسته‌اند، را تعیین نماید (۱۲). جامعه‌ی آماری پژوهش، خبرگان آشنا به‌مسائل کارآفرینی از جمله اعضای هیأت علمی دانشگاه‌های استان یزد، شامل دانشگاه یزد، دانشگاه اردکان و دانشگاه آزاد اسلامی و همچنین کارآفرینان بودند. معیار ورود

توسعه تلاش می‌شود تا افزون بر این‌که مشارکت زنان در بازار کار افزایش یابد، شرایط لازم برای توسعه و کارآفرینی زنان نیز فراهم شود تا زنان با پدیدآوردن کسب و کار و فرصت‌های شغلی برای خود و دیگران، بتوانند مشکل کنونی جامعه را پایان بخشند (۵۲). به‌همین دلیل، حضور زنان در بازار کار و مشارکت آنها در فعالیت‌های اقتصادی- اجتماعی، به‌یک‌ی از شناسه‌های مهم توسعه انسانی تبدیل شده است؛ زیرا فعالیت‌های اقتصادی زنان، پیوندی مستقیم با فقر و رفاه اجتماعی دارد (۳۶). بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه بر این مسأله توافق دارند که توجه به‌مسأله کارآفرینی زنان روستایی، یکی از عواملی است که می‌تواند به‌بهبود تولید و بهره‌وری منجر شود (۴۹). در سال‌های اخیر در ایران نیز در زمینه توسعه و ترویج کارآفرینی زنان روستایی اقداماتی با هدف توانمندسازی زنان روستایی و عشایری، ایجاد مهارت‌های لازم برای راه‌اندازی کسب‌وکارهای موفق، ایجاد فرصت‌های جدید برای زنان روستایی، افزایش درآمد و سرمایه‌ی آنها و کمک به‌خودکفایی و استقلال آنان انجام شده است (۴۹).

کارآفرینی زنان روستایی ضمن افزایش درآمد خانواده می‌تواند منجر به‌کاهش مهاجرت، افزایش ضریب اشتغال و پیامدهای اجتماعی دیگر از جمله استقلال زنان و روحیه‌ی بالا گردد (۵۲). توسعه‌ی کسب‌وکارهای کوچک زنان روستایی در ایران بی‌تردید می‌تواند میزان بیکاری را کاهش دهد و از هزینه‌هایی که دولت صرف ایجاد شغل می‌کند، بکاهد. کارآفرینی زنان روستایی همچنین، نقش برجسته‌ای در سلامت اقتصاد کشور دارد (۴۸). بنابراین، کارآفرینی زنان روستایی ابزاری مهم برای رسیدن به توسعه‌ی پایدار به‌شمار می‌رود (۴۳). در واقع، اشتغال و ارتقای کارآفرینی زنان روستایی واقعیتی مهم و راهکاری مؤثر است که پیامدهای آن در بلندمدت دیده می‌شود؛ بدین صورت که اشتغال و درآمدزایی در بین زنان روستایی باعث ایفای نقش مؤثر آنان در سایر عرصه‌های زندگی می‌شود. این موضوع از آنجایی که در مناطق روستایی، نقش زنان در فعالیت‌های اقتصادی اجتماعی و فعالیت‌های درون‌منزل، گاهی به‌مراتب بیشتر از مردان است، می‌تواند موجب رونق اقتصادی جامعه گردد (۱۸). با این وجود، تقویت فعالیت‌های کارآفرینی زنان روستایی بدون شناسایی و تمرکز بر بهبود عوامل مؤثر بر آن، امری غیرممکن به‌نظر می‌رسد. مطالعات مختلف نشان می‌دهد که عواملی همچون ویژگی‌های شخصیتی (۴۹، ۵۱، ۱۹)؛ تفاوت‌های جنسیتی (۱۰، ۴۴، ۴۶)؛ تجربه‌ی کاری (۱، ۴۴، ۴۶)؛ عوامل نهادی-سازمانی (۲۴، ۱۹، ۵۱، ۹)؛ فضای فرهنگی- اجتماعی روستایی (۵۱)؛ ۴۹؛ ۱۹؛ ۱۸)؛ عوامل اقتصادی (۱۸، ۴۹، ۹)؛ سرمایه‌ی روانشناختی (۲۶، ۵، ۴۲، ۱۷)؛ آموزش کارآفرینانه (۳۴، ۱۹، ۵۱، ۹، ۱۹)؛ تفکر خلاق (۱۱، ۲۵، ۵۱) و توانمندسازی (۱۰، ۹) از جمله عواملی است که پژوهشگران به‌آن اشاره کردند. به‌عنوان مثال یعقوبی‌فرانی، سلیمانی و موحدی نشان دادند که ویژگی‌های شخصیتی، وضعیت اقتصادی و شرایط اجتماعی- فرهنگی زنان با کارآفرینی آنها رابطه دارد (۴۹). نتایج پژوهش حسینی‌نیا و فلاحی، نشان داد

از قلم افتاده جایگزین شوند. در مرحله چهارم، سطح و اولویت متغیرها تعیین می‌شود؛ پس از تعیین مجموعه‌ی دستیابی^۷ و مجموعه‌ی پیش‌نیاز^۸ برای هر عامل و تعیین مجموعه‌ی مشترک^۹، سطح‌بندی عوامل انجام می‌شود. مجموعه‌ی دستیابی، مجموعه‌ای است که در آن سطرها به‌صورت ۱ ظاهر شده باشند و مجموعه‌ی پیش‌نیاز، مجموعه‌ای است که در آن ستون‌ها به‌صورت ۱ ظاهر شده باشند. با به‌دست‌آوردن اشتراک این دو مجموعه، مجموعه‌ی مشترک بدست خواهد آمد. اگر عوامل مجموعه‌ی اشتراک با مجموعه‌ی دستیابی یکسان باشد، سطح اول اولویت را به خود اختصاص می‌دهد. با حذف این عوامل و تکرار این مرحله برای سایر عوامل، سطح تمام عوامل تعیین می‌شود. در مرحله پنجم، مدل ساختاری تفسیری ترسیم می‌شود؛ در واقع بر اساس سطوح تعیین شده و ماتریس دستیابی نهایی، مدل ترسیم می‌شود. در نهایت در مرحله شش، تجزیه و تحلیل قدرت نفوذ - وابستگی^{۱۰} مشخص می‌شود؛ جمع سطری مقادیر در ماتریس دستیابی نهایی برای هر عنصر بیانگر میزان نفوذ و جمع ستونی نشان‌گر میزان وابستگی است (۱۲).

نتایج و بحث

به‌منظور شناخت عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان به روش مرور نظام‌مند، ادبیات تحقیق مورد بررسی قرار گرفت و با احصاء عوامل مؤثر از طریق ادبیات پژوهش و کنارهم‌نهادن این عوامل، عوامل نهایی تعیین شدند که در جدول ۱ ارائه شد.

نمونه در بخش اعضای هیأت علمی، انجام حداقل یک پژوهش در حوزه‌ی کارآفرینی و برای کارآفرینان نیز تجربه‌ی موفق کارآفرینی در استان یزد بوده است. روش نمونه‌گیری هدفمند و تعداد نمونه ۲۵ نفر بودند. از آنجایی که روش مدل‌سازی ساختاری تفسیری یک روش کیفی و داده‌ها در این روش قابل راستی‌آزمایی است، حجم نمونه در روش مدل‌سازی ساختاری تفسیری می‌تواند با ۷ مشارکت‌کننده کفایت کند (۱۲). ابزارگردآوری اطلاعات، پرسشنامه‌ی خودتعاملی^۱ است. به‌منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از تکنیک مدل‌سازی ساختاری تفسیری^۲ استفاده شد. در مرحله اول، ماتریس خودتعاملی ساختاری^۳ تشکیل می‌شود؛ بدین معنی که عوامل شناسایی‌شده وارد ماتریس خودتعاملی ساختاری می‌شوند. در این ماتریس اگر عنصر سطر i منجر به‌ستون j شود، حرف V؛ اگر عنصر ستون j منجر به‌سطر i شود، حرف A را قرار داده و در صورتی که این رابطه دو طرفه باشد، حرف X و اگر ارتباطی نباشد، حرف O قرار داده می‌شود. در مرحله دوم، ماتریس دستیابی اولیه^۴ تشکیل می‌شود؛ این ماتریس با تبدیل نمادهای روابط ماتریس خودتعاملی ساختاری به اعداد صفر و یک تشکیل می‌یابد بدین صورت که به جای V عدد ۱؛ به‌جای A عدد ۰، به جای X عدد ۱ و به جای O عدد ۰ قرار داده می‌شود. سپس در مرحله سوم، ماتریس دستیابی نهایی^۵ تشکیل می‌شود. در واقع پس از این‌که ماتریس دستیابی اولیه به‌دست‌آید، باید سازگاری درونی^۶ آن برقرار شود. به‌عنوان نمونه اگر عامل ۱ منجر به‌عامل ۲ شود و عامل ۲ هم منجر به‌عامل ۳ شود، باید عامل ۱ نیز منجر به‌عامل ۳ شود و اگر در ماتریس دستیابی این حالت برقرار نبود، باید ماتریس اصلاح شده و روابطی که

جدول ۱- عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان روستایی استان یزد

Table 1. Effective factors on entrepreneurial activities of rural women in Yazd Province

ردیف	عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان روستایی	میانج
۱	ویژگی‌های شخصیتی	۴۹، ۵۱، ۱۹
۲	تفاوت‌های جنسیتی	۱: ۴۴، ۴۶
۳	تجربه‌ی کاری	۳۴، ۱۹
۴	عوامل نهادی-سازمانی	۲۴، ۱۹، ۵۱، ۹
۵	فضای فرهنگی- اجتماعی روستایی	۱۸، ۱۹، ۴۹، ۵۱
۶	عوامل اقتصادی	۱۸، ۴۹، ۹
۷	سرمایه‌ی روانشناختی	۳۶، ۵، ۴۲، ۱۷
۸	آموزش مهارت‌های کارآفرینی	۲۹، ۳۴، ۵۱، ۹، ۱۹
۹	تفکر خلاق	۱۱: ۲۵، ۵۱
۱۰	توانمندسازی	۱۰، ۹

و ستون جدول قرار گرفتند و از پاسخ‌دهنده خواسته شد که با توجه به‌نمادهای V، A، X و O نوع ارتباطات دو به دوی عوامل را مشخص کند. ماتریس دستیابی اولیه در جدول ۲ ارائه شد.

همچنین به‌منظور پاسخ به‌سطح‌بندی عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان روستایی استان یزد از رویکرد مدل‌سازی ساختاری تفسیری استفاده شده که مراحل تحلیل آن در جداول ۲، ۳ و ۴ ارائه شد. ابتدا ۱۰ عامل انتخاب شده در سطر

جدول ۲- ماتریس دستیابی اولیه عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان روستایی استان یزد

Table 2. Reachability matrix of effective factors on entrepreneurial activities of rural women in Yazd province

ردیف	عوامل	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
۱	ویژگی‌های شخصیتی	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱
۲	تفاوت‌های جنسیتی	۱	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱
۳	تجربه‌ی کاری	۰	۰	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱
۴	عوامل نهادی-سازمانی	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۰	۰	۰	۱
۵	فضای فرهنگی- اجتماعی روستایی	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۶	عوامل اقتصادی	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۷	سرمایه‌ی روانشناختی	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۱	۱	۱
۸	آموزش مهارت‌های کارآفرینی	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۹	تفکر خلاق	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۱۰	توانمندسازی	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱

1- Self-interactive questionnaire

2- Interpretive structural modeling technique

3- Structural self-interaction matrix

4- Reachability matrix

5- Final reachability matrix

6- Internal compatibility

7- Reachability set

پس از تعیین روابط بین متغیرها، به منظور صحت روابط دو به دو متغیرها، سازگاری درونی آنها مورد بررسی قرار گرفت. بدین معنی که اگر عامل ۱ منجر به عامل ۲ شود و عامل ۲ نیز منجر به عامل ۳ شود در نتیجه باید عمل ۱ نیز به عامل ۳ منجر شده باشد. در صورتی که در یکی از عامل‌ها چنین قاعده‌ای حکم‌فرما نباشد، با رجوع به داده‌های اول باید سازگاری درونی را اعمال کرد. نتایج سازگاری درونی عوامل به صورت ماتریس دستیابی نهایی در جدول ۳ ارائه شد.

جدول ۳- ماتریس دستیابی نهایی عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان روستایی استان یزد

Table 3. Final reachability matrix of effective factors on entrepreneurial activities of rural women in Yazd province

ردیف	عوامل	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
۱	ویژگی‌های شخصیتی	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۲	تفاوت‌های جنسیتی	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۳	تجربه‌ی کاری	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۴	عوامل نهادی-سازمانی	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۵	فضای فرهنگی-اجتماعی روستایی	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۶	عوامل اقتصادی	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۷	سرمایه‌ی روانشناختی	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۸	آموزش مهارت‌های کارآفرینی	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۹	تفکر خلاق	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۱۰	توانمندسازی	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
	وابستگی	۱۰	۹	۹	۱۰	۹	۹	۱۰	۴	۱۰	۱۰

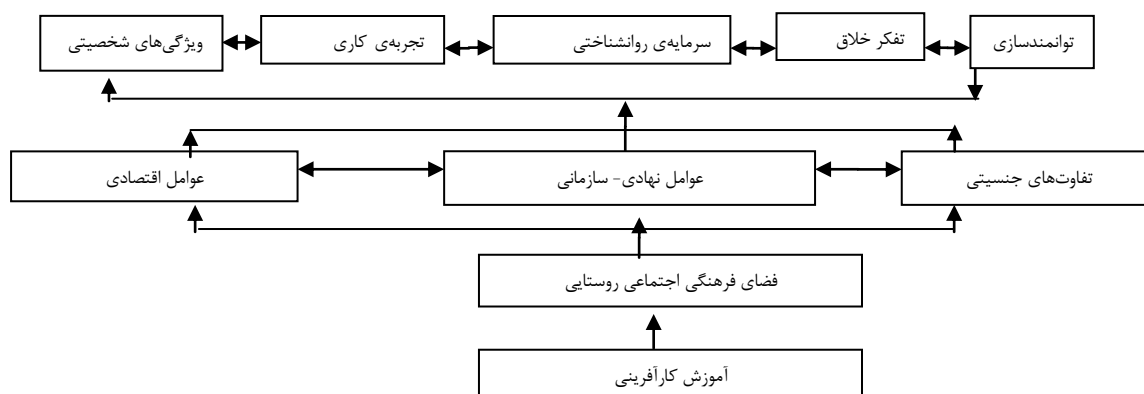
در مرحله‌ی بعد برای تعیین سطح و اولویت شاخص‌ها، مجموعه‌ی دستیابی، مجموعه‌ی پیش‌نیاز و اشتراک این دو مجموعه برای هر شاخص تعیین شد و که نتایج آن در جدول ۴ ارائه شد.

جدول ۴- تعیین سطوح عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان روستایی استان یزد

Table 4. Determining the levels of effective factors on entrepreneurial activities of rural women in Yazd province

شاخص	مجموعه‌ی دستیابی (ردیف)	مجموعه‌ی پیش‌نیاز (ستون)	مجموعه‌ی مشترک	سطح
۱	۱۰، ۹، ۷، ۵، ۴، ۳، ۲، ۱	۱۰، ۹، ۸، ۷، ۵، ۴، ۳، ۲، ۱	۱۰، ۹، ۷، ۵، ۴، ۳، ۲، ۱	۱
۲	۱۰، ۹، ۷، ۵، ۴، ۳، ۲، ۱	۱۰، ۹، ۷، ۵، ۴، ۳، ۲، ۱	۱۰، ۹، ۷، ۵، ۴، ۳، ۲، ۱	۲
۳	۱۰، ۹، ۷، ۵، ۴، ۳، ۲، ۱	۱۰، ۹، ۸، ۷، ۵، ۴، ۳، ۲، ۱	۱۰، ۹، ۷، ۵، ۴، ۳، ۲، ۱	۱
۴	۱۰، ۹، ۸، ۷، ۵، ۴، ۳، ۲، ۱	۱۰، ۹، ۷، ۵، ۴، ۳، ۲، ۱	۱۰، ۹، ۷، ۵، ۴، ۳، ۲، ۱	۲
۵	۱۰، ۹، ۷، ۵، ۴، ۳، ۲، ۱	۱۰، ۹، ۷، ۵، ۴، ۳، ۲، ۱	۱۰، ۹، ۷، ۵، ۴، ۳، ۲، ۱	۳
۶	۱۰، ۹، ۸، ۷، ۵، ۴، ۳، ۲، ۱	۱۰، ۹، ۷، ۵، ۴، ۳، ۲، ۱	۱۰، ۹، ۷، ۵، ۴، ۳، ۲، ۱	۲
۷	۱۰، ۹، ۷، ۵، ۴، ۳، ۲، ۱	۱۰، ۹، ۸، ۷، ۵، ۴، ۳، ۲، ۱	۱۰، ۹، ۷، ۵، ۴، ۳، ۲، ۱	۱
۸	۱۰، ۹، ۸، ۷، ۵، ۴، ۳، ۲، ۱	۱۰، ۹، ۷، ۵، ۴، ۳، ۲، ۱	۱۰، ۹، ۷، ۵، ۴، ۳، ۲، ۱	۴
۹	۱۰، ۹، ۷، ۵، ۴، ۳، ۲، ۱	۱۰، ۹، ۸، ۷، ۵، ۴، ۳، ۲، ۱	۱۰، ۹، ۷، ۵، ۴، ۳، ۲، ۱	۱
۱۰	۱۰، ۹، ۸، ۷، ۵، ۴، ۳، ۲، ۱	۱۰، ۹، ۸، ۷، ۵، ۴، ۳، ۲، ۱	۱۰، ۹، ۸، ۷، ۵، ۴، ۳، ۲، ۱	۱

نتایج جدول ۴ نشان داد که عوامل ویژگی‌های شخصیتی، تجربه‌ی کاری، سرمایه‌ی روانشناختی، تفکر خلاق و توانمندسازی در سطح ۱؛ عوامل تفاوت‌های جنسیتی، عوامل نهادی-سازمانی و عوامل اقتصادی در سطح ۲؛ عامل فضای فرهنگی-اجتماعی روستا در سطح ۳ و عامل آموزش مهارت‌های کارآفرینی در سطح ۴ قرار دارد. عوامل مؤثر بر فعالیت‌های کارآفرینی زنان روستایی در شکل ۱ ارائه شده است.

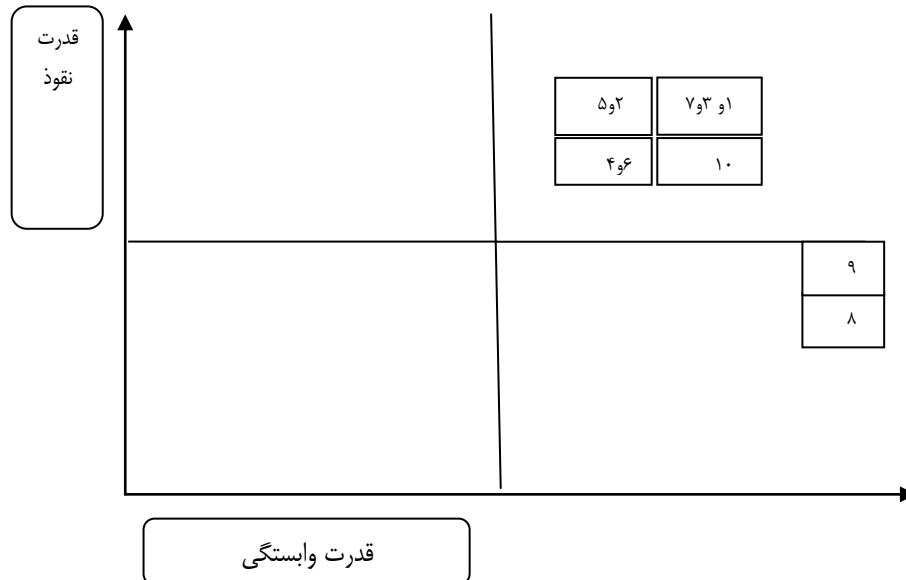


شکل ۱- تعامل عوامل مؤثر بر فعالیت‌های کارآفرینی زنان روستایی

Figure 1. Effective Factors on entrepreneurial activities of rural women

هم‌دیگر تأثیر می‌گذارند و تأثیر می‌پذیرند که این تأثیرات و قدرت آنها در شکل MICMAC زیر ارائه شده است.

همان‌گونه که مدل فوق نشان می‌دهد عوامل مؤثر بر فعالیت‌های کارآفرینی زنان روستایی دارای چهار سطح می‌باشد که به شکل‌های مختلف و در سطوح چهارگانه بر



شکل ۲- گراف قدرت وابستگی و نفوذ متغیرها
Figure 2. Driving and dependency power diagram

کارآفرینی داشته باشند. یافته‌های این پژوهش با نتایج تحقیقات سجاسی قیداری و همکاران (۴۳)، محمدی و لشگرآرا (۲۸) و زراعت‌پیشه و همکاران (۵۲) که آموزش‌های مبتنی بر مهارت‌های کارآفرینی را در کارآفرینی مؤثر می‌دانند، هم‌سو است.

در خصوص فضای فرهنگی- اجتماعی روستایی که در سومین سطح قرار گرفت نیز می‌توان به این نکته اشاره نمود یکی از عوامل مهم در بهبود انگیزش یادگیرندگان، افزایش یادگیری و بهبود مهارت‌های آن‌ها، ایجاد یک فضای مناسب برای یادگیری است. در صورتی که فضای روستاها به گونه‌ای طراحی شود که انگیزه لازم را برای انجام آموزش‌های کارآفرینی ایجاد نماید، زنان روستایی تمایل بیشتری برای شرکت در دوره‌های مهارت آموزی کارآفرینی داشته و برنامه‌های کارآفرینی نیز با موفقیت بیشتری همراه خواهد بود. فضای فرهنگی- اجتماعی روستا همچنین می‌تواند به بحث تبلیغات در خصوص فعالیت‌های کارآفرینی نیز اختصاص یابد. در بسیاری از روستاهای کشور به لحاظ بافتی که دارند، جامعه روستا ممکن است اطلاعات کافی در خصوص کارآفرینی و مزایای آن را نداشته باشند. از سوی دیگر، شرکت زنان نیز ممکن است که با مقاومت‌هایی از سوی اعضای خانواده آن‌ها همراه باشد. بنابراین، آماده‌سازی فضای فرهنگی- اجتماعی روستا در خصوص غنی‌بودن کلاس‌ها و همچنین انجام تبلیغات مناسب می‌تواند در فعالیت‌های کارآفرینی زنان روستایی مؤثر باشد. یافته‌های این پژوهش با نتایج تحقیقات یعقوبی فرانی و همکاران (۴۹)، نوابخش و زارع هرفته (۳۱)، شهرکی و همکاران (۴۰)، رحیم و همکاران (۳۵)، گیوا و

همان‌گونه که شکل ۲ نشان می‌دهد عامل‌های ۱،۲،۳،۴،۵،۶،۷، ۱۰، ۱۱، ۱۲ به عنوان متغیرهای پیوند دهنده دارای بیشترین قدرت نفوذ و بیشترین قدرت وابستگی می‌باشند. همچنین، عامل‌های ۸ و ۹ به عنوان متغیر وابسته دارای قدرت وابستگی زیاد و قدرت نفوذ کم می‌باشد. همچنین، هیچ کدام از متغیرها به عنوان متغیر مستقل به حساب نمی‌آیند. بنابراین، می‌توان در یک نتیجه گیری کلی گفت که اغلب متغیرها با هم دیگر در کنش و واکنش بالا بوده و ارتباط متقابل با همدیگر دارند.

در تبیین نقش آموزش مهارت‌های کارآفرینی به عنوان چهارمین سطح و در واقع زیربنایی‌ترین سطح مدل به حساب می‌توان گفت که آموزش‌های کارآفرینی یکی از عواملی است که می‌تواند در ابتدای برنامه‌های مبتنی بر بهبود مهارت‌های کارآفرینی زنان روستایی نقش مؤثری را ایفا نماید. افراد با شرکت در دوره‌های آموزشی و مهارت‌آموزی کارآفرینی می‌توانند دانش، مهارت و توانایی لازم را برای ایجاد کسب و کار جدید کسب نمایند. آموزش مهارت‌های کارآفرینی با آموزش مسائل تئوریک مربوط به یک مشاغل جدید، پیش‌نیازهای آن و همچنین ارائه آموزش‌ها و تمرینات عملی مربوط به آن، می‌تواند افراد را در جهت ایجاد کسب و کارهای جدید آماده سازند. این مسأله از آنجا اهمیت دارد که بسیاری از زنان روستایی علی رغم داشتن دانش لازم و همچنین مدارک بالای تحصیلی، برای ایجاد مشاغل جدید، مهارت‌های لازم را نداشته و خود را در ایجاد کسب و کار جدید ناتوان می‌بینند. این مسأله نشان می‌دهد که دولت‌مردان، مراکز آموزش و همچنین بنگاه‌های اشتغال‌زایی کشور باید تمرکز بیشتری بر برگزاری دوره‌های آموزشی و مهارت‌آموزی

باباکاتن (۱۵) که فضای فرهنگی-اجتماعی را در کارآفرینی مؤثر می‌داند، هم‌سو است.

در خصوص عوامل تفاوت‌های جنسیتی، عوامل نهادی-سازمانی و عوامل اقتصادی که در دومین سطح عوامل مؤثر بر فعالیت‌های کارآفرینی زنان روستایی قرار گرفتند نیز می‌توان گفت در جوامع سنتی چون روستاها، در نظر گرفتن جنسیت به‌عنوان یکی از عوامل مهم در انتخاب شغل از اهمیت زیادی برخوردار است. زنان در روستاها به‌لحاظ بافت فرهنگی و مذهبی آن، شرایط و تمایل زیادی برای ایجاد هر نوع شغلی را ندارند. از این رو، برنامه‌های کارآفرینی باید به‌گونه‌ای طراحی و اجرا شود که متناسب با جنسیت کارآفرینان باشد. زنان به‌لحاظ شخصیتی، جسمی و عاطفی با مردان تفاوت‌های زیادی دارند. در واقع جنسیت مفاهیمی را خلق می‌کند، که در قالب آن مفاهیم، افراد به‌مشاغل، حرفه‌ها و فعالیت‌های ویژه‌ای اختصاص پیدا می‌کند؛ برای مثال زنان ممکن است فعالیت‌هایی را ترجیح دهند که نیازمند ظرافت بیشتری باشد. شکارچی و همکاران (۴۱)، یعقوبی فرانی و همکاران (۴۹) و داورخانی و موسوی (۸) نیز در پژوهش خود نشان دادند که جنسیت یکی از عواملی است که بر فعالیت‌های کارآفرینی مؤثر بوده که با نتایج این بخش هم‌سو است. همچنین، عوامل نهادی-سازمانی نیز از عواملی است که باید مورد توجه قرار گیرد. عوامل نهادی-سازمانی به ضعف‌های موجود در قوانین، بخشنامه‌ها و همچنین مشکلات ساختاری ارگان‌ها و مؤسسات مرتبط با فعالیت‌های کارآفرینی زنان روستایی اشاره دارد و شامل مفاهیم ضعف ارگان‌های ذیربط در برگزاری دوره‌ها، ناهمگونی شرکت‌کنندگان و عدم پایش مناسب و همچنین، موازی‌کاری توسط متولیان آموزش است. علی‌رغم اینکه در کشور دوره‌های متعددی در خصوص آموزش کارآفرینی زنان روستایی برگزار می‌شود، عدم کارایی مؤسسات و مراکز برگزاری دوره‌ها می‌تواند به کاهش انگیزش زنان کارآفرین بیانجامد. یعقوبی فرانی و همکاران (۴۸) و امریتا و همکاران (۲) نیز در پژوهش خود نشان دادند که عوامل نهادی-سازمانی، یکی از عواملی است که بر فعالیت‌های کارآفرینی مؤثر بوده که با نتایج این بخش هم‌سو است. عوامل اقتصادی نیز در برنامه‌های کارآفرینی نقش مهمی را ایفا می‌کند. مساله اقتصادی هم در بخش انجام آموزش‌های کارآفرینی و هم در تأمین نیازهای مالی زنان کارآفرین درجهت ایجاد کسب‌وکار جدید اهمیت دارد. عدم تخصیص بودجه به مراکز آموزشی از سوی متولیان امر کارآفرینی زنان روستایی می‌تواند به کاهش سطح انگیزش شرکت‌کنندگان و همچنین افت کیفیت آموزش به دلیل عدم رضایتمندی مدرسین و عدم کیفیت مکان‌های آموزشی منجر شود. همچنین، مشکلات اقتصادی زنان روستایی در ایجاد فضای کسب‌وکار، تأمین مواد اولیه و سرمایه در گردش نیز از عواملی است که با خطر شکست فعالیت‌های کارآفرینی همراه خواهد بود. نتایج این بخش، با نتایج پژوهش‌های یعقوبی فرانی و همکاران (۴۹)، بابایی هزه‌جان و همکاران (۴)، پاسبان (۳۳)، و رحیم و همکاران (۳۵) که نشان دادند که

عوامل اقتصادی نیز در برنامه‌های کارآفرینی نقش مهمی را ایفا می‌کند، هم‌سو است.

در خصوص عوامل ویژگی‌های شخصیتی، تجربه‌ی کاری، سرمایه‌ی روانشناختی، تفکر خلاق و توانمندسازی که در نخستین سطح عوامل مؤثر بر فعالیت‌های کارآفرینی زنان روستایی قرار گرفتند، نیز می‌توان گفت ویژگی‌های شخصیتی چون عدم اهمال‌کاری، حفظ اراده، برنامه‌محوری، توانایی به پایان رساندن کارها، خلاقیت، ریسک‌پذیری و خوشبین‌داری، از مهم‌ترین ویژگی‌های شخصیتی است که باید در برنامه‌های کارآفرین مدنظر قرار گیرد. برای مثال در اهمال‌کاری، فرد به جای شروع کارهای اصلی که با سختی بیشتری برخورد دارند، به‌انجام کارهای ساده‌تری می‌پردازد. اراده نیز یکی از مفاهیمی است که در کارآفرینی به آن تأکید می‌شود. اراده با توجه به این‌که به‌عنوان نیرویی باطنی، برای تصمیم‌گیری، انجام اهداف و وظایف در برابر عقب انداختن کارها و تنبلی، شروع کار، نقش پادزهر را ایفا می‌کند، می‌تواند در موفقیت یک کارآفرین نقش مهمی داشته باشد. وجود برنامه در کار نیز عاملی مهم از دیدگاه کارآفرینان شرکت‌کننده در پژوهش به‌شمار می‌رفت. بر این اساس در موارد زیادی اگرچه هدف زنان کارآفرین روستایی مشخص است ولی به‌دلیل عدم برنامه مدون، علاوه بر، ازدست‌دادن زمان، صرف هزینه و انرژی زیاد، دستیابی به اهداف خود را سخت و گاهی امکان‌ناپذیر می‌کند. همچنین، در مواقع زیادی فرد علی‌رغم تلاش زیاد در دستیابی به اهداف نهایی ناتوان است، در واقع توانایی به‌پایان‌رساندن کارها یک مفهوم مهم در کارآفرینی به‌شمار می‌آید؛ چراکه زنان کارآفرین روستایی نیز ممکن است علی‌رغم تلاش زیاد و صرف هزینه‌های گوناگون، در کسب هدف نهایی باز بمانند. همین‌طور، براساس مفاهیم کارآفرینی، به فردی لقب کارآفرین داده می‌شود که بتواند با بهره‌گیری از خلاقیت ذهنی و سپس نوآوری که ماحصل خلاقیت است زمینه‌ساز بروز و ظهور یک کسب‌وکار گردد. قطعاً کسانی که نوآوری‌های بهتری دارند و برای مردم ارزش‌آفرین‌تر هستند، می‌توانند کسب‌وکار خود را رونق بیشتری ببخشند. خوشبین‌داری یا به‌تعمیق‌انداختن نیازهای کنونی برای بدست آوردن لذتی در بلندمدت، یک ویژگی فردی است که فرد کارآفرین بایستی آن را داشته باشد. برای مثال، یک فرد ممکن است درآمدهای اولیه خود را هزینه تفریح و سرگرمی کند و نتواند نیاز به سرگرمی خود را برای رسیدن به یک نیازی در آینده، مانند ثروتمند شدن به تعویق بیندازد. در نتیجه، وی نمی‌تواند درآمد خود را سرمایه‌گذاری کند و این درآمد را صرف نیازهای موقت و زودگذر خود می‌کند. یعقوبی فرانی و همکاران (۴۹)، محمدی و همکاران (۲۷)، یعقوبی فرانی و سلیمانی (۴۷) نیز نشان دادند که عوامل شخصیتی هم در برنامه‌های کارآفرینی نقش مهمی را ایفا می‌کند که با نتایج این بخش هم‌سو است. در خصوص تجربه‌ی کاری نیز می‌توان به این مطلب اشاره نمود که آموزش‌های کارآفرینی ارائه‌شده به زنان روستایی نباید صرفاً برای دانش‌اندوزی متمرکز باشد. کارآفرینان باید از یکسو دانش خود را در

منابع معتبر باعث می‌شود که کارآفرینان دانش و مهارت‌های لازم برای تبدیل‌شدن به یک کارآفرین موفق را فراگیرند. گاهی استفاده از یک آموزش سطحی و یا عدم استفاده از یک منبع غنی برای یادگیری، می‌تواند با ایجاد قالب‌های فکری نادرست، به عدم موفقیت کارآفرین منجر شود. از سوی دیگر، ارتباط مبانی تئوریک با کاربرد آن در صنعت و مراکز خدماتی می‌تواند به کاربردی‌کردن این آموزش‌ها بیانجامد و همچنین در صورت آموزش صحیح مهارت‌های خلاقیت، زمینه لازم برای رشد خلاقیت آموزش‌گیرندگان را نیز فراهم آورد. نتایج پژوهش یاسوری و همکاران (۵۰)، فراهانی و فلاحتی (۱۰)، محمدی و لشگرآرا (۲۸)، گلکارفرد و رضایی‌مقدم (۱۶)، عنابستانی و همکاران (۳) که نشان دادند توانمندسازی نیز در برنامه‌های کارآفرینی نقش مهمی را ایفا می‌کند، با نتایج این بخش هم‌سو است. پژوهش حاضر همچون سایر پژوهش‌ها با محدودیت‌هایی همراه بود که می‌توان به مواردی چون محدودشدن جامعه پژوهش به خبرگان حوزه کارآفرینی و عدم کنترل متغیرهای مداخله‌گر اشاره کرد. با توجه به قرارگرفتن آموزش کارآفرینی به‌عنوان مؤثرترین عامل در بهبود کارآفرینی زنان روستایی، پیشنهاد می‌شود آموزش کارآفرینی به‌صورت جدی در دستور کار سازمان‌های متولی قرارگیرد. باتوجه به اینکه فضای فرهنگی- اجتماعی روستایی به‌عنوان یکی از عوامل اساسی اثرگذار بر کارآفرینی روستایی زنان مطرح می‌شود، نهادهای اثرگذار فرهنگی از جمله آموزش و پرورش و صدا و سیما نگرش‌های کلیشه‌ای نسبت به فعالیت‌های کارآفرینی زنان را تلطیف نمایند. همچنین، از آنجایی که تفاوت‌های جنسیتی و شخصیتی زنان یکی از عوامل اثرگذار در کارآفرینی روستایی زنان به حساب می‌آید، انتظار می‌رود که زنان در این زمینه به خودآگاهی برسند تا تفاوت‌های جنسیتی و شخصیتی خود را در حین فعالیت‌های کارآفرینانه مدیریت کنند. با توجه به اینکه بر اساس نتایج پژوهش عوامل نهادی- سازمانی و همچنین عوامل اقتصادی به‌عنوان عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان مطرح شده است، لذا بر این اساس انتظار می‌رود سازمان‌های اقتصادی و نهادی در حمایت از زنان در فعالیت‌های کارآفرینانه تلاش کنند. علاوه بر این، از آنجایی که تفکر خلاق و توانمندسازی به‌عنوان عوامل بسترساز کارآفرینی زنان مطرح می‌شود، نقش سازمان‌های آموزشی در ایجاد قابلیت‌های خلاق و همچنین سایر سازمان‌های فرهنگی در این زمینه، بسیار مهم و مؤثر می‌باشد.

برنامه‌های عملی پیاده سازند و از سوی دیگر بتوانند از تجارب کارآفرینان (از طریق بازدید و همفکری با کارآفرینان برتر) استفاده نمایند. همسو با نتایج این بخش سپه‌پناه و همکاران (۳۸) نیز نشان دادند که تجربه‌ی کاری نیز در برنامه‌های کارآفرینی نقش مهمی را ایفا می‌کند.

سرمایه‌ی روانشناختی نیز یکی دیگر از عواملی بود که در سطح اول عوامل مؤثر بر فعالیت‌های کارآفرینی زنان روستایی قرار گرفت. سرمایه‌ی روانشناختی یکی از مفاهیم مهم روانشناسی مثبت‌نگر است که در سال‌های اخیر در حوزه‌ی رفتار سازمانی مورد توجه قرار گرفته است. سرمایه‌ی روانشناختی یک حالت روانشناختی مثبت و رویکرد واقع‌گرا و انعطاف‌پذیر نسبت به زندگی است که از چهار سازه امید، خوش‌بینی، تاب‌آوری و خودکارآمدی تشکیل شده و به‌طور چشمگیری با پیامدهای عملکردی ارتباط دارد (۳۹). از این‌رو، با افزایش سرمایه‌ی روانشناختی، زنان روستایی می‌توانند به ایجاد کسب‌وکار جدید و موفقیت آن امیدوارتر باشند، در مقابل سختی‌ها و مشکلات مقاوم‌تر بوده و احساس بهتری نیز از توانایی‌های خود داشته باشند. نتایج این بخش با نتایج پژوهش حیدری‌ساریان و همکاران (۱۷)، موحدی و سلیمانیان بروجنی (۲۹) و سیلوا (۴۲)، که نشان دادند سرمایه‌ی روانشناختی نیز در برنامه‌های کارآفرینی نقش مهمی را ایفا می‌کند، هم‌سو است.

در خصوص تفکر خلاق می‌توان به این مسأله اشاره کرد خلاقیت عبارت است از به‌کارگیری توانایی‌های ذهنی برای ایجاد یک فکر یا مفهوم جدید. افراد خلاق در مقایسه با افراد عادی، بهتر ارتباط برقرار می‌کنند، ذهنی باز دارند، معقولانه ریسک می‌کنند و در فعالیت‌های خود انعطاف‌پذیرند. همچنین، براساس مفاهیم کارآفرینی، به فردی لقب کارآفرین داده می‌شود که بتواند با بهره‌گیری از خلاقیت ذهنی و سپس نوآوری که ماحصل خلاقیت است زمینه ساز بروز و ظهور یک کسب‌وکار را فراهم کند. قطعاً کسانی که نوآوری‌های بهتری دارند، می‌توانند کسب‌وکار خود را رونق بیشتری ببخشند. نتایج پژوهش تقدیسی و همکاران (۴۵)، فرید (۱۱)، کاناپاساپیلا و اعظم (۲۱) و اکافر و مرد (۳۲) که نشان دادند خلاقیت نیز در برنامه‌های کارآفرینی نقش مهمی را ایفا می‌کند، با نتایج این بخش هم‌سو است. همچنین، در خصوص توانمندسازی نیز می‌توان گفت که برنامه‌های کارآفرینی زنان روستایی باید بر بهبود توانمندسازی تأکید داشته‌باشد. سطحی‌بودن آموزش‌های کارآفرینی و عدم برنامه‌ریزی درست برای ارائه مواد درسی و در کنار آن استفاده و ارائه

منابع

1. Akbari, M., A. Ahangar Selebenei, M. Hoshmandzadeh and R. Tahmasebi. 2017. The effect of gender differences in entrepreneurial intention of students: the case of faculty of entrepreneurship: Tehran University. Iranian Journal of Engineering Education, 19(73): 45-65 (In Persian).
2. Amrita, K., C.P. Garg and S. Singh. 2018. Modelling the critical success factors of women entrepreneurship using fuzzy AHP framework. Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies, 10(1): 81-116.
3. Anabestani, A.A., T. Sadeghloo and K. Moradi. 2018. Analysis of the role of entrepreneurial project management in empowering rural women Case: Members of the agricultural union system in Mahallat city, Journal of Space Economy& Rural Development, 7(23): 203-219 (In Persian).

4. Babaei Hazehjan, M., A. Pirannejad and M. Amiri. 2017. Identifying Effective Economic Factors on Urban Entrepreneurship (Case Study: City of Tehran). IUESA, 5(17): 83-99 (In Persian).
5. Bahmani, A., A. Zamanian and F. Aslani. 2020. Explaining the mediating role of empathy in the relationship between psychological capital and social entrepreneurship of rural women (Case study: Choob bast rural women). Entrepreneurial Strategies in Agriculture (in press) (In Persian).
6. Behboudi, M.H., M. Abzari and A. Etebarrian. 2018. Interpretive – Structural Analysis Model Design of the Factors Affecting Administrative Corruption of Electronic Government in Iran, Iranian Journal of Social Problems, 9(2): 63-90 (In Persian).
7. Bhuimail, A. and P. Sampa. 2005. Development of Rural Women through Education and Empowerment. Delhi, Abhijeet Pub, 320 pp.
8. Dadvar-Khani, F. and S. Mousavi. 2016. Gender-related analysis in the process of diffusion of entrepreneurship in rural areas Case study: Soolaghan Dehestan, Quarterly Journal of Space Economy & Rural Development, 4(14): 1-22 (In Persian).
9. Eftekhari, A.R. and H. Sajasi Gheidari. 2010. Rural development with emphasis on entrepreneurship (Definitions, viewpoints and experiences). Tehran: Samt (In Persian).
10. Farahani, A. and M. Falahati. 2007. Investigating the Relationship between Empowermental Psychological Factors and Organizational Entrepreneurship of Experts in Physical Education of Universities, Research in Sport Sciences, 5(15): 67-79 (In Persian).
11. Farid, D. 2009. The Investigation of the Relationship between Creativity and Entrepreneurship in Athletes and Non-Athletes (Case Study: Yazd University Students). Journal of Sport Management, 1(2): 97-116 (In Persian).
12. Firuzjaeyan, A., M. Firuzjaeyan, S. Hashemi Petroodi and F. Gholamrezazadeh. 2013. Applying Techniques of Interpretive Structural Modeling (ISM) in Tourism Studies (A Pathological Approach). Journal of Tourism Planning and Development, 2(6): 129-159 (In Persian).
13. Fotoohi, M., G.H. Hosseini nia and S.M. Sajjadi. 2021. Designing and Explaining the Rural Entrepreneurship Development Model Based on Agricultural Tourism: Foundation Database Approach Case study (leading villages of Yazd province), New attitudes in Human Geography, 13(1): 355-380 (In Persian).
14. Ghannadinezhad, F. and Z. Bigdeli. 2017. Investigating Entrepreneurial Personality Traits and Strategies for Their Development from the Perspective of Information Science Students of Shahid Chamran University. Library and Information Science, 20(2): 160-185 (In Persian).
15. Giwa, A.H. and A.M. Babakatur. 2019. Effect of Socio-cultural Factors on Women Entrepreneurship Development in Kaduna State. Journal of Human Resource Management, 7(3): 57-65.
16. Golkar Fard, M. and K. Rezaei-Moghaddam. 2019. Relationship Between Entrepreneurship and Empowerment Dimensions of Rural Women in Fars Province. JEA, 6(11): 1-10 (In Persian).
17. Heydari Sarban, V. and A. Majnoui Toutakhane. 2018. The role of psychological capital in promoting rural entrepreneurship in East Azerbaijan province. Journal Space Economy & Rural Development, 6(22): 97-118 (In Persian).
18. Hosseini, M., M. Dolati and M. Parpanji. 2018. Investigating the Effective Factors on the Success of Rural Women Entrepreneurship Member of Women's Rural Cooperatives in the North of Tehran Province. Co-Operation and Agriculture, 7(26): 129-156 (In Persian).
19. Hosseininia, G. and H. Fallahi. 2017. Factors Affecting the Development of Rural Entrepreneurship: A Case Study on the Rural Areas of Manoojan County. Journal of Rural Research, 8(1): 22-37 (In Persian).
20. Jamal Abdullahi, M., F. Rad and S. Fakhrayi. 2012. The investigation of social factors related to the technical students' entrepreneurship spirit in Mahabad Islamic Azad University. The Journal of Sociology Studies, 5(15): 7-19 (In Persian).
21. Kanapathipillai, K. and S.F. Azam. 2019. Women entrepreneurs path to success: an investigation of the critical success factors in malaysia. European Journal of Human Resource Management Studies.
22. Khabazzadeh, N. 2011. The position of rural women and barriers to their participation in the development process. Dehyari, 6(33): 12-15 (In Persian).
23. Kord, B. and A. Abtin. 2013. Investigating the effective factors on the development of rural entrepreneurship in Sistan and Baluchestan province (focusing on the development of rural growth centers, development of information technologies and empowerment of rural women). Geography and Development Journal, 11(32): 1-14 (In Persian).
24. Kungwansupaphan, C. and J.K. Leihaothabam. 2016. Capital factors and rural women entrepreneurship development: A perspective of Manipur state, India. Gender in Management: An International Journal, 31(3): 207-221.
25. Mahboobi, K., P. Banisi and B. Shirzad Kebria. 2013. Investigating the Relationship between Self-Esteem and Creativity with Entrepreneurship among the Students of PN University of Boukan. Journal of Modern Thoughts in Education, 8(1): 105-120 (In Persian).

26. Marashian, F.M. and F. Naderi. 2017. Relations of Organizational Culture, Emotional Intelligence and Psychological Capital with Job Self -efficacy and Organizational Entrepreneurship among the Employees of Khuzestan Water and Power Organization. *Knowledge & Research in Applied Psychology*, 14(3): 112-121 (In Persian).
27. Mohammadi, H.R., E. Mohammadi and Sh. Shayan Jahromi. 2011. Investigating the relationship between personality traits and entrepreneurial tendencies. *Quarterly Journal of Women & Society*, 2(1): 99-120 (In Persian).
28. Mohammadi, Z. and F. Lashgarara. 2013. Entrepreneurship training in empowering rural women entrepreneurs in Ilam province. *Agricultural Extension and Education Research*, 6(2): 61-72 (In Persian).
29. Movahedi, R. and J. Soleimanian Boroujeni. 2016. A study of effective educational methods in the development of rural women entrepreneurship. *Journal of Entrepreneurial Strategies in Agriculture*, 8(2): 24-33 (In Persian).
30. Movahedi, R. and A. Yaqoubi Farani. 2012. An introduction to rural entrepreneurship. Hamadan: Bu-Ali Sina University (In Persian).
31. Navabakhsh, M. and M. Zare Harofteh. 2010. Study of Socio-Cultural Factors Affecting Entrepreneurship Culture (Case Study of Women Entrepreneurs in Tehran and Suburbs). *Journal of Cultural Management*, 4(7): 1-23 (In Persian).
32. Okafor, Ch. and Ch. Mord. 2010. Women entrepreneurship development in Nigeria: The effect of environmental factors. *Petroleum-Gas University of Ploiesti Bulletin. Economic Sciences*.
33. Pasban, F. 2006. Economic and social factors affecting on the employment of rural women in Iran. *Agricultural Economics and Development*, 14(53): 153-176 (In Persian).
34. Poorvaei, A., Sh. Mahboobi and M. Sharif. 2020. Investigating the Factors Affecting Students' Entrepreneurial Intent (Case Study: Gorgan University of Agricultural Sciences and Natural Resources), *Entrepreneurial Strategies in Agriculture* (in press) (In Persian).
35. Raheem, F., Q.B. Baloch and S.M.A. Shah. 2019. Socio-Economic Factors Affecting Performance of Women Entrepreneurship in Khyber Pakhtunkhwa. *Abasyn University Journal of Social Sciences*, 12(1).
36. Ranjbar, M. and A. Estelaji. 2017. The Role of Tourism in the development entrepreneurship Rural Women Case study: shib deraz & berkeh khalaf villages. *Tourism and the Prospect of the Future*, 4(3): 97-112 (In Persian).
37. Rezvani, M. 2005. Introduction to Rural Development Planning in Iran, Qoms (In Persian).
38. Sepah Panah, M., R. Movahedi and H. Saadi. 2016. A study of successful and unsuccessful experiences of agricultural students of Bu Ali Sina University about entrepreneurship. *Journal of Entrepreneurship in Agriculture*, 3(2): 37-57 (In Persian).
39. Sepehri Shamloo, Z. and R. Keramati. 2016. The relationship between psychological capital and communicational patterns with domestic violence. *Thought & Behavior in Clinical Psychology*, 4(41): 89-100 (In Persian).
40. Shahraki, H., R. Movahedi and A. Yaeghubi Farani. 2017. Explanation of cultural and social components of rural entrepreneurship: A qualitative research. *Journal of Entrepreneurship Development*, 9(4): 749-768 (In Persian).
41. Shekarchi, F., B. Rahmani and R. Monshizadeh. 2019. Gender Analysis of Entrepreneurship Development Process in Rural Areas (Case Study: Central Part of Khalkhal County). *Journal of Iranian Social Development Studies*, 11(1): 115-128 (In Persian).
42. Silva, E. 2010. The contribution of psychological capital to entrepreneur's success during recessionary times, submitted to non-referred stream, New Zealand Applied business Educators Conference 27 September: 1-19 (In Persian).
43. Sojasi Ghidari, H., H. Mahmoodi and F. Jafari. 2017. Analysis of women's entrepreneurial skills in rural areas (Case study: villages in the central part of Fariman city). *Journal of Rural Research*, 8(2): 242-263 (In Persian).
44. Sookhtanlou, M. 2017. Analysis of Gender Differences on the Tendency to Entrepreneurship of Agricultural Students (Case Study: University of Mohaghegh Ardabili). *Journal of Entrepreneurial Strategies in Agriculture*, 4(8): 13-22 (In Persian).
45. Taghdisi, A., A. Jamshidi and M. Najafi. 2016. Investigating the effective factors on entrepreneurship development in rural production cooperatives of Isfahan city. *Agricultural Extension and Education Research*, 9(2): 61-72 (In Persian).
46. Yadav, V. and J. Unni. 2016. Women entrepreneurship: research review and future directions. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 6(1): 1-18.
47. Yaghoubi Farani, A. and A. Soleymani. 2015. The impact of personal characteristics on rural women entrepreneurs' success in Hamedan Province. *Women in Development & Politics*, 13(1): 113-130 (In Persian).
48. Yaghoubi Farani, A., A. Soleymani, R. Movahedi and F. Eskandari. 2013. Effect of Educational and Institutional Factors on Rural Women Entrepreneurship (Case Study: Hamedan Province). *Journal of Entrepreneurship Development*, 6(2): 115-134 (In Persian).

49. Yaghoubi Farani, A., A. Soleymani and R. Movahedi. 2015. Analysis of Factors Affecting Rural Women Entrepreneurship. *Women's Studies Sociological and Psychological*, 12(4): 7-42 (In Persian).
50. Yasouri, M., M. Ghorashi and Z. Vatankhah Kalurazi. 2015. Analysis of barriers and solutions to the development of rural women's entrepreneurship in Gurabpass Rular, foman. *Journal of Rural Research*, 6(2): 323-342 (In Persian).
51. Zamani, Gh. 2008. Training entrepreneurs in agriculture, Paper presented at National Conference on Entrepreneurship Development in Scientific-Applicational Education, Mashhad (In Persian).
52. Zeraat Piseh, Z., M. Jaafar Shafiee., F. Mousavizade., Kh. Samimi and B. Kanaanidoost. 2015. Examine the role of entrepreneurial skills development, employment of women in rural (Case Study: Rural city Kazeroon). *Skill Training*, 4(13): 111-124 (In Persian).

Developing a Model of Rural Women Entrepreneurial Activities Based on Educational Experts' Perspectives

Sirus Mansoori¹ and Tahereh Baghaee Ardakani²

1- Assistant Professor in Department of Education, Arak University, Arak, Iran
(corresponding author smansoorio6@gmail.com)

2- M.Sc. Student in Curriculum Development, Islamic Azad University, Yazd, Iran.

Received: March 10, 2021

Accepted: May 28, 2021

Abstract

The aim of this study was to identify and leveling the factors affecting on entrepreneurial activities of rural women in Yazd province based on interpretive structural modeling. The research method was a case study for presenting an interpretive structural model. The statistical population included key experts including faculty members and rural entrepreneurs and 25 of them were selected by purposful sampling method. In order to determine the factors, first, by examining the research literature, the factors affecting on entrepreneurial activities of rural women were extracted. And then, based on the expert's perspectives and by putting together and combining and eliminating some similar cases, the final factors were determined. Then, in order to determine the effect of cause and effect of the extracted factors, the self-interaction questionnaire was used. The results showed that among the final ten factors, entrepreneurship education is the most effective factor in the entrepreneurial activities of rural women in the fourth level. Rural socio-cultural space is on the second level of leveling. Gender differences, institutional-organizational factors and economic factors are also at the third level. Personality traits and work experience, psychological capital, creative thinking and empowerment are also at the first and most superficial level of the model. Based on the research findings, it is suggested that according to the leveling model presented in this research, the process and order of measures taken to expand the entrepreneurial activities of rural women should be based on this model. Also, since most of the fundamental factors affecting women's, entrepreneurial activity is related to training, empowerment and rural social climate, it is necessary to pay attention to education and culture

Keywords: Entrepreneurship, Interpretive Structural Model, rural activity, Women entrepreneurship education