

Research Paper

Determinants of the Development of Rural Women's Entrepreneurial Activities in Fars Province

Afsaneh Banazadeh¹, Kurosh Rezaei-Moghaddam² and Mahsa Fatemi³

1- Ph.D. student, Department of Agricultural Extension and Education, School of Agriculture, Shiraz University, Shiraz, Iran

2- Professor, Department of Agricultural Extension and Education, School of Agriculture, Shiraz University, Shiraz, Iran

3- Associate professor, Department of Agricultural Extension and Education, School of Agriculture, Shiraz University, Shiraz, Iran, (Corresponding author: mahsafatemi@shirazu.ac.ir)

Received: 24 January, 2023

Accepted: 28 April, 2023

Extended Abstract

Background: Entrepreneurship is the main driving force in economic development. The role of an entrepreneur is to innovate and create new combinations of materials or how to form processes. The development of women's entrepreneurship has been one of the main topics of the contemporary development agenda in many developing countries. Many rural development experts believe that recognizing the capabilities and skills of women, especially rural women, and guiding their creative talents can influence using the capacities of this large social stratum. Entrepreneurship is a process that takes place in a network of social relations, and these social relations can limit or facilitate the entrepreneur's relationship with resources and opportunities. Therefore, social capital as a social phenomenon causes creativity, ideation, facilitation of innovative behaviors, and risk-taking. Entrepreneurs need a strong consulting and support system at every stage of their entrepreneurial activities. These networks play an effective role, especially in the first stages of activity, to obtain information and advice. Based on this point of view, the presence or absence of support networks is very influential in the development of women's entrepreneurship. Thus, this study mainly aimed to identify and analyze the individual and structural factors (especially social capital) influencing the entrepreneurial activity of rural women in Fars province to improve their status.

Methods: This study was carried out using a survey technique, and a questionnaire was used for data collection. Based on the random sampling method, a random sample of 380 women was selected from the members of agricultural development specialized holding companies of Marvdasht, Shiraz, and Estahban in Fars province. A pilot study was conducted among 30 women members of the fund with similar conditions in Kavar County, and alpha coefficients were obtained between 0.77 and 0.95. The data were analyzed using SPSS software.

Results: A significant difference was found between the development of entrepreneurial activity of the members in the three Shiraz, Marvdasht, and Estahban cities, with a higher average level of entrepreneurial development among the women of Marvdasht. The higher components of entrepreneurial activity (innovation, environmental protection, customer satisfaction, fund members' satisfaction, flexibility, regional prosperity, job creation, profitability, business sustainability, competitiveness, and taking advantage of opportunities and idea commercialization) among women entrepreneurs of Marvdasht led to better development of their entrepreneurial activities. In the second place, women entrepreneurs of Shiraz City had a higher average score than Estahban City regarding the entrepreneurial activity development variable. On the other hand, the average social cohesion of women in Morvdasht city was significantly different from Shiraz and Estahban cities, and this rate was higher in Marvdasht City than in the other two cities. Also, there was a significant difference between the women studied in Shiraz and Estahban cities, with the latter women having a higher average than the former in social cohesion. The result of the regression test showed that social capital, success-seeking ability, decision-making ability, independence-seeking level, consulting policies, business atmosphere, skill in formulating a business plan, and support policies were the variables that explained the utmost amount (56%) of entrepreneurial activity changes.



Conclusion: Considering the set of factors influencing the development of rural women's entrepreneurial activities, especially the role of social capital, the network of relationships, and activities in various social networks, it is suggested to improve the like-mindedness and synergy of the women entrepreneurs' activities through periodic and continuous meetings with other companies. Moreover, coherent and purposeful educational classes should be held for rural women members of the funds to strengthen their activities in social networks and help them acquire various entrepreneurial skills.

Keywords: Agriculture, Entrepreneurial Activity, Social Capital, Social Network, Women's Entrepreneurship

How to Cite This Article: Banazadeh, A., Rezaei-Moghaddam, K., & Fatemi, M., (2024). Determinants of the Development of Rural Women's Entrepreneurial Activities in Fars Province. *J Entrepreneurial Strategies Agric*, 11(1), 108-120. DOI: [10.61186/jea.11.1.108](https://doi.org/10.61186/jea.11.1.108)

مقاله پژوهشی

تعیین‌کننده‌های توسعه فعالیت‌های کارآفرینی زنان روستایی استان فارس

افسانه بنزاده^۱، کورش رضائی‌مقدم^۲ و مهسا فاطمی^۳

۱- دانشجوی دکتری، بخش ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران

۲- استاد بخش ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران

۳- دانشیار، بخش ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران، (نویسنده مسوول: mahsafatemi@shirazu.ac.ir)

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۲/۸

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۱۱/۰۴

صفحه: ۱۰۸ تا ۱۲۰

چکیده مبسوط

مقدمه و هدف: کارآفرینی، موتور محرک اصلی در توسعه اقتصادی است و نقش کارآفرین، نوآوری و ایجاد ترکیب‌های تازه‌ای از مواد و یا نحوه شکل‌گیری فرآیندها است. توسعه کارآفرینی زنان، یکی از مهم‌ترین موضوعات دستور کار توسعه معاصر در بسیاری از کشورهای در حال توسعه بوده است و بسیاری از صاحب‌نظران توسعه روستایی بر این باورند که شناخت توانمندی‌ها و مهارت‌های زنان، به‌ویژه زنان روستایی و هدایت استعداد‌های خلاق آنان در بهره‌برداری از ظرفیت‌های این قشر بزرگ اجتماعی مؤثر است. کارآفرینی، فرآیندی است که در شبکه‌ای از روابط اجتماعی صورت می‌پذیرد و این روابط اجتماعی می‌تواند رابطه کارآفرین را با منابع و فرصت‌ها، محدود یا تسهیل کند و همچنین سرمایه اجتماعی به‌عنوان یک پدیده اجتماعی باعث بروز خلاقیت، ایده‌پروری، تسهیل رفتارهای نوآورانه و ریسک‌پذیری می‌شود. کارآفرینان با برخورداری از سرمایه اجتماعی به منابعی دسترسی خواهند داشت که خود به‌تنهایی قادر به دستیابی به آن‌ها نیستند. افزایش توانایی افراد کارآفرین برای شروع و ادامه فعالیت‌های کارآفرینانه، توجه به نقش شبکه‌های اجتماعی و تعامل میان آن‌ها و همچنین در نظر گرفتن سرمایه اجتماعی به‌عنوان عامل ارتباط دهنده میان شبکه‌های کسب‌وکار با شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه و تأمین منابع و امکانات لازم در این زمینه، ضروری است. در واقع سرمایه اجتماعی یکی از عوامل تأثیرگذار در نهادینه کردن و اعتلای کارآفرینی است؛ بنابراین، هدف از این مقاله شناخت و تحلیل سازه‌های فردی و ساختاری تأثیرگذار (به‌ویژه سرمایه اجتماعی) بر توسعه فعالیت کارآفرینی زنان روستایی استان فارس به‌منظور ارتقای وضعیت شغلی آن‌ها است.

مواد و روش‌ها: این پژوهش با بهره‌گیری از فن پیمایش و روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌بندی انجام و از پرسشنامه برای جمع‌آوری داده‌ها استفاده شده است. نمونه‌ای متشکل از ۳۸۰ نفر از زنان روستایی عضو شرکت‌های صندوق حمایت از توسعه بخش کشاورزی زنان در استان فارس بوده که در قالب سه شرکت در شهرستان‌های مرودشت، شیراز و استهبان فعالیت می‌کنند، انتخاب شدند. مطالعه راهنما در بین ۳۰ نفر از زنان عضو صندوق در شهرستان کوار که شرایط مشابهی داشتند، انجام شد. روایی پرسش‌نامه این پژوهش توسط اساتید بخش ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه شیراز تأیید گردید و پایایی آن نیز از طریق انجام مطالعه راهنما و محاسبه ضریب آلفای کرونباخ (۰/۷۷ تا ۰/۹۵) مورد تأیید قرار گرفت. داده‌ها با استفاده از نرم افزار SPSS مورد تحلیل قرار گرفت.

یافته‌ها: یافته‌ها نشان داد که بین توسعه فعالیت کارآفرینی اعضای در سه شهرستان شیراز، مرودشت و استهبان اختلاف معنی‌داری وجود دارد و زنان مرودشت از میانگین توسعه کارآفرینی بیشتری برخوردار هستند. در واقع، با توجه به بالاتر بودن مؤلفه‌های فعالیت کارآفرینی (از جمله نوآوری، حفظ محیط زیست، رضایت مشتریان، رضایت اعضای صندوق، انعطاف‌پذیری، رفاه منطقه، اشتغال‌زایی، سودآوری، پایداری کسب‌وکار، رقابت‌طلبی و بهره‌گیری از فرصت‌ها و تجاری‌سازی ایده) در بین زنان کارآفرین مرودشت، این امر منجر به توسعه بهتر فعالیت‌های کارآفرینانه آنان شده است. در رتبه دوم، زنان کارآفرین شهرستان شیراز از میانگین امتیاز بیشتری نسبت به شهرستان استهبان در مورد متغیر توسعه فعالیت کارآفرینی برخوردار بودند. از سوی دیگر، نتایج نشان داد که میانگین انسجام اجتماعی زنان در شهرستان مرودشت با دو شهرستان شیراز و استهبان تفاوت معنی‌داری دارد و این میزان در شهرستان مرودشت بیشتر از دو شهرستان دیگر بود. همچنین، بین زنان مرودشت در دو شهرستان شیراز و استهبان نیز اختلاف معناداری وجود داشت، به‌گونه‌ای که زنان شهرستان استهبان از نظر انسجام اجتماعی از میانگین بالاتری نسبت به کارآفرینان شیرازی برخوردار بودند. نتیجه آزمون رگرسیون نشان داد، سرمایه اجتماعی، میزان توفیق‌طلبی، توانایی تصمیم‌گیری، میزان استقلال‌طلبی، سیاست‌های مشاوره‌ای، فضای کسب‌وکار، مهارت در تدوین طرح تجاری و سیاست‌های حمایتی به ترتیب متغیرهایی بودند که بیشترین سهم (۵۶ درصد) را در میزان تغییرات در توسعه فعالیت کارآفرینی را تبیین نمودند.

نتیجه‌گیری: با توجه به مجموعه عوامل تأثیرگذار بر توسعه فعالیت‌های کارآفرینی زنان روستایی، به‌ویژه نقش سرمایه اجتماعی، شبکه روابط و فعالیت در انواع شبکه‌های اجتماعی، لذا پیشنهاد می‌شود که هم‌فکری و هم‌افزایی فعالیت‌های زنان کارآفرین از طریق برگزاری نشست‌های ادواری و مستمر با سایر شرکت‌های استان، تقویت گردد. همچنین، دوره‌های آموزشی منسجم و هدفمند برای زنان روستایی عضو صندوق‌ها به‌منظور چگونگی تقویت فعالیت در شبکه‌های اجتماعی و کسب انواع مهارت‌های کارآفرینی برگزار گردد.

واژه‌های کلیدی: سرمایه اجتماعی، شبکه اجتماعی، فعالیت کارآفرینانه، کارآفرینی زنان، کشاورزی

روستایی نظر محققان را به‌خود جلب کرده است (Rezaei-

Moghaddam and Masoomi, 2017). یکی از راهکارهای مناسب برای کاهش شکاف بین شهر و روستا و ایجاد برابری اجتماعی، اقتصادی، محیطی و نهادی، کارآفرینی روستایی و توسعه کسب‌وکارهای خرد است (Karimi-Amaleh and Fatemi, 2022). همچنین، روستاییان با ایجاد کسب‌وکارهای خرد می‌توانند فرصت‌های جدیدی را خلق کنند و متوسط استانداردهای زندگی در جوامع روستایی را بهبود دهند و روستاییان می‌توانند از این طریق درآمد و سرمایه خود را افزایش دهند (Hajarian, 2022). کارآفرینی زنان یکی از نشانه‌های جوامع توسعه‌یافته است و شواهد نشان می‌دهد زنان در زمان کوتاهی توانسته‌اند با ورود به عرصه کسب‌وکار، تحولات

مقدمه

امروزه، با افزایش عدم اطمینان محیطی، تغییرات سریع و چالش‌های جدید جهانی، یکی از راهکارهای مؤثر در راستای تطابق با تحولات مداوم، گرایش به‌سمت کارآفرینی است، چرا که محیط پیش‌روی جوامع امروز، پیوسته در حال تغییر است و از نظر صاحب‌نظران این کارآفرینان هستند که الگویی برای مقابله و سازگاری با این شرایط پر تغییر و پویا فراهم می‌آورند و زنان نیز در این میان از عناصر مهم در فرآیند کار و کارآفرینی محسوب می‌شوند. کارآفرینی زنان به فعالیت زنانی که در زمینه خوداشتغالی مشارکتی، خوداشتغالی مستقل، کارفرمایی و کسب‌وکارهایی با مالکیت انحصاری صورت می‌گیرد، گفته می‌شود. کارآفرینی در حکم یکی از مهم‌ترین تلاش‌های توسعه

در بازار بر رقبا غلبه کنند (Imeni-gheshlagh *et al.*, 2012). بیبرلی و چاکرابرتی (Bierly and Chakrabarti, 1996)، اهمیت شبکه‌های غیررسمی خانواده و دوستان را در مرحله آغاز به کار یک بنگاه کارآفرینانه تشبیه کرده‌اند و عقیده دارند شبکه‌های اجتماعی به‌طور قابل ملاحظه‌ای فرآیند تصمیم برای کارآفرینان بالقوه را نیز تحت‌تأثیر قرار می‌دهند، در نتیجه شبکه اجتماعی در مرحله قبل از آغاز به کار دارای اهمیت زیادی است. در این راستا، برخی صاحب‌نظران دیگر بحث می‌کنند که افرادی که به‌طور متمرکز در شبکه‌های اجتماعی خوب توسعه یافته واقع شده‌اند، احتمال بیشتری دارد تا نسبت به افرادی که در شبکه‌های اجتماعی ضعیف حضور دارند، از فرصت‌های کارآفرینانه در دسترس آگاهی یابند (Brown and Butler, 1995). از سوی دیگر، کلمن (Coleman, 1988; Guillen *et al.*, 2011)، سرمایه اجتماعی را یک مشخصه اجتماعی معرفی می‌کند که باعث بروز خلاقیت، ایده‌پروری، تسهیل رفتارهای نوآورانه و ریسک‌پذیر می‌شود که از جمله شاخص‌های کارآفرینی است. در پژوهش الوانی و شیروانی، سرمایه اجتماعی به نقشی بسیار مهم‌تر از سرمایه فیزیکی و انسانی در جوامع اشاره شد (Alvani and Shirvani, 2005). همچنین، شین و ونکاتارامان (Shane and Venkataraman, 2003) در پژوهشی در زمینه نقش سرمایه اجتماعی و انسانی در میان کارآفرینان نوپا، تأکید می‌کنند که کارآفرینی شامل دو فرآیند مربوط به کشف فرصت‌های کارآفرینانه و بهره‌برداری از آن فرصت‌ها است. بعضی از فرآیندهای اجتماعی ممکن است توانایی شناخت یا بهره‌برداری از فرصت‌ها را افزایش دهند. نتایج پژوهش ساپاریتو و ماری (Saparito and Marie, 2006) نیز نشان داد برای بهره‌برداری از فرصت‌ها، چگونه از سرمایه اجتماعی استفاده شود.

با توجه به اینکه کارآفرینی فرآیندی است که در شبکه متغیری از روابط اجتماعی روی می‌دهد و این روابط اجتماعی می‌تواند رابطه کارآفرین را با منابع و فرصت‌ها، محدود یا تسهیل کند، سرمایه اجتماعی به‌عنوان یک پدیده اجتماعی باعث بروز خلاقیت، ایده‌پروری، تسهیل رفتارهای نوآورانه و ریسک‌پذیری می‌شود (Coleman, 1988). کارآفرینان با برخورداری از سرمایه اجتماعی به منابعی دسترسی خواهند داشت که خود به‌تنهایی قادر به دستیابی به آن‌ها نیستند (Bolino *et al.*, 2002). کارآفرین در هر مرحله از فعالیت کارآفرینانه خود به یک نظام مشاوره‌ای و پشتیبانی نیرومند نیاز دارد. این شبکه‌ها به‌ویژه، در نخستین مراحل فعالیت برای به‌دست آوردن اطلاعات و مشاوره نقش مؤثری ایفا می‌کنند. بر پایه این دیدگاه، وجود یا نبود شبکه‌های پشتیبانی در توسعه کارآفرینی زنان بسیار تأثیرگذار است (Gelard, 2005).

سرمایه اجتماعی، مجموعه هنجارهای موجود در نظام‌های اجتماعی است که موجب ارتقای سطح همکاری اعضای آن جامعه و موجب پایین آمدن سطح هزینه‌های تبادلات و ارتباطات می‌شود (Fukuyama, 1999; Arena and Uhl-*Bien*, 2016). سرمایه اجتماعی دربرگیرنده دانش، ادراک، هنجارها، قوانین و انتظارات مشترک درباره الگوهای تعاملاتی است که گروهی از افراد در برخورد با مسائل پیچیده اجتماعی

عظیمی در توسعه اقتصادی کشورها ایجاد کنند (Mahfuz *et al.*, 2019). در چند دهه گذشته مشارکت زنان کارآفرین به‌سرعت افزایش یافته و این نوع مشارکت از طرق سرعت بخشیدن به روند توسعه، کاهش بیکاری، نابرابری و فقر را می‌توان به‌عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل توسعه اقتصادی به‌شمار آورد (Almamun *et al.*, 2016). با توجه به سطح توسعه اقتصادی، زنان نقش اساسی در کشاورزی و توسعه روستایی به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه ایفا می‌کنند. یکی از راه‌های پیشرفت، توجه به توسعه فعالیت‌های کارآفرینی در روستاها است (Golkarfard *et al.*, 2019). توسعه کارآفرینی زنان یکی از مهم‌ترین موضوعات دستورکار توسعه معاصر در بسیاری از کشورهای در حال توسعه بوده است و بسیاری از صاحب‌نظران توسعه روستایی بر این باورند که شناخت توانمندی‌ها و مهارت‌های زنان، به‌ویژه زنان روستایی و هدایت استعدادهای خلاق آنان در بهره‌برداری از ظرفیت‌های این قشر بزرگ اجتماعی مؤثر است (Talebi *et al.*, 2018). با توجه به اصل ۴۴ قانون اساسی کشور، اهمیت دادن به کارآفرینی زنان و مشارکت آنان در اقتصاد خرد کشور در هر سن و سال به‌عنوان شیوه‌ای سازنده در زندگی و راهی برای برون‌رفت از بیکاری محسوب می‌شود (Mirzaei and Sapahpanah, 2022).

در جامعه امروز که مقوله کارآفرینی به‌سرعت درحال گسترش است، زنان نقش مهم و رو به‌شدی در زمینه توسعه‌ی کسب‌وکار به عهده گرفته‌اند و کارآفرینی زنان، موضوع خاص و موردتوجه در سراسر جهان است. گزارش سال ۲۰۱۶ کارآفرینی جهان که توسط مرکز کارآفرینی کافمن منتشر شده است، تأکید می‌کند، کارآفرینی زنان نقش برجسته‌ای در سلامت اقتصاد ملت‌ها دارد (Gurria, 2016). زنان در مدت‌زمانی کوتاه توانسته‌اند با ورود به عرصه کسب‌وکار، تحولات عظیمی در توسعه اقتصادی کشورها ایجاد کنند. از مهم‌ترین پدیده‌های دوران اخیر، افزایش سهم زنان در بازار کار و مشارکت آنان بوده است. از دهه‌ی ۱۹۷۰ میلادی، ساختار جنسیتی نیروی کار تغییر کرد و حضور زنان در شرایط متفاوت و در سطوح مختلف در فعالیت اقتصادی بیشتر شد (Longoria, 2018). اما در جهان، فرصت برای مشارکت زنان در بازار کار، تقریباً ۳۱ درصد، کمتر از مردان است (International Labour Office, 2016). آمار و ارقام شاغلان در ایران نیز نشان می‌دهد، نسبت اشتغال جمعیت ۱۵ ساله و بیشتر، ۳۸/۵ درصد بوده است. این نسبت برای مردان، بیشتر از زنان بوده است؛ به‌گونه‌ای که نسبت مذکور در مردان، ۶۳/۹ درصد و در بین زنان، ۱۳/۵ درصد بوده است (Hemmat *et al.*, 2021).

به‌طور کلی، فعالیت‌های کارآفرینی زنان زمینه‌های خوداشتغالی مشارکتی، خوداشتغالی مستقل، کارفرمایی و کسب‌وکارهایی با مالکیت انحصاری را در برمی‌گیرد (Brush, 1992; Kwon *et al.*, 2013). در واقع زنان کارآفرین، افرادی هستند که به‌تنهایی و یا با مشارکت، کسب‌وکاری را ایجاد کرده و یا از طریق ارت پذیرفته‌اند و با قبول ریسک‌های مالی، اجتماعی، اخلاقی و روانی در اداره امور روزانه شرکت می‌جویند و با خلاقیت و نوآوری محصولات جدیدی را تولید می‌کنند تا

اجتماعی مؤثر و تأثیرگذار بر کارآفرینی زنان، می‌توان برای توسعه و تقویت این عوامل گام برداشت و شرایط را برای فعالیت‌های کارآفرینانه زنان بهبود بخشید.

روش پژوهش

این پژوهش با بهره‌گیری از فن پیمایش (Survey)، انجام شد. با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌بندی شده، نمونه‌ای متشکل از ۳۸۰ نفر از زنان روستایی عضو شرکت‌های صندوق حمایت از توسعه بخش کشاورزی زنان در استان فارس بوده که در قالب سه شرکت در شهرستان‌های مرودشت، شیراز و استهبان فعالیت می‌کنند، انتخاب شدند. در این پژوهش از پرسشنامه برای جمع‌آوری داده‌ها استفاده شده است. روایی پرسشنامه توسط اساتید فن دانشگاه شیراز تأیید شد. پایایی آن از طریق انجام مطالعه راهنما و محاسبه ضریب آلفای کرونباخ انجام گرفت. برای انجام مطالعه راهنما ۳۰ نفر از زنان عضو شرکت‌ها خارج از منطقه مورد مطالعه در شهر کوار که شرایط مشابهی داشتند، انتخاب و به تکمیل پرسشنامه اقدام شد. ضریب آلفای به‌دست آمده برای متغیرهای پژوهش بین ۰/۷۷ تا ۰/۹۵ به‌دست آمد. داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS مورد تحلیل قرار گرفت. توسعه فعالیت کارآفرینی با ضریب آلفای ۰/۹۵، یک فرآیند تکامل‌یابنده است که نیازمند ساختارسازی و پی‌گیری برنامه‌ریزی‌شده کارکردهای حمایتی و فراهم بودن زمینه‌های مساعد است. این متغیر با استفاده از شاخص ایزدی و همکاران سنجیده شد (Izadi et al., 2017). سرمایه اجتماعی از سه مؤلفه انسجام اجتماعی، مشارکت اجتماعی و شبکه روابط تشکیل شده است. انسجام اجتماعی با میزان همبستگی، همکاری و کمکی است که در میان افراد در شرکت‌های مادر تخصصی وجود دارد (Onyx and Bullen, 2000). این مؤلفه به‌وسیله سؤالاتی در ارتباط با کمک به یکدیگر در کارها، قبول وظایف یکدیگر هنگامی که اتفاقی برای یکی از آن‌ها می‌افتد، در قالب طیف لیکرت از هیچ تا زیاد سنجیده شد. مشارکت اجتماعی با دلالت بر گسترش روابط در قالب انجمن‌های داوطلبانه، باشگاه‌ها، اتحادیه‌ها و گروه‌هایی دارد که معمولاً خصلتی محلی و غیردولتی دارند و افراد جامعه به‌صورت آگاهانه و داوطلبانه و با در نظر داشتن هدف‌های معین و مشخص در آن‌ها شرکت می‌کنند. مشارکت اجتماعی نیز با سؤالاتی (میزان مشارکت در جلسات و جشن‌ها و مراسم مختلف مذهبی) در قالب طیف لیکرت از هیچ تا زیاد سنجیده شد. شبکه روابط، نشان‌دهنده روابط کارآفرینان با دیگر افراد از درون و برون اجتماع است (Zaheer and bell, 2005). این مؤلفه به‌وسیله سؤالات (میزان گفتگو با اعضاء خانواده، ملاقات با خویشاوندان و آشنایان، مشورت با دوستان و آشنایان، میزان ملاقات با مروجان و کارشناسان کشاورزی و روابط دوستانه با کارکنان دولتی) با طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت (هیچ، کم، تاحدی، زیاد و خیلی زیاد) سنجیده شد. منظور از فعالیت در شبکه‌های اجتماعی، ساختاری اجتماعی است که از گردهمایی افراد تشکیل می‌شود. آن‌ها به تبادل عقاید، افکار و احساسات می‌پردازند و شامل شبکه‌های اجتماعی سازمانی و شبکه‌های اجتماعی مجازی است (Sijtsma et al., 2023). این متغیر به‌وسیله سؤالاتی (عضویت در شبکه‌های اجتماعی، میزان

و موقعیت‌های کنش جمعی با خود به سازمان می‌آورند. به‌عبارتی دیگر، این مفهوم به پیوندها و ارتباط‌های میان اعضای شبکه به‌عنوان منبع با ارزش اشاره دارد که با خلق هنجارها و اعتماد متقابل موجب تحقق اهداف اعضا می‌شود (Francis, 2002). افرادی با سرمایه اجتماعی بالاتر به منابع و اطلاعات بیشتری دسترسی دارند که می‌تواند در روند تشکیل و توسعه کسب‌وکار و دستیابی به بازارهای جدید تأثیرگذار باشند. از این‌رو، سرمایه اجتماعی، اهمیت ویژه‌ای برای کارآفرینان دارد و کارآفرینان مستقر در گروه‌های اجتماعی که دارای سرمایه اجتماعی بیشتری هستند، به احتمال فراوان در وضعیت سودمندی در داخل شبکه‌ها واقع می‌شوند، بنابراین احتمال بیشتری دارد که بتوانند به‌طور مؤثر فرصت‌های تجاری را تشخیص داده و از آن بهره‌گیرند (Daskalopoulou et al., 2023). به‌همین منظور، افزایش توانایی افراد کارآفرین برای شروع و ادامه فعالیت‌های کارآفرینانه، توجه به نقش شبکه‌های اجتماعی و تعامل میان آن‌ها و همچنین در نظر گرفتن سرمایه اجتماعی به‌عنوان عامل ارتباط دهنده میان شبکه‌های کسب‌وکار با شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه و تأمین منابع و امکانات لازم در این زمینه، ضروری است. در واقع سرمایه اجتماعی یکی از عوامل تأثیرگذار در نهادینه کردن و اعتلای کارآفرینی است.

معرفی شرکت صندوق حمایت از توسعه بخش کشاورزی زنان

شرکت صندوق حمایت از توسعه بخش کشاورزی زنان استهبان در سال ۱۳۹۰ با سرمایه اولیه ۹۹،۲۹۳،۰۰۰ ریال تأسیس شده است. شرکت صندوق حمایت از توسعه بخش کشاورزی زنان شیراز در سال ۱۳۹۰ تأسیس شده است. شرکت صندوق حمایت از توسعه فعالیت‌های کشاورزی زنان روستایی مرودشت، در سال ۱۳۸۹ با سرمایه اولیه ۱۴۰،۰۳۵،۰۰۰ ریال تأسیس شد. تأسیس این شرکت‌ها با مشارکت سهامداران شامل اشخاص حقیقی، تشکل‌ها و اشخاص مستقل، انجام شد. این شرکت‌ها تسهیلاتی برای فعالیت‌های کشاورزی و روستایی از جمله پرورش مرغ بومی، پرورش دام، تولید گیاهان دارویی و پرورش گیاهان آپارتمانی پرداخت می‌نماید. این شرکت‌ها برنامه‌های آموزشی تخصصی متعددی در زمینه مدیریت صندوق‌ها، مهارت کسب‌وکار، کارآفرینی، مقررات و قوانین تجارت، تسهیل‌گری و آموزش‌های اختصاصی در زمینه فعالیت‌های کشاورزی، تسهیلات را ارائه می‌کنند و همچنین، برگزاری دوره‌های آموزشی در این چند سال نیز ادامه دارد (Supportive Fund of Investment Development in Agriculture, 2017). هدف کلی این پژوهش شناخت و تحلیل سازه‌های فردی و ساختاری تأثیرگذار (به‌ویژه سرمایه اجتماعی) بر فعالیت کارآفرینی زنان روستایی در شرکت‌های مادر تخصصی استان فارس به‌منظور ارتقای وضعیت شغلی آن‌ها است. بیشتر مطالعات انجام گرفته در زمینه کارآفرینی زنان بر ویژگی‌های شخصیتی زنان کارآفرین و نیز محدودیت‌ها و موانع و چالش‌های پیش‌روی این زنان متمرکز بوده است؛ به‌طوری‌که ساختارهای احاطه‌شده اجتماعی در این میان، به‌عنوان عاملی مهم، کمتر مورد توجه قرار گرفته است. اهمیت این پژوهش از آنجا ناشی می‌شود که با شناسایی عوامل

هدایت‌کننده و نگه‌دارنده رفتار است که می‌تواند انسان را به سمت انجام فعالیتی ترغیب کند. این متغیر با سؤالات مرتبط (تمایل به شروع فعالیت‌های جدید، اشتیاق نسبت به کار و غیره) سنجیده شد. توفیق‌طلبی به معنای تمایل به انجام کار به بهترین شکل برای رسیدن به موفقیت‌های رقابتی است (Collewaert *et al.*, 2016). این متغیر با استفاده از سؤالات (میزان پشتکار در فعالیت‌ها، تمایل انجام کارها به بهترین نحو، تمایل به برنده شدن در بازارهای رقابتی) در قالب طیف لیکرت از هیچ تا زیاد سنجیده شد. خلاقیت، عبارت است از به‌کارگیری توانایی‌های ذهنی، برای ایجاد یک فکر یا مفهوم جدید (Martin and Wilson, 2017). این متغیر با استفاده از سؤالات (زیر پا گذاشتن چارچوب، داشتن ایده‌های متنوع، داشتن حس نوآوری، انجام کارها به روش معمول و انجام چند کار به صورت هم‌زمان) در قالب طیف لیکرت از هیچ تا زیاد سنجیده شد. استقلال‌طلبی، نیروی برانگیزاننده است که فرد با این ویژگی احساس می‌کند که بر سرنوشت خود کنترل دارد، کاری را برای خود انجام می‌دهد و آقای خودش است (Oxford *et al.*, 2014). این متغیر با استفاده از سؤالات (پذیرش دستورها، اهمیت به تفکر اشخاص دیگر، اعتماد به نفس داشتن و اتکا به خود داشتن در فعالیت‌ها) از طریق طیف لیکرت با پنج سطح (کاملاً موافقم، موافقم، نظری ندارم، مخالفم و کاملاً مخالفم) سنجیده شد.

ریسک‌پذیری، تمایل به مدیریت و برعهده گرفتن امور با اختصاص منابع و فرصت‌هایی است که احتمال تقبل هزینه شکست معقولی را به‌عهده دارد (Nishimura, 2019). این متغیر با استفاده از سؤالاتی در زمینه انتخاب هدف‌های سخت، تمایل به شروع کار جدید، قرض پول در شرایط خاص، تمایل به شروع کارهای جدید در شرایط رضایت از وضعیت فعلی سنجیده شد. این متغیرها از طریق طیف لیکرت با پنج سطح (کاملاً موافقم، موافقم، نظری ندارم، مخالفم و کاملاً مخالفم) سنجیده شد.

فعالیت در شبکه‌های اجتماعی، میزان صرف وقت در شبکه‌های اجتماعی و استفاده از اطلاعات تبادل‌شده در شبکه‌های اجتماعی) برای فعالیت‌های کارآفرینی سنجیده شد. ارتباطات خانوادگی به معنی تبادل اطلاعات، مفاهیم و احساس‌ها بین افراد خانواده با یکدیگر است (Koerner and Schrodt, 2014). این متغیر با استفاده از سؤالاتی (مشورت با پدر و مادر، همسر و فرزندان و صرف وقت برای تصمیم‌گیری با اعضای خانواده) و در قالب طیف لیکرت از هیچ تا زیاد سنجیده شد. منظور از فضای کسب‌وکار نیز عوامل مؤثر بر عملکرد واحدهای اقتصادی مانند کیفیت دستگاه‌های حاکمیت، ثبات قوانین و مقررات، کیفیت زیرساخت‌ها و غیره است که تغییر دادن آن‌ها فراتر از اختیارات و قدرت مدیران بنگاه‌های اقتصادی است. این متغیر با توجه به مدت زمان صرف‌شده برای آغاز فعالیت کارآفرینی، مدت زمان انتظار برای دریافت وام، استفاده از انواع دارایی‌ها به‌عنوان وثیقه و دریافت مجوزهای مربوطه و غیره، سنجیده شد. سیاست‌های حمایتی، سیاست‌هایی است که در راستای حفاظت و پشتیبانی شرکت‌های مادر تخصصی صورت می‌گیرد. این سیاست‌ها با استفاده از گویه‌های دسترسی راحت به مواد خام، میزان دسترسی به تسهیلات و وام‌های دولتی، میزان دسترسی راحت به بازار برای فروش محصولات، فراهم نمودن امور زیربنایی از سوی دولت، حمایت دولت از زنان کارآفرین و غیره سنجیده شد. سیاست‌های تشویقی، با استفاده از گویه‌های میزان برگزاری نمایشگاه از تولیدات بنگاه، تشویق کارآفرینان برتر، میزان اطلاع کارآفرینان از طرح‌ها و معرفی کسب‌وکارهای برتر سنجیده شد.

توانایی تصمیم‌گیری به معنی انتخاب راه‌حل برتر از میان راه‌حل‌های موجود است (Moutoussis *et al.*, 2021) که توسط سؤالات (سپردن تصمیم‌گیری‌ها به دیگران، میزان جمع‌آوری اطلاعات قبل از تصمیم‌گیری، توانایی تجزیه، تحلیل و توانایی انتخاب راه‌حل نهایی) و از طریق طیف لیکرت با دامنه هیچ تا زیاد سنجیده شد. انگیزه کارآفرینی، عامل نیرودهنده،

جدول ۱- مقادیر آلفای کرونباخ متغیرهای تحقیق

Table 1. Cronbach's alpha values of research variables

ضریب آلفا	متغیرها
0.95	توسعه فعالیت کارآفرینی Development of entrepreneurial activity
0.85	خلاقیت Creativity
0.83	ریسک‌پذیری Risk taking
0.87	استقلال‌طلبی Autonomy
0.82	توفیق‌طلبی Need for achievement
0.97	انگیزه کارآفرینی Entrepreneurship motivation
0.93	توانایی تصمیم‌گیری Decision-making ability
0.82	ارتباطات خانوادگی Family communication
0.93	سیاست‌های حمایتی Supportive policies
0.9	سیاست‌های تشویقی Incentive policies
0.86	عوامل محیطی (فضای کسب‌وکار) Business space
0.91	توان مدیریتی مدیرعامل Managing ability of CEO
0.84	سرمایه اجتماعی Social capital
0.95	فعالیت در شبکه اجتماعی Activities in social network

نتایج و بحث

مقایسه گروه‌های مورد مطالعه از نظر متغیرهای شخصیتی-روانشناختی

جدول ۲، یافته‌های حاصل از تحلیل واریانس یک طرفه فعالیت کارآفرینی اعضاء در سه شهرستان شیراز، مرودشت و استهبان را نشان می‌دهد. با توجه به نتایج این جدول بین این سه شهرستان اختلاف معنی‌داری وجود دارد ($p=0/0001$). نتایج آزمون LSD نیز نشان داد که بین میانگین فعالیت کارآفرینی در شهرستان مرودشت با فعالیت‌های کارآفرینی دو شهرستان شیراز و استهبان تفاوت معنی‌داری وجود دارد و فعالیت کارآفرینی در شهرستان مرودشت از میانگین بیشتری (۱۴۰/۸) برخوردار است که با یافته‌های گلکارفرد و همکاران (Golkarfard et al., 2019) مطابقت دارد. شهرستان مرودشت قطب فعالیت کشاورزی در استان فارس است و کشاورزان و زنان کارآفرین پیش‌رو، نمونه و فعال در این منطقه هستند. در واقع با توجه به بالاتر بودن مؤلفه‌های فعالیت کارآفرینی (از جمله نوآوری، حفظ محیط زیست، رضایت مشتریان، رضایت اعضای صندوق، انعطاف‌پذیری، رفاه منطقه، اشتغال‌زایی، سودآوری، پایداری کسب‌وکار، رقابت‌طلبی و بهره‌گیری از فرصت‌ها و تجاری‌سازی ایده) در بین زنان کارآفرین مرودشت، این امر باعث توسعه کارآفرینی بیشتر آن‌ها است. این مؤلفه‌ها با یافته‌های صدر دشتکی و فاطمی (Sadri- Dashtaki and Fatemi, 2023) مطابقت دارد. همچنین، شهرستان شیراز از میانگین امتیاز بیشتری (۱۰۴/۰۶) نسبت به شهرستان استهبان (۹۷/۰۸) در مورد متغیر توسعه فعالیت کارآفرینی برخوردار است و اختلاف معنی‌داری بین آن‌ها وجود دارد.

بین میزان خلاقیت در بین اعضاء در سه شهرستان اختلاف معنی‌داری وجود دارد ($p=0/034$). نتایج آزمون LSD نیز نشان داد که بین میانگین میزان خلاقیت اعضاء شهرستان مرودشت (۲۰/۴۸) با شهرستان استهبان اختلاف معنی‌داری وجود دارد، به‌عبارتی زنان کارآفرین در شهرستان مرودشت از میزان خلاقیت بیشتری در فعالیت‌های کارآفرینی نسبت به شهرستان استهبان برخوردارند. بین میزان میانگین خلاقیت در شهرستان‌های مرودشت و شیراز و همچنین بین شهرستان‌های استهبان و شیراز تفاوت معناداری وجود ندارد. یافته‌های حاصل از تحلیل واریانس یک‌طرفه نشان می‌دهد که بین میزان ریسک‌پذیری در بین اعضاء در سه شهرستان اختلاف معنی‌داری وجود دارد ($p=0/0001$). نتایج آزمون LSD نیز نشان داد که بین میانگین میزان ریسک‌پذیری اعضاء شرکت در شهرستان مرودشت (۱۸/۰۵) با دو شهرستان شیراز و استهبان تفاوت

معنی‌داری وجود دارد و ریسک‌پذیری زنان در شهرستان مرودشت از میانگین امتیاز بیشتری در مورد این متغیر برخوردار است. بین میزان میانگین ریسک‌پذیری زنان در شهرستان‌های استهبان و شیراز تفاوت معناداری وجود ندارد. همچنین، میزان استقلال‌طلبی در بین اعضاء در سه شهرستان شیراز، مرودشت و استهبان اختلاف معنی‌داری وجود دارد ($p=0/0001$). نتایج آزمون LSD نشان داد که بین میانگین میزان استقلال‌طلبی اعضاء در شهرستان مرودشت (۱۴/۴۴) با دو شهرستان شیراز و استهبان تفاوت معنی‌داری وجود دارد و استقلال‌طلبی زنان در شهرستان مرودشت از میانگین امتیاز بیشتری برخوردار است. بین میزان میانگین این متغیر در شهرستان‌های استهبان و شیراز تفاوت معناداری وجود ندارد. بین میزان توفیق‌طلبی با توجه به اعضاء در سه شهرستان اختلاف معنی‌داری وجود دارد ($p=0/0001$). نتایج آزمون LSD نیز نشان داد که بین میانگین میزان توفیق‌طلبی زنان در شهرستان مرودشت با دو شهرستان شیراز و استهبان تفاوت معنی‌داری وجود دارد و میزان توفیق‌طلبی زنان در شهرستان مرودشت از میانگین امتیاز بیشتری (۱۱/۱۶) در مورد این متغیر برخوردار است. همچنین، شهرستان استهبان از میانگین امتیاز بیشتری (۱۰/۵۶) نسبت به شهرستان شیراز با میانگین امتیاز ۹/۸۴ در مورد متغیر میزان توفیق‌طلبی برخوردار است و اختلاف معنی‌داری بین آن‌ها وجود دارد. نتیجه این آزمون نشان می‌دهد که زنان استهبان نسبت به دو شهرستان دیگر، تمایل به انجام کار به بهترین شکل ممکن برای رسیدن به موفقیت‌های رقابتی دارند.

برطبق جدول ۲، بین میزان انگیزه کارآفرینی زنان در شهرستان مرودشت با دو شهرستان دیگر، اختلاف معنی‌داری وجود دارد ($p=0/0001$). نتایج آزمون LSD نشان داد که بین میانگین میزان انگیزه کارآفرینی زنان در شهرستان مرودشت (۳۴/۳۵) با شهرستان‌های شیراز و استهبان اختلاف معنی‌داری وجود دارد، به‌عبارتی، زنان کارآفرین در شهرستان مرودشت از میزان انگیزه کارآفرینی بیشتری در فعالیت‌های کارآفرینی نسبت به شهرستان شیراز و استهبان برخوردارند. بین توانایی تصمیم‌گیری در بین اعضاء در سه شهرستان اختلاف معنی‌داری وجود دارد ($p=0/02$). نتایج آزمون LSD نیز نشان داد که بین میانگین توانایی تصمیم‌گیری زنان در شهرستان مرودشت (۱۳/۳۶) با دو شهرستان شیراز و استهبان تفاوت معنی‌داری وجود دارد و توانایی تصمیم‌گیری زنان در شهرستان مرودشت از میانگین امتیاز بیشتری در مورد این متغیر برخوردار است. بین میزان میانگین شهرستان‌های استهبان و شیراز تفاوت معناداری وجود ندارد.

جدول ۲- نتایج آزمون تحلیل واریانس یکطرفه در زمینه مقایسه زنان کارآفرین در شهرستان‌های مورد مطالعه از نظر متغیرهای شخصیتی-روانشناختی

Table 2. ANOVA results of wome entrepreneurs of studied counties in terms of personality-psychological variables

متغیرها Variables	شیراز Shiraz		استهبان Estahban		مرودشت Marvdasht		P	F	طیف متغیر Range
	میانگین Average	انحراف معیار Standard deviation	میانگین Average	انحراف معیار Standard deviation	میانگین Average	انحراف معیار Standard deviation			
فعالیت کارآفرینی Entrepreneurship activity	104.06 ^b	32.02	97.08 ^c	9.73	140.8 ^a	10.73	0/0001	118.66	35-175
خلاقیت Creativity	20.00 ^{bc}	2.54	19.5 ^{bc}	2.89	20.48 ^a	3.26	0.034	3.40	7-35
ریسک‌پذیری Risk taking	16.39 ^b	2.99	16.41 ^b	2.99	18.05 ^a	3.05	0.0001	13.77	5-25
استقلال‌طلبی Autonomy	13.17 ^b	2.14	13.54 ^b	2.44	14.44 ^a	2.44	0.0001	9.66	4-20
توفیق‌طلبی Need for achievement	9.84 ^c	2.10	10.56 ^b	2.34	11.16 ^a	2.08	0.0001	10.90	3-15
انگیزه کارآفرینی Entrepreneurship motivation	30.77 ^b	4.75	31.50 ^b	6.19	34.35 ^a	5.91	0.0001	14.34	9-45
توانایی تصمیم‌گیری Decision-making ability	12.40 ^b	2.79	12.63 ^b	2.88	13.36 ^a	2.76	0.02	3.99	4-20

میانگین‌هایی که با حروف مشابه مشخص شده‌اند، از لحاظ آماری دارای تفاوت معناداری نیستند.

There is no significant difference between the means with similar letters.

مقایسه گروه‌های مورد مطالعه از نظر متغیرهای ساختاری

با توجه به جدول ۳، یافته‌های حاصل از تحلیل واریانس یکطرفه نشان می‌دهد که بین میزان ارتباطات خانوادگی در بین اعضا در سه شهرستان اختلاف معنی‌داری وجود دارد ($p=0/01$). نتایج آزمون LSD نیز نشان داد که میانگین ارتباطات خانوادگی اعضا در شهرستان مرودشت (۱۴/۷۱) با شهرستان شیراز اختلاف معنی‌داری دارد، به عبارتی، زنان کارآفرین در شهرستان مرودشت از ارتباطات خانوادگی بیشتری در فعالیتهای کارآفرینی نسبت به شهرستان شیراز برخوردارند. بین میزان میانگین این متغیر در شهرستان‌های مرودشت و استهبان و شهرستان‌های شیراز تفاوت معنی‌داری وجود ندارد.

یافته‌های حاصل از تحلیل واریانس یکطرفه نشان می‌دهد که بین سیاست‌های حمایتی از فعالیتهای کارآفرینی در سه شهرستان اختلاف معنی‌داری وجود دارد. نتایج آزمون LSD نشان داد که بین میانگین سیاست‌های حمایتی برای زنان کارآفرین در شهرستان مرودشت با دو شهرستان شیراز و استهبان اختلاف معنی‌داری وجود دارد. یافته‌های جدول ۲، نشان می‌دهد که زنان کارآفرین شهرستان مرودشت به‌لحاظ سیاست‌های حمایتی، میانگین بالاتری را به‌خود اختصاص داده‌اند (۱۲/۹۱). به عبارتی، زنان کارآفرین مرودشت با آگاهی از شرایط و امکاناتی که در اختیارشان قرار می‌گیرد، بیشتر از دو شهرستان دیگر حمایت می‌شوند. مطابق با جدول ۳، میانگین سیاست حمایتی از زنان کارآفرین در شهرستان شیراز بالاتر از شهرستان استهبان است. به عبارتی، زنان کارآفرین شهرستان شیراز از سیاست حمایتی بیشتری نسبت به زنان کارآفرین استهبان برخوردار هستند.

سیاست‌های تشویقی در بین اعضا در سه شهرستان اختلاف معنی‌داری دارد ($p=0/02$). نتایج آزمون LSD، نشان داد که بین

میانگین سیاست‌های تشویقی اعضا شهرستان مرودشت (۱۱/۹۶) با شهرستان استهبان اختلاف معنی‌داری وجود دارد، به عبارتی، زنان کارآفرین در شهرستان مرودشت از سیاست‌های تشویقی بیشتری در فعالیتهای کارآفرینی نسبت به شهرستان استهبان برخوردارند. بین میزان میانگین این متغیر در شهرستان‌های شیراز و مرودشت و شهرستان‌های استهبان و شیراز تفاوت معنی‌داری وجود ندارد. یافته‌های حاصل از جدول ۳، نشان می‌دهد که بین توان مدیریتی مدیرعامل صندوق‌ها در سه شهرستان اختلاف معنی‌داری وجود دارد. نتایج آزمون LSD نشان داد که بین میانگین توان مدیریتی مدیرعامل صندوق‌ها در شهرستان مرودشت با دو شهرستان شیراز و شهرستان استهبان اختلاف معنی‌داری وجود دارد. یافته‌های جدول ۳، نشان می‌دهد که مدیران عامل صندوق‌ها در شهرستان مرودشت به‌لحاظ توان مدیریتی میانگین بالاتری را به‌خود اختصاص داده‌اند (۲۱/۳۳) به‌طوری‌که مدیرعامل صندوق‌ها در شهرستان مرودشت ارتباط بهتری با اعضا برقرار کرده، همچنین، از لحاظ توانایی چانه‌زنی، مذاکره، بازاریابی و ارتباط با ارباب‌رجوع در وضعیت بهتری هستند. با توجه به جدول ۳، بین میانگین امتیاز فضای کسب‌وکار در سه شهرستان اختلاف معنی‌داری وجود دارد. آزمون LSD نشان داد که بین میانگین امتیاز فضای کسب‌وکار زنان کارآفرین شهرستان مرودشت با دو شهرستان شیراز و استهبان اختلاف معنی‌داری وجود دارد. زنان کارآفرین شهرستان مرودشت از فضای کسب‌وکار بهتری برخوردار بوده‌اند (۲۳/۱۴). زنان نمونه در مرودشت از نظر فضای کسب‌وکار (دریافت مجوزهای مربوطه، دریافت وام و تسهیلات بانکی) در وضعیت مناسب‌تری هستند. میانگین فضای کسب‌وکار زنان کارآفرین شهرستان استهبان بالاتر از شهرستان شیراز بوده که نشان می‌دهد فضای کسب‌وکار برای زنان کارآفرین استهبان اندکی مساعدتر است.

جدول ۳- نتایج آزمون تحلیل واریانس یک‌طرفه در زمینه مقایسه زنان کارآفرین در شهرستان‌های مورد مطالعه از نظر متغیرهای ساختاری
Table 3. ANOVA results of wome entrepreneurs of studied counties in terms of structural variables

طیف متغیر Range	P	F	مرودشت Marvdasht		استهبان Estahban		شیراز Shiraz		متغیرها Variables
			انحراف معیار Standard deviation	میانگین Average	انحراف معیار Standard deviation	میانگین Average	انحراف معیار Standard deviation	میانگین Average	
4-20	0.01	3.99	2.76	14.71 ^a	2.88	14.07 ^{ab}	2.79	13.72 ^b	ارتباطات خانوادگی Family communication
5-25	0.0001	4.78	3.22	13.91 ^a	3.65	12.60 ^b	2.94	13.53 ^c	سیاست‌های حمایتی Supportive policies
4-20	0.02	3.90	2.61	11.96 ^a	2.69	11.13 ^b	2.47	11.37 ^{ab}	سیاست‌های تشویقی Incentive policies
6-30	0.001	7.03	6.43	21.33 ^a	4.62	19.20 ^b	5.17	19.08 ^b	توان مدیریتی Managing ability of CEO
7-35	0.0001	15.50	6.47	23.14 ^a	4.62	19.87 ^b	5.81	19.73 ^b	فضای کسب‌وکار Business space

میانگین‌هایی که با حروف مشابه مشخص شده‌اند، از لحاظ آماری دارای تفاوت معناداری نیستند.

There is no significant difference between the means with similar letters.

شهرستان مرودشت با استهبان و شهرستان استهبان با شیراز تفاوت معنی‌داری وجود ندارد. بین شبکه روابط در بین اعضا در سه شهرستان اختلاف معنی‌داری وجود دارد ($p=0/01$). نتایج آزمون LSD نشان داد که بین میانگین شبکه روابط اعضا در شهرستان مرودشت ($10/01$) با شهرستان شیراز ($9/32$) اختلاف معنی‌داری وجود دارد. به عبارتی، زنان کارآفرین در شهرستان مرودشت از شبکه روابط بیشتری در فعالیتهای کارآفرینی نسبت به زنان در شهرستان شیراز برخوردارند. همچنین، بین میانگین شبکه روابط اعضا شهرستان استهبان ($9/84$) با شهرستان شیراز ($9/32$) اختلاف معنی‌داری وجود دارد. به عبارتی، زنان کارآفرین در شهرستان استهبان از شبکه روابط بیشتری در فعالیتهای کارآفرینی نسبت شهرستان شیراز برخوردارند. بین میزان میانگین امتیاز این متغیر در شهرستان‌های مرودشت و استهبان تفاوت معنی‌داری وجود ندارد.

یافته‌های جدول ۴، نشان می‌دهد که بین فعالیت در شبکه اجتماعی در سه شهرستان اختلاف معنی‌داری وجود دارد ($p=0/01$). نتایج آزمون LSD نشان داد که میانگین فعالیت در شبکه اجتماعی زنان در شهرستان مرودشت با دو شهرستان شیراز و استهبان تفاوت معنی‌داری وجود دارد و میزان فعالیت در شبکه اجتماعی در شهرستان مرودشت از میانگین امتیاز بیشتری ($15/89$) برخوردار است. این نتیجه می‌تواند یکی از عوامل بالا بودن نسبی فعالیت‌های کارآفرینی زنان نمونه شهرستان مرودشت نسبت به دو شهرستان دیگر باشد. همچنین، شهرستان شیراز از میانگین امتیاز بیشتری ($14/70$) نسبت به شهرستان استهبان ($13/23$) در مورد متغیر فعالیت در شبکه اجتماعی برخوردار است و اختلاف معنی‌داری بین آن‌ها وجود دارد.

مقایسه گروه‌های مورد مطالعه از نظر متغیرهای اجتماعی

سرمایه اجتماعی شناختی شامل اعتماد اجتماعی و انسجام اجتماعی است و شرایطی را به وجود می‌آورد که تحت آن شرایط، اجتماعات مختلف می‌توانند برای رسیدن به منافع مشترک با هم کار کنند. سرمایه اجتماعی ساختاری شامل تشکل و عملکرد سازمان‌های رسمی و غیررسمی محلی می‌شود که به‌عنوان ابزاری در جهت توسعه اجتماعی خدمت می‌کنند. در این پژوهش سرمایه اجتماعی ساختاری شامل متغیرهای مشارکت اجتماعی و شبکه روابط است.

با توجه به جدول ۴، یافته‌های حاصل از تحلیل واریانس یک‌طرفه نشان می‌دهد که بین میزان انسجام اجتماعی با توجه به اعضا در سه شهرستان اختلاف معنی‌داری وجود دارد ($p=0/0001$). نتایج آزمون LSD نشان داد که میانگین میزان انسجام اجتماعی زنان در شهرستان مرودشت با دو شهرستان شیراز و استهبان تفاوت معنی‌داری دارد و میزان انسجام اجتماعی آنان در شهرستان مرودشت از میانگین امتیاز بیشتری ($25/06$) برخوردار است. همچنین، زنان نمونه در شهرستان استهبان از میانگین امتیاز بیشتری ($19/85$) نسبت به شهرستان شیراز ($18/81$) در مورد میزان انسجام اجتماعی برخوردار هستند که اختلاف معنی‌داری بین آن‌ها وجود دارد. یافته‌های جدول ۳، نشان می‌دهد که بین میزان مشارکت اجتماعی در بین اعضا در سه شهرستان اختلاف معنی‌داری وجود دارد ($p=0/01$). نتایج آزمون LSD نشان داد که بین میانگین میزان مشارکت اجتماعی اعضا شرکت‌ها در شهرستان مرودشت ($10/88$) با شهرستان شیراز ($9/91$) اختلاف معنی‌داری وجود دارد. به عبارتی، زنان کارآفرین در شهرستان مرودشت از میزان مشارکت اجتماعی بیشتری در فعالیتهای کارآفرینی نسبت به شهرستان شیراز برخوردارند. بین میزان میانگین این متغیر در

جدول ۴- نتایج آزمون تحلیل واریانس یک طرفه در زمینه مقایسه زنان کارآفرین در شهرستان‌های مورد مطالعه از نظر متغیرهای اجتماعی
Table 4. ANOVA results of wome entrepreneurs of studied counties in terms of social variables

طیف متغیر Range	P	F	مرودشت Marvdasht		استهبان Estahban		شیراز Shiraz		متغیرها Variables
			انحراف معیار Standard deviation	میانگین Average	انحراف معیار Standard deviation	میانگین Average	انحراف معیار Standard deviation	میانگین Average	
2-10	0.0001	69.52	5.75	25.06 ^a	4.27	19.85 ^b	3.98	18.81 ^c	انسجام اجتماعی Social cohesion
3-15	0.01	4.93	2.40	10.88 ^a	2.44	10.54 ^{ab}	2.14	9.91 ^b	مشارکت اجتماعی Social participation
3-15	0.01	4.07	1.88	10.01 ^a	1.80	9.84 ^a	1.98	9.32 ^b	شبکه روابط Relationship network
5-25	0.01	5.15	4.76	15.89 ^a	4.52	13.23 ^b	3.39	14.70 ^c	فعالیت در شبکه اجتماعی Activities in social network

میانگین‌هایی که با حروف مشابه مشخص شده‌اند، از لحاظ آماری دارای تفاوت معناداری نیستند.

There is no significant difference between the means with similar letters.

کردن شرایط مناسب زیربنایی سبب تأثیر بر فعالیت‌های کارآفرینی زنان روستایی می‌شود. به عبارتی، هرچه فعالیت‌های کارآفرینی زنان روستایی با حمایت بیشتری از سوی دولت برخوردار باشد، می‌توان انتظار داشت که فعالیت آن‌ها رشد یابد. نره‌ای و همکاران (Narei et al., 2016) در پژوهش خود، سیاست‌های حمایتی را دارای نقش مثبت بر سرمایه اجتماعی زنان و کارآفرینی آن‌ها دانستند.

برای به دست آوردن معادله تخمین، با توجه به اطلاعات در جدول و همین‌طور با توجه به معنی‌دار بودن مدل نهایی آزمون رگرسیون چندگانه، معادله زیر تأثیر عوامل را بر توسعه فعالیت کارآفرینی زنان نشان می‌دهد:

رابطه ۱

$$Y=74/10+14/1(X_1)+72/2(X_2)+1/2(X_3)+92/1(X_4)+15/1(X_5)+47/0(X_6)+48/0(X_7)+34/0(X_8)$$

در تحلیل این آزمون بر اساس بتای استاندارد به دست آمده، سرمایه اجتماعی، میزان توفیق‌طلبی، توانایی تصمیم‌گیری، میزان استقلال‌طلبی، سیاست‌های مشاوره‌ای، فضای کسب‌وکار، مهارت در تدوین طرح تجاری و سیاست‌های حمایتی به ترتیب متغیرهایی بودند که بیشترین سهم را در میزان تغییرات متغیر وابسته داشته‌اند. نتایج تحلیل رگرسیون نشان می‌دهد که به ازای هر واحد تغییر در انحراف معیار سرمایه اجتماعی، ۰/۳۶ در انحراف معیار فعالیت کارآفرینی و به ازای هر واحد تغییر در انحراف معیار میزان توفیق‌طلبی، ۰/۲۹ در انحراف معیار فعالیت کارآفرینی زنان روستایی افزایش ایجاد می‌شود. همچنین، به ازای هر واحد تغییر در انحراف معیار توانایی تصمیم‌گیری، ۰/۲۴ و به ازای هر واحد تغییر در انحراف معیار میزان استقلال‌طلبی، ۰/۲۳ در انحراف معیار فعالیت کارآفرینی و همچنین، به ازای هر واحد تغییر در انحراف معیار میزان سیاست‌های مشاوره‌ای، ۰/۱۵ در انحراف معیار فعالیت کارآفرینی زنان کارآفرین روستایی، به ازای هر واحد تغییر در عوامل محیطی (فضای کسب‌وکار)، ۰/۱۲ در انحراف معیار فعالیت‌های کارآفرینی زنان کارآفرین روستایی و به ازای هر واحد تغییر در مهارت در تدوین طرح تجاری، ۰/۱۲ در انحراف معیار متغیر وابسته یا فعالیت کارآفرینی زنان روستایی، به ازای هر واحد تغییر در سیاست‌های حمایتی دولت، ۰/۰۸ در انحراف معیار متغیر وابسته فعالیت‌های کارآفرینی زنان روستایی، افزایش ایجاد می‌شود.

سازه‌های تأثیرگذار بر توسعه فعالیت کارآفرینی زنان روستایی

برای بررسی تأثیر جمعی متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته توسعه فعالیت کارآفرینی زنان روستایی از رگرسیون به شیوه Enter استفاده شد. نتایج تحلیل رگرسیونی در جدول ۵، بیان‌گر آن است که میزان F معنی‌دار شده است. به‌طور کلی، متغیرهای وارد شده در تحلیل رگرسیون، ۵۶ درصد تغییرات واریانس در فعالیت‌های کارآفرینی زنان روستایی را مشخص می‌کنند. یکی از عوامل تأثیرگذار بر فعالیت کارآفرینی زنان، سرمایه اجتماعی است که با یافته‌های پژوهش الوانی و شیروانی (Alvani & Shirvani, 2005) مطابقت دارد؛ به عبارتی، هر قدر اعتماد، انسجام، شبکه روابط و مشارکت اجتماعی در بین زنان روستایی بیشتر باشد، می‌توان انتظار داشت که آن‌ها فعالیت‌های کارآفرینی بالاتری خواهند داشت. متغیر توفیق‌طلبی، دومین عاملی است که بر توسعه فعالیت کارآفرینی زنان، تأثیرگذار بود که با نتایج پژوهش منصور (Mansouri, 2009) در یک راستا است. توانایی تصمیم‌گیری به‌عنوان متغیر دیگر بر فعالیت‌های کارآفرینی زنان روستایی، تأثیر دارد. زنان روستایی که از مهارت تصمیم‌گیری قوی‌تری برخوردار هستند، فعالیت کارآفرینی آنان نیز بالاتر است. چهارمین عامل تأثیرگذار بر فعالیت کارآفرینی زنان، میزان استقلال‌طلبی است؛ به عبارتی هرچه زنان کارآفرین روستایی دارای استقلال بیشتری داشته باشند، می‌توان انتظار داشت که آنان از فعالیت‌های کارآفرینی بالاتری برخوردار خواهند شد. سیاست‌های مشاوره‌ای نیز در فعالیت کارآفرینی زنان نقش مؤثری را نشان داد.

متغیر تأثیرگذار دیگر بر فعالیت‌های کارآفرینی زنان روستایی، فضای کسب‌وکار است. فعالیت‌های کارآفرینی که در فضای کسب‌وکار مطلوب و بهتری انجام شوند و در واقع شرایط محیطی مناسبی برای انجام این نوع فعالیت‌ها ایجاد شود، می‌توان انتظار داشت که زنان کارآفرین از توانمندی بالاتری برخوردار شوند. کوالینین و آرنیوس (Kovalainen and Arenius, 2006) در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که فضای کسب‌وکار دارای تأثیر بر کارآفرینی زنان است. مهارت در تدوین طرح تجاری متغیر تأثیرگذار دیگری است که اثر مثبتی بر فعالیت‌های کارآفرینی دارد. سیاست‌های حمایتی دولت نیز از جمله در مورد بهبود شرایط برای فروش محصولات، قرار دادن مواد خام اولیه در دسترس زنان روستایی، تصویب قوانین متناسب و در راستای بهبود کسب‌وکار و فراهم

جدول ۵- نتایج آزمون رگرسیون چندگانه (به‌شیوه Enter) سازه‌های تأثیرگذار بر توسعه فعالیت کارآفرینی زنان روستایی
Table 5. Results of the multiple regression test (Enter) of factors affecting the development of entrepreneurship activities of rural women

R ² Ad	R ²	R	t	Beta	B	متغیرها	
			7.59	0.36	1.14	سرمایه اجتماعی Social capital	X ₁
			4.35	0.29	2.72	میزان توفیق‌طلبی Need for achievement	X ₂
			4.09	0.24	2.1	توانایی تصمیم‌گیری Decision-making ability	X ₃
			3.46	0.23	1.92	استقلال‌طلبی Autonomy	X ₄
0.56	0.56	0.75	2.26	0.15	1.15	سیاست‌های مشاوره‌ای Consulting policies	X ₅
			3.47	0.12	0.47	فضای کسب‌وکار Business space	X ₆
			2.68	0.12	0.48	مهارت در تدوین طرح تجاری Skill in business plan writing	X ₇
			7.59	0.08	0.34	سیاست‌های حمایتی Supportive policies	X ₈

F: 49.72, Sig:0.0001, constant: 10.04

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

توسعه کارآفرینی، فرآیندی پیچیده، بلندمدت و فراگیر است که نقش به‌سزایی در رشد و توسعه اقتصادی دارد، به‌طوری‌که امروزه کارآفرینی به عنصر راهبردی و مهم‌ترین ابزار اقتصادی جوامع پیشرفته تبدیل شده است. مقایسه توسعه فعالیت‌های کارآفرینی و سرمایه اجتماعی در سه شهرستان (شرکت) مورد مطالعه نشان می‌دهد که زنان کارآفرین در شهرستان مرودشت از توسعه کارآفرینی بیشتری برخوردار هستند. طبق یافته‌ها از نظر عوامل فردی، خانوادگی، مدیریتی، اقتصادی و ساختاری و فعالیت در شبکه‌های اجتماعی، شهرستان مرودشت شرایط مطلوب‌تری را نسبت به دو شهرستان دیگر دارد. شهرستان شیراز نیز دارای وضعیت بهتری نسبت به استهبان است. در مورد سرمایه اجتماعی نیز زنان مرودشت شرایط بهتری را دارا هستند و همین عامل تأثیر به‌سزایی در افزایش فعالیت کارآفرینی آن‌ها دارد. پیشنهاد می‌شود، شرکت‌ها جلساتی برای شناسایی عوامل تأثیرگذار بر سرمایه اجتماعی زنان عضو صندوق مرودشت که توانسته باعث افزایش فعالیت‌های کارآفرینی این زنان شود، برگزار و در سایر شرکت‌ها این عوامل را به‌کار گیرند. همچنین، دوره‌هایی برای آموزش زنان به‌منظور فعالیت در شبکه‌های اجتماعی و کسب اطلاعات کارآفرینی از این طریق و تقویت انگیزه کارآفرینی و سرمایه اجتماعی را از طریق گردهمایی‌های اجتماعی و مشارکت اجتماعی زنان روستایی افزایش دهند. تحلیل ابعاد مختلف سرمایه اجتماعی زنان روستایی عضو شرکت‌های حمایت از توسعه فعالیت‌های کشاورزی زنان روستایی حاکی از تأثیر مثبت سرمایه اجتماعی و ابعاد آن (بعد ساختاری و شناختی) بر کارآفرینی زنان است. به‌طوری‌که با افزایش یا کاهش سرمایه اجتماعی افراد، میزان کارآفرینی آن‌ها نیز افزایش یا کاهش می‌یابد و فردی که از سرمایه اجتماعی خوبی برخوردار باشد، می‌تواند با تأثیری که از تبادل اطلاعات و روابط با دیگران می‌گیرد، در بهره‌گیری از ایده‌های جدید و آغاز فعالیت کارآفرینی، عملکرد موفق‌تری داشته باشد. تعاملات اجتماعی، نقش مهمی در تسهیل نوآوری و خلاقیت که از جمله شاخص‌های کارآفرینی به‌شمار می‌رود، ایفا می‌کند. سرمایه اجتماعی همچنین، شبکه‌هایی را فراهم

می‌کند که کشف فرصت‌های کارآفرینانه، شناسایی، گردآوری و تخصیص منابع کمیاب را تسهیل می‌کند. یکی از عواملی که سبب می‌شود که سرمایه اجتماعی افزایش پیدا کند، ایجاد و پایداری تشکلهای اجتماعی است. برای رسیدن به این هدف، پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود: تسهیل فرآیندهای شکل‌گیری، تسهیل در ثبت و صدور مجوز تشکلهای اجتماعی و کاهش بوروکراسی‌ها و مقررات دست و پاگیر اداری، تأمین فعالیت‌های جمعی و گردهمایی‌ها و نشست‌های گروه‌های اجتماعی، آموزش و اطلاع‌رسانی به تشکلهای اجتماعی در ارتباط با شرایط فعالیت گروه‌های داوطلبانه و روال‌های سازمانی مانند برنامه‌ریزی، گزارش‌نویسی، تهیه بولتن، سایت و غیره. همچنین، شرایط فعالیت سازمانی مانند قوانین کار، بیمه و مالیات، حمایت از فعالیت‌های انجمنی در ارتباط با تجهیز و توسعه منابع مالی و اعتباری و مکان استقرار سازمان گروه و پرهیز از اعمال تبعیض در اعطای حمایت‌ها و پشتیبانی‌های دولتی، به‌گونه‌ای که به بهبود یا بی‌رونقی زمینه فعالیت گروه‌های خاصی منتهی شود نیز حائز اهمیت است.

بعد ساختاری سرمایه اجتماعی، یعنی روابط و تعاملات اجتماعی، امکان دسترسی بیشتر کارآفرینان را به منابع اطلاعاتی و مالی فراهم آورده و بیش از بعد شناختی سرمایه اجتماعی، کارآفرینان را در راه‌اندازی یک کسب‌وکار کمک کرده است؛ بدین‌صورت که در مرحله تأمین سرمایه اولیه آغاز کارآفرینی که یکی از موانع و دشواری‌های شروع فعالیت کارآفرینی است، بهره‌گیری از روابط شبکه‌ای می‌تواند امکان دسترسی بیشتر به تسهیلات مالی و تأمین منابع را موجب شود. آموزش‌های لازم در راستای یادگیری تکنیک‌های ارتباطی و فنون مذاکرات، ایجاد ارتباط تعاملی و به‌دور از تعارض، ایجاد سازوکار مشترک میان زنان کارآفرین با سایر افراد و در نتیجه دستیابی به فهم و ارتباط بیشتر و همچنین بهره‌گیری زنان کارآفرین از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی با زبان و معانی مشترک و توسعه انجمن‌ها و تشکلهای کارآفرینی که موجب ایجاد زبانی تخصصی مشترک و درک مفاهیم در میان کارآفرینان می‌شود، از پیشنهادهای مهم دیگر در این رابطه است. با توجه به نقش خانواده به‌عنوان محیطی

کسب‌وکارهای کارآفرینانه و به‌ویژه فناورمحور، زمینه توسعه قابلیت‌های ملی فناوری را فراهم نمایند. از آنجاکه فرآیند توسعه کارآفرینی تحت‌تأثیر عوامل زمینه‌ای و ساختاری متعددی واقع می‌شود که در این میان انگیزه‌های کارآفرینی می‌توانند اثر تقویت‌کننده یا تضعیف‌کننده بسیاری بر فرآیند کارآفرینی داشته باشد، شناخت این نیازها و انگیزه‌ها با توجه به تفاوت‌های جنسیتی نیز می‌تواند شرایط تسهیل توسعه کارآفرینی زنان را فراهم سازد.

که سهم چشمگیری در ایجاد نگرش مثبت به خود، شایستگی اجتماعی، سلامت روان و پیشرفت تحصیلی، افزایش باورهای خودکارآمدی، عزت‌نفس در زمینه‌های تحصیلی، اجتماعی و خانوادگی افراد دارد، توصیه می‌شود به ترویج فرهنگ ارتباطات خانوادگی به‌عنوان عاملی مهم برای توسعه کارآفرینی در پژوهش‌های آتی پرداخته شود. در رابطه با توجه به تسهیل فضای کسب‌وکار و ترغیب فضای کارآفرینی، کلیه سازمان‌ها و وزارتخانه‌های مؤثر در کسب‌وکار کشور باید با رویکرد دولت توسعه‌گرا، بتوانند با فراهم نمودن شرایط مناسب برای ظهور

References

- Almamun, A., Rajennd, A., Muniady, L., Permarupa, P. Y., Zainol, N. R. B., Nawi, N. B. C., & Malarvizhi, C. (2016). Social capital and entrepreneurial competencies: A study among women micro-entrepreneurs in Malaysia. *The Journal of Developing Areas*, 50(5), 22-48. DOI: 10.1353/jda.2016.0050
- Alvani, M., & Shirvani, A. (2005). Social capital is the central principle of development. *Journal of Tdbir*, 147(1), 16-22 (In Persian).
- Arena, M. J., & Uhl-Bien, M. (2016). Complexity leadership theory: Shifting from human capital to social capital. *People and Strategy*, 39(2), 22.
- Bierly, P., & Chakrabarti, A. (2009). Generic knowledge strategies in the US pharmaceutical industry. *Knowledge and Strategy*, 17(5), 231-250.
- Bolino, M. C., Turnley, W. H., & Bloodgood, J. M. (2002). Citizenship behavior and the creation of social capital in organizations. *Academy of Management Review*, 27(4), 505-522. DOI: 10.2307/4134400
- Brown, B., & Butler, J. E. (1995). Competitors as allies: A study of entrepreneurial networks in the US wine industry. *Journal of Small Business Management*, 33(3), 57-66.
- Brush, C. G. (1992). Research on women business owners: Past trends: A new perspective and future directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(4), 5-30. DOI: 10.1177/104225879201600401
- Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology*, 94, S95-S120.
- Collewaert, V., Anseel, F., Crommelinck, M., De Beuckelaer, A., & Vermeire, J. (2016). When passion fades: Disentangling the temporal dynamics of entrepreneurial passion for founding. *Journal of Management Studies*, 53(6), 966-995. DOI: 10.1111/joms.12193
- Daskalopoulou, I., Karakitsiou, A., & Thomakis, Z. (2023). Social Entrepreneurship and Social Capital: A Review of Impact Research. *Sustainability*, 15(6), 47-87. DOI: 10.3390/su15064787
- Francis, P. (2002). Social capital at world bank: Strategic and operational implications of the concept, social development strategy, World Bank.
- Fukuyama, F. (1999). *The great disruption: Human nature and the reconstruction of social order*. New York: Free Press.
- Gelard, P. (2005). Effective factors in the development of Iranian women's entrepreneurship. Women's quarterly in the development of Iranian women's entrepreneurship. *Women in Policy Development Quarterly*, 3(1), 101-123 (In Persian).
- Golkar Fard, M., Rezaei-Moghaddam, K., & Fatemi, M. (2019). Comparative analysis of entrepreneurship contexts of rural women in Fars province. *Journal of Entrepreneurial Strategies in Agriculture*, 6(12), 35-47 (In Persian). DOI: 10.52547/jea.6.12.35
- Guillen, L., Coromina, L., & Saris, W. E. (2011). Measurement of social participation and its place in social capital theory. *Social Indicators Research*, 100, 331-350. DOI: 10.1007/s11205-010-9631-6
- Gurria, A. (2016). Discover the centre for entrepreneurship. 187, 1187-1197. Available at: <https://www.oecd.org/cfe/CFE-Brochure-2021-Final-web.pdf>
- Hajarian, A. (2022). Investigating the challenges and barriers to green entrepreneurship development from the perspective of experts and beneficiaries case study: Rural communities of Macron coast. *Journal of Entrepreneurial Strategies in Agriculture*, 9(18), 115-125 (In Persian).
- Hemmat, S., Ghasemi, V., Renani, M., Yazdkhasti, B., & Khajenoori, B. (2021). Alternative Entrepreneurship: A Semantic Understanding of the Experience of Entrepreneur Women regarding Economic Participation in Shiraz. *Strategic Research on Social Problems in Iran*, 10(2), 23-54 (In Persian).
- Imeni-gheslagh, S., Khani, F., & Hashemi, S. (2012). The role of tourism in the development of rural women's entrepreneurship. *Journal of Geography and Regional Development*, 18(1), 148-217 (In Persian).
- International Labour Office. (2016) *Women at Work: Trends 2016*. Geneva: ILO.
- Izadi, H., Rezaei-Moghaddam, K., & Asadollahpour, A. (2016). Influencing factors and obstacles for accomplishing entrepreneurship development in agricultural home-based businesses in villages of Shiraz. *Iran Agricultural Extension and Education Journal*, 12(1), 39-51 (In Persian).

- Izadi, B. H., Rezaei-Moghaddam, K., & Asadollahpour, A. (2016). Influencing factors and obstacles for accomplishing entrepreneurship development in agricultural home-based businesses in villages of Shiraz. *Iranian Agricultural Extension and Education Journal*, 12(1), 39-51 (In Persian).
- Karimi-Amaleh, Z., & Fatemi, M. (2022). Determinants of entrepreneurial activities development of rural women: The case ofomid entrepreneurship fund of Larestan county. *Journal of Entrepreneurial Strategies in Agriculture*, 8(16), 97-112 (In Persian). DOI: 10.52547/jea.8.16.97
- Koerner A.F., & Schrodt, P. (2014.) An Introduction To The Special Issue On Family Communication Patterns Theory. *Journal of Family Communication*, 14(1), 1-15. DOI: 10.1080/15267431.2013.857328
- Kovalainen, A., & Arenius, P. (2006). Women's entrepreneurship in Finland. Growth-oriented Women Entrepreneurs and their Businesses. *A Global Perspective, Edward Elgar, Cheltenham*, 11(3), 4-116.
- Kwon, S. W., Heflin, C., & Ruef, M. (2013). Community social capital and entrepreneurship. *American Sociological Review*, 78(6), 980-1008. DOI: 10.1177/0003122413506440
- Longoria, C. (2018). Women entrepreneurship in developing, developed and transitional economies. *Journal of Women's Entrepreneurship and Education*, 3(4), 73-82. DOI: 10.28934/jwee18.34.pp73-82
- Mahfuz Ashraf, M., Razzaque, M. A., Liaw, S. T., Ray, P. K., & Hasan, M. R. (2019). Social business as an entrepreneurship model in emerging economy: Systematic review and case study. *Management Decision*, 57(5), 1145-1161. DOI: 10.1108/MD-04-2017-0343
- Mansouri, S. (2009). Investigating and recognizing entrepreneurial personality traits of female managers of sports clubs in Tehran. M.Sc. Thesis, Ministry of Science, Research and Technology - Tarbiat Modares University - Faculty of Human Sciences (In Persian).
- Martin, L., & Wilson, N. (2017). Defining creativity with discovery. *Creativity Research Journal*, 29(4), 417-425. DOI: 10.1080/10400419.2017.1376543
- Mirzaei, K., & Sepahpanah, M. (2022). Phenomenology of the view of the students of the faculty of agriculture towards entrepreneurship (Case study: Bo-Ali Sina faculty of agriculture). *Journal of Entrepreneurial Strategies in Agriculture*, 91-104 (In Persian).
- Moutoussis, M., Garzón, B., Neufeld, S., Bach, D. R., Rigoli, F., Goodyer, I., ... & Dolan, R. J. (2021). Decision-making ability, psychopathology, and brain connectivity. *Neuron*, 109(12), 2025-2040. DOI: 10.1016/j.neuron.2021.04.019
- Narei, N., Sadeghi, B., Shahbazi, N., & Gholami, R. (2013). Evaluation of socio-economic factors affecting women's social capital. *Educational Cultural Quarterly for Women and Family*, 7(19), 75-102 (In Persian).
- Nishimura, A. (2019). 'Strategic management accounting and feed-forward management: with reference to the unified management of profit opportunity and risk', in *Management, Uncertainty, and Accounting*, Palgrave Macmillan, Singapore.
- Onyx, J., & Bullen, P. (2000). Measuring social capital in five communities. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 36(1), 23-42. DOI: 10.1177/0021886300361002
- Oxford, R. L., Rubin, J., Chamot, A. U., Schramm, K., Lavine, R., Gunning, P., & Nel, C. (2014). The learning strategy prism: Perspectives of learning strategy experts. *Journal of System*, 43(3), 30-49. DOI: 10.1016/j.system.2014.02.004
- Rezaei-Moghaddam, K., & Masoomi, E. (2017). Sustainable rural entrepreneurship: A response to the consequences of the boundless development of entrepreneurship in rural areas, *Journal of Entrepreneurship in Agriculture*, 5(2), 83-104 (In Persian).
- Sadr Dashtaki, Z., & Fatemi, M. (2023). Determining the obstacles and inhibitors of agricultural business development of theomid entrepreneurship fund. *Journal of Entrepreneurial Strategies in Agriculture*, 10(19), 118-131 (In Persian). DOI: 10.61186/jea.10.19.118
- Saparito, P., & Marie, D. (2006) Social capital, cognition, and entrepreneurial opportunities: A theoretical framework. *Journal of Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(1), 41-56. DOI: 10.1111/j.1540-6520.2006.00109.x
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2003). Guest editors' introduction to the special issue on technology entrepreneurship. *Journal of Research Policy*, 32(2), 181-184. DOI: 10.1016/S0048-7333(02)00104-X
- Sijtsma, H., van Buuren, M., Hollarek, M., Walsh, R. J., Lee, N. C., Braams, B. R., & Krabbendam, L. (2023). Social network position, trust behavior, and neural activity in young adolescents. *NeuroImage*, 268, 119882. DOI: 10.1016/j.neuroimage.2023.119882
- Supportive Fund of Investment Development in Agriculture. (2017a). Introduction of Estahban county fund. Available at: <https://sfida.ir/fa> , 2017/5/25 (In Persian).
- Talebi, P., Omidi-Najafabadi, M., & Lashgarara, F. (2018). Designing a green marketing behavioral pattern focusing on poultry products. *Applied Ecology and Environmental Research*, 16(5), 6047-6061 (In Persian).
- Zaheer, A. & Bell, G. G. (2005). Benefiting from network position: firm capabilities, structural holes and performance. *Strategic Management Journal*, 26(1), 809-825. DOI: 10.1002/smj.482