

Research Paper

Modeling the Effect of Extrinsic and Intrinsic Factors on Rural Women's Entrepreneurial Intention (A Study on the Mian Darband Rural District, Kermanshah Township)

Nasim Shafeie¹, Ali Asghar Mirakzadeh² and Faranak Karamian³

1- M.Sc. Student, Department of Agriculture Extension and Education, Faculty of Agriculture, Razi University, Kermanshah, Iran

2- Associate Professor, Department of Agriculture Extension and Education, Faculty of Agriculture, Razi University, Kermanshah, Iran

3- Assistant Professor, Department of Agriculture Extension and Education, Faculty of Agriculture, Razi University, Kermanshah, Iran

Received: 19 May, 2024

Revised: 29 August, 2024

Accepted: 26 September, 2024

Extended Abstract

Background: The entrepreneurial atmosphere in rural communities is undergoing a transition under the influence of global developments. Rural women have been left behind in the train of entrepreneurial development in the wake of the advances in knowledge and technology due to historical backwardness, which is mostly rooted in culture and tradition. On the one hand, rapid changes and the requirements of the modern world, and on the other hand, the slowness of environmental changes and dependence on traditions in complex rural communities have formed the paradox of entrepreneurial development. This problem is much more complicated in its general form and takes on a unique form in the area of rural women's entrepreneurship. Extrinsic conditions for initiating entrepreneurial activities are crucial in the field of women's entrepreneurship, taking into account social and cultural approaches. If it is accepted that personal development results from talent and perseverance, it can be concluded that providing perseverance for talent to manifest requires the provision of environmental conditions, or at least it can be stated that it will reduce the costs of personal development. Due to social issues and weaknesses in the structure, rural women's entrepreneurship in the west of the nation is a little more complicated than in other regions. Accordingly, the present study aims to model the effect of extrinsic components along with components that have an individual and personality origin on the desire for entrepreneurship among rural women.

Methods: With a quantitative general approach, the present study was conducted with a descriptive correlation method. The research is applied in terms of its purpose and non-experimental in terms of the method of controlling variables. The study population (3960 people) is rural women of Miandarband village in Kermanshah City. Based on the Krejci and Morgan table, 250 people were selected as the sample size. A researcher-made questionnaire was used to collect data. Two content and construct validity (confirmatory factor analysis) methods were used to determine validity. The reliability of the research Instrument was examined and confirmed by calculating Cronbach's alpha coefficient. The data were analyzed using SPSS 23 software, and structural equation modeling, and path analysis in Amos 23 software were used in the inferential statistics section. In this study, internal factors refer to all structures and variables that originate in the mind and possession of the individual. In addition, external factors are related to structures and variables that have their roots in the external environment and the atmosphere of rural women's entrepreneurship.

Results: The average age of the studied women was 39 years. More than 80% were married, and about 60% had less than a high school diploma. In addition, employed and unemployed women were 14.4% and 85.6%, respectively. Entrepreneurial experience was recorded in 9.2% of the studied individuals, and 90.8% had no entrepreneurial experience. Moreover, entrepreneurial knowledge and characteristics explained 37% of the variance in the attitude variable and 48% of the variance in the perceived behavioral control variable. In addition, knowledge could explain 21% of the variance of the subjective norm variable, and finally, the research variables (entrepreneurial characteristics, attitude, economic factors, and educational factors) explained 56% of the variance of the entrepreneurial desire variable. According to the results, despite the results of previous research, entrepreneurial knowledge, subjective norm, and self-efficiency as

internal variables, and family factors, institutional-organizational factors, and sociocultural factors as external variables did not affect the entrepreneurial desire of the studied women.

Conclusion: External structures that have shaped the surrounding environment and the invisible space that governs the minds of rural women can have a dual role in women's entrepreneurship, and their orientation is decisive for rural women's intention toward entrepreneurship. Therefore, to increase the attitude and desire for entrepreneurship among rural women, there is a need to create favorable environmental conditions for entrepreneurship and improve the level of literacy regarding entrepreneurship and understanding of existing sociocultural conditions. Typically, in a suitable entrepreneurial environment, intrapersonal and external factors should have a positive synergistic effect on the creation and discovery of entrepreneurial opportunities. The results of this study showed that, given the conditions prevailing among rural women, internal characteristics such as knowledge, for which the tools and conditions for learning are available nowadays, and mental norms and perceived behavioral control, could not affect women's tendency toward entrepreneurship. A positive effect that has been pointed out in almost all studies. The gender bias of development measures, which is usually, institutionalized in the decision-making and action procedures of development projects, and few programs have been developed with a focus on rural women, has affected the mental structures affecting entrepreneurship among women in the region and, ultimately, has not shown its positive effect on women's desire for entrepreneurship. Therefore, to encourage rural women in the region to become entrepreneurship, it is necessary to observe the following: 1. targeting a part of rural development programs and measures (at least proportional to the population of active and educated rural women), 2. changing the attitude of rural women from "job seekers" to "job creators", 3. training that familiarizes rural women with hardware and software skills, 4. creating economic incentives, such as self-reliance or self-actualization, in rural women through education, and 5. increasing entrepreneurial characteristics, such as risk-taking and innovation, in rural women.

Keywords: Business, Entrepreneurial Attitude, Entrepreneurship Ecosystem, Rural Women, Self-Efficacy

How to Cite this Article: Shafeie, N., Mirakzadeh, A. A., & Karamian, F. (2025). Modeling the Effect of Extrinsic and Intrinsic Factors on Rural Women's Entrepreneurial Intention (A Study on the Mian Darband Rural District, Kermanshah Township). *J Entrepreneurial Strategies Agric*, 12(1), 101-117. DOI: 10.61186/jea.2024.426

مقاله پژوهشی

مدل سازی تأثیر مؤلفه های درون و برون فردی بر تمایل به کارآفرینی زنان روستایی (مطالعه دهستان میان دربند شهرستان کرمانشاه)

نسیم شفیعی^۱، علی اصغر میرک زاده^۲ و فرانک کرمان^۳

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران
۲- دانشیار، گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران، (نویسنده مسئول: Mirakzadeh@razi.ac.ir)
۳- استادیار، گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۷/۰۵

تاریخ ویرایش: ۱۴۰۳/۰۶/۰۸
صفحه ۱۰۱ تا ۱۱۷

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۲/۳۰

چکیده مبسوط

مقدمه و هدف: فضای کارآفرینی در جوامع روستایی تحت تأثیر تحولات جهانی در حال گذار است. زنان روستایی در گذر شتابان دانش و تکنولوژی به واسطه عقب ماندگی های تاریخی که بیشتر ریشه در فرهنگ و سنت دارد، از قطار توسعه کارآفرینی جا مانده اند. از یک سوی، تغییرات شتابان و لازمه های دنیای نوین و از سوی دیگر، کندی تغییرات محیطی و وابستگی به سنت ها در جوامع پیچیده روستایی، دوگانه ی توسعه کارآفرینی در حیطه زنان را شکل داده است. این مسأله در حیطه کارآفرینی زنان روستایی شکلی ویژه خود می گیرد و به مراتب پیچیده تر است. در عرصه کارآفرینی زنان با توجه به رویکردهای اجتماعی و فرهنگی، شرایط برون فردی برای شروع فعالیت های کارآفرینانه از اهمیت فراوانی برخوردار است. اگر پذیرفته شود که توسعه فردی ناشی از استعداد و پشتکار است، می توان نتیجه گرفت که ارائه پشتکار برای بروز استعداد نیازمند فراهم بودن شرایط محیطی است و یا حداقل می توان گفت هزینه های توسعه فردی را کاهش خواهد داد. کارآفرینی زنان روستایی در غرب کشور با توجه به ضعف های ساختاری و مشکلات اجتماعی اندکی پیچیده تر از سایر نقاط کشور است. بر این اساس، هدف مطالعه حاضر، مدل سازی اثر مؤلفه های برون فردی در کنار مؤلفه هایی که منشأ فردی و شخصیتی دارند بر میل به کارآفرینی زنان روستایی است.

مواد و روش ها: رویکرد کلی تحقیق حاضر کمی و با روش توصیفی همبستگی انجام شده است. پژوهش از لحاظ هدف، کاربردی و بر اساس شیوه کنترل متغیرها غیرآزمایشی است. جامعه مورد مطالعه، زنان روستایی دهستان میاندربند در شهرستان کرمانشاه است (۳۹۶۰ نفر). بر اساس جدول کرجسی و مورگان، تعداد ۲۵۰ نفر به عنوان حجم نمونه انتخاب شدند. جهت گردآوری داده ها از پرسش نامه محقق ساخته بهره گرفته شد. جهت تعیین روایی از دو روش روایی محتوایی و سازه ای (تحلیل عاملی تأییدی) استفاده شد. پایایی ابزار پژوهش با محاسبه ضریب آلفای کرونباخ بررسی و تأیید شد. به منظور تجزیه و تحلیل اطلاعات از نرم افزار SPSS²³ و در بخش آمار استنباطی از مدل سازی معادلات ساختاری و تحلیل مسیر در نرم افزار Amos²³ استفاده شد. در این تحقیق، عوامل درونی به کلیه سازه ها و متغیرهای اشاره دارند که منشأ آن در ذهن و در اختیار فرد است. همچنین، عوامل بیرونی به سازه ها و متغیرهای ارتباط دارند که ریشه در محیط بیرونی و فضای کارآفرینی زنان روستایی دارند.

یافته ها: میانگین سنی زنان مورد مطالعه ۳۹ سال بود. بیش از ۸۰ درصد متأهل و در حدود ۶۰ درصد زیر دیپلم بودند. همچنین ۱۴/۴ درصد شاغل و ۸۵/۶ درصد شاغل نبودند. درخصوص تجربه کارآفرینی، نتایج حاکی از آن بود که ۹/۲ درصد از افراد مورد مطالعه تجربه کارآفرینی داشته اند و ۹۰/۸ درصد فاقد تجربه کارآفرینی بودند. نتایج نشان دادند که دانش و خصوصیات کارآفرینانه ۳۷ درصد از واریانس متغیر نگرش و ۴۸ درصد از واریانس متغیر کنترل رفتار درک شده را تبیین می کنند. همچنین دانش توانسته است ۲۱ درصد از واریانس متغیر هنجار ذهنی را تبیین کند. در نهایت، متغیرهای پژوهش (خصوصیات کارآفرینانه، نگرش، عوامل اقتصادی، و عوامل آموزشی) ۵۶ درصد از واریانس متغیر میل به کارآفرینی را تبیین کردند. بر اساس نتایج، علیرغم نتایج تحقیقات پیشین، دانش کارآفرینی، هنجار ذهنی، و خودکارآمدی به عنوان متغیرهای درونی و عوامل خانوادگی، عوامل نهادی-سازمانی، و عوامل اجتماعی-فرهنگی به عنوان متغیرهای بیرونی تأثیری بر میل به کارآفرینی زنان مورد مطالعه نداشتند.

نتیجه گیری: سازه های بیرونی که محیط زندگی و فضای نامرئی حاکم بر ذهن زنان روستایی را شکل داده اند می توانند نقشی دوگانه بر کارآفرینی زنان داشته باشند و جهت دهی آن ها بر تمایل زنان روستایی به کارآفرینی تعیین کننده است. لذا، برای افزایش نگرش و تمایل به کارآفرینی در زنان روستایی، نیاز به ایجاد شرایط محیطی مساعد کارآفرینی و ارتقاء سطح سواد در خصوص کارآفرینی و درک از شرایط فرهنگی و اجتماعی موجود است. قاعدتاً در یک فضای مناسب کارآفرینانه، عوامل درون فردی و عوامل بیرونی باید اثر هم افزایانه ی مثبتی بر ایجاد و کشف فرصت های کارآفرینانه داشته باشند. نتایج این مطالعه نشان دادند که با توجه به شرایط حاکم بر زنان روستایی، ویژگی های درونی نظیر دانش (که امروزه ابزارها و شرایط فراگیری آن فراهم است)، هنجارهای ذهنی و کنترل رفتاری درک شده اثری بر تمایل زنان به کارآفرینی نداشتند؛ اثری مثبت که در تمامی مطالعات تقریباً به آن اشاره شده است. سوگیری جنسیتی اقدامات توسعه که معمولاً در بطن تصمیم گیری ها و رویه های اقدام در پروژه های توسعه نهادینه شده است و کمتر برنامه ای با محوریت زنان روستایی تدوین شده است، بر سازه های ذهنی موثر بر کارآفرینی در زنان منطقه تأثیر گذاشته است و در نهایت، اثر مثبت خود را بر تمایل زنان به کارآفرینی نشان نداده است. لذا جهت تمایل ساختن زنان روستایی منطقه به کارآفرینی رعایت مواردی همچون (۱) جهت دهی به بخشی از برنامه ها و اقدامات توسعه روستایی (حداقل متناسب با جمعیت زنان فعال و تحصیل کرده روستایی)، (۲) تغییر نگرش زنان روستایی از "جستجوگران شغل" به "خلاقان شغل"، (۳) آموزش هایی که زنان روستایی را با مهارت های ساخت افزاری و نرم افزاری آشنا سازد، (۴) ایجاد انگیزه های اقتصادی مثل خوداتکایی و یا حس خودکوفایی در زنان روستایی از طریق آموزش و (۵) افزایش خصوصیات کارآفرینانه مثل ریسک پذیری و نوآوری، در زنان روستایی ضروری هستند.

واژه های کلیدی: خودکارآمدی، زنان روستایی، زیست بوم کارآفرینی، کسب و کار، نگرش کارآفرینانه

مقدمه

(Parhizkar Borzeli, 2019)؛ اشتغال و درآمد، نوآوری و ایجاد رفاه، نقش مؤثری در بهبود وضعیت اقتصادی و معیشتی افراد و جوامع خود ایفا می کنند (Ghambarali & Farahnaz, 2015). به این ترتیب، نقش افراد کارآفرین و نیاز به کارآفرینی در جامعه مشخص می شود (Jayadatta, 2017). زنان روستایی

کارآفرینی عامل اصلی رشد و توسعه اقتصادی شناخته شده است که می تواند تأثیرات گسترده ای بر اقتصاد جهانی داشته باشد (Williams, 2007) و این امر مستلزم بسترسازی لازم برای رشد کسانی است که با خلق فرصت های جدید (Fallah

سایر کارهای خانگی، در گزارش های اقتصادی رسمی مانند تولید ناخالص ملی (GNP)، به صورت کامل شناسایی و ارزش گذاری نمی شوند. به علاوه، اکثر این فعالیت ها از دید اقتصاد، سنتی به شمار می روند و به طور مستقیم از نظام بانکی و فضای اقتصادی رسمی خارج هستند. با فعالیت در زمینه های کارآفرینی، زنان روستایی بهبود وضعیت سواد و بهداشت خود و خانواده خود را تجربه می کنند.

دهستان میان دربند در شهرستان کرمانشاه در بخش کشاورزی استان جایگاه ویژه ای دارد. این دهستان به دلیل استقرار در راه اصلی کرمانشاه به سنج و شهر کرمانشاه دارای ظرفیت کشاورزی و همچنین مشاغل غیر کشاورزی روستایی است. نکته قابل توجه در این دهستان که مسأله اصلی تحقیق پیرامون آن تبیین شده است آمار قابل توجه زنان روستایی شاغل در فعالیت های کشاورزی است (در این راستا قابل توجه است که نام یکی از روستاهای این دهستان خانم آباد است). اما براساس پیش مطالعه محققان و بررسی به عمل آمده از سازمان جهاد کشاورزی و اداره کل تعاون کار و رفاه اجتماعی استان، تاکنون در این دهستان فعالیت کارآفرینانه مستقلی با نام زنان روستایی به ثبت نرسیده است. مسأله ای که در این بین ذهن محققان را در این تحقیق درگیر کرده است و به عنوان یک پیش فرض می توان مطرح کرد، این است که زنان روستایی به طور ذاتی کارآزموده و به تعبیری کارآفرین هستند؛ بنا بر این، چگونه است که فعالیت هایی سازمان یافته و مستقل در قالب فعالیت کارآفرینانه شکل نمی دهند. به عبارت دیگر، این گروه در بعد فردی مشکل کمتری برای کارآفرینی دارند و احتمالاً این محیط برون فردی است که تعیین کننده است. لذا، لازم است مؤلفه های برون فردی و ارتباط آن با مؤلفه های فردی و شخصیتی تأثیرگذار بر میل به کارآفرینی در زنان روستایی شناسایی شود. در این راستا، طهماسبی (2021) (Tahmasebi) گزارش کرد که بین عوامل خانوادگی، فردی، اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و کارآفرینی زنان روستایی رابطه مستقیمی وجود داشت. عبدی (2019) (Abdi) نشان داد که ویژگی های شخصیتی، دانش، خانواده، تجربه، کنترل رفتار درک شده و آموزش بر قصد کارآفرینی تأثیرگذار بودند. همچنین، نتایج پژوهش فلاح و پرهیزکار برزلی (Fallah & Parhizkar, 2019) (Borzeli) نشان دادند که عوامل "اجتماعی- فرهنگی" نقش بسیار مهمی در ورود زنان روستایی به حوزه کارآفرینی داشتند. عوامل فرهنگی و اجتماعی می توانند به عنوان مانع یا تسهیل کننده برای شرکت زنان در فعالیت های کارآفرینی عمل کنند. دادورخانی و سادات موسوی (Dadourkhani & Sadat, 2019) (Mousavi) به این نتیجه رسیدند که از نظر زنان روستایی به ترتیب عوامل اقتصادی، اجتماعی- خانوادگی و شخصیتی بر فرآیند تصمیم گیری آن ها نسبت به پذیرش کارآفرینی مؤثر بودند.

نتایج تحقیق کلاهدوزی (2018) (Kolahdozi) نشان دادند که عوامل بازدارنده ی کارآفرینی زنان روستایی به ترتیب عبارتند از مالی- اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی، آموزشی- مدیریتی، علمی- تحصیلی، خانوادگی و قانونی، و عوامل پیش برنده کارآفرینی زنان روستایی عبارتند از: خانوادگی،

می توانند نقش بسیار مهمی در توسعه کارآفرینی و رشد اقتصادی داشته باشند (Sekatane, 2018). همچنین کارآفرینی زنان روستایی می تواند سبب پیشرفت اجتماعی، ایجاد و ارتقاء فرصت های شغلی شود (Bullough et al., 2022).

آمارها نشان می دهد که فعالیت های اقتصادی زنان ۲۵ تا ۳۵ درصد کل فعالیت های جهانی را تشکیل می دهند (Cantor, 2002). در جامعه امروز ایران، زنان نقش مهم و درحال گسترشی در زمینه کسب و کارها ایفا کرده اند به گونه ای که در سال های اخیر، روند روبه رشدی در سهم آنان در کسب کارهای خصوصی و غیردولتی مشاهده می شود (Movahedi & Soleimaniborujeni, 2017)؛ با این وجود، همچنان بر سر راه اشتغال و کارآفرینی زنان موانعی وجود دارند که از رشد و پیشرفت این قشر جامعه جلوگیری می کنند. برخی از این موانع ماهیت برون فردی دارند و خارج از اختیار فرد هستند. شاخص های جنسیتی در جهان حاکی از آن هستند که با وجود نزولی شدن شکاف جنسیتی در جهان، این شکاف همچنان تداوم دارد. بر اساس گزارش مجمع جهانی اقتصاد در سال ۲۰۲۲، در بعد مشارکت اقتصادی، رتبه ایران از میان ۱۴۶ کشور جهان، رتبه ۱۴۴ است که نشان دهنده وضعیت مطلوبی در این موضوع نیست (Mirhosseini & Abaspoor, 2023).

همچنین براساس آخرین گزارش آمارگیری نیروی کار در بهار ۱۴۰۰، نرخ بیکاری جوانان ۱۵ تا ۲۴ ساله، ۲۲/۱ است که این شاخص در بین زنان نسبت به مردان بیشتر است، به طوری که نرخ بیکاری در بهار ۱۴۰۰ برای مردان ۱۸/۹ درصد و برای زنان ۳۷/۹ درصد بود (Statistical Center of Iran, 2021). این آمار نشان دهنده این مطلب است که با وجود اهمیت جایگاه مشارکت اقتصادی زنان در برنامه های توسعه، هنوز هم سهم مشارکت آن ها در فعالیت های اقتصادی پایین است.

در این راستا، استان کرمانشاه علی رغم دارا بودن مزیت های چشم گیری که باعث رونق اقتصادی و ایجاد اشتغال می شود از نرخ بیکاری بالایی برخوردار است. بررسی آمارها و ارقام ارائه شده از وضعیت اشتغال و روند بیکاری در استان کرمانشاه، این چالش را بسیار گسترده و به بیانی بحرانی تر نشان می دهند. مطابق اعلام رسمی مرکز آمار ایران، نرخ بیکاری سال ۱۴۰۰ در استان کرمانشاه ۱۴/۷ درصد بود که نسبت به میانگین نرخ بیکاری کشور با ۹/۲ درصد، ۵/۷ درصد بیشتر است. در همین راستا، نرخ مشارکت اقتصادی زنان روستایی در استان کرمانشاه در سال ۱۳۹۹ در حد ۲۷/۸ درصد و مردان ۷۷/۹ درصد بود. همچنین، نرخ بیکاری مردان ۱۵ تا ۲۹ ساله ۱۸/۳ درصد و نرخ زنان در این سن ۱۸/۸ بود. این در حالی است که ۶۵ درصد مردان و ۹۲/۸ درصد زنان روستایی در بخش کشاورزی مشغول به کار بودند (Statistical Center of Iran, 2021). این آمار نشان می دهد که علیرغم حضور بیشتر زنان روستایی در مشاغل کشاورزی، نرخ مشارکت اقتصادی آن ها کمتر از مردان است. اگرچه در حال حاضر، زنان در روستاها به طور گسترده ای در فعالیت های اقتصادی و اجتماعی مشغول هستند، اما بسیاری از این فعالیت ها مانند مراقبت از فرزندان، کشاورزی، دامداری و

و در جهت بررسی آن طرح شده است. تا آنجا که تیم پژوهش بررسی کرده‌اند در زمینه بررسی روابط مؤلفه‌های برون فردی و نیات کارآفرینانه زنان روستایی و مدل‌سازی آن در منطقه مورد مطالعه مطالعات چندانی صورت نگرفته است. لذا، پژوهش حاضر درصدد است تا مؤلفه‌های مؤثر بر میل به کارآفرینی در زنان روستایی در دهستان میاندربند را در دو بعد برونی و درونی شناسایی و تجزیه و تحلیل نماید و راهکارهایی را جهت توسعه کارآفرینی در این بخش از جامعه ارائه دهد. در این راستا، فرضیه‌های پژوهش عبارتند از:

- H1: بین نگرش و میل به کارآفرینی زنان روستایی دهستان میاندربند رابطه معناداری وجود دارد.
- H2: بین هنجار ذهنی و میل به کارآفرینی زنان روستایی دهستان میاندربند رابطه معناداری وجود دارد.
- H3: بین خودکارآمدی و میل به کارآفرینی زنان روستایی دهستان میاندربند رابطه معناداری وجود دارد.
- H4: بین عوامل اجتماعی فرهنگی و میل به کارآفرینی زنان روستایی دهستان میاندربند رابطه معناداری وجود دارد.
- H5: بین دانش کارآفرینی و میل به کارآفرینی زنان روستایی دهستان میاندربند رابطه معناداری وجود دارد.
- H6: بین خصوصیات کارآفرینانه و میل به کارآفرینی زنان روستایی دهستان میاندربند رابطه معناداری وجود دارد.
- H7: بین عوامل خانوادگی و میل به کارآفرینی زنان روستایی دهستان میاندربند رابطه معناداری وجود دارد.
- H8: بین عوامل اقتصادی و میل به کارآفرینی زنان روستایی دهستان میاندربند رابطه معناداری وجود دارد.
- H9: بین عوامل آموزشی و میل به کارآفرینی زنان روستایی دهستان میاندربند رابطه معناداری وجود دارد.
- H10: بین عوامل نهادی سازمانی و میل به کارآفرینی زنان روستایی دهستان میاندربند رابطه معناداری وجود دارد.
- H11: بین دانش و هنجارذهنی رابطه معناداری وجود دارد.
- H12: بین خصوصیات کارآفرینانه و خودکارآمدی رابطه معناداری وجود دارد.
- H13: بین خصوصیات کارآفرینانه و نگرش رابطه معناداری وجود دارد.
- H14: بین دانش و نگرش رابطه معناداری وجود دارد.
- H15: بین دانش و خودکارآمدی رابطه معناداری وجود دارد.

مدل مفهومی پژوهش

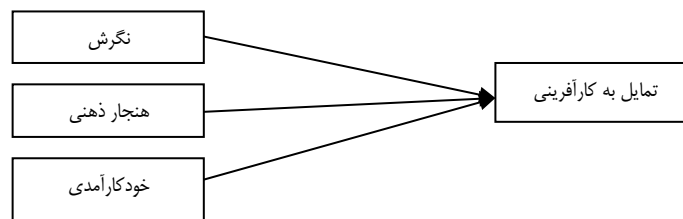
قصد کارآفرینانه نقش بسیار مهمی را در تصمیم‌گیری‌های فرد برای آغاز یک کسب و کار جدید ایفا می‌کند. این نقش می‌تواند در تحقق زندگی حرفه‌ای، اقتصادی و شخصی فرد تأثیر به‌سزایی داشته باشد (Liñán & Chen, 2009). استفاده از مدل‌های روانشناختی اجتماعی، از جمله مدل رفتار برنامه‌ریزی شده، یکی از روش‌های مؤثر برای بررسی فرایند کارآفرینی است (Ajzen, 1991). مدل رفتار برنامه‌ریزی شده یکی از پرکاربردترین مدل‌های روانشناختی در تحقیقات کارآفرینی است و کارآیی و توانایی آن در پیش‌بینی قصد و رفتار کارآفرینانه توسط محققان تأیید شده‌اند (Iakovleva et al., 2011). در این مدل، مهم‌ترین تعیین‌کننده رفتار فرد (مانند آغاز یک کسب و کار)، قصد (میل) رفتاری است.

شخصیتی-فردی، مالی-اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی، ترویجی و زیرساختی. همچنین نتایج این پژوهش نشان دادند که ویژگی‌های شخصیتی مانند سن، وضعیت تاهل، وضعیت تحصیلی و نوع شغل بر کارآفرینی روستایی تأثیر داشتند. نتایج تحقیق یعقوبی‌فرانی و همکاران (Yaghoubi Farani et al., 2014) نشان دادند که وضعیت اقتصادی، ویژگی‌های شخصیتی و شرایط اجتماعی-فرهنگی زنان به ترتیب بیشترین تأثیرات را بر سطح کارآفرینی آن‌ها داشتند. یافته‌های پژوهش قنبری (Ghanbari, 2014) حاکی از آن هستند که تجربه کارآفرینی، ویژگی‌های فردی و منابع کسب اطلاعات کارآفرینی به‌ترتیب اهمیت در گرایش به کارآفرینی زنان روستایی مؤثر هستند. همچنین پنداشت از خود و اعتماد به نفس دو ویژگی شخصیتی مهم هستند که در توانمندسازی زنان برای اشتغال و پیشرفت در کارنامه شغلی‌شان نقش بسیار اساسی دارند. عوامل اجتماعی، فرهنگی، حقوقی، دینی، سیاسی و اقتصادی همگی نقش مهمی در تقویت یا تضعیف فعالیت‌های زنان به‌خصوص در حوزه اشتغال و فراتر از آن ایفا می‌کنند.

اسکندر و همکاران (Iskandar et al., 2023) در پژوهش خود نشان دادند که دانش کارآفرینی تأثیر مثبت و مستقیمی بر قصد کارآفرینی داشت. همچنین، دانش از طریق هنجار ذهنی و خودکارآمدی بر قصد کارآفرینی تأثیرگذار است. الشبامی (Alshebami, 2022) رابطه مثبت و معناداری را بین کنترل رفتاری درک‌شده و قصد کارآفرینی در میان کارآفرینان کوچک در عربستان سعودی مشاهده کرد. چیپفند و همکاران (Chipfunde et al., 2021) بین ویژگی‌های فردی، حمایت خانواده، دسترسی به وام و امور مالی، نابرابری جنسیتی، فقدان راهنمایی و عملکرد زنان کارآفرین رابطه معناداری را یافتند. مولتائو و پاراساد (Mulatu & Prasad, 2019) عواملی همچون تجربه در کسب و کار، حمایت خانواده و حمایت اجتماعی را از عوامل موفقیت زنان کارآفرین معرفی کردند. ژبوا و باباکاتون (Giwa & Babakatun, 2019) نشان دادند که عوامل مختلف فرهنگی از جمله دین، فرهنگ و نقش‌های جنسیتی در فعالیت‌های کارآفرینی زنان نقش داشتند. اوبی و همکاران (Obi et al., 2017) دریافتند که کمبود آموزش و مهارت بر توانایی کارآفرینی زنان روستایی تأثیر به‌سزایی داشت. با توجه به نتایج حاصل از پژوهش‌های پیشین، عوامل مختلفی همچون عوامل شخصیتی، اجتماعی، اقتصادی-فرهنگی، سازمانی، و خانوادگی بر کارآفرینی زنان تأثیرگذار هستند. بر این اساس، با توجه به اهمیت کارآفرینی زنان در توسعه اقتصادی جامعه و اهمیت عوامل برون فردی از جمله عوامل فرهنگی اجتماعی به‌عنوان پیش‌برنده یا بازدارنده اساسی در میل به کارآفرینی، بررسی مؤلفه‌های مؤثر بر میل به کارآفرینی زنان روستایی از اهمیت بالایی برخوردار است. به‌علاوه، از آنجاکه اقدام به هر عمل در گرو نیت و میل به آن عمل است، لذا بررسی اینکه تمایل به کارآفرینی در گروه زنان روستایی بیشتر تحت تأثیر چه مؤلفه‌هایی است و ارتباط آن با محیط بیرونی و مؤلفه‌های زمینه‌ای چیست؟ پیش‌درآمدی بر تأمین آن مؤلفه‌ها و مبنایی برای برنامه‌ریزی هدایت کارآفرینانه زنان روستایی است؛ لذا در این تحقیق، این مسأله هدف‌گذاری

آن رفتار اشاره دارد). مدل رفتار برنامه ریزی شده (شکل ۱) در زمینه های بسیار گوناگونی به کار گرفته شده است و نسبت به مدل های دیگر، تمایل کارآفرینانه را با جزئیات بیشتر و به شکل منظم تری ارائه می دهد. از این رو، به عنوان چارچوب نظری بسیاری از مطالعات کارآفرینی مورد استفاده قرار گرفته است (Barani *et al.*, 2010). در کنار مزیت های آن، این مدل بیشتر مبتنی بر فرد و کنش های درون فردی برای اقدام و عمل است و عوامل بیرونی را نادیده می گیرد.

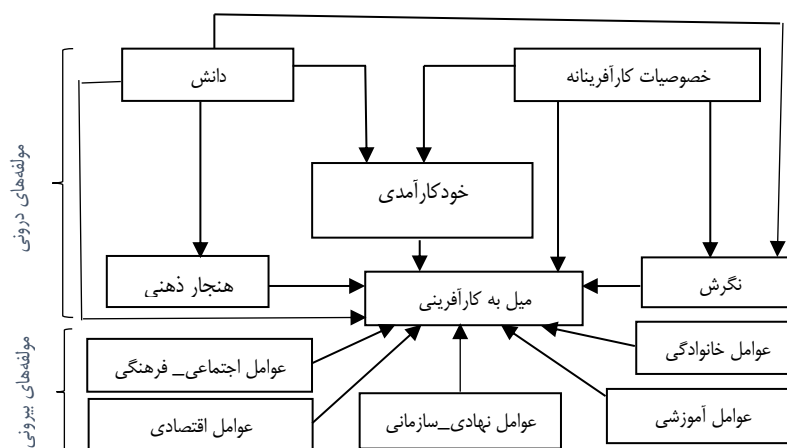
میل به رفتار از سه مؤلفه یا عامل انگیزشی متأثر می شود: هنجار ذهنی (هنجارهای ذهنی به فشار اجتماعی اشاره دارند که فرد از طریق آن به این احساس می رسد که دیگران چقدر انتظار دارند که او یک رفتار خاص را انجام دهد یا نه)، نگرش نسبت به رفتار (نگرش نسبت به رفتار به ارزشیابی مثبت یا منفی فرد از انجام یک رفتار مرتبط است) و خودکارآمدی (خودکارآمدی به درک فرد از میزان دشواری یا آسانی انجام یک رفتار و همچنین میزان موفقیت وی در انجام دادن یا ندادن



شکل ۱- مدل رفتار برنامه ریزی شده آجزن
Figure 1. Ajzen's theory of planned behavior

پرداخته شده است (شکل ۲) که در تحقیقات محدودی با این دیدگاه، ترکیب مؤلفه ها بررسی شده اند و این می تواند به عنوان نوآوری این تحقیق قلمداد شود.

اگرچه مؤلفه های بیرونی مدل برخاسته از شرایط و موقعیت زندگی فرد هستند ولی در مدل به طور مجزا و یک عامل مستقل در نظر گرفته نشده اند. لذا در این تحقیق به تلفیقی از این مدل و مؤلفه های برون فردی و روابط آن



شکل ۲- مدل مفهومی پژوهش
Figure 2. The conceptual research model

جامعه مورد مطالعه شامل زنان روستایی دهستان میان دربند در شهرستان کرمانشاه است که براساس اطلاعات جمع آوری شده از مرکز برنامه و بودجه شهرستان کرمانشاه تعداد آن ها در سال ۱۴۰۲، ۳۹۶۰ نفر بود. بر اساس جدول کرجسی و مورگان، تعداد ۲۵۰ نفر به عنوان حجم نمونه انتخاب شدند. با توجه به تعداد زیاد روستاهای این دهستان و گستردگی زیاد آن برای انتخاب نمونه، از روش نمونه گیری خوشه ای چند مرحله ای استفاده شد. به این جهت، پس از انتخاب روستاها به روش خوشه ای، تناسب متناسب با حجم صورت گرفت و سپس درون هر طبقه انتخاب تصادفی نمونه ها انجام شد. به این منظور از

روش پژوهش

پژوهش حاضر توصیفی-همبستگی و از لحاظ هدف، کاربردی و از حیث رویکرد جزو تحقیقات کمی است. ابزار گردآوری داده ها پرسش نامه ی محقق ساخته بر اساس مؤلفه های مدل مفهومی پژوهش و مرور مطالعات بود. پرسش نامه مذکور دارای دو بخش بود که در بخش اول سؤالات عمومی (جمعیت شناختی، جنسیت، تأهل، سطح تحصیلات، وضعیت اشتغال) و در بخش دوم سؤالات تخصصی (این بخش شامل ۷۱ سوال تخصصی بوده که به ۱۱ بخش تقسیم و به صورت طیف لیکرت سنجیده شد که در جدول ۲ نشان داده شده است) مطرح گردیده اند.

بین تمامی روستاهای این دهستان ۲۲ روستا به صورت تصادفی انتخاب شدند و با توجه به جمعیت روستا نمونه‌گیری انجام شد.

در این پژوهش برای تعیین پایایی پرسش‌نامه، ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است که این ضریب برای تمامی مؤلفه‌های موردبررسی بالای ۰/۷ به دست آمد (جدول ۲) و این نشان از پایایی مناسب ابزار پژوهش دارد. برای تعیین روایی از دو روش روایی محتوایی و روایی سازه‌ای استفاده شد. کنترل اولیه از سوی استادان و متخصصان دانشگاهی بر روی سؤالات پرسش‌نامه انجام و همچنین از تحلیل عاملی تأییدی برای تأیید روایی سازه‌ای استفاده شد. به منظور تجزیه و تحلیل اطلاعات از نرم‌افزار SPSS²³ و در بخش آمار استنباطی از مدل‌سازی معادلات ساختاری و تحلیل مسیر در نرم‌افزار Amos²³

استفاده شد. در بخش معادلات ساختاری به بررسی روابط بین متغیرهای پنهان و آشکار پرداخته شد. منظور از متغیرهای پنهان همان عوامل اصلی هستند که در یک الگو یا مدل مفهومی نمایش داده می‌شوند. متغیرهای آشکار همان گویه‌ها یا سؤالات مربوط به سنجش عوامل اصلی هستند. در یک مدل معادلات ساختاری، قدرت رابطه بین عامل (متغیر پنهان) و متغیر آشکار به وسیله بار عاملی نشان داده می‌شود. بار عاملی مقداری بین صفر و یک است. همچنین، جهت معناداری بارهای عاملی از آزمون ارزشی t (C.R.) استفاده می‌شود که باید مقدار C.R. برای هر بار عاملی بیشتر از ۱/۹۶ باشد. برخی از شاخصه‌های برازندگی مدل معادلات ساختاری با توجه به کاربرد آن‌ها در این پژوهش در جدول ۱ ارائه شده‌اند.

جدول ۱- شاخصه‌های برازندگی مدل معادلات ساختاری

شاخص برازندگی (Fit indices)	اختصار (Abbreviation)	حد مطلوب و مورد پذیرش شاخص‌های برازندگی (Acceptable limits of fitness indicators)
نسبت مجذور خی‌دو به درجه آزادی Chi-Square / Degree Freedom	χ^2/DF	<5
ریشه میانگین مربعات باقیمانده Root Mean Squared Residual	RMSEA	≤0.1
ضریب توکر-لوییس Tucker-Lewis coefficient	TLI	≥0.90
شاخص برازش تطبیقی Comparative Fit Index	CFI	≥0.90
شاخص برازش هنجار شده بنتلر-بونت Normal Fit Index	NFI	≥0.90
شاخص خوب بودن تناسب Adjusted Goodness of Fit Index	GFI	≥0.90

نتایج بار عاملی مدل اندازه‌گیری پژوهش در جدول (۲) نشان می‌دهند که مقادیر C.R. یا t برای کلیه بارهای عاملی گویه‌ها معنادار هستند، زیرا مقادیر C.R. بیشتر از ۱/۹۶ هستند. بنا بر این، کلیه گویه‌های به کار گرفته در تحقیق، قدرت تبیین‌کنندگی موردنظر را برای مدل مؤلفه‌های مؤثر بر میل به کارآفرینی زنان روستایی داشته‌اند و با توجه به نتایج مشخصه‌های برازندگی، ضرایب آلفای کرونباخ گزارش شده، بار عاملی و ابزار گردآوری داده‌ها، مدل اندازه‌گیری مؤلفه‌های مؤثر بر میل به کارآفرینی زنان روستایی دارای ویژگی‌های فنی (قابلیت اعتماد و اعتبار) در سطح بسیار خوبی است. همچنین، این نتایج بیانگر انسجام و ارتباط مؤلفه‌های برون‌فردی و درون‌فردی مؤثر بر تمایل زنان به کارآفرینی مستقل هستند.

نتایج و بحث

ویژگی‌های جمعیت‌شناختی افراد مورد مطالعه

بر اساس نتایج، ۴۰/۴ درصد از زنان مورد مطالعه بیشتر از ۳۹ سال سن داشتند و ۸۰/۴ درصد از زنان مورد مطالعه متأهل و ۱۹/۶ درصد مجرد بودند. از لحاظ تحصیلات، بیشترین فراوانی (۱۴۳ نفر) مربوط به سطح تحصیلات زیردیپلم با ۵۷/۲ درصد بود. براساس نتایج، از ۲۵۰ زن مورد مطالعه، ۲۳۷ نفر سرپرست خانوار نبودند و ۸۵/۶ درصد شاغل نبودند. درخصوص نتایج تجربه کارآفرینی، ۹/۲ درصد از افراد مورد مطالعه تجربه کارآفرینی داشتند و ۹۰/۸ درصد فاقد تجربه کارآفرینی بودند. مؤلفه‌های فردی و برون‌فردی مؤثر بر میل به کارآفرینی زنان روستایی

جدول ۲- آلفای کرونباخ و بارهای عاملی مدل مؤلفه‌های مؤثر بر میل به کارآفرینی زنان روستایی

C.R.	بار عاملی (Factor loading)	مؤلفه‌ها (Components)
		میل به کارآفرینی ($\alpha = 0.70$)
		Desire for entrepreneurship
8.25	0.66	D1_ شروع به کسب و کار در صورت وجود فرصت و منابع
		Starting a business if you have the opportunity and resources
9.25	0.54	D2_ امید به موفقیت در فعالیت
		Having hope for success in the activity
10.46	0.79	D3_ دارا بودن انگیزه و تلاش مداوم برای اقدام کارآفرینانه
		Having motivation and continuous effort for entrepreneurial action
11.07	0.89	D4_ مصمم بودن برای ایجاد کسب و کار در آینده
		Being determined to build a business in the future
9.89	0.74	D5_ هدف گذاری و برنامه ریزی برای کارآفرینی
		Goal setting and planning for entrepreneurship
		هنجار ذهنی ($\alpha = 0.75$)
		Mental norm
7.50	0.75	MN1_ ارزشمند بودن و اهمیت داشتن فعالیت‌های کارآفرینانه نسبت به سایر فعالیت‌ها و مشاغل
		The importance of entrepreneurial activities compared to other activities and jobs
9.80	0.86	MN2_ ارزشمند بودن و اهمیت داشتن فعالیت‌های کارآفرینانه نسبت به سایر فعالیت‌ها و مشاغل در بین اعضای خانواده
		The value and importance of entrepreneurial activities compared to other activities and jobs among family members
7.62	0.53	MN3- برخورداری از تشویق و حمایت خانواده
		Having family encouragement and support
8.07	0.56	MN4_ برخورداری از منزلت بالا در بین دوستان و آشنایان به واسطه اقدام کارآفرینانه
		Enjoying high status among friends and acquaintances through entrepreneurial action
5.05	0.35	MN5_ فراهم بودن زمینه و همراهی دولت در راه اندازی کسب و کار و تجاری سازی ایده‌ها
		Provision of the environment and government support in starting a business and commercializing ideas
		خودکارآمدی ($\alpha = 0.75$)
		Self-efficacy
6.05	0.57	S.E1_ قادر به انجام کار در شرایط استرس، فشار و تعارض هستم.
		I am able to work well even in situations of stress, pressure, and conflict.
9.03	0.80	S.E2_ قادر به ترغیب افراد در جهت ابتکار عمل و پذیرش مسئولیت ایده‌ها و تصمیمات خود هستم.
		I am able to encourage people to take initiative and accept responsibility for their ideas and decisions.
8.97	0.79	S.E3_ قادر به بیان واضح (شفاف) چشم‌انداز و ارزش یک کسب و کار هستم.
		I am able to clearly articulate the vision and value of a business.
8.84	0.77	S.E4_ قادر به تحمل تغییرات پیش‌بینی نشده در شرایط کسب و کار هستم.
		I am able to withstand unforeseen changes in business conditions.
9.17	0.83	S.E5_ قادر به ارائه راه کار مؤثر در جهت حل مسائل موجود هستم.
		I am able to provide effective solutions to existing problems.
7.82	0.64	S.E6- قادر به مدیریت فعالیت‌های خانواده و اداره یک کسب و کار هستم.
		I manage many of the family's activities, so I am capable of running a business.
		نگرش ($\alpha = 0.70$)
		Attitude
8.50	0.64	A1_ کارآفرین بودن منافع و سود بیشتری نسبت به مضراتش برای من دارد.
		Being an entrepreneur has more benefits and advantages than disadvantages for me.
9.47	0.72	A2_ هر تلاشی را برای راه اندازی کسب و کار خود انجام می‌دهم.
		I will make every effort to start my own business.
11.06	0.72	A3_ هدف حرفه‌ای من کارآفرین شدن است.
		My professional goal is to become an entrepreneur.
10.36	0.81	A4_ از میان گزینه‌های کاری، ترجیح می‌دهم یک کارآفرین باشم.
		Of the career options, I would prefer to be an entrepreneur.
10.27	0.80	A5_ با توجه به کلیه مزایا و معایب کارآفرینی باز هم به آن علاقه‌مندم.
		Considering all the advantages and disadvantages of entrepreneurship, I am still interested in it.
10.68	0.85	A6_ کارآفرین بودن خشنودی زیادی را برای من در بردارد.
		Being an entrepreneur brings me great satisfaction.
		دانش ($\alpha = 0.85$)
		Knowledge
6.90	0.53	K1_ من از فعالیت‌های دیگران به عنوان یک کارآفرین اطلاع دارم.
		I am aware of other people's activities as an entrepreneur.
7.95	0.73	K2_ من دانش کافی در زمینه بازار یابی یک محصول یا خدمت را دارم.
		I have sufficient knowledge in marketing a product or service.
8.13	0.76	K3_ از تجربه کاری لازم برای تأسیس یک کسب و کار جدید برخوردار هستم.
		I have the work experience necessary to start a new business.
9.50	0.58	K4_ با افراد کارآفرین در ارتباط هستم و از تجربیات آنان استفاده می‌کنم.
		I am in relation with entrepreneurs and benefit from their experiences.
7.37	0.64	K5_ من می‌دانم منابع لازم (مانند منابع مالی) برای راه اندازی یک کسب و کار را چگونه به دست بیاورم.
		I know how to obtain the necessary resources (e.g., finances) to start a business.
8.18	0.77	K6_ به خوبی با مفاهیم و تئوری‌های کارآفرینی آشنایی دارم.
		I am well acquainted with the concepts and theories of entrepreneurship.
8.63	0.87	K7_ از دانش لازم برای تأسیس یک کسب و کار جدید برخوردار هستم.
		I have the knowledge necessary to start a new business.
7.44	0.65	K8_ دوره های مربوط به کارآفرینی را سپری نموده‌ام.
		I have completed courses related to entrepreneurship.
		عوامل خانوادگی ($\alpha = 0.80$)
		Family factors
8.45	0.52	F.f1_ وجود مسئولیت‌های متعدد در خانه.
		Having multiple responsibilities at home.
8.37	0.82	F.f2_ حمایت و پشتیبانی عاطفی خانواده از کسب و کار.
		Family support and emotional backing for the business.
8.67	0.93	F.f3_ حمایت و پشتیبانی مالی خانواده از کسب و کار.
		Family financial support for the business.
8.24	0.79	F.f4_ اعتماد و اعتقاد خانواده به فرد و توانایی‌های او از کسب و کار.
		The family's trust and belief in the individual and their business abilities.

C.R.	بار عاملی (Factor loading)	مؤلفه‌ها (Components)
		عوامل اجتماعی-فرهنگی ($\alpha = 0.80$)
		Sociocultural factors
7.25	0.55	S.f1 رضایت فرد از جایگاه اجتماعی Satisfaction of social status
-5.05	-0.37	S.f2 طرز تفکر مردانه‌بودن کسب و کار در جامعه روستایی The Masculine Mindset of Business in Rural Society
-4.76	-0.34	S.f3 رواج تفکرات سنتی و منفی درمورد زنان و توانایی‌های آنان در جامعه The prevalence of traditional and negative thoughts about women and their abilities in society
7.89	0.67	S.f4 وجود اعتماد کافی به توانایی‌های زنان در مدیریت و کسب و کار Sufficient confidence in women's abilities in management and business
8.42	0.75	S.f5 احترام و ارزش قائل شده برای نظرات و تصمیمات زنان در جامعه Respect and value the opinions and decisions of women in society
8.03	0.69	S.f6 نقش زنان در بیان راه‌حل‌ها و تفکرات نو برای حل مسائل جامعه The role of women in expressing new solutions and ideas to solve societal problems
8.26	0.72	S.f7 مشارکت در فعالیتهای گروهی Participation in group activities
9.10	0.88	S.f8 برخورداری زنان از حقوق برابر نسبت به مردان در جامعه Women enjoying equal rights to men in society
8.75	0.81	S.f9 وجود محیط و فضای آرام برای فعالیت اقتصادی زنان در روستا The existence of a peaceful environment and space for women's economic activity in the village
8.68	0.80	S.f10 تشویق زنان در محیط روستایی برای راه‌اندازی فعالیت‌های اقتصادی Encouraging women in rural areas to start economic activities
		عوامل اقتصادی ($\alpha = 0.90$)
		Economic factors
12.75	0.72	E.f1 استفاده از کمک‌های مالی دوستان و آشنایان Using financial assistance from friends and acquaintances
14.50	0.93	E.f2 دسترسی آسان به دریافت وام مورد نیاز کسب و کار Easy access to business loan requirements
14.35	0.92	E.f3 توانایی مالی برای استخدام نیروی انسانی ماهر مورد نیاز در کسب و کار Financial ability to hire the skilled manpower needed in the business
14.20	0.91	E.f4 دسترسی آسان به مواد اولیه و نهادهای مورد نیاز Easy access to raw materials and required inputs
13.12	0.85	E.f5 دسترسی به بازارهای محلی عرضه‌ی خدمات و محصولات تولیدی Access to local markets for the supply of manufactured products and services
		عوامل آموزشی ($\alpha = 0.85$)
		Educational factors
11.22	0.65	Ed.f1 نقش تحصیلات در کسب و کار The role of education in business
12.68	0.77	Ed.f2 آشنایی با دانش و مهارت تخصصی در زمینه کسب و کار Familiarity with specialized knowledge and skills in the field of business
9.55	0.68	Ed.f3 علاقمندی به کسب دانش و اطلاعات بیشتر در زمینه کسب و کار Interest in gaining more knowledge and information in the field of business
11.69	0.88	Ed.f4 دسترسی به دوره‌های آموزشی مرتبط با زمینه کسب و کار Access to business-related training courses
10.94	0.81	Ed.f5 استفاده از اینترنت در کسب اطلاعات شغلی Using the Internet to obtain job information
11.81	0.89	Ed.f6 ارتباط با افراد با تجربه و موفق در حوزه کسب و کار جهت کسب اطلاعات شغلی Connecting with experienced and successful people in the business field to obtain career information
11.38	0.85	Ed.f7 استفاده از کتاب و مجلات مرتبط با کسب و کار Use of business-related books and magazines
		عوامل نهادی- سازمانی ($\alpha = 0.95$)
		Institutional-organizational factors
16.75	0.78	I.f1 فعالیت تشکلهای خاص زنان روستایی در منطقه محل فعالیت Activities of specific rural women's organizations in the area of activity
21.02	0.85	I.f2 دسترسی به مراکز جهت دریافت خدمات مشاوره‌ای در زمینه کسب و کار Access to centers for business consulting services
16.20	0.89	I.f3 ارائه امکانات، نهادهای و مواد اولیه‌ی مورد نیاز فرد توسط نهادهای دولتی Provision of facilities, inputs, and raw materials needed by the individual by government institutions
15.88	0.88	I.f4 دسترسی به خدمات و تسهیلات بیمه برای کسب و کار Access to insurance services and facilities for business
15.08	0.84	I.f5 عضویت در تشکلهای محلی Membership in local organizations
17.83	0.95	I.f6 میزان حمایت دهیاری از کسب و کارهای کارآفرینانه The level of rural management organizations' support for entrepreneurial businesses
17.85	0.95	I.f7 میزان حمایت شورای روستا از کسب و کارهای کارآفرینانه The extent of village council's support for entrepreneurial businesses
17.66	0.94	I.f8 میزان حمایت تعاونی از کسب و کارهای کارآفرینانه The extent of cooperative support for entrepreneurial businesses
16.97	0.92	I.f9 میزان حمایت سازمان جهاد کشاورزی از کسب و کارهای کارآفرینانه The extent of the agricultural organization's support for entrepreneurial businesses
16.92	0.92	I.f10 میزان حمایت سازمان‌های مرتبط با کسب و کار از کارآفرینی The level of support from business-related organizations of entrepreneurship
		خصوصیات کارآفرینی ($\alpha = 0.75$)
		Characteristics of entrepreneurship
6.50	0.62	سخت‌کوشی Hard working
9.54	0.82	کسب موفقیت در کار و زندگی (توفیق طلبی) Looking for career success
7.82	0.61	استقلال طلبی Seeking career independence
9.49	0.81	انعطاف‌پذیری در برابر مشکلات و تغییرات Flexibility in the face of problems and changes
6.43	0.48	ریسک‌پذیری Acceptance of risk

برای تحلیل مدل ساختاری پژوهش از تکنیک معادلات ساختاری با بررسی و ارزیابی اثرات کل، مستقیم و میانجی (غیرمستقیم) به کمک نرم افزار Amos استفاده شد. جدول (۳)

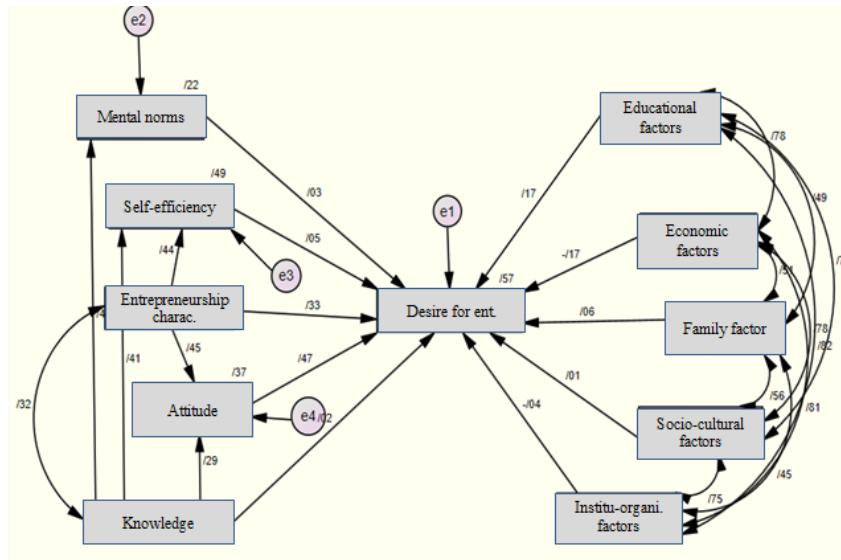
نتایج آزمون شاخص های برازندگی مؤلفه های مؤثر بر میل به کارآفرینی را نشان می دهد.

جدول ۳- نتایج آزمون شاخص های برازندگی مدل ساختاری مؤلفه های مؤثر بر میل به کارآفرینی
Table 3. Results of the test of the fitness indices of the structural model of the components affecting entrepreneurship

شاخص های برازندگی (Fit indices)	GFI	CFI	NFI	TLI	RMSEA	X2/df
مقدار پیشنهاد شده (Suggested rate)	0.90 ≤	0.90 ≤	0.90 ≤	0.90 ≤	≤ 0.10	< 5
مقدار برآورد شده (Estimated rate)	0.90	0.93	0.91	0.86	0.10	4.95

بین متغیرهای موردبررسی دارای مقادیری مناسب و مطلوب هستند. از این رو، برازندگی مدل در سطح مناسبی قرار دارد. در شکل ۳، نتایج برآورد ضرایب مسیر و بارهای عاملی برازندگی مدل عوامل مؤثر بر میل به کارآفرینی با تخمین استاندارد نمایش داده شده اند.

نتایج شاخص های برازندگی در جدول ۳ نشان می دهند که میزان شاخص χ^2/df در برازندگی رابطه بین متغیرهای پژوهش و میل به کارآفرینی در سطح مطلوب و مقدار قابل قبول است. همچنین، میزان شاخص RMSEA و مقادیر اندازه های برازندگی GFI، TLI، CFI و NFI، برازندگی رابطه



شکل ۳- ضرایب مسیر و بار عاملی مدل عوامل مؤثر بر میل به کارآفرینی در زنان روستایی
Fig. 3. The path coefficients and factor loadings of the model of factors affecting the desire for entrepreneurship in rural women

متغیر هنجار ذهنی را تبیین کند. در نهایت، متغیرهای خصوصیات کارآفرینانه، نگرش، عوامل اقتصادی و عوامل آموزشی، ۵۶ درصد از واریانس متغیر میل به کارآفرینی را تبیین کردند (جدول ۴).

نتایج مربوط به ضریب تبیین متغیرهای پژوهش در جدول ۴ نشان داده شده اند. همان طور که مشاهده می شود دانش و خصوصیات کارآفرینانه به طور کلی ۳۷ درصد از واریانس متغیر نگرش و ۴۸ درصد از واریانس متغیر خودکارآمدی را تبیین می کنند. همچنین، دانش توانسته است ۲۱ درصد از واریانس

جدول ۴- مقادیر ضریب تبیین متغیرهای پژوهش
Table 4. Coefficient of Determination Values of Research Variables

ضریب تبیین (Coefficient of Determination)	متغیر وابسته (Independent Variable)	متغیر مستقل (Dependent Variable)
0.37	نگرش (Attitude)	دانش (Knowledge) خصوصیات کارآفرینانه (Entrepreneurship Charac.)
0.48	خودکارآمدی (Self-efficacy)	دانش (Knowledge) خصوصیات کارآفرینانه (Entrepreneurship Charac.)
0.21	هنجار ذهنی (Mental Norms)	دانش (Knowledge) نگرش (Attitude)
0.56	میل به کارآفرینی (Desire for Entrepreneurship)	خصوصیات کارآفرینانه (Entrepreneurship Charac.) عوامل آموزش (Educational factors) عوامل اقتصادی (Economic factors)

بررسی فرضیه‌های پژوهش

در جدول ۵ نتایج مربوط به بررسی فرضیه‌های پژوهش نشان داده شده‌اند.

جدول ۵- نتایج ضرایب مسیر استاندارد و آزمون آن‌ها

Table 5. Results of standard path coefficients and their tests

فرضیه‌ها (Hypothesis)	ضریب مسیر (Path coefficient)	CR	P	رد یا پذیرش فرضیه (Acceptance or rejection of the hypothesis)
دانش (Knowledge) → هنجار ذهنی (Mental norm)	0.47	8.32	***	قبول فرضیه (Accepted)
خصوصیات کارآفرینانه (Entrepreneurship charac.) → خودکارآمدی (Self-efficiency)	0.44	9.27	***	قبول فرضیه (Accepted)
خصوصیات کارآفرینانه (Entrepreneurship charac.) → نگرش (Attitude)	0.45	8.42	***	قبول فرضیه (Accepted)
دانش (Knowledge) → نگرش (Attitude)	0.29	5.46	***	قبول فرضیه (Accepted)
دانش (Knowledge) → خودکارآمدی (Self efficiency)	0.41	8.62	***	قبول فرضیه (Accepted)
هنجار ذهنی (Mental norm) → میل به کارآفرینی (Desire for ent.)	0.03	0.73	0.46	رد فرضیه (Rejected)
خودکارآمدی (Self-efficiency) → میل به کارآفرینی (Desire for ent.)	0.05	0.79	0.42	رد فرضیه (Rejected)
نگرش (Attitude) → میل به کارآفرینی (Desire for ent.)	0.47	8.88	***	قبول فرضیه (Accepted)
دانش (Knowledge) → میل به کارآفرینی (Desire for ent.)	0.02	0.30	0.76	رد فرضیه (Rejected)
عوامل آموزشی (Educational factors) → میل به کارآفرینی (Desire for ent.)	0.17	2.11	0.03	قبول فرضیه (Accepted)
عوامل اقتصادی (Economic factors) → میل به کارآفرینی (Desire for ent.)	-0.17	-2.03	0.04	قبول فرضیه (Accepted)
عوامل اجتماعی-فرهنگی (Socio-cultural factors) → میل به کارآفرینی (Desire for ent.)	0.01	0.07	0.93	رد فرضیه (Rejected)
عوامل نهادی-سازمانی (Institu-organi. Factors) → میل به کارآفرینی (Desire for ent.)	-0.04	-0.52	0.60	رد فرضیه (Rejected)
عوامل خانوادگی (Family factor) → میل به کارآفرینی (Desire for ent.)	0.06	1.18	0.23	رد فرضیه (Rejected)
خصوصیات کارآفرینانه (Entrepreneurship charac.) → میل به کارآفرینی (Desire for ent.)	0.33	5.82	***	قبول فرضیه (Accepted)

همان‌طور که در جدول ۵ نشان داده شده است، از ۱۵ فرضیه مورد مطالعه تعداد نه فرضیه مورد تأیید و شش فرضیه رد شدند. در ادامه به بررسی این فرضیه‌ها پرداخته شده است.

فرضیه اول: بین نگرش و میل به کارآفرینی زنان روستایی دهستان میاندریند رابطه معناداری وجود دارد. بر اساس نتایج پژوهش، متغیر نگرش به اندازه ۴۷ درصد بر میل به کارآفرینی زنان روستایی تأثیرگذار بود. در این راستا، عبدی (Abdi, 2019) در مطالعه خود نشان داد که نگرش‌های شخصی بر قصد کارآفرینی تأثیرگذار بودند که با نتایج تحقیق حاضر هم‌راستا است. همچنین نتایج تحقیق نوری‌زاده (Nourizadeh, 2019)، سیمین‌پور و صدیقی (Siminpour & Bashir Sedighi, 2022) و رضائی و همکاران (Rezaei et al., 2017) نیز هم‌سو با تحقیق حاضر هستند. اگرچه تأثیر نگرش بر میل به کارآفرینی بدیهی است و تأیید فرض مطابق انتظار محقق است، اما آنچه اهمیت دارد این است که چگونه باید نگرش زنان روستایی را به کارآفرینی متوجه و مثبت ساخت. اگرچه زمینه فرهنگی زنان در منطقه مورد مطالعه به خصوص در نسل‌های قبلی به گونه‌ای است که کار زنان به طور مستقل و بیرون از خانه و عرصه کشاورزی را تأیید نمی‌کند، لکن در نسل جوان این امر میسر است و می‌توان با برنامه‌های سازماندهی شده از سوی نهادهایی همچون سازمان فنی و حرفه‌ای و دفاتر ترویج و خدمات کشاورزی به این مهم پرداخت. از طرفی، وضعیت اقتصادی خانوارهای روستایی و همچنین باسوادی اکثر زنان روستایی و گسترش ارتباطات و اطلاعات به صورت روزانه و خارج شدن جوامع روستایی از ساختارهای بسته بر نگرش زنان روستایی و تمایل آن‌ها به درآمد مستقل و میل به کارآفرینی تأثیرگذار هستند. البته، این رویداد کلی است و هنوز استثناهای فراوانی وجود دارند که می‌توانند مورد نظر برنامه‌ریزان و به خصوص آموزشگران مباحث کارآفرینی و محققان قرار گیرند.

فرضیه دوم: بین هنجار ذهنی و میل به کارآفرینی زنان روستایی دهستان میاندریند رابطه معناداری وجود دارد. این فرضیه با توجه به ضریب مسیر ۰/۳ و آماره CR، ۰/۷۳ از

آستانه معناداری یعنی ۱/۹۶ پایین‌تر به دست آمده است؛ لذا فرض رد می‌شود. با توجه به رد این فرضیه، نتایج این بخش از پژوهش مخالف یافته‌های سیمین‌پور و صدیقی (Siminpour & Bashir Sedighi, 2022) هستند چراکه آنان در مطالعه خود به ارتباط بین هنجار ذهنی و قصد کارآفرینی اشاره کردند. به‌طور کلی، این مطالعه نشان می‌دهد که هنجارهای ذهنی کمتر از نگرش و کنترل رفتار درک شده برای قصد کارآفرینی تأثیرگذار بودند. هنجارهای ذهنی در واقع الگوها یا قالب‌های شناختی هستند که افراد برای تفسیر و درک واقعیت‌ها و رفتارها استفاده می‌کنند. این هنجارها شامل اعتقادات، ارزش‌ها، نگرش‌ها و الگوهای فکری هستند که در طول زمان از طریق تجربه‌ها، آموخته‌ها و فرایندهای یادگیری در ذهن فرد شکل می‌گیرند. اما به دلیل خصوصیات زیر، هنجارهای ذهنی در برخی موارد تأثیر مستقیمی بر میل به کارآفرینی ندارند:

عملکرد ناخودآگاه: بیشتر هنجارهای ذهنی در سطح ناخودآگاه و آگاهی ناخودآگاه فعالیت می‌کنند. معنی این مطلب آن است که افراد اغلب از آن‌ها برای ادراک و تفسیر واقعیت‌ها و رفتارها استفاده می‌کنند، اما این هنجارها مستقیماً نمی‌توانند احساسات و تصمیمات کارآفرینانه را مدیریت کنند.

تنوع در تجربه‌ها و شخصیت: تنوع هنجارهای ذهنی گاهی باعث تضاد در افراد می‌شود و حتی ممکن است به عنوان مانع برای ورود به کارآفرینی عمل کند.

قابل تغییر بودن: هنجارهای ذهنی قابل تغییر هستند و با تجربه، آموخته‌های جدید و تغییرات در محیط و فرهنگ می‌توانند تغییر کنند. به عبارت دیگر، این هنجارها پایداری مطلقی ندارند و از طریق تجربه و آموخته‌های جدید قابل تغییر هستند.

انتخاب شخص برای ورود به کارآفرینی بیشتر به اعتقادات، تجربیات شخصی، شرایط محیطی و اجتماعی، تحلیل شخصیتی و سایر عوامل انسانی بستگی دارد که به صورت مجموعه‌ای از عوامل متفاوت عمل می‌کنند و تنها هنجارهای ذهنی نمی‌توانند تصمیمات افراد را تعیین کنند. از طرفی، هنجارهای ذهنی افراد در قالب فرهنگ جامعه‌ای که در آن

زندگی می کنند، شکل می گیرد (Iskandar et al., 2023). همان طور که ذکر شد جوامع زنان روستایی در منطقه مورد مطالعه در حال گذار از فرهنگ سنتی فعالیت خاموش به فرهنگ کارآفرین مستقل هستند و به نظر می رسد که هنوز هنجارهای ذهنی به طور موثر در ایشان شکل نگرفته باشند. به نظر محققان این پژوهش، هنوز اعتماد به نفس کارآفرینانه یا می توان گفت خودکارآمدی کارآفرینانه جمعی در بین زنان به مرحله تحرک بخشی به زنان روستایی در مسیر کارآفرینی منجر نشده است.

فرضیه سوم: بین خودکارآمدی و میل به کارآفرینی زنان روستایی دهستان میاندربند رابطه معناداری وجود دارد. این فرضیه با توجه به ضریب مسیر $0/05$ و آماره $CR 0/79$ ، از آستانه معناداری یعنی $1/96$ پایین تر به دست آمده است و سطح معنی داری نیز بیشتر از $0/05$ است؛ لذا فرضیه رد می شود. در همین راستا، نتایج به دست آمده از مطالعاتی از جمله رضائی و همکاران (Rezaei et al., 2017)، الشبامی (Alshebami, 2022) و اسکندر و همکاران (Iskandar et al., 2023)، نشان می دهند که هر سه عامل انگیزشی یعنی نگرش، هنجارهای ذهنی و خودکارآمدی بر روی قصد کارآفرینانه تأثیر دارند. ولی آنچه مسلم است این است که قدرت تبیینی و اهمیت نسبی آن ها در رفتارها، موقعیت ها، نمونه ها و جوامع مختلف یکسان نخواهند بود و مشخص نیست که مفروضات زیربنایی آن به خوبی برای فرهنگ های دیگر مناسب باشد. در واقع، آنچه که در جامعه مورد مطالعه مورد توجه قرار گرفت این بود که اولاً کارآفرینی به عنوان یک گزینه شغلی زنان هنوز جایگاه قابل توجهی ندارد؛ ثانیاً مهارت های کارآفرینی به اندازه کافی در میان جمعیت محلی توسعه نیافته است که منجر به عناصر انگیزشی منفی یا مثبت به سمت کارآفرینی شود. بدون توسعه این مهارت ها، افراد ممکن است با چالش ها و موانعی که در مسیر کارآفرینی وجود دارد، مواجه شوند و تمایل کمتری به شروع یک کسب و کار داشته باشند.

فرضیه چهارم: بین عوامل اجتماعی-فرهنگی و میل به کارآفرینی زنان روستایی دهستان میاندربند رابطه معناداری وجود دارد.

این فرضیه با توجه به ضریب مسیر $0/01$ و آماره $CR 0/07$ از آستانه معناداری یعنی $1/96$ پایین تر به دست آمده است و سطح معنی داری هم بیشتر از $0/05$ است؛ لذا فرضیه رد شد. در این راستا، فلاح و پرهیزکار برزلی (Fallah & Parhizkar, 2019) و گیوا و باباکاتون (Giwa & Babakatun, 2019) گزارش می کنند که عوامل فرهنگی و اجتماعی می توانند به عنوان مانع یا تسهیل کننده برای شرکت زنان در فعالیت های کارآفرینی عمل کنند. می توان گفت که اگرچه عوامل اجتماعی و فرهنگی می توانند بسیاری از جنبه های زندگی افراد را تحت تأثیر قرار دهند، اما در موضوع کارآفرینی، ممکن است نقش آن ها متفاوت باشد و تأثیرگذاری آن ها کمتر مشاهده شود. برخی از دلایل این مسئله ممکن است به محیط اقتصادی، سیاست ها و قوانین، فرصت های تحصیلی و آموزشی و ترس از خطر و شکست برگردد.

بنابراین، می توان گفت که عوامل اجتماعی و فرهنگی نیز می توانند تأثیرگذار باشند، اما برای شروع یک کسب و کار و تصمیم به کارآفرینی، عوامل دیگری نظیر شرایط اقتصادی، سیاست ها، فرصت های آموزشی و حتی شخصیت و تجربه فرد نیز نقش مهمی دارند که ممکن است تأثیرگذاری فرهنگی را کاهش دهند. صاحب نظران در این باره معتقدند که هر جامعه دارای فرهنگ، ارزش ها، باورها، و هنجارهای مختلفی است که تأثیر به سزایی بر رفتار و عملکرد افراد آن جامعه دارند. فرهنگ کارآفرینی نه تنها توسط ارزش ها و باورهای فردی بلکه توسط فرهنگ و هنجارهای جامعه که در آن زندگی می کند نیز تحت تأثیر قرار می گیرد. در این راستا، ارتقاء فرهنگ کارآفرینی و ترویج ارزش ها و باورهایی که افراد را به کارآفرینی تشویق می کنند، می تواند به توسعه اقتصادی و اجتماعی جامعه کمک کند. این تئوری نشان می دهد که انگیزه ها و شرایط اجتماعی می توانند نقش مهمی را در تشکیل و توسعه فرهنگ کارآفرینی در جوامع داشته باشند (Saljooghi, 2009). به عبارت دیگر، فرهنگ عامه جامعه ممکن است هنوز به میزان کافی حامی استقلال شغلی زنان روستایی، به خصوص دختران مجرد نباشد. **فرضیه پنجم:** بین دانش کارآفرینی و میل به کارآفرینی زنان روستایی دهستان میاندربند رابطه معناداری وجود دارد. این فرضیه با توجه به ضریب مسیر $0/02$ و آماره $CR 0/30$ از آستانه معناداری یعنی $1/96$ پایین تر به دست آمده است و سطح معنی داری هم بیشتر از $0/05$ است؛ لذا رد می شود. با این حال، بسته به شرایط و محیط مورد بررسی، این نتایج ممکن است متفاوت باشند. می توان گفت که در جامعه مورد مطالعه، دانش کارآفرینی به میزان کافی ارائه نشده است یا به دلایل دیگری مانند فرهنگ و شرایط اجتماعی، اهمیت کافی به آموزش و دانش کارآفرینی داده نشده است. با توجه به نتایج به دست آمده، لازم است برای افزایش میل به کارآفرینی در این جامعه تلاش های بیشتری در جهت ارتقاء دانش و آموزش در زمینه کارآفرینی صورت گیرند. این تحقیقات می توانند به برنامه ها و سیاست های دولتی و سازمانی کمک کنند تا بهبود در این زمینه ایجاد کنند و محیط مناسبی برای رشد و توسعه کارآفرینی در جامعه فراهم شود. در این راستا، مطالعاتی از قبیل شاهرخی ساردو و همکاران (Shahrokhi Sardou et al., 2014) و اسکندر و همکاران (Iskandar et al., 2023) با تحقیق حاضر هم سویی ندارند. چنانچه نگاهی به کلیت آموزش ها چه رسمی و چه غیررسمی داشته باشیم، می توانیم مدعی شویم که در آموزش بر خلاقیت و کاربرد دانش در زندگی و به عبارتی به نوین ترین معنای سواد از نظر یونسکو (که با سواد کسی است که بتواند از دانش خود در جهت رفاه خود استفاده کند) (Oades et al., 2021) توجهی نمی شود و عمدتاً افراد را برای کسب مدرک و آماده شده برای کسب شغل های اداری و دولتی آماده می سازند. این مهم در آموزش های رسمی در محیط های روستایی بیشتر نمایان است و فراگیران کمتر در معرض آموزش های رسمی و غیررسمی کارآفرینانه قرار گرفته اند. اهمیت آموزش بر خلاقیت، کارآفرینی و کاربرد دانش در زندگی به عنوان اساسی ترین مهارت هایی که افراد نیاز دارند تا در جوامع پویا و رشدآور، موفق باشند، بی تردید بسیار بالا

دلایل این امر می‌توانند محیط اقتصادی و اجتماعی، تمرکز بر امور تحصیلی برای کسب مشاغل سازمان یافته دولتی، اقتدار خانوادگی و اجبار افراد به کار یا نپرداختن به کارآفرینی و فرهنگ کسب و کار که به دیدگاه جنسیتی در مشاغل اشاره دارد، باشند.

بنابراین، در این جوامع، عوامل خانودگی ممکن است به دلایل مختلف، از جمله شرایط اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی، به تمایل به کارآفرینی کمک نکنند یا حتی با آن متضاد باشند. این مسئله به بسیاری از عوامل مختلف درونی و بیرونی فرد و جامعه بستگی دارد که تأثیرگذاری آن‌ها بر انگیزه و تصمیمات شخصی را مشخص می‌کند. در همین راستا، نتایج تحقیق یعقوبی فرانی و همکاران (Yaghoubi Farani *et al.*, 2014) با پژوهش حاضر هم‌راستا هستند.

فرضیه هشتم: بین عوامل اقتصادی و میل به کارآفرینی زنان روستایی دهستان میاندربند رابطه معناداری وجود دارد. تأیید این فرضیه نشان می‌دهد که عوامل اقتصادی دارای تأثیر منفی و معناداری بر میل به کارآفرینی هستند (ضریب مسیر -0.16 CR $-2/03$). به عبارت دیگر، زنانی که شرایط اقتصادی بهتری دارند، ممکن است میل به کارآفرینی کمتری داشته باشند. بنابراین، می‌توان گفت زنانی که وضعیت اقتصادی نامناسب‌تری دارند میل به کارآفرینی بالاتری دارند و برای اینکه این زنان انگیزه خود را برای شروع کسب و کار جدید از دست ندهند، لازم است از ابعاد مختلف توانمند شوند. از این‌رو، زمینه‌سازی نهادی و ساختاری اقتصادی مساعد برای زنان روستایی می‌تواند به بهبود میل آن‌ها به کارآفرینی و افزایش اشتغال و درآمد آن‌ها منجر شود. این اقدامات می‌توانند شامل تقویت تشکلهای زنان، حمایت مالی از کسب و کارهای زنان روستایی و ایجاد بسترهای مالی و مالیاتی مساعد برای کارآفرینی باشند. همچنین، ایجاد بنگاه‌های کشف و پردازش افکار در محیط‌های روستایی می‌تواند از نظر اقتصادی و اجتماعی مؤثر باشد. همچنین، این تفکر می‌تواند با همکاری شرکت‌های مشاوره شغلی به اجرا درآید و اثربخش باشد. این بنگاه‌ها می‌توانند بهبود شرایط اقتصادی و اجتماعی روستاها را تسریع بخشند و به توسعه پایدار کمک کنند. نتایج تحقیق با پژوهش‌های دادورخانی و موسوی (Dadourkhani & Sadat, 2019)، کلاه‌دوزی (Kolahdozi, 2018)، طهماسبی (Tahmasebi, 2021)، و یعقوبی فرانی و همکاران (Yaghoubi Farani *et al.*, 2014) هم‌راستا هستند.

فرضیه نهم: بین عوامل آموزشی و میل به کارآفرینی زنان روستایی دهستان میاندربند رابطه معناداری وجود دارد. تأیید این فرضیه (ضریب مسیر 0.17 CR $2/11$) نشان می‌دهد که آموزش و ارتقاء دانش و مهارت‌های کارآفرینی می‌تواند از طریق تأمین اطلاعات، تجربیات و مهارت‌های لازم برای راهاندازی و مدیریت کسب و کار، زمینه‌سازی برای توسعه فردی و افزایش انگیزه و اعتماد به نفس افراد باشد. این مسیر می‌تواند به عنوان یک راهکار مؤثر برای کمک به زنان روستایی در شروع و پیشرفت در کسب و کارهای خود و افزایش توانمندی‌هایشان برای رقابت در بازار کار و اقتصاد جامعه خدمت کند.

است. آموزش به این شیوه‌ها می‌تواند به افراد کمک کند تا مهارت‌های لازم برای راهاندازی کسب و کارهای خود را بیاموزند، ایده‌های خلاقانه‌تری را پیش‌بینی کنند و دانش خود را در جهت رسیدن به رفاه خود و جامعه بهره‌وری کنند. در محیط‌های روستایی و کم‌توسعه، توسعه آموزش‌های غیررسمی و کارآفرینانه می‌تواند یک راهکار برای تقویت اقتصاد محلی، افزایش فرصت‌های شغلی و کاهش فقر باشد. این آموزش‌ها می‌توانند افراد را به عنوان کارآفرینان خودآموز و افراد خلاق و کارآمد در جامعه تقویت کنند که این امر برای توسعه پایدار و پویایی جوامع روستایی بسیار حائز اهمیت است.

فرضیه ششم: بین خصوصیات کارآفرینانه و میل به کارآفرینی زنان روستایی دهستان میاندربند رابطه معناداری وجود دارد. ضریب مسیر خصوصیات کارآفرینانه میل به کارآفرینی 0.33 است. آماره CR برای این ضریب نیز $5/82$ است که بالاتر از آستانه معناداری یعنی $1/96$ به دست آمده است؛ لذا این فرض تأیید شد. تأیید این فرضیه نشان می‌دهد که خصوصیات کارآفرینانه، از جمله سخت‌کوشی، توفیق‌طلبی، ریسک‌پذیری، استقلال‌طلبی و انعطاف‌پذیری در برابر مشکلات و تغییرات، بر روی میل به کارآفرینی زنان روستایی تأثیرگذار هستند. این نتایج نشان می‌دهند که زنانی که این خصوصیات را دارند، بیشتر به کارآفرینی علاقه‌مند هستند. در این بین، بر مبنای بار عاملی، خصوصیت توفیق‌طلبی با بیشترین نمود در بخش خصوصیات کارآفرینانه‌ی زنان روستایی دارای بیشترین اهمیت است. این نتیجه نشان می‌دهد که زنان روستایی، بیشترین تمایل به توسعه و پیشرفت در کارآفرینی را دارند و از این روحیه‌ی توفیق‌طلبی برای رسیدن به اهداف خود استفاده می‌کنند. بنا بر این، به نظر می‌رسد که تقویت خصوصیات کارآفرینانه در زنان روستایی می‌تواند به تقویت روحیه‌ی کارآفرینی آن‌ها کمک کند و در حل بسیاری از مشکلات و نارسایی‌های جامعه و سازمان‌های یاری رساند. در این راستا، نتایج پژوهش‌های آرامون و همکاران (Aramon *et al.*, 2011)، چیفوند و همکاران (Chipfunde *et al.*, 2021) و یعقوبی فرانی و همکاران (Yaghoubi Farani *et al.*, 2014) با تحقیق حاضر هم‌سو هستند. می‌توان گفت که با توجه به ماهیت فعالیت‌های روستایی اساساً زمینه بروز و رشد خصوصیات کارآفرینانه در افراد وجود دارد. لذا همانند بذر آماده رشد، نیازمند بستر مناسب و یا اتمسفر کارآفرینی است که این بستر حاصل کنش هماهنگ و هم‌راستای جمعی خانواده و نهادهای دولتی و خصوصی است. هم‌راستایی فرهنگ با آموزش و آموزش با فرهنگ و هر دو با واقعیات محیطی و محیط طبیعی ضروری به نظر می‌رسد.

فرضیه هفتم: بین عوامل خانوادگی و میل به کارآفرینی زنان روستایی دهستان میاندربند رابطه معناداری وجود دارد. نتایج بیانگر رد این فرضیه در منطقه مورد مطالعه هستند (با توجه به ضریب مسیر 0.06 و آماره CR $1/18$). عوامل خانودگی از جمله فرهنگ خانوادگی، تربیت و تجربیات خانوادگی می‌توانند تأثیر زیادی بر شخصیت و انگیزه فرد داشته باشند، اما در برخی جوامع، این عوامل به‌طور مستقیم و یا با توجه به شرایط خاص، ممکن است به تمایل به کارآفرینی کمک نکنند.

در این راستا، نتایج تحقیق قنبری (Ghanbari, 2014) با نتیجه پژوهش حاضر هم‌راستا هستند.

فرضیه دهم: بین عوامل نهادی سازمانی و میل به کارآفرینی زنان روستایی دهستان میاندربند رابطه معناداری وجود دارد. در رد این فرضیه (ضریب مسیر -0.04 CR -0.52) می‌توان گفت که اگرچه عوامل سازمانی و نهادی تأثیر چندانی بر تمایل به کارآفرینی زنان روستایی نداشته‌اند، این عوامل معمولاً مرتبط با شرایط اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی منطقه مورد نظر هستند و ممکن است به شکلی مستقیم بر تصمیمات زنان درباره شروع یک کسب و کار تأثیر نداشته باشند. در برخی موارد، مشکلاتی که زنان در گرفتن تسهیلات از بانک‌ها به دلیل نگرش منفی بانک‌ها و نهادهای مالی به کسب و کارهای زنان دارند، باعث می‌شوند که زنان به منابع مالی موجود مانند پس‌اندازهای شخصی و قرض از اعضای خانواده متوسل شوند تا به منابع مالی موردنیاز برای کارآفرینی دست یابند. از طرفی، تبادلات مالی مستقل بین زنان روستایی بدون دخالت سایر اعضای خانواده میسر نیست. از این رو، عوامل سازمانی و نهادی احتمالاً تأثیر چندانی بر تمایل به کارآفرینی زنان روستایی ندارند و ممکن است دلایل دیگری وجود داشته باشند که اثرات مثبت یا منفی بر تمایل به کارآفرینی زنان روستایی داشته باشند. نتایج این تحقیق با یافته‌های قاسمی و میرکزاده (Ghasemi & Mirakzadeh, 2023) و همچنین عبدالعظیمی هریس و همکاران (Abdolazimi Heris et al., 2024) مشابه هستند.

فرضیه یازدهم: بین دانش و هنجارذهنی رابطه معناداری وجود دارد. با توجه به تأیید این فرضیه (ضریب مسیر 0.47 CR 0.32)، دانش کارآفرینانه می‌تواند بر هنجارهای ذهنی، نگرش نسبت به کارآفرینی و خودکارآمدی در حوزه کارآفرینی توسط افراد تأثیرگذار باشد. این نتایج نشان می‌دهند که افزایش دانش و آگاهی در زمینه کارآفرینی می‌تواند به ایجاد نگرش مثبت‌تر نسبت به کارآفرینی منجر شود. همچنین، دانش بیشتر می‌تواند به افراد کمک کند تا بیشترین کنترل را بر روی رفتارهای خود در راستای رسیدن به اهداف کارآفرینی خود داشته باشند. بنابراین، این یافته‌ها نشان می‌دهند که توسعه دانش کارآفرینانه و آموزش‌های مرتبط با آن می‌تواند به عنوان یک راهکار مؤثر برای افزایش انگیزه، ایجاد نگرش مثبت و تقویت کنترل رفتاری درک شده در حوزه کارآفرینی عمل کند. این مسیر می‌تواند به ترویج فعالیت‌های کارآفرینی، پشتیبانی از کارآفرینان جدید و ایجاد شرایط مناسبی برای رشد و توسعه کسب و کارها در جوامع کمک کند. در همین راستا، نتایج پژوهش حاضر نشان می‌دهند که متغیر دانش به‌اندازه‌ی ۴۷ درصد بر روی هنجار ذهنی تأثیر مثبت و معنادار می‌گذارد. این تحقیق با نتایج تحقیق شیری و همکاران هم‌راستا است. همچنین نتایج تحقیق اوبی و همکاران (Obi et al., 2017) هم‌سو با یافته‌های تحقیق حاضر هستند.

فرضیه دوازدهم: بین خصوصیات کارآفرینانه و خودکارآمدی رابطه معناداری وجود دارد. با توجه به نتایج ارائه شده، بین خصوصیات کارآفرینانه و خودکارآمدی رابطه معناداری وجود دارد (ضریب مسیر 0.44 CR 0.27). این نتایج

نشان می‌دهند که افرادی که دارای خصوصیات کارآفرینانه قوی‌تری هستند، ممکن است احساس بیشتری از کنترل و اعتماد به خود را در انجام فعالیت‌های کارآفرینی تجربه کنند. ویژگی‌های کارآفرینانه ممکن است شامل جسارت، تحمل ریسک، خلاقیت، انگیزه بالا و استقلال باشند. این ویژگی‌ها می‌توانند به فرد اعتماد بیشتری به توانایی‌های خود در راه‌اندازی و مدیریت کسب و کار خود بدهند و او را در مواجهه با چالش‌ها و مسائلی که در طول این مسیر پیش می‌آیند، قوی‌تر و مطمئن‌تر کنند. با توجه به این نتایج، توسعه و تقویت خصوصیات کارآفرینانه می‌تواند به عنوان یک راهکار مهم در افزایش اعتماد به نفس و خودکارآمدی افراد در حوزه کارآفرینی موردتوجه قرار گیرد. این موضوع می‌تواند برای تشویق افراد به راه‌اندازی کسب و کارهای جدید و بهبود شرایط کارآفرینی در جوامع محلی مورد استفاده قرار گیرد. نتایج تحقیق در این زمینه با نتایج کار یعقوبی‌فرانی و همکاران (Yaghoubi Farani et al., 2014) هم‌راستا هستند.

فرضیه سیزدهم: بین خصوصیات کارآفرینانه و نگرش رابطه معناداری وجود دارد. با توجه به نتایج پژوهش (ضریب مسیر 0.45 CR 0.42)، این فرض تأیید شد. با توجه به آماره‌های ارائه شده، خصوصیات کارآفرینانه زنان روستایی تأثیر معناداری بر نگرش آن‌ها به کارآفرینی دارند. این نتیجه نشان می‌دهد که ویژگی‌هایی مانند جذابیت و لذت‌بخش بودن کارآفرینی، استقلال مالی، ریسک‌پذیری و خلاقیت می‌تواند به عنوان عوامل مهمی در شکل‌گیری نگرش مثبت به کارآفرینی و تشویق زنان روستایی به شروع کسب و کارهای جدید عمل کنند. همچنین، این نتایج نشان می‌دهند که نگرش مثبت به کارآفرینی می‌تواند توسط خصوصیات کارآفرینانه افزایش یابد و حتی می‌تواند تأثیر مستقیمی بر آینده‌ی زنان روستایی داشته باشد. این یافته‌ها نشان می‌دهند که در طراحی برنامه‌ها و سیاست‌های حمایتی برای کارآفرینی در جوامع روستایی، توجه به تقویت و ترویج خصوصیات کارآفرینانه و ایجاد شرایطی که افراد بتوانند این ویژگی‌ها را توسعه دهند، بسیار حیاتی است. در همین راستا، نتایج تحقیق نوری‌زاده (Nourizadeh, 2019) با تحقیق حاضر هم‌راستا هستند.

فرضیه چهاردهم: بین دانش و نگرش رابطه معناداری وجود دارد. با توجه به نتایج پژوهش (ضریب مسیر 0.29 CR 0.46)، این فرض تأیید شد. تأیید این فرضیه به این معنا است که دانش زنان روستایی بر نگرش آنان تأثیر می‌گذارد؛ با توجه به آماره‌های ارائه شده، دانش زنان روستایی تأثیر معناداری بر نگرش آن‌ها به کارآفرینی دارد. این نتیجه نشان می‌دهد که افزایش دانش و آگاهی زنان درباره‌ی مزایا و چالش‌های کارآفرینی می‌تواند به تغییر نگرش آنان و ایجاد اعتماد بیشتر به خود و قصد بیشتر برای شروع کسب و کارهای جدید منجر شود. نتایج این پژوهش نشان می‌دهند که دانش و آگاهی می‌تواند به عنوان یک عامل مهم در تغییر نگرش و افزایش امکانات کارآفرینی افراد، به‌ویژه زنان روستایی، مؤثر باشند. در همین راستا، نتایج پژوهش حاضر نشان می‌دهند که متغیر دانش به اندازه‌ی ۲۹ درصد بر روی نگرش تأثیر معنادار می‌گذارد. نتایج تحقیق با نتایج تحقیقات قاسمی و میرکزاده (Ghasemi

از واریانس متغیر میل به کارآفرینی را در بین زنان روستایی مورد مطالعه تبیین کردند. از پژوهش حاضر می‌توان نتیجه گرفت که برای افزایش نگرش و تمایل به کارآفرینی در زنان روستایی، نیاز به ایجاد شرایط محیطی مساعد و ارتقاء سطح سواد در خصوص کارآفرینی و درک از شرایط فرهنگی و اجتماعی موجود است. این اقدامات می‌توانند به افزایش فرصت‌های کارآفرینی و اقتصادی برای زنان در مناطق روستایی کمک کنند. به طور کلی، اگر زنان روستایی با محیطی پویا و پذیرا نسبت به کارآفرینی مواجه شوند و اگر سطح سواد کارآفرینی در آن منطقه افزایش یابد، احتمالاً تمایلات آن‌ها به مقوله کارآفرینی بیشتر خواهد شد. به طور کلی، می‌توان گفت که توسعه کارآفرینی زنان و دختران روستایی می‌تواند نقش بسیار مهمی در تقویت بنیه اقتصادی روستاها و کاهش نرخ بیکاری در این مناطق داشته باشد. این اقدامات می‌توانند بهبود وضعیت اجتماعی و اقتصادی آنان را فراهم کنند و به طور کلی به توسعه پایدار جوامع روستایی کمک کنند. ایجاد اشتغال در این مناطق، که اغلب با مشکلات اقتصادی روبه‌رو هستند، به یک موضوع حیاتی تبدیل شده است. لذا جهت دستیابی به این امر، رعایت مواردی همچون (۱) جهت‌دهی به بخشی از برنامه‌ها و اقدامات توسعه روستایی (حداقل متناسب با جمعیت زنان فعال و تحصیل کرده روستایی)، (۲) تغییر نگرش زنان روستایی از "جستجوگران شغل" به "خلاقان شغل"، (۳) آموزش‌هایی که زنان روستایی را با مهارت‌های سخت افزاری و نرم‌افزاری آشنا سازد، (۴) ایجاد انگیزه‌های اقتصادی مثل خوداتکایی و یا حسن خودشکوفایی در زنان روستایی از طریق آموزش و (۵) افزایش خصوصیات کارآفرینانه مثل ریسک‌پذیری و نوآوری در زنان روستایی ضروری است.

(Mirakzadeh, 2023) و عبدالعظیمی هریس و همکاران (Abdolazimi Heris *et al.*, 2024) هم‌سو هستند.

فرضیه پانزدهم: بین دانش و خودکارآمدی رابطه معناداری وجود دارد. ضریب مسیر دانش-خودکارآمدی $0/41$ است. آماره CR برای این ضریب نیز $8/62$ است که بالاتر از آستانه معناداری یعنی $1/96$ به دست آمده است؛ لذا فرض تأیید شد. با توجه به آماره‌های ارائه شده، افزایش دانش و مهارت‌های کارآفرینی می‌تواند به افزایش خودکارآمدی افراد منجر شود که نشان می‌دهد رابطه مثبتی بین دانش و مهارت‌های کارآفرینی و خودکارآمدی وجود دارد. با افزایش دانش و مهارت‌های کارآفرینی، افراد قادر به ارزیابی موقعیت‌ها، برنامه‌ریزی و مدیریت ریسک‌ها می‌شوند که این امور می‌تواند باعث ایجاد اعتماد به نفس و افزایش احساس خودکارآمدی برای شروع و مدیریت کسب و کارهای جدید شود. این نتایج توسط تحقیقات قبلی از جمله اسکندر و همکاران (Iskandar *et al.*, 2023) تأیید شده‌اند.

نتیجه‌گیری کلی

مطالعه حاضر با هدف کلی بررسی اثر عوامل مختلف بر میل به کارآفرینی در زنان روستایی دهستان میاندر بند انجام شد. برای این منظور از روش تحقیق کمی و تجزیه و تحلیل فرضیه‌ها از طریق نرم‌افزار SPSS و Amos استفاده شد. نتایج حاصل از پژوهش نشان می‌دهند که به طور کلی دانش و خصوصیات کارآفرینانه 37 درصد از واریانس متغیر نگرش و 48 درصد از واریانس متغیر کنترل رفتار درک شده را تبیین می‌کنند. همچنین، دانش توانسته است 21 درصد از واریانس متغیر هنجار ذهنی را تبیین کند. در نهایت، متغیرهای خصوصیات کارآفرینانه، نگرش، عوامل اقتصادی، عوامل آموزشی 56 درصد

References

- Abdi, F. (2019). Analysis of the role of supportive environmental factors on entrepreneurial intention with the mediating role of personal attitude and perceptual behavioral control from the perspective of master's students of Payam Noor University, Karaj Center. (Master's thesis), Payam Noor University, Karaj, Iran.
- Abdolazimi Heris, M., Rahimi Kolour, H., & Hosseinzadeh Jenagurd, F. (2024). The Effect of Entrepreneurial Leadership Dimensions on the Entrepreneurial Intention of Rural Women, Emphasis on Entrepreneurship Education in Ardabil Province. *Journal of Entrepreneurial Strategies in Agriculture*, 11(1), 150-163. doi:10.61186/jea.11.1.150 [In Persian]
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. doi:https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T
- Alshebami, A. S. (2022). Psychological Features and Entrepreneurial Intention among Saudi Small Entrepreneurs during Adverse Times. *Sustainability*, 14(13). doi:10.3390/su14137604
- Aramon, H., Mirghafouri, H., & ZareAhmadabadi, H. (2011). The Effect of Internal and External Factors on the Emergence of Women's Entrepreneurial Behaviors. *Quarterly Journal of Women and Culture*, (8), 9-22. [In Persian]
- Barani, S., Zarafshani, K., Delangizan, S., & Hosseini Lorgani, S. M. (2010). The Effect of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Behavior of Students at Payam Noor University of Kermanshah: A Structural Equation Modeling Approach. *Quarterly Journal of Research and Planning in Higher Education*, 57, 85-105. [In Persian]
- Bullough, A., Guelich, U., Manolova, T. S., & Schjoedt, L. (2022). Women's entrepreneurship and culture: gender role expectations and identities, societal culture, and the entrepreneurial environment. *Small Business Economics*, 58(2), 985-996. doi:10.1007/s11187-020-00429-6
- Cantor, P. A. (2002). Being Claude Dukenfield: W. C. Fields and the American Dream. *Perspectives on Political Science*, 31(2), 71-76. doi:10.1080/10457090209604074

- Chipfunde, D., Yahaya, S. N., & Othman, N. A. (2021). The determinants influencing the performance of women entrepreneurs in Malaysia: A conceptual framework. *Studies of Applied Economics*, 39(4). doi:<http://dx.doi.org/10.25115/eea.v39i4.4577>
- Dadourkhani, F., & Sadat Mousavi, S. (2019). Analysis of Factors Affecting the Decision-Making Process in Accepting Entrepreneurship Among Rural Women (Case Study: Sulqan Rural District). *Quarterly Journal of Human Settlement Planning Studies*, 15(1), 151-170. [In Persian]
- Fallah, M., & Parhizkar Borzeli, F. (2019). Identifying the Antecedents of Successful Entry of Rural Women into the Field of Entrepreneurship: A Case Study of North Khorasan Province. *Journal of Rural and Development*, 23(4), 18-118. doi: 10.30490/RVT.2020.318629.1128
- Ghambarali, R., & Farahnaz, R. (2015). Identifying the Problems of Women Entrepreneurs in Kermanshah Province. *Journal of Entrepreneurship Studies and Agricultural Development*, 2(1), 95-111. doi: 20.1001.1.24767735.1394.2.1.1.3
- Ghanbari, E. (2014). Investigating the factors affecting rural women's entrepreneurship. *Supervisor: Mofid Shatri. Master's thesis, Birjand: University of Literature and Humanities*. [In Persian]
- Ghasemi, Z., & Mirakzadeh, A. A. (2023). Identifying the Components and Strategies of Entrepreneurship Development Among the Disabled (Case Study of Rural Areas of Kozaran District in Kermanshah Township). *Journal of Entrepreneurial Strategies in Agriculture*, 10(2), 1-14. doi:10.61186/jea.10.20.1 [In Persian]
- Giwa, A. H., & Babakatun, A. M. (2019). Effect of socio-cultural factors on women entrepreneurship development in Kaduna State. *Journal of Human Resource Management*, 7(3), 57-65. doi:10.11648/j.jhrm.20190703.11
- Iakovleva, T., Kolvereid, L., & Stephan, U. (2011). Entrepreneurial intentions in developing and developed countries. *Education + Training*, 53(5), 353-370. doi:10.1108/00400911111147686
- Iskandar, I., Yuliati, Y., Suryani, Y., & Mulyati, S. (2023). The effect of entrepreneurial knowledge on entrepreneurial intention with the mediation of entrepreneurial attitudes, subjective norms, and self efficiency. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial*, 17(2), 313-321%V 317. doi:10.19184/jpe.v17i2.43287
- Jayadatta, S. (2017). Major challenges and problems of rural entrepreneurship in India. *IOSR Journal of Business and Management*, 19(9), 35-44. doi:10.9790/487X-1909023544
- Nourizadeh, M. (2019). Identifying and Measuring Factors Affecting Entrepreneurial Intention in Engineering Students at Al-Zahra University. *Journal of Interdisciplinary Women's Research*, 1(1), 55-74. [In Persian]
- Kolahdozi, B. (2018). Investigating the factors affecting rural women's entrepreneurship (case study of villages in the suburbs of Takestan County). (Master's thesis), *Payam Noor University, Tehran*.
- Liñán, F., & Chen, Y. W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593-617. doi: 10.1111/j.1540-6520.2009.00318.x
- Mirhosseini, Z., & Abaspoor, Z. (2023). Identifying barriers and factors deterrent women's participation in the economy and development. *Journal of Economic & Developmental Sociology*, 12(1), 177-203. doi:10.22034/jeds.2023.55694.1714
- Movahedi, R., & Soleimaniborujeni, J. (2017). Investigating Effective Educational Methods in Developing Rural Women's Entrepreneurship. *Entrepreneurship Strategies in Agriculture*, 3(6), 24-33. [In Persian]
- Mulatu, M., & Prasad, R. D. (2019). A study on factors affecting success of women entrepreneurs in Tigray region, Ethiopia A case study of Adigrat town entrepreneurs. *South Asian Journal of Marketing and Management Research*, 9(1), 21-29. doi: 10.5958/2249-877X.2019.00002.X
- Oades, L. G., Baker, L. M., Francis, J. J., & Taylor, J. A. (2021). Wellbeing Literacy and Positive Education. In M. L. Kern & M. L. Wehmeyer (Eds.), *The Palgrave Handbook of Positive Education*, Cham: Springer International Publishing, 325-343.
- Obi, A. V., Okechukwu, E. U., & Egbo, D. E. (2017). Overcoming socio-cultural barriers on economic empowerment of rural women through entrepreneurship in agriculture in South East State, Nigeria. *International Journal of Academic Research in Economics and Management Sciences*, 6(4), 199-224. doi: <http://dx.doi.org/10.6007/IJAREMS/v6-i4/5450>
- Rezaei, R., Sharafi, L., Najaflo, P., & Shirin, G. (2017). Factors affecting the entrepreneurial intention of agricultural master's students at Zanjan University with emphasis on the mediating effect of attitude towards entrepreneurial behavior. *Quarterly Journal of Agricultural Education Management Research*, 40, 96-111. doi: <https://doi.org/10.22092/jae.2017.107934.1297>
- Saljooghi, K. (2009). Entrepreneurship Culture, Cultural Entrepreneurship, Importance, Necessity and Position. *Social Sciences Month Book*, 23.
- Sekatane, M. B. (2018). South African women entrepreneurs: Challenges and coping strategies. *Challenges to African Entrepreneurship in the 21st Century*, 97-115. doi: 10.1007/978-3-319-61000-94
- Shahrokhi Sardu, S., Pedram, P., Zarifian, S., & Fekrat, F. (2014). The Role of the Three Knowledge Components on the Entrepreneurial Intention of Agricultural Students at Jiroft University. *Quarterly Journal of Agricultural Education Management Research*, 6(31), 94-106. doi: <https://doi.org/10.22092/jae.2015.101386>

- Siminpour, H., & Bashir Sedighi, M. (2022). Investigating the Role of Education in the Field of Entrepreneurship. *Journal of Entrepreneurship and Innovation Research*, 2(1), 29-44. doi: 10.22034/EIR.2023.173041
- Statistical Center of Iran. (2021). Abstract of the results of the labor force census, spring 1400. Population, Labor Force and Census Office. Retrieved from <https://www.amar.org.ir/Portals/0/News/1400/nirooyekar001.pdf>
- Tahmasebi, K. (2021). Analysis of factors affecting rural women's entrepreneurship in Nahavand County. (Master's thesis), Razi University, Kermanshah.
- Williams, C. C. (2007). Socio-spatial variations in the nature of entrepreneurship. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 1(1), 27-37. doi: 10.1108/17506200710736249
- Yaghoubi Farani, A., Soleimani, A., & Movahedi, R. (2014). Analysis of Factors Affecting Rural Women's Entrepreneurship. *Social Psychological Studies of Women*, 12(4), 7-42. doi:10.22051/jwsp.2015.1493