دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری
راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی

تحلیل عوامل مؤثر بر نیت کارآفرینی اجتماعی در صندوق‌های اعتبارات خرد زنان روستایی و عشایری

ناصر ولی‌زاده[۱] و حمید کریمی[۲]

۱- دانشجوی دکتری، بخش ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران، (نویسنده مسوول: n.valizadeh@shirazu.ac.ir)
۲- استادیار، گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه زابل، زابل، ایران

تاریخ دریافت: ۹۷/۵/۲۱ تاریخ پذیرش: ۹۷/۷/۲

چکیده

علی‌رغم نقش مهمی که زنان روستایی و عشایری در کشورهای در حال توسعه دارند، ولی جایگاه آنان عموماً مورد غفلت قرار گرفته است و آنان از برنامه‌های توسعه روستایی محروم مانده‌اند. زنان همواره قشر آسیب‌پذیر جامعه بوده‌اند که به‌طور نامرئی در تله‌ای از محرومیت گرفتار هستند. کارآفرینی اجتماعی به‌عنوان یکی از محورهای توسعه، می‌تواند عاملی برای حل مشکلات اجتماعی و چالش‌های پیش روی زنان قلمداد شود. یکی از ساختارهای بالقوه‌ای که می‌تواند بستری برای کارآفرینی اجتماعی و در نتیجه حل مسائل اجتماعی باشد، صندوق‌های اعتبارات خرد زنان روستایی و عشایری است. اما از آنجایی که توسعه و گسترش کارآفرینی اجتماعی در هر ساختاری، به‌ویژه در صندوق‌های اعتبارت خرد زنان روستایی و عشایری وابسته به عوامل تعیین‌کننده و مرتبط با آن است، بنابراین شناسایی عواملی که ممکن است بر کارآفرینی اجتماعی در این صندوق‌ها اثر بگذرند، از اهمیت شایانی برخودار است. در این راستا، هدف کلی پژوهش حاضر تحلیل عوامل مؤثر بر نیت کارآفرینی اجتماعی در صندوق‌های اعتبارات خرد زنان روستایی و عشایری است. این پژوهش از نوع پژوهش‌های توصیفی- همبستگی است که با استفاده از فن پیمایش انجام شده است. جامعه‌ی آماری مورد مطالعه، ۱۱٤٦ نفر از اعضای صندوق‌های اعتبارات خرد زنان روستایی و عشایری استان کرمان بود که تعداد ۳۰۰ نفر از آن‌ها با بهره‌گیری از جدول کریجسی و مورگان و روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای با انتساب متناسب انتخاب شدند. ابزار پژوهش، پرسشنامه‌ای بود که روایی آن توسط کارگروهی از متخصصان ترویج و آموزش کشاورزی و توسعه روستایی مورد تأیید قرار گرفت و پایایی آن هم با استفاده از یک مطالعه‌ی راهنما و ضرایب آلفای کرونباخ، بررسی شد (۰/۸٦ ≤α≤ ۰/۷۱). یافته‌های حاصل از این پژوهش نشان داد که متغیرهای همدلی، خودکارایی، حمایت اجتماعی درک شده، تعهد اخلاقی و تجربه‌ی قبلی اثرات مثبت و معنی‌داری بر نیت کارآفرینی اجتماعی دارند. همچنین، این متغیرها توانستند ٤۳/۲ درصد از تغییرات واریانس متغیر وابسته را توضیح دهند. در پایان بر اساس نتایج پژوهش پیشنهادهایی ارائه شده است.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی اجتماعی، توسعه‌ی اجتماعی، جوامع روستایی، جوامع عشایری، استان کرمان

مقدمه

مفهوم کارآفرینی تاریخچه‌ای طولانی در مباحث اقتصاد و کسب وکار دارد. موضوع اصلی مطرح شده در این زمینه، خلق ارزش از راه نوآوری است (۲). اما اخیراً برخی از پژوهش‌گران و متفکران بر روی موضوع کارآفرینی اجتماعی متمرکز شده‌اند. کارآفرینی اجتماعی شامل فعالیت‌ها و فرآیندهای لازم برای کشف، خلق و بهره‌برداری از فرصت‌ها، به‌منظور بالا بردن ثروت اجتماعی است (۳۲). در این تعریف ثروت اجتماعی مفهومی است که همه‌ی جنبه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی، اخلاقی، بهداشتی و روانی بشر را در بر می‌گیرد و برای رفاه و تعالی بشر حیاتی است. افزون بر این، کارآفرینی اجتماعی به‌عنوان محور توسعه، عاملی برای حل مشکلات اجتماعی و چالش‌های پیش رو جامعه نیز قلمداد می‌گردد (۳۳،۳۲). کارآفرینان اجتماعی با بهره‌گیری از ایده‌های نو باعث تغییر در شکل ارائه‌ی خدمات و پویایی در فعالیت‌های اجتماعی می‌شوند و مشکلات جامعه را با شیوه‌های خلاقانه حل نموده و در نتیجه باعث کاهش آسیب‌های اجتماعی می‌گردند. ابتکارات به کار گرفته شده توسط کارآفرینان اجتماعی، بستر مناسبی را برای ایجاد و توسعه عدالت اجتماعی فراهم می‌سازد. از این رو می‌توان گفت که این کارآفرینان اجتماعی هستند که تحولات اجتماعی را رقم می‌زنند (۱۰). کارآفرینی اجتماعی سازه‌ای چند بعدی و پویاست که در نقطه‌ی تقاطع میان بخش‌های عمومی، خصوصی و اجتماعی قابل فهم است. دراکر (۱۹۸۵) کارآفرینی اجتماعی را سرمایه‌گذاری بر فرصت‌ها و نوآوری در بخش غیرانتفاعی یا اجتماعی و در مسیر توسعه‌ی جامعه می‌داند. بنیاد شوآب (Schwab Foundation) عنوان می‌کند که کارآفرینی اجتماعی کاربرد رویکردهای نوآورانه و عملی به‌منظور منفعت‌رسانی به کل جامعه با تمرکز بر فقرا و افراد طرد شده و محروم است. در واقع، کارآفرینان اجتماعی سعی می‌کنند ارزش‌ها و باورهای عام (جهان‌شمول) را با قابلیت‌های طبیعی و مادرزادی افراد (پتانسیل‌های مردمی) ترکیب کنند و از آن‌ها در پیشبرد توسعه‌ی اقتصادی و اجتماعی بهره ببرند. کارآفرینان اجتماعی که در بخش‌های عمومی، خصوصی و اجتماعی کار می‌کنند از اشکال متفاوت سازمانی (انتفاعی، غیرانتفاعی یا ترکیبی) به‌منظور تولید ارزش‌های اجتماعی و ایجاد تغییر استفاده می‌کنند. بنابراین، قالب‌های ساختاری متنوعی همچون خیریه‌ها، تعاونی‌ها، شرکت‌های سهامی، بنگاه‌های تجاری، اتحادیه‌ها و همچنین بسیاری از شرکت‌های خصوصی می‌توانند برای تولید و خلق

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-09]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1397.5.9.2.6]
[DOI: 10.29252/jea.5.9.10]

ارزش اجتماعی مد نظر کارآفرینی اجتماعی به کار گرفته شوند. (۱۱). یکی دیگر از ساختارهای بالقوه‌ای که می‌تواند بستری برای کارآفرینی اجتماعی و در نتیجه حل مسائل اجتماعی باشد، صندوق‌های اعتبارات خرد زنان در مناطق روستایی و عشایری است. در هزاره‌ی سوم، صندوق‌های اعتبارات خرد، راهبردی مهم در توسعه به شمار می‌رود که هدف اصلی آن رفع فقر و توانمندسازی اجتماعی و اقتصادی زنان روستایی و ارتقای مشارکت افراد بی‌بضاعت در فعالیت‌های اقتصادی، اجتماعی و سیاسی است (۲۰) که افزایش منزلت و اعتماد به نفس آن‌ها را در پی دارد. اعتبارات خرد زنان روستایی و عشایری دارای ساختار حلزونی‌شکل و قدرتمندی است که منجر به برآورده شدن اهداف برابری جنسیتی، توانمندسازی اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و افزایش رفاه زنان روستایی و عشایری می‌شود (۱۳). بنابراین می‌توان استنباط کرد، اهداف صندوق‌های اعتبارات خرد زنان روستایی و عشایر با اهداف کارآفرینی اجتماعی که کمک به حل مسائل اجتماعی قشرهای محروم (مانند زنان روستایی و عشایری) است، مطابقت دارد. بنابراین، می‌توان از فرصت همکاری پیش‌آمده در سایه‌ی تشکیل صندوق‌های اعتبارت خرد زنان روستایی و عشایری، علاوه بر اهداف اقتصادی، در راستای اهداف کارآفرینی اجتماعی نیز بهره گرفت. در راستای تبیین اهمیت این موضوع می‌توان عنوان کرد که علیرغم نقش مهمی که زنان روستایی و عشایری در کشورهای در حال توسعه دارند، ولی جایگاه آنان عموماً مورد غفلت قرار گرفته است (۳۰) و آنان از برنامه‌های توسعه روستایی محروم مانده‌اند (۲۹) و همواره قشر آسیب‌پذیر جامعه بوده‌اند که به‌طور نامرئی در تله‌ای از محرومیت و بی‌قدرتی گرفتار هستند (۳۱). همچنین زنان روستایی تحت شرایط نامناسب زیادی از قبیل محرومیت‌های اقتصادی، خستگی زیاد ناشی از انجام وظایف متعدد، پایین بودن سطح تقاضای کار، نداشتن مزایای بیمه‌های درمانی، بازنشستگی و انزوای عاطفی و اجتماعی و نقش‌های جنسیتی سنتی قرار دارند و در نتیجه در معرض مشکلات اجتماعی زیادی قرار می‌گیرند (۱۷). به عنوان مثال پدیده‌ی پیرشدن جمعیت زنان روستایی و عشایری ایران از یک‌سو و افزایش تجرد و میزان بیکاری رو به افزایش آنان از سویی دیگر، همگی می‌توانند مسئله‌ی زنان روستایی و اهمیت کارآفرینی برای آن‌ها را نشان دهند تا راهکاری برای مقابله با پدیده‌ای باشد که امروزه با عنوان زنانه‌شدن فقر از آن یاد می‌شود و می‌تواند به مثابه‌ی مسئله‌ی اجتماعی، هدف و حوزه‌ی اثر کارآفرینی اجتماعی قلمداد شود. همان‌طور که بیان شد، کارآفرینی اجتماعی می‌تواند، در قالب‌ها و ساختارهای متنوعی به حل مسئله‌ی اجتماعی بپردازد. در ماده‌ی ۹۵ قانون اساسی، دولت مکلف به فقرزدایی و توانمندسازی مناطق روستایی و عشایر شده است. همچنین، در ماده‌ی ۱۱۱ قانون اساسی نیز دولت مکلف به افزایش و توسعه‌ی نقش زنان شده است و تعاونی‌های زنان روستایی یکی از قالب‌های سازمانی است که دولت می‌تواند از طریق آن‌ها بر این مهم نائل آید (۱۱). اما از آنجایی که توسعه و گسترش کارآفرینی اجتماعی در هر ساختاری، به‌ویژه در صندوق‌های اعتبارت خرد زنان روستایی و عشایری وابسته عوامل تعیین‌کننده و مرتبط با آن است، لذا شناسایی عواملی که ممکن است بر کارآفرینی اجتماعی در این صندوق‌ها اثر بگذارند، از اهمیت شایانی برخودارد است. در این راستا هدف کلی پژوهش حاضر تحلیل عوامل مؤثر بر نیت کارآفرینی اجتماعی در صندوق‌های اعتبارات خرد زنان روستایی و عشایری تعیین گردید. بررسی ادبیات کارآفرینی اجتماعی نشان می‌دهد که پژوهش‌های زیادی در این زمینه انجام نشده است. میر و نوبوآ (۲۴) در الگویی که برای کارآفرینی اجتماعی ارائه می‌دهند، عنوان می‌کنند که وجود همدلی (Empathy) میان افراد از مهم‌ترین تعیین‌کننده‌های نیت کارآفرینی اجتماعی است. همدلی در واقع نوعی از نگرش افراد نسبت به عمل کارآفرینی اجتماعی است؛ بنابراین، به عنصر اولیه نظریه‌ی رفتار برنامه‌ریزی شده‌ی ((Theory of planned behavior (TPB) آیزن تأکید دارد. در نگاه اول، چنین برداشتی ناقص و ابتدایی به نظر می‌رسد؛ زیرا، نگرش نسبت به رفتار اشاره به «آگاهی فرد از عواقب رفتار و میزان مطلوبیت ارزیابی‌شده برای انجام رفتار» دارد (۲۸). از طرف دیگر، همدلی نشان‌دهنده‌ی نگرش نسبت به یک شخص است تا نگرش نسبت به یک رفتار. همدلی عموماً به‌عنوان توانایی فرد برای درک احساسات دیگران یا تمایل به پاسخ احساسی یا دلسوزانه نسبت به وضعیت سایرین قلمداد می‌شود (۲۷،۲۵،۱۴). نتایج پژوهش‌های تجربی نشان می‌دهد پاسخ‌گویانی که سناریوهای داستانی مملو از صفاتی مانند دل‌رحمی، قابلیت درک و غیره را مطالعه کرده‌اند، بیشتر از مخاطبانی که این توصیف‌ها را با زبان رسمی‌تر خوانده‌اند، نیت داوطلبانه برای کارآفرینی اجتماعی از خود نشان داده‌اند (۴). بنابراین، جای تعجب نیست که پژوهش‌گران (۳۴،۲۳،۹) معمولاً همدلی را به‌عنوان یک پیش‌بینی‌کننده‌ی شهودی برای نیت کارآفرینی اجتماعی در نظر می‌گیرند. در زمینه‌ی کارآفرینی اجتماعی، معمولاً دو نوع از همدلی بنام‌های همدلی شناختی (cognitive empathy) و همدلی احساسی (affective empathy) وجود دارد. همدلی شناختی به توانایی ارزیابی وضعیت احساسی یک فرد دیگر اشاره دارد. این در حالی است که همدلی احساسی اشاره به تمایل به واکنش نسبت به وضعیت احساسی/عاطفی دیگران دارد (۳۶). پیش‌بینی‌کننده‌ی دوم نیت در نظریه‌ی رفتار برنامه‌ریزی شده، اثر متغیر هنجارهای ذهنی درک‌شده (Perceived subjective norms) است (۱). این هنجارها در واقع باورهای هنجاری درک‌شده در زمینه‌ی افراد پیرامون فرد هستند (۸). به نظر می‌رسد که این هنجارها می‌توانند فشارهایی اجتماعی را برای تقویت یا کاهش نیت اعمال کنند (۲۸). بر این اساس، هنجارهای ذهنی نشان‌دهنده‌ی اعتقادات فرد در زمینه‌ی رفتارهای پیش‌بینی‌شده یا پذیرفته شده است (۱۲). هاکرتس (۱۸) باورهای اخلاقی درک‌شده را به‌عنوان یکی دیگر از مهم‌ترین تعیین‌کننده‌ی نیت معرفی کرده است. بنابراین، عجیب نیست که معیارهای اخلاقی به عنوان یکی از مبانی اصلی در ادبیات کارآفرینی اجتماعی قلمداد می‌شود (۳۵،۵،۱۶). هینز و همکاران (۱۵) اعتقادات مربوط به تعهد اخلاقی را به‌عنوان متغیری که میان عمل

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-09]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1397.5.9.2.6]
[DOI: 10.29252/jea.5.9.10]

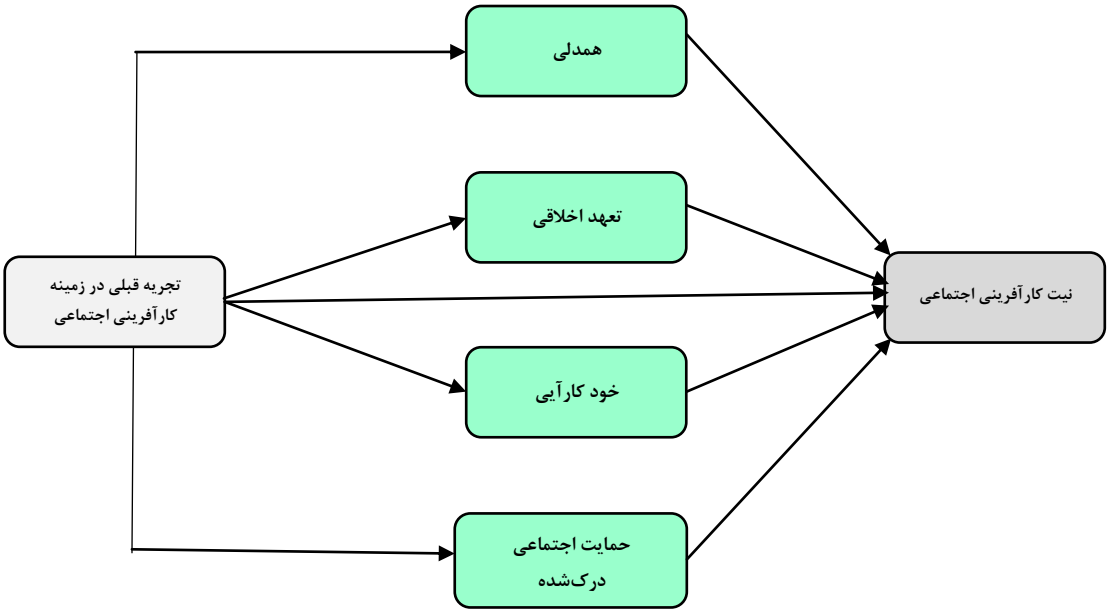
قضاوت اخلاقی و شکل‌گیری نیت اخلاقی قرار می‌گیرد، معرفی می‌کنند. بر این اساس، در این مطالعه هنجارهای اجتماعی اشاره به تعهد اخلاقی نسبت به افراد محروم دارد. میر و نوبوآ (۲۴) عنوان می‌کنند که خودکارایی (self-efficacy) یکی دیگر از متغیرهایی است که می‌تواند بر نیت کارآفرینی اجتماعی اثرگذار باشد. این متغیر اشاره به کنترل رفتاری درک‌شده (perceived behavioral control (PBC)) دارد و لذا مشابه نظریه‌ی آیزن پیش‌بینی‌کننده‌ی نیت است. خودکارآمدی به ارزیابی فرد از توانایی خود برای موفقیت در انجام رفتارهای خاص اشاره دارد (۳). ادبیات کارآفرینی نیز نشان‌دهنده‌ی اثر این متغیر بر نیت کارآفرینی افراد است (۳۷). در این مطالعه خودکارایی در کارآفرینی اجتماعی به این موضوع اشاره دارد که تا چه حد زنان اعتقاد دارند که می‌توانند به حل مشکلات اجتماعی کمک کنند. یکی از نکات مهمی که میر و نوبوآ (۲۴) به آن اشاره می‌کنند این است که ادراک فرد از کنترل خارجی یکی از پیش‌آیندهای مهم نیت محسوب می‌شود. این مورد به اعتقاداتی اشاره می‌کند که افراد درباره‌ی میزان پذیرا بودن محیط به تمایل رفتاری آنان دارد. پذیرا بودن محیط به تمایلات رفتاری فرد را می‌توان در قالب انتظار حمایتی فرد از اطرافیانش (نسبت به رفتارهایی که انجام می‌دهد) مفهوم‌سازی کرد. به عبارتی دیگر، آیا یک کارآفرین اجتماعی می‌تواند از اطرافیانش و محیطش انتظار حمایت و پشتیبانی داشته باشد؟ این مطالعه بر مبنای الگوی میر و نوبوآ (۲۴) است که در آن تجربه فرد در رابطه با مسائل اجتماعی یکی از پیش‌بینی‌کننده‌های نیت کارآفرینی اجتماعی محسوب می‌شود. در مطالعات گذشته نیز می‌توان مصداق‌های از تأثیر خانواده (۷،۶) و محیط کار (۲۱) را بر نیت کارآفرینی اجتماعی افراد مشاهده کرد. در این پژوهش تجربه اولیه فرد در زمینه‌ی کارآفرینی اجتماعی به عنوان تجربه‌ی قبلی پژوهشگر در زمینه کار با سازمان‌های بخش اجتماعی در نظر گرفته شد. فرض بر این است که چنین تجربه‌هایی میزان آشنایی فرد را با نوع مشکلاتی که کارآفرینی اجتماعی به دنبال حل آن‌ها است، افزایش می‌دهد. در این راستا، در چارچوب ارائه شده برای پژوهش این متغیر با متغیر نیت کارآفرینی اجتماعی ارتباط داده شد. افزون بر این، از آنجایی که مطالعات هاکرتس (۱۹) نشان می‌دهد تجربه‌ی قبلی در زمینه‌ی کارآفرینی اجتماعی می‌توان با حمایت اجتماعی درک‌شده، خودکارایی، تعهد اخلاقی و یک‌دلی در زمینه‌ی کارآفرینی اجتماعی نیز در ارتباط باشد؛ لذا، این متغیر با متغیرهای فوق‌الذکر نیز ارتباط داده شد.

در نهایت در راستای دستیابی به هدف کلی پژوهش که تحلیل عوامل مؤثر بر نیت کارآفرینی اجتماعی در صندوق‌های اعتبارات خرد زنان روستایی و عشایری بود، چارچوب نظری پژوهش در قالب شکل یک (۱) تدوین گردید.

مواد و روش‌ها

این مطالعه از نوع تحقیقات کاربردی است که در تحلیل آن از روش توصیفی- همبستگی بهره گرفته شده است. جامعه‌ی آماری مورد مطالعه، شامل ۱۱۴۶ نفر از اعضای صندوق‌های اعتبارات خرد زنان روستایی و عشایری استان کرمان بود (۲۶). حجم نمونه بر اساس جدول کریجسی و مورگان (۲۲)، ۲۹۱ نفر برآورد گردید که برای افزایش اطمینان به ۳۰۰ نفر افزایش یافت. روش نمونه‌گیری از نوع تصادفی طبقه‌ای با انتساب متناسب بود. در استان کرمان ۳۵ صندوق اعتبارات خرد زنان روستایی در شهرستان‌های ارزوئیه، بافت، بردسیر، بم، رابر، راور، رفسنجان، زرند، سیرجان، شهربابک، فهرج، کوهبنان، کرمان و نرماشیر و ۱۰ صندوق اعتبارات خرد زنان عشایری در شهرستان‌های بافت، بم، بردسیر، ریگان و سیرجان در حال فعالیت هستند. برای نمونه‌گیری صندوق‌های اعتبارات خرد ابتدا به دو طبقه‌ی صندوق‌های زنان روستایی (طبقه‌ی اول) و صندوق‌های زنان عشایری (طبقه‌ی دوم) تقسیم شدند. در مرحله‌ی دوم حجم نمونه‌ی کل برآورد شده، متناسب با حجم بین این دو طبقه تقسیم گردید. در مرحله‌ی سوم هر کدام از این طبقات به طبقات فرعی (هر کدام از صندوق‌های اعتبارت خرد زیان روستایی یا عشایری به عنوان طبقات فرعی در نظر گرفته شدند) تقسیم شدند و حجم نمونه طبقات، متناسب با حجم در میان همه‌ی صندوق‌های موجود در استان کرمان توزیع شدند. در نهایت، نمونه‌ی مورد نظر به صورت تصادفی از میان اعضای صندوق‌های اعتبارات خرد زنان روستایی و عشایری انتخاب شدند. ابزار اندازه‌گیری پرسش‌نامه بسته‌پاسخ بود که روایی آن را متخصصان دانشگاهی دانشگاه شیراز تأیید کردند. پایایی پرسش‌نامه نیز با انجام یک پیش‌آزمون در خارج از جامعه آماری و با آزمون آلفای کرونباخ محاسبه و تأیید گردید (جدول ۱).

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-09]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1397.5.9.2.6]
[DOI: 10.29252/jea.5.9.10]



شکل ۱- چارچوب نظری پژوهش
Figure 1. Theoretical framework of the research

جدول ۱- گویه‌های مورد استفاده برای سنجش متغیرها و مقادیر آلفای کرونباخ
Table 1. Survey items and Cronbach's Alpha

شماره	متغیر	گویه
		آلفای کرونباخ متغیر تجربه‌ی قبلی: (α = ۰/۷۴)
۱	تجربه قبلی	تجربه سر و کار داشتن با مسائل اجتماعی مربوط به زنان قبل از عضویت در صندوق‌های اعتبارات خرد
۲		تجربه کار داوطلبانه یا اجباری با سازمان‌های اجتماعی قبل از عضویت در صندوق‌های اعتبارات خرد
۳		آشنایی قبلی با سازمان‌های اجتماعی دیگر که در زمینه مسائل اجتماعی مربوط به زنان فعالیت می‌کنند
		آلفای کرونباخ متغیر همدلی: (α = ۰/۸۶)
۴	همدلی/یکدلی	تلاش برای درک زنان محروم اجتماعی/ آسیب‌دیده‌ی اجتماعی
۵		بروز پاسخ/ واکنش احساسی در هنگام دیدن/ مواجهه با قشری از زنان که با محرومیت شدید مواجه هستند
۶		دلسوزی برای زنانی که از نظر اجتماعی با محرومیت‌های زیادی روبرو هستند
		آلفای کرونباخ متغیر تعهد اخلاقی: (α = ۰/۷۱)
۷	تعهد اخلاقی	کمک به زنان محروم‌تر به عنوان یک مسوولیت اخلاقی
۸		تعهد اخلاقی نسبت به کمک به زنان محروم اجتماعی
۹		کمک به زنان محروم به عنوان لازمه‌ی عدالت اجتماعی
۱۰		محسوب شدن کمک به زنان محروم به عنوان یکی از اصول جامعه
		آلفای کرونباخ متغیر خودکارایی در زمینه‌ی کارآفرینی اجتماعی: (α = ۰/۷۹)
۱۱	خودکارایی در زمینه کارآفرینی اجتماعی	اعتقاد به داشتن توانایی برای کمک به حل چالش‌های اجتماعی زنان در صندوق‌های اعتبارات خرد
۱۲		توانایی پیدا کردن راه‌حلی برای حل مشکلات پیش روی جامعه زنان
۱۳		اعتقاد به اینکه همه‌ی افراد عضو و غیر در صندوق‌های اعتبارات خرد می‌توانند به حل مشکلات اجتماعی کمک کنند
		آلفای کرونباخ متغیر حمایت اجتماعی درک‌شده: (α = ۰/۸۵)
۱۴	حمایت اجتماعی درک‌شده	همیاری اعضای صندوق در صورت تصمیم یکی از اعضا برای حل مشکلات زنان
۱۵		دلگرمی به پشتیبانی مردم و اعضای دیگر صندوق در صورت تصمیم به برنامه‌ریزی برای مشکلات اجتماعی زنان
۱۶		امکان جذب سرمایه‌گذاری در صندوق‌ها در راستای حل مشکلات اجتماعی مربوط به زنان
		آلفای کرونباخ متغیر نیت کارآفرینی اجتماعی: (α = ۰/۸۳)
۱۷	نیت کارآفرینی اجتماعی	تمایل به مشارکت در کمک به حل مسائل و مشکلات اجتماعی زنان در آینده
۱۸		داشتن ایده‌های اولیه برای اجرایی کردن در آینده
۱۹		عدم برنامه‌ریزی و تمایل به مشارکت برای حل مسائل اجتماعی زنان*

* این علامت برای گویه‌هایی مورد استفاده قرار گرفته است که در ابزار پژوهش به صورت منفی مورد پرسش قرار گرفته‌اند.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-09]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1397.5.9.2.6]
[DOI: 10.29252/jea.5.9.10]

برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار SPSS نسخه‌ی ۲۲ بهره گرفته شد. متغیر وابسته در این پژوهش نیت نسبت به کارآفرینی اجتماعی بود. متغیرهای مستقل پژوهش نیز عبارت بودند از تجربه‌ی قبلی، همدلی، تعهد اخلاقی، خودکارایی و حمایت اجتماعی درک‌شده در زمینه‌ی کارآفرینی که گویه‌های مربوط به این متغیرها از مطالعه‌ی هاکرتس (۱۹) گرفته شد. اما، بعد استخراج گویه‌ها، سعی شد که با استفاده از پانلی از متخصصان گویه‌های مورد نظر با موضوع پژوهش حاضر تطبیق داده شود. برای عملیاتی کردن متغیرها از گویه‌های تبیین شده در جدول ۱ و طیف لیکرت پنج سطحی (۱: خیلی کم، ۲: کم، ۳: تا حدودی، ۴: زیاد، ۵: خیلی زیاد) استفاده شد.

نتایج و بحث

یافته‌های مربوط به تحلیل توصیفی داده‌ها (جدول ۲) حاکی از آن بود که میانگین سنی پاسخ‌گویان پژوهش ۴۰/۴۸ سال بود. همچنین ۱۵۳ نفر (۵۱ درصد) از کل زنان پاسخگو نیز در بازه سنی ۳۰ تا ۴۵ سال بودند. بررسی میزان تحصیلات زنان عضو صندوق‌های اعتبارات خرد روستایی و عشایری نشان داد که ۱۴ نفر (۴/۷ درصد) از پاسخگویان بی‌سواد، ۷۷ نفر (۲۵/۷ درصد) دارای تحصیلات ابتدایی، ۵۷ نفر (۱۹ درصد) دارای تحصیلات راهنمایی، ۷۶ نفر (۲۵/۳ درصد) دارای تحصیلات متوسطه، ۳۸ نفر (۱۲/۷درصد) نیز دارای تحصیلات فوق دیپلم و ۱۸ نفر (۶ درصد) دارای تحصیلات لیسانس و بالاتر بودند. لازم به ذکر است که ۲۰ نفر (۷/۶ درصد) از پاسخ‌گویان سطح تحصیلات خود را مشخص نکرده بودند. یافته‌های حاصل از تحلیل درآمد ماهانه خانوار (تومان) نشان دادند که میانگین درآمدی خانوارهای پاسخ‌گویان تقریباً ۱۱۷۵۹۱۸ تومان بود. تقسیم‌بندی زنان عضو صندوق‌های اعتبارات خرد روستایی و عشایری نیز نشان‌دهنده‌ی این بود که بیشتر آنان در گروه دارای درآمدهای بیشتر از یک میلیون تومان قرار گرفتند. میانگین تعداد فرزندان پاسخ‌گویان عضو صندوق‌های اعتبارات خرد زنان روستایی و عشایری تقریباً برابر با پنج (۵) فرزند بود و تقسیم‌بندی آنان از لحاظ تعداد فرزندان نیز حاکی از آن بود که بیشتر پاسخ‌گویان در بازه‌ی ۳ تا ۶ فرزند ($۳\leq Xi<۶$) قرار گرفتند. تحلیل وضعیت تأهل زنان نشان داد که ۵۵ نفر (۱۸/۳ درصد) از زنان عضو صندوق‌ها مجرد و ۲۳۹ نفر (۷۹/۷ درصد) نیز متأهل می‌باشند. البته، لازم به ذکر است که شش نفر از پاسخ‌گویان به این سؤال جواب نداده بودند. تحلیل وضعیت اشتغال (شغل اصلی) زنان عضو صندوق‌های اعتبارات زنان روستایی و عشایری نمایان‌گر آن بود که از میان ۳۰۰ پاسخگوی مورد بررسی در این پژوهش ۶۶ نفر (۲۲ درصد) خانه‌داری، ۸۲ نفر (۲۷/۳ درصد) دامداری، ۷۰ نفر (۲۳/۳ درصد) کشاورزی، ۲۱ نفر (۷ درصد) کارگری و ۴۲ نفر (۱۴ درصد) سایر موارد را به‌عنوان شغل اصلی خود معرفی کرده بودند و ۱۹ نفر (۶/۳ درصد) نیز به این پرسش جواب نداده بودند. یافته‌های مربوط به عمده‌ترین منبع درآمدی زنان عضو صندوق‌های اعتبارات خرد زنان روستایی و عشایری نشان‌دهنده‌ی آن بود که ۶۷ نفر (۲۲/۳ درصد) از پاسخگویان صنایع دستی، ۸۳ نفر (۲۷/۷ درصد) دامداری، ۷۴ نفر (۲۴/۷ درصد) کشاورزی، ۲۳ نفر (۷/۷ درصد) کارگری و ۴۳ نفر (۱۴/۳ درصد) نیز سایر مشاغل را به‌عنوان مهم‌ترین منبع درآمدری خود عنوان کرده‌اند. لازم به ذکر است که ۱۰ نفر (۳/۳ درصد) از پاسخ‌گویان به این پرسش جواب نداده بودند.

یافته‌های حاصل از همبستگی پیرسون میان متغیرهای چارچوب نظری پژوهش در جدول سه ارائه شده است. همان‌گونه که یافته‌های حاصل از روابط همبستگی نشان می‌دهد که متغیرهای همدلی (r=۰/۳۹۸ و Sig=۰/۰۰۱) و تعهد اخلاقی (r=۰/۴۲۴ و Sig=۰/۰۰۱) دارای همبستگی مثبت و معنی‌داری با متغیر نیت کارآفرینی اجتماعی هستند. وجود همبستگی مثبت میان همدلی و نیت کارآفرینی اجتماعی توسط یافته‌های لاندن (۲۳)، دییز (۹) و وود (۳۴) مورد تأیید قرار گرفته است. همچنین، یافته‌های مشابه با یافته‌ی پژوهش حاضر در زمینه وجود همبستگی میان تعهد اخلاقی و نیت کارآفرینی اجتماعی را می‌توان در یافته‌ها و نتایج هاکرتس (۱۹)، بارنستین (۵) همینگوی (۱۶) و یو و همکاران (۳۵) مشاهده کرد. نتایج بررسی رابطه‌ی همبستگی میان متغیرهای تجربه قبلی (r=۰/۴۹۶ و Sig=۰/۰۰۱) و نیت کارآفرینی اجتماعی نیز نشان داد که این دو متغیر رابطه‌ی مستقیمی با هم داشته‌اند که این رابطه در سطح یک درصد خطا معنی‌دار است. این یافته با یافته‌های هاکرتس (۲۰)، میر و نوبوآ (۲۴)، کاتونن و همکاران (۲۱) و کلوستا (۷) همسو است. رابطه‌ی همبستگی میان متغیرهای خودکارایی و نیت کارآفرینی اجتماعی (r=۰/۳۷۲ و Sig=۰/۰۰۱) و حمایت اجتماعی در زمینه کارآفرینی اجتماعی و نیت کارآفرینی اجتماعی (r=۰/۱۳۵ و Sig=۰/۰۱) نیز رابطه‌ی مثبت و معنی‌دار را نشان داد. این یافته‌ها نشان می‌دهند که هر چقدر میزان خودکارایی و حمایت اجتماعی درک شده‌ی زنان عضو صندوق‌های اعتبارات خرد در زمینه‌ی کارآفرینی اجتماعی بالاتر باشد، احتمال اینکه تمایل آن‌ها به کارآفرینی اجتماعی نیز بالا باشد، بیشتر خواهد بود. این یافته‌ها توسط نتایج پژوهش‌های میر و نوبوآ (۲۴) و هاکرتس (۱۹) مورد تأیید قرار گرفته است.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-09]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1397.5.9.2.6]
[DOI: 10.29252/jea.5.9.10]

جدول ۳- ماتریس همبستگی میان متغیرهای پژوهش

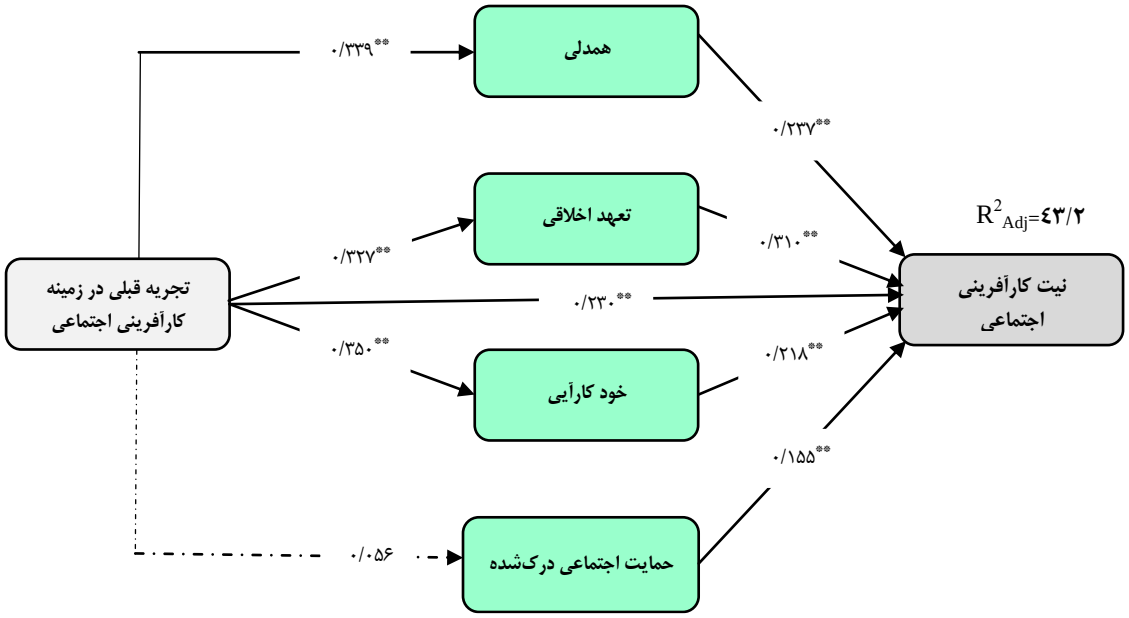
Table 3. Correlation coefficients among variables

	نیت کارآفرینی	تجربه اولیه	همدلی	تعهد اخلاقی	خودکارایی	حمایت اجتماعی
نیت کارآفرینی	۱					
تجربه قبلی	۰/۴۹۶**	۱				
همدلی	۰/۳۹۸**	۰/۳۳۹**	۱			
تعهد اخلاقی	۰/۴۲۴**	۰/۳۲۷**	۰/۱۰۳	۱		
خودکارایی	۰/۳۷۲**	۰/۳۵۰**	۰/۳۴۴**	۰/۰۱۹	۱	
حمایت اجتماعی	۰/۱۳۵*	۰/۰۵۶	-۰/۱۴۹**	۰/۰۷۲	-۰/۰۸۹	۱

*: معنی‌داری در سطح پنج درصد خطا **: معنی‌داری در سطح یک درصد خطا

به‌منظور بررسی اثر متغیرهای مستقل بر روی متغیر کارآفرینی اجتماعی از تحلیل مسیر (Path analysis) در نرم‌افزار SPSS استفاده شد (شکل ۲). برای این منظور اثرات مستقیم متغیرهای مستقل بر روی نیت کارآفرینی اجتماعی مورد بررسی قرار گرفت (جدول ۴). یافته‌های حاصل از این قسمت حاکی از آن بود که همه‌ی متغیرهای تجربه‌ی قبلی (β=۰/۲۳۰، t=۴/۴۸ و Sig.t=۰/۰۰۱)، همدلی (β=۰/۲۳۷، t=۴/۸۸ و Sig.t=۰/۰۰۱)، تعهد اخلاقی (β=۰/۳۱۰، t=۶/۶۶ و Sig.t=۰/۰۰۱)، خودکارایی (β=۰/۲۱۸، t=۴/۴۹ و Sig.t=۰/۰۰۱) و حمایت اجتماعی در زمینه‌ی کارآفرینی اجتماعی (β=۰/۱۵۵، t=۳/۴۷ و Sig.t=۰/۰۰۱) دارای اثرات مثبت و معنی‌داری بر روی متغیر نیت کارآفرینی اجتماعی هستند. مقایسه‌ی ضرایب تأثیر استاندارد شده نشان می‌دهد که متغیرهای تعهد اخلاقی، همدلی و تجربه‌ی قبلی دارای بیشترین اثرات بر روی نیت کارآفرینی اجتماعی زنان عضو صندوق‌های اعتبارات خرد بودند. لازم به ذکر است که متغیرهای خودکارایی و حمایت اجتماعی هرچند دارای اثرات کمتری بر روی نیت کارآفرینی اجتماعی بودند، با این وجود این متغیرها هم اثرات معنی‌دار و قابل‌توجهی بر روی نیت کارآفرینی اجتماعی زنان داشتند. همان‌گونه که یافته‌های حاصل از تحلیل اثرات رگرسیونی نشان داد، متغیر تعهد اخلاقی نسبت به کارآفرینی اجتماعی در صندوق‌های خرد زنان روستایی و عشایری بیشترین اثر استاندارد شده را دارا بود. این یافته حاکی از اهمیتی است که متغیر تعهد اخلاقی می‌تواند در تبیین و تقویت نیت کارآفرینی اجتماعی و سپس رفتار کارآفرینی اجتماعی داشته باشد. به عبارت دیگر، بر اساس نتیجه‌ی عنوان شده به نظر می‌رسد که بخشی از مسائل و مشکلات اجتماعی زنان روستایی و عشایری در منطقه‌ی مورد مطالعه (که هدف اصلی کارآفرینی اجتماعی است) را می‌توان از طریق ایجاد تعهدات اخلاقی در میان اعضای این صندوق‌ها بهبود بخشید. زیرا در بسیاری از موارد حل مشکلات و مسائل اجتماعی مربوط به زنان روستایی و عشایری (محرومیت، تبعیض جنسیتی و مواردی از این قبیل) نیازمند یک روحیه‌ی جمعی و مسئولیت‌پذیری و تعهدات اخلاقی آنان است. لذا، پیشنهاد می‌شود که مأموران اجرایی سازمان‌هایی مانند سازمان جهاد کشاورزی که به صورت مستقیم در حوزه‌ی تغییرات رفتاری در جوامع روستایی، کشاورزی و عشایری فعالیت می‌کنند، ایجاد و تقویت تعهدات اخلاقی در میان زنان عضو صندوق‌های اعتباری خرد را به‌عنوان یکی از مهم‌ترین اهداف اصلی، مورد توجه قرار دهند. این کار می‌تواند در ارتباطات و برخوردهایی رو در رو با اعضای این صندوق‌ها و در کلاس‌های و دوره‌های آموزشی صورت گیرد.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-09]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1397.5.9.2.6]
[DOI: 10.29252/jea.5.9.10]



شکل ۲- الگوی تحلیل مسیر پژوهش

Figure 2. Path diagram of the research

جدول ۴- اثرات مستقیم متغیرها بر روی متغیر نیت کارآفرینی اجتماعی

Table 4. Direct effects on variable social entrepreneurial intention

متغیرهای مستقل	B	Beta	t	Sig.t
مقدار ثابت	۱/۷۹	———	۲/۹۱	۰/۰۰۴
تجربه اولیه	۰/۲۰۵	۰/۲۳۰	۴/۴۸	۰/۰۰۱
همدلی	۰/۱۸۴	۰/۲۳۷	۴/۸۸	۰/۰۰۱
تعهد اخلاقی	۰/۱۸۵	۰/۳۱۰	۶/۶۶	۰/۰۰۱
خودکارایی	۰/۱۷۸	۰/۲۱۸	۴/۴۹	۰/۰۰۱
حمایت اجتماعی	۰/۰۱۱	۰/۱۵۵	۳/۴۷	۰/۰۰۱
Sig. F= ۰/۰۰۱	F=۴۶/۵	R^2_{Adj} = ۰/۴۳۲	R^2= ۰/۴۴۲	R= ۰/۶۶۵

یافته‌های حاصل از این قسمت همچنین حاکی از آن بود که دو متغیر همدلی و تجربه‌ی اولیه هم دارای اثرات قابل توجهی بر روی نیت کارآفرینی اجتماعی اعضای صندوق‌های اعتبارات خرد زنان روستایی و عشایری بودند. این نتیجه به معنای آن است که هر چقدر تجربه‌ی اولیه و همدلی اعضای صندوق‌های اعتبارات خرد بیشتر باشد، میزان نیت کارآفرینی آنان نیز افزایش پیدا خواهد کرد. در این راستا، پیشنهاد می‌شود که به‌منظور افزیش تمایل زنان عضو صندوق‌های اعتبارات خرد زنان روستایی و عشایری به کارآفرینی اجتماعی افرادی که دارای تجارب قبلی در زمینه‌ی کارآفرینی بودند، توسط کارشناسان مسئول این صندوق‌ها شناسایی شده و از آن‌ها خواسته شود تا تجارب خود را در اختیار سایر افراد/ زنان عضو در صندوق‌ها قرار دهند. این خود می‌تواند باعث افزایش اعتماد به نفس زنان فاقد تجربه‌ی کارآفرینی اجتماعی و نیز افزایش آگاهی آنان از نوع مسائلی که کارآفرینی اجتماعی با آن‌ها سر و کار دارد، شود. همان‌گونه که قبلاً نیز عنوان گردید، همدلی عموماً به‌عنوان توانایی فرد برای درک احساسات دیگران یا تمایل به پاسخ احساسی یا دلسوزانه نسبت به وضعیت سایرین (مثلاً قشر زنان محروم‌تر) قلمداد می‌شود. با توجه به اینکه این متغیر دارای اثر مثبت و معنی‌داری بر روی متغیر نیت کارآفرینی اجتماعی بود، در این راستا پیشنهاد می‌شود که کارگاه‌های آموزشی در زمینه‌ی آشنایی با مسائل و مشکلات زنان روستایی و عشایری محروم/ دچار مشکلات اجتماعی مختلف برای اعضای صندوق‌ها برگزار شود و در این برنامه‌ها به شفاف‌سازی نوع مشکلات اجتماعی زنان پرداخته شود تا آنان بتوانند خود را بجای زنان محروم قرار داده و وضعیت آنان را درک کنند. چنین برنامه‌هایی می‌تواند میزان همدلی و در نتیجه نیت کارآفرینی اجتماعی زنان عضو صندوق‌های اعتبارات خرد را افزایش دهد. در مرحله‌ی بعدی تحلیل مسیر، علاوه بر اثرات مستقیم، اثرات غیرمستقیم و کلی متغیرهای مستقل نیز بر روی نیت کارآفرینی اجتماعی مورد محاسبه قرار گرفت

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-09]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1397.5.9.2.6]
[DOI: 10.29252/jea.5.9.10]

(جدول ۵). در این میان فقط متغیر تجربه‌ی اولیه بود که دارای اثر غیرمستقیم بر روی نیت کارآفرینی اجتماعی بود. بررسی اثرات علّی (کلی) متغیرهای مستقل نشان داد که متغیرهای تجربه‌ی قبلی، تعهد اخلاقی، همدلی، خودکارایی و حمایت اجتماعی به ترتیب دارای بیشترین اثرات کل بر روی متغیر نیت کارآفرینی اجتماعی زنان روستایی و عشایری بودند. بالا بودن اثر کل متغیر تجربه‌ی اولیه در این قسمت، به بالا بودن اثرات غیرمستقیم این متغیر بر روی نیت کارآفرینی اجتماعی مربوط می‌شد.

جدول ۵- اثرات مستقیم، غیرمستقیم و کل (علّی) متغیرهای مؤثر بر نیت کارآفرینی اجتماعی

Table 5. Direct, indirect and total (causal) effects of independent variables on social entrepreneurial intention

ردیف	متغیرها	اثرات مستقیم	اثرات غیرمستقیم	کل اثرات
۱	تجربه قبلی	۰/۲۳۰	۰/۲۶۵	۰/۴۹۵
۲	همدلی	۰/۲۳۷	_	۰/۲۳۷
۳	تعهد اخلاقی	۰/۳۱۰	_	۰/۳۱۰
۴	خودکارایی	۰/۲۱۸	_	۰/۲۱۸
۵	حمایت اجتماعی	۰/۱۵۵	_	۰/۱۵۵

یافته‌های حاصل از الگوی تحلیل مسیر پژوهش همچنین نشان داد که دو متغیر خودکارایی در زمینه‌ی کارآفرینی اجتماعی و حمایت اجتماعی درک‌شده نیز دارای اثرات معنی‌داری بر روی نیت کارآفرینی اجتماعی هستند. خودکارایی در زمینه‌ی کارآفرینی اجتماعی به سهولت یا دشواری درک‌شده برای انجام این نوع از کارآفرینی توسط زنان عضو صندوق‌های اعتبارات خرد اشاره دارد. این متغیر همچنین می‌تواند به اعتقادات زنان عضو صندوق‌ها در زمینه توانایی‌هایشان برای وارد عمل شدن و کاهش پیامدهای منفی یک مشکل اجتماعی اشاره کند که مواردی مانند مهارت، زمان، توانایی اقتصادی و غیره را شامل می‌شود. نبود این توانایی‌ها در زنان عضو صندوق‌ها ممکن است به‌عنوان مانعی واقعی یا درک‌شده برای نیت کارآفرینی اجتماعی آن‌ها باشد. با توجه به اینکه در بسیاری از موارد خودکارایی ضعیف زنان عضو صندوق‌های اعتبارات خرد ممکن است مربوط به فقدان توانایی مالی و فنی در زمینه‌ی کارآفرینی اجتماعی باشد، در این راستا، پیشنهاد می‌شود که ارگان‌های نظارت‌کننده بر فعالیت صندوق‌ها این موانع را شناسایی کرده و در جهت رفع آن‌ها تلاش کنند تا ابتدا میزان خودکارایی درک شده‌ی زنان نسبت به کارآفرینی اجتماعی افزایش یابد و سپس نیت کارآفرینی اجتماعی آن‌ها شدت بیشتری بگیرد. حمایت اجتماعی درک شده در زمینه‌ی کارآفرینی اجتماعی نیز از جمله‌ی عواملی بود که بر اساس الگوی تحلیل مسیر دارای اثر معنی‌داری بر روی نیت کارآفرینی اعضای صندوق‌ها بود. حمایت اجتماعی در واقع به انتظار حمایت رفتارهای فرد توسط اطرافیان و محیط اشاره دارد. اطرافیان و محیط می‌تواند شامل خانواده، آشنایان، اعضای جامعه، شرکت‌ها و نهادهای دولتی و غیردولتی باشد. برای توسعه‌ی نیت کارآفرینی اجتماعی از طریق بهبود در حمایت‌های اجتماعی، لازم است که ابتدا زمینه‌ی حمایت ار کارآفرینی اجتماعی را در تمامی بخش‌های جامعه نهادینه کرد. در راستای انجام این مهم نیز شاید بهترین و سریع‌ترین ابزار استفاده از رسانه‌های جمعی و برنامه‌های مناسب در زمینه‌ی کارآفرینی اجتماعی باشد. در نهایت باید عنوان کرد که متغیرهای عنوان شده در این پژوهش توانستند ۴۳/۲ درصد از تغییرات واریانس متغیر وابسته‌ی نیت کارآفرینی اجتماعی را را پیش‌بینی‌کنند که عموماً در تحقیقات اجتماعی مقداری قابل قبول محسوب می‌شود. بر این اساس، این متغیرها، چارچوب ارائه شده و نتایج حاصل از این پژوهش می‌تواند به عنوان مبنایی برای پژوهش‌های آتی و توسعه‌ی کارآفرینی اجتماعی در صندوق‌های اعتبارات خرد زنان روستایی و عشایری باشد.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-09]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1397.5.9.2.6]
[DOI: 10.29252/jea.5.9.10]

منابع

1. Ajzen, I. 1991. The theory of planned behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50(2): 179-211.
2. Movahedi, R. and J. Soleymanian Broujeni. 2016. Surveying the education role on entrepreneurship development among rural women. Journal of Entrepreneurial Strategies in Agriculture, 3(6): 24-33 (In Persian).
3. Bandura, A. 1977. Self-efficacy: toward a unifying theory of behavioral change. Psychological review, 84(2): 191.
4. Batson, C.D., S. Early and G. Salvarani. 1997. Perspective taking: Imagining how another feels versus imaging how you would feel. Personality and social psychology bulletin, 23(7): 751-758.
5. Bornstein, D. 1996. The Price of a Dream, the Story of the Grameen Bank. Chicago: University of Chicago, 22: 25-35.
6. Carr, J.C. and J.M. Sequeira. 2007. Prior family business exposure as intergenerational influence and entrepreneurial intent: A theory of planned behavior approach. Journal of Business Research, 60(10): 1090-1098.
7. Chlosta, S., H. Patzelt, S.B. Klein and C. Dormann. 2012. Parental role models and the decision to become self-employed: The moderating effect of personality. Small Business Economics, 38(1): 121-138.
8. Cialdini, R.B., R.R. Reno and C.A. Kallgren. 1990. A focus theory of normative conduct: recycling the concept of norms to reduce littering in public places. Journal of personality and social psychology, 58(6): 1015.
9. Dees, J.G. 2012. A tale of two cultures: Charity, problem solving, and the future of social entrepreneurship. Journal of Business Ethics, 111(3): 321-334.
10. Dyer, J.H. and H. Singh. 1998. The relational view: Cooperative strategy and sources of interorganizational competitive advantage. Academy of Management Review, 23(4): 660-679.
11. Firouzabadi, S.A., H. Imani Jajrrami and H. Dabbaghi. 2018. Rural women's co-operatives, a potential for social entrepreneurship. Woman in Development and Politics, 16(1): 149-173.
12. Forster, F. and D. Grichnik. 2013. Social entrepreneurial intention formation of corporate volunteers. Journal of Social Entrepreneurship, 4(2): 153-181.
13. Ghadiry-Masom, M. and A. Ahmadi. 2016. The factors influencing success of micro-credit funds in the economic empowerment of rural women, Firoozkooh County. Human Geography Research Quarterly, 47(4): 759-772.
14. Goetz, J.L., D. Keltner and E. Simon-Thomas. 2010. Compassion: an evolutionary analysis and empirical review. Psychological bulletin, 136(3): 351.
15. Haines, R., M.D. Street and D. Haines. 2008. The influence of perceived importance of an ethical issue on moral judgment, moral obligation and moral intent. Journal of Business Ethics, 81(2): 387-399.
16. Hemingway, C.A. 2005. Personal values as a catalyst for corporate social entrepreneurship. Journal of Business Ethics, 60(3): 233-249.
17. Hillemeier, M.M., C.S. Weisman, G.A. Chase and A.M. Dyer. 2008. Mental health status among rural women of reproductive age: findings from the Central Pennsylvania Women's Health Study. American Journal of Public Health, 98(7): 1271-1279.
18. Hockerts, K. 2015. The social entrepreneurial antecedents scale (SEAS): a validation study. Social Enterprise Journal, 11(3): 260-280.
19. Hockerts, K. 2017. Determinants of social entrepreneurial intentions. Entrepreneurship Theory and Practice, 41(1): 105-130.
20. Ikemi, M. 2011. A challenge of microcredit program in rural Africa, Economic Journal of Hokkaido University, 5(40): 15-28.
21. Kautonen, T., S. Luoto and E.T. Tornikoski. 2010. Influence of work history on entrepreneurial intentions in 'prime age' and 'third age': A preliminary study. International Small Business Journal, 28(6): 583-601.
22. Krejcie, R.V. and D.W. Morgan. 1970. Determining sample size for research activities. Educational and Psychological Measurement, 30: 607-610.
23. London, M. 2010. Understanding social advocacy: An integrative model of motivation, strategy, and persistence in support of corporate social responsibility and social entrepreneurship. Journal of Management Development, 29(3): 224-245.
24. Mair, J. and E. Noboa. 2006. Social Entrepreneurship: How Intentions to Create a Social Venture Get Formed. In J. Mair, J. Robinson, & K. Hockerts (Eds.), Social Entrepreneurship, 121–136 pp. New York: Palgrave MacMillan.
25. Mehrabian, A. and N. Epstein. 1972. A measure of emotional empathy 1. Journal of personality, 40 (4): 525-543.
26. Nomadic Affairs Office of Kerman Province. 2016. Statistics of rural and nomadic women's micro-credit funds. (No Published) (In Persian).
27. Preston, S.D., A. Bechara, H. Damasio, T.J. Grabowski, R.B. Stansfield, S. Mehta and A.R. Damasio. 2007. The neural substrates of cognitive empathy. Social Neuroscience, 2: 254-275.
28. Schlaegel, C. and M. Koenig. 2014. Determinants of Entrepreneurial Intent: A Meta–Analytic Test and Integration of Competing Models. Entrepreneurship Theory and Practice, 38: 291-332.
29. Seideh, T., R. Eshraqi Samani and A. Poursaied. 2015. Factors Inluencing the occupational capability of rural women (Case study: Ilam County). Journal of Entrepreneurial Strategies in Agriculture, 2(4): 11-21 (In Persian).

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-09]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1397.5.9.2.6]
[DOI: 10.29252/jea.5.9.10]

30. Shahrokhi-Sardoo, S. and A. Karami. 2016. The analysis of participation accelerators and their influence on economic performance of micro-credit funds for rural women (The case of: Jiroft county). Quarterly Journal of Womens Studies Sociological and Psychological, 14: 185-212 (In Persian).
31. Sharifzadeh, M. and J. Karimi. 2016. An Investigation of factors affecting textile weaving development among Baneh county rural women. Quarterly Journal of Women's Studies Sociological and Psychological, 14(2): 127-156 (In Persian).
32. Thake, S. and S. Zadek. 1997. Practical People, Noble Causes: How to Support Community-based Social Entrepreneurs. Executive Summary. New Economics Foundation, 1: 32-35.
33. Vaghar Mosavi, M.A. Ghods Alavi and M. Abbasi. 2016. The role of social entrepreneurship in development of social justice. Journal of Entrepreneurship in Agriculture, 3(2): 59-76.
34. Wood, S. 2012. Prone to progress: Using personality to identify supporters of innovative social entrepreneurship. Journal of Public Policy & Marketing, 31(1): 129-141.
35. Yiu, D.W., W.P. Wan, F.W. Ng, X. Chen and J. Su. 2014. Sentimental drivers of social entrepreneurship: A study of China's Guangcai (Glorious) Program. Management and Organization Review, 10(1): 55-80.
36. Zahn-Waxler, C. and M. Radke-Yarrow. 1990. The origins of empathic concern. Motivation and emotion, 14(2): 107-130.
37. Zhao, H., S.E. Seibert and G.E. Hills. 2005. The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. Journal of Applied Psychology, 90(6): 1265.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-09]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1397.5.9.2.6]
[DOI: 10.29252/jea.5.9.10]

An Analysis of Factors Influencing the Social Entrepreneurial Intention in Rural and Nomad Women's Micro-credit Funds

Naser Valizadeh[1] and Hamid Karimi[2]

1- Ph.D. Student, Department of Agricultural Extension and Education, Shiraz University, Shiraz, Iran
(Corresponding author: n.valizadeh@shirazu.ac.ir)
2- Assistant Professor, Department of Agricultural Extension and Education, University of Zabol, Zabol, Iran
Received: August 12, 2018 Accepted: September 24, 2018

Abstract

Despite the important role that rural and nomad women play in developing countries, their significant contributions are generally neglected and then they have been deprived of rural development programs. Women have always been a vulnerable group of society that are invisibly trapped in deprivation and powerlessness. Social entrepreneurship as an axis of development can be considered as an important factor to solve social problems and challenges that women are dealing with. Nomad women's micro-credit funds in rural areas are potential structures that can be used as a platform for social entrepreneurship and then to solve women's social problems. But, since the development and expansion of social entrepreneurship in any structure, especially in nomad women's micro-credit funds depends on the determination of its associated factors, thus identifying the factors that may affect social entrepreneurship is really significant. In this regard, the main aim of this study was to investigate the factors affecting social entrepreneurial intention in nomad women's micro-credit funds. This study was a descriptive-correlational research that conducted through a cross-sectional survey. The statistical population was all members of the micro-credit funds in Kerman province (N= 1146) that 300 members were selected as a sample using Krejcie and Morgan sample size table and stratified random sampling method. The research tool was a questionnaire which its validity confirmed by a panel of experts and its reliability was confirmed using a pilot test and calculating Cronbach's Alpha coefficients ($0.71 \leq \alpha \leq 0.86$). Research findings showed that empathy, self-efficacy, perceived social support, moral obligation and prior experience had positive and significant impacts on social entrepreneurial intention. Furthermore, the results demonstrated that independent variables could predict 43.2% of the variance changes for dependent variable. At the end, some recommendation provided in line with the results.

Keywords: Kerman Province, Nomad community's rural communities, Social Entrepreneurship, Social development,

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-09]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1397.5.9.2.6]
[DOI: 10.29252/jea.5.9.10]