دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری
راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی

"مقاله پژوهشی"

تعیین‌کننده‌های توسعه‌ی فعالیت‌های کارآفرینی زنان روستایی: مورد صندوق کارآفرینی امید شهرستان لارستان

زهرا کریمی‌عمله[1] و مهسا فاطمی[2]

۱- دانش‌آموخته کارشناسی‌ارشد، بخش ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران
۲- دانشیار بخش ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران (نویسنده مسوول: mahsafatemi@shirazu.ac.ir)
تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۹/۲۱ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۰/۲۸
صفحه: ۹۷ تا ۱۱۲

چکیده مبسوط

مقدمه و هدف: با توجه به اهمیت و نقش مؤثر کسب‌وکارهای کوچک و متوسط روستایی به‌عنوان محرک و تسریع‌کننده‌ی توسعه انسانی و اقتصادی، لـزوم توجه به توسعه و پایداری این فعالیت‌ها حائز اهمیت است. زنان روستایی به‌عنوان نیمی از جمعیت منـاطق روسـتایی، تـأثیر مسـتقیمی در توسـعه‌ی ایـن نـوع کسب‌وکارها دارند. هدف از مطالعه حاضر، بررسی تعیین‌کننده‌های توسعه‌ی فعالیت‌های کارآفرینی زنان روستایی شهرستان لارستان در استان فارس است.

مواد و روش‌ها: در این پژوهش توصیفی با استفاده از فن پیمایش به جمع‌آوری اطلاعات مورد نیاز از طریق پرسشنامه پرداخته شد. روایی پرسشنامه توسـط نظرات اساتید بخش ترویج و آموزش کشاورزی دانشکده کشاورزی دانشگاه شیراز و پایایی آن با انجام یک مطالعه راهنما (پایلوت) با نمونـه‌ای خـارج از نمونـه اصلی پژوهش (زنان روستاهای شهرستان مرودشت) صورت گرفت. برای سنجش پایای پرسشنامه از آزمون ضریب آلفای کرونباخ استفاده گردیـد کـه میـزان این ضریب برای متغیرهای پژوهش بین ۰/۷۴ تا ۰/۹۳ محاسبه شد. جامعه آماری پژوهش شامل تمام زنان روستایی عضو صندوق کارآفرینی امیـد شهرسـتان لارستان (۴۴۰ نفر) بودند که طبق فرمول کوکران، حجم نمونه ۱۰۸ نفر تخمین زده شد. سپس طبق روش نمونه‌گیری طبقـه‌ای تصـادفی، پاسـخگویان از دو گروه زنان عضو (۱۱۱ نفر) و زنان غیرعضو (۱۰۵ نفر) انتخاب شده و نهایتاً ۲۱۶ نفر مورد مصاحبه قرار گرفتنـد. دو الگـوی علّـی بـه تفکیـک دو گـروه زنـان روستایی عضو و غیرعضو ترسیم شد.

یافته‌ها: نتایج تحلیل مسیر زنان گروه عضو نشان داد که، روحیه کارآفرینی، سطح تحصیلات، بهره‌مندی از آموزش‌های کارآفرینی، مهارت در تـدوین طـرح تجاری، سیاست‌های حمایتی دولت، فضای کسب‌وکار، گرایش کارآفرینانه و شبکه‌سازی اجتماعی و سازمانی، عواملی هستند که به‌طور مسـتقیم بـر توسـعه‌ی فعالیت‌های کارآفرینی زنان عضو تأثیر دارند. از سوی دیگر، طبق مدل گروه زنان غیرعضو، تنها سه عامل سطح تحصیلات، فضای کسب‌وکار و شـبکه‌سـازی اجتماعی و سازمانی، از عوامل مؤثر بر توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه زنان غیرعضو بودند. در هر دو الگوی علّی مطالعه، تأثیرات غیرمسـتقیم عوامـل از طریـق متغیرهای میانجی نیز قابل‌مشاهده است.

نتیجه‌گیری: یافته‌ها نشان داد که، زنان عضو صندوق کارآفرینی امید از لحاظ ویژگی‌های فردی کارآفرینانه و شرایط کسـب وکـار بهتـر از گـروه غیرعضـو بوده؛ به‌طوری‌که، مدل علّی گروه زنان عضو صندوق نیز مدلی قوی‌تر و مبیّن مجموعه عوامل متنوع‌تری بر توسعه فعالیت‌های کـارآفرینی زنـان روسـتایی در مقایسه با مدل دیگر است. از جمله مهم‌ترین توصیه‌های مطالعه در راستای بهبود وضعیت کسـب‌وکارهـای زنـان روسـتایی، توجـه بـه آمـوزش‌هـای متنـوع کارآفرینی مانند تقویت مهارت در تدوین طرح تجاری و بهبود خصیصه‌هـای پـنج‌گانـه‌ی گـرایش کارآفرینانـه در زنـان روسـتایی بـود؛ همچنـین تمرکـز بـر شبکه‌سازی گروه‌های مختلف زنان روستایی نیز می‌تواند بر بهبود عملکرد کسب‌وکارهای آنان تأثیرگذار باشد. در نهایت، فرهنگ‌سازی پیرامون حضور و نقش زنان در فعالیت‌های اقتصادی-اجتماعی روستا نیز عاملی مهم در توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه زنان خواهد بود.

واژه‌های کلیدی: آموزش‌های کارآفرینی، سیاست حمایتی دولت، طرح تجاری، فضای کسب وکار، گرایش کارآفرینانه

مقدمه

کارآفرینی در عصر حاضر فرصت‌های جدیدی را برای افراد مستعد و علاقمند ایجاد کرده تا درآمدشان را بهبود بخشیده، دارایی و سرمایه خود را افزایش داده و استاندارد زندگی در جوامع روستایی را در اقتصادی جدید در کسب‌وکارهای کوچک و متوسط رشد دهند (۱۷). توسعه کارآفرینی در نقاط روستایی یکی از مهم‌ترین استراتژی‌های توسعه روستایی است که می‌تواند در رشد و توسعه پایدار روستاها نیز نقش به سزایی داشته باشد (۲۸). توسعه کارآفرینی روستایی پتانسیلی برای کمک به تنوع‌بخشی به منابع درآمد و اشتغال روستایی است که فرصت‌های مناسبی را برای کاهش مخاطرات معیشتی و ماندگاری در مناطق روستایی فراهم می‌کند (۱۸). نقش کارآفرینی روستایی در توسعه پایدار در عواملی مانند توسعه متوازن منطقه‌ای، اشتغال عمومی، بهبود استانداردهای زندگی، افزایش درآمد سرانه، خوداتکایی ملی و توزیع متناسب قدرت اقتصادی است (۳۸). کارآفرینی روستایی و توسعه کسب و کارهای خرد به‌عنوان راهکاری مناسب برای توانمندسازی و ظرفیت‌سازی در مناطق روستایی در راستای تغییر الگوی زندگی کنونی، کاهش شکاف شهر و روستا، ایجاد برابری اقتصادی، اجتماعی، محیطی و نهادی مورد تأکید است (۴۹). متخصصان به اهمیت کسب‌وکارهای روستایی از منظر ایجاد اشتغال با سرمایه نسبتاً کم و توسعه یک سرمایه‌گذاری مشترک توسط افرادی که مهارت‌های گوناگونی کسب می‌کنند، نگریسته و معتقدند که، این کسب‌وکارها به ایجاد تجارت‌های کوچک در یک جامعه، افزایش سرمایه‌گذاری‌ها و پس‌انداز محلی و بهبود پایدار بهره‌وری از منابع محلی نیز منجر خواهد شد. به‌همین دلیل است که، راه‌اندازی کسب و کارهای روستایی، رابطه بین توسعه کشاورزی، بهره‌وری بیشتر از زمین و همچنین بهبود مسائل اقتصادی، اجتماعی و محیط‌زیستی روستا را تسهیل می‌کند (۳۴).

به‌عقیده شومپیتر، کارآفرینی توانایی شکست خط‌مشی جاری، نابودی ساختارهای موجود و حرکت دادن سیستم به خارج از دایره‌ی تعادل است. بر طبق نظر او مفهوم کارآفرینی در درک و استفاده‌ی به‌موقع از فرصت‌ها در رابطه با منابع نهفته است. شومپیتر مقوله کارآفرینی را به‌عنوان نیروی برهم‌زننده اقتصاد به کار برده و آن را تخریب خلاق نام‌گذاری کرده است (۶). و همچنین معتقد است که، کارآفرینان امکان استفاده مؤثر و فزاینده از منابع را فراهم می‌آورند و دادوستد

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-09]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1400.8.16.11.0]
[DOI: 10.52547/jea.8.16.97]

بین بخش‌های مختلف با امکانات و اولویت‌های متفاوت را تسهیل می‌سازند (۱۱). تولوس و یورتکر (۴۶)، فرآیند کارآفرینی را خلق چیزی نو می‌دانند که توأم با صرف وقت و تلاش زیاد و پذیرش خطرات مالی، روحی و اجتماعی برای بدست آوردن منابع مالی، رضایت شخصی و استقلال است. نتیجه این فرآیند از فعالیت‌های منظمی حاصل شده که خلاقیت و نوآوری را با نیازمندی‌ها و فرصت‌های بازار پیوند می‌دهد. کارآفرینی را همچنین می‌توان به‌عنوان فرآیند افزایش ثروت از طریق نوآوری و استفاده از فرصت‌ها نیز تعریف کرد که مستلزم داشتن ویژگی‌های کارآفرینی مانند ریسک‌پذیری، استقلال و پیشگامی است (۳۳). آلونسو و همکاران (۲)، اعتقاد دارند که، کارآفرینی نحوه‌ی تفکر و عمل بر مبنای فرصت است. در واقع، کارآفرینی یک فرآیند است، نه هدف و تنها در کسب‌وکار مطرح نیست؛ بلکه یک شیوه زندگی است و در کلیه ابعاد زندگی فردی، خانوادگی، اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی تجلی می‌یابد (۲۵).

میزان مشارکت و نقش زنان در فعالیت‌های توسعه، یکی از شاخص‌های توسعه‌یافتگی هر کشور است. نقشی که زنان روستایی در توسعه نواحی روستایی دارند، این زمینه را فراهم می‌کند تا سبب توجه و هدایت توانایی‌های اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی زنان و برنامه‌ریزی برای مشارکت آن‌ها در فعالیت‌های گوناگون شود (۳). بر اساس آمار جهانی در ایران از سال ۲۰۱۴ تا ۲۰۱۸ مشارکت نیروی کار زنان از ۱۳/۶۸ به ۱۶/۷۷ درصد رسیده است که حدود نیمی از آن مربوط به زنان روستایی بوده است (۴۵). حضور زنان در بازار کار و مشارکت زنان در فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی به یکی از شاخص‌های مهم توسعه اقتصادی مبدل شده است؛ زیرا موفقیت زنان کارآفرین در جوامع نه تنها سبب ایجاد سود اقتصادی شده؛ بلکه منافع اجتماعی و فرهنگی پایدار ایجاد می‌کند (۱۹). در برنامه‌های توسعه تلاش می‌شود تا افزون بر این که مشارکت زنان در بازار کار افزایش یابد، شرایط لازم برای فعالیت‌های کارآفرینی زنان نیز فراهم شود تا زنان با پدید آوردن کسب‌وکار و فرصت‌های شغلی برای خود و دیگران، بتوانند مشکل کنونی جامعه را بهبود بخشند (۴۹).

پژوهش احمدی و همکاران (۱) با هدف اصلی شناسایی عوامل و مؤلفه‌های مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی کشور انجام گرفت. در مطالعه مذکور با استفاده از روش فراتحلیل، تمامی پژوهش‌های صورت گرفته درزمینه‌ی کارآفرینی زنان روستایی از سال ۱۳۸۶ تاکنون بررسی شد. نتایج این پژوهش حاکی از این است که، توسعه کارآفرینی زنان روستایی امری پویا و چندوجهی بوده، نیازمند توجه همزمان به عوامل فردی چون نیروی انسانی خلاق، حمایت‌های مالی و اقتصادی، عوامل فرهنگی و آموزشی و ارتقای زیرساخت‌های محیطی در روستاهای کشور است. مطالعه مشابه دیگر، توسط آنی و همکارانش (۴) به هدف شناخت عوامل مؤثر بر توسعه و موانع بازدارنده کارآفرینی زنان روستایی شهرستان کرمانشاه انجام گرفت. زنان روستایی چهار روستا از بخش مرکزی کرمانشاه مورد مصاحبه‌های عمیق قرار گرفتند. نتایج تحقیقات نشان داد که، عوامل مؤثر بر فعالیت‌های کسب وکار زنان شامل ابتکار عمل، فعال بودن، شناسایی فرصت‌ها، پشتکار و تلاش و غلبه بر موانع و شایستگی فردی زنان است. بادزبان و همکاران (۵) نیز در مطالعه خود بیان کردند که، کسب‌وکارهای زنان، تاب‌آوری نسبتاً بالایی داشته و مؤلفه‌های تاب‌آوری کسب‌وکار در فعالیت کارآفرینی زنان تا حدودی نمود یافته است. یعقوبی فرانی و همکاران (۴۹) در مطالعه‌ای پیرامون تحلیل عوامل مؤثر بر فعالیت‌های کسب‌وکار زنان روستایی، به بررسی تأثیر عوامل خانوادگی، اقتصادی و اجتماعی–فرهنگی بر سطح کارآفرینی زنان روستایی پرداخته و به این نتیجه رسیدند که، رابطه معنی‌داری بین ویژگی‌های شخصیتی، وضعیت اقتصادی و شرایط اجتماعی–فرهنگی زنان با سطح کارآفرینی آن‌ها وجود دارد. بر طبق مطالعه‌ای دیگر، اعطای تسهیلات اعتبارات خرد موجب توانمندسازی زنان عضو نسبت به زنان غیرعضو از طریق افزایش درآمد و اعتمادبه نفس در نواحی روستایی و دهستان لکستان شهرستان سلماس گردید (۱۰).

در پژوهشی دیگر ضمن مطالعه سیاست‌های توسعه کارآفرینی و کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، اهمیت نقش دولت و نهادهای بخش عمومی برای توسعه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط نیز مورد تأکید قرار گرفت (۹). اوکه (۳۵) به بررسی رابطه‌ی شبکه‌های اجتماعی و رشد کسب‌وکار زنان کارآفرین پرداخت. نتایج این پژوهش نشان داد که، خانواده و دوستان، وسیع‌ترین شبکه‌های کارآفرینان هستند و تفاوت‌های فردی در میان زنان، رابطه‌ی بین فردی، اشتیاق و ارزش‌های آنان بر شبکه‌های اجتماعی تأثیر می‌گذارد. همچنین، شبکه‌های اجتماعی با عملکرد کسب‌وکار زنان رابطه مثبت و معنی‌داری دارد، اما قابلیت این شبکه‌ها و نحوه‌ی دستیابی به شبکه‌های اجتماعی بر عملکرد کارآفرینان تأثیرگذار است. نتایج پژوهش موسوی و همکاران (۳۱) نیز نشان داد که، گرایش کارآفرینانه به‌طور مستقیم بر عملکرد کسب‌وکار تأثیرگذار است و منجر به عملکرد بهتر آنان خواهد شد. طبق یافته‌های مطالعه گلکارفرد و رضائی‌مقدم (۱۶)، شرکت در کلاس‌های آموزشی، دانش کارآفرینی، سیاست‌های حمایتی و مهارت در تدوین طرح تجاری بر فعالیت‌های زنان کارآفرین تأثیرگذار است. بادزبان و همکاران (۵) نیز نتیجه گرفتند که، فعالیت‌های آموزشی و ترویجی از عوامل اصلی موفقیت در فعالیت‌های کارآفرینی زنان روستایی است.

راج (۴۰)، در پژوهشی با عنوان کارآفرینی زنان و حمایت دولت به شرایط کنونی در هند پرداخت. دولت هند از طریق بانک‌ها و کمک‌های مالی به زنان، کارآفرینی را ترویج داد. نتایج بیانگر آن است که، دولت برای حمایت از کارآفرینی زنان، تلاش‌های مناسبی کرده است. در این کشور، شرکت‌های مختلف و موفقی نیز وجود دارند که به شیوه‌ای موفق توسط زنان اداره و راهنمایی می‌شوند. صرف‌نظر از کلیه عوامل مؤثر بر توسعه‌ی فعالیت‌های کارآفرینی زنان روستایی، هر فرد خلاق در یک زمینه اجتماعی مشغول فعالیت است و کسب‌وکار خویش را در قالب ارائه خدمات به جامعه ایفا می‌کند، لذا عوامل اجتماعی از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر هر فعالیت کسب‌وکار فردی و گروهی است.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-09]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1400.8.16.11.0]
[DOI: 10.52547/jea.8.16.97]

در مطالعه دیگری توسط فولمر و همکاران (۱۴) با هدف شناسایی عوامل مهم کارآفرینی در روستاهای غرب بنگال نشان داده شد که، متغیرهای سن، تحصیلات، وضعیت تأهل، تعداد فرزندان، تعداد محصولات، پشتیبانی مالی خانواده، نوآوری، ثروت و وضعیت شغلی از مهم‌ترین تعیین‌کننده‌های توسعه کارآفرینی هستند. همچنین، کودوراس و همکاران (۹) نیز عوامل مالی، خط‌مشی‌های دولت، زیرساخت‌های تجاری و فیزیکی را برای توسعه‌ی کارآفرینی مهم و ضروری دانستند. از سوی دیگر، نتایج بررسی موانع کارآفرینی زنان روستایی در ترکیه نیز نشان داد که، تأمین و مدیریت مالی از مهم‌ترین موانع است و زنان همچنان از روش‌های سنتی یعنی مکانیسم غیردولتی و تنها از حمایت و پشتیبان خانوادگی برخوردارند (۲۷). در این رابطه، وندی و چانگ (۴۷) نیز در بررسی موانع عمده پیش‌روی زنان کارآفرین روستایی، موانع عمده را طبقه اجتماعی، فضای حیاتی، پایین‌بودن آگاهی، کمبود تقاضا، دسترسی‌نداشتن به منابع، انزوای روستا، دسترسی‌نداشتن به دانش فنی و پایین‌بودن مهارت بر می‌شمارند. این دو پژوهشگر همچنین مهم‌ترین چالش‌های فراروی صندوق‌ها را کمبود منابع مالی و تعداد کم صندوق‌ها، دسترسی کم زنان به آموزش و مهارت در زمینه مهارت‌های مدیریتی و فنی و کارآفرینی، ناکارآمدی نظام تولید و ضعف در زیرساخت‌ها می‌دانند.

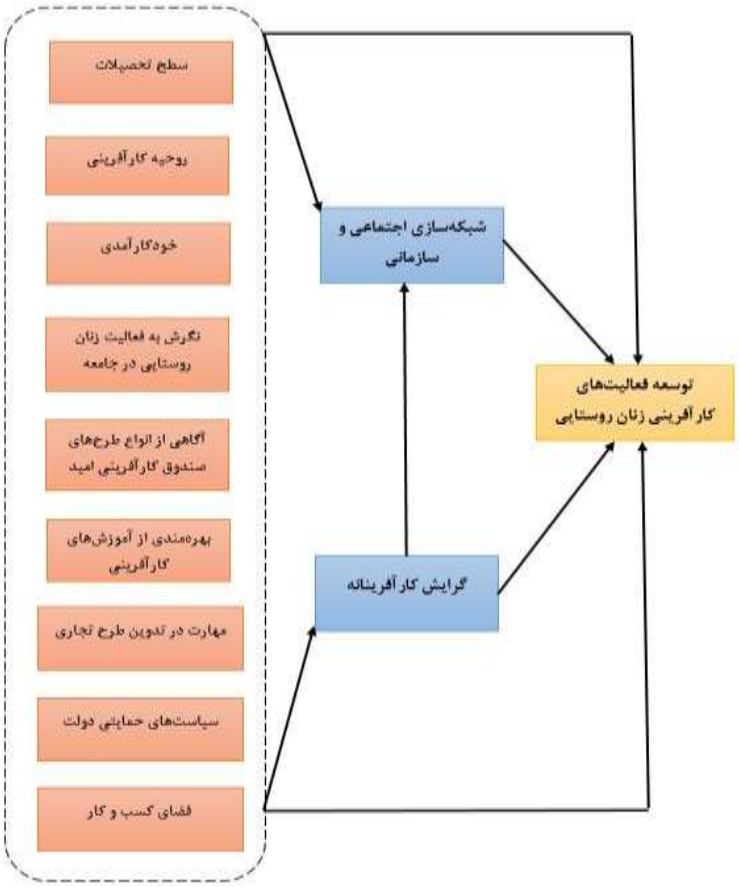
با توجه به اهمیت موضوع مشارکت زنان و بهره‌گیری از توانایی آنان، ضروری است تا طرح‌ها و برنامه‌ریزی هدفمندی در این زمینه صورت پذیرد. زیرا توسعه کسب‌وکارهای زنان تأثیری مثبت و مستقیم در فعالیت‌های مختلف توسعه کشورها داشته است. از یک طرف، سبب توسعه اقتصادی و ایجاد فرصت‌های شغلی شده و از طرفی دیگر می‌تواند سبب بهبود وضعیت اجتماعی، فرهنگی و بهداشتی زنان و خانواده‌های آنان گردد. بسیاری از دولت‌ها در بحران‌های اقتصادی توانستند با اتخاذ تدابیر و سیاست‌هایی و با بهره‌گیری از نیروی کار زنان بر بحران‌های جامعه خویش فایق آیند و در این مسیر موفق شوند (۴۱)؛ اما علی‌رغم اینکه نیمی از جمعیت کل کشور (۴۹/۳۳ درصد) و ۴۸/۷۲ درصد از جمعیت مناطق روستایی را زنان تشکیل می‌دهند و همچنین ۱۲/۶۳ درصد از کل جمعیت زنان کشور نیز ساکن مناطق روستایی هستند؛ با این وجود سهم آن‌ها در فعالیت‌های اقتصادی کشور تنها حدود ۱۷ درصد است (۴۵). این امر بیانگر این است که زنان در مسیر راه‌اندازی کسب‌وکار با تهدیدها و موانع زیادی از جمله چالش‌های اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی، آموزشی و ... روبه‌رو هستند که در سیستم اشتغال‌زایی آن‌ها اختلال ایجاد کرده است. در ایران وضعیت اشتغال زنان مشابه با کشورهای در حال توسعه، در وضعیت مطلوبی نیست، همواره زنان فرصت‌های شغلی کمتری داشته و به‌طور غالب در بخش غیررسمی با اندک دستمزد مشغول به کار هستند (۳۲).

راه‌اندازی تشکل‌های تولیدی و توسعه‌ی فعالیت کارآفرینانه در آن‌ها یکی از راهبردهای مورد تأکید است. زنان با حضور در این تشکل‌ها، علاوه بر برخورداری از مزایای اقتصادی، فرصت کسب تجربه در زمینه رهبری و مدیریت نیز به‌دست می‌آورند (۴۳). اعتبارات خرد به‌عنوان یک گزینه مناسب می‌تواند سرمایه لازم را برای زنان ایجاد کند و اقدامی در راستای حمایت از واحدهای کوچک بهره‌برداری، ایجاد فرصت‌های شغلی برای نیروی کار موجود در روستا، جلوگیری از مهاجرت روستاییان و تعمیم عدالت اجتماعی باشد (۴۸،۳۰). در این رابطه طرح‌هایی نیز در ایران اجرا شده است. صندوق اعتبارات خرد روستاییان از طریق صندوق کارآفرینی امید یکی از این طرح‌ها است. این صندوق‌ها در ارتقای عدالت اقتصادی و اجتماعی، ثبات اقتصاد روستایی و بهبود رفتار اقتصاد روستایی تأثیر به‌سزایی داشته و با ارائه اعتبارات خرد در نواحی روستایی به پایداری اقتصاد روستایی کمک کرده است. میرگل و همکاران (۲۹) به این نتیجه رسیدند که، شرایط متفاوتی بر دسترسی زنان سرپرست خانوار به مشاغل مختلف تأثیر می‌گذارد و صندوق کارآفرینی امید شرایط بهبود محیط کسب‌وکار و حمایت از بخش‌های خصوصی و تعاونی را برای ایجاد کارآفرینی در جامعه برای زنان سرپرست خانوار و سایر اقشار جامعه فراهم نموده است.

صندوق کارآفرینی امید از جمله مؤسسات مالی با هدف تأمین سرمایه مورد نیاز کارآفرینان برای توسعه کسب‌وکارهای کوچک و در راستای توسعه اقتصادی است. این صندوق با مورد توجه قراردادن زیرساخت‌های کارآفرینی و اشتغال‌زایی روستایی مانند گردشگری، کشاورزی، صنایع دستی و نیز حمایت و تأمین مالی مشاغل کوچک، نقش به‌سزایی در توسعه این کسب‌وکارها داشته است (۲۳). صندوق‌های کارآفرینی امید، دارای طرح‌ها و تسهیلات مختلف از جمله طرح‌های روستای بدون بیکار، هر روستا یک محصول، صندوق خرد محلی و ... است. ارائه وام‌های خرد در قالب طرح‌های حمایتی گوناگون با بهره کم و دوره بازپرداخت طولانی‌مدت به واحدهای تولیدی و خدماتی کوچک که ظرفیت‌های بلااستفاده دارند، ارائه تسهیلات به واحدهای کوچکی که نیاز به بازسازی تجهیزات یا سرمایه در گردش دارند، اعطای تسهیلات مالی به کسب‌وکارهای خانگی، اعطای وام‌های تشویقی به وام‌گیرندگان شاغل سنوات گذشته که ظرفیت واحد خود را به‌لحاظ کمی و کیفی افزایش دهند، از جمله این خدمات است (۳۶).

هدف از پژوهش حاضر واکاوی تعیین‌کننده‌های توسعه‌ی فعالیت‌های کارآفرینی زنان روستایی شهرستان لارستان از استان فارس است که در قالب تشکیل صندوق‌های خرد روستایی، کسب‌وکارهایی را شروع کرده و از تسهیلات صندوق کارآفرینی امید برخوردار هستند تا بر اساس یافته‌ها بتوان به ارائه راهکارهای پیشنهادی در راستای بهبود فعالیت‌ها و کسب‌وکارهای زنان روستایی پرداخت. در جمع‌بندی از مرور مطالعات پیشین، مجموعه عوامل مؤثر بر توسعه فعالیت‌های کارآفرینی زنان روستایی را می‌توان در چند دسته کلی طبقه‌بندی نمود. این عوامل در چارچوب مفهومی پژوهش در قالب شکل ۱ ترسیم شد.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-09]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1400.8.16.11.0]
[DOI: 10.52547/jea.8.16.97]



شکل ۱- چارچوب مفهومی پژوهش
Figure 1. Conceptual framework of study

مواد و روش‌ها

این پژوهش از نوع توصیفی بوده و اطلاعات مورد نیاز به وسیله فن پیمایش، جمع‌آوری گردید. برای جمع‌آوری اطلاعات از پرسشنامه محقق‌ساخته حاوی سؤالات باز و بسته استفاده شد. روایی پرسشنامه توسط اساتید بخش ترویج و آموزش کشاورزی دانشکده کشاورزی دانشگاه شیراز مورد تأیید قرار گرفت. همچنین، به‌منظور سنجش پایایی پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده گردید. ضرایب آلفای کرونباخ متغیرهای پژوهش در این مطالعه در جدول ۱ قابل مشاهده است. در این پژوهش جهت تحلیل داده‌ها از نرم‌افزارهای SPSS و AMOS استفاده شد.

جدول ۱- ضرایب آلفای کرونباخ متغیرهای پژوهش
Table 1. Cronbach`s Alpha of research variables

نام متغیر	تعداد گویه	ضریب آلفای کرونباخ
روحیه کارآفرینی	۱۱	۰/۸۱
خودکارآمدی	۱۰	۰/۸۶
نگرش نسبت به فعالیت زنان در جامعه	۸	۰/۷۸
آگاهی از انواع طرح‌های صندوق کارآفرینی امید	۹	۰/۸۰
مهارت در تدوین طرح تجاری	۷	۰/۷۹
بهره‌مندی از آموزش‌های کارآفرینی	۱۱	۰/۸۲
گرایش کارآفرینانه	۳۵	۰/۹۲
سیاست‌های حمایتی دولت	۱۵	۰/۸۹
شبکه‌سازی اجتماعی و سازمانی	۷	۰/۹۰
فضای کسب‌وکار	۱۳	۰/۸۸
توسعه فعالیت‌های کارآفرینی	۱۹	۰/۹۳

منطقه مورد مطالعه، شهرستان لارستان واقع در جنوب استان فارس است. جامعه آماری پژوهش شامل تمام زنان روستایی عضو صندوق کارآفرینی امید شهرستان لارستان (۴۴۰ نفر) بودند که طبق فرمول کوکران (۱۳)، حجم نمونه ۱۰۸ نفر تعیین شد.

$$n = \frac{N\delta^2}{(N-1)D + \delta^2}$$

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-09]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1400.8.16.11.0]
[DOI: 10.52547/jea.8.16.97]

$$n = \frac{440\ (35.64)}{(439)(0.25) + (35.64)} = 107.85 \cong 108$$

$$D = \frac{B^2}{4} = \frac{(1)^2}{4} = 0.25$$

N = تعداد کل زنان روستایی عضو صندوق کارآفرینی امید
n = حجم نمونه
δ^2 = واریانس نمونه (بر اساس مطالعه راهنما)
B = میزان خطای احتمالی (در این مطالعه ۱ در نظر گرفته شد)

لازم به ذکر است که در شهرستان لارستان تاکنون ۱۷ صندوق اعتباری خرد زنان روستایی فعال وجود دارد که از این میان، ۱۲ صندوق با تحت پوشش قرار گرفتن در صندوق کارآفرینی امید، تسهیلات، اعتبارات و خدماتی را دریافت می‌کنند؛ لذا طبق روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای، تلاش شد تا در راستای پراکنش منطقی حجم نمونه از تمامی صندوق‌های فعال شهرستان لارستان، از هر صندوق متناسب با تعداد اعضاء، نمونه‌ای تصادفی از زنان عضو (۱۱۱ نفر) برای تکمیل پرسشنامه‌ها انتخاب شود. همچنین، به‌منظور فراهم شدن امکان مقایسه‌ی زنان عضو صندوق با سایر زنان روستایی که عضو چنین صندوق‌هایی نیستند، از هر منطقه دارای صندوق، تعدادی زن روستایی از گروه غیرعضو (۱۰۵ نفر) نیز مورد پرسش قرار گرفتند. بنابراین، نمونه‌ی نهایی، شامل نمونه‌ای تصادفی۲۱۶ نفره از دو گروه زنان عضو و غیرعضو صندوق کارآفرینی امید بودند که مورد مصاحبه قرار گرفتند. در جدول ۲، تعاریف مفهومی متغیرهای اصلی پژوهش ارائه شد. از لحاظ تعاریف کارکردی نیز باید بیان نمود که، تمامی متغیرهای مذکور با طراحی مجموعه سؤالاتی در قالب طیف چندگزینه‌ای لیکرت مورد سنجش و تحلیل قرار گرفتند.

جدول ۲- تعاریف مفهومی متغیرهای پژوهش

Table 2- Conceptual definitions of research variables

متغیر	تعریف
نگرش نسبت به فعالیت زنان در جامعه	در برگیرنده تمایل، احساسات و سطح پذیرش فعالیت‌هایی که زنان در جامعه انجام می‌دهند؛ همچنین شامل دیدگاه و سطح حمایت اعضای خانواده در راستای پشتیبانی مالی و فکری از صاحب کسب‌وکار و میزان ارتباطات خانوادگی و تبادل اطلاعات، مفاهیم و احساس‌ها بین افراد خانواده با یکدیگر است.
آگاهی از انواع طرح‌های صندوق کارآفرینی امید	میزان اطلاع پاسخگویان از انواع طرح‌ها و برنامه‌هایی است که صندوق کارآفرینی امید به‌طور خاص برای اشتغال‌زایی روستایی در مناطق روستایی کشور اجرا نموده است. سه مورد از این طرح‌ها شامل صندوق‌های خرد محلی، هر روستا یک محصول و روستای بدون بیکار است.
بهره‌مندی از آموزش های کارآفرینی	سطح برخورداری و استفاده از آموزش‌های مرتبط با کارآفرینی و کسب‌وکار توسط کارشناسان در قالب انواع کلاس‌ها، دوره‌ها و کارگاه‌های آموزشی، بازدیدهای گروهی، نشریات و برگه‌های ترویجی، رسانه‌های دیجیتالی و آموزش‌های اینترنتی است. همچنین، سطح تعامل و مراودات با مرکز خدمات جهاد کشاورزی دهستان، مدیریت جهاد کشاورزی شهرستان و سازمان جهاد کشاورزی استان است.
روحیه‌ی کارآفرینی	این مفهوم همواره توأم با شخص، اعضای یک کسب‌وکار، گروه‌ها، اجتماعات و ملیت‌هاست؛ به‌عبارتی ریشه در انسانیت دارد. دامنه‌ی تعاریف از آموزش‌های تشویقی کارآفرینان برای تقویت اصالت و اقدامات نوآورانه، عمل‌گرایی، اشتیاق و سازگاری افراد کارآفرین تا حفظ و بهبود چابکی افراد و ایجاد احساس تعلق به کسب‌وکار است.
خودکارآمدی	مفهومی روانشناختی بوده و اشاره به باوری است که شخص به توانایی‌ها و قابلیت‌های خود برای سازمان‌دهی و اجرای اقدامات لازم در موقعیت‌های پیش رو در راستای دستیابی به اهداف خود دارد. خودکارآمدی بر احساسات، چگونگی تفکر، رفتار و برانگیختگی افراد تأثیر داشته و در آن‌ها تفاوت ایجاد می‌نماید.
مهارت در تدوین طرح‌تجاری	به مفهوم آگاهی از انواع طرح‌های تجاری، اطلاع از نحوه‌ی نگارش طرح کسب‌وکار و توانایی در تنظیم آن و همچنین اجرای طرح است.
سیاست‌های حمایتی دولت	دربرگیرنده اقدامات و برنامه‌هایی شامل برگزاری نمایشگاه از تولیدات، معرفی کارآفرینان نمونه، حمایت از طرح‌های کارآفرینی و ... است که از سوی دولت برای فعالیت‌های کارآفرینی زنان روستایی انجام می‌شود. همچنین، بهره‌مندی زنان روستایی از انواع تسهیلات، وام‌ها و منابع اعتباری بانک‌ها، مؤسسات دولتی و خصوصی و ... است.
فضای کسب و کار	مجموعه عوامل مؤثر بر عملکرد واحدهای اقتصادی مانند کیفیت دستگاه‌های حاکمیت، ثبات قوانین و مقررات، کیفیت زیرساخت‌ها و ... است که تغییر دادن آن‌ها فراتر از اختیارات و قدرت مدیران کسب‌وکارهای کوچک و متوسط اقتصادی روستایی است. این متغیر همچنین شامل توجه به مدت زمان صرف‌شده برای آغاز فعالیت کارآفرینی، مدت‌زمان انتظار برای دریافت وام، استفاده از انواع دارایی‌ها به‌عنوان وثیقه و... است.
گرایش کارآفرینانه	گرایش کارآفرینانه از پنج بعد خلاقیت (تمایل پاسخگو نسبت به حمایت از ایده‌های جدید، زیر پا گذاشتن قواعد، داشتن ایده های متنوع و انجام چند کار به صورت همزمان و ...)، پیشگامی (توانایی زن روستایی در پیش‌بینی تغییرات و فرصت‌های آتی برای تولید و توسعه محصولات جدید یا بهبود محصولات فعلی و تشخیص روند بازارهای آتی)، ریسک‌پذیری (جرأت مخاطب در اقدام به انجام فعالیت‌هایی که تاکنون کسی انجام نداده یا پیامدهای شفافی ندارد)، استقلال (احساس کنترل بر سرنوشت خود، پیاده‌سازی ایده‌ها و اقدامات جدید با اتکای به خود و بدون وابستگی) و رقابت تهاجمی (نگرش چالشی به رقبایی که تلاش می‌کنند تا جایگاه‌شان را بهبود ببخشند یا به بازارهای جدید ورود کنند) تشکیل شده است.
شبکه‌سازی سازمانی و اجتماعی	شبکه‌سازی سازمانی و اجتماعی، ساختاری اجتماعی از گردهمایی افراد به‌منظور تبادل عقاید، افکار و احساسات است و شامل شبکه‌های اجتماعی سازمانی و شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌شود.
توسعه فعالیت‌های کارآفرینی زنان	توسعه فعالیت‌های کارآفرینی به‌معنی سطح پیشرفت فعالیت‌های کارآفرینی زنان روستایی به‌واسطه عضویت در صندوق کارآفرینی امید است. این متغیر با در نظر گرفتن مؤلفه‌هایی همچون نوآوری، تاب‌آوری، اشتغال‌زایی، سودآوری، پایداری کسب‌وکار، توجه به حفظ محیط زیست و بهره‌گیری از فرصت‌ها در قالب مجموعه سؤالاتی با طیف لیکرت در وضعیت قبل و پس از عضویت پاسخگو در صندوق مورد سنجش قرار گرفت.

منابع: (۳۷، ۳، ۱۲، ۸، ۲۵، ۱۹، ۴۱، ۴۶، ۳۹)

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-09]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1400.8.16.11.0]
[DOI: 10.52547/jea.8.16.97]

نتایج و بحث

ابتدا با استفاده از آمار توصیفی به معرفی نمونه‌های مورد مطالعه به تفکیک زنان روستایی عضو و غیرعضو صندوق کارآفرینی امید پرداخته شده و پس از آن، در راستای هدف اصلی پژوهش در راستای شناسایی تعیین‌کننده‌های توسعه فعالیت‌های کارآفرینی زنان روستایی، یافته‌های حاصل از مدل معادلات ساختاری ارائه شد.

طبق نمونه مورد مطالعه، حدود نیمی (۵۱/۴ درصد) از افراد پاسخگو، عضو صندوق کارآفرینی امید هستند و مابقی (۴۸/۶ درصد) عضو صندوق کارآفرینی امید نیستند (جدول ۳).

جدول ۳- توزیع فراوانی پاسخگویان از لحاظ عضویت در صندوق کارآفرینی امید

Table 3. Frequency distribution of respondents in terms of their membership in Omid Entrepreneurship Fund

عضویت	فراوانی	درصد فراوانی	درصد تجمعی
بلی	۱۱۱	۵۱/۴	۵۱/۴
خیر	۱۰۵	۴۸/۶	۱۰۰
جمع کل	۲۱۶	۱۰۰	

نتایج حاصل از بررسی توزیع فراوانی پاسخگویان از لحاظ سن در جدول ۴، نشان داده شد. زنان عضو از نظر سنی به سه گروه سنی کمتر از ۳۵، افراد بین ۳۵ تا ۴۵ (میانسال) و بیشتر از ۴۵ سال گروه‌بندی شد. دسته‌بندی توزیع سنی زنان عضو نشان می‌دهد که، بیش از نیمی از افراد میانسال (۵۵/۹ درصد) بودند، حدود ۳۰ درصد در رده سنی کمتر از ۳۵ سال بوده و ۱۳/۵ درصد نیز بیشتر از ۴۵ سال بود. به‌طورکلی زنان پاسخگو در رده سنی ۲۵ تا ۵۵ سال قرار دارند. در توزیع سنی زنان غیرعضو نیز درصد زیادی از افراد (۵۶ درصد) در گروه میانسال بوده؛ اما تفاوتی که با گروه عضو دارد این است که، زنان جوان‌تر با درصد کمتری (۱۷ درصد) در این گروه هستند که نشان داد در نمونه مورد مطالعه، زنان جوان بیشتر به عضویت صندوق کارآفرینی امید در آمده و فعالیت‌های خود را در این صندوق‌ها انجام دادند.

جدول ۴- توزیع فراوانی پاسخگویان از لحاظ سن

Table 4. Frequency distribution of respondents in terms of their age

	زنان روستایی غیرعضو			زنان روستایی عضو		
گروه سنی	فراوانی	درصد فراوانی	درصد تجمعی	فراوانی	درصد فراوانی	درصد تجمعی
کمتر از ۳۵ سال	۱۸	۱۷/۱	۱۷/۱	۳۴	۳۰/۶	۳۰/۶
بین ۳۵ تا ۴۵ سال	۵۹	۵۶/۲	۷۳/۳	۶۲	۵۵/۹	۸۶/۵
بیشتر از ۴۵ سال	۲۸	۲۶/۷	۱۰۰	۱۵	۱۳/۵	۱۰۰
جمع	۱۰۵	۱۰۰		۱۱۱	۱۰۰	

طبق جدول ۵ مربوط به توزیع وضعیت سواد پاسخگویان، بیشترین درصد فراوانی در گروه عضو، مربوط به افرادی است که دارای سطح سواد دیپلم (۵۵ درصد) و کمترین درصد فراوانی مربوط به افراد دارای تحصیلات دانشگاهی است. به طورکلی در نمونه مورد مطالعه، زنان عضو دارای میانگین سطح سواد شش ساله یعنی ابتدایی (۶/۳۴) بودند. یافته‌های توزیع سطح سواد زنان غیرعضو نیز نشان داد که، افراد دارای سطح سواد ابتدایی، بالاترین درصد (۴۹ درصد) و پس از آن، حدود ۴۵ درصد نیز دارای تحصیلات تا سطح دیپلم بودند، اما هیچ‌یک از زنان این گروه دارای تحصیلات دانشگاهی نبودند. به‌طورکلی میانگین سطح سواد زنان غیرعضو ۵ سال بود که این میزان از میانگین سطح تحصیلات در گروه عضو کمتر بود.

جدول ۵- توزیع فراوانی پاسخگویان از سطح سواد

Table 5. Frequency distribution of respondents in terms of their educational level

	زنان روستایی غیرعضو			زنان روستایی عضو		
سطح سواد	فراوانی	درصد فراوانی	درصد تجمعی	فراوانی	درصد فراوانی	درصد تجمعی
بی‌سواد	۷	۶/۷	۶/۷	۵	۴/۵	۴/۵
ابتدایی	۵۱	۴۸/۶	۵۵/۲	۴۲	۳۷/۸	۴۲/۳
دیپلم	۴۷	۴۴/۸	۱۰۰	۶۱	۵۵	۹۷/۳
تحصیلات دانشگاهی	۰	۰		۳	۲/۷	۱۰۰
جمع	۱۰۵	۱۰۰		۱۱۱	۱۰۰	

طبق نتایج جدول ۶، بیش از نیمی از پاسخگویان (۵۹/۵ درصد)، با سابقه کمتر از ۲ سال در صندوق عضویت داشته و ۳۶ نفر از آن‌ها با (۳۲/۴ درصد) بین دو تا سه سال عضویت و درصد کمی (۸ درصد) نیز دارای بیشتر از سه سال عضویت بودند.

جدول ۶- توزیع فراوانی زنان روستایی عضو صندوق کارآفرینی امید از لحاظ سابقه عضویت

Table 6. Frequency distribution of rural women in terms of their membership background

سابقه عضویت	فراوانی	درصد فراوانی	درصد تجمعی
کمتر از ۲ سال	۶۶	۵۹/۵	۵۹/۵
۲ تا ۳ سال	۳۶	۳۲/۴	۹۱/۹
بیشتر از ۳ سال	۹	۸/۱	۱۰۰
جمع	۱۱۱	۱۰۰	

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-09]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1400.8.16.11.0]
[DOI: 10.52547/jea.8.16.97]

در راستای تحقق هدف اصلی پژوهش که شناسایی سازه‌های مؤثر بر توسعه فعالیت‌های کارآفرینی زنان روستایی شهرستان لارستان بود؛ در این قسمت، به ارائه نتایج حاصل از تحلیل مسیر به تفکیک دو گروه زنان عضو و غیرعضو پرداخته شده است.

نتایج تحلیل مسیر مدل علّی سازه‌های مؤثر بر توسعه‌ی فعالیت‌های کارآفرینی زنان روستایی عضو صندق کارآفرینی امید در شکل ۲ ارائه شد. ضرایب مسیر با مقدار کمتر از ۰/۱۰ نشان‌دهنده‌ی اثرات ضعیف، مقادیر ۰/۱ تا ۰/۳۰ نشان‌دهنده اثرات متوسط و مقادیر ۰/۵۰ و بالاتر مبین اثرات قوی یک متغیر بر متغیر دیگر بود. شرایط لازم برای برازش داده–مدل شامل موارد زیر است: نسبت کای‌اسکوئر (Chi-square) به درجه آزادی (df) باید کمتر از ۵ باشد؛ مقدار CFI و NFI باید بیشتر از ۰/۹۵ باشد؛ مقدار RMSEA باید کمتر از ۰/۰۶ باشد. همان‌گونه که مشاهده شد، مقادیر متناسب شاخص‌های برازش که در حاشیه شکل ۲ گزارش شد، نشانگر سازگاری مناسب داده–مدل بود.

اثرات علّی متغیرها بر گرایش کارآفرینانه زنان روستایی عضو صندوق کارآفرینی امید در جدول ۷ و شکل ۲ نشان داد که بهره‌مندی از آموزش‌های کارآفرینی دارای بیشترین اثر مستقیم و معنی‌دار بود (β= ۰/۴۰۶، p=۰/۰۰۰۱). به‌طوری‌که آموزش‌های کارآفرینی بیشتر باعث گرایش کارآفرینانه بالاتر در بین زنان روستایی شد. لذا؛ طراحی و اجرای آموزش‌های برنامه‌ریزی‌شده، هدفمند و مؤثر در حوزه کارآفرینی و کسب‌وکار می‌تواند ویژگی‌های نوآوری، رقابت‌طلبی، استقلال و پیشگامی را در مخاطبین تقویت نماید. پس از آن، متغیر روحیه کارآفرینی نیز دارای اثر مستقیم و مثبت قابل‌توجه بر گرایش کارآفرینانه زنان عضو بود (β= ۰/۳۳۲، p=۰/۰۰۰۱). همچنین، نتایج نشان داد که، متغیر آگاهی از انواع طرح‌های صندوق کارآفرینی امید دارای تأثیر مستقیم، مثبت و معنی‌دار بر گرایش کارآفرینانه زنان عضو بود (β=۰/۲۳۶ ، p=۰/۰۰۴). این یافته نشان داد که آگاهی زنان از اهداف و نحوه فعالیت‌های طرح‌های صندوق بر گرایش کارآفرینانه آن‌ها تأثیر داشت. در واقع، اطلاع‌رسانی گسترده در حوزه طرح‌های مختلف صندوق، می‌تواند موجب ترغیب و تقویت گرایش کارآفرینانه زنان روستایی شود. از سوی دیگر، مهارت زنان عضو در تدوین طرح تجاری و خودکارآمدی آن‌ها نیز به‌ترتیب با ضرایب ۰/۱۹۲ و ۰/۱۴۶ دارای اثرات مستقیم بر گرایش کارآفرینانه زنان روستایی بود.

اهمیت برخی متغیرهای فردی مانند روحیه کارآفرینی و خودکارآمدی و همچنین متغیرهای آموزشی–ترویجی بر تقویت ابعاد گرایش کارآفرینانه مانند ریسک‌پذیری، استقلال و خلاقیت زنان روستایی در مطالعات مشابهی که بر فعالیت‌های کارآفرینانه زنان انجام گرفته نیز موردتأیید بود (۲۳،۱۴).

جدول ۷– اثرات کل و مستقیم متغیرهای پژوهش بر متغیر گرایش کارآفرینانه
Table 7. Direct and total effects of research variables on entrepreneurial orientation

متغیرها	اثرات کل استانداردشده	اثرات مستقیم استانداردشده	سطح معنی‌داری
سطح تحصیلات	-۰/۰۱۵	-۰/۰۱۵	۰/۸۵۱
روحیه کارآفرینی	۰/۳۳۲	۰/۳۳۲	۰/۰۰۰۱
خودکارآمدی	۰/۱۴۶	۰/۱۴۶	۰/۰۲
نگرش به فعالیت زنان روستایی در جامعه	۰/۱۱۹	۰/۱۱۹	۰/۱۴۹
آگاهی از انواع طرح‌های صندوق کارآفرینی امید	۰/۲۳۶	۰/۲۳۶	۰/۰۰۴
بهره‌مندی از آموزش‌های کارآفرینی	۰/۴۰۶	۰/۴۰۶	۰/۰۰۰۱
مهارت در تدوین طرح تجاری	۰/۱۹۲	۰/۱۹۲	۰/۰۰۷
سیاست‌های حمایتی دولت	۰/۰۴۲	۰/۰۴۲	۰/۶۱۲
فضای کسب‌وکار	-۰/۰۰۹	-۰/۰۰۹	۰/۹۱۲

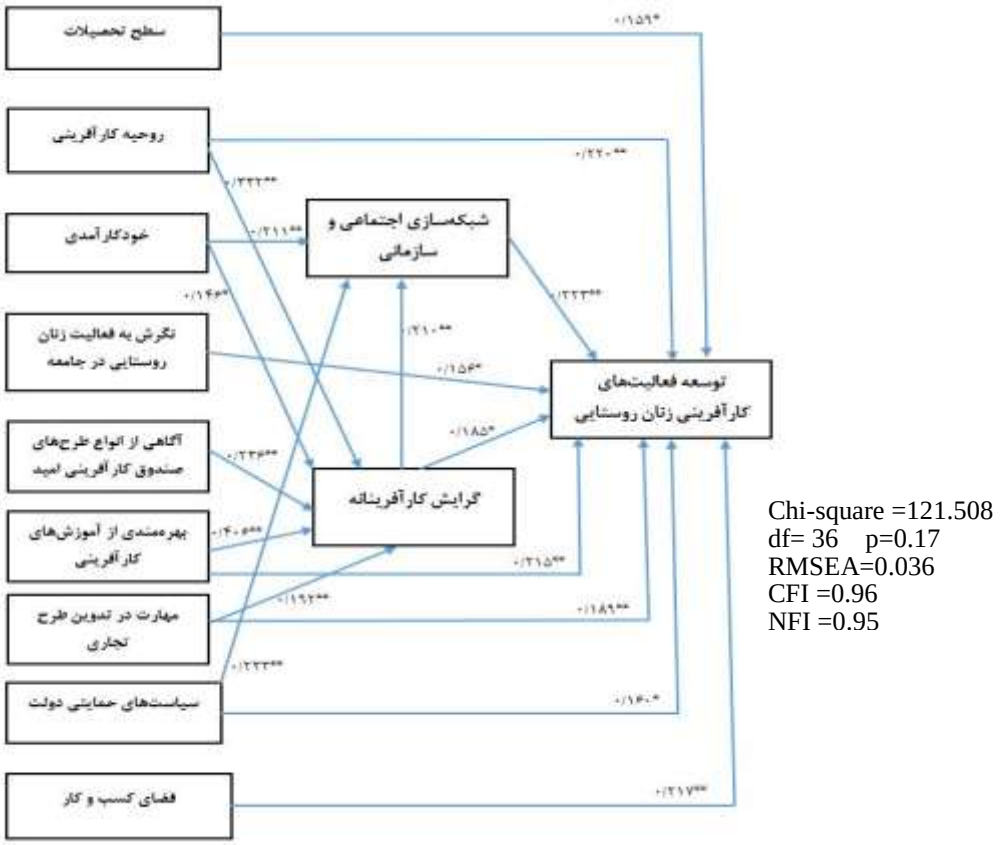
اثرات علّی متغیرها بر شبکه‌سازی اجتماعی و سازمانی در جدول ۸ و شکل ۲ ارائه شد. یافته‌هانشان داد که، سیاست‌های حمایتی دولت بر این متغیر، دارای اثر مستقیم، مثبت و معنی‌دار بود (β=۰/۲۳۳، p= ۰/۰۰۹). به‌طوری‌که زنانی که از سیاست‌های حمایتی بالاتری برخوردارند، در شبکه‌سازی برای فعالیت‌های خود نیز موفق‌تر بودند. در واقع، حمایت‌های دولتی می‌تواند سطح اطمینان و اعتماد زنان نسبت به راه‌اندازی و توسعه کسب و کارهای فردی و گروهی را تقویت نموده تا با تمایل بیشتری به انواع شبکه‌سازی‌های اجتماعی و سازمانی در راستای بهبود کسب و کارهای خود پیش روند. همچنین، متغیر خودکارآمدی نیز دارای اثر مستقیم و مثبت بر شبکه‌سازی اجتماعی بود (β=۰/۲۱۱، p= ۰/۰۱). بدین معنی که تقویت حس خودکارآمدی و اعتماد به نفس زنان، آن‌ها را ترغیب نموده در قالب ایجاد شبکه‌های مختلف اجتماعی و سازمانی در راستای راه‌اندازی کسب‌وکارهای کوچک روستایی به فعالیت گروهی بپردازند. از طرف دیگر، متغیر گرایش کارآفرینانه زنان عضو نیز دارای تأثیر مستقیم، مثبت و معنی‌دار بر شبکه‌سازی اجتماعی و سازمانی بود (β=۰/۲۱۰، p=۰/۰۱). به‌عبارتی، زنانی که دارای گرایش کارآفرینانه بالاتری بودند، این امر سبب شبکه‌سازی بیشتر در بین آن‌ها شد. در واقع، زنانی که ویژگی‌های نوآوری، استقلال، رقابت‌طلبی و پیشگامی قوی‌تری داشتند، در شبکه‌سازی و فعالیت‌های تیمی نیز بهتر عمل نمودند. بادزبان و همکاران (۶) نیز در پژوهش خود بر نقش تأثیرگذار شبکه‌سازی اجتماعی و سازمانی در فعالیت‌های کارآفرینانه زنان روستایی فارس تأکید نمودند.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-09]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1400.8.16.11.0]
[DOI: 10.52547/jea.8.16.97]

جدول ۸- اثرات کل، مستقیم و غیرمستقیم متغیرهای پژوهش بر متغیر شبکه‌سازی اجتماعی و سازمانی
Table 8. Direct, indirect and total effects of research variables on social and organizational networking

متغیرها	اثرات کل استانداردشده	اثرات مستقیم استانداردشده	اثرات غیرمستقیم استانداردشده	سطح معنی‌داری
سطح تحصیلات	۰/۰۷۶	۰/۰۷۵	۰/۰۰۱	۰/۳۹۶
روحیه کارآفرینی	۰/۱۹۷	۰/۰۴۳	۰/۱۵۴	۰/۶۳۲
خودکارآمدی	۰/۲۱۶	۰/۲۱۱	۰/۰۰۵	۰/۰۱
نگرش به فعالیت زنان روستایی در جامعه	-۰/۰۳۳	-۰/۰۲۷	-۰/۰۰۶	۰/۷۶۰
آگاهی از انواع طرح‌های صندوق کارآفرینی امید	۰/۰۳۱	۰/۰۲۰	۰/۰۱۱	۰/۸۳۰
بهره‌مندی از آموزش‌های کارآفرینی	۰/۰۷۸	-۰/۱۳۳	۰/۲۱۱	۰/۱۷۵
مهارت در تدوین طرح تجاری	۰/۲۲۴	۰/۰۲۳	۰/۲۰۱	۰/۸۰۰
سیاست‌های حمایتی دولت	۰/۲۳۱	۰/۲۳۳	-۰/۰۰۲	۰/۰۰۹
فضای کسب‌وکار	-۰/۰۸۸	-۰/۰۸۹	/۰۰۱	۰/۳۱۷
گرایش کارآفرینانه	۰/۲۱۰	۰/۲۱۰	-	۰/۰۱

متغیرهای مهارت در تدوین طرح تجاری، بهره‌مندی از آموزش‌های کارآفرینی، روحیه کارآفرینی و آگاهی از طرح‌های صندوق کارآفرینی امید از طریق گرایش کارآفرینانه دارای اثر غیرمستقیم بر شبکه‌سازی اجتماعی و سازمانی زنان عضو داشت (اثرات مستقیم استاندارد شده (ضرایب مسیر) به‌ترتیب ۰/۲۰۱، ۰/۲۱۱، ۰/۱۵۴ و ۰/۰۱۱). بنابراین، تقویت مهارت زنان روستایی عضو در نگارش طرح تجاری و برگزاری آموزش‌های هدفمند و مؤثر کارآفرینانه برای آنان و همچنین تقویت روحیه کارآفرینی این گروه از زنان، می تواند به‌گونه‌ای غیرمستقیم از طریق تقویت گرایش کارآفرینانه زنان نیز بر شبکه‌سازی اجتماعی آن‌ها تأثیرگذار باشد. در مطالعات گلکارفرد (۱۵) و بنازاده (۷) نیز به ضرورت آموزش‌های کارآفرینی زنان روستایی به‌ویژه اهمیت مهارت در تدوین طرح تجاری، اشاره شد که در راستای یافته این مطالعه است. همچنین در پژوهش او (۳۵) بر اهمیت و نقش تفاوت‌های فردی کارآفرینانه‌ی زنان روستایی بر عملکرد کسب‌وکارهای آنان اشاره شده ، که با این پژوهش نیز همخوانی داشت.



شکل ۲- مدل علّی سازه‌های مؤثر بر توسعه فعالیت‌های کارآفرینی زنان روستایی عضو صندوق کارآفرینی امید
Figure 2. Causal model of factors affecting entrepreneurial activities development of members of Omid Entrepreneurship Fund

طبق نتایج جدول ۹، متغیر شبکه‌سازی اجتماعی و سازمانی بیشترین اثر مستقیم را با ضریب ۰/۲۲۳ بر توسعه فعالیت‌های کارآفرینی زنان عضو داشت (β=۰/۲۲۳، p=۰/۰۰۹). این یافته بیانگر اهمیت بسیار زیاد فرآیند شبکه‌سازی در گروه‌های اجتماعی و سازمانی به‌منظور کمک به توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه زنان روستایی بود. در واقع، زنانی که توانایی کار

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-09]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1400.8.16.11.0]
[DOI: 10.52547/jea.8.16.97]

تیمی و برقراری ارتباط و تعاملات بهتر در قالب شبکه‌های مختلف را داشتند؛ در توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه خود نیز موفق‌تر بودند. در وهله بعد، متغیر روحیه کارآفرینی نیز اثر مستقیم و معنی‌داری بر توسعه فعالیت‌های کارآفرینی زنان داشت (β=۰/۲۲۰، p=۰/۰۰۷). منطقی به‌نظر می‌رسد که زنان روستایی که روحیه کارآفرینی قوی‌تری داشتند، در توسعه و پیشبرد فعالیت‌های کسب‌وکار خود نیز بهتر عمل کردند. همچنین، متغیر فضای کسب‌وکار دارای تأثیر مستقیم، مثبت و معنی‌داری بر توسعه فعالیت‌های کارآفرینی زنان عضو داشت (β=۰/۲۱۷، p=۰/۰۰۸). به‌طوری‌که هرچه فضای کسب‌وکار بهتر باشد، فعالیت‌های کارآفرینی زنان عضو توسعه بیشتری داشته است. به‌عبارتی، زنان گروه عضو معتقدند که هرچه شرایط و بستر بهتری برای کسب‌وکارهای آنان فراهم باشد، این موضوع زمینه‌ساز گسترش فعالیت‌های کارآفرینانه آن‌ها نیز خواهد بود. از طرف دیگر، متغیر بهره‌مندی از آموزش‌های کارآفرینی نیز تأثیر مستقیم، مثبت و معنی‌داری بر توسعه فعالیت‌های کارآفرینی زنان روستایی عضو داشت (β= ۰/۲۱۵، p=۰/۰۱). بنابراین، لزوم برگزاری مستمر دوره‌های آموزشی سودمند در زمینه‌ی مسائل کارآفرینی، می‌تواند در پیشبرد فعالیت‌های کسب‌وکار این گروه از زنان، تأثیر به‌سزایی داشته باشد. همچنین، متغیرهای مهارت در تدوین طرح تجاری و گرایش کارآفرینانه نیز به‌ترتیب با ضرایب ۰/۱۸۹ و ۰/۱۸۵ دارای اثرات مستقیم و معنی‌دار بر توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه زنان عضو بود. در واقع، زنانی که گرایش کارآفرینانه قوی‌تر و توانایی بالاتری در بیان ایده‌های کارآفرینانه خود در قالب طرح تجاری داشتند، در گسترش کسب‌وکارهای روستایی خود نیز موفق‌تر بودند. بر طبق نتایج، متغیرهای سیاست‌های حمایتی دولت، سطح تحصیلات و نگرش به فعالیت زنان روستایی در جامعه اثرات مستقیم و معنی‌داری بر توسعه فعالیت‌های کارآفرینی زنان عضو داشت (اثرات مستقیم استاندارد شده (ضرایب مسیر) به ترتیب ۰/۱۶۰، ۰/۱۵۹ و ۰/۱۵۶). حسینی و همکاران (۲۱،۲۲) نیز در پژوهش خود به نقش تأثیرگذار حمایت‌های دولتی و سایر سیاست‌های پیش‌برنده و تسهیل‌کننده در توسعه فعالیت‌های روستاییان تأکید کردند. اهمیت این‌گونه سیاست‌های حمایتی در کنار فراهم‌ساختن ملزومات فضای کسب‌وکار همچنین در پژوهش کاشف‌گنج‌دره در (۲۴) نیز مورد اشاره قرار گرفت که مؤید یافته‌های تحلیل مسیر در مطالعه حاضر بود. همچنین کودوراس و همکاران (۹) نیز در مطالعه خود به اهمیت سیاست‌ها و خط‌مشی‌های دولتی، ارائه تسهیلات و تأمین زیرساخت‌های تجاری و فیزیکی را در توسعه‌ی فعالیت‌های کارآفرینی زنان مؤثر دانستند که با یافته‌های پژوهش فعلی همخوانی داشت.

جدول ۹- اثرات کل، مستقیم و غیرمستقیم متغیرهای پژوهش بر متغیر توسعه فعالیت‌های کارآفرینی زنان روستایی
Table 9. Direct, indirect and total effects of research variables on entreprebeurial activities development of rural women

متغیرها	اثرات کل استانداردشده	اثرات مستقیم استانداردشده	اثرات غیرمستقیم استانداردشده	سطح معنی‌داری
سطح تحصیلات	۰/۱۵۸	۰/۱۵۹	-۰/۰۰۱	۰/۰۴۰
روحیه کارآفرینی	۰/۳۹۰	۰/۲۲۰	۰/۱۷۰	۰/۰۰۷
خودکارآمدی	۰/۳۰۷	۰/۱۱۷	۰/۱۹۰	۰/۱۶۰
نگرش به فعالیت زنان روستایی در جامعه	۰/۱۶۳	۰/۱۵۶	۰/۰۰۷	۰/۰۴
آگاهی از انواع طرح‌های صندوق کارآفرینی امید	۰/۰۹۹	-۰/۰۴۱	۰/۱۴۰	۰/۶۲۴
بهره‌مندی از آموزش‌های کارآفرینی	۰/۲۴۰	۰/۲۱۵	۰/۰۲۵	۰/۰۱۷
مهارت در تدوین طرح تجاری	۰/۲۱۹	۰/۱۸۹	۰/۱۳۰	۰/۰۱۹
سیاست‌های حمایتی دولت	۰/۱۸۲	۰/۱۶۰	۰/۰۲۲	۰/۰۴۰
فضای کسب و کار	۰/۲۱۵	۰/۲۱۷	-۰/۰۲۰	۰/۰۰۸
گرایش کارآفرینانه	۰/۱۸۵	۰/۱۸۵	-	۰/۰۳
شبکه‌سازی اجتماعی و سازمانی	۰/۲۲۳	۰/۲۲۳	-	۰/۰۰۹

همان‌گونه که در شکل ۲نشان داده شد، علاوه بر اثرات مستقیم متغیرها بر توسعه فعالیت‌های کارآفرینی زنان روستایی عضو، برخی متغیرها می‌توانند از طریق متغیرهای میانجی شبکه‌سازی اجتماعی و سازمانی و گرایش کارآفرینانه نیز اثرات غیرمستقیمی بر توسعه فعالیت‌های کارآفرینی زنان عضو داشته باشند. به طوری‌که، متغیرهای مهارت در تدوین طرح تجاری، روحیه کارآفرینی، بهره‌مندی از آموزش‌های کارآفرینی و گرایش کارآفرینانه علاوه بر تأثیرات مستقیم، اثرات غیرمستقیم نیز بر بهبود فعالیت‌های کارآفرینی زنان عضو داشتند (۰/۱۳۰، ۰/۱۷۰، ۰/۰۲۵). همچنین، متغیر خودکارآمدی (β=۰/۱۹۰) از طریق متغیرهای میانجی شبکه‌سازمانی اجتماعی و گرایش کارآفرینانه بر توسعه فعالیت‌های کارآفرینی دارای اثر غیرمستقیم بود. متغیر سیاست‌های حمایتی دولت (β=۰/۰۲۲) از طریق شبکه‌سازی اجتماعی و متغیر آگاهی از انواع طرح‌های صندوق کارآفرینی امید (β=۰/۱۴۰) از طریق گرایش کارآفرینانه بر توسعه فعالیت‌های کارآفرینی زنان عضو اثرات غیرمستقیم داشتند. تأثیر متغیرهای شخصیتی زنان روستایی با پژوهش کرمی و همکاران (۲۳) همخوانی داشت.

نتایج تحلیل مسیر مدل علّی سازه‌های مؤثر بر توسعه فعالیت‌های کارآفرینی زنان روستایی غیرعضو صندق کارآفرینی امید در شکل ۳ ارائه شد. مقادیر متناسب شاخص‌های برازش که در حاشیه شکل ۳ گزارش شد، نشانگر سازگاری مناسب داده-مدل این الگو نیز بود.

اثرات علّی متغیرها بر گرایش کارآفرینانه در جدول ۱۰ و شکل ۳ نشان داد که متغیر خودکارآمدی اثر مستقیم و معنی‌دار داشت (β=۰/۲۸۹, p=۰/۰۰۱). به‌عبارتی، زنانی که سطح خودکارآمدی بالاتری داشتند، از نظر ویژگی‌های

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-09]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1400.8.16.11.0]
[DOI: 10.52547/jea.8.16.97]

پنجگانه گرایش کارآفرینانه نیز بالاتر بودند. خودکارآمدی همچنین از طریق گرایش کارآفرینانه (β=۰/۰۶۷)، در وهله بعد دارای تأثیر غیرمستقیم بر بهبود فعالیت‌های زنان بود. در واقع، با کمک به زنان روستایی غیرعضو در راستای بهبود سطح خودکارآمدی آنان و تقویت سطح اعتماد به‌نفس این گروه، می‌توان امیدوار بود که خصوصیات نوآوری، استقلال، رقابت‌طلبی و پیشگامی نیز در آنان تقویت گردد که این امر در وهله بعد بر تداوم فعالیت‌های زنان روستایی غیرعضو نیز تأثیرگذار خواهد بود. از طرف دیگر، متغیر نگرش به فعالیت زنان روستایی در جامعه نیز دارای اثر مستقیم و معنی‌دار بر گرایش کارآفرینانه بود (β=۰/۱۹۱، p=۰/۰۳۳). بدین معنی که در جوامعی که نگرش مساعدتری نسبت به فعالیت زنان روستایی وجود داشت، سطح گرایش کارآفرینانه زنان روستایی نیز بالاتر بود. این موضوع بر ضرورت اقدامات فرهنگی در تغییر دیدگاه‌های جوامع روستایی نسبت به فعالیت‌های تجاری و خارج از منزل زنان روستایی اشاره دارد و یافته‌ها نشان داد که این تغییر نگرش، زمینه‌ساز تقویت گرایش کارآفرینانه در زنان روستایی غیرعضو خواهد گردید. نگرش به فعالیت زنان روستایی در جامعه (β=۰/۰۴۳)، همچنین، از طریق گرایش کارفرینانه نیز دارای تأثیر غیرمستقیم بر بهبود فعالیت‌های زنان روستایی بود. بنابراین، اثرات تغییر نگرش نسبت به فعالیت‌های زنان روستایی به‌طور غیرمستقیم بر فعالیت‌های این گروه نیز مؤثر بود. حیدری ساربان و مجنونی توتاخانه (۱۸) نیز در مطالعه خویش به تأثیر خودکارآمدی بر تقویت کارآفرینی روستاییان اشاره کردند.

جدول ۱۰- اثرات کل و مستقیم متغیرهای پژوهش بر متغیر گرایش کارآفرینانه
Table 10. Direct and total effects of research variables on entrepreneurial orientation

متغیرها	اثرات کل استانداردشده	اثرات مستقیم استانداردشده	سطح معنی‌داری
سطح تحصیلات	-۰/۰۸۴	-۰/۰۸۴	۰/۳۵۱
روحیه کارآفرینی	۰/۱۳۶	۰/۱۳۶	۰/۱۳۰
خودکارآمدی	۰/۲۸۹	۰/۲۸۹	۰/۰۰۱
نگرش به فعالیت زنان روستایی در جامعه	۰/۱۹۱	۰/۱۹۱	۰/۰۳۳
آگاهی از انواع طرح‌های صندوق کارآفرینی امید	۰/۰۷۶	۰/۰۷۶	۰/۳۹۴
بهره‌مندی از آموزش‌های کارآفرینی	۰/۰۹۰	۰/۰۹۰	۰/۳۱۳
مهارت در تدوین طرح تجاری	۰/۰۱۵	۰/۰۱۵	۰/۸۷۱
سیاست‌های حمایتی دولت	۰/۰۵۳	۰/۰۵۳	۰/۵۵۷
فضای کسب و کار	-۰/۰۴۲	-۰/۰۴۲	۰/۶۴۱

طبق اثرات علّی متغیرها بر شبکه‌سازی اجتماعی و سازمانی که در جدول ۱۱و شکل ۳ ارائه شد؛ یافته‌ها نشان داد که، متغیر خودکارآمدی بر شبکه‌سازی اجتماعی و سازمانی، بیشترین اثر مستقیم، مثبت و معنی‌دار را دارا بود (β=۰/۳۶۰، p=۰/۰۰۰۱). لذا، می‌توان انتظار داشت زنان روستایی که دارای اعتماد به‌نفس بالاتر و به‌طورکلی خودکارآمدی قوی‌تر بودند؛ فعالیت بیشتری در تقویت تعاملاتشان در قالب ایجاد شبکه‌های مختلف اجتماعی و سازمانی نیز داشتند. بنابراین، نکته جالب توجه این است که تقویت سطح خودکارآمدی حتی در زنان گروه غیرعضو نیز موجب بهبود روابط و تمایل به شبکه‌سازی‌ها خواهد گردید. متغیرهای مهارت در تدوین طرح تجاری (β=۰/۲۵۲، p=۰/۰۰۱)، سیاست‌های حمایتی دولت (β=۰/۲۳۹، p=۰/۰۰۲) و فضای کسب و کار (β=۰/۲۲۷، p=۰/۰۰۳) نیز دارای اثر مستقیم، مثبت و معنی‌داری بر شبکه‌سازی اجتماعی و سازمانی بودند. بدین معنی که توانایی زنان روستایی غیرعضو در تدوین یک طرح تجاری توجیه‌پذیر در کنار حمایت‌های دولتی برای تأمین ملزومات و فضای کسب‌وکار می‌تواند موجب ایجاد و تقویت شبکه‌های اجتماعی و سازمانی این گروه از زنان روستایی گردد. همچنین طبق نتایج، متغیر سطح تحصیلات نیز دارای تأثیر مستقیم، مثبت و معنی‌دار بر شبکه‌سازی اجتماعی و سازمانی بود (β=۰/۲۰۱، p=۰/۰۱). در واقع، زنان روستایی با تحصیلات بالاتر، روابط بهتری در قالب شبکه‌سازی‌های اجتماعی و سازمانی داشتند. آگاهی از انواع طرح‌های صندوق کارآفرینی امید هم متغیر دیگری است که بر شبکه‌سازی اجتماعی اثر مستقیم داشت (β=۰/۱۸۵، p=۰/۰۱). لذا، ضروری به‌نظر می‌رسد که نسبت به طرح‌های متنوع صندوق کارآفرینی امید برای تمام زنان روستایی از جمله زنان غیرعضو این صندوق‌ها نیز اطلاع‌رسانی‌های کلی صورت پذیرد؛ کما اینکه طبق یافته‌ها، این آگاهی‌ها بر تمایل زنان روستایی در شبکه‌سازی‌ها تأثیرگذار بود. مطالعه بادزبان (۵) نیز با این نتایج همخوانی داشت. اوکه (۳۵) در مطالعه‌ی خود بر اهمیت نقش شبکه‌سازی اجتماعی زنان بر راه‌اندازی و گسترش کسب و کارهای زنان تأکید بسیار نمود که در راستای یافته‌های این پژوهش نیز بود.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-09]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1400.8.16.11.0]
[DOI: 10.52547/jea.8.16.97]

جدول ۱۱- اثرات کل، مستقیم و غیرمستقیم متغیرهای پژوهش بر متغیر شبکه‌سازی اجتماعی و سازمانی
Table 11. Direct, indirect and total effects of research variables on social and organizational networking

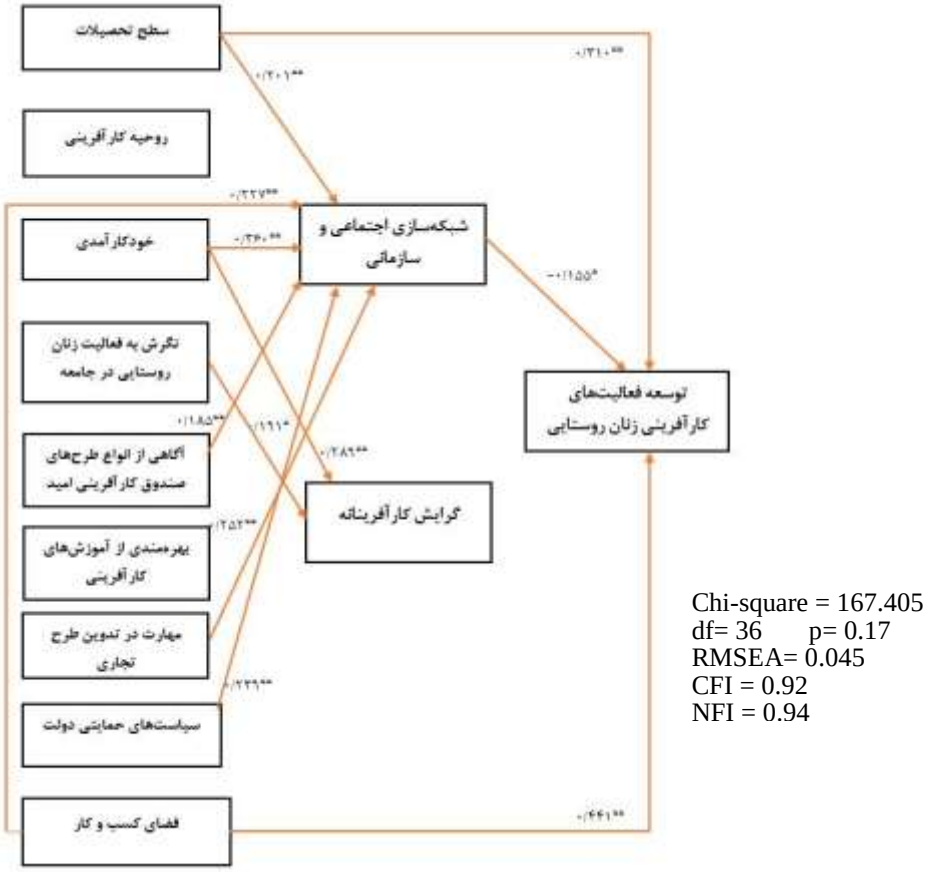
متغیرها	اثرات کل استاندارد شده	اثرات مستقیم استاندارد شده	اثرات غیرمستقیم استاندارد شده	سطح معنی‌داری
سطح تحصیلات	۰/۱۹۳	۰/۲۰۱	−۰/۰۰۸	۰/۰۱۰
روحیه کارآفرینی	−۰/۰۷۰	−۰/۰۵۸	−۰/۰۱۲	۰/۴۶۰
خودکارآمدی	۰/۳۸۶	۰/۳۶۰	۰/۰۲۶	۰/۰۰۰۱
نگرش به فعالیت زنان روستایی در جامعه	۰/۱۱۹	۰/۱۳۷	−۰/۰۱۷	۰/۰۸۵
آگاهی از انواع طرح‌های صندوق کارآفرینی امید	۰/۱۷۸	۰/۱۸۵	−۰/۰۰۷	۰/۰۱
بهره‌مندی از آموزش‌های کارآفرینی	۰/۰۱۸	۰/۰۲۶	−۰/۰۰۸	۰/۷۳۶
مهارت در تدوین طرح تجاری	۰/۲۵۱	۰/۲۵۲	−۰/۰۰۱	۰/۰۰۱
سیاست‌های حمایتی دولت	۰/۲۳۴	۰/۲۳۹	−۰/۰۰۵	۰/۰۰۲
فضای کسب و کار	۰/۲۲۳	۰/۲۲۷	−۰/۰۰۴	۰/۰۰۳
گرایش کارآفرینانه	−۰/۰۹۰	−۰/۰۹۰	–	۰/۲۸۷

طبق نتایج جدول ۱۲، متغیر فضای کسب‌وکار تأثیر مستقیم و معنی‌داری بر توسعه فعالیت‌های کارآفرینی زنان داشت (β=۰/۴۴۱، p=۰/۰۰۰۱). در واقع، زنان روستایی گروه غیرعضو معتقد بودند که فراهم‌بودن ملزومات موردنیاز برای راه‌اندازی کسب‌وکارهای کوچک روستایی از مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار بر پیشبرد فعالیت‌های کارآفرینانه آنان است. همچنین، متغیر سطح تحصیلات نیز دارای اثر مستقیم و معنی‌دار بر توسعه فعالیت‌های کارآفرینی بود (β=۰/۳۱۰، p=۰/۰۰۱). بدین معنی که تحصیلات بالاتر زنان روستایی می‌تواند بر توسعه‌ی فعالیت‌های کسب‌وکار آنان تأثیر مستقیم داشته باشد. سطح تحصیلات همچنین از طریق شبکه‌سازی اجتماعی نیز دارای تأثیر غیرمستقیم بر توسعه فعالیت‌های کارآفرینی زنان بود (β=۰/۰۱۰). از طرف دیگر، متغیر شبکه‌سازی اجتماعی و سازمانی نیز دارای تأثیر منفی، مستقیم و معنی‌دار بر توسعه فعالیت‌های کارآفرینی بود (β= −۰/۱۵۵، p=۰/۰۴۷). گلکارفرد (۱۴) نیز به تأثیر فضای کسب‌وکار و سطح آگاهی زنان روستایی از طرح‌های مختلف بر توسعه فعالیت‌های کارآفرینی آنان اشاره کرد. در مطالعه‌ی وندی و چانگ (۴۷) نیز پایین‌بودن سطح آگاهی زنان و مهارت‌های ضعیف آنان در کسب‌وکار را از موانع مهم توسعه‌ی فعالیت‌های کارآفرینانه زنان روستایی برشمردند که همخوان با یافته‌های پژوهش بود.

جدول ۱۲- اثرات کل، مستقیم و غیرمستقیم متغیرهای پژوهش بر متغیر توسعه فعالیت‌های کارآفرینی زنان روستایی
Table 12. Direct, indirect and total effects of research variables on entrepreneurial activities development of rural women

متغیرها	اثرات کل استانداردشده	اثرات مستقیم استانداردشده	اثرات غیرمستقیم استانداردشده	سطح معنی‌داری
سطح تحصیلات	۰/۳۲۰	۰/۳۱۰	۰/۰۱۰	۰/۰۰۱
روحیه کارآفرینی	۰/۰۶۶	/۰۶۱۰	۰/۰۰۵	۰/۴۷۴
خودکارآمدی	۰/۰۶۱	۰/۰۷۸	−۰/۰۱۷	۰/۴۱۸
نگرش به فعالیت زنان روستایی در جامعه	۰/۰۳۵	۰/۰۴۰	−۰/۰۰۶	۰/۶۴۵
آگاهی از انواع طرح‌های صندوق کارآفرینی امید	۰/۰۷۲	۰/۰۶۳	۰/۰۰۹	۰/۴۷۲
بهره‌مندی از آموزش‌های کارآفرینی	۰/۱۵۲	۰/۱۵۲	−۰/۰۰۱	۰/۰۷۴
مهارت در تدوین طرح تجاری	−۰/۰۳۴	−۰/۰۲۱	−۰/۰۱۴	۰/۸۱۶
سیاست‌های حمایتی دولت	−۰/۱۰۴	−۰/۰۹۱	−۰/۰۱۳	۰/۳۰۴
فضای کسب و کار	۰/۴۲۹	۰/۴۴۱	−۰/۰۱۲	۰/۰۰۰۱
گرایش کارآفرینانه	۰/۰۱۰	۰/۰۰۵	۰/۰۰۵	۰/۹۵۴
شبکه‌سازی اجتماعی و سازمانی	−۰/۱۵۵	−۰/۱۵۵	–	۰/۰۴۷

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-09]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1400.8.16.11.0]
[DOI: 10.52547/jea.8.16.97]



شکل ۳- مدل علی سازه‌های مؤثر بر توسعه فعالیت‌های کارآفرینی زنان روستایی غیرعضو صندوق کارآفرینی امید
Figure 3. Causal model of factors affecting entrepreneurial activities development of non-members of Omid Entrepreneurship Fund

بر اساس نتایج تحلیل مسیر و مدل علّی مربوط به زنان روستایی عضو، مجموعه عوامل مؤثر بر توسعه فعالیت‌های کارآفرینی زنان عضو صندوق را می‌توان به دو مجموعه عوامل دارای اثرات مستقیم و غیرمستقیم به‌صورت زیر خلاصه نمود. طبق یافته‌ها، متغیرهای روحیه کارآفرینی و فضای کسب‌وکار در کنار متغیرهای دیگری همچون بهره‌مندی از آموزش‌های کارآفرینی، مهارت در تدوین طرح تجاری، سیاست‌های حمایتی دولت و سطح تحصیلات به ترتیب بر توسعه فعالیت‌های کارآفرینی زنان عضو تأثیر مستقیم داشت. بنابراین، توجه به این مجموعه متغیرها موجب پیشرفت و عملکرد بهتر فعالیت‌های کارآفرینانه زنان شده و استمرار بهتر فعالیت‌های آنان را نیز به‌دنبال خواهد داشت.

از سوی دیگر، عوامل سیاست‌های حمایتی دولت، خودکارآمدی و گرایش کارآفرینانه زنان عضو ابتدا بر شبکه‌سازی اجتماعی و سازمانی آن‌ها تأثیرگذار بوده و سپس دارای اثری غیرمستقیم بر توسعه فعالیت‌های کارآفرینی آنان داشت. در واقع، زنانی که سطح خودباوری، خلاقیت، ریسک‌پذیری و استقلال بالاتری داشتند، در کنار حمایت‌های پیش‌برنده دولتی، قادر به گروه‌سازی و تعاملات بهتری شده که این امر بر پیشرفت فعالیت‌های کارآفرینانه آن‌ها تأثیرگذار بود. در نهایت، نیز با دنبال‌نمودن مسیرهای غیرمستقیم اثرات متغیرها، عواملی همچون بهره‌مندی از آموزش‌های کارآفرینی، آگاهی از انواع طرح‌های اجرایی صندوق کارآفرینی امید، روحیه کارآفرینی، مهارت در تدوین طرح تجاری و خودکارآمدی به‌ترتیب بر گرایش کارآفرینانه (متغیر میانجی دیگر) تأثیرگذار بوده و سپس با شبکه‌سازی‌های اجتماعی و سازمانی بهتر زنان عضو به توسعه فعالیت‌های کارآفرینی آنان منجر گردید.

در جمع‌بندی از موارد ذکرشده در رابطه با مجموعه اثرات مستقیم و غیرمستقیم عوامل بر توسعه فعالیت‌های کارآفرینی در گروه زنان روستایی عضو، می‌توان بیان نمود که، دو عامل روحیه کارآفرینی و مهارت در تدوین طرح تجاری دارای بیشترین اثرات بر توسعه فعالیت‌ها بودند؛ به گونه‌ای‌که از جمله پرتکرارترین مسیرها در مدل تشخیص داده شدند که هم به‌طور مستقیم و هم به‌طور غیرمستقیم بر میزان توسعه فعالیت‌های کارآفرینی در گروه زنان عضو تأثیر داشتند. همچنین، متغیرهای دیگری همچون بهره‌مندی از آموزش‌های کارآفرینی، خودکارآمدی، مهارت در تدوین طرح تجاری، گرایش کارآفرینانه و شبکه‌سازی نیز از عواملی بودند که از چندین مسیر به‌واسطه‌ی متغیرهای میانجی باعث توسعه فعالیت‌های کارآفرینی زنان شد.

در مقابل، مدل علّی در مورد زنان غیرعضو، مدلی ساده‌تر از نظر مسیرهای تأثیرگذاری عوامل بر توسعه فعالیت‌های کارآفرینی زنان بوده و در مقایسه با مدل مربوط به گروه زنان

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-09]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1400.8.16.11.0]
[DOI: 10.52547/jea.8.16.97]

عضو نیز دارای روابط کمتری بین متغیرهای مدل بود. این موضوع، بیانگر قدرت تبیین‌کنندگی کمتر مجموعه عوامل مؤثر بر توسعه فعالیت‌های کارآفرینی در این گروه بود. طبق نتایج این مدل، سه عامل فضای کسب‌وکار، سطح تحصیلات و شبکه‌سازی اجتماعی و سازمانی دارای تأثیر مستقیم بر توسعه فعالیت‌های کارآفرینی بودند. نکته جالب توجه تأثیر معکوسی بود که زنان گروه غیرعضو برای شبکه‌سازی در نظر گرفتند؛ در واقع، آنان معتقد بودند که فعالیت‌های گروهی و شبکه‌ای، منجر به کندشدن فعالیت‌های کسب‌وکار زنان شده و آنان در صورت مبادرت به راه‌اندازی کسب‌وکارهای فردی، می‌توانند پیشرفت بیشتری داشته باشند که این نتیجه عکس یافته‌ای بود که در مدل علّی زنان گروه عضو به‌دست آمد. بنابراین، به‌نظر می‌رسد که، هرگونه اقدامی که در راستای ترغیب، تشویق و آموزش بهتر زنان این گروه نسبت به فواید شبکه‌سازی‌های اجتماعی و سازمانی انجام گیرد، می‌تواند در راستای توسعه کسب‌وکارهای آنان مؤثر باشد.

علاوه بر سطح تحصیلات و نگرش نسبت به فعالیت‌های زنان در جامعه، عوامل دیگری مانند خودکارآمدی، مهارت در تدوین طرح تجاری و سیاست‌های حمایتی دولت نیز به‌طور غیرمستقیم و از طریق تأثیرگذاری بر متغیرهای حد واسط گرایش کارآفرینانه و شبکه‌سازی، اثرات نسبتاً متوسط بر توسعه فعالیت‌های کارآفرینی داشتند. با توجه به مدل علّی مربوط به زنان گروه غیرعضو باید اذعان نمود که این گروه عامل سطح تحصیلات را هم در مسیرهای مستقیم و هم غیرمستقیم به‌عنوان سازه‌ی تأثیرگذار قلمداد نموده و سپس برخی عوامل دیگر را نیز به‌طور غیرمستقیم و معکوس مؤثر دانستند.

در مجموع با توجه به نتایج کلی حاصل از مدل‌های علّی دو گروه زنان روستایی عضو و غیرعضو صندوق کارآفرینی امید، پیشنهادهای زیر در راستای توسعه فعالیت‌های کارآفرینی زنان روستایی در این شهرستان ارائه گردید:

- برگزاری هدفمند و مستمر انواع دوره‌های آموزشی کارآفرینی و عملی، به‌ویژه برای آموزش نحوه نگارش طرح تجاری و ارتقای انواع مهارت‌های زنان در زمینه قدرت تصمیم‌گیری، مدیریت استرس و تفکر مستقل برای بهبود گرایش کارآفرینانه آنان با مشارکت بنیان‌نهادی صندوق کارآفرینی امید، مراکز خدمات جهاد کشاورزی در سطح دهستان‌ها (کارشناسان، تسهیلگران و مددکاران اجتماعی) و شرکت‌های تعاونی زنان روستایی.
- برگزاری جلسات ادواری و ماهانه به‌منظور معرفی انواع طرح‌های اشتغال روستایی صندوق کارآفرینی امید.
- شناسایی، معرفی و ایجاد گروه‌هایی در شبکه‌های مجازی با حضور افراد کارآفرین برتر و نمونه شهرستان و حمایت از آن‌ها در شبکه‌های تلویزیونی و مجازی موجود در راستای انتقال تجارب و نکات مثبت برای تمام زنان روستایی صاحب کسب‌وکار یا علاقمند به راه‌اندازی کسب‌وکارهای روستایی.
- تشویق و حمایت از زنان روستایی به‌ویژه زنان سرپرست خانوار و کم‌بضاعت به شرکت در کلاس‌های نهضت سوادآموزی و بالاتر؛ در این رابطه صندوق کارآفرینی امید در کنار سایر آموزش‌های تخصصی کارآفرینی، می‌تواند بر سوادآموزی و ارتقای سطح سواد عمومی و سواد رسانه زنان روستایی مؤثر باشد.
- برگزاری آموزش‌های فرهنگی در راستای رفع تبعیض جنسیتی برای عموم روستاییان؛ با توجه به نقش تأثیرگذار نگرش مردان به فعالیت زنان در خارج از منزل. این اقدامات فرهنگی با همکاری مسئولین و دهیاری‌ها در قالب نصب بنرهای تبلیغاتی یا تهیه و پخش برنامه در رسانه‌های جمعی برای تغییر نگرش روستاییان نسبت به فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی زنان در جامعه پیشنهاد می‌شود.
- تشویق زنان روستایی (به‌ویژه زنان غیرعضو) به ثبت و راه‌اندازی شرکت‌های خانوادگی کوچک برای تولید و عرضه محصولات و خدمات خلاقانه خود با همکاری اعضای خانواده یا سایر بستگان و آشنایان. این موضوع به تقویت سطح اعتماد به نفس زنان کمک کرده تا ابتدا بدون ترس از تنهایی و با حمایت خانواده، فعالیت اقتصادی خود را شروع کرده و به تدریج خصیصه‌های ریسک‌پذیری، استقلال و رقابت‌پذیری در آن‌ها ایجاد و تقویت گردد.
- ترغیب و حمایت از زنان روستایی عضو برای شرکت در جشنواره‌ها و نمایشگاه‌های خارج از استانی، به شبکه‌سازی اجتماعی و سازمانی و گسترش دامنه ارتباطات آنان با افراد بیشتر نیز کمک خواهد کرد.
- نهادهای دولتی می‌توانند با قراردادهایی که با شرکت‌های تعاونی دارند، در راستای کاهش و رفع مشکلات بازاریابی زنان نقش مؤثری داشته باشند و از سوی دیگر نیز در حذف واسطه‌ها و خرید تضمینی محصولات آن‌ها اقداماتی انجام دهد.

منابع

1. Ahmadi, S., H. Koohestani, H. Yadavar and Shabanali H. Fami. 2019. Meta-analysis of factors affecting the entrepreneurial development of rural women. Space Economics and Rural Development, 8(1): 21-38 (In Persian).
2. Alonso, M.A.P., J.C. Sanchez and D. Maditinos. 2016. Entrepreneurial opportunities perception and intentions within European innovation-driven economies under the shadow of a financial crisis, Entrepreneurship, Business and Economics, 3(1): 3-13.
3. Alonso, G.C. and A.N. Masot. 2017. Towards rural sustainable development? Contributions of the EAFRD 2007-2013 in low demographic Density territories: The Case of Extremadura (SW Spain). Sustainability, 9: 1-20.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-09]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1400.8.16.11.0]
[DOI: 10.52547/jea.8.16.97]

4. Ani, N., P. Khosravipour, B. Ajili and A. Abdeshahi. 2020. Development affecting factors and inhibitors on rural women entrepreneurship, Woman and Culture, 1(44): 61-70 (In Persian).
5. Badzaban, F., K. Rezaei-Moghaddam and M. Fatemi. 2020. Entrepreneurship in small and medium-sized enterprises of rural women of Fars province: Application of Lifespan Resilience Scale-Business (LRS-B). Journal of Entrepreneurial Strategies in Agriculture, 7(13): 12-23 (In Persian).
6. Badzaban, F., K. Rezaei-Moghaddam and M. Fatemi. 2021. Analyzing the individual entrepreneurial resilience of rural women, Journal of Global Entrepreneurship Research, Retrieved from: https://link.springer.com/article/10.1007/s40497-021-00290-1
7. Banazadeh, A. 2018. Social capital and entrepreneurship of rural women: The case of Fars province Agricultural Development Specialized Holding Companies. (M.Sc. Thesis, Department of Agricultural Extension and Education, School of Agriculture, Shiraz University) (In Persian).
8. Bandura, A. 2001. Social cognitive theory: An agentic perspective. Annual Review of Psychology, 52: 1-26.
9. Coduras, A., C. Alvarez, D. Urbano and J. Ruiz-Navaro. 2011. Environmental conditions and entrepreneurial activity: A regional comparison in Spain. Journal of Amall Business and Enterprise Development, 18(1): 120-140.
10. Dadvar-khani, F., M. Rezvani, S. Imeni Gheshlaghi and Kh. Bozarjemhery. 2011. Analyze the role of tourism in the development of rural youth entrepreneurship (The case study: Knadovan Village, Osku province). Human Geography Research, 78: 169-195 (In Persian).
11. Delfani, M., A. Hosseinpour, A. Najafi and S.M. Hosseini. 2018. Investigation and recognition of barriers and restrictions of entrepreneurship in agricultural sector, Geography and Human Relationship, 1(1): 1-13 (In Persian).
12. Denton, D.K. 1993. Entrepreneurial spirit, Business Horizons, 36(3): 79-84.
13. Fowler F.J. 2009. Survey research methods, Applied social research method series, In: Bickman, L., Rog, D.J., (Eds.), USA: SAGE.
14. Folmer, H., S. Dutta and H. Oud. 2010. Determinants of rural Industrial entrepreneurship of farmers in West Bengal: A structural equations approach. International Regional Science Review, 33(4): 367-396.
15. Golkar Fard, M. 2017. Analysis of entrepreneurial activities and empowerment of the member of supportive funds for development of rural women's agricultural activities in Fars Province, (M.Sc. Thesis, Department of Agricultural Extension and Education, School of Agriculture, Shiraz University), (In Persian).
16. Golkar Fard, M. and K. Rezaei-Moghaddam. 2019. Relationship between entrepreneurship and empowerment dimensions of rural women in Fars province. Journal of Entrepreneurial Strategies in Agriculture, 6(11): 1-10 (In Persian).
17. Hashemi, S., S. Motiee Langroudi, S. Ghadiri, M. Masoum, M. Rezvani and S. Moghimi. 2011. A performance review of rural workers and Islamic councils in the sevelopment of rural entrepreneurship (Case study: Bahabad, Yazd province). Journal of Rual Research, 2(11): 93-114 (In Persian).
18. Heidari Sareban, V. and A. Majnouni Tootakhaneh. 2017. The role of psychological capital in rural entrepreneurship improvement in the West Azebaijan. Space Economics and Rural Development, 6(4): 97-118 (In Persian).
19. Hemayati-Kelash, H. 2010. Analysis of factors affecting rural entrepreneurship (Tehran Chamver of Commerce, Industries, Mines and Agriculture). (M.Sc. Thesis, Department of Governmental Management, University of Sistan and Balouchestan), (In Persian).
20. Hörisch, J., J. Kollat and S.A. Brieger. 2017. What influences environmental entrepreneurship? A multilevel analysis of the determinants of entrepreneurs' environmental orientation. Small Business Economics, 48(1): 47-69.
21. Hosseini, M.H., M. Dolati and M. Parpanji. 2018. Investigating the effective factors on the success of rural women Entrepreneurship member of women's rural cooperatives in the north of Tehran province. Cooperation and Agriculture, 7(26): 129-156 (In Persian).
22. Hosseini, S.J.F., S.M. Mirdamadi, G.R.H.H. Nejad and G. Reza. 2009. Extension and education factors influencing the success of entrepreneurship among rural women in Northern Iran. Research Journal of Biological Sciences, 4(9): 976-973.
23. Karami, O., M. Fatemi, K. Rezaei-Moghaddam, and F. Badzaban. 2020. Comparison of marketing activities among the rural women of omid entrepreneurship fund and agricultural development specialized holding companies in Fars province. Journal of Entrepreneurial Strategies in Agriculture, 7(14): 57-66 (In Persian).
24. Kashef Ganjdareh, M. 2021. Knowledge and attitude analysis of knowledge-based companies' members of Kerman province science and Technology Park towards business continuity principles. (M.Sc. Thesis, Department of Agricultural Extension and Education, School of Agriculture, Shiraz University), (In Persian).
25. Kelley, D. 2017. Sustainable corporate entrepreneurship. Business Horizons, 54: 73-83.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-09]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1400.8.16.11.0]
[DOI: 10.52547/jea.8.16.97]

26. Madanoglu, M., L. Altinay and X.L. Wang. 2016. Disentangling the effect of family involvement on innovativeness and risk taking: The role of decentralization. Journal of Business Research, 69(5): 1796-1800.
27. Maden, C. 2015. A gendered lens on entrepreneurship: Women entrepreneurship in Turkey. Gender in Management, 30(4): 312-331.
28. Masoomi, E. and K. Rezaei-Moghaddam. 2021. Factors affecting entrepreneurial opportunity recognition and exploitation in the context of the Iranian Agriculture sector. Iran Agricultural Research, 39(3): 30-47.
29. Mirgol, A., M. Poudine Pir and S. Mirgol. 2016. The role of omid entrepreneurship fund in employment of household head women under Imam Khomeyni Committee. National Conference of Knowledge-based Companies: Opportunities and Challenges and their Role in Country Development. Chabahar, Chabahar International University, Sistan and Balouchestan Payam-e-Noor Universuty (8th and 9th March) (In Persian).
30. Mollashahi, G.H. 2011. Analysis of the role of microfinance in rural women empowerment (The case study of rural women microfinance fund). First International Conference of Rural Development, Sistan and Balouchestan University, Zahedan (15th and 16th Febraurary) (In Persian).
31. Mousavi, E., M. Rojuee and M. Ghayour Baghbani. 2019. The effect of entrepreneurial learning and orientation and entreoreneurial self-efficacy on business performance: A case study. Journal of Health Administration, 22(4): 58-72 (In Persian).
32. Movahedi, R. and J. Soleymanian Boroujeni. 2016. Surveying the education role on entrepreneurship development among rural women. Journal of Entrepreneurial Strategies in Agriculture, 3(6): 24-33 (In Persian).
33. Nasution, H.N., F.T. Mavondo, M.J. Matanda and N.O. Ndubisi. 2011. Entrepreneurship: Its relationship with market orientation and learning orientation and as antecedents to innovation and customer value. Industrial Marketing Management, 40(3): 336-345.
34. Newbery, R., J. Siwale and A. Henley. 2017. Rural entrepreneurship theory in the developing and developed world. The International Journal of Entrepreneurship and Innovation, 18(1): 3-4.
35. Oke, D.F. 2013. The effect of social network on women entrepreneurs in Nigeria: A case study of Ado-Ekiti small scale enterprise. International Journal of Education and Research, 1(11): 1-14.
36. Omid Entrepreneurship Fund. 2021. Retrieved from (2021.02.14): https://www.karafariniomid.ir
37. Padmavathi, D. 2011. Sustainable development of rural women entrepreneurs. 2nd International Conference on Business, Economics and Tourism Management, Singapore (20-23 May).
38. Pato, L. 2015. Rural entrepreneurship and innovation: Some successful women's initiatives. 55th Congress of the European Regional Science Association: World Renaissance: Changing roles for people and places, Lisbon, Portugal (25-28 August).
39. Qosja, E., and E. Druga. 2015. Entrepreneurial spirit and factors affecting it: Case study based on the students of the European University of Tirana. International Journal of Social Sciences and Education Research, 1(3): 680-691.
40. Raj, P.B. 2018. Women entrepreneurship and government support in present scenario in the context of India. IOSR Journal of Business and Management, 20(2): 25-31.
41. Rezaei-Moghaddam, K., F. Badzaban and M. Fatemi. 2021. Entrepreneurial Resilience of Small and Medium-sized Businesses among Rural Women in Iran. The Journal of Agricultural Education and Extension, https://doi.org/10.1080/1389224X.2021.1985539
42. Rezaei-Moghaddam, K., and, B. Izadi. 2019. Entrepreneurship in Small Agricultural Quick-impact Enterprises in Iran: Development of an Index, Effective Factors and Obstacles. Journal of Global Entrepreneurship Research. 9(17): 1-21.
43. Rezaei-Moghaddam, K. and L. Nematpour. 2014. Activity of vermicompost production associations as a practice of empowering rural women: A case study of Fars province, Iran. Village and Development, 17(3): 83-103 (In Persian).
44. Rodrigo-Alarcón, J., P.M. García-Villaverde, M.J. Ruiz-Ortega and G. Parra-Requena. 2017. From social capital to entrepreneurial orientation: The mediating role of dynamic capabilities. European Management Journal, 8: 1-15.
45. Statistical Center of Iran. 2018. Iran housing census. Retrieved from (2021.02.10): https://www.amar.org.ir/ (In Persian).
46. Tulus, N.S. and A.K. Yurtkyr. 2015. Term of strategic entrepreneurship and Schumpeter's creative destruction theory. Procedia - Social and Behavioral Sciences, 207: 720-728.
47. Wendy, T. and S. Chong. 2007. Theorizing a framework of factors influencing performance of women entrepreneurs in Malaysia. Asia Entrepreneurship and Sustainability, 5: 42-46.
48. Yaghoubi, J. 2005. Analysis of the effects of microfinance on the employment of Zanjan province`s rural women. Woman in Development and Politics (Women Studies), 3(11): 125-146 (In Persian).
49. Yaghoubi Farani, A., A. Soleymani and R. Movahedi. 2014. Analysis of influencing factors of rural women entrepreneurship. Women Social and Psychological Studies, 12(4): 7-42. (In Persian).
50. Zulkosky, K. 2009. Self-efficacy: A concept analysis. Nursing Forum, 44(2): 93-102.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-09]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1400.8.16.11.0]
[DOI: 10.52547/jea.8.16.97]

Determinants of Entrepreneurial Activities Development of Rural Women: The Case of Omid Entrepreneurship Fund of Larestan County

Zahra Karimi Amaleh[1] and Mahsa Fatemi[2]

1- Former Graduate Student, Department of Agricultural Extension and Education, School of Agriculture, Shiraz University, Shiraz, Iran
2- Associate Professor, Department of Agricultural Extension and Education, School of Agriculture, Shiraz University, Shiraz, Iran, (Corresponding author: mahsafatemi@shirazu.ac.ir)
Received: 12 December, 2021 Accepted: 18 January, 2022

Extended Abstract

Introduction and Objective: Sustainability of small and medium-sized rural businesses` activities are very vital due to the importance and effective role of SMEs as the engine of human and economic development. Rural women have direct effect on these businesses` development as half of the population of rural areas. Therefore, determinants of entrepreneurial activities development of rural women of Larestan County in Fars province were the main purpose of the study.

Material and Methods: This descriptive study was accomplished through survey technique using a questionnaire for data collection. The face validity of the questionnaire was confirmed by the professors of the Department of Agricultural Extension and Education and the reliability was approved by conducting a pilot study out of the main sample in some villages of Marvdasht County. The Cronbach`s alphas of the variables were computed between 0.74 and 0.93. The research area was Larestan county in southern Fars province, so the study population was all of the rural women who were the members of Omid Entrepreneurship Fund of Larestan County (440 individuals) and the sample was estimated 108 individuals based on Cochran formula. Final samples of 216 rural women were interviewed due to the stratified random sampling method from two groups of members (111 women) and non-members (105 women) of Omid Entrepreneurship Fund. Two separate causal models were presented for memvers and non-members.

Results: The results of path analysis indicated that entrepreneurial spirit, educational level, entrepreneurship education, skills for business plan writing, governmental supportive policies, business environment, entrepreneurial; orientation and social and organizational networking had direct effects on the entrepreneurial activities development. On the other hand, based on the causal model of non-members group, the three variables of educational level, business environment and social and organizational networking were the effective factors on entrepreneurial activities development of non-members. Indirect effects of the factors through mediator variables have also been seen in the both models.

Conclusion: Findings showed that the members of Omid Entrepreneurship Fund were better than non-members in terms of individual entrepreneurial characteristics and business`s condition. The causal model of the members is a stronger model and indicates a more diverse affecting factor in the development of rural women entrepreneurial activities compared to the other model of non-members. Some applicable recommendations were provided based on the findings in order to improve the businesses of Larestan county`s rural women. One of the most important recommendations of the study was to pay attention to various entrepreneurial educations, strengthen skills in business plan writing skill and improve the five characteristics of rural women entrepreneurial orientation. The networking of different rural women groups could also be effective on the improvement of business performence. Finally, creating a culture about the role of women in the socio-economic activities of community will also be an important factor in the women's entrepreneurial activities development.

Keywords: Entrepreneurial Orientation, Government Supportive Policies, Business Plan, Business Environment, Entrepreneurship Education

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-09]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1400.8.16.11.0]
[DOI: 10.52547/jea.8.16.97]