

Research Paper

The Effect of Entrepreneurial Leadership Dimensions on the Entrepreneurial Intention of Rural Women, Emphasis on Entrepreneurship Education in Ardabil Province

Mahdi Abdolazimi Heris¹, Hossein Rahimi Kolour² and Fatemeh Hosseinzadeh Jenagurd³

1- M.Sc. Student, Department of Business Management, Faculty of Social Sciences, University of Mohaghegh Ardabili, Ardabil, Iran, (Corresponding author: m.abdolazimi1@gmail.com)

2- Associate Professor, Department of Business Management, Faculty of Social Sciences, University of Mohaghegh Ardabili, Ardabil, Iran

3- Graduated M.Sc., Department of Industrial Management, Moghadas Ardebili Institute of Higher Education, Ardabil, Iran

Received: 21 August, 2023

Accepted: 6 November, 2023

Extended Abstract

Background: Entrepreneurship plays a very important role as the main driver of economic transformation and growth in global societies. This dynamic and creative process includes identifying new opportunities, developing innovative ideas, forming expert teams, attracting financial resources, offering new products, and opening new markets. Women entrepreneurs in rural industries play a key role in the economic and social empowerment of themselves and local communities. They help to improve the social and economic situation by creating job opportunities and reducing unemployment, and at the same time, by preserving and reviving local culture and transferring traditional knowledge and skills, they contribute to the sustainable development and cultural progress of rural communities. Entrepreneurial leadership, which includes Abilities such as motivating the team and promoting innovative ideas are considered one of the key elements in the success of entrepreneurs. Considering that the concept of entrepreneurship is expanding rapidly and the presence of women in the field of entrepreneurship is an issue that has been seriously considered by the world community. Deep in various sciences and techniques, it has caused the transformation and change of structures from traditional forms to more complex structures. To obtain any type of job in the 21st-century world, it is necessary to have a suitable level of professional skills, which are generally obtained through education. They are afraid of entrepreneurial activities. Therefore, there is a need for entrepreneurship training for rural women, which can help empower them and guide them towards entrepreneurial activities. This research focuses on the relationship between the different dimensions of entrepreneurial leadership and the entrepreneurial intention of rural women who are members of credit funds. Wisdom is concentrated in Ardabil province, especially when this leadership is combined with entrepreneurship education.

Methods: The research was applied in terms of purpose, descriptive correlation in terms of data collection, and field implementation. In this research, rural women entrepreneurs who are members of microcredit funds with 1900 members in Ardabil province, who are active in the fields of animal husbandry, native chicken breeding, honey bee breeding, medicinal plant production, dairy production, and handicraft and agricultural production, were investigated. The sampling method is stratified random and 320 people were selected as a sample based on Cochran's formula. To collect data, three questionnaires including an entrepreneurial leadership questionnaire, a women's entrepreneurship questionnaire, and an entrepreneurship education questionnaire were used. The face and content validity of these questionnaires were confirmed by the university professors and considering that the factor loadings for all obvious variables were above 0.5, none of the items were left out. Also, the internal integrity of the used tools was evaluated through Cronbach's alpha coefficient, which showed that all the calculated values are more than 0.7, which can be concluded that the tool has the necessary reliability. The data have

been analyzed using descriptive and inferential statistics, and methods such as confirmatory factor analysis and structural equation models have been used to investigate the relationships between variables. SPSS22 and LISREL10 software were used for data analysis.

Results: In this research, the answers to the variables are above the average and the society's perception of the research variables is at an optimal level. The results of the research findings showed that facilitation has a direct, positive, and significant effect on entrepreneurial intention ($t = 9.91$, $\beta = 0.91$) and support affects entrepreneurial intention. ($t = 8.88$, $\beta = 0.88$) has a direct, positive, and significant effect on entrepreneurial intention ($t = 9.93$, $\beta = 0.93$) and mentoring has a direct, positive, and significant effect on entrepreneurial intention ($t = 9.93$, $\beta = 0.93$) has a direct, and significant effect and entrepreneurship education also has an effect on entrepreneurial intention ($t = 10.99$, $\beta = 0.99$) has a direct, positive, and significant effect, and also entrepreneurial leadership has a direct and significant effect on entrepreneurial motivation ($t = 9.97$, $\beta = 0.97$).

Conclusion: The results of this research indicate that the dimensions of entrepreneurial leadership include facilitation (perception, communication and empowerment), support (commitment, motivation and emotional intelligence), guidance (inspiration, goal orientation and modeling) and coaching (team and partnership) with Special emphasis on entrepreneurship training affects the entrepreneurial intention of rural women in Ardabil province. This research specifically shows how different dimensions of entrepreneurial leadership can strengthen the entrepreneurial intention of rural women through entrepreneurship education. This research emphasizes the importance of providing supportive conditions and creating suitable platforms for entrepreneurship education and shows that such actions It can help to develop entrepreneurship and improve the economic and social situation in rural areas. In other words, this research examines the vital role of entrepreneurship education in improving the impact of entrepreneurial leadership dimensions and provides practical suggestions to the officials and planners of rural affairs in Ardabil province

Keywords: Entrepreneurship, Entrepreneurial intention, Education, Women entrepreneurs

How to Cite This Article: Abdolazimi Heris, M., Rahimi Kolour, H., & Hosseinzadeh Jenagurd, F. (2024). The Effect of Entrepreneurial Leadership Dimensions on the Entrepreneurial Intention of Rural Women, Emphasis on Entrepreneurship Education in Ardabil Province. *J Entrepreneurial Strategies Agric*, 11(1), 150-163. DOI: [10.61186/jea.11.1.150](https://doi.org/10.61186/jea.11.1.150)

مقاله پژوهشی

تأثیر ابعاد رهبری کارآفرینانه بر قصد کارآفرینی زنان روستایی با تأکید بر آموزش کارآفرینی در استان اردبیل

مهدی عبدالعظیمی هریس^۱، حسین رحیمی کلور^۲ و فاطمه حسینزاده جناقرد^۳

۱- دانشجوی مقطع کارشناسی ارشد، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران،
(نویسنده مسوول: m.abdolazimi1@gmail.com)

۲- دانشیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران

۳- دانش آموخته گروه مدیریت صنعتی، موسسه آموزش عالی مقدس اردبیلی، اردبیل، ایران

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۸/۱۵

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۵/۳۰

صفحه ۱۵۰ تا ۱۶۳

چکیده مبسوط

مقدمه و هدف: کارآفرینی به عنوان محرک اصلی تحول و رشد اقتصادی در جوامع جهانی نقش بسیار مهمی ایفا می کند. این فرآیند پویا و خلاقانه شامل شناسایی فرصت های جدید، توسعه ایده های نوآورانه، تشکیل تیم های متخصص، جذب منابع مالی، ارائه کالاهای جدید و باز کردن بازارهای جدید است. زنان کارآفرین در صنایع روستایی نقش کلیدی در توانمندسازی اقتصادی و اجتماعی خود و جوامع محلی ایفا می کنند. آن ها با ایجاد فرصت های شغلی و کاهش بیکاری، به بهبود وضعیت اجتماعی و اقتصادی کمک می کنند و در عین حال با حفظ و احیای فرهنگ بومی و انتقال دانش و مهارت های سنتی، به توسعه پایدار و پیشرفت فرهنگی جوامع روستایی کمک می نمایند. رهبری کارآفرینی، که شامل توانایی هایی مانند ایجاد انگیزه در تیم و ارتقاء ایده های نوآورانه است، یکی از عناصر کلیدی در موفقیت کارآفرینان محسوب می شود. با توجه به اینکه مفهوم کارآفرینی به سرعت در حال گسترش است و حضور زنان در حوزه کارآفرینی موضوعی است که به طور جدی مورد توجه جامعه جهانی قرار گرفته است. در دنیای امروز، روند مداوم تغییر و تحول در شئون مختلف حیات اجتماعی و پیشرفت های شگرف و عمیق در علوم و فنون مختلف، موجبات تحول و تغییر ساختارها را از اشکال سنتی به سوی ساختارهای پیچیده تر فراهم آورده است. برای به دست آوردن هر نوع شغلی در جهان قرن بیست و یکم، دارا بودن سطح مناسبی از مهارت حرفه ای ضروری است که این مهارت ها عموماً از طریق آموزش حاصل می شوند. زنان روستایی به دلیل نداشتن آموزش های کافی در زمینه مدیریت کسب و کار و مهارت های کارآفرینی، از شروع فعالیت های کارآفرینانه هراس دارند. بنابراین از این جهت آموزش کارآفرینی برای زنان روستایی ضرورت دارد که می تواند به توانمندسازی آن ها کمک کند و آن ها را به سوی فعالیت های کارآفرینانه هدایت کند. این پژوهش بر ارتباط بین ابعاد مختلف رهبری کارآفرینانه و قصد کارآفرینی زنان روستایی عضو صندوق های اعتباری خرد در استان اردبیل تمرکز دارد، به ویژه زمانی که این رهبری با آموزش کارآفرینی همراه شود.

مواد و روش ها: تحقیق از نظر هدف کاربردی و از نظر نحوه گردآوری اطلاعات توصیفی-همبستگی و از نظر اجرا میدانی بود. در این تحقیق، زنان کارآفرین روستایی عضو صندوق های اعتبار خرد با ۱۹۰۰ نفر عضو در استان اردبیل که در حوزه های دام پروری، پرورش مرغ بومی، پرورش زنبور عسل، تولید گیاهان دارویی، تولید مواد لبنی و تولید صنایع دستی و کشاورزی فعالیت می کنند، مورد بررسی قرار گرفتند. روش نمونه گیری از نوع تصادفی طبقه ای بوده و ۳۲۰ نفر بر اساس فرمول کوکران به عنوان نمونه انتخاب شده اند. برای جمع آوری داده ها از سه پرسشنامه شامل: پرسشنامه رهبری کارآفرینانه، پرسشنامه کارآفرینی زنان و پرسشنامه آموزش کارآفرینی استفاده شده است. روایی صوری و محتوایی این پرسشنامه ها توسط اساتید دانشگاه مورد تأیید قرار گرفته و با توجه به اینکه مقدار بارهای عاملی برای تمام متغیرهای آشکار بالای ۰/۵ بود، هیچ کدام از گویه ها کنار گذاشته نشدند. همچنین، یکپارچگی درونی ابزارهای استفاده شده نیز از طریق ضریب آلفای کرونباخ ارزیابی شد که نشان داد همه مقادیر محاسبه شده از ۰/۷۰ بیشتر است که می توان نتیجه گرفت ابزار پایایی لازم را دارد. داده ها با استفاده از آمار توصیفی و استنباطی تحلیل شده اند و برای بررسی روابط میان متغیرها از روش هایی مانند تحلیل عامل تأییدی و مدل معادلات ساختاری استفاده شده است. برای تجزیه و تحلیل داده ها از نرم افزارهای SPSS22 و LISREL10 بهره گرفته شد.

یافته ها: در این پژوهش پاسخ ها به متغیرها بالاتر از حد متوسط بوده و وضعیت ادراکی جامعه از متغیرهای تحقیق در حد مطلوبی قرار دارد. نتایج یافته های تحقیق نشان داد که تسهیل گری بر قصد کارآفرینی ($t = 9.91, \beta = 0.91$) اثر مستقیم، مثبت و معنی داری دارد و حمایت گری بر قصد کارآفرینی ($t = 8.88, \beta = 0.88$) اثر مستقیم، مثبت و معنی داری دارد همچنین هدایت گری بر قصد کارآفرینی ($t = 9.93, \beta = 0.93$) اثر مستقیم و مثبت و معنی داری دارد و مربی گری بر قصد کارآفرینی ($t = 9.93, \beta = 0.93$) اثر مستقیم، مثبت و معنی داری دارد و آموزش کارآفرینی نیز بر قصد کارآفرینی ($t = 10.99, \beta = 0.99$) اثر مستقیم، مثبت و معنی داری دارد و همچنین رهبری کارآفرینانه بر آموزش کارآفرینی ($t = 9.97, \beta = 0.97$) تأثیر مستقیم و معنی داری دارد.

نتیجه گیری: نتایج این پژوهش حاکی از آن است که ابعاد رهبری کارآفرینانه شامل تسهیل گری (ادراکی، ارتباطی و توانمندسازی)، حمایت گری (تعهد، انگیزش و هوش هیجانی)، هدایت گری (الهام بخشی، هدف گرایی و الگوسازی) و مربی گری (تیمی و مشارکتی) با تأکید ویژه بر آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینی زنان روستایی در استان اردبیل تأثیرگذار است. این تحقیق به طور خاص نشان می دهد که چگونه ابعاد مختلف رهبری کارآفرینانه می توانند از طریق آموزش کارآفرینی، قصد کارآفرینی زنان روستایی را تقویت کنند. این پژوهش بر اهمیت فراهم کردن شرایط حمایتی و ایجاد بسترهای مناسب برای آموزش کارآفرینی تأکید می کند و نشان می دهد که چنین اقداماتی می تواند به توسعه کارآفرینی و بهبود وضعیت اقتصادی و اجتماعی در مناطق روستایی کمک کند. به عبارت دیگر، این تحقیق به بررسی نقش حیاتی آموزش کارآفرینی در بهبود تأثیر ابعاد رهبری کارآفرینانه پرداخته و به مسئولان و برنامه ریزان امور روستایی استان اردبیل پیشنهاد های کاربردی ارائه می دهد.

واژه های کلیدی: آموزش، زنان کارآفرین، قصد کارآفرینی، کارآفرینی

مقدمه

نوآورانه، تشکیل تیم های متخصص و جذب منابع مالی است. کارآفرینی به معنای نوآوری و ایجاد ترکیب های تازه از مواد است که به جامعه کمک می کند تا به شیوه های جدیدی مشکلات و نیازهای خود را حل کند (Schumpeter, 2008). این واقعه،

کارآفرینی، به عنوان محرک اصلی تحول و رشد اقتصادی در جوامع جهانی، نقش بسیار مهمی را ایفا می کند. این فرآیند پویا و خلاقانه، شامل شناسایی فرصت های جدید، توسعه ایده های

روبه‌رو هستند. تحقیقات مختلف در این زمینه نشان می‌دهد. چالش‌هایی مانند آموزش، دسترسی به منابع مالی، تبعیض جنسیتی، نگرش منفی و منابع ناکافی به‌عنوان مانعی مهم برای موفقیت زنان کارآفرین است (Falah & Pashae nia, 2021). از این‌رو کارآفرینی زنان، امروزه در دنیا به‌عنوان یکی از منابع رشد، اشتغال‌زایی و نوآوری شناخته‌شده است. آمارهای موجود بیانگر این واقعیت است که هنوز جامعه ایران نتوانسته است از توانمندی‌های مربوط به زنان کارآفرین استفاده کند (Zakavti, 2021). در عین حال، زنان روستایی با حمایت مدیریت سازمان جهاد کشاورزی به فعالیت‌های کارآفرینی و ایجاد کسب‌وکارهای خانگی روی آورده و از این طریق در درآمدزایی خانوارها سهم به‌سزایی را ایفا می‌کنند. کارآفرینی به‌نوبه خود فرآیند پیچیده‌ای است که عوامل متعدد شخصیتی، فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و ... در آن تأثیرگذار هستند (Eshraghi Samani & cheraghi, 2015). نایتولی و همکاران (Naituli et al., 2006) در پژوهشی که بر روی زنان کارآفرین زیر ۲۰ سال انجام دادند، نشان دادند جستجوی استقلال مترادف بارهایی از بدبختی بیکاری است و خوداشتغالی تنها یک‌راه برون‌رفت از وضعیت بیکاری است. آبادورایی و سهیل (Ayadurai & Sohail, 2006) معتقد است مهم‌ترین موضوعات در زمینه‌ی زنان کارآفرین در ایالات‌متحده عبارت‌اند از: دستیابی به سرمایه، دستیابی به اطلاعات و دسترسی به شبکه‌ها.

کارآفرینی زنان به‌عنوان محرک اصلی توسعه اقتصادی، نقش مهمی در ایجاد تحولات چشمگیر در چند دهه گذشته ایفا کرده است. زنان با ورود به عرصه کسب‌وکار، به بهبود وضعیت اقتصادی جوامع کمک شایانی کرده‌اند. کارآفرینی زنان به ویژه در مناطق روستایی کشورهای در حال توسعه مانند ایران اهمیت بسزایی دارد، زیرا به کاهش فقر و تحقق اهداف توسعه پایدار کمک می‌کند. با این حال، زنان کارآفرین با چالش‌هایی مانند آموزش ناکافی، دسترسی محدود به منابع مالی، تبعیض جنسیتی و نگرش منفی جامعه مواجه هستند. بنابراین حمایت و توانمندسازی زنان کارآفرین به ویژه در مناطق روستایی، می‌تواند به رشد اقتصادی، اشتغال‌زایی و نوآوری جوامع منجر شود (Mahoushi, 2017). رهبری فرآیندی اجتماعی است که در آن تأثیرات رهبر بر رفتارهای پیروان خود به‌گونه‌ای است که به اهداف سازمانی مورد نظر دست پیدا می‌کنند و در محیط کسب‌وکار امروزی که با رشد سریع و رقابتی سازمان‌ها مواجه هستیم، رهبری کارآفرینانه که متمایز از سایر سبک‌های رهبری است، موردنیاز است. رهبری کارآفرینانه زنان نقش بسیار مهم و اثرگذاری در جوامع مدرن ایفا می‌کند. این نقش نه تنها به رشد اقتصادی کمک می‌کند، بلکه از نظر اجتماعی و فرهنگی نیز تأثیرات عمیقی دارد. رهبری کارآفرینانه را می‌توان یک فرآیند پویا، ارائه چشم‌انداز، ایجاد تعهد در پیروان و مخاطره‌پذیری در رویارویی با فرصت‌ها دانست که سبب استفاده بهینه از منابع موجود و کشف و بهره‌گیری از منابع جدید، در زمینه چشم‌انداز رهبر می‌شود (Farhadiyar et al., 2021).

مفهوم رهبری کارآفرینانه که برای اولین بار توسط مک‌گرس و مک‌میلان (McGrath, & MacMillan, 2000)

روش بازاری یا شکل جدیدی از تشکیلات قدیمی را به‌وجود می‌آورد و با توجه به تقاضا در بازار، منجر به افزایش ثروت می‌شود. کارآفرینی فعالیت‌هایی است که عموماً در شرایط جاری انجام نمی‌شود و موتور توسعه اقتصادی است که شامل ارائه کالای جدید، باز کردن بازار جدید، یافتن منابع جدید و ایجاد تشکیلات جدید در صنعت. در نهایت، کارآفرین باید صاحبان سرمایه را متقاعد کند که نوآوری خود را مورد تأیید قرار دهند. مقوله کارآفرینی به سرعت در حال گسترش است و حضور زنان در این حوزه موضوعی که به طور جدی مورد توجه سراسر جهان قرار گرفته است. بسیاری از محققان باور دارند که فعالیت‌های کارآفرینی توسط زنان، نقش برجسته‌ای در سلامت اقتصادی کشورها دارد. زنان در چندین دهه گذشته با ورود به عرصه کسب و کار، تحولات چشمگیری در توسعه اقتصادی کشورها به وجود آورده‌اند، این تحولات نشان می‌دهد که حضور زنان در کارآفرینی، می‌تواند به بهبود وضعیت اقتصادی جوامع و کشورهای کمک شایانی کند (Rostamalizadeh & Alijomeh Zadeh, 2018). زن کارآفرین کسی است که به‌تنهایی یا با مشارکت یا با ارثیه‌ای، کاری را با خلاقیت و نوآوری به‌راه انداخته یا پذیرفته و با پذیرش مسئولیت‌های اجتماعی و اداری و مالی و ریسک‌های مالی، فرآورده‌های تازه‌ای عرضه کرده تا در بازار خریدوفروش بر رقیبان چیره شود (lavoie, 1995). در چند دهه گذشته، کارآفرینی زنان در بیشتر نقاط جهان به‌خصوص در نواحی روستایی بیش‌ازپیش مورد توجه و به‌مراتب توسعه و گسترش‌یافته است و زمینه را برای حرکت به‌سمت توسعه‌ی پایدار روستایی در سطح جهانی فراهم کرده است. این نوع از توسعه برای کشورهای درحال‌توسعه ازجمله ایران بسیار مهم است؛ زیرا توسعه کارآفرینی زنان، به‌خصوص در مناطق روستایی نیز بخشی از «تلاش‌های ملی برای کاهش فقر در کشورهای درحال توسعه در رابطه با تحقق اهداف توسعه هزاره سوم» است. زنان روستایی از کل کار مربوط به تولید کشاورزی در سراسر جهان به‌طور متوسط حدود ۴۰٪ و در ایران حدود ۲۰٪ را به خود اختصاص می‌دهند (World Bank, 2023). زنان کارآفرین روستایی آن دسته از گروه جامعه روستایی هستند که ایده‌های تجاری را ایجاد و سازمان‌دهی و درنهایت بهترین‌ها را انتخاب می‌کنند (Rathna et al., 2016). به‌طور طبیعی زنان کارآفرین روستایی به‌عنوان یک کنش‌یار مثبت برای رشد و توسعه اقتصاد روستایی عمل می‌کنند و نقش مهمی در توسعه اقتصادی جامعه روستایی و در نتیجه توسعه اقتصاد ملی به‌خصوص در کشورهای درحال‌توسعه دارند (Keramati et al., 2022). کارآفرینی زنان یکی از نشانه‌های جوامع توسعه‌یافته است و شواهد نشان می‌دهد زنان در زمان کوتاهی توانسته‌اند با ورود به عرصه کسب‌وکار، تحولات عظیمی در توسعه اقتصادی کشورها ایجاد کنند. در چند دهه‌ی گذشته مشارکت زنان کارآفرین به‌سرعت افزایش‌یافته و این نوع مشارکت از طریق سرعت بخشیدن به‌روند توسعه، کاهش بیکاری، نابرابری و فقر را می‌توان به‌عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل توسعه اقتصادی به‌شمار آورد. علی‌رغم اهمیت نقش زنان کارآفرین در توسعه پایدار، زنان کارآفرین با چالش‌های فراوانی در مراحل مختلف کسب‌وکار

مطرح شده است، خود دربرگیرنده دو مفهوم رهبری و کارآفرینی که به عنوان سبکی جدید از رهبری و کارآفرینی است. این سبک متمایز در یک سازمان با هر نوع اندازه یا سنی می تواند وجود داشته باشد. رهبری کارآفرینانه مؤثر بر نمایش قابلیت های کارآفرینان و رهبران موفق است و برای بقا و توسعه کسب و کارهای جدید مهم و ضروری است. رهبران کارآفرین می توانند افراد مختلف را برای کار گردهم آورند و فضایی را برای خلق ایده و حمایت از کسب و کارها علی الخصوص کسب و کارهای نوپا ایجاد کنند (Eshghi et al., 2021). آموزش کارآفرینی فرایندی جهت کمک به مدیران و مالکان کسب و کار است تا مهارت های مدیریتی خود را بازنگری و توسعه دهند؛ و حمایت فردی و گروهی از افراد به منظور تقویت و توسعه مهارت های آنان از طریق یادگیری کارآفرینانه جهت شناسایی و تشخیص فرصت ها است؛ و فرایندی با رویکردی جدید، جهت تسهیل کارآفرینی و راهنمایی کارآفرینان جهت دستیابی به نیازهای مختلف فردی و سازمانی است (Azizi et al., 2020). امروزه ساده ترین فعالیت های صنعتی، خدماتی و کشاورزی نیازمند مهارت خاص هستند. به دست آوردن هر نوع شغلی در جهان قرن بیست و یکم نیازمند دارا بودن سطح مناسبی از مهارت حرفه ای است که ضرورتاً از طریق آموزش دادن میسر خواهد شد. از طرف دیگر روند مستمر و مداوم تغییر و تحول در شئون مختلف حیات اجتماعی، پیشرفت های شگرف و عمیق علوم و فنون گوناگون در جامعه موجبات تحول و تغییر ساختارها را از اشکال سنتی به سوی ساختارهای پیچیده تر فراهم آورده است که در چنین شرایطی آموزش کارآفرینان برای زنان روستایی بسیار مهم و حیاتی است (Mirzakhani, 2020). در اولویت بندی ابعاد و عوامل اثرگذار، عامل اقتصادی دارای بالاترین تأثیر و عامل محیطی کمترین اثر را بر توسعه کارآفرینی کشاورزی در مناطق روستایی دارد. در حالت کلی می توان نتیجه گرفت که لازمه توسعه اقتصادی در مناطق روستایی، طرح ها و برنامه های جدید است که این امر همراه با توسعه کارآفرینی و توانمندسازی سیاست های محیطی امکان پذیر است. لذا، عوامل اقتصادی تأثیر شایان ذکری دارد (Sardar Shahraki & Tash, 2024). درعین حال، پیشنهاد می گردد با رویکرد حمایت نهادی، قوانین و بخشنامه های منطقه ای به منظور حمایت از سرمایه گذاران در مناطق روستایی تدوین گردد. همچنین، با شناسایی و عقد قرارداد با بخش های وابسته و دارای پتانسیل، زمینه خوداشتغالی در روستاها فراهم شود (Ghasemi & Mirakzadeh, 2023). رهبری کارآفرینانه به عنوان سازماندهی در یک محیط پویا تعریف می شود. از منظر کارآفرینی رهبر کارآفرینی یک کسب و کار، فردی است که راه پیشرفت را با ایده های خود برای افراد سازمان باز می کند تا کل سازمان به موفقیت دست پیدا کند. در چنین شرایطی، استراتژی رهبری کاملاً جدیدی برای هدایت کسب و کار مورد نیاز است که آن رهبری کارآفرینانه می نامند (Davar et al., 2021).

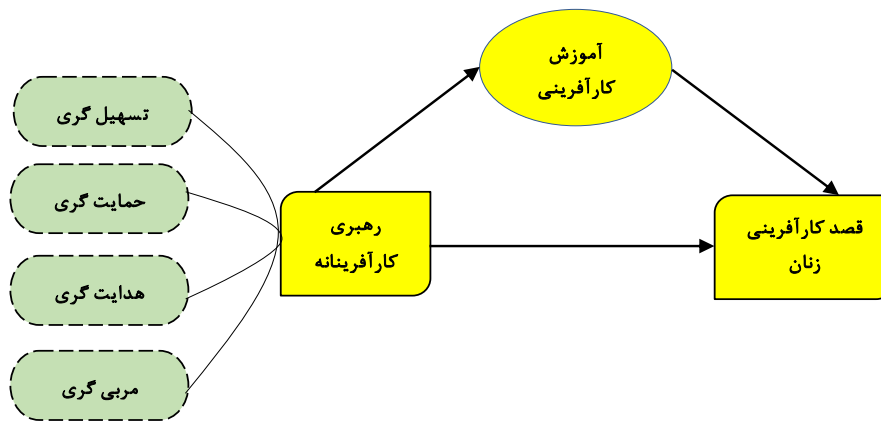
اندیشمندان و محققان ویژگی های متعددی را برای رهبری کارآفرینانه برشمرده اند. بر اساس نظر کوراتکو، ویژگی های رهبری کارآفرینانه عبارتند از: الهام بخشی، انگیزش سریع یک

گروه صاحب ایده های جدید و نهایتاً هدایت آن ها در تبدیل این دیدگاه مشترک به واقعیت. رهبری کارآفرینانه. پنج تفاوت عمده رهبری کارآفرینانه با رهبری کسب و کارهای دیگر دارد: ۱. جهت دهی استراتژیک ۲. کشف فرصت ها ۳. جمع آوری منابع ۴. کنترل منابع ۵. ساختار مدیریتی؛ درواقع این پنج ویژگی، رهبری کارآفرینانه را از سایر شیوه های رهبری متمایز می کند. از دیگر ویژگی های رهبری کارآفرینانه، رهبری جمعی و داشتن رویکرد جمعی است به این معنی که هر سازمان رهبران متعددی دارد: افراد بسیاری در سطوح مختلف در ایجاد و حفظ پایداری خلاقیت سازمانی نقش ایفا می کنند. در نتیجه، ما جمع رهبران داریم و نه رهبران واحد و قهرمان. در رهبری کارآفرینانه، همه اعضای تیم، دارای گرایش ها کارآفرینانه بوده و ویژگی هایی نظیر نوآوری، خطرپذیری، فعال بودن، اعتماد به نفس داشتن، دارای چشم انداز بودن، در همه اعضا وجود دارد بر این اساس رهبری کارآفرینانه را در قالب ۴ بعد (تسهیل گری، حمایت گری، هدایت گری، مربیگری) ارائه می شود (Davar et al., 2021). رهبری کارآفرینانه شامل چندین بعد اساسی است که هر کدام با مؤلفه های خاص خود در توسعه کارآفرینی نقش دارند. بعد اول، نقش تسهیل گری رهبر کارآفرین است که شامل قابلیت های ادراکی مانند شناخت صنعت، فناوری، محصول، بازار و مشتری و درک درست از علایق و نگرش های کارکنان است. رهبرانی که این قابلیت ها را دارند می توانند موانع و محدودیت های سازمان را رفع و کارآفرینی را تسهیل کنند. مؤلفه دوم تسهیل گری، قابلیت ارتباطی است که از طریق ایجاد روابط با گروه ها و افراد بانفوذ، تقویت نزدیکی و مودت اجتماعی و برقراری روابط انسانی و مؤثر با کارکنان، فضا را برای بهره برداری از توانمندی ها و ابتکارات منابع انسانی مهیا می کند. مؤلفه سوم، توانمندسازی سازمان و کارکنان از طریق ارتقای سطح دانش و مهارت آنان از طریق یادگیری و تسهیم دانش است (Davar et al., 2021). بعد دوم، نقش حمایت گری رهبر است که شامل ایجاد تعهد و انگیزه در میان کارکنان و ذینفعان، استفاده از هوش هیجانی، تقویت روحیه انعطاف پذیری، ایجاد فرصت های برابر و سیستم های پاداش مناسب است. این اقدامات به تقویت روحیه همکاری و نوآوری در سازمان کمک می کند (Davar et al., 2021). بعد سوم، هدایت گری است که شامل مؤلفه های هدف گرایی، الهام بخشی و الگوسازی می شود. رهبران با تعیین و ابلاغ چشم انداز و اهداف سازمان، نهادینه کردن ارزش های سازمانی و الگوسازی از طریق مسئولیت پذیری و رفتار متواضعانه، به هدایت و پیشبرد اهداف سازمانی کمک می کنند (Davar et al., 2021). بعد چهارم، مربیگری رهبران کارآفرین است که شامل جهت گیری تیمی از طریق تصمیم گیری و انجام فعالیت های سازمانی به صورت تیمی، تیم سازی حرفه ای و توسعه مهارت های کار تیمی و مشارکت جویی از طریق جلب مشارکت جمعی کارکنان، تفویض مسئولیت ها و بهره گیری از افکار و ایده های کارکنان است (Davar et al., 2021). کارآفرینی یک رفتار برنامه ریزی شده است و برای دستیابی به آن نیاز به تلاش فردی دارد. به همین دلیل، قصد برای شروع یک کار تجاری نقش بسیار مهمی در شکل گیری رفتار

اطلاعات مورد نیاز برای راه‌اندازی و مدیریت یک کسب و کار استفاده می‌شود. همچنین، این نوع آموزش باعث افزایش، بهبود و توسعه نگرش‌ها، مهارت‌ها و توانایی‌های افراد غیرکارآفرین خواهد شد (Zabihi & Maghaddasi, 2006).

تحقیقات مختلف نشان می‌دهند که تسهیلگران با قابلیت‌های مناسب نقش مهمی در پیشبرد کارآفرینی زنان روستایی دارند و آموزش‌های هدفمند برای تسهیلگران در برنامه‌های آموزشی کشاورزی باید تقویت شود تا توانمندی‌های مورد نیاز را به‌دست آورند (Parsiani et al., 2021). عواملی مانند نگرش مثبت مسئولان، برنامه‌های آموزشی مدون و تشکلهای کارآمد زنان تسهیلگر به توانمندسازی این زنان کمک می‌کنند (Amirramini khalafloo et al., 2022). شرکت در کلاس‌های آموزشی، انگیزه، مهارت و دانش کارآفرینی زنان روستایی را افزایش می‌دهد و تفاوت‌های معناداری در توسعه فعالیت‌های کارآفرینی و تاب‌آوری فردی و کسب‌وکار ایجاد می‌کند (Badzaban et al., 2020). نقش کارآفرینی در توانمندسازی زنان و افزایش قدرت تصمیم‌گیری آن‌ها نسبت به زنان خانه‌دار نیز بررسی شده و موانع و نیاز به حمایت دولتی و وام‌های بانکی مطرح شده است (Noor et al., 2021). رهبری کارآفرینانه می‌تواند بر کارآفرینی سازمانی تأثیر مثبت بگذارد؛ برای مثال، رهبران کارآفرین و هدایت‌گری آن‌ها در شرکت سایپا نقش مهمی در توسعه کارآفرینی سازمانی دارند (Davar et al., 2021). در ویتمام، رهبری کارآفرینانه در بهبود رفتارهای نوآورانه کارکنان هتل‌ها تأثیر مثبتی داشته است (Hoang et al., 2022). رهبران کارآفرین می‌توانند با الهام‌بخشی و هدایت، رفتارهای نوآورانه را در میان کارکنانی با خودکارآمدی خلاقانه پرورش دهند (Newman et al., 2018). آموزش کارآفرینی بر تقویت رهبری کارآفرینانه دانشجویان تأثیر مثبت دارد و باید برای تقویت شایستگی‌های اساسی رهبری کارآفرینی مورد توجه قرار گیرد (Yang, 2018). اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در حوزه کشاورزی روستایی نشان می‌دهد که عامل اقتصادی بیشترین تأثیر و عامل محیطی کمترین تأثیر را دارد (Sardar Shahraki & Tash, 2024). همچنین عواملی مانند توسعه توانمندی‌های روانی و مالی-اقتصادی و ایجاد بازارهای محلی برای مشارکت زنان روستایی به توانمندسازی آنان کمک می‌کند (Sookhtanlou et al., 2022). از این‌رو، مدل مفهومی زیر بر اساس تبیین پیشینه تحقیق ارائه شده است:

کارآفرینانه دارد قصد کارآفرینی به عنوان یک عامل کلیدی در شکل‌گیری رفتار کارآفرینانه، اهمیت بسزایی دارد. قصد کارآفرینی شامل تمایل، آرزو و امید فرد برای کارآفرین شدن است و به عنوان یک عامل انگیزشی تأثیرگذار بر رفتار شناخته می‌شود منظور از قصد کارآفرینی "تمایل، آرزو و امید فرد برای کارآفرین شدن است" (Isiwu & Onwuka, 2017). قصد کارآفرینی شامل عوامل است که بر پتانسیل راه‌اندازی یک کسب و کار مؤثر است و به همین ترتیب، مطالعات در جهان توافق کرده‌اند که کارآفرینی یک رفتار برنامه‌ریزی شده است و برای دستیابی به آن نیاز به تلاش هر فرد است. بنابراین، قصد برای شروع یک کار تجاری نقش بسیار مهمی در شکل‌گیری رفتار کارآفرینی دارد (Doan & Phan, 2020). قصد کارآفرینی بخش اولیه و با اهمیتی از فرایند شناختی ایجاد و توسعه یک رفتار از جمله راه‌اندازی یک کسب و کار جدید و کارآفرینانه محسوب می‌شود که به نوعی مهم‌ترین تعیین‌کننده رفتار کارآفرینانه فرد است. قصد کارآفرینی به عنوان اعتقادی است که شخص به خود اذعان کرده است که قصد راه‌اندازی کی کسب و کار جدید را دارد و آگاهانه برای انجام این کار در برهه‌ای از آینده برنامه‌ریزی می‌کند (Keramati et al., 2022). رهبری کارآفرینانه و آموزش کارآفرینی به عنوان دو عنصر مکمل، نقش حیاتی در ایجاد یک محیط کارآفرینی موفق و نوآورانه دارند. آموزش کارآفرینی مهارت‌های لازم برای رهبری مؤثر، مانند تفکر استراتژیک و مدیریت ریسک را توسعه می‌دهد، در حالی که رهبری کارآفرینانه فرهنگ نوآوری و همکاری را در سازمان‌ها ترویج می‌کند. این دو عنصر به افراد کمک می‌کنند تا به تغییرات واکنش نشان دهند و از فرصت‌ها بهره‌برداری کنند، در نتیجه سازمان‌ها قادر به مقابله با چالش‌ها و دستیابی به موفقیت‌های بیشتر خواهند بود. در ادبیات کارآفرینی، تحقیقات فراوانی در تأیید نقش آموزش‌های کارآفرینی و تأثیرات آن بر تغییر نگرش مشاهده می‌شود. به طور کلی، نگرش‌ها به عنوان بهترین ابزار و توصیف‌گر برای اقدام به کارآفرینی مورد بررسی قرار گرفته‌اند. بسیاری از محققین به این عقیده دست یافته‌اند که داشتن نگرش‌های خاص می‌تواند منجر به فعالیت‌های بیشتر در زمینه کارآفرینی شود (Simmons, 1999). آموزش کارآفرینی یک فرایند منظم است که به هدف‌گرا و آگاهانه تقسیم می‌شود. این فرایند به منظور آموزش افراد غیرکارآفرین، اما دارای پتانسیل خلاقیت، طراحی شده است. در واقع، این نوع آموزش به عنوان یک فعالیت مورد توجه قرار می‌گیرد که برای انتقال دانش و



شکل ۱- مدل مفهومی تحقیق: داور و همکاران (۲۰۲۱)، سلطانزاده (۲۰۱۹)، لینان و همکاران (۲۰۱۱)
Figure 1. Research conceptual model: Davar *et al.*, (2021), Soltanzadeh (2019), Lennan *et al.*, (2011)

در این تحقیق، به منظور گردآوری داده‌های موردنیاز، از پرسشنامه رهبری کارآفرینانه (Davar *et al.*, 2021)، پرسشنامه آموزش کارآفرینی (Soltanzadeh, 2019) و پرسشنامه قصد کارآفرینی (Lennan *et al.*, 2012) استفاده شده است. برای متغیرهای مورد بررسی، به ترتیب ۲۹ گویه با طیف لیکرت پنج‌تایی برای سنجش رهبری کارآفرینانه با چهار بعد (هدایت‌گری، حمایت‌گری، تسهیل‌گری و مربی‌گری)، ۶ گویه برای پرسشنامه قصد کارآفرینی زنان (تک‌بعدی) و ۳۵ گویه برای پرسشنامه آموزش کارآفرینی در نظر گرفته شده‌است که در جدول ۱ نمایش داده شده است. روایی صوری و محتوایی این پرسشنامه‌ها توسط اساتید دانشگاه مورد تایید قرار گرفته‌اند و پایایی آن‌ها با استفاده از روش آلفای کرونباخ ارزیابی شد که نتایج بیش از ۰/۷ به دست آمده است. در این پژوهش نیز داده‌ها با استفاده از آمار توصیفی و آمار استنباطی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. در بخش آمار توصیفی (میانگین، انحراف استاندارد، جداول و ...) و در بخش آمار استنباطی از کالموگراف اسمیرنوف جهت تشخیص توزیع نرمال داده‌ها، آزمون ضریب همبستگی پیرسون جهت تعیین ارتباط بین متغیرهای پژوهش و همچنین برای آزمون فرضیه‌ها از روش تحلیل عامل تأییدی و مدل معادلات ساختاری استفاده گردد؛ و برای اجرا منظور از نرم‌افزار آماری SPSS22 و LISREL10 بهره گرفته شد. بنابراین به منظور اندازه‌گیری قابلیت اعتماد، از روش آلفای کرونباخ و با استفاده از نرم‌افزار SPSS22 نسخه انجام گردیده است که ضریب آلفا در جدول ۲ نمایش داده شده است.

فرضیه‌های پژوهش

فرضیه اصلی

ابعاد رهبری کارآفرینانه بر قصد کارآفرینی زنان روستایی با تأکید بر آموزش کارآفرینی در استان اردبیل تأثیر معناداری دارد.

فرضیات فرعی

۱. بین بعد تسهیل‌گری رهبری کارآفرینانه و قصد کارآفرینی زنان روستایی در استان اردبیل رابطه معناداری وجود دارد.
۲. بین بعد هدایت‌گری رهبری کارآفرینانه و قصد کارآفرینی زنان روستایی در استان اردبیل رابطه معناداری وجود دارد.
۳. بین بعد حمایت‌گری رهبری کارآفرینانه و قصد کارآفرینی زنان روستایی در استان اردبیل رابطه معناداری وجود دارد.
۴. بین بعد مربی‌گری رهبری کارآفرینانه و قصد کارآفرینی زنان روستایی در استان اردبیل رابطه معناداری وجود دارد.
۵. بین آموزش کارآفرینی و قصد کارآفرینی زنان روستایی در استان اردبیل رابطه معناداری وجود دارد.
۶. بین رهبری کارآفرینانه و آموزش کارآفرینی زنان روستایی در استان اردبیل رابطه معنی داری وجود دارد.

مواد و روش

تحقیق از نظر هدف کاربردی، از نظر نحوه گردآوری اطلاعات توصیفی-همبستگی، از نظر اجرا میدانی و از نوع الگوی معادلات، ساختاری بود. جامعه آماری تحقیق حاضر شامل کلیه زنان روستایی کارآفرین و عضو در صندوق خرد در استان اردبیل است که برابر ۱۹۰۰ نفر می‌باشد. برای تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شده و تعداد نمونه برابر ۳۲۰ نفر به دست آمد که با روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای انتخاب شدند.

جدول ۱- ابعاد و گویه‌ها

Table 1. Dimensions and items

منبع Reference	گویه‌ها Objects	ابعاد Dimensions	متغیرها Variables
(Davar et al., 2021)	شناخت صنعت شامل فناوری، محصول، بازار و مشتری Knowing the industry including technology, product, market and customer	تسهیل‌گر facilitation	رهبری کارآفرینانه Entrepreneurial leadership
(Davar et al., 2021)	شناخت علایق و نگرش‌ها، دغدغه‌های کارکنان و منابع انسانی Knowing the interests and attitudes, concerns of employees and human resources		
(Davar et al., 2021)	شناسایی و تحلیل متغیرهای محیطی موثر بر کسب‌وکار Identification and analysis of environmental variables affecting business		
(Davar et al., 2021)	ایجاد روابط با گروه‌ها و رهبران غیررسمی سازمان و افراد بانفوذ Establishing relationships with informal groups and leaders of the organization and influential people		
(Davar et al., 2021)	برقراری ارتباطات اثربخش و سیستماتیک با شرکا و رقبا Effective and systematic communication with partners and competitors		
(Davar et al., 2021)	اشتراک و تسهیم دانش و اطلاعات و انتقال تجربه Share and share knowledge and information and transfer experience		
(Davar et al., 2021)	تقویت ناکارآمدی‌ها و ضعف‌های کارکنان و ارتقای آنها Strengthening the inefficiencies and weaknesses of employees and promoting them		
(Davar et al., 2021)	دادن آزادی عمل و تفویض اختیار به کارکنان در تصمیم‌گیری Giving freedom of action and delegating authority to employees in decision-making		
(Davar et al., 2021)	ایجاد تعهد میان کارکنان و ذی‌نفعان کسب و کارهای کوچک و متوسط در جهت هدف Creating commitment among employees and stakeholders of small and medium businesses towards the goal		
(Davar et al., 2021)	تعهد بر رعایت الزامات قانونی و مقررات استانداردها در سطوح مختلف Commitment to comply with legal requirements and standards regulations at various levels		
(Davar et al., 2021)	مسئولیت‌پذیری در قبال منافع کسب و کارهای کوچک و متوسط از جمله کارکنان Responsibility towards the interests of small and medium-sized businesses, including employees	حمایت‌گر support	رهبری کارآفرینانه Entrepreneurial leadership
(Davar et al., 2021)	افزایش رضایت‌مندی کارکنان Increasing employee satisfaction		
(Davar et al., 2021)	تشویق کارکنان در انجام رفتارهای سازگار با ارزش‌های کسب و کارهای کوچک و متوسط Encouraging employees to engage in behaviors consistent with the values of small and medium-sized businesses		
(Davar et al., 2021)	انگیزش هوشمندانه و هدفمند کارکنان جهت اجرای برنامه‌های کسب و کارهای کوچک و متوسط Intelligent and purposeful motivation of employees to implement small and medium-sized business programs		
(Davar et al., 2021)	تقویت روحیه انعطاف‌پذیری و هماهنگی و همسویی با کارکنان Strengthening the spirit of flexibility, coordination, and alignment with employees		
(Davar et al., 2021)	راهنمایی و مشاوره به جای توبیخ و سرزنش Guidance and counseling instead of reprimand and blame		
(Davar et al., 2021)	رفع تعارض و کاهش دادن کشمکش بین افراد Resolving conflicts and reducing disputes between individuals		
(Davar et al., 2021)	تعیین و ابلاغ چشم‌اندازهای کسب و کارهای کوچک و متوسط به صورت شفاف Clearly defining and communicating the visions of small and medium-sized businesses		
(Davar et al., 2021)	تعیین و اعلام اهداف براساس نیازهای کسب و کارهای کوچک و متوسط Setting and announcing goals based on the needs of small and medium-sized businesses		
(Davar et al., 2021)	آیندنگری و دوراندیشی در مسائل کسب و کارهای کوچک و متوسط Foresight and long-term thinking in small and medium-sized business issues	هدایت‌گر guidance	رهبری کارآفرینانه Entrepreneurial leadership
(Davar et al., 2021)	مسئولیت‌پذیر عملی برای کسب موفقیت و پیشرفت در کسب و کارهای کوچک و متوسط Practical responsibility for achieving success and progress in small and medium-sized businesses		
(Davar et al., 2021)	برخورد عادلانه و پرهیز از رفتار تبعیض‌آمیز Fair treatment and avoidance of discriminatory behavior		
(Davar et al., 2021)	رعایت عملی ارزش‌های کسب و کارهای کوچک و متوسط در اعمال فردی Practical adherence to the values of small and medium-sized businesses in individual actions		
(Davar et al., 2021)	اتخاذ تصمیمات و انجام فعالیت‌های مهم کسب و کارهای کوچک و متوسط به صورت تیمی Making decisions and carrying out important activities of small and medium-sized businesses as a team		
(Davar et al., 2021)	تقویت و حمایت از انجام کارهای تیمی و فعالیت گروهی Strengthening and supporting teamwork and group activities		
(Davar et al., 2021)	توسعه مهارت‌های کار تیمی و فعالیت‌های مشارکتی برای کارکنان Developing teamwork skills and collaborative activities for employees		
(Davar et al., 2021)	جلب مشارکت جمعی کارکنان در جهت تحقق اهداف و پیشبرد برنامه‌های بهبود Engaging collective participation of employees towards achieving goals and advancing improvement programs		
(Davar et al., 2021)	تفویض مسئولیت به کارکنان و دادن کارهای چالشی به آنها Delegating responsibility to employees and giving them challenging tasks		
(Davar et al., 2021)	تقویت روحیه و حس خودرهبری و خودنظارتی در میان کارکنان Strengthening the spirit and sense of self-leadership and self-supervision among employees		
(Lennan et al., 2011)	برای ایجاد یک شرکت در آینده مصمم هستم. I am determined to create a company in the future.	قصد کارآفرینی Entrepreneurship intention	رهبری کارآفرینانه Entrepreneurial leadership
(Lennan et al., 2011)	هدف حرفه‌ای من تبدیل شدن به یک کارآفرین است. My professional goal is to become an entrepreneur.		
(Lennan et al., 2011)	بعضی روزها قصد رانندازی شرکت را دارم. Some days I intend to start a company.		
(Lennan et al., 2011)	فکر بسیار جدی برای راه‌اندازی یک شرکت دارم. I have very serious thoughts about starting a company.		
(Lennan et al., 2011)	برای انجام هرکاری جهت کارآفرین شدن آماده هستم. I am ready to do anything to become an entrepreneur.		

تأثیر ابعاد رهبری کارآفرینانه بر قصد کارآفرینی زنان روستایی با تأکید بر آموزش کارآفرینی در استان اردبیل ۱۵۸

(Lennan et al., 2011)	هر تلاشی را برای راه‌اندازی و فعالیت شرکت خود انجام خواهم داد. I will make every effort to start and operate my own company.	توسعه دانش کارآفرینی Development of entrepreneurial knowledge	آموزش کارآفرینی Entrepreneurship education
(Soltanzadeh, 2019)	بهره‌گیری از دانش کارآفرینی در برنامه درسی Utilizing entrepreneurship knowledge in the curriculum		
(Soltanzadeh, 2019)	توسعه مفاهیم مرتبط با کارآفرینی Developing concepts related to entrepreneurship		
(Soltanzadeh, 2019)	توسعه مهارت‌های عملی، توسعه ظرفیت‌های فکری دانشجویان Developing practical skills, developing rural women' intellectual capacities		
(Soltanzadeh, 2019)	تمرکز بر پژوهش‌های مرتبط با کارآفرینی دانشگاهی Focusing on research related to academic entrepreneurship		
(Soltanzadeh, 2019)	توسعه انجمن‌های علمی Developing scientific associations		
(Soltanzadeh, 2019)	ارائه الگوهای موفق کارآفرینی Presenting successful entrepreneurship models		
(Soltanzadeh, 2019)	برگزاری کارگاه‌ها و دوره‌های تخصصی آموزش کارآفرینی Holding workshops and specialized entrepreneurship training courses		
(Soltanzadeh, 2019)	افزایش تجارب و مهارت‌های دانشجویان در خصوص فعالیت کارآفرینانه Increasing rural women' experiences and skills regarding entrepreneurial activities		
(Soltanzadeh, 2019)	شناسایی مهارت‌های کارآفرینی متناسب با هر رشته Identifying entrepreneurial skills appropriate to each field		
(Soltanzadeh, 2019)	همکاری با مراکز فنی و حرفه‌ای، توسعه آموزش‌های فنی و حرفه‌ای Collaborating with technical and vocational centers, developing technical and vocational training	مهارت آموزی skill training	
(Soltanzadeh, 2019)	آموزش‌های مهارت‌های ایده‌پردازی Training in ideation skills		
(Soltanzadeh, 2019)	آموزش مهارت‌های راه و اندازی و مدیریت کسب و کار نوپا Training in startup and management skills for new businesses		
(Soltanzadeh, 2019)	آموزش مهارت‌های ارتباطی Training in communication skills		
(Soltanzadeh, 2019)	آموزش بازشناسی فرصت‌های تجاری Training in recognizing business opportunities		
(Soltanzadeh, 2019)	توسعه مهارت‌های شغلی Developing job skills		
(Soltanzadeh, 2019)	توسعه توانایی شناسایی ابعاد مسئله Developing the ability to identify problem dimensions		
(Soltanzadeh, 2019)	به‌کارگیری روش‌های اکتشافی جدید Employing new exploratory methods		
(Soltanzadeh, 2019)	توسعه اطلاعات و تجارب کارآفرینی Developing entrepreneurial information and experiences		
(Soltanzadeh, 2019)	بهره‌گیری از بارش فکری در برنامه‌های آموزشی Utilizing brainstorming in educational programs		
(Soltanzadeh, 2019)	ارائه کارگاه‌های داستان‌نویسی و هنری Offering story writing and art workshops		
(Soltanzadeh, 2019)	برگزاری دوره‌های هم‌اندیشی Holding brainstorming sessions		
(Soltanzadeh, 2019)	توسعه روحیه پرسشگری در دانشجویان Developing a spirit of inquiry in rural women		
(Soltanzadeh, 2019)	توسعه انگیزه‌های کارآفرینی Developing entrepreneurial motivations		
(Soltanzadeh, 2019)	استفاده از بازی‌های فکری Using mind games		
(Soltanzadeh, 2019)	توسعه روحیه کارآفرینی در دانشجویان Developing an entrepreneurial spirit in rural women		
(Soltanzadeh, 2019)	پرورش ذهن خلاق در دانشجویان Nurturing creative minds in rural women		
(Soltanzadeh, 2019)	تشویق اختراعات Encouraging inventions		
(Soltanzadeh, 2019)	توانایی شناخت فرصت‌های جدید بازار متناسب با رشته Ability to recognize new market opportunities relevant to the field	خودکارآمدی کارآفرینانه Entrepreneurial self-efficacy	
(Soltanzadeh, 2019)	توانایی شناسایی منابع مالی Ability to identify financial resources		
(Soltanzadeh, 2019)	توانایی شناسایی شرایط ایجاد کسب و کار Ability to identify business creation conditions		
(Soltanzadeh, 2019)	توانایی ترسیم نقشه توسعه کسب و کار Ability to draw a business development map		
(Soltanzadeh, 2019)	توانایی تشکیل تیم مدیریت و عملیاتی برای کسب و کار Ability to form management and operational teams for business		
(Soltanzadeh, 2019)	توانایی ترسیم چشم‌اندازها و راهبرد برای کسب و کار Ability to outline visions and strategies for business		
(Soltanzadeh, 2019)	توانایی برقراری ارتباط و همکاری Ability to establish communication and collaboration		
(Soltanzadeh, 2019)	آماده‌سازی دانشجویان برای کار Preparing rural women for work		

جدول ۲- ضریب آلفا کرونباخ

متغیر (Variable)	ضریب آلفای کرونباخ (Cronbach's alpha coefficients)
رهبری کارآفرینانه Entrepreneurial leadership	0.92
قصد کارآفرینی Entrepreneurial intention	0.89
آموزش کارآفرینی Entrepreneurship education	0.91

به سوالات پرسشنامه، عدد ۳ به عنوان عدد وسط یا ممتنع تلقی شده و فرض صفر به این صورت خواهد بود که میانگین مقادیر به‌دست‌آمده در نتیجه پاسخ‌ها، از میانگین فرضی آزمون (عدد

گفتنی است که همه سنجه‌ها با استفاده از مقیاس لیکرت پنج‌تایی و در محدودهای از ۱ = کاملاً مخالف تا ۵ = کاملاً موافق سنجیده شدند و به دلیل استفاده از طیف ۵ سطحی لیکرت در پاسخگویی

کشیدگی و چولگی به‌دست‌آمده از هر متغیر در بازه ۲- و ۲+ قرار دارد بنابراین داده‌های تحقیق دارای توزیع نرمال هستند. در ابتدا قبل از انجام هر آزمون آماری باید از نرمال و یا غیرنرمال بودن داده‌ها اطلاع پیدا کرد. با انجام آزمون کلموگروف-اسمیرنوف بر روی متغیرها فرض نرمال بودن آن‌ها را می‌توان سنجید.

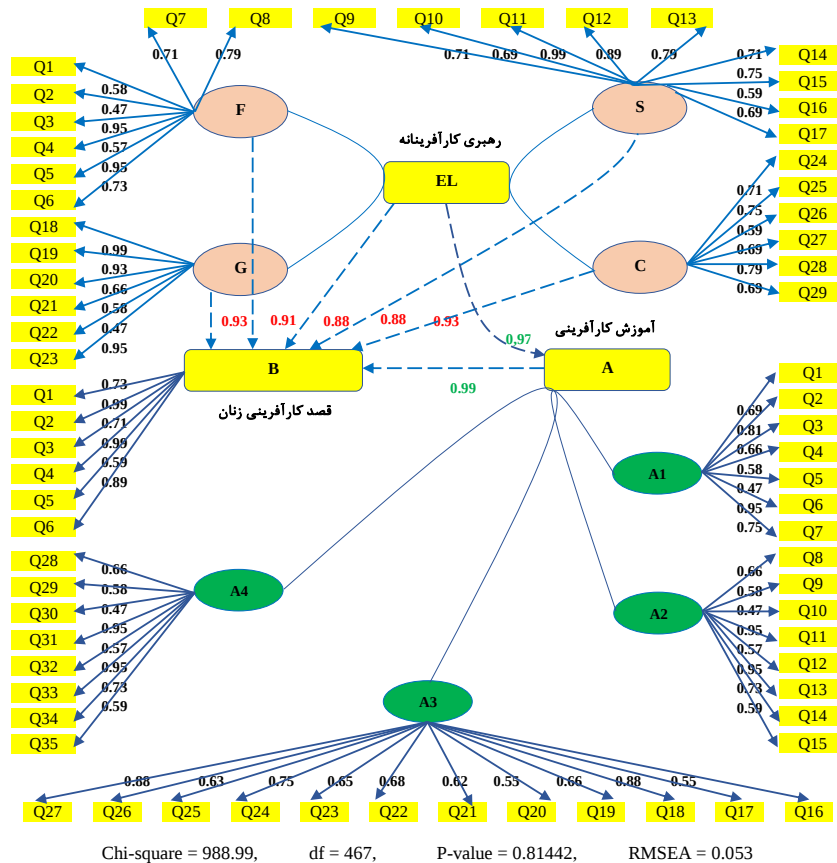
۳) کمتر است و وضعیت ادراکی جامعه از آن متغیر نامطلوب است؛ زیرا پاسخ‌ها حول میانگین بوده و به عدد خاصی تمایل ندارد. نتایج آماری این پژوهش نشان می‌دهد که میانگین پاسخ به متغیرها در مقایسه با مقیاس سنجش، بالاتر از حد متوسط است. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که وضعیت ادراکی جامعه از متغیرهای تحقیق در حد مطلوبی قرار دارد. علاوه بر این

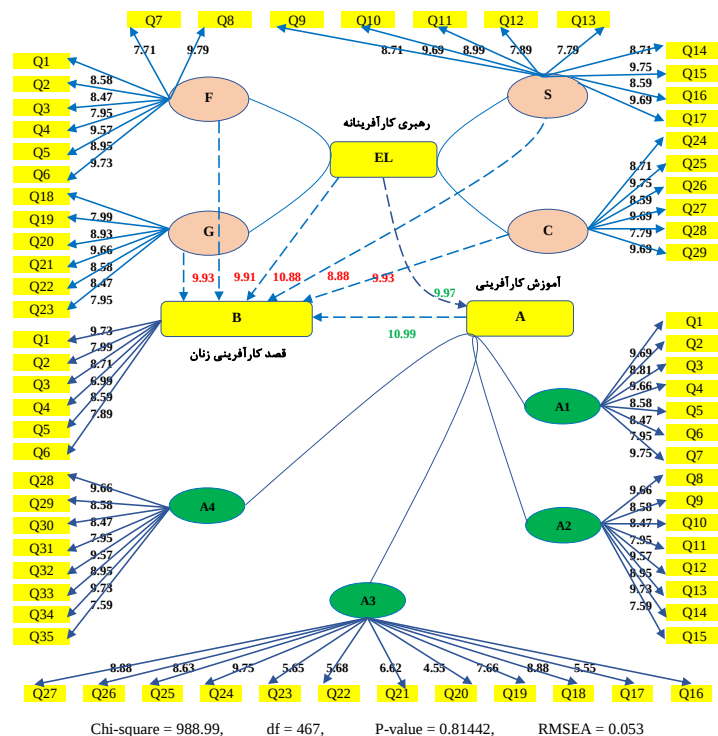
جدول ۳- نتایج آزمون کولموگوروف - اسمیرنوف جهت تعیین نرمال بودن توزیع متغیرهای تحقیق
Table 3. The results of the Kolmogorov-Smirnov test to determine the normality of the distribution of research variables

متغیرها Variables	میانگین Average	انحراف معیار standard deviation	N	Z	سطح معنی داری Significance level
رهبری کارآفرینانه Entrepreneurial leadership	3.79	0.887	226	7.99	0.000
تسهیل‌گری facilitation	3.57	0.697	226	8.54	2.000
حمایت‌گری support	3.55	0.671	226	8.54	0.000
هدایت‌گری guidance	4.43	0.9976	226	7.78	1.000
مربیگری coaching	4.44	0.618	226	7.92	0.000
قصد کارآفرینی Entrepreneurial intention	3.98	0.739	226	4.86	0.000
آموزش کارآفرینی Entrepreneurship education	3.41	0.819	226	8.54	0.000

بررسی ضرایب معناداری مربوط به مسیر هریک از فرضیه‌ها می‌باشد و مرحله‌ی دوم شامل بررسی ضرایب استاندارد شده‌ی مسیر مربوط به فرضیه‌ها می‌باشد که با استفاده از نرم افزار لیزرل انجام می‌شود. و در شکل‌های زیر نمایش داده شده است.

طبق نتایج جدول فوق و با توجه به اینکه سطح معنی‌داری خطای آزمون برای سطح اطمینان ۹۵ درصد بیش از ۵ درصد است، پس در فرضیات از آزمون‌های ناپارامتریک (معادلات ساختاری) استفاده شد. مدل کلی فرضیه اصلی پژوهش به روش تحلیل مسیر و طی دو مرحله بررسی می‌شوند؛ مرحله‌ی اول





شکل ۲- مدل فرضیات تحقیق

تأثیر بعد تسهیلگری بر قصد کارآفرینی زنان روستایی در استان اردبیل نشان می‌دهد که همبستگی مشاهده شده مطلوب و معنادار است. بنابراین نتایج آزمون فرضیه اول نشان داد که بعد تسهیلگری بر قصد کارآفرینی زنان روستایی تأثیر بالایی دارد. در یک رویکرد مقایسه‌ای؛ نتایج این پژوهش با پژوهش‌های قبلی (Parsiani et al., 2021; Davar et al., 2021; Noor et al., 2021; Hoang et al., 2022; Mehmood et al., 2021) هم‌راستا است؛ شکل‌گیری جریان پایدار کارآفرینی در بین زنان روستایی نیازمند بهره‌گیری از تسهیلگرانی است که از قابلیت لازم برخوردار هستند تا کارکرد خود را برای حمایت از زنان در فرایند کارآفرینی به صورت هدفمند به انجام برسانند. از این رو، تلفیق و تقویت آموزش تسهیلگری در برنامه و دوره‌های آموزش برای پرورش و ارتقای قابلیت‌های موردنظر در مسیر توسعه حرفه‌ای کارگزاران ضروری دانستند

دومین بعد متغیر رهبری کارآفرینانه و مؤلفه‌های مربوط به آن عبارت است از: حمایت‌گری (تعهد، انگیزش، هوش هیجانی)، تأثیر بعد حمایت‌گری بر قصد کارآفرینی زنان روستایی نشان می‌دهد که همبستگی مشاهده شده مطلوب و معنادار است. بنابراین فرضیه فوق تأیید می‌شود و می‌توان گفت بعد حمایت‌گری بر قصد کارآفرینی زنان روستایی تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد. در یک رویکرد مقایسه‌ای؛ نتایج پژوهش با پژوهش‌های قبلی (Parsiani et al., 2021; Davar et al., 2021; Noor et al., 2021; Hoang et al., 2022; Mehmood et al., 2021) هم‌راستا است. حمایت‌گری می‌تواند زنان روستایی را در ایجاد یک اعتماد به نفس و اعتماد

روایی صوری و محتوایی پرسشنامه‌ها با بهره‌مندی از خبرگان پژوهش به تأیید رسید. روایی سازه‌های پرسشنامه با استفاده از روش تحلیل عاملی تأییدی در نرم‌افزار لیزرل ارزیابی شد و معنی‌داری گویه‌ها به سازه‌های مدنظر به تأیید رسید. با توجه به اینکه مقدار بارهای عاملی برای تمام متغیرهای آشکار بالای ۰/۵ بود، هیچکدام از گویه‌ها کنار گذاشته نشدند. همچنین، یکپارچگی درونی ابزارهای استفاده شده نیز از طریق ضریب آلفای کرونباخ ارزیابی شد که نشان داد همه مقادیر محاسبه شده از ۰/۷ بیشتر هستند که می‌توان نتیجه گرفت ابزار پایایی لازم را دارد.

نتایج یافته‌های تحقیق نشان داد که تسهیل‌گری بر قصد کارآفرینی ($t = 9.91, \beta = 0.91$) اثر مستقیم، مثبت و معنی‌داری دارد و حمایت‌گری بر قصد کارآفرینی ($t = 8.88, \beta = 0.88$) اثر مستقیم، مثبت و معنی‌داری دارد همچنین هدایت‌گری بر قصد کارآفرینی ($t = 9.93, \beta = 0.93$) اثر مستقیم و مثبت و معنی‌داری دارد و مربیگری بر قصد کارآفرینی ($t = 9.93, \beta = 0.93$) اثر مستقیم، مثبت و معنی‌داری دارد و آموزش کارآفرینی نیز بر قصد کارآفرینی ($t = 10.99, \beta = 0.99$) اثر مستقیم، مثبت و معنی‌داری دارد و همچنین رهبری کارآفرینانه بر آموزش کارآفرینی ($t = 9.97, \beta = 0.97$) تأثیر مستقیم و معنی‌داری دارد.

بحث و نتیجه‌گیری

اولین بعد متغیر رهبری کارآفرینانه و مؤلفه‌های مربوط به آن عبارت است از: تسهیلگری (ادراکی، ارتباطی، توانمندسازی)،

مورد نیاز برای راه اندازی و مدیریت کسب و کارها، زنان روستایی را به سمت کارآفرینی سوق می دهد و آن ها را در راه تحقق اهداف کارآفرینی شان، همراهی می کند.

تأثیر رهبری کارآفرینانه بر آموزش کارآفرینی زنان روستایی نشان می دهد که همبستگی مطلوب است. بنابراین فرضیه فوق تأیید می شود و نتایج آزمون فرضیه ششم نشان داد که رهبری کارآفرینانه بر آموزش کارآفرینی زنان روستایی در استان اردبیل تأثیر بالایی دارد. بر این اساس می توان گفت که نتایج این پژوهش با نتایج پژوهش (Yang, 2018) همراستا است. رهبری کارآفرینانه با ایجاد محیطی حمایتی و الهام بخش، زنان را تشویق به مشارکت فعال در فعالیت های اقتصادی می کند. رهبری کارآفرینانه تأثیرات مهمی بر آموزش کارآفرینی دارد. رهبران کارآفرین با ارائه تجربیات عملی، تئوری های کارآفرینی در دنیای واقعی نشان می دهند و یادگیری عمیق تر و کاربردی تری را فراهم می کنند. آن ها با پشتیبانی، مسیر یادگیری را تسهیل و آن ها را برای مواجهه با چالش های واقعی آماده می کنند. همچنین با ترویج ارزش های نوآوری و ریسک پذیری، فرهنگی ایجاد می کنند که زنان روستایی را ترغیب به فکر کردن خارج از چارچوب ها و جستجوی فرصت های جدید می کند. علاوه بر این با شبکه های گسترده خود فرصت هایی فراهم می کنند تا با سرمایه گذاران و افراد کلیدی در اکوسیستم کارآفرینی ارتباط برقرار کنند. این عوامل به تربیت کارآفرینان موفق تر و آماده تر برای مواجهه با چالش های کسب و کار کمک می کند. در نتیجه، این اقدامات به افزایش درآمد و بهبود وضعیت اقتصادی جامعه روستایی منجر می شود.

با توجه به نتایج تحقیق، پیشنهاد های کاربردی زیر به مسئولان و برنامه ریزان امور روستایی استان اردبیل ارائه می شود:

۱. شناخت علایق و نگرش ها، دغدغه های کارآفرینی زنان روستایی و منابع انسانی: شناخت علایق و نگرش های کارآفرینی زنان روستایی، یکی از مهم ترین گام ها برای توانمند سازی آن هاست. این شناخت شامل درک دغدغه ها و نیازهای این زنان، برقراری روابط انسانی مؤثر و تعامل سازنده با آن ها، و شناسایی استعدادها و قابلیت های شان است. علاوه بر این، رهبران و مدیران باید مسئولیت پذیری در قبال منافع سازمان و کارآفرینی زنان روستایی داشته باشند و همواره مشتاق شنیدن مسائل و مشکلات آن ها باشند تا زنان روستایی نسبت به شغل شان احساس تعهد و تعلق داشته باشند. این رویکردها به ایجاد انگیزه و افزایش اعتماد به نفس زنان روستایی کمک می کند و محیطی امن و پشتیبانی برای رشد و توسعه کارآفرینی فراهم می آورد.

۲. تقویت نزدیکی و مودت اجتماعی و احساس دوستی و مردم داری: تقویت نزدیکی و مودت اجتماعی، نقش به سزایی در پیشرفت کارآفرینی زنان روستایی دارد. ایجاد فضایی دوستانه و مردم داری، جلب مشارکت جمعی و توسعه مهارت های کار تیمی و فعالیت های مشارکتی از جمله اقداماتی است که می تواند به این هدف کمک کند. رهبران کارآفرین باید فضایی را در سازمان امور روستایی فراهم کنند تا زنان روستایی بتوانند

به دیگران بیشتر کمک کنند، همچنین این حمایت می تواند آن ها را به دسترسی به منابع و فرصت های مورد نیاز برای شروع یک کسب و کار هدایت کند. این نوع حمایت می تواند انگیزه زنان روستایی را برای اقدامات کارآفرینانه تقویت کند، به طوری که آن ها احساس کنند می توانند به عنوان کارآفرینان موفق در جامعه خود شناخته شوند و به توسعه اقتصادی و اجتماعی منطقه شان کمک کنند.

سومین بعد متغیر رهبری کارآفرینانه و مؤلفه های مربوط به آن عبارت است از: هدایت گری (الهام بخشی، هدف گرایی، الگوسازی)، تأثیر بعد هدایت گری بر قصد کارآفرینی زنان روستایی نشان می دهد که همبستگی مشاهده شده مطلوب و معنادار است. بنابراین فرضیه فوق تأیید می شود و می توان گفت بعد هدایت گری بر قصد کارآفرینی زنان روستایی تأثیر مثبت و معنی داری دارد. در یک رویکرد مقایسه ای؛ نتایج این پژوهش با پژوهش های قبلی (Parsiani et al., 2021; Davar et al., 2021; Noor et al., 2021; Hoang et al., 2022; Mehmood et al., 2021) همراستا است. هدایت گری از طریق الهام بخشی، هدف گرایی و الگوسازی می تواند تأثیر بسزایی بر قصد کارآفرینی زنان روستایی داشته باشد. زمانی که زنان روستایی با الگوها و افراد موفقیت آمیز در کسب و کار آشنا می شوند و از تجربیات آن ها استفاده می کنند، احساس هدف گرایی و اعتماد به نفس بیشتری پیدا می کنند. این فرآیند آن ها را به سمت تصمیم گیری و اقدامات کارآفرینانه هدایت می کند. بنابراین، هدایت گری می تواند به عنوان یک عامل مؤثر در افزایش قصد کارآفرینی زنان روستایی عمل کند.

چهارمین بعد متغیر رهبری کارآفرینانه و مؤلفه های مربوط آن عبارت است از: مربیگری (تیمی و مشارکتی)، تأثیر بعد مربیگری بر قصد کارآفرینی زنان روستایی نشان می دهد که همبستگی مشاهده شده مطلوب و معنادار است. بنابراین فرضیه فوق تأیید می شود و می توان گفت بعد مربیگری بر قصد کارآفرینی زنان روستایی تأثیر مثبت و معنی داری دارد. در یک رویکرد مقایسه ای؛ نتایج این پژوهش با پژوهش های قبلی (Parsiani et al., 2021; Davar et al., 2021; Noor et al., 2021; Hoang et al., 2022; Mehmood et al., 2021) همراستا است. مربیگری تیمی و مشارکتی می تواند به زنان روستایی اعتماد به نفس بیشتری بدهد و آن ها را از طریق ارتباط با افرادی که تجربه موفقیت در کارآفرینی داشته اند، الهام بخشد. این ارتباطات از طریق گروه های مشارکتی و تیمی، فرصت های شبکه سازی را فراهم می کنند که می تواند به زنان روستایی کمک کند تا از تجربیات و دانش دیگران بهره مند شوند و از این طریق کسب و کارهای خود را بهبود بخشند.

تأثیر آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینی زنان روستایی نشان می دهد که همبستگی مطلوب است. بنابراین فرضیه فوق تأیید می شود و نتایج آزمون فرضیه پنجم نشان داد که آموزش کارآفرینی زنان بر قصد کارآفرینی زنان روستایی در استان اردبیل تأثیر بالایی دارد. بر این اساس می توان گفت که نتایج این پژوهش با نتایج پژوهش (khalafloo et Amiramini, 2021) همراستا است. آموزش کارآفرینی زنان می تواند تأثیر بسیار مهمی بر کارآفرینی زنان روستایی در استان اردبیل داشته باشد. این نوع آموزش با ارائه مفاهیم و مهارت های

تأثیر ابعاد رهبری کارآفرینانه بر قصد کارآفرینی زنان روستایی با تأکید بر آموزش کارآفرینی در استان اردبیل ۱۶۲

برنامه‌ها و محیط‌هایی که اعضای تیم را به ارائه ایده‌های نوآورانه و خلاقانه تشویق کنند، می‌توانند به بهبود کسب‌وکارها کمک کنند. برگزاری مسابقات نوآوری و ایجاد محیطی حمایتی که زنان بتوانند ایده‌های خود را بدون ترس از شکست اجرا کنند، از جمله راهکارهای مؤثر در این زمینه است. افزایش یادگیری عملی از طریق پروژه‌های واقعی و همکاری با کسب‌وکارهای محلی نیز می‌تواند به تقویت توانمندی‌های زنان روستایی کمک کند.

۶. توسعه صنایع محلی و کوچک و متوسط: حمایت از صنایع محلی و کارگاه‌های کوچک و متوسط در جوامع روستایی، به عنوان منابع اصلی ایجاد اشتغال و توسعه اقتصادی محلی، از اهمیت زیادی برخوردار است. ارائه مواد خام اولیه، تصویب قوانین متناسب با بهبود کسب‌وکار زنان روستایی، و تشکیل گروه‌های کاری برای اجرای برنامه‌های مشارکتی از جمله اقداماتی است که می‌تواند به توسعه این صنایع کمک کند.

همچنین، ارائه الگوهای موفق کارآفرینی زنان روستایی و اشتراک تجارب موفقیت‌آمیز آن‌ها می‌تواند انگیزه افراد را برای شروع یا گسترش کسب‌وکارهای خود افزایش دهد.

۷. ارائه الگوهای موفق و اشتراک تجارب: ارائه الگوهای موفق و اشتراک تجارب، می‌تواند به زنان روستایی انگیزه دهد و اعتماد به نفس آن‌ها را افزایش دهد. ارائه اطلاعات جامع درباره فرصت‌های کارآفرینی و راهنمایی درباره مراحل راه‌اندازی کسب‌وکار، شناسایی و رفع موانع موجود، و تشکیل شبکه‌ها و انجمن‌ها برای حمایت از همکاری و اشتراک تجربیات از جمله اقداماتی است که می‌تواند به زنان روستایی کمک کند تا از یکدیگر یاد بگیرند و با همکاری بهتری به فعالیت‌های کارآفرینانه بپردازند.

به صورت تیمی و گروهی با یکدیگر کار کنند و در تدوین اهداف عملکردی و تصمیم‌گیری‌های سازمانی مشارکت داشته باشند. این اقدامات موجب تقویت روحیه انعطاف‌پذیری و هماهنگی در میان زنان روستایی می‌شود و احساس دوستی و مودت را در جامعه افزایش می‌دهد.

۳. شناخت صنعت: شناخت دقیق صنعت، شامل فناوری‌های مرتبط، محصولات موجود، بازار هدف و مشتریان بالقوه، از اهمیت زیادی برخوردار است. این شناخت به زنان روستایی کمک می‌کند تا با درک بهتری از بازار و نیازهای مشتریان، کسب‌وکارهای خود را به شکل مؤثرتری توسعه دهند. ارائه اطلاعات جامع درباره فرصت‌های کارآفرینی و راهنمایی درباره مراحل راه‌اندازی کسب‌وکار می‌تواند زنان را به سمت فعالیت‌های کارآفرینانه هدایت کند. بهبود شرایط برای فروش محصولات و شناسایی و رفع موانع موجود در راه کسب‌وکار نیز از دیگر اقدامات مؤثر در این زمینه است.

۴. توسعه ارتباطات و شبکه‌سازی: توسعه ارتباطات و شبکه‌سازی، نقش مهمی در پیشرفت کارآفرینی دارد. فراهم کردن فرصت‌های شبکه‌سازی و ارتباط با سایر کارآفرینان، مراکز توسعه کسب‌وکار و سازمان‌های مرتبط می‌تواند به اشتراک تجارب و منابع کمک کند. تشکیل شبکه‌ها و انجمن‌ها برای حمایت از همکاری و اشتراک تجربیات، و برگزاری جلسات منتورینگ با کارآفرینان موفق، از جمله اقداماتی است که می‌تواند به زنان روستایی کمک کند تا از یکدیگر یاد بگیرند و با همکاری بهتری به فعالیت‌های کارآفرینانه بپردازند. تقویت شبکه‌سازی از طریق برگزاری رویدادها و ایجاد پلتفرم‌های آنلاین نیز می‌تواند ارتباط زنان روستایی با سرمایه‌گذاران و کارآفرینان را تسهیل کند.

۵. تشویق خلاقیت و نوآوری: تشویق خلاقیت و نوآوری، از الزامات اصلی برای توسعه کارآفرینی زنان روستایی است.

References

- Amiramini khalafloo, M., khusravibabadi, A., Reza Zadeh Bahaderan, H., Bayat, P., & Hasanibaferani, A. (2022). Educational factors affecting the empowerment of rural women facilitators of agricultural extension in Bushehr and Hormozgan provinces. *Journal of Agricultural Education Administration Research*, 13(59), 105-124 (In Persian). DOI: 10.22092/jaeer.2022.357156.1871
- Ayadurai, S., & Sohail, M. S. (2006). Profile of women entrepreneurs in a war-torn area: Case study of North East Sri Lanka. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 11(01), 3-17. DOI:10.1142/S1084946706000234
- Azizi, M., vakili, U., & hosseinloo, H. (2020). Entrepreneurial coaching model in small & medium enterprises (case study: Pharmaceutical Industry). *Career and Organizational Counseling*, 12(43), 173-198. Doi: 10.52547/jcoc.12.2.173
- Badzaban, F., Rezaei-Moghaddam, K., & Fatemi, M. (2020). Entrepreneurship education and its effects on the function of rural women's businesses. *Karafan Quarterly Scientific Journal*, 17(3), 81-97 (In Persian). DOI: 10.48301/kssa.2020.124671
- Davar, T., Safariyan Hamedani, S., & Zameni, F. (2021). Identifying the dimensions and components of entrepreneurial leadership and their effects on organizational entrepreneurship in Saipa Company. *Ferdowsi University of Mashhad Journal of Social Sciences*, 18(1), 344-319 (In Persian). DOI:10.22067/social.2021.73660.1103
- Doan, X., & Phan, T. (2020). The impact of entrepreneurial education on entrepreneurial intention: The case of Vietnamese. *Management Science Letters*, 10 (8), 1787- 1796. DOI:10.5267/j.msl.2019.12.040.
- Eshghi, N., Sarrafzadeh Qazvini, A., Alam Tabriz, A., & Zand Hessami, H. (2021). Identifying trait-based and skill-based components of entrepreneurial leadership: A meta-synthesis study. *Educational Development of Judishapur*, 12(3), 799-810 (In Persian). DOI.org/10.22118/edc.2021.265744.1669
- Eshraghi Samani, R., & cheraghi, T. (2015). An Analysis of factors influencing Nomad Women's entrepreneurship in Ilam Province. *Rural Economy Research*, 2(3), 1-12 (In Persian). <https://sanad.iau.ir/en/Article/1103093>

- Fallah, M. R., & Pashae nia, R. (2021). Women Entrepreneurs and Successful Entry into Social Entrepreneurship: A Theoretical Model. *Women's Strategic Studies*, 23(90), 103-132 (In Persian). DOI: 10.22095/JWSS.2020.237389.2389
- Farhadiyar, A., Habibi, A., & Mansouri, B. (2021). Investigating the effect of entrepreneurial leadership on organizational marketing performance considering the mediating role of innovation capacity: A case study of Sina Bank (Tehran Branches). *Journal of Management and Accounting Studies*, 7(1), 6-11 (In Persian).
- Ghasemi, Z., Mirakzadeh, A. A., (2023). Identifying the components and strategies of entrepreneurship development among the disabled (Case study of rural areas of Kozaran District in Kermanshah Township). *Journal of Entrepreneurial Strategies Agriculture*, 10(20), 1-13 (In Persian). DOI:10.61186/jea.10.20.1
- Hoang, G., Luu, T. T., Nguyen, T. T., Du, T., & Le, L. P. (2022). Examining the effect of entrepreneurial leadership on employees' innovative behavior in SME hotels: A mediated moderation model. *International Journal of Hospitality Management*, 102, 103142. DOI:10.1016/j.ijhm.2022.103142.
- Isiwu, P. I., & Onwuka, I. (2017). Psychological factors that influences entrepreneurial intention among women in Nigeria: A study based in South East Nigeria. *The Journal of Entrepreneurship*, 26 (2), 176- 195. DOI: 10.1177/0971355717708846.
- Keramati, M., Yousefi Tavin, S., & Sohrabi, T. (2022). Entrepreneurial intention model with a Meta synthesis approach. *Journal of Executive Management*, 14(27), 601-625 (In Persian). DOI:10.22080/jem.2022.21650.3566
- Lavoie, D. (1995). Froum sur l'entrepreneurship feminin quebecois, montreal.
- Mahoushi, A. (2017). The role of women in entrepreneurship development. In Proceedings of the Second National Conference on the Role of Women in Entrepreneurship and Sustainable Development, Isfahan. (<https://civilica.com/doc/745527>) (In Persian).
- McGrath, R. M., & MacMillan, I. C. (2000). The entrepreneurial mindset, Boston: Harvard Business School Press.
- Mehmood, M. S., Jian, Z., Akram, U., & Tariq, A. (2021). Entrepreneurial leadership: The key to develop creativity in organizations. *Leadership & Organization Development Journal*, 42(3), 434-452. DOI:10.1108/LODJ-01-2020-0008
- Mirzakhani, K. (2020). Sociological study of empowerment strategies for rural and nomadic women. *Journal of New Research Approaches in Management and Accounting*, 4(45), 1-15 (In Persian).
- Naituli, G., Wegulo, F. N., & Kaimenyi, B. (2006). Entrepreneurial characteristics among micro and small-scale Women-owned enterprises in North and Central Meru districts, Kenya. *Gender Inequalities in Kenya*, 7-25.
- Newman, A., Herman, H. M., Schwarz, G., & Nielsen, I. (2018). The effects of employees' creative self-efficacy on innovative behavior: The role of entrepreneurial leadership. *Journal of Business Research*, 89, 1-9. DOI: 10.1016/j.jbusres.2018.04.001
- Noor, S., Isa, F. M., & Nor, L. M. (2021). Women empowerment through women entrepreneurship: A comparison between women entrepreneurs and fulltime housewife in Pakistan. *Interdisciplinary Journal of Management Studies (Formerly known as Iranian Journal of Management Studies)*, 14(2), 347-363. DOI: 10.22059/ijms.2020.302633.674074
- Parsiani, S., Mahboobi, M. R., Abdollahzade, G., & Sharifi, M. (2021). The role of facilitators in promoting women's entrepreneurship: Implications for facilitation training. *Journal of Agricultural Education Administration Research*, 13(57), 28-53 (In Persian). DOI: 10.22092/jaeear.2021.355520.1847
- Rathna, C., Badrinath, V., & Anushan, S. S. S. (2016). A study on entrepreneurial motivation and challenges faced by women entrepreneurs in Thanjavur district. *Indian Journal of science and technology*, 9(27), 1-10.
- Rostamalizadeh, V., & Alijomeh Zadeh, P. (2018). Factors Affecting on the Success of Women Entrepreneurs in Tehran. *Quarterly Journal of Social Development (Previously Human Development)*, 12(3), 147-172. DOI: 10.22055/qjsd.2018.13656
- Sardar Shahraki, A., & Tash, M. (2024). Prioritization of factors affecting the development of rural-agricultural entrepreneurship in Sistan Region. *Journal of Entrepreneurship and Agriculture*, 10(20), 29-42. DOI:10.61186/jea.10.20.29.
- Schumpeter, J. A. (2008). The theory of economic development. *Journal of business and research*, 12, 45-70. SID. <https://sid.ir/paper/633572/en>
- Simmons, C. (1999). The entrepreneurial attitude. Retrieved from <http://www.Kcentreprenuer.com/anonymouse.html>
- Sookhtanlou, M., Hadi, Z., & Imani, B. (2022). Analysis of factors affecting entrepreneurial empowerment of women heads of rural households in Sarab County.
- World Bank Group. (2023). Labor force, female (% of total labor force), Available on: <https://data.worldbank.org/indicator/SL.TLF.TOTL.FE.Z>
- Yang, J. H. (2018). The effect of entrepreneurship education on entrepreneurial leadership of university students. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 13(3), 59-69. DOI:10.18032/kaaba.2020.33.3.443.
- Zabihi, M., & Moghaddasi, A. (2006). Entrepreneurship from Theory to Practice. Mashhad: Jahaneh Farda Publications (In Persian).
- Zakavati, F. (2021). Obstacles and Opportunities for Women's Entrepreneurship. International Conference on Management and Industry. SID. Available: (<https://sid.ir/paper/900971/fa>)