دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری
راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی

"مقاله پژوهشی"

تبیین نقش میانجی همدلی در ارتباط بین سرمایه‌های روان‌شناختی و کارآفرینی اجتماعی زنان روستایی (مورد مطالعه: زنان روستای چوب بست)

اکبر بهمنی[۱]، علیرضا زمانیان[۲] و فرشید اصلانی[۳]

۱- استادیار، گروه مدیریت دولتی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران
۲- استادیار، گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران
۳- استادیار، گروه مدیریت دولتی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران، (نویسنده مسوول: f.aslani@pnu.ac.ir)
تاریخ ارسال: ۹۹/۰۶/۱۹ تاریخ پذیرش: ۹۹/۰۹/۲۹
صفحه: ۸۷ تا ۹۴

چکیده

ارتقای مشارکت زنان و دستیابی به اهداف برابری جنسیتی به‌گونه‌ای مطرح شده که پیشرفت و مشارکت زنان، محور اساسی توسعه‌ی پایدار را تشکیل داد. کارآفرینی یک راهبرد مناسب برای مبارزه با فقر و نگاهداشت ثروت در جوامع کم‌درآمد است. تحقیق حاضر به‌منظور تبیین نقش میانجی همدلی در ارتباط بین سرمایه‌های روان‌شناختی و کارآفرینی اجتماعی زنان روستای چوب بست انجام شد. روش تحقیق توصیفی و از نوع همبستگی می‌باشد. جامعه‌ی آماری پژوهش زنان روستای چوب بست به تعداد ۱۶۲ نفر در سال ۱۳۹۹ بودند. نمونه‌ها به‌روش سرشماری به تعداد ۱۶۲ نفر انتخاب شدند. ابزار اندازه‌گیری پرسشنامه استاندارد بود. به‌منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده گردید. نتایج تجزیه و تحلیل داده‌ها نشان داد که بین سرمایه‌ی روان‌شناختی و کارآفرینی اجتماعی زنان رابطه معنی‌داری وجود دارد. همچنین، سرمایه‌ی روانشناختی بر کارآفرینی اجتماعی با نقش میانجی همدلی با ضریب ۰/۴۸ تأثیر معنی‌داری دارد.

واژه‌های کلیدی: زنان روستایی، سرمایه‌ی روان‌شناختی، کارآفرینی اجتماعی، همدلی

مقدمه

زنان به‌عنوان عوامل کلیدی، نقش فعالی در تولیدات اقتصادی و معیشتی روستایی عهده‌دار هستند. بسیاری از کسب‌وکارهای کوچک در ایران توسط زنان راه‌اندازی می‌شوند و زنان نخستین گروهی هستند که از کسب‌وکارهای کوچک استقبال کردند. کارآفرینی زنان در بسیاری از جوامع به‌طور گسترده پذیرفته‌شده نیست و زنان در شروع و توسعه‌ی یک کسب‌وکار پایدار با موانعه زیادی مواجه هستند (۲). مفهوم کارآفرینی تاریخچه‌ای طولانی مباحث اقتصاد وکسب‌وکار دارد، اما اخیراً برخی از پژوهشگران و متفکران بر روی موضوع کارآفرینی اجتماعی متمرکز شدند. کارآفرینی اجتماعی شامل فعالیت‌ها و فرآیندهای لازم برای کشف، خلق و بهره‌برداری از فرصت‌ها، به‌منظور بالابردن ثروت اجتماعی است (۲۶).

امروزه بسیاری از پژوهشگران علوم اجتماعی معتقدند کارآفرینی یک راهبرد مناسب برای مبارزه با فقر و نگاهداشت ثروت در جوامع کم‌درآمد است؛ بنابراین، در پاسخ به اقتصاد جهانی، سیاست‌گزاران به توسعه‌ی کسب‌وکارهای کوچک، انجمن‌های تجاری منطقه‌ای و کارآفرینان محلی توجه کرده‌اند. طبق آمار جهانی کارآفرینی، در کشورهایی با ساختار مشابه، همبستگی میان کارآفرینی و رشد اقتصادی بیش از ۰/۷ است که به‌لحاظ آماری معنی‌دار است (۹). کارآفرینی اجتماعی یک ساختار چند بعدی شامل بیان رفتار کارآفرینانه برای دست‌یابی به یک هدف اجتماعی، ترکیب منسجم هدف و عمل در مواجهه با پیچیدگی اخلاقی، توانایی تشخیص و شناسایی فرصت‌های ارزش آفرین اجتماعی و ویژگی‌های تصمیم‌گیری کلیدی نوآوری، کنشگری و ریسک‌پذیری می‌باشد. زهرا و همکاران (۲۸)، پیشنهاد کردند که کارآفرینی اجتماعی در برگیرنده فعالیت‌ها و فرایندهای کشف، تعریف و بهره‌گیری از فرصت‌ها به‌منظور بهبود ثروت اجتماعی با ایجاد شرکت‌های جدید یا مدیریت سازمان‌های موجود به شکلی نوآورانه می‌باشد. بنابراین، با توجه به مباحث مطرح‌شده، یکی از ساختارهای بالقوه برای فرصت‌سازی و ثروت‌اندوزی در جامعه‌ی روستایی کارآفرینی اجتماعی زنان در حوزه‌های کشاورزی است. از طرفی، اهمیت و جایگاه سرمایه روان‌شناختی[1] برای سازمان‌هایی با عملکرد برتر، هر روز بیشتر مشخص می‌شود. اهمیت سرمایه‌ی روان‌شناختی تا آنجایی پیش می‌رود که لوتانز و یوسف (۱۰)، آن را نیرویی برای ایجاد مزیت رقابتی سازمان‌ها در نظر می‌گیرند. سرمایه‌ی روان‌شناختی، متغیر اساسی رفتار سازمانی مثبت است. سرمایه‌ی روان‌شناختی همچون سرمایه‌ی انسانی و سرمایه‌ی اجتماعی از سرمایه‌های ناملموس سازمانی بوده که برخلاف سرمایه‌های ملموس با هزینه‌های کمتر قابل مدیریت و رهبری بوده، می‌تواند نتایج و عواید در خورتوجهی را در پی داشته باشد (۸). سرمایه‌ی روان‌شناختی یکی از شاخص‌های روان‌شناسی مثبت‌گرایی می‌باشد که با ویژگی‌هایی از قبیل باور فرد به توانایی‌هایش برای دستیابی به موفقیت، دانش پشتکار در دنبال‌کردن اهداف، ایجاد اسنادهای مثبتدرباره‌ی خود و

1- Psychological Capital

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-24]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1399.7.14.10.8]
[DOI: 10.52547/jea.7.14.87]

تحمل‌کردن مشکلات تعریف می‌شود (۱۲). براساس نظر لوتانز (۱۱) سرمایه‌ی روان‌شناختی فراتر از سرمایه‌ی اجتماعی و سرمایه‌ی انسانی است. درحالی که سرمایه‌ی اقتصادی، برچه چیز دارید؟ سرمایه‌ی انسانی، بر چه چیز می‌دانید؟ سرمایه‌ی اجتماعی، بر چه کسی را می‌شناسید؟ تأکید دارد، سرمایه‌ی روان‌شناختی بر چه کسی هستید؟ و چه کسی می‌توانید بشوید؟ تأاکید دارد. بنابراین، می‌توان گفت افرادی که از سطح بالای سرمایه‌ی روان‌شناختی برخوردار هستند، در طول زمان می‌کوشند تا همواره از «خود حقیقی خود» به «خود ممکن خود» دست یابند، که لازمه تحقق چنین فرآیندی توسعه‌ی سرمایه‌ی اجتماعی و انسانی خواهد بود. به‌عبارت دیگر، کسی که در پی دست‌یابی به «خود ممکن» خود باشد به ناچار باید به‌دنبال توسعه‌ی دانش و مهارت‌ها (سرمایه انسانی) و توسعه شبکه ارتباطات خود (سرمایه‌ی اجتماعی) باشد (۱۲).

تراکی و فیلیپس (۲۵) کارآفرینی اجتماعی را ایجاد توازن بین بازار و ارزش‌ها تعریف می‌کنند. مارتین و آزبرگ (۱۳) معتقد است که کارآفرینی اجتماعی دارای دو جنبه مثبت و منفی است. جنبه مثبت آن به ویژگی کارآفرینان اجتماعی بر می‌گردد که درونی و ذاتی بوده و با نوآوری به‌دنبال کشف و شکار فرصت‌های جدید و ایجاد ترکیب‌های جدید از واقعیت‌های موجود می‌باشد و جنبه منفی آن به رویکرد قبلی یعنی مبانی کارآفرینی بر می‌گردد. بنابراین، هدف بنیادین کارآفرینی اجتماعی تلاشی است، برای ایجاد کسب‌وکار جدید، توسعه‌ی اقتصادی یا فعالیت مخاطره‌آمیز همچون خوداشتغالی، توسعه‌ی کسب‌وکار موجود توسط یک فرد، تیم و یا یک سازمان با اهداف جمعی و اجتماعی است. بنابراین، انگیزه زیربنایی کارآفرینی اجتماعی به‌جای افزایش ثروت سهامدران و منفعت‌های شخصی، خلق ارزش‌های اجتماعی است. محرک اصلی کارآفرینی اجتماعی، مسئله‌ای اجتماعی است که باید رسیدگی و حل شود. بنابراین، شکل سازمانی این نوع کارآفرینی نیز باید بتواند به طور کارآمد، منابع را برای حال آن مسئله بسیج کند (۲۸،۲۵،۲۱).

همدلی به‌عنوان یک پیش‌بینی‌کننده‌ی شهودی برای نیت کارآفرینی اجتماعی در نظر گرفته می‌شود (۲۷). همدلی در واقع ظرفیت درونی افراد است که باعث انسجام گروهی و تنظیم روابط می‌شود که وجود این مهارت در زندگی اجتماعی افراد نقش مهمی دارد. در حقیقت، مهارت همدلی عامل برانگیزاننده رفتارهای اجتماعی و رفتارهایی در جهت انسجام گروهی به‌حساب می‌آید (۲۴). همدلی به‌معنای فهمیدن و پذیرفتن پیام اشخاص، موقعیت و احساسات آنهاست (۴). همدلی درک دیگران را امکان‌پذیر می‌سازد و موجب گسترش رفتار اجتماعی مطلوب می‌شود (۱۶).

از آنجا که سرمایه‌ی روان‌شناختی، افراد را به چالش می‌کشاند تا در جستجوی این سوال برآیند که چه کسی هستند؟ و در نتیجه به خودآگاهی بهتر که لازمه‌ی دستیابی به هدف‌ها و موفقیت است، دست یابند (۱۱).

می‌توان گفت سرمایه‌ی روان‌شناختی از ابزارهای مهم موفقیت در کار و تحصیل است و داشتن مؤلفه‌های آن تضمینی برای زندگی بهتر است. افرادی که سرمایه‌ی روان‌شناختی پایینی دارند در خیلی از حیطه‌ها، مشکلات شدیدی دارند پس اگر بتوان با آموزش‌های لازم آن را ارتقاء داد، حتی به‌عنوان پیشگیری اولیه عمل خواهد کرد. سرمایه‌ی روان‌شناختی می‌تواند به‌عنوان وضعیت توسعه‌ای روان‌شناسی مثبت‌گرا که شامل چهار مؤلفه خودکارآمدی/اعتماد به نفس[1]، امیدواری[2]، خوش‌بینی[3] و انعطاف‌پذیری[4] است، تعریف شود (۱۲).

خودکارآمدی/اعتماد به نفس به‌عنوان اعتقاد راسخ فرد بر توانایی‌هایش برای بسیج منابع انگیزشی و شناختی و راهکارهای موردنیاز برای اجرای موفقیت‌آمیز وظایف خاص در موقعیت‌های معین تعریف شده است (۳).

انعطاف‌پذیری به‌عنوان ظرفیت روان‌شناختی تعریف شده است که به‌وسیله آن افراد می‌توانند به‌طور موفقیت‌آمیزی برای مقابله با تغییر، بحران و ریسک و مشکلات از آن استفاده کنند (۲۲).

تاج‌آبادی و همکاران (۲۳)، در پژوهشی به بررسی رویکردهای توانمندسازی زنان در حوزه کارافرینی (با تأکید بر فناوری اطلاعات) پرداختند. به‌طور یقین افزایش روحیه کارآفرینی می‌تواند در نهایت منجر به افزایش توانمندی فرزندان شود که این روحیه در نسل‌های آتی، ادامه خواهد یافت. کرمانی و همکاران (۷)، در پژوهشی به توانمندسازی مبتنی بر کارآفرینی اجتماعی در ستاد توانمندسازی زنان سرپرست خانوار شهرداری تهران پرداختند. نتایج این تحقیق نشان داد مدیریت تحول‌خواه، نیروی انسانی توان‌مند، ساختار سازمانی انعطاف‌پذیر، حاکمیت اخلاق حرفه‌ای و روحیه‌ی کارآفرینی مهم‌ترین شرایط علّی مؤثر بر پدیده‌ی مذکور هستند. همچنین، سه پیامد اصلی رخداد پدیده‌ی مورد اشاره توامندسازی مقتصدانه، توانمندسازی باثبات و توانمندسازی متقابل بوده است. رحمانی‌فر (۱۷)، در پژوهشی به طراحی الگوی کارآفرینی اجتماعی برای زنان سرپرست خانوار دارای فرزند شهر تهران پرداخت. مدل تحقیق آنها دارای پنج نظریه بود که عبارتند از: عوامل علّی، عوامل واسطه‌ای، عوامل زمینه‌ای، راهبردها و نتایج و پیامدها. بر اساس مدل به‌دست‌آمده، مقوله اصلی و کانونی که اکثر اطلاع‌رسانان بدان اشاره می‌کردند لزوم تغییر در نحوه‌ی اجرای فعالیت‌های کارآفرینی اجتماعی و ساماندهی فعالیت‌های در حال انجام برای زنان سرپرست خانوار شهر تهران با رویکرد شبکه‌های اجتماعی بود. آنها بر این موضوع تأکید ویژه‌ای داشتند که باید ظرفیت و پتانسیل موجود در محلات تهران را جدی گرفت و فعالیت‌های کارآفرینی اجتماعی را به‌سمت ایجاد شبکه‌های اجتماعی و کارآفرینانه محله‌محور با هدف به‌کارگیری مشارکت‌های مردمی و در جهت حمایت و توانمندسازی زنان سرپرست خانوار هر محله و هدایت آنان به‌سمت زنانی توانمند و کارآفرین سوق داد. رومان و برندل (۲۰)، در پژوهش خود تلاش کردند تا بخشی از پروژه زنان

1- Self-efficacy/Self-confidence
2- Hope
3- Optimism
4- Resiliency

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-24]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1399.7.14.10.8]
[DOI: 10.52547/jea.7.14.87]

در زمینه کارآفرینی بر مبنای شایستگی را با هدف بررسی نقش مهارت‌ها و توانایی‌ها در توضیح کارآفرینی زنان انجام دهند. به‌دلیل تجزیه و تحلیل تفسیری و محض، می‌توان نتیجه گرفت که تاجران زن و مرد با آموزش مهارت‌ها و توانایی‌ها به زنان کارآفرین موافق هستند اگرچه تفاوت‌های قابل‌توجهی بین ادراکات زنان و مردان وجود دارد. پارکار و همکاران (۱۵)، در پژوهش خود تلاش دارند تا ابتدا موانع داخلی و خارجی کارآفرینی زنان را شناسایی و سپس ارتباط این موانع را با استراتژی‌های کسب‌وکار مورد بررسی قرار دهد. نتایج پژوهش بیان می‌کند که مشکلات خانوادگی و فرهنگی مهمترین مانع کارآفرینی اجتماعی زنان می‌باشد.

یاقوتی (۲۷) نشان داد که ویژگی فردی افراد، ویژگی‌های اجتماعی، مهارت‌های ارتباطی افراد به‌عنوان عوامل انسانی و ساختار سازمانی، فرهنگ سازمانی به‌عنوان عوامل سازمانی و مجاری ارتباطی، سبک‌های ارتباطی، مسیرهای ارتباطی، محتوای ارتباطی به‌عنوان عوامل ارتباطی (ارتباطات سازمانی) در بهبود ارتباطات و همدلی سازمانی تأثیر معنی‌داری دارند. رنجبر و همکاران (۱۸) نشان دادند که هر سه بعد انسانی، سازمانی و ارتباطی و نیز زیرمجموعه‌های آنها (صرف‌نظر از عامل مجاری ارتباطی) بر ارتباطات سازمانی مؤثرند. حیدری و مجنونی (۶) دریافتند که مؤلفه‌های سرمایه‌های روانشاختی شامل امیدواری، اعتماد به نفس، خودکارآمدی، خوش‌بینی و تاب‌آوری تأثیر مستقیمی با روحیه کارآفرینی روستاییان دارد.

محمد شفیعی و همکاران (۱۴) نشان دادند که تمام ابعاد رهبری معنوی بر ایجاد همدلی در دانشگاه اصفهان تأثیر مثبت و معنی‌دار دارد. نتایج نهایی اینکه رهبران با ایجادزمینه معنویت در میان کارکنان می‌توانند در راستای افزایش همدلی در سازمان قدم بردارند.

رشید و بیات (۱۹) در بررسی رابطه ابعاد سرمایه‌های روان‌شناختی و مؤلفه‌های همدلی عاطفی با میانجی‌گری هوش زیباشناسی نشان دادند که ارتباط معنی‌داری بین سرمایه‌های روان‌شناختی و همدلی کارکنان وجود دارد.

لمبرت و همکاران (۱۰) در پژوهشی با هدف دستیابی به بینش عمیق در زمینه‌های شخصی و انگیزه‌های کارآفرینان اجتماعی، با تمرکز ویژه بر همدلی دریافتند که همدلی انگیزه مهمی برای کارآفرینی است، البته نه برای همه نوع کارآفرینی بلکه فقط برای کارآفرینی اجتماعی. از نظر ایشان، کارآفرینان اجتماعی به‌دنبال انگیزه‌های دیگری جدای از اهداف تجاری نیز هستند و آن تحقق حس انجام کار معنی‌دار است. به‌طور کلی، می‌توان بیان نمود که فقدان انگیزه، عوامل اجتماعی، نوع و نحوه‌ی کسب‌وکار، برنامه‌های آموزشی، موانع برخاسته از محدودیت شخصی و خانوادگی زنان، موانع مرتبط با موانع مالی، بازاریابی و منابع انسانی، محدودیت‌های روان‌شناختی، تعارض بین وظایف مختلف با محدودیت‌های زمانی، دید منفی نسبت به زنان در کار، کم‌تجربگی و تحصیلات پایین زنان و عدم دسترسی به فرصت‌های آموزشی از جمله موانع و مشکلات مطرح‌شده زنان کارآفرین می‌باشد که نیازمند حمایت اجتماعی بالقوه‌ای از سوی دولت می‌باشند. لذا، باتوجه به موارد گفته‌شده و همچنین کمبود پژوهش در زمینه‌ی کارآفرینی اجتماعی زنان در سطح روستاها، در این پژوهش محققان تلاش می‌کنند نقش میانجی همدلی در ارتباط بین سرمایه‌های روان‌شناختی و کارآفرینی اجتماعی زنان روستای چوب بست را بررسی نمایند.

مواد و روش‌ها

پژوهش حاضر از لحاظ هدف، کاربردی و از نظر جمع‌آوری داده‌ها از نوع تحقیقات توصیفی و از شاخه مطالعات میدانی به‌شمار می‌آید و از حیث ارتباط بین متغیرهای پژوهش از نوع همبستگی است. جامعه‌ی آماری پژوهش زنان روستای چوب بست در سال ۱۳۹۹ به تعداد ۱۶۲ نفر بودند. نمونه‌ها به‌روش سرشماری به تعداد ۱۶۲ نفر انتخاب شدند و تعداد ۱۵۴ پرسشنامه برگشت داده و مبنای تحلیل قرار گرفت. برای جمع‌آوری داده‌ها، از پرسشنامه استاندارد استفاده گردید. پرسشنامه همدلی نیک و حاجیانی (۱۶)، شامل گویه ۸، پرسشنامه سرمایه‌ی روان‌شناختی لوتانز (۱۰) شامل ۱۶ گویه (چهار بعد خودکارآمدی، امیدواری، خوش‌بینی، انعطاف‌پذیری) و پرسشنامه کارآفرینی اجتماعی مارتین و آزبرگ (۱۳) شامل ۷ سوال می‌باشد. کارآفرینی اجتماعی متغیر وابسته، سرمایه‌ی روان‌شناختی متغیر مستقل و همدلی متغیر میانجیمی‌باشد. برای سنجش روایی از روش اعتبار محتوا و برای آزمون پایایی پرسشنامه از شیوه آلفای کرونباخ استفاده گردید. سرمایه‌ی روان‌شناختی با مقدار کرونباخ ۰/۸۹۴؛ همدلی با مقدار کرونباخ ۰/۸۰۹و کارآفرینی اجتماعی با مقدار کرونباخ ۰/۷۹۹ حاکی از پایایی مناسب متغیرهای پژوهش دارد. جهت تعیین مقادیر مرکزی و پراکندگی داده‌ها از نرم‌افزار SPSS و جهت تحلیل روابط و بررسی ضرایب مسیر از نرم‌افزار Lisrel، استفاده گردید.

نتایج و بحث

قبل از اینکه فرضیه‌های این پژوهش آزمون شوند باید ابتدا از نرمال‌بودن متغیرها اطمینان حاصل شود. برای بررسی فرض نرمال‌بودن متغیرهای مورد مطالعه از آزمون کولموگروف–اسمیرنف[1] یک نمونه‌ای استفاده شد. نتایج نشان داد که فرض نرمال‌بودن برای همه متغیرهای تحقیق رد می‌شود؛ چرا که سطح معنی‌داری آنها کوچکتر از ۰/۰۵ می‌باشد. با توجه به قانون حد مرکزی وقتی اندازه‌ی نمونه به اندازه‌ی کافی بزرگ است (بزرگتر از ۳۰ یا ۴۰)، عدول از پیش‌فرض نرمال‌بودن توزیع داده‌ها مسأله‌زا تلقی نمی‌شود.

1- Kolomogrof-smirnof

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-24]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1399.7.14.10.8]
[DOI: 10.52547/jea.7.14.87]

جدول ۱- نتایج آزمون کولموگروف اسمیرنف برای بررسی فرض نرمال‌بودن

Table 1. Results of Kolmogorov-Smirnov test to test the assumption of normality

متغیرها	آماره آزمون	P-value
سرمایه‌ی روان‌شناختی	۰/۰۸۹	۰/۰۰۴
کارآفرینی اجتماعی	۰/۱۰۲	۰/۰۰۰
همدلی	۰/۱۱۷	۰/۰۰۰

برای بررسی وضعیت متغیرهای مورد مطالعه از آزمون t تک‌نمونه‌ای استفاده شد این آزمون برای متغیرهای کمی به‌کار می‌رود و در مواردی برای تشخیص تأثیر یا عدم تأثیر یک متغیر در وضعیت مورد بررسی، استفاده می‌شود. به‌طوری که اگر میانگین هر متغیر از حد معینی بیشتر بود، آن متغیر در پدیده مورد نظر مؤثر تلقی می‌شود.

H_0: میانگین متغیر کمتر از حد متوسط است.

H_1: میانگین متغیر کمتر از حد متوسط نیست.

نتایج حاصل از این آزمون در جدول ۲ آمده است.

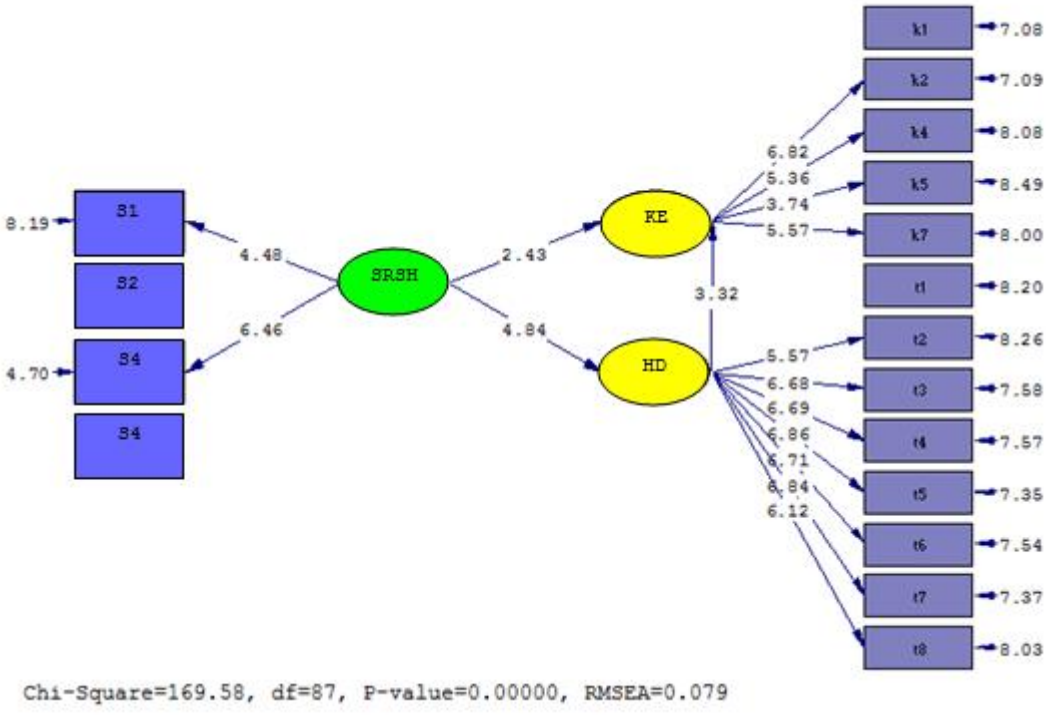
جدول ۲- نتایج آزمون t یک‌نمونه‌ای برای بررسی وضعیت موجود متغیرهای مطالعه

Table 2. The results of t-test are a sample to examine the current status of the study variables

متغیر	میانگین نظری = ۳/۰				
	میانگین مشاهده شده	انحراف معیار	آماره t	درجه آزادی	P
سرمایه‌ی روان‌شناختی	۳/۶۶	۰/۴۶۴	۱۷/۵۴۹	۱۵۳	۰/۰۰۰
کارآفرینی اجتماعی	۳/۷۰	۰/۶۵۴	۱۳/۲۷۸	۱۵۳	۰/۰۰۰
همدلی	۳/۶۳	۰/۶۱۴	۱۲/۸۲۳	۱۵۳	۰/۰۰۰

در سطح ۰/۰۵ معنی‌دار

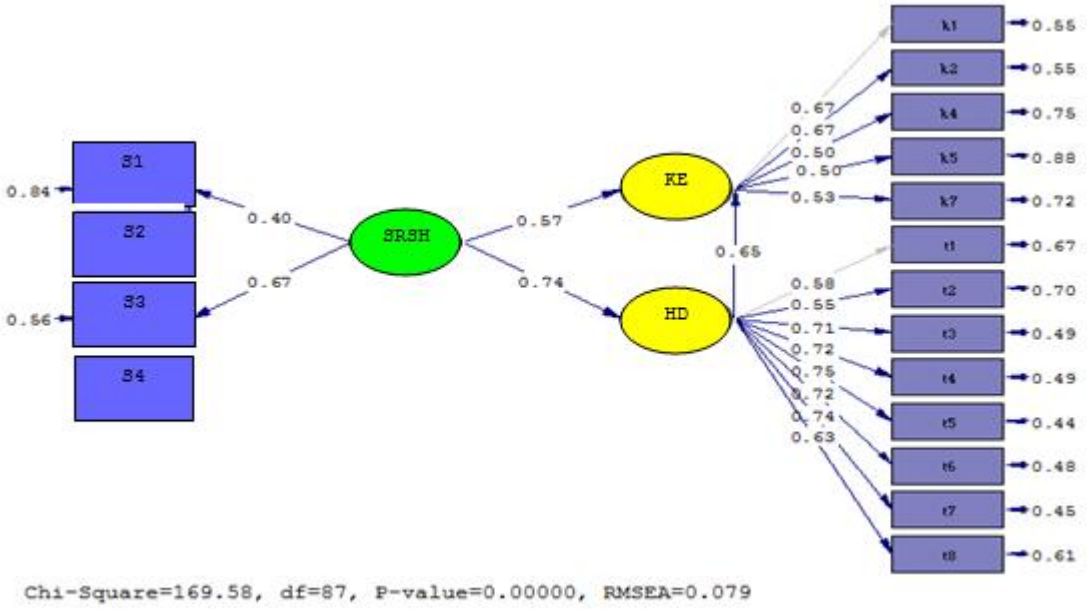
باتوجه به سطوح معنی‌داری در جدول ۲، میانگین هر سه متغیر سرمایه‌ی روان‌شناختی، کارآفرینی اجتماعی و همدلی از حد متوسط (۳) بالاتر و معنی‌دار است.



شکل ۱- مقادیر معنی‌داری‌حاصل از الگویابی معادلات ساختاری

Figure 1. Significant values of SEM

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-24]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1399.7.14.10.8]
[DOI: 10.52547/jea.7.14.87]



شکل ۲- مقادیر ضرایب استانداردشده حاصل از الگویابی معادلات ساختاری
Figure 2. Values of standardized coefficients of SEM

جدول ۳- نتایج معادلات ساختاری فرضیه اصلی
Table 3. The results of the structural equations of the main hypothesis

روابط متغیرهای تحقیق	t	اثر مستقیم (R)	اثر غیرمستقیم	اثر کل	نتیجه	رابطه
سرمایه‌ی روان شناختی-کارآفرینی اجتماعی	۲/۴۳	۰/۵۷	–	۰/۵۷	تایید	مستقیم
سرمایه‌ی روان شناختی-همدلی	۴/۸۴	۰/۷۴	–	۰/۷۴	تایید	مستقیم
همدلی-کارآفرینی اجتماعی	۳/۳۲	۰/۶۵	–	۰/۶۵	تایید	مستقیم
سرمایه‌ی روان شناختی-همدلی-کارآفرینی اجتماعی		–	۰/۷۴*۰/۶۵=۰/۴۸	۰/۴۸	تایید	مستقیم

با توجه به نتایج جدول ۳، شکل ۱و شکل ۲ سرمایه‌ی روان‌شناختی بر کارآفرینی اجتماعی (t=2.43<1.96)، سرمایه‌ی روان‌شناختی بر همدلی (t=4.84<1.96) و همدلی بر کارآفرینی اجتماعی (t=3.32<1.96) تأثیر معنی‌داری دارد. همچنین، سرمایه‌ی روان‌شناختی بر کارآفرینی اجتماعی با نقش میانجی همدلی با ضریب ۰/۴۸ تأثیر معنی‌داری دارد.

در جدول ۴ شاخص‌های برازش مدل در الگویابی معادلات ساختاری ارائه شد. همان‌طور که ملاحظه می‌شود مدل تحقیق از برازش مناسبی برخوردار بوده و سطح پذیرش شاخص‌ها برآورده شد.

جدول ۴- شاخص‌های برازش برای مدل فرضیه اصلی
Table 4. Fit indicators for the main hypothesis model

متغیر	χ2/df	RMSEA	GFI	RMR	CFI	IFI	NFI	NNFI
فرضیه	۱/۹۴	۰/۰۷۹	۰/۸۷	۰/۰۴۵	۰/۹۶	۰/۹۶	۰/۹۲	۰/۹۵
سطح مناسب	<۵	<۰/۱	>۰/۹۰	<۰/۵	>۰/۹۰	>۰/۹۰	>۰/۹۰	>۰/۹۰
نتیجه	مناسب	مناسب	نامناسب	مناسب	مناسب	مناسب	مناسب	مناسب

تقویت کارآفرینی زنان به‌لحاظ معقولانه‌بودن، انسانی‌بودن و سازگاتربودن با محیط زیست اهمیت دارد. پژوهش حاضر به بررسی ارتباط بین سرمایه‌های روان‌شناختی و کارآفرینی اجتماعی زنان با نقش میانجی همدلی در بین زنان روستایی پرداخت، مطابق جدول ۳ فرضیه اول پژوهش در سطح اطمینان ۰/۹۵ تأیید شد. میزان ضریب مسیر برای سرمایه‌های روان‌شناختی و کارآفرینی اجتماعی برابر ۰/۵۷ بود که براساس عدد معنی‌داری آن (۲/۴۳) که بیش از مقدار بحرانی۱/۹۶ است می‌توان ادعا کرد که بین سرمایه‌های روان‌شناختی و کارآفرینی اجتماعی زنان روستایی ارتباط مستقیم و معنی‌داری وجود دارد و این نتیجه با پژوهش حیدری و مجنونی (۱۳۹۶) سازگار است. همچنین فرضیه دوم پژوهش نیز در سطح اطمینان ۰/۹۵ تأیید شد میزان ضریب مسیر برای سرمایه‌ی روان‌شناختی

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-24]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1399.7.14.10.8]
[DOI: 10.52547/jea.7.14.87]

و همدلی برابر ۰/۷۴ بود که براساس عدد معنی‌داری آن (۴/۸۴) که بیش از مقدار بحرانی ۱/۹۶ است می‌توان ادعا کرد که بین سرمایه‌های روان‌شناختی و همدلی ارتباط مستقیم و معنی‌داری وجود دارد و این نتیجه با تحقیق رشید و بیات (۱۳۹۸) هم‌راستا است. در خصوص فرضیه سوم پژوهش نیز می‌توان ادعا نمود که در سطح اطمینان ۰/۹۵ بین همدلی در زنان روستایی و کارآفرینی اجتماعی آن‌ها ارتباط مستقیم و معنی‌داری وجود دارد میزان ضریب مسیر بین این دو متغیر برابر ۰/۶۵ بوده که با توجه عدد معنی‌داری آن که برابر ۳/۳۲ است. با توجه به مقدار عدد بحرانی ۱/۹۶، می‌توان ادعا کرد بین همدلی و کارآفرینی اجتماعی زنان روستایی ارتباط مستقیم و معنی‌داری وجود دارد و این نتیجه با پژوهش لمبرت (۱۰) سازگار است.

بنابراین با توجه یافته‌های پژوهش می‌توان استنباط نمود که وجود سرمایه‌های روان‌شناختی و همدلی در میان زنان روستا باعث ارتقای کارآفرینی اجتماعی آنان می‌گردد. در این بین، نکته‌ی اساسی در تحقق فعالیتی زنانه از نوع کارآفرینی در سطح اجتماعی مانند روستا، فراهم‌بودن زمینه و برخی الزامات انجام این دست فعالیت‌های در جامعه است. یکی از این موارد وجود سرمایه‌های روانشناختی در بین زنان روستا می‌باشد در فرایند تقویت کارآفرینی اجتماعی متغیرهای روان‌شناختی به‌خصوص وجود سرمایه‌ی روان‌شناختی در زنان نقش اساسی را ایفا می‌کند چرا که هیچ کارآفرینی‌ای بدون مؤلفه‌هایی مانند خودکارآمدی، امیدواری، خوش‌بینی و تاب‌آوری در اجتماعی مانند روستا شکل نمی‌گیرد. معمولاً زنانی که خودکارآمدی بالاتری دارند از اعتماد به نفس بالاتری برخوردار بوده، به توانایی‌های خود اعتماد داشته، پرانرژی‌تر بوده و تلاش بیشتری برای دستیابی به اهداف خود می‌نمایند. به‌طور معمول، وجود سطوح بالای مؤلفه‌های روان‌شناختی مانند خوش‌بینی و خودکارآمدی و تاب‌آوری در زنان روستایی باعث اطمینان به قابلیت‌های خود در دستیابی به اهداف، ترغیب به برعهده‌گرفتن آینده، سازگاری با موقعیت‌های تنش‌زا و واکنش مثبت به شکست می‌شود. از طرفی دیگر، می‌توان گفت کارآفرینی یک فعالیت اجتماعی است و وجود ارتباطات اجتماعی بر ماهیت کارآفرینی تأثیر به‌سزایی دارد، یکی از عوامل اثرگذار بر ارتباطات وجود همدلی در بین کارآفرینان است. وجود همدلی در بین زنان روستا باعث به‌وجودآمدن یک شبکه از کارآفرینی شده، یک زبان مشترک و در نهایت باعث تسهیل ریسک‌پذیری می‌گردد. در واقع وجود همدلی در بین زنان قابلیت دسترسی به یکدیگر را افزایش داده و میزان تعاملات میان افراد را افزایش می‌دهد و از این طریق زنان ساده‌تر می‌توانند اعتماد را گسترش دهند. هرچه صمیمیت و حس مشترک بیشتر باشد بستر لازم برای تسهیم دانش و همسویی اهداف بیشتر فراهم می‌گردد و در این بستر تلاش همگانی برای استفاده از فرصت‌ها افزایش یافته و به‌طور خاص نوآوری و کارآفرینی برای تحقق اهداف فردی و اجتماعی افزایش می‌یابد.

منابع

1. Austin, J., H. Stevenson and J. Wei-Skillern. 2006. Social and commercial entrepreneurship: Same, different, or both? Entrepreneurship Theory and Practice, 30(1): 1-22.
2. 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).
3. Bondora, N. 2011. Business Development Services Support Project, Annual Progress Report. Canadian International Development Agency, Association of Canadian Community Colleges and Emerging Markets Group Canada. Business Development Services (BDS): How To Guide, DO - 10.13140/RG.2.1.3845.1925.
4. Farhanfar, M., M. Nadi and H. Molavi. 2015. Involvement and Empathy with Aggression Among High School Students. Research in Cognitive and Behavioral Sciences, 5(1): 67-80. (In Persian).
5. Geeta, G. 2010. Women education and socioeconomical development, reaserch. Available from: http:// hamzaban.org/category and.J.
6. Heidari, V. and A. Majnooni. 2017. The role of psychological capital in promoting rural entrepreneurship in East Azerbaijan province. Quarterly Journal of Space Economy and Rural Development, 6(22): pp 97-118 (In Persian).
7. Kermani, M., M. Mazloom Khorasani, H. Behravan and M. Noghani Dokhtebahmani. 2016. Empowerment Based on Social Entrepreneurship: Presenting a Grounded Theory (A Case Study of the Headquarters for Empowering Female Householders at Tehran Municipality). Journal of Social Sciences (Biannual), 12(2): 107-136. https://doi.org/10.22067/jss.v12i2.33507 (In Persian).
8. Hoveida, R., H. Mokhtari and M. Forohar. 2012. The relationship between psychological capital and organizational commitment components. Research in Cognitive and Behavioral Sciences, 2(2): 43-56 (In Persian).
9. Kyro, P. 2015. To grow or not to grow? Entrepreneurship and sustainable development, Cited in Handbook of Entrepreneurship and Sustainable Development Research, Alato University, Finland. 8:1, 15-28, DOI: 10.1080/13504500109470059.
10. Lambrechts, W., M. Caniëls, I. Molderez and R. Venn. 2020. Unraveling the Role of Empathy and Critical Life Events as Triggers for Social Entrepreneurship. Frontiers in Psychology, 11: 579500. doi: 10.3389/fpsyg.2020.579500.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-24]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1399.7.14.10.8]
[DOI: 10.52547/jea.7.14.87]

11. Luthans, F. 2004. The need for and meaning of positive organizational behavior. Journal of organizational behavior, 23: 695-706.
12. Luthans, F. and C.M. Youssef. 2010. Human, social, and now positive psychological capital management: Investing in people for competitive advantage. Organizational Dynamics, 33(2): 143-160.
13. Martin, L. and S. Osberg. 2012. Social Entrepreneurship: The Case for Definition, Stanford Social Innovation Review. Spring, 28-39.
14. Mohammad Shafiee, M., A. Haghshenas and A. Afrough. 2016. Empathy in the Organization with a Focus on the Role of Spirituality in the Workplace with a Spiritual Leadership Approach (Case Study: Isfahan University Staff), Conference on Management Research and Humanities in Iran, Tehran, Modbar Management Research Institute, University of Tehran, (In Persian).
15. Porcar, A.T., A.M. Tur and J.M. Belso. 2017. Barriers to wom entrepreneurship. Different methods, different results? Springer, 1(1): 1-16. DOI 10.1007/s11135-016-0343-0.
16. Pratt, M.W., M.L. Arnold and H. Lawford. 2009. Growing towards Care: A Narrative Approach to Prosocial Moral Identity and Generativity of Personality in Emerging Adulthood. In D. Narvaez and D.K. Lapsley (Eds.), Personality, identity, and character: Explorations in moral psychology, pp: 295-315.
17. Rahmanifar, Z. 2017. Designing a Social Entrepreneurship Model for Women Heads of Households with Children in Tehran, M.Sc. Thesis, University of Tehran (In Persian).
18. Ranjbar, S. 2015. Investigating the effect of communication on creating organizational empathy among the employees of Bojnourd Labor, Cooperation and Social Welfare Office; International Conference on Culture and Development Management. Economic; holy Mashhad (In Persian).
19. Rashid, Kh. and A. Bayat. 2019. The Relationship between the Dimensions of Psychological Capitals and the Components of Emotional Empathy mediated by Aesthetic Intelligence. Psychological sciences, 18(74): 171-180 (In Persian).
20. Román, S.M. and G. Brändle. 2016. Abilities and skills as factors explaining thedifferences in women entrepreneurship. Suma De Negocios, 3(1): 5-9.
21. Roshan Ghias, K., A. Ahmadi and F. Mohebbi. 2018. Social entrepreneurship relationship survey on social inconveniences reduction (case study: recovered addict in Qazvin city). 1396(23): 66-83 (In Persian).
22. Stwort, A. 2007. Studying the Effects of Women's Education on Power Distribution in the Family, Tehran, Azad University, Sciences and Researches Branch, (In Persian).
23. Tajabadi, R., M. Rahimi and S. Shabani. 2013. Approaches to women's empowerment in the field of entrepreneurship (with emphasis on information technology). National Conference on Entrepreneurship University (Knowledge-Based Industry), 1-22, (In Persian).
24. Thomas, M. 2002. Empathy style profile: Mini questionnaire report. USA: Profiles.
25. Tracey, P. and N. Phillips. 2014. The Distinctive challenge of educating social entrepreneurs, A Postscript and Rejoinder to the Special Issue on Entrepreneurship Education. Academy of Management Learning and Education, 6(2): 264-271.
26. Valizadeh, N. and H. Karimi-Gougheri. 2018. An Analysis of Factors Influencing the Social Entrepreneurial Intention in Rural and Nomad Women's Micro-credit Funds. Journal of Entrepreneurial Strategies in Agriculture, 5(9): 10-20 (In Persian).
27. Yaqouti, M. 2015. Investigating the effective factors in improving communication and creating organizational empathy in the Workers' Welfare Bank of Khorasan Province, National Conference on Humanities, Shiraz, New Education Development Center, Iran, (In Persian).
28. Zahra, M. 2015. Taking Aim at Empowermentresearch: On the Distinction between Individual and Psychological Conceptions. American Journal of Community Psychology, 18: 169-177 (In Persian).

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-24]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1399.7.14.10.8]
[DOI: 10.52547/jea.7.14.87]

Explaining the Mediating Role of Empathy in The Relationship Between Psychological Capital and Social Entrepreneurship of Rural Women (Case Study: Choobast Village)

Akbar Bahmani[1], Alireza Zamaniyan[2] and Farshid Aslani[3]

1- Assistant Professor, Department of public Management, Payame Noor University, Tehran, Iran
2- Assistant Professor, Department of business Management, Payame Noor University, Tehran, Iran
3- Assistant Professor, Department of public Management, Payame Noor University, Tehran, Iran
(Corresponding author: f.aslani@pnu.ac.ir)
Received: 9 September, 2020 Accepted: 19 December, 2020

Abstract

Promoting women's participation and achieving the goals of gender equality have been proposed in such a way that women's progress and participation is the main axis of sustainable development. Entrepreneurship is a good strategy to fight poverty and maintain wealth in low-income societies. The present study was conducted to explain the mediating role of empathy in the relationship between psychological capital and social entrepreneurship of women in Choobast village. The research method is descriptive and correlational. The statistical population of the study was 162 people in Choobast village in 1399. Samples were selected by census by 162 people. The measuring tool is a standard questionnaire. Structural equation modeling was used to analyze the data. The results of data analysis showed that there is a significant relationship between psychological capital and women's social entrepreneurship. Also, psychological capital has a significant effect on social entrepreneurship with the mediating role of empathy with a coefficient of 0.48.

Keywords: Empathy, Psychological Capital, Rural Women, Social Entrepreneurship

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-24]

[DOR: 20.1001.1.25383426.1399.7.14.10.8]

[DOI: 10.52547/jea.7.14.87]