

## تبیین سازه‌های پیش‌بینی‌کننده گرایش به کارآفرینی در بین زنان روستایی

حامد ایزدی\*

دانشجوی دکتری ترویج و آموزش کشاورزی و توسعه روستایی، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی خوزستان، اهواز، ایران

بهمن خسروی‌پور

استاد گروه ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی خوزستان، اهواز، ایران

آمنه سواری ممبئی

دکتری ترویج و آموزش کشاورزی و توسعه روستایی، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی خوزستان، اهواز، ایران

### چکیده

امروزه در بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه، کارآفرینی روستایی به طور عام و کارآفرینی زنان روستایی به طور خاص به عنوان کلید توسعه اقتصادی و نیز بهبود کسب و کار به حساب می‌آید. هدف از این مطالعه تبیین سازه‌های پیش‌بینی‌کننده گرایش به کارآفرینی در بین زنان روستایی می‌باشد. پژوهش از نظر ماهیت کمی، از نظر هدف کاربردی و از نظر روش گردآوری داده‌ها، میدانی بود. جامعه آماری این پژوهش را زنان روستایی در پنج روستای دهستان ده پیر جنوبی از توابع شرقی شهرستان خرم‌آباد مرکز استان لرستان تشکیل دادند ( $N=756$ ) که بر اساس جدول کرجسی و مورگان حجم نمونه ۲۵۶ نفر انتخاب شد. روش نمونه‌گیری طبقه‌ای با انتساب متناسب بود. ابزار گردآوری اطلاعات، پرسش‌نامه محقق ساخته بود که روایی صوری آن بر اساس نظر جمعی از اعضای هیئت علمی و صاحب‌نظران مربوطه تایید شد. افزون بر این، برای تعیین میزان پایایی بخش‌های مختلف پرسش‌نامه، از مطالعه راهنما و محاسبه ضریب آلفا کرونباخ استفاده شد که برای بخش‌های مختلف پرسش‌نامه بین ۰/۷۰ و ۰/۹۱ محاسبه شد. نتایج به دست آمده از مدل معادله‌های ساختاری نشان داد، سه سازه هویت خود، خودکارآمدی و تسهیلات، سازه‌های مؤثر بر گرایش زنان روستایی به کارآفرینی به صورت مثبت و مستقیم می‌باشند. این سازه‌ها در نهایت توانستند ۸۶ درصد از تغییرات گرایش زنان روستایی به کارآفرینی را پیش‌بینی کنند. نتایج این مطالعه پیامدهای مهم برای سیاست‌گذارانی دارد که به دنبال ترویج فرهنگ کارآفرینی زنان روستایی هستند.

**کلمات کلیدی:** گرایش، کارآفرینی، زنان روستایی، سازه‌های روانی - اجتماعی

\* نویسنده مسئول مکاتبات، hamedizadi541@yahoo.com

## مقدمه

امروزه در بسیاری از کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه کارآفرینی روستایی به عنوان کلید توسعه اقتصادی و نیز بهبود کسب و کار در بسیاری از کشورهای جهان دیده شده است (Sangolagi and Alagawadi, 2016؛ Saxena, 2012؛ Duarte and Diniz, 2011). کارآفرینی روستایی می‌تواند وضعیت اشتغال را بهبود بخشد، خدمات محلی را تنوع داده و از مردم روستا به صورت پایدار و جامع حمایت نماید (Driga et al., 2009). کارآفرینی روستایی را می‌توان، به کارگیری نوآورانه منابع و امکانات روستا برای خلق فرصت‌های کسب و کار دانست (یعقوبی‌فرانی و همکاران، ۱۳۹۲). در بین اقشار مختلف روستایی، زنان به خاطر شرایط اجتماعی و فرهنگی و اقتصادی، بخشی از نیروی‌های مؤثر کار و تولید و فعالیت‌های اقتصادی دخیل در اقتصاد خانوار هستند و در برخی موارد، شواهد گویای این نکته است که در محیط‌های روستایی، نقش زنان در فعالیت‌های اقتصادی بسیار مهمتر و بیشتر از مردان است (سجاسی‌قیداری و همکاران، ۱۳۹۶). آنان به عنوان بخشی از سرمایه‌های انسانی هر جامعه، با مشارکت خود می‌توانند نقش تعیین‌کننده‌ای در جامعه روستایی و نهایتاً در اداره امور کشور داشته باشند (Suresh and Dutta, 2018).

در نظریه‌های توسعه‌ی پایدار روستایی، بر افزایش مشارکت و ایجاد فرصت‌های برابر به خصوص برای زنان روستایی، بسیار تأکید شده است (بشیراحسن و قربانی نژاد، ۱۳۹۶؛ کرمی، ۱۳۹۰). چرا که آن‌ها نیرویی برای ایجاد تحول و منبعی بالقوه برای پیشبرد اقتصاد روستایی و افزایش هر چه بیشتر نرخ رشد تولید مواد غذایی هستند (یعقوبی‌فرانی و همکاران، ۱۳۹۳). کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه به این نتیجه رسیده‌اند که فعالیت‌های کارآفرینی زنان به رشد اقتصادی کمک می‌کند (سهامی و دهقان، ۱۳۹۲؛ Kamberidou, 2020) و قطعاً یک راه‌حل برای مدیریت مشکلات اقتصادی می‌باشد (Sangolagi and Alagawadi, 2016). کارآفرینی و اشتغال زنان روستایی ضمن افزایش درآمد خانواده، به واسطه‌ی کاهش تفاوت و شکاف موجود بین خانوارهای شهری و روستایی، صرفه‌جویی در هزینه‌های تولید محصولات زراعی و دامی، بهبود وضعیت سواد و بهداشت خانواده، تأمین هزینه‌های خانوار به عنوان سرپرست و نیز کاهش مهاجرت به شهرها می‌تواند زندگی روستایی و در نهایت کل جامعه را تحت تأثیر قرار دهد (میرترابی و حجازی، ۱۳۹۰). کارآفرینی زنان و توانمندسازی آنان به عنوان مهم‌ترین ابزار برای ریشه‌کنی فقر و بیکاری مورد توجه قرار گرفته است (Sangolagi and Alagawadi, 2016). بنابراین شناسایی عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان روستایی و تلاش برای توسعه و تقویت کارآفرینی در فرآیند توسعه‌ی روستایی از راه فراهم کردن زمینه‌های اولیه‌ی آن، اهمیت ویژه‌ای دارد (میرترابی و حجازی، ۱۳۹۰؛ Driga et al., 2009).

در زمینه توسعه کارآفرینی عوامل زیادی اثرگذار می‌باشند که شناسایی این عوامل در جهت فراهم کردن آن‌ها از مهم‌ترین مباحث در زمینه توسعه کارآفرینی می‌باشد. در سال‌های اخیر، یکی از محورهای عمده در پژوهش‌های مرتبط با کارآفرینی، بررسی عوامل تأثیرگذار بر انجام دادن فعالیت‌های کارآفرینانه از سوی زنان بوده و پژوهشگران بسیاری به مطالعه در این حوزه اقدام کرده‌اند. افزایش شناخت از اهمیت نقشی که کارآفرینان در رشد و توسعه اقتصادی اجتماعی ایفاء می‌کنند، انگیزه لازم برای درک بهتر علت رفتارهای کارآفرینانه مانند داشتن گرایش مثبت به کارآفرینی را ایجاد کرده است (Valliere, 2015). در واقع، ایجاد گرایش به کارآفرینی یکی از مراحل مهم در فرآیند کارآفرینی است (Laguna, 2013). گرایش به کارآفرینی متغیر مهم در پیش‌بینی رفتار کارآفرینانه است (Koe et al., 2012). گرایش به کارآفرینی آگاهی و باور آگاهانه

فردی است که می‌خواهد در آینده یک کسب و کار مخاطره‌آمیز را با هدف ارزش‌افزایی و به دست آوردن سود راه‌اندازی کند. گرایش به کارآفرینی به عنوان یکی از مشخصه‌های رفتاری افراد، از عامل‌های اصلی تأثیرگذار در شکل‌گیری و بروز رفتار کارآفرینانه بوده و یک عنصر کلیدی برای درک و شناخت فرآیند کارآفرینی به شمار می‌آید (Nabi and Linan, 2011). از این رو، پژوهشگران بسیاری به دنبال این هستند که چگونه می‌توان مدل‌های گرایش کارآفرینی را به منظور انعکاس بهتر از پیچیدگی فرآیندهای کارآفرینی، بهبود داد و یا اصلاح کرد. تاکنون پژوهش‌های بسیاری در مورد گرایش به کارآفرینی صورت گرفته است و این پژوهش‌ها بسیار پربار بوده‌اند؛ اما مطالب بسیاری هنوز باید شناخته شوند تا به طور کامل بتوان درک کرد که چگونه یک تصمیم در مورد شروع سرمایه‌گذاری شکل می‌گیرد و چگونه افراد برای اجرای آن تصمیم اقدام می‌کنند (Fayolle et al., 2014).

در پیش‌بینی گرایش به کارآفرینی، می‌توان اذعان کرد که تصمیم به کارآفرینی ذاتاً شخصی است و ارزش‌های شخصی، نگرش‌ها و ادراکات بین افراد یکسان نیست. به عبارتی انگیزه‌ها برای کارآفرینی و پاداش‌های درک شده احتمالاً بین افراد متفاوت است (Fayolle et al., 2014). زنان در ایران اساساً تحت تأثیر دو عامل کششی (تمایل و گرایش) و اجباری (فشار) وارد عرصه کار می‌شوند. عامل کششی اشاره به روندی دارد که در آن زنان ترغیب می‌شوند تا شغل یا فعالیت مخاطره‌آمیزی را صرفاً به لحاظ اشتیاق و اصرار بر این که بخواهند کار و حرفه‌ای را مستقلاً انجام دهند، دایر می‌کنند (نحوی و کهنسال، ۱۳۹۱). در واقع عوامل برانگیزاننده و گرایشی به نیروهای موجود، اشاره دارد که فرد را برای شروع یک تجارت تشویق می‌کند. به طور معمول، یک زن دارای منابع، پشتیبانی و استعدادی است که او را به سمت ایجاد نوع خاصی از تجارت سوق می‌دهد. این عوامل یک زن را توانمند می‌کند و او را برای شروع مشاغل و دیدن آن انگیزه می‌دهد (Al-Kwif et al., 2020). عمده‌ترین چالش‌های مشارکت زنان روستایی در فرآیند توسعه، عدم آگاهی زنان به توانمندی‌های اجتماعی خود، پایین بودن سطح تحصیلات آنان، نادیده انگاشتن آنان در سیاست‌گذاری‌ها و برنامه‌ریزی‌ها، فقدان آموزش‌های لازم در راستای تواناسازی اقتصادی آنان (یارمرادی و زارعی، ۱۳۹۴) و بی‌توجهی به نقش بزرگ آنان در شکوفایی اقتصادی در خانواده و منطقه می‌باشد. در بین اقشار مختلف روستایی استان لرستان، زنان به خاطر شرایط اجتماعی و فرهنگی و اقتصادی، بخشی از نیروهای مؤثر در کار و تولید و فعالیت‌های اقتصادی دخیل در معیشت خانوار هستند (ملکی فرد و همکاران، ۱۴۰۰) اما نقش آنان کم‌رنگ انگاشته شده است. با توجه وضعیت اقتصادی استان و لزوم توجه به توسعه اشتغال علی‌الخصوص در مناطق روستایی، راه‌اندازی و ارتقای کسب و کارهای مختلف در روستاها به عنوان ابزاری برای ایجاد فرصت‌های اشتغال پایدار به ویژه برای افراد حاشیه‌ای مانند زنان از راهکارهای مهم محسوب می‌شود (سعدی و چام‌چام، ۱۳۸۸) اما بر اساس مطالعات گذشته در رابطه با کارآفرینی زنان روستایی این استان تاکنون کارآفرینی به عنوان یکی از رویکردهای مقابله‌ای در مواجهه با تغییرات اجتماعی و اقتصادی و معیشتی خانوار و ارتباط احتمالی کارآفرینی به عنوان یکی از مهمترین رویکردهای تأمین منابع مالی خانوار در نظر گرفته نشده است (ملکی فرد و همکاران، ۱۴۰۰). لذا هدف این تحقیق تبیین سازه‌های پیش‌بینی‌کننده برای گرایش به کارآفرینی در بین زنان روستایی می‌باشد تا با شناسایی این سازه‌ها بتوان گام مهمی برای سوق دادن زنان روستایی این استان برای گرایش به کارآفرینی برداشته شود.

## مبانی نظری

امروزه با توجه به کاستی‌های رویکردهای ویژگی‌ها و جمعیت‌شناختی - جامعه‌شناختی در مطالعه‌ی کارآفرینی، رویکرد رفتاری بیشتر مورد توجه قرار گرفته است (Weber, 2012). یکی از روش‌های مطالعه رفتار انسان و سازه‌های پیش‌بینی‌کننده آن، کاربرد روانشناختی و سازه‌های اجتماعی - روانی است (Hunt et al., 2016). صاحب‌نظران بر این باورند که سازه‌های روان‌شناختی بیشترین اهمیت را دارد (Osman and Tanner, 2017). چرا که سازه‌های روان‌شناختی منجر به ایجاد درک بهتری از فرآیندهای کارآفرینی شده است (Diaz-Garcia and Jimenez-Moreno, 2010). مرجع بی‌واسطه هر رفتار، گرایش به آن رفتار است که به عنوان گرایش رفتاری (انگیزه فرد برای تصمیم‌گیری یا طراحی آگاهانه برای انجام یک رفتار یا تلاش در جهت انجام رفتاری خاص) مدنظر است. گرایش رفتاری به عنوان قصد و نیت یک فرد برای انجام یک رفتار تفسیر می‌شود. این انتظار وجود دارد که افراد آنچه را گرایش دارند، انجام دهند و برابر گرایش خود رفتار کنند. هر چه یک گرایش قوی‌تر باشد، احتمال انجام آن رفتار بیشتر است (سواری و همکاران، ۱۳۹۸). گرایش به کارآفرینی حالتی از دقت و مراقبت ذهنی است که توجه و تجربه فرد را به سوی رفتار کارآفرینانه‌ی برنامه‌ریزی شده هدایت می‌کند (Do and Dadvari, 2017). به عبارت دیگر، گرایش به کارآفرینی ظرفیتی است که فرد را برای خود اشتغال یا راه‌اندازی کسب و کار شخصی هدایت می‌کند (Fayolle and Linan, 2014).

ادبیات کارآفرینی گویای آن است که گرایش به کارآفرینی از سازه‌های بسیاری تأثیر می‌پذیرد و یکی از پیش‌زمینه‌های مهم بروز کارآفرینی شناخته می‌شود. بر این پایه، بررسی سازه‌های مؤثر بر این متغیر دارای اهمیت بسیاری است (مرادی و همکاران، ۱۳۹۴). بسیاری از مطالعات تأیید کردند که نگرش یکی از پیش‌بینی‌کننده‌های اصلی گرایش‌های رفتاری است (Raziuddin and Vaithianathan, 2018). نگرش، ارزشیابی مثبت یا منفی فرد به انجام یک رفتار است و میزان آن به سنجش اعتقاد فرد نسبت به نتایج یک رفتار و ارزیابی میزان مطلوبیت نتیجه آن رفتار تعیین می‌شود (Sutherland, 2011). بنابراین هر اندازه افراد نگرش مثبتی به فعالیت‌های کارآفرینی داشته باشند، بی‌شک کارآفرینی را به عنوان امری شدنی و امکان‌پذیر درک می‌کنند لذا احتمال بیشتری وجود دارد که گرایش به کارآفرینی پایدارتری به وجود آید (DeGeorge and Fayolle, 2013).

سازه مؤثر دیگر بر گرایش به کارآفرینی، نتیجه انتظارات می‌باشد (Lent, 2004; Young et al., 2014). نتیجه انتظارات نشان دهنده قضاوت یک فرد در مورد احتمال پیامدهایی است که به عنوان نتیجه‌ی انجام دادن یا انجام ندادن یک عمل خاص می‌باشد. این فرض وجود دارد که افراد در مسیری اقدام خواهند کرد که باور دارند منجر به نتایج مثبت و با ارزشی خواهد شد و از رفتارهایی که انتظار دارند نتایج نامطلوبی داشته باشد اجتناب می‌کنند (Young et al., 2014). در واقع نتیجه انتظارات همان انتظارات پیامد است که به باورهای فرد درباره‌ی شرایط آتی زندگی خود و پیش‌بینی این که چه رویدادهای مثبت و منفی‌ای در آینده رخ خواهد داد بر می‌گردد (Lent, 2004).

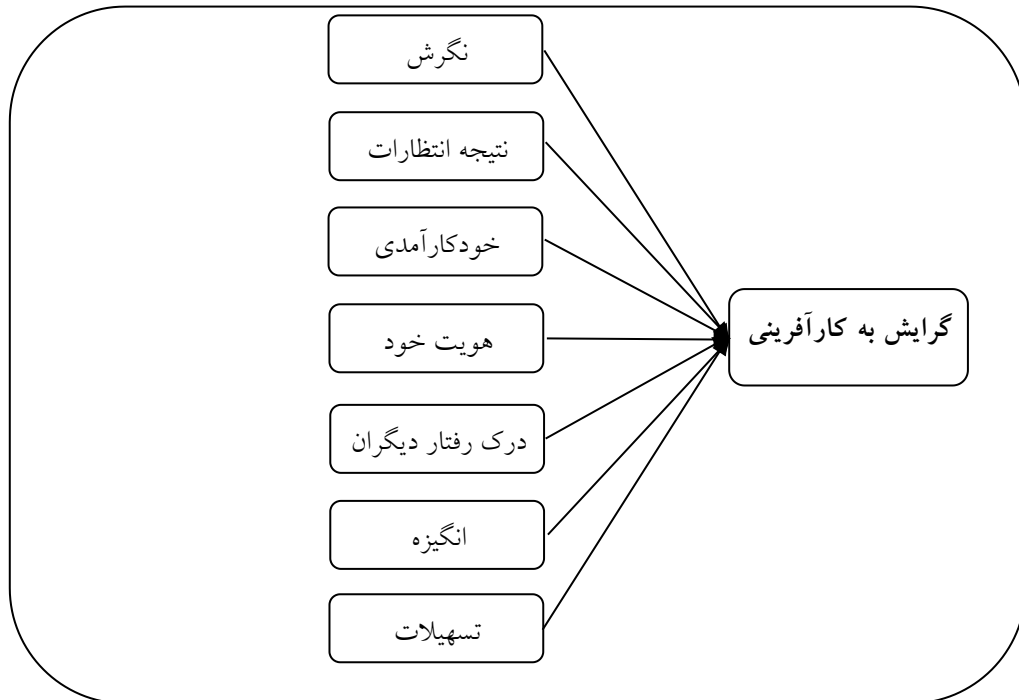
خودکارآمدی یک سازه کلیدی در تعیین گرایش به کارآفرینی و بروز رفتارهای نوآورانه به شمار می‌آید (Dempsey and Jennings, 2014). در زمینه‌ی ارتباط باور به خودکارآمدی و گرایش به کارآفرینی تاکنون بررسی‌های بسیاری در داخل و خارج از کشور انجام گرفته است. به طوری که نتایج بررسی‌های بسیار ارتباط این سازه‌ها را تایید کرده‌اند (سلیمانی و

زرافشانی، ۱۳۹۰؛ صفا و منگلی، ۱۳۹۴؛ Singh et al., 2017؛ Setiawan, 2014؛ Wang et al., 2016؛ Adekiya and Ibrahim, 2016). خودکارآمدی کارآفرینی به قدرت اعتقاد یک فرد که وی قادر است وظایف و نقش های مختلف و مرتبط با کارآفرینی را انجام دهد اشاره دارد (Laguna, 2013). به طور مثال برخی از افراد انجام فعالیت کارآفرینانه و جدید را دوست دارند، اما نمی توانند به آن اقدام کنند و البته دلیل این امر نبود توانایی، دانش و مهارت لازم در آن کار نیست بلکه به دلیل نداشتن باور به این توانایی و مهارت است (Luthans et al., 2000). زرافشانی و سلیمانی (۱۳۹۰) در تبیین پیشگوکننده های نیت و گرایش کارآفرینانه در بین هنرجویان هنرستان کشاورزی دریافتند که ۵۴ درصد از تغییرپذیری های متغیر قصد کارآفرینانه را دو متغیر نگرش نسبت به کارآفرینی و باور به خودکارآمدی کارآفرینانه تبیین می کنند. در پژوهش سلیمانی و زرافشانی، نشان داده شد که خودکارآمدی کارآفرینانه تأثیر مثبت و معنی داری روی قصد کارآفرینانه داشته است. هویت خود نیز نقش مهمی در تبیین گرایش فرد برای تبدیل شدن به یک کارآفرین دارد (Falck et al., 2012) و شواهدی مبنی بر گنجانیدن متغیر هویت خود به عنوان پیش بینی کننده دیگر گرایش رفتاری (Whitmarsh and O'Neill, 2010) وجود دارد. با توجه به اهمیت هویت خود در ساختار روانشناسی اجتماعی و معاصر به چالش کشیدن آن در بسیاری از موارد در بررسی تاثیر در تصمیم گیری می تواند مطلوب باشد (Burton, 2004). مفهوم هویت فردی از نظریه هویت استرایکر<sup>۱</sup> گرفته شده است که بیان می دارد خویشتن عبارت است از مجموعه نقش های ساختار یافته اجتماعی که نشان می دهد شخص تا چه حد خود را مسئول تحقق معیارهایی می بیند که برای ادای یک نقش اجتماعی خاص لازم است (شنگلی نجف آبادی و همکاران، ۱۳۹۳).

تئوری های مختلفی پیشنهاد می کنند که انگیزه یکی از تعیین کننده های اصلی و از سازه های کلیدی گرایش به کارآفرینی است (Adekiya and Ibrahim, 2016؛ Wang et al., 2016؛ Setiawan, 2014). انگیزه بر رفتار انسان تأثیر می گذارد و در پیش بینی و رفتار انسان مؤثر واقع می شود (فرزی و همکاران، ۱۳۹۲). انگیزه یعنی میل یا اشتیاق برای کسب موفقیت و شرکت در فعالیت هایی که موفقیت در آنها به کوشش و توانایی شخصی وابسته است (علایی خرایم و همکاران، ۱۳۹۱). در واقع انگیزه، گرایش فرد به کسب هدف بر اساس مجموعه ای از عالی ترین معیارهاست. این مفهوم به معنی انگیزه غلبه بر موانع و مبارزه با آنچه که به دشوار بودن شهرت دارد، می باشد. بر این اساس، کارآفرینان با انگیزه بالا برای کسب پیشرفت وارد میدان شده و سعی می کنند از عهده کاری که بر روی آن وقت و انرژی خود را متمرکز کرده اند (ملک سعیدی و همکاران، ۱۳۹۲). شواهد نشان می دهد فقدان انگیزه از جمله عمده ترین موانع زنان کارآفرین روستایی می باشد (Pharm and Sritharan, 2013). از دیگر سازه های مؤثر بر گرایش به کارآفرینی، درک رفتار دیگران می باشد. بدین معنی که افراد نه تنها از تجارب شخصی خود یاد می گیرند، بلکه از دیدن رفتار و نتایج رفتار دیگران نیز می آموزند (Thøgersen and Grønhoj, 2010). همچنین به ذهنیت فرد نسبت به اینکه چقدر دیگران (افراد مهم در زندگی) آن رفتار خاص را انجام می دهند اشاره دارد (Forward, 2006). یکی دیگر از سازه های مؤثر بر گرایش به کارآفرینی، تسهیلات می باشد (Peña-Young et al., 2014). Calvo et al., 2016). تنظیم و پیگیری گرایش به کارآفرینی به انواع تسهیلات که فرد از محیط خود دریافت می کند مرتبط است. تسهیلات به طور مستقیم و از طریق راه های دیگر می تواند گرایش افراد را تحت تاثیر قرار دهد (Lent et al., 2009). تسهیلات مانند مواد و ابزارها یا حمایت احساسی و اجتماعی می توانند از طریق فراهم آوردن بازخورد، تقویت منفی یا مثبت

<sup>1</sup>. Stryker

یا فراهم ساختن تجربه جانشینی بر حس خودکارآمدی و تلاش برای رسیدن به هدف تاثیر گذاشته و به دنبال آن‌ها بر رضایت آنان نیز مؤثر واقع شوند (Duffy and Lent, 2009). با توجه به مطالب ذکر شده، چارچوب مفهومی پژوهش در نگاره شماره یک ارائه شده است.



نگاره (۱). مدل مفهومی تحقیق

### روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی و از نظر نحوه جمع‌آوری داده‌ها توصیفی-پیمایشی است. جامعه آماری این پژوهش را زنان روستایی در پنج روستای دهستان ده پیر جنوبی ( $N=756$ ) تشکیل دادند که بر اساس جدول کرجسی و مورگان حجم نمونه ۲۵۶ نفر انتخاب شد. این دهستان در بردارنده حدود ۱۰۵۰۰ نفر جمعیت در قالب ۲۵۴۰ خانوار می‌باشد. این تعداد جمعیت در ۳۲ روستا زندگی می‌کنند از این تعداد، ۵ روستای در بند کمالوند، زاهدشیر، مهدی آباد، چاله کمالوند و حسن‌آباد کمالوند با توجه به گسترش اشتغال‌های کشاورزی زنان و گسترش کسب و کارهای غیرزراعی زنان برای پژوهش حاضر انتخاب شدند. افراد نمونه با استفاده از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای با انتساب متناسب مورد مطالعه قرار گرفتند. بر حسب توزیع جمعیت روستاها در دهستان ده پیر جنوبی به شیوه‌ی انتساب متناسب تعداد نمونه‌ها در هر روستا انتخاب شدند (جدول ۱). ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه محقق ساخته متشکل از نه بخش شامل ویژگی‌های فردی، نگرش (۷ گویه)، نتیجه انتظارات (۷ گویه)، خودکارآمدی (۶ گویه)، هویت خود (۶ گویه)، درک رفتار دیگران (۵ گویه)، انگیزه (۵ گویه)، تسهیلات (۵ گویه) و

گرایش (۷ گویه) بود. همه گویه‌های هشت سازه مدل مفهومی پژوهش بر مبنای طیف پنج درجه‌ای لیکرت ۵ امتیازی شامل "خیلی کم"، "کم"، "متوسط"، "زیاد" و "خیلی زیاد" سنجیده شدند. روایی صوری آن بر اساس نظر جمعی از اعضای هیئت علمی و صاحب نظران مربوطه تایید شد. به منظور تایید پایایی پرسشنامه طراحی شده پیش از ورود به مرحله‌ی گردآوری اطلاعات در مقیاس گسترده، از یک مطالعه راهنما ۳۰ پرسشنامه‌ای که خارج از نمونه اصلی بررسی و توزیع شد، استفاده شد و نتایج ضریب آلفای کرونباخ به دست آمده برای آن، همان‌طور که در جدول ۲ مشاهده می‌شود، گویای قابل قبول بودن پایایی پرسشنامه برای انجام تحقیق بوده است. برای توصیف نمونه آماری از آمار توصیفی (فراوانی، درصد فراوانی و میانگین) استفاده شد و برای بررسی رابطه‌ی بین سازه‌ها از ضریب همبستگی گشتاوری پیرسون استفاده شد. در نهایت برای بررسی سازه‌های مؤثر بر گرایش به کارآفرینی زنان، از مدل معادله‌های ساختاری تحلیل مسیر با کمک نرم افزار (AMOS(V20 استفاده شد.

جدول ۱. ویژگی‌های جمعیتی و تعداد نمونه روستاهای مورد مطالعه

نام روستا	تعداد خانوار	جمعیت	تعداد زنان	تعداد نمونه
درپند کمالوند	۹۴	۳۴۹	۱۷۰	۵۶
زاهدشیر	۷۴	۲۶۶	۱۲۹	۴۵
مهدی آباد	۵۷	۲۰۱	۹۲	۳۴
چاله کمالوند	۷۷	۲۷۷	۱۲۸	۴۳
حسن آباد کمالوند	۱۴۰	۴۸۲	۲۳۷	۷۸
جمع	۴۴۲	۱۵۷۵	۷۵۶	۲۵۶

جدول ۲. تعداد گویه‌ها و ضریب آلفای کرونباخ برای سازه‌های تحقیق

سازه‌ها	تعداد گویه‌ها	ضریب	متغیرها	تعداد گویه‌ها	ضریب
گرایش	۷	۰/۸۷	هویت خود	۶	۰/۸۲
نگرش	۷	۰/۸۹	درک رفتار دیگران	۵	۰/۷۰
نتیجه انتظارات	۷	۰/۸۲	انگیزه	۵	۰/۹۱
خودکارآمدی	۶	۰/۷۸	تسهیلات	۵	۰/۸۰

\* جهت سنجش همه گویه‌ها از طیف لیکرت پنج امتیازی (خیلی کم (۱) تا خیلی زیاد (۵)) استفاده شد.

## یافته‌ها

بر اساس یافته‌های تحقیق، میانگین سن پاسخگویان در نمونه تحقیق، ۳۸/۵۱ سال بود که سن جوان‌ترین زن روستایی ۲۱ و مسن‌ترین آن‌ها ۵۵ سال بود. در ادامه توزیع فراوانی پاسخگویان بر اساس وضعیت تاهل، وضعیت شغلی، سطح تحصیلات و عضویت در تشکل‌های محلی در جدول ۳ ذکر شده است.

جدول ۳. ویژگی‌های فردی و اجتماعی پاسخگویان

متغیرها	مقیاس	فراوانی	درصد فراوانی	درصد معتبر
سن	۲۱ تا ۳۱	۵۳	۲۰/۷	۲۰/۷
	۳۲ تا ۴۱	۸۰	۳۱/۳	۳۱/۳
	۴۲ و بالاتر	۱۲۳	۴۸/۰	۴۸/۰
وضعیت تاهل	متاهل	۲۱۳	۸۳/۲	۸۳/۲
	مجرد	۴۳	۱۶/۸	۱۶/۸
وضعیت شغلی	دولتی	۱۲	۴/۷	۴/۷
	خانه دار	۱۵۳	۵۹/۸	۵۹/۸
	آزاد	۲۵	۹/۸	۹/۸
	کشاورز- دامدار	۶۶	۲۵/۸	۲۵/۸
سطح تحصیلات	خواندن و نوشتن	۲۳	۹/۰	۹/۰
	راهنمایی	۵۳	۲۰/۷	۲۰/۷
	متوسطه	۱۰۶	۴۱/۴	۴۱/۴
	دیپلم	۵۱	۱۹/۹	۱۹/۹
	فوق دیپلم	۸	۳/۱	۳/۱
	لیسانس	۱۱	۴/۳	۴/۳
	بالاتر	۴	۱/۶	۱/۶
عضویت در تشکل‌های محلی	بلی	۸۰	۳۱/۳	۳۱/۳
	خیر	۱۷۶	۶۸/۸	۶۸/۸

به منظور بررسی رابطه بین سازه‌های تحقیق، از آزمون همبستگی گشتاوری پیرسون استفاده شد. همان‌گونه که جدول ۴ نشان می‌دهد، متغیر گرایش به کارآفرینی با سازه‌های نگرش ( $r=0/50$ )، خودکارآمدی ( $r=0/66$ )، هویت خود ( $r=0/80$ )، درک رفتار دیگران ( $r=0/58$ )، انگیزه ( $r=0/80$ ) و تسهیلات ( $r=0/53$ ) رابطه مثبت و معنی‌داری دارد. در تفسیر این نتایج می‌توان گفت هر چه زنان روستایی نگرش مثبت به کارآفرینی داشته و توانایی و مهارت خود برای کارآفرینی را باور داشته باشند و



همچنین فرد خود را مسئول تحقق معیارهایی ببیند که برای انجام کارآفرینی لازم است و همین طور افراد مهم در زندگی فرد نیز به سمت کارآفرینی گرایش داشته باشند و انگیزه لازم را برای کارآفرینی داشته و در این راه تسهیلات و حمایت های لازم را نیز دریافت کنند، گرایش بیشتری برای رفتن به سمت کارآفرینی خواهند داشت.

جدول ۴. ماتریس ضرایب همبستگی بین سازه های تحقیق

سازه ها	نگرش	نتیجه انتظارات	خودکارآمدی	هویت خود	درک رفتار	انگیزه	تسهیلات	گرایش
نگرش	۱	-	-	-	-	-	-	-
نتیجه انتظارات	۰/۰۱	۱	-	-	-	-	-	-
خودکارآمدی	۰/۵۳**	۰/۰۲	۱	-	-	-	-	-
هویت خود	۰/۴۷**	۰/۰۵	۰/۶۲**	۱	-	-	-	-
درک رفتار	۰/۳۸**	۰/۰۳	۰/۴۸**	۰/۵۴**	۱	-	-	-
انگیزه	۰/۵۴**	۰/۰۵	۰/۶۹**	۰/۷۸**	۰/۵۹**	۱	-	-
تسهیلات	۰/۳۹**	۰/۰۵	۰/۵۸**	۰/۴۸**	۰/۴۵**	۰/۶۰**	۱	-
گرایش	۰/۵۰**	۰/۰۹	۰/۶۶**	۰/۸۰**	۰/۵۸**	۰/۸۰**	۰/۵۳**	۱

\*\*در سطح ۵ درصد معنی دار است. \*در سطح ۱ درصد معنی دار است.

برای بررسی سازه های مؤثر بر گرایش زنان روستایی به کارآفرینی از مدل معادله های ساختاری<sup>۱</sup> با استفاده از نرم افزار اموس ۲۰ استفاده شد. آزمون تحلیل مسیر شامل برآورد تناسب مدل<sup>۲</sup> و مسیر عامل مشترک<sup>۳</sup> است که نیازمند شرایطی به شرح زیر می باشد: مربع کای در مدل نباید معنادار باشد. همچنین تقریب ریشه میانگین مربع خطا<sup>۴</sup> باید بین صفر تا ۰/۰۸ باشد. بدین منظور در آغاز، رابطه ی بین متغیرها در مدل مفهومی پژوهش بررسی شد و آنگاه با مراتب بالا، کای اسکور، درجه آزادی و تقریب ریشه میانگین مربع خطا برای مدل مفهومی محاسبه شد که در جدول ۵ گزارش شده است. اثرهای علی کل و مستقیم در جدول ۶ گزارش شده است.

جدول ۵. نتایج میزان انطباق مدل ساختاری با شاخص های برازش

CMIN/DF	RMSEA	TLI	CFI	IFI	NFI	GFI	AGFI
۱/۶۵۷	۰/۰۵۱	۰/۹۰۰	۰/۹۰۹	۰/۹۱۰	۰/۸۰۰	۰/۸۰۱	۰/۷۷۲

1. Structural Equation Model

2. Model fit

3. Path Coefficients

4. Root Mean Square Error of Approximation

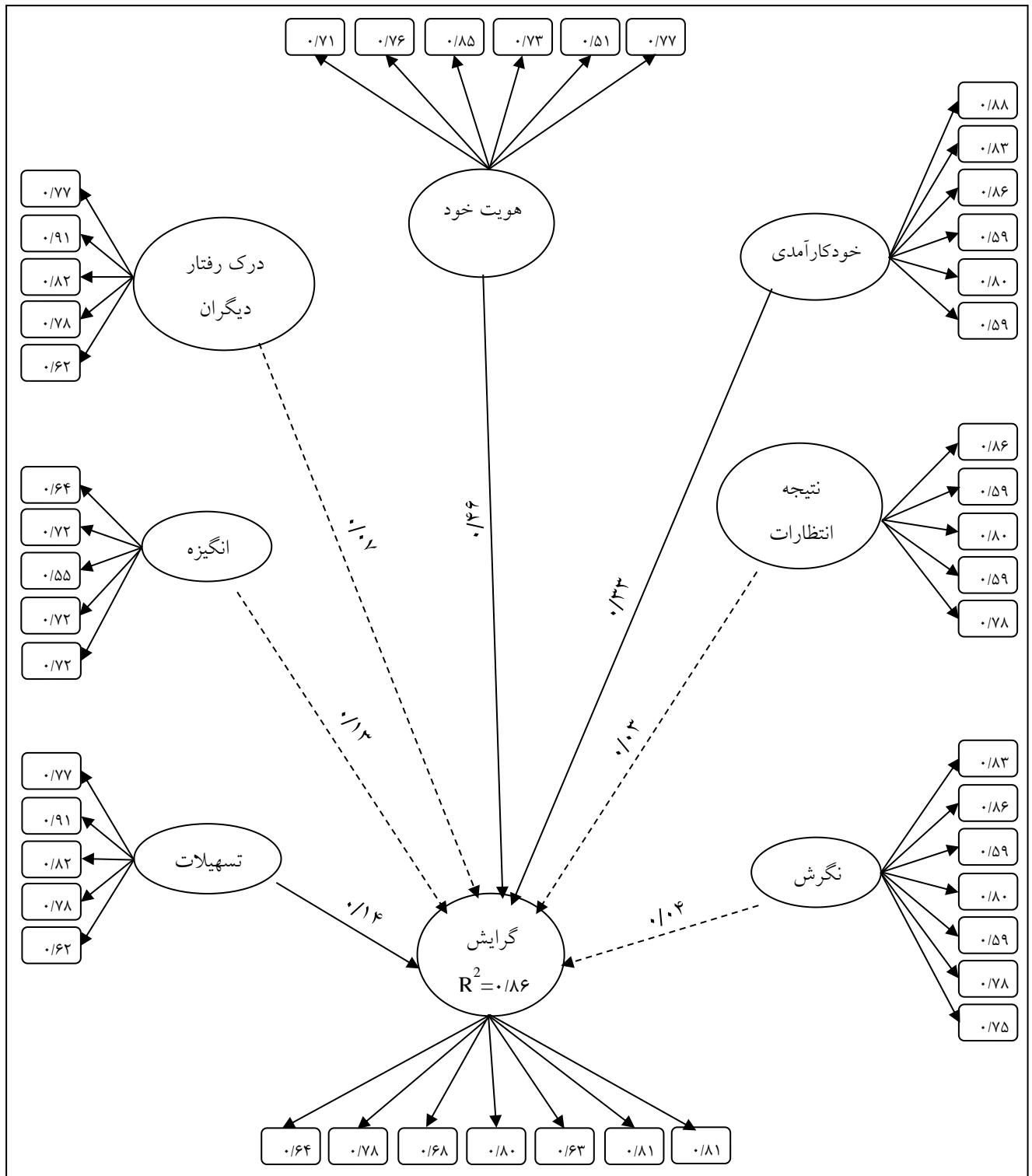
همان‌گونه که در جدول (۵) مشاهده می‌گردد، کای اسکوئر به هنجار شده به درجه‌ی آزادی، یا همان نسبت CMIN به درجه آزادی نیز اگر در محدوده‌ی صفر تا ۵ باشد، مناسب و اگر نزدیک به ۲ تا ۳ باشد، بسیار خوب تفسیر می‌شود (Rajabi and Karjo Kasmaie, 2012). در این مطالعه مقدار این ضریب،  $1/657$  است که از وضعیت بسیار خوب برای مدل، حکایت دارد. لذا می‌توان از مجموع شاخص‌های مذکور این گونه برداشت نمود که مدل مذکور برازش خوبی با داده‌های مطالعه داشته است. همچنین شاخص‌های مهم دیگری، مانند CFI (شاخص برازش تطبیقی)، RFI (شاخص برازش نسبی)، NFI (شاخص برازش هنجار شده)، GFI (شاخص نیکویی برازش) و نیز AGFI (شاخص نیکویی برازش اصلاح شده) در جدول ۵ گزارش شده‌اند.

شاخص دیگر، میانگین مربعات خطای برآورد (RMSEA) است که به صورت اعشاری گزارش می‌شود و یکی از شاخص‌های معتبر برآورد برازندگی مدل به حساب می‌آید. مقادیر صفر تا کمتر از  $0/08$  در مورد این شاخص قابل قبول است و اگر بین  $0/01$  تا  $0/05$  باشد مدل با برازندگی عالی است (Hooper et al., 2008). در این جا مقدار RMSEA،  $0/05$  شده و حاکی از این است که برازش مدل به دست آمده، بسیار خوب و قابل قبول می‌باشد. بنابراین بر اساس نتایج بدست آمده می‌توان نتیجه گرفت که مدل از برازش خوبی برخوردار می‌باشد و مدل فوق مورد تایید قرار می‌گیرد.

جدول ۶ میزان اثرات کل استاندارد، اثرات مستقیم و غیرمستقیم استاندارد سازه‌های مدل مفهومی برای بررسی سازه‌های مؤثر بر گرایش به کارآفرینی را نشان می‌دهد. همان‌طور که در جدول (۶) و نگاره (۲) قابل مشاهده است، سازه‌های هویت خود ( $Beta=0/46, P<0/001$ )، خودکارآمدی ( $Beta=0/33, P<0/01$ ) و تسهیلات ( $Beta=0/14, P<0/04$ )، تأثیر مثبت، مستقیم و معنی‌داری بر متغیر گرایش به کارآفرینی دارند که سازه هویت خود تأثیر قوی‌تری را نسبت به سازه‌های خودکارآمدی و تسهیلات دارد این سه سازه در مجموع قادرند ۸۶ درصد از تغییرات گرایش به کارآفرینی را پیش‌بینی نمایند.

جدول ۶. تأثیر متغیرهای پیش‌بینی در مدل مفهومی تحقیق

سازه	نگرش	نتیجه انتظارات	خودکارآمدی	هویت خود	درک رفتار دیگران	انگیزه	تسهیلات	گرایش
<b>اثرات کل استاندارد</b>								
گرایش	$0/04$	$0/03$	$0/32$	$0/46$	$0/07$	$0/13$	$0/14$	-
<b>اثرات مستقیم استاندارد</b>								
گرایش	$0/04$	$0/03$	$0/32$	$0/46$	$0/07$	$0/13$	$0/14$	-



نگاره ۲. مدل‌سازی معادلات ساختاری مدل مفهومی پژوهش

## نتیجه‌گیری و پیشنهادها

کارآفرینی روستایی با ایجاد فرصت‌های شغلی، تولید ثروت و بهبود شرایط اقتصادی، پیش‌زمینه‌ای اساسی برای افزایش استانداردهای زندگی، ارتقای سطح توسعه روستاها و کاهش فقر به شمار می‌رود. بنابراین توسعه کارآفرینی روستایی یکی از نیازهای جدی اقتصادی، اجتماعی و سیاسی هر کشور است. در بسیاری از نقاط جهان، زنان مشارکت زیادی در فعالیت‌های کارآفرینی و رفاه اقتصادی کشورهای خود دارند (Ojo *et al.*, 2019). در این زمینه، توجه به مقوله کارآفرینی در بین زنان روستایی موضوعی شایسته در خور توجه می‌باشد. تعداد زیادی از مطالعات در حیطه عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان روستایی انجام گرفته، لیکن تعداد اندکی از این تحقیقات به تاثیر عوامل روانشناختی که در پیش‌بینی گرایش زنان به کارآفرینی می‌تواند مؤثر باشد، پرداخته‌اند. مطالعه اوجو و همکاران نشان داده که مردان گرایش زیادی به کارآفرینی دارند، در حالی که زنان به مشاغل کم درآمد متوسل می‌شوند و گرایش زیادی به کارآفرینی ندارند (Ojo *et al.*, 2019). این تفاوت، می‌تواند ریشه در عوامل مختلفی داشته باشد. در این پژوهش با استفاده از عوامل روانشناختی در پاسخ به این پرسش که چه عواملی بر گرایش زنان روستایی به سمت کارآفرینی مؤثرند استفاده شده است.

نتایج تجزیه و تحلیل مدل معادله‌های ساختاری نشان داد، سازه هویت خود یکی از عوامل مؤثر بر گرایش زنان روستایی به کارآفرینی است. این نتیجه با نتایج تحقیقات (شنگلی‌نجف‌آبادی و همکاران، ۱۳۹۳؛ یزدان‌پناه و همکاران، ۱۳۹۹؛ Falck *et al.*, 2012؛ Whitmarsh and O'Neill, 2010) مطابقت دارد. در واقع، سازگاری بیشتر ویژگی‌های فردی زنان روستایی با کارآفرینی، موجب گرایش بیشتر آنان به سمت کارآفرینی در آینده می‌شود. اگر زنان روستایی خود را به عنوان یک کارآفرین ببینند و در فعالیت‌هایی که آنان را به سمت کارآفرینی جلب می‌کند، درگیر شوند و اشتغال و کارآفرینی را بخش مهمی از زندگی خود بدانند گرایش آنان نیز بیشتر خواهد شد. در واقع، چنانچه زنان روستایی که خود را مسئول تحقق انجام فعالیت‌های کارآفرینانه بدانند، گرایش بیشتری به انجام کارهای جدید و تازه برای رسیدن به موفقیت خواهند داشت. این افراد ویژگی‌های افراد کارآفرین را در خود دارند و به تقویت آن‌ها نیز می‌پردازند و از این طریق شرایط روحی و روانی را در خود برای دست زدن به کارهای بزرگ فراهم می‌نماید. لذا در این راستا پیشنهاد می‌شود با افزایش مهارت زنان روستایی و آموزش‌های لازم در این راستا و تشویق و ترغیب آنان به سمت فعالیت‌های کارآفرینانه هویت جدید را در آن‌ها ایجاد نمود و همچنین با شناسایی و تقدیر از زنان روستایی موفق و صاحب کسب و کار و کارآفرین به خصوص زنان مشابه جامعه هدف و معرفی آن‌ها به عنوان الگوهای موفق زنان کارآفرین، زمینه‌ی ارتقای جایگاه زنان روستایی فراهم شود.

نتایج تجزیه و تحلیل مدل معادله‌های ساختاری همچنین نشان داد، سازه خودکارآمدی نیز یکی از سازه‌هایی است که در پیش‌بینی گرایش زنان روستایی به کارآفرینی تاثیرگذار می‌باشد. طبق مطالعات صورت گرفته، رابطه‌ی قوی بین خودکارآمدی با گرایش به کارآفرینی، برقرار است و درک سطوح بالاتر خودکارآمدی با گرایش بیشتر همراه است این مطابق با تئوری‌های مختلفی است که پیشنهاد می‌کنند خودکارآمدی یکی از تعیین‌کننده‌های اصلی گرایش به کارآفرینی است (سلیمانی و زرافشانی، ۱۳۹۰؛ صفا و منگلی، ۱۳۹۴؛ Singh *et al.*, 2017؛ Setiawan, 2014؛ Wang *et al.*, 2016؛ Adekiya and Ibrahim, 2016؛ Dempsey and Jennings, 2014). خودکارآمدی یکی از عناصر کلیدی برای گرایش به کارآفرینی و از جمله

عوامل مهمی است که بر گرایش افراد برای انجام فعالیت‌های کارآفرینانه تأثیر می‌گذارد. خودکارآمدی درک فرد از توانایی خود در انجام فعالیت‌های کارآفرینانه است. به عبارت دیگر، باور فرد در رابطه با توانایی‌های خود در راستای انجام فعالیت‌های کارآفرینی است. هرچه فرد فکر کند که در انجام این فعالیت‌ها تواناست، در نتیجه انجام آن برای وی آسان می‌شود. انجام فعالیت‌های کارآفرینانه توسط زنان روستایی در واقع تغییراتی است که آنان در زندگی خود ایجاد می‌کنند. تغییراتی که برای هر فرد ممکن است با مقاومت‌های درونی ناشی از عادت یا ترس همراه باشد و یا تقویت شود. به همین خاطر است که توجه به بعد فردی و پرورش روحیه تغییرپذیری و قدرت تصمیم‌گیری می‌تواند در افراد باعث اقدامات سریع‌تر و مواجهه هر چه کمتر با خطرات شود. به نظر می‌رسد در رابطه با کارآفرینی زنان روستایی می‌توان با معرفی افراد توانا در این موضوع یا برگزاری دوره‌هایی جهت آشنایی آنان با روش‌های تصمیم‌گیری و مقابله با ترس و نیز در اختیار گذاشتن تجربه افراد دیگر انتظار داشت زنان توانایی بیشتر و جسارت بالاتری برای تغییر در این زمینه را بدست آورند. همچنین به منظور آگاهی زنان روستایی در رابطه با فعالیت‌های کارآفرینانه و به خصوص سهولت در انجام فعالیت‌های کارآفرینانه برگزاری کلاس‌های آموزشی مرتبط با آن در زمینه‌ی تسهیل فعالیت‌ها و راهبردهای مؤثر از سوی نهادها و مراکز پیشنهاد می‌شود. همچنین ارائه تسهیلات لازم توسط دولت و متولیان این امر برای آسان‌تر کردن فعالیت‌های کارآفرینانه پیشنهاد می‌گردد.

نتایج تجزیه و تحلیل مدل معادله‌های ساختاری نشان داد، سازه تسهیلات نیز یکی از سازه‌های مؤثر بر گرایش زنان روستایی به کارآفرینی است. این نتیجه با نتایج تحقیقات (یزدان‌پناه و همکاران، ۱۳۹۹؛ Young et al., 2014؛ Peña-Calvo et al., 2016) مطابقت دارد. این یافته به این معنی است که هر چقدر تسهیلات و حمایت‌های لازم برای زنان روستایی مهیا باشد گرایش بیشتری به فعالیت‌های کارآفرینانه خواهند داشت و برعکس هر چقدر فکر کنند که موانع بیشتری بر سر راه کارآفرینی وجود دارد گرایش کمتری خواهند داشت. لذا پیشنهاد می‌شود دولت بر حمایت مستقیم مادی زنان روستایی تمرکز کند و با ارائه تسهیلات لازم (وام‌های بلندمدت، اعتبارات نقدی، غیر نقدی و ...) و همچنین دسترسی به تجهیزات، زنان روستایی را مورد حمایت خود قرار دهد و آنان را در این مسیر یاری دهد تا گرایش بیشتری به این سمت داشته باشند و همچنین در سایر زنان روستایی نیز انگیزه ایجاد شود تا به سمت فعالیت‌های کارآفرینانه گرایش پیدا کنند.

## منابع و مأخذ

- بشیراحسن، م.، قربانی نژاد، ر. (۱۳۹۶). نقش زنان کارآفرین در توسعه اقتصادی روستایی دهستان خرم‌رود شهرستان تویسرکان. جغرافیایی سرزمین، سال چهاردهم، شماره ۵۳، صص ۹۳-۱۰۷.
- سعدی، ح.، چام‌چام، ج. (۱۳۸۸). اثرات اقتصادی اجتماعی کسب و کارهای کوچک زنان روستایی *RWSE,s* در استان لرستان. سومین کنگره علوم ترویج و آموزش کشاورزی، مشهد. <https://civilica.com/doc/131946>.
- سلیمانی، ع.، زرافشانی، ک. (۱۳۹۰). تبیین پیشگوکننده‌های نیت کارآفرینانه در بین هنرجویان هنرستان کشاورزی، فصلنامه رهیافتی نو در مدیریت آموزشی، سال دوم، شماره سوم، صص ۱۰۷-۱۲۴.

- سواری، آ.، خسروی‌پور، ب.، برادران، م.، یزدان‌پناه، م. (۱۳۹۸). گرایش اشتغال به کشاورزی جوانان روستایی شهرستان باغملک بر پایه‌ی نظریه توسعه یافته رفتار برنامه‌ریزی شده، پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، شماره ۴۹، صص ۲۹-۴۵.
- سهامی، س.، دهقان، م. (۱۳۹۲). بررسی عوامل فرهنگی مؤثر بر روحیه کارآفرینی زنان (مطالعه موردی دانشجویان زن دانشگاه آزاد اسلامی جهرم)، مطالعات علوم اجتماعی ایران، شماره ۳۹.
- شنگلی نجف‌آبادی، م.، محمدزاده، س.، خسروی‌پور، ب.، یزدان‌پناه، م. (۱۳۹۳). عوامل مؤثر بر تمایل شغلی دانشجویان به استخدام: کاربردی از نظریه توسعه یافته رفتار برنامه‌ریزی شده، فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی، دوره ۲۰، شماره ۴، صص ۷۵-۹۳.
- صفا، ل.، منگلی، ن. (۱۳۹۴). تأثیر خودکارآمدی کارآفرینانه بر قصد کارآفرینانه ی دانشجویان کشاورزی دانشگاه زنجان، فصلنامه پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، شماره ۳۳، صص ۳-۱۵.
- علایی خرایم، ر. (۱۳۹۱). مقایسه باورهای خودکارآمدی و انگیزه پیشرفت در میان دانش آموزان با و بدون ناتوانی یادگیری، مجله ناتوانایی‌های یادگیری. سال اول، شماره سوم، صص ۸۳-۱۰۴.
- فرزی، ح. (۱۳۹۲). تعیین رابطه سخت‌رویی و انگیزه پیشرفت با احساس از موفقیت ورزشی در دانشجویان ورزشکار دانشگاه‌های ایران و عراق، پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی، سال سوم، شماره ۷، صص ۷۵-۸۸.
- مرادی، م.، زالی، م.، پرنیان، ر. (۱۳۹۴). تأثیر سرمایه اجتماعی بر قصد کارآفرینانه (مطالعه‌ی موردی: دانشجویان کارشناسی ارشد دانشکده مهندسی برق و کامپیوتر دانشگاه تهران)، فصلنامه توسعه کارآفرینی، دوره ۸، شماره ۱، صص ۱-۱۹.
- ملک‌سعیدی، ح. (۱۳۹۲). عوامل مؤثر بر انگیزه پیشرفت کارآفرینان زن روستایی: مورد مطالعه شهرستان مرودشت. علوم ترویج و آموزش کشاورزی ایران. سال نهم، شماره یک، صص ۱۴۱-۱۵۱.
- ملکی فرد، ف.، قنبری موحد، ر.، غلامرضایی، س.، پاکروان چروده، م. (۱۳۹۹). بررسی فعالیت کارآفرینی زنان روستایی با تاکید بر امنیت غذایی خانوارهای روستایی شهرستان خرم‌آباد. مجله تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران. ۲-۵۲(۳): ۴۸۹-۵۰۶.
- میرترابی، م.، حجازی، ی. (۱۳۹۰). بررسی تاثیر ویژگی‌های فردی و خانوادگی زنان روستایی بر انگیزه مشارکت آن‌ها در فعالیت‌های کشاورزی. مجموعه مقالات دومین همایش ملی توسعه‌ی پایدار روستایی، دانشگاه بوعلی سینا، ۱۵ و ۱۶ تیر، همدان.
- نحوی، ا.، کهنسال، م. (۱۳۹۱). عوامل مؤثر بر پیشرفت زنان کارآفرین (مطالعه موردی: زنان استان مازندران). زن و مطالعات خانواده، سال یازدهم، شماره سوم، صص ۹۵-۱۱۱.
- یارمرادی، ز.، زارعی. (۱۳۹۴). نقش زنان در توسعه فعالیت های اقتصادی استان لرستان، دومین کنفرانس بین‌المللی و آنلاین اقتصاد سبز، بابلسر. <https://civilica.com/doc/385306>

یعقوبی فرانی، ا.، سلیمانی، ع.، موحدی، ر.، اسکندری، ف. (۱۳۹۲). تأثیر عوامل آموزشی و نهادی بر کارآفرینی زنان روستایی (مورد مطالعه: استان همدان). توسعه کارآفرینی، سال دوم، شماره شش، صص ۱۱۵-۱۳۴.

Adekiya, A. A., and Ibrahim, F. (2016). Entrepreneurship intention among students. The antecedent role of culture and entrepreneurship training and development. *The international journal of management education*, 14(2), 116-132.

Al-Kwafi, O. S., Tien Khoa, T., Ongsakul, V., and Ahmed, Z. U. (2020). Determinants of female entrepreneurship success across Saudi Arabia. *Journal of Transnational management*, 25(1), 3-29.

Burton, R. J. (2004). Reconceptualising the 'behavioural approach' in agricultural studies: a socio-psychological perspective. *Journal of Rural studies*, 20(3), 359-371.

DeGeorge, J. M., and Fayolle, A. (2013). Is entrepreneurial intention stable through time? First insights from a sample of French students. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 5(1), 7-27.

Dempsey, D., and Jennings, J. (2014). Gender and entrepreneurial self-efficacy: a learning perspective. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*.

Díaz-García, M. C., and Jiménez-Moreno, J. (2010). Entrepreneurial intention: the role of gender. *International entrepreneurship and management journal*, 6(3), 261-283.

Do, B. R., and Dadvari, A. (2017). The influence of the dark triad on the relationship between entrepreneurial attitude orientation and entrepreneurial intention: A study among students in Taiwan University. *Asia Pacific Management Review*, 22(4), 185-191.

Driga, O., Lafuente, E., and Vaillant, Y. (2009). Reasons for the relatively lower entrepreneurial activity levels of rural women in Spain. *Sociologia ruralis*, 49(1), 70-96.

Duarte, N. and Diniz, F. (2011). The role of firms and entrepreneurship on local development.

Duffy, R. D., and Lent, R. W. (2009). Test of a social cognitive model of work satisfaction in teachers. *Journal of Vocational Behavior*, 75(2), 212-223.

Falck, O., Heblich, S., and Luedemann, E. (2012). Identity and entrepreneurship: do school peers shape entrepreneurial intentions? *Small Business Economics*, 39(1), 39-59.

Fayolle, A., and Liñán, F. (2014). The future of research on entrepreneurial intentions. *Journal of business research*, 67(5), 663-666.

Fayolle, A., Liñán, F., and Moriano, J. A. (2014). Beyond entrepreneurial intentions: values and motivations in entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 10(4), 679-689.

Forward, S. E. (2006). The intention to commit driving violations—A qualitative study. *Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behaviour*, 9(6), 412-426.

Hunt, H. K., Flores, L. Y., Navarro, R. L., and Lee, H. S. (2016). Increasing diverse students' persistence in engineering: A social cognitive perspective. In *Frontiers in Education Conference (FIE)*, 2016 IEEE (pp. 1-6).

Kamberidou, I. (2020). "Distinguished" women entrepreneurs in the digital economy and the multitasking whirlpool. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 9(1), 1-26.

Koe, W. L., Sa'ari, J. R., Majid, I. A., and Ismail, K. (2012). Determinants of entrepreneurial intention among millennial generation. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 40, 197-208.

Laguna, M. (2013). Self-efficacy, self-esteem, and entrepreneurship among the unemployed. *Journal of Applied Social Psychology*, 43(2), 253-262.

Lent, R. W. (2004). Toward a Unifying Theoretical and Practical Perspective on Well-Being and Psychosocial Adjustment. *Journal of Counseling Psychology*, 51(4), 482.

Lent, R.W., Paixão, M.P., da Silva, J.T., and Leitão, L.M (2010). Predicting Occupational interests and choice aspirations in Portuguese high school students: A test of social cognitive career Theory. *Journal of Vocational Behavior*, 76, 244-251.

Luthans, F., Stajkovic, A. D., and Ibrayeva, E. (2000). Environmental and psychological challenges facing entrepreneurial development in transitional economies. *Journal of world business*, 35(1), 95-110.

Nabi, G., and Liñán, F. (2011). Graduate entrepreneurship in the developing world: intentions, education and development. *Education+ training*.

Ojo, E., Anitsal, I. and Anitsal, M. M. (2019). "Review of Career Education for Women Entrepreneurs in Nigeria", *Nigerian Women Entrepreneurs*, 207-223.

Osman, M. A., and Tanner, M. (2017). The influence of telecentre components on the psychological empowerment of underserved community members in the Western Cape, South Africa. *The Electronic Journal of Information Systems in Developing Countries*, 81(1), 1-29.

Peña-Calvo, J. V., Inda-Caro, M., Rodríguez-Menéndez, C., and Fernández-García, C. M. (2016). Perceived Supports and Barriers for Career Development for Second-Year STEM Students. *Journal of Engineering Education*, 105(2), 341-365.

Pharm, A. D., and Sritharan, R. (2013). Problems being faced by women entrepreneurs in rural areas. *The International Journal of Engineering and Science*, 2(9), 52-55.

Raziuddin, K., Vaithianathan, S. (2018). A fresh look at understanding green consumer behavior among young urban Indian consumers through the lens of Theory of Planned Behavior. *J. Clean. Prod.* 183, 46–55.

Sangolagi, K., and Alagawadi, M. (2016). Women entrepreneurs. *International Journal of Advancement in Engineering Technology, Management and Applied Science*, 3(1), 216-222.

Saxena, S. (2012). Problems faced by rural entrepreneurs and remedies to solve it. *Journal of Business and Management*, 3(1), 23-29.



Setiawan, J. L. (2014). Examining entrepreneurial self-efficacy among students. *Procedia-social and behavioral sciences*, 115, 235-242.

Singh, B., Verma, P., and Rao, M. K. (2017). Influence of individual and socio-cultural factors on entrepreneurial intention. In *Entrepreneurship education* (pp. 149-169). Springer, Singapore.

Suresh, A., and Dutta, T. (2018). Economic Development and Women: Role Played by Financial Inclusion. Available at SSRN 3102809.

Sutherland, L. A. 2011. "Effectively organic": Environmental gains on conventional farms through the market? *Land Use Policy*, 28(4), 815-824.

Thøgersen, J., and Grønhøj, A. (2010). Electricity saving in households—A social cognitive approach. *Energy policy*, 38(12), 7732-7743.

Valliere, D. (2015). An effectuation measure of entrepreneurial intent. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 169, 131-142.

Wang, Y. S., Lin, S. J., Yeh, C. H., Li, C. R., and Li, H. T. (2016). What drives students' cyber entrepreneurial intention: The moderating role of disciplinary difference. *Thinking Skills and Creativity*, 22, 22-35.

Weber, R. (2012). *Evaluating entrepreneurship education*. Springer Science & Business Media.

Whitmarsh, L., and O'Neill, S. (2010). Green identity, green living? The role of pro-environmental self-identity in determining consistency across diverse pro-environmental behaviours. *Journal of Environmental Psychology*, 30(3), 305-314.

Young, M. D., Plotnikoff, R. C., Collins, C. E., Callister, R., and Morgan, P. J. (2014). Social cognitive theory and physical activity: a systematic review and meta-analysis. *Obesity Reviews*, 15(12), 983-995.