

## Factors Affecting the Women`s Entrepreneurship Development of the members in Agricultural Development Specialized Holding Companies of Fars Province

MARJAN GOLKAR FARD<sup>1</sup>, KUROSH REZAEI-MOGHADDAM<sup>2\*</sup>, MAHSA FATEMI<sup>3</sup>  
1, Former Graduate student of Department of Agricultural Extension and Education, School of Agriculture, University of Shiraz, Shiraz, Iran  
2, Professor of Department of Agricultural Extension and Education, School of Agriculture, University of Shiraz, Shiraz, Iran  
3, Assistant Professor of Department of Agricultural Extension and Education, School of Agriculture, University of Shiraz, Shiraz, Iran  
(Received: Jul. 7, 2020- Accepted: Sep. 28, 2020)

Small-sized businesses and rural entrepreneurship play a major role in improving the life situation of villagers especially the rural women. Today, women`s participation is regarded as a fundamental tool for development, which the formation of small-sized businesses and entrance into entrepreneurship or self-employment are considered as one of its main fields in rural community. The main aim of the study was to analyze factors affecting the development of rural women`s entrepreneurial activities who are the members of Agricultural Development Specialized Holding Companies in Fars Province. The statistical population was 3033 individuals as all of the companies` members of the three main pioneer companies in Shiraz, Marvdasht and Estahban counties. A sample of 393 rural women was selected through multi-stage stratified random sampling using Krejcie and Morgan table. The required data was collected by survey technique using questionnaire. The face validity and reliability of the questionnaire was confirmed by a panel of specialist at Shiraz University as well as a pilot study among 30 rural women out of the main sample in Siakh-Darenjan. The range of Cronbach`s alpha was between 0.68 and 0.98. Data analysis was done through SPSS19. The findings of research showed that variables such as directors' managerial power, entrepreneurial training, entrepreneurial motivation, promoting policies, marketing activities, creativity, skills in compiling a business plan and the effectiveness of information have been able of predicting 54% of developmental changes in entrepreneurial activities. The variable of directors' managerial power depicted the highest power of predicting the variable of developing entrepreneurial activities.

**Keywords:** Entrepreneurship, Rural Women, Knowledge, Marketing.

### EXTENDED ABSTRACT

#### Objectives

Establishment of small enterprises and self-employment is considered as one of the main contexts of rural women participation. Development of rural women entrepreneurship is a new step of economic development of each country which has led to the women independence through job creation. Women include the largest group of deprived people worldwide, thus, the program planners and experts should be tried to decrease these deprivations and limitations and lead women toward the social and economic equity. This would be happened through the development of entrepreneurship skills. These kind of skills are important and required especially for women. This research is conducted to analyze the demanded conditions for the entrepreneurial activities of rural women membered in the Agricultural Development Specialized Holding Companies as well as determining the factors affecting the development of their entrepreneurial activities in Fars province located in Iran.

#### Methods

All members of Agricultural Development Specialized Holding Companies of Fars province which were active in three counties of Shiraz, Marvdasht and Estahban were the statistical

population of the study. The required data of this survey research were collected through questionnaire from 393 individuals that were selected based on stratified random sampling using Krejcie and Morgan Table. The validity and reliability of questionnaire were confirmed by a panel of academic specialists as well as conducting a pilot study out the main sample using Alpha Cronbach's ( $r= 0.68-0.98$ ). Information sources use, effectiveness of information sources, creativity, business plan writing skill, entrepreneurial spirit, entrepreneurial motivation, entrepreneurial knowledge, marketing activities, supportive policies, facilitating policies, business environment as well as entrepreneurship activities development were the main variables of the study. Finally, data were analyzed through SPSS 19 using different statistical tests.

### **Results**

Pearson correlation coefficients indicated that there is a significant positive relationship between the variable of entrepreneurship activities development and the variables of information sources use and effectiveness, creativity, business plan writing skill, entrepreneurship spirit, entrepreneurship motivation, entrepreneurship knowledge, marketing activities, supportive and facilitating policies as well as business environment. Based on stepwise regression results, the variables of managerial ability of the boss, entrepreneurial educations, entrepreneurship motivation, facilitating policies, marketing activities, creativity, business plan writing skill and the effectiveness of information sources could predict the 54 percent of entrepreneurship activities development changes, which of the managerial ability of the boss had the most prediction ability of entrepreneurship activities development.

### **Discussion**

It revealed that the development of entrepreneurship activities of rural women would be constructive in rural development. Their activities are eco-friendly and it is an important strength of their businesses in rural areas. Commercializing the ideas and innovative creation are the most important suggestions regarding the entrepreneurial process development of rural women's activities. These activities should be in line with the customer's interests focusing on high communication with them in order to go through innovation. Therefore, these rural enterprises could tolerate difficult conditions and become sustainable.

## عوامل مؤثر بر توسعه‌ی کارآفرینی زنان عضو صندوقهای حمایت از توسعه‌ی فعالیتهای کشاورزی استان فارس

مرجان گلکارفرد<sup>۱</sup>، کورش رضائی مقدم<sup>۲\*</sup> و مهسا فاطمی<sup>۳</sup>

۱، دانش‌آموخته کارشناسی ارشد بخش ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران

۲، استاد گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران

۳، استادیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران

(دریافت: ۹۹/۴/۱۷ - تصویب: ۹۹/۷/۷)

### چکیده

گسترش کسب‌وکارهای کوچک و کارآفرینی روستایی سهم عمده‌ای در بهبود وضعیت زندگی مردم روستا به‌ویژه زنان روستایی دارد. امروزه مشارکت زنان از ابزارهای اساسی توسعه بوده و یکی از اصلی‌ترین زمینه‌های مشارکت زنان در جامعه روستایی ایجاد کسب‌وکارهای کوچک و ورود به کارآفرینی یا خوداشتغالی است. این تحقیق با هدف کلی عوامل مؤثر بر توسعه‌ی فعالیتهای کارآفرینی زنان روستایی اعضای شرکت حمایت از توسعه فعالیتهای کشاورزی استان فارس انجام گرفت. جامعه آماری تحقیق شامل کلیه‌ی زنان روستایی عضو (۳۰۳۳ نفر) شرکت‌های صندوق حمایت از توسعه بخش کشاورزی زنان در استان فارس در قالب سه شرکت پیشگام در شهرستان‌های مرودشت، شیراز و استهبان در حیطه‌ی فعالیتهای کشاورزی بوده که نمونه مورد مطالعه با بهره‌گیری از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌بندی چندمرحله‌ای و طبق جدول کرجسی و مورگان ۳۹۳ نفر برآورد شد. اطلاعات مورد نیاز با بکارگیری فن پیمایش و از طریق پرسشنامه جمع‌آوری شد. روایی صوری پرسشنامه توسط متخصصان موضوعی دانشگاه شیراز مورد تأیید قرار گرفت و سپس مطالعه‌ی راهنما برای بررسی پایایی پرسشنامه با استفاده از یک نمونه‌ی ۳۰ تایی از زنان کارآفرین روستایی خارج از نمونه اصلی در روستای سیاخ‌دارنگون شهرستان شیراز انجام گرفت. ضرایب آلفای کرونباخ بین ۰/۶۸ تا ۰/۹۸ بود. داده‌های پژوهش با استفاده از نرم‌افزار SPSS19 مورد تحلیل قرار گرفت. یافته‌ها نشان داد که متغیرهای توان مدیریتی مدیرعامل، برخورداری از آموزش‌های کارآفرینی، انگیزه کارآفرینی، سیاست‌های پیش‌برنده، فعالیتهای بازاریابی، خلاقیت، آگاهی و توانایی در تدوین طرح تجاری و سودمندی اطلاعات توانایی پیش‌بینی ۵۴ درصد تغییرات توسعه فعالیتهای کارآفرینی را داشته‌اند. متغیر توان مدیریتی مدیر عامل بیشترین قدرت پیش‌بینی متغیر توسعه فعالیتهای کارآفرینی را داشته است.

**واژه‌های کلیدی:** کارآفرینی، زنان روستایی، دانش، بازاریابی.

### مقدمه

اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی با چالش‌هایی مواجهند که اهم آن‌ها عبارتند از توسعه‌ی کارآفرینی به منظور کاهش بیکاری، ایجاد اشتغال مولد به منظور کاهش فقر

در حال حاضر بسیاری از کشورهای در حال توسعه برای توسعه‌ی همه‌جانبه‌ی خود در ابعاد سیاسی،

توسعه‌ی مهارت‌های کارآفرینی زنان روستایی یک مرحله جدید در توسعه اقتصادی هر کشور است که از طریق ایجاد شغل باعث استقلال اقتصادی زنان می‌گردد. به عقیده محققان زنان بزرگ‌ترین گروه محرومان جهان هستند، برنامه‌ریزان و کارشناسان باید تلاش‌های خود را به سمت کاهش محدودیت‌ها و محرومیت‌ها سوق دهند و زنان روستایی را به سمت برابری اقتصادی و اجتماعی هدایت نمایند. این امر میسر نمی‌شود مگر با توسعه مهارت‌های کارآفرینی (Lashgarara et al., 2011). یکی از راهکارهای پیشنهادی برای کاهش بیکاری، تأسیس و راه‌اندازی تشکلهای تولیدی و توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه در آنهاست. از جمله برنامه‌هایی که برای توسعه زنان در نظر گرفته شده است، تخصیص اعتبارات خرد به ویژه در جوامع روستایی است. دفتر امور زنان روستایی و عشایری در سال ۱۳۷۹ با هدف تسریع و تسهیل دسترسی زنان روستایی و عشایری به منابع مالی و اعتباری اقدام به حمایت از تشکیل صندوق‌های اعتبارات خرد زنان روستایی نمود. این صندوق‌ها از طریق ظرفیت‌سازی در ابعاد اقتصادی و اجتماعی، علاوه بر فراهم کردن زمینه‌های مشارکت بیشتر زنان روستایی و عشایری در توسعه فعالیت‌های کشاورزی موجب تقویت سرمایه اجتماعی، افزایش اعتماد به نفس و خودباوری آنها نیز می‌شود (Badzaban et al., 2020). اعتبارات خرد به عنوان یک گزینه می‌تواند سرمایه لازم را برای زنان ایجاد کند و همچنین عاملی برای حمایت از واحدهای کوچک بهره‌برداری، ایجاد فرصت‌های شغلی برای نیروی کار عظیم موجود در روستا، جلوگیری از مهاجرت روستاییان و در نهایت تعمیم عدالت اجتماعی باشد.

منظور از اعتبارات خرد عمدتاً اعتبارات کوچک و وام‌هایی است که از نظر مبلغ کم بوده و بدون دریافت وثیقه از طرف یک مؤسسه مالی به اقشار کم‌درآمد پرداخت می‌گردد. صندوق‌های اعتبارات خرد در ایران برای زنان فقیری که امکان استفاده از سایر منابع را ندارند؛ طراحی شده است، بنابراین، وام‌های پرداختی عمدتاً وام تولیدی است که برای راه‌اندازی یا گسترش فعالیت اقتصادی متناسب با شرایط زندگی آنها صرف می‌شود. با توجه به ضعف مالی زنان و ناچیز بودن آورده

و بسط عدالت اجتماعی، افزایش میزان دسترسی افراد به سطوح بالاتری از سواد و تحصیلات، بهبود استانداردهای بهداشتی و درمانی، افزایش مشارکت اجتماعی و ایجاد فرصت‌های برابر برای افراد و حفاظت از محیط زیست (Sharifzadeh et al., 2016; Masoomi, E., & Rezaei-Moghaddam, 2018). این چالش‌ها و مشکلات مشابه آنها در دهه‌ی آتی دغدغه‌ی اصلی سیاست‌گذاران توسعه در کشورهای مختلف باشد و هر تمهیدی که بتواند حل و فصل مسائل مذکور را تسریع و تسهیل کند، بی‌تردید مورد استقبال و استفاده قرار خواهد گرفت. کارآفرینی از جمله راهکارها برای کاهش برخی از این مشکلات از جمله اشتغال است (Valizadeh, 2011). تجربه بسیاری از کشورها نشان می‌دهد که کارآفرینی یکی از اثرگذارترین راه‌حل‌ها برای کاهش سطح بیکاری است (Stel et al., 2004). کارآفرینی و کارآفرینان به عنوان نماد تلاش و موفقیت و همچنین، منشأ تحولات بزرگ در زمینه‌های تولیدی، خدماتی، تجاری و نیز موتور محرک توسعه، پیشرفت اقتصادی، ایجاد شغل و اصلاح اجتماع بشمار می‌روند (Urbano et al., 2010; Quds Alavi et al., 2019). تاجایی که اقتصاد کشورهای توسعه‌یافته و درحال توسعه برای فرار از بیکاری با کمک نیروی کارآفرینی، حیاتی دوباره یافته و این مهم موجب توجه خاص کشورهای گوناگون به موضوع کارآفرینی شده است (Archibong, 2004). یکی از راه‌های پیشرفت، توجه به کارآفرینی به طور عام و توسعه کارآفرینی در روستاها به طور خاص است. از این منظر مناطق روستایی با توجه به نیروی انسانی (اقشار مختلف روستایی به ویژه زنان در دهه اخیر) و منابع در دسترس می‌تواند به عنوان مهم‌ترین مرجع تولید افراد کارآفرین باشد. کارآفرینی یک پدیده پویا است که پدیدار گشتن آن نیازمند هموار بودن زمینه و بستر لازم و به ثمر نشستن آن متأثر از سازه‌هایی است. توسعه کارآفرینی روستایی یک فرآیند تکامل‌یابنده است که نیازمند ساختارسازی و پیگیری برنامه‌ریزی شده کارکردهای حمایتی و فراهم بودن زمینه‌های مساعد به‌ویژه با تأکید بر زنان روستایی است (Rezaei-Moghaddam & Izadi, 2019; Rezaei,

تخصصی، محصولی و منطقه‌ای حمایت از توسعه بخش کشاورزی با مشارکت تولیدکنندگان است. میزان مشارکت وزارت جهاد کشاورزی (صندوق حمایت از توسعه فعالیت‌های کشاورزی) حداکثر تا ۴۹ درصد سرمایه اولیه این صندوق‌ها تعیین شده است. همچنین، این صندوق‌ها با سرمایه‌گذاری حداقل ۵۱ درصد تولیدکنندگان غیردولتی تشکیل شده و با انتخاب اعضای هیئت مدیره و سایرگردانندگان از میان خودشان اداره می‌شوند و دولت به عنوان یکی از سهامداران، تنها به منظور امکان ارتباط مستقیم با نهاد حکومت و با کارکرد آگاهی از شرایط در تدوین برنامه و سیاست‌های اجرایی است (Badzaban et al., 2019). هدف صندوق، حمایت از توسعه سرمایه‌گذاری در بخش کشاورزی است و در زیربخش‌های زراعت و باغبانی، دامداری و دامپروری، جنگل و مرتع، شیلات و آبزیان و صنایع و خدمات مرتبط با وظایف وزارت جهاد کشاورزی فعالیت می‌کند.

در ارتباط با توسعه مهارت‌های کارآفرینی زنان روستایی پژوهش‌های متعددی صورت گرفته است، در این زمینه می‌توان به پژوهش Izadi et al (2016) و Adeleja et al (2007) اشاره کرد که در آن به تأثیر مثبت برخی ویژگی‌های شخصیتی نظیر خلاقیت، مخاطره‌پذیری، نیاز به توفیق، وجود مرکز کنترل و غیره بر تسهیل و تسریع فرآیند توسعه‌ی کارآفرینی کشاورزی تأکید شده است. در مطالعه‌ی مرتبط با کارآفرینی نشان داده شد که ویژگی‌های روان‌شناختی کارآفرینان، دسترسی آن‌ها به منابع، میزان مهارت‌های بازاریابی و نیز علاقه‌ی آن‌ها به کشاورزی تأثیر مثبتی بر توسعه‌ی کارآفرینی در واحدهای تولیدی کشاورزی دارد (Moradnejadi, 2006). انگیزه‌ها و اهداف زنان کارآفرین، یکی از عوامل مهم و مؤثر در روند توسعه‌ی کارآفرینی معرفی شده است (Izadi et al., 2016; Abbasi et al., 2020). یافته‌های پژوهش مشابه دیگر مشخص نمود که زنان روستایی با انگیزه خودکفایی، خوداشتغالی و کمک به خانواده کسب‌وکاری را شروع می‌کنند که در این میان حمایت‌های خانواده، برنامه‌ریزی خوب و در دسترس بودن سرمایه عامل موفقیت‌شان شده است (Mungai & Ogot, 2012).

دولتی، این وام در سال‌های اولیه تشکیل صندوق اندک است. به دلیل اندک بودن وام در بعضی از مناطق، آن‌ها به صورت گروهی وام می‌گیرند تا بتوانند به طور مشترک فعالیت نمایند. اگر چه این صندوق‌ها تشکل مؤثری از زنان را به وجود آورده، ولی به دلیل عدم ثبت قانونی قادر به ایجاد ارتباط با منابع رسمی تأمین مالی مثل بانک‌ها نیستند و از مزایای طرح‌ها و پروژه‌های حمایتی نظام در مورد زنان بی‌بهره مانده‌اند. از طرفی با توجه به تجربیات گذشته، ثبت قانونی این صندوق‌ها در قالب شرکت‌های تعاونی و یا سهامی به دلیل ضعف بنیه مالی و اعمال قوانین و مقررات قانونی منجر به تحمیل هزینه‌های اضافی بر آن‌ها و دور شدن از اهداف خود که همانا خودتکائی و خودباوری هست خواهد گردید (Golkar Fard et al., 2020).

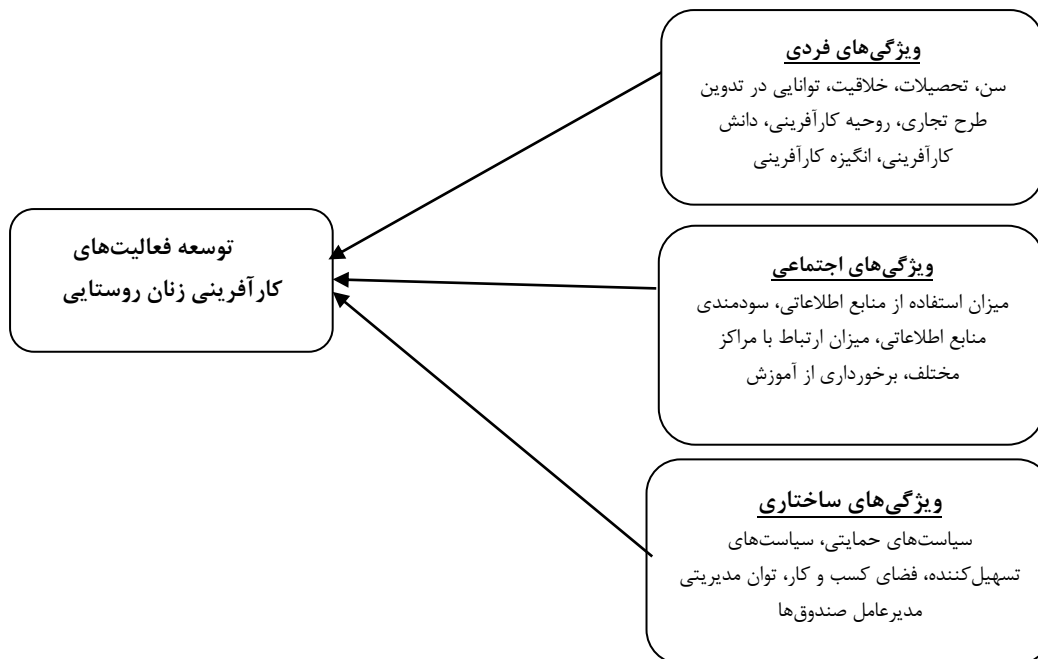
ده سال پس از تشکیل صندوق‌های اعتبارات خرد زنان روستایی توسط دفتر امور زنان وزارت جهاد کشاورزی، به علت نداشتن جایگاه قانونی، امکان بهره‌مندی از منابع دولتی و ارتباط با مؤسسات مالی رسمی، صندوق‌های حمایت از توسعه فعالیت‌های کشاورزی زنان روستایی و عشایری (صندوق زنان شهرستان) به عنوان نهاد قانونی اقتصادی-اجتماعی برای رفع موانع فوق و پوشش شبکه صندوق‌های اعتبارات خرد زنان روستایی تأسیس شد (Compani of Fund for Supporting the Development of Women's Agricultural Activities, 2015). بنابراین، تأسیس شرکت مادر تخصصی برای تشکیل و راه‌اندازی صندوق‌های غیردولتی در سطوح ملی، استانی و شهرستانی را قانون‌مند کرده است. تشکیل صندوق‌های غیردولتی حمایت از توسعه بخش کشاورزی با مشارکت تولیدکنندگان و سرمایه آنان در کنار کمک دولت (شرکت مادر تخصصی) به عنوان زیرساخت با ماهیت و کارکرد مؤسسات مالی-اعتباری از جمله گام‌های تقویت سرمایه اجتماعی به‌شمار می‌رود. شرکت صندوق حمایت از توسعه فعالیت‌های کشاورزی تشکلی قانونی بوده که طبق ماده ۱۲ قانون تشکیل وزارت جهاد کشاورزی تأسیس شد. براساس این ماده، وزارت جهاد کشاورزی در جهت حمایت از توسعه سرمایه‌گذاری در بخش کشاورزی موظف به تشکیل صندوق‌های غیردولتی

شرایط اجتماعی-اقتصادی معرفی شد. از طرفی Pages (2004) & Markley وجود منابع سرمایه‌های متنوع، فرهنگ مشوق، شبکه‌های کارآفرینان و زیرساخت‌های حمایتی دولت را چهار عامل کلیدی مؤثر بر کارآفرینی گروهی دانسته‌اند. به‌طور کلی، الزامات توسعه مهارت‌های کارآفرینی زنان روستایی شامل تغییر در نگرش سنتی، خدمات حمایتی از قبیل آموزش، تخصیص بودجه جداگانه برای زنان کارآفرین، تأمین زیرساخت‌های مناسب، تقدیر دولت از کارآفرینان نمونه و رقابت در بازارهای محلی و ملی عنوان شده است (Choudhary & Rayalwar, 2011). کارآفرینان نیازمند مهارت‌های مختلفی هستند. عواملی که در ارتقای توانایی‌های کارآفرینان کسب‌وکارهای کوچک شامل توانایی اشاعه تجارب و فرصت‌ها، توانایی تشخیص اشتباهات، دسترسی به منابع و جذب اعضای بیرونی به عنوان بخشی از تیم کارآفرینانه است (Moghimi et al., 2008). در جمع‌بندی از مرور پیشینه نگاشته‌ها در رابطه با سازه‌های تأثیرگذار بر توسعه فعالیت‌های کارآفرینی، چارچوب نظری مطالعه حاضر در قالب نگاره ۱ نشان داده شده است.

با توجه به لزوم توجه به توسعه فعالیت‌های کارآفرینی زنان روستایی و حمایت از این قشر، هدف کلی پژوهش حاضر، شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه فعالیت‌های کارآفرینی زنان روستایی اعضای شرکت حمایت از توسعه فعالیت‌های کشاورزی استان فارس است.

همچنین، در برخی مطالعات، سطح آگاهی و توانایی زنان روستایی در نگارش، تنظیم و تدوین طرح تجاری، برخورداری از آموزش‌های کارآفرینانه، دسترسی به منابع اطلاعاتی متنوع و ارتباطات دوطرفه با مراکز و نهادهای اجرایی را از جمله سازه‌های مؤثر بر ارتقای سطح فعالیت‌های کارآفرینانه آنان دانستند (Golkar Fard et al., 2020; Badzaban et al., 2020). تیم پژوهشی دیگر در مطالعه خود به این نتیجه رسیدند که مهارت‌های فردی مهم‌ترین متغیر مؤثر بر مهارت‌های کارآفرینی است و فعالیت‌های آموزشی و ترویجی نیز از عوامل اصلی موفقیت در فعالیت‌های کارآفرینی زنان روستایی است (Hosseini et al., 2000).

در پژوهشی دیگر، مشخص شد که حمایت‌های مالی و اعتباری و سیاست‌های دولت در ارائه تسهیلات بانکی، یکی از مهم‌ترین عوامل در موفقیت زنان کارآفرین روستایی است (Fallah Jeloudar et al., 2007). همچنین، عوامل اقتصادی در کنار عوامل آموزشی و فرهنگی می‌تواند روند توسعه کارآفرینی زنان روستایی را تسریع کند. در این پژوهش اهتمام و توجه دولت به عوامل اقتصادی به عنوان مهم‌ترین گام در مسیر توسعه کارآفرینی زنان معرفی شده است (Golestani et al., 2012). در کشور سنگاپور نیز Tang & Yeo (1995) دریافتند که رویه‌ها و سیاست‌های اقتصادی دولت و حمایت‌های مالی از ایجاد کسب‌وکار، عامل مؤثری در توسعه کارآفرینی است. در مطالعه‌ی (Tyebjee & Vickery, 1998) توسعه کارآفرینی متأثر از رویه‌ها و سیاست دولت و



نگاره ۱- چارچوب نظری پژوهش

جمع‌آوری شد. برای جمع‌آوری اطلاعات ابتدا پیشینه تحقیق و مبانی نظری آن از طریق مطالعه کتابخانه‌ای جمع‌آوری شد و پس از مصاحبه با صاحب‌نظران، متغیرهای مورد نظر شناسایی و پرسشنامه تدوین گردید. روایی صوری پرسشنامه توسط ۴ نفر از اساتید بخش ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه شیراز مورد تأیید قرار گرفت و سپس مطالعه‌ی راهنما برای بررسی پایایی آن با استفاده از یک نمونه‌ی ۳۰ تایی از زنان کارآفرین روستایی خارج از نمونه اصلی در روستای سیاخ‌دارنگون شهرستان شیراز انجام گرفت.

ضرایب آلفای کرونباخ متغیرها بین ۰/۶۸ تا ۰/۹۸ محاسبه شد (جدول ۲). داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS19 و با بکارگیری از انواع شاخص‌های آمار توصیفی (توزیع فراوانی، میانگین، انحراف معیار، رتبه، بیشینه و کمینه) و همچنین آزمون‌های مربوط به آمار استنباطی مانند ضرایب همبستگی پیرسون و رگرسیون گام‌به‌گام مورد تحلیل قرار گرفت. توضیحات تفصیلی مربوط به معرفی متغیرهای پژوهش شامل تعاریف، تعداد گویه‌ها، منابع مورد استفاده و ضرایب آلفای کرونباخ هر متغیر در جدول ۲ آورده شده است.

## مواد و روش‌ها

این پژوهش از نوع توصیفی بوده و با استفاده از فن پیمایش به جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز پرداخته شد. جامعه آماری تحقیق شامل کلیه‌ی زنان روستایی عضو (۳۰۳۳ نفر) شرکت‌های صندوق حمایت از توسعه بخش کشاورزی زنان در استان فارس در ایران است که در زمان انجام پژوهش در کل استان در قالب سه شرکت در شهرستان‌های مرودشت، شیراز و استهبان در حیطه‌ی فعالیت‌های کشاورزی فعالیت کرده و به عنوان پیشگامان استان در عرصه فعالیت‌های کارآفرینی حوزه کشاورزی شناخته می‌شوند. در این پژوهش از فن پیمایش و روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌بندی چندمرحله‌ای استفاده گردید. به نسبت تعداد اعضای هر شرکت از هر روستا در هر شهرستان تعدادی برای مصاحبه انتخاب شدند (این میزان با به تفکیک شهرستان در جدول ۱ آمده است).

به‌طور کلی، حجم نمونه طبق جدول کرجسی و مورگان (Krejcie & Morgan, 1970) به‌طوری‌که با توجه به تعداد اعضای شرکت در استان فارس، تعداد نمونه در شیراز، ۱۶۰ نفر، در مرودشت، ۱۲۷ نفر و در استهبان، ۱۰۶ نفر برآورد گردید (جدول ۱) و اطلاعات از طریق پرسشنامه

جدول ۱- تعداد نمونه به تفکیک شهرستان‌های مورد مطالعه

شهرستان	تعداد اعضای کل شرکت	تعداد نمونه	درصد
شیراز	۱۰۷۳	۱۶۰	۴۰/۷
مرودشت	۱۲۰۷	۱۲۷	۳۲/۳
استهبان	۷۵۳	۱۰۶	۲۷
جمع کل	۳۰۳۳	۳۹۳	۱۰۰

جدول ۲- معرفی متغیرهای پژوهش و ضرایب آلفای کرونباخ آن‌ها

نام متغیر	گویه	آلفا	تعریف	منبع
توسعه فعالیت‌های کارآفرینی	۱۴	۰/۹۸	توسعه کارآفرینی یک فرآیند تکامل یابنده می‌باشد که نیازمند ساختارسازی و پیگیری برنامه ریزی شده، کارکردهای حمایتی و فراهم بودن زمینه‌های مساعد است. این متغیر با استفاده از مؤلفه‌های سودآوری، انعطاف‌پذیری، رضایت مشتری، رقابت‌پذیری، اشتغال‌زایی، نوآوری، حفظ محیط‌زیست، رضایت افراد صندوق، رفاه منطقه، پایداری کسب و کار و تجاری‌سازی ایده است.	Rezaei-Moghaddam & Izadi, 2019; Rezaei-Moghaddam et al., 2019; Masoomi & Rezaei-Moghaddam, 2018
میزان استفاده از منابع اطلاعاتی	۹	۰/۷۶	میزان استفاده از منابع اطلاعاتی شامل استفاده از اینترنت، شبکه‌های اجتماعی مختلف و ارتباط با کارشناس مرکز خدمات است. در این راستا، همچنین، سطح ارتباط مخاطبین با مراکز مختلف ذی‌ربط کشاورزی مانند سازمان جهاد کشاورزی و مدیریت شهرستان، مراکز خدمات کشاورزی و غیره نیز در قالب مجموعه سؤالاتی مورد سنجش قرار گرفت.	Golkar Fard et al., 2020; Fatemi & Zamani, 2017
سودمندی منابع اطلاعاتی	۰/۷۶	۰/۷۸	میزان سودمندی و مفید بودن منابع اطلاعاتی که در فعالیت‌های کارآفرینی توسط زنان مورد استفاده قرار می‌گیرند مثل رادیو، تلویزیون، روزنامه و شرکت در کلاس آموزشی توسط مراکز جهاد کشاورزی و غیره.	Golkar Fard et al., 2020; Fatemi & Zamani, 2017
خلاقیت	۱۰	۰/۹۰	منظور برخورداری از مؤلفه‌هایی مانند زیر پا گذاشتن قواعد، داشتن ایده‌های متنوع و نوآورانه، انجام کارها به روش معمول، انجام چند کار به صورت هم‌زمان توسط زنان روستایی است.	Izadi et al., 2016; Rezaei-Moghaddam et al., 2019
آگاهی و توانایی در تدوین طرح تجاری	۴	۰/۹۳	شامل آگاهی از انواع طرح‌های تجاری، نحوه نوشتن طرح کسب‌وکار، همکاری آن‌ها، نوآوری و اجرای آن در طرح است.	Golkar Fard et al., 2020; Banazadeh, 2018
روحیه کارآفرینی	۱۱	۰/۹۳	فرد کارآفرین با قدرت، ابتکار، تصمیم‌گیری به‌جا، تکیه بر وجدان کاری و انضباط، اطلاعات شغلی خود را همواره توسعه داده و محیط کاری خود را به یک محیط کاری بهره‌ور، پویا و شاداب تبدیل می‌کند.	Lashgarara et al., 2011; Rezaei-Moghaddam et al., 2019
دانش کارآفرینی	۸	۰/۸۲	این متغیر میزان آگاهی فرد نسبت به مفهوم و ابعاد کارآفرینی (کارآفرینی مبتنی بر دانش، کارآفرینی مبتنی بر تجربه، کارآفرینی مبتنی بر منابع) را می‌سنجد.	Banazadeh, 2018; Badzaban et al., 2020
انگیزه کارآفرینی	۹	۰/۹۷	این متغیر میزان علاقه شخصی، کسب درآمد و سود، شناساندن توانایی‌هایی زنان، ایجاد اشتغال برای خود، استقلال مالی و خودکفایی و ... در انجام فعالیت‌های کارآفرینی را می‌سنجد.	Badzaban et al., 2019; Golkar Fard, 2020
میزان ارتباط با مراکز مختلف	۷	۰/۷۷	سطح ارتباط مخاطبین با مراکز مختلف ذی‌ربط کشاورزی مانند سازمان جهاد کشاورزی و مدیریت شهرستان، مراکز خدمات کشاورزی و ... نیز در قالب مجموعه سؤالاتی مورد سنجش قرار گرفت.	Fatemi et., 2017



نام متغیر	گویه	آلفا	تعریف	منبع
برخورداری از آموزش‌های کارآفرینی	۵	۰/۶۸	منظور میزان استفاده زنان از کارشناسان، نشریات ترویجی، وسایل دیجیتالی (شامل CD، DVD و غیره) در رابطه با کارآفرینی است.	Izadi et al., 2016
سیاست‌های حمایتی	۸	۰/۸۹	به معنی فعالیت‌هایی از جمله آگاه‌سازی از فعالیت‌های شرکت و اعضا، حمایت کافی شرکت (مالی، خدماتی و فرهنگی و...) از اعضا، برخورداری از قوانین حمایتی بیرون از شرکت، میزان امکانات ارائه شده توسط شرکت و مناسب بودن آن و غیره است.	Golkar Fard et al., 2020; Badzaban et al., 2020
سیاست‌های تسهیل‌کننده	۷	۰/۹۲	سیاست‌های تسهیل‌کننده نیز شامل سیاست‌هایی است که دولت در رابطه با کارآفرینی شامل برگزاری نمایشگاه از تولیدات شرکت و تصویب قوانینی متناسب اجرا می‌کند.	Badzaban et al., 2019; Golkar Fard, 2020
فضای کسب و کار	۷	۰/۸۶	این متغیر با گویه‌هایی در مورد مدت‌زمان صرف‌شده برای آغاز فعالیت کارآفرینی، مدت‌زمان انتظار برای دریافت وام، استفاده از انواع دارایی‌ها به عنوان وثیقه، دریافت مجوزهای مربوطه و ... است.	Badzaban et al., 2019; Golkar Fard, 2020
توان مدیریتی مدیر عامل صندوق	۶	۰/۹۱	توان مدیریتی مدیرعامل نیز حائز اهمیت بوده که در قالب مجموعه سؤالاتی در زمینه‌های توانایی برقراری ارتباط با اعضا و رقبا موردسنجش قرار گرفت.	Badzaban et al., 2020
فعالیت‌های بازاریابی	۶	۰/۸۹	فعالیت‌های بازاریابی به معنی کنترل بر میزان موجودی (کالایی، غیر کالایی) و آشنایی با بازارهای جدید است.	Rezaei-Moghaddam et al., 2019

کلیه متغیرهای تحقیق با مقیاس ترتیبی بوسیله طیف لیکرت از خیلی کم، کم، متوسط، زیاد و بسیار زیاد سنجیده شد.

### یافته‌ها و بحث

میانگین سن نمونه مورد مطالعه، برابر با ۳۹ سال با انحراف معیار ۹/۵۳ است. همچنین، دامنه سنی پاسخگویان بین ۱۶ تا ۶۵ سال قرار داشت. از نظر تحصیلات، افراد مورد مطالعه دارای میانگین تعداد سال‌های تحصیل حدود ۸ سال بوده‌اند. یافته‌ها نشان می‌دهد که بیشترین فراوانی مربوط به افرادی است که دارای تحصیلات ابتدایی (۳۰/۸) و کم‌ترین فراوانی متعلق به پاسخگویان با سطح تحصیلات کارشناسی و کارشناسی‌ارشد (۶/۸) بود. وضعیت پاسخگویان از لحاظ نوع سکونت، ۹۴/۷ درصد به صورت دائمی در روستای محل زندگی خود اقامت داشتند و تنها ۵/۳ درصد به صورت فصلی در روستا سکونت داشتند. بیشتر پاسخگویان (۸۴/۵) متأهل بوده و حدود ۱۶ درصد از زنان کارآفرین مجرد بودند. در راستای ارائه تصویر کامل‌تری از پاسخگویان، برخی اطلاعات توصیفی مربوط به سایر ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای آن‌ها در جدول ۳ آورده شده است.

متغیر	میانگین	انحراف معیار	کمینه	بیشینه
سن	۳۹	۹/۵۳	۱۶	۶۵
سطح تحصیلات	۸/۲۱	۴/۳۶	۰	۱۸
تعداد اعضای خانواده	۴/۲۶	۱/۴۳	۱	۹
سابقه عضویت در شرکت	۵/۲۳	۱/۲۴	۷	۱
شرکت در کلاهای آموزشی	۳/۹۶	۳/۷۸	۰	۲۰

### میزان استفاده از منابع اطلاعاتی

همان‌طور که در جدول ۴ آمده است، میانگین بهره‌گیری زنان کارآفرین از منابع اطلاعاتی شامل گفتگو با دوستان، تلفن همراه، تلویزیون، شرکت در کلاس‌های آموزشی برگزار شده توسط شرکت و غیره، به ترتیب دارای میانگین ۳/۶۳، ۳/۴۸، ۳/۳۰ و ۳/۳۰ بوده است. با توجه به طیف هر گویه، می‌توان گفت میزان بهره‌گیری از این منابع اطلاعاتی متوسط رو به بالا است. همچنین،

میانگین میزان بهره‌گیری زنان کارآفرین از کلاس‌های آموزشی و ارتباط با دوستان خود مطلوب است. با توجه به میانگین کل ۲۸/۳۰، میزان استفاده از منابع اطلاعاتی زنان روستایی در حد مطلوب است.

#### سودمندی منابع اطلاعاتی

سودمندی منابع اطلاعاتی شامل گفتگو با دوستان، شرکت در کلاس‌های آموزشی برگزار شده توسط شرکت، تلفن همراه و غیره، به ترتیب دارای میانگین ۳/۵۷، ۳/۴۸، ۳/۵۵ بوده است (جدول ۴). در واقع با توجه به

طیف این گویه‌ها می‌توان گفت که میزان سودمندی هر کدام از این منابع اطلاعاتی به ترتیب دارای بیشترین تأثیر بوده است. این امر باعث شده که زنان کارآفرین گرایش بیشتری به سمت فعالیت‌های کارآفرینی پیدا کنند. همچنین میزان مفید بودن آن‌ها متوسط رو به بالا است. با توجه به میانگین کل ۲۲/۳۲ سودمندی منابع اطلاعاتی در حد مناسب است.

جدول ۴- میزان استفاده و اثربخشی از منابع اطلاعاتی در بین زنان کارآفرین

منابع اطلاعاتی		میزان استفاده از منابع اطلاعاتی		اثربخشی منابع اطلاعاتی	
رتبه	میانگین	رتبه	میانگین	رتبه	میانگین
۶	۲/۵۳	۴	۲/۴۶	۶	۲/۵۳
۳	۳/۴۸	۳	۳/۴۸	۳	۳/۴۸
۸	۳/۲۸	۵	۳/۳۰	۸	۳/۲۸
۱	۳/۵۷	۱	۳/۶۳	۱	۳/۵۷
۵	۲/۵۵	۴	۲/۴۶	۵	۲/۵۵
۴	۳/۳۶	۷	۳/۰۲	۴	۳/۳۶
۲	۲/۵۵	۵	۳/۳۰	۲	۲/۵۵
۲	۳/۵۵	۲	۳/۵۰	۲	۳/۵۵
۷	۳/۳۲	۶	۳/۱۶	۷	۳/۳۲

- میزان استفاده از منابع اطلاعاتی: طیف: ۹-۴۵؛ میانگین کلی: ۲۸/۳۰
- اثربخشی منابع اطلاعاتی: طیف: ۷-۳۵؛ میانگین کلی: ۲۲/۳۲

#### آگاهی و توانایی در تدوین طرح تجاری

یکی از عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی، آگاهی و توانایی در تدوین طرح تجاری توسط زنان کارآفرین است. جدول ۵ نشان می‌دهد که میانگین این متغیر در بین اعضاء ۱۲/۸۶، با کمینه ۴ و بیشینه ۲۰ است. متغیر آگاهی و توانایی در تدوین طرح تجاری در بین پاسخگویان در دامنه متوسط قرار دارد. بیشترین میانگین مربوط به گویه رعایت ویژگی‌های کسب و کار از قبیل نوآوری و غیره با امتیاز ۳/۳۹ است. زنان کارآفرین توانایی بهتری در رعایت ویژگی‌های کسب و کار به دست آورده‌اند. میانگین‌های توانایی مطابقت طرح خود با سایر طرح‌ها، تفاوت‌ها و مشابهت‌های طرح‌های کسب‌وکار و توانایی نوشتن طرح کسب و کار به ترتیب ۳/۲۵، ۳/۲۱ و ۳/۰۱ است که نشان می‌دهد زنان

کارآفرین از توانایی متوسطی در این موارد برخوردار هستند.

جدول ۵- آگاهی و توانایی در تدوین طرح تجاری در بین زنان کارآفرین

رتبه	میانگین	آگاهی و توانایی در تدوین طرح تجاری
۳	۳/۲۱	تفاوت‌ها و مشابهت‌های طرح‌های کسب‌وکار
۴	۳/۰۱	توانایی نوشتن طرح کسب‌وکار
۲	۳/۲۵	توانایی مطابقت طرح خود با سایر طرح‌ها
۱	۳/۳۹	رعایت ویژگی‌های طرح کسب‌وکار
میانگین کلی: ۱۲/۸۶		طیف: ۴-۲۰

#### دانش کارآفرینی

با توجه به یافته‌های به دست آمده در جدول ۶، میانگین دانش کارآفرینی زنان کارآفرین نیز برابر با ۳۱/۳۰ است، در نتیجه با توجه به طیف این متغیر (۴۰-

خود اختصاص داده است. میانگین میزان ارتباط با مدیریت جهادکشاورزی شهرستان،  $3/54$  و میانگین میزان ارتباط با سازمان جهادکشاورزی استان فارس،  $3/11$  است که با توجه به نظر پاسخگویان، رتبه‌ی دوم تا سوم را به لحاظ میزان ارتباط زنان کارآفرین به خود اختصاص داده‌اند. میانگین میزان ارتباط با شرکت مادر تخصصی حامی فعالیت‌های کشاورزی،  $2/67$  است. میانگین میزان ارتباط با دفتر کارآفرینی استانداری، میزان ارتباط با واحد استانداردسازی کالا و میزان ارتباط با مراکز حامی فعالیت‌های کارآفرینی استان فارس به ترتیب  $2/52$ ،  $2/53$  و  $2/50$  است. این نتایج نشان می‌دهد که بیشتر زنان کارآفرین شناخت کمتری از مراکز حامی فعالیت‌های کارآفرینی دارند به همین دلیل ارتباط بسیار کمتری با این مراکز دارند. کمترین میانگین مربوط به میزان ارتباط با مراکز حامی فعالیت‌های کارآفرینی ( $2/50$ ) است.

#### فعالیت‌های بازاریابی

با توجه به یافته‌های جدول ۸، میانگین فعالیت‌های بازاریابی در بین زنان کارآفرین نیز برابر با  $21/04$  است، در نتیجه با توجه به طیف این متغیر ( $30-6$ )، فعالیت‌های بازاریابی زنان متوسط روبه‌بالا است. میانگین برنامه‌ریزی برای تولید محصول،  $3/75$  است که بیشترین میانگین را به خود اختصاص داده است به عبارتی زنان کارآفرین برای انجام فعالیت‌های کارآفرینی خود از قبل برنامه‌ریزی انجام می‌دهند و این مقوله مورد توجه اکثر آنان است. میانگین کنترل بر موجودی خود، مشکل تهیه مواد اولیه در بازار، سختی فروش محصول در بازار و افزایش میزان سهام در شرکت به ترتیب  $3/68$ ،  $3/47$ ،  $3/46$  و  $3/42$  است به عبارتی زنان کارآفرین بر موجودی خود و تهیه مواد اولیه، فروش محصول خود با مشکل مواجه هستند. میانگین آشنایی با بازارهای جدید،  $3/31$  است که کمترین میانگین را به خود اختصاص داده است.

۸)، دانش کارآفرینی اعضاء متوسط رو به بالا و یا بالا ارزیابی می‌شود که بدلیل شرکت اعضاء در کلاس‌های آموزشی برگزار شده توسط شرکت است. برای بررسی دانش کارآفرینی نمونه آماری، ۸ گویه مدنظر قرار داشت. میانگین گویه نوآوری فعالیت کارآفرینی  $4/08$  است که توسط زنان کارآفرین بیشترین پاسخ را به خود اختصاص داده است. به عبارتی زنان کارآفرین، نوآوری در فعالیت‌های کارآفرینی خود را مورد توجه قرار می‌دهند. همچنین خلاقیت در فعالیت کارآفرینی دارای میانگین  $4/06$  است که رتبه‌ی بعدی را به خود اختصاص می‌دهد که نشان می‌دهد زنان کارآفرین تمایل دارند فعالیت‌های کارآفرینی‌شان توأم با خلاقیت باشد. میانگین ریسک‌پذیری فعالیت کارآفرینی  $3/65$  است. تولید محصول جدید دارای میانگین  $3/69$  است که رتبه‌ی پایینی را به خود اختصاص داده است.

جدول ۶- سطح دانش کارآفرینی زنان کارآفرین

رتبه	میانگین	دانش کارآفرینی
۱	۴/۰۸	نوآوری در فعالیت کارآفرینی
۲	۴/۰۶	فعالیت کارآفرینی توأم با خلاقیت
۸	۳/۶۵	فعالیت کارآفرینی توأم با ریسک
۵	۳/۹۵	شناسایی فرصت‌های جدید
۳	۴/۰۱	شناسایی و بکارگیری منابع مختلف
۶	۳/۸۸	بکارگیری روش‌های مختلف تولید محصول
۷	۳/۶۹	تولید محصول جدید در فعالیت کارآفرینی
۴	۳/۹۸	پیدا کردن بازار جدید
میانگین کلی: $31/30$		طیف: ۴۰-۸

#### میزان ارتباط با مراکز مختلف

با توجه به یافته‌های جدول ۷، میانگین متغیر میزان ارتباط با مراکز مختلف در بین پاسخگویان نیز برابر با  $20/52$  است. با توجه به طیف امتیاز این متغیر ( $35-7$ )، میزان ارتباط آن‌ها با مراکز مختلف در حد متوسط است. میانگین میزان ارتباط زنان کارآفرین با مراکز خدمات روستای خود،  $3/66$  است که بیشترین میانگین را به

### جدول ۷- میزان ارتباط با مراکز مختلف (در رابطه با فعالیت های کارآفرینی)

رتبه	میانگین	میزان ارتباط با مراکز مختلف
۱	۳/۶۶	میزان ارتباط با مرکز جهاد کشاورزی دهستان
۲	۳/۵۴	میزان ارتباط با مدیریت جهاد کشاورزی شهرستان
۳	۳/۱۱	میزان ارتباط با سازمان جهاد کشاورزی استان فارس
۶	۲/۵۲	میزان ارتباط با دفتر کارآفرینی استانداری
۵	۲/۵۳	میزان ارتباط با واحد استاندارد سازی کالا و محصولات استان
۷	۲/۵۰	میزان ارتباط با مراکز حامی فعالیت های کارآفرینی استان
۴	۲/۶۷	میزان ارتباط با شرکت مادر تخصصی حامی
میانگین کلی: ۲۰/۵۲		طیف: ۷-۳۵

### جدول ۸- میزان فعالیت های بازاریابی زنان کارآفرین

رتبه	میانگین	فعالیت های بازاریابی
۳	۳/۴۷	تهیه و تأمین مواد اولیه در بازار
۱	۳/۷۵	برنامه ریزی جهت تولید محصول
۲	۳/۶۸	کنترل بر موجودی خود
۴	۳/۴۶	سختی فروش محصول در بازار
۵	۳/۴۲	افزایش میزان سهام در شرکت
۶	۳/۳۱	آشنایی با بازارهای جدید
میانگین کلی: ۲۱/۰۴		طیف: ۶-۳۰

### سیاست های تسهیل کننده شرکت

با توجه به یافته های جدول ۹، میانگین متغیر سیاست های تسهیل کننده شرکت در بین پاسخگویان نیز برابر با ۲۱/۷۶ است. با توجه به طیف امتیاز این متغیر (۷-۳۵)، سیاست های تسهیل کننده شرکت برای زنان کارآفرین متوسط روبه بالا است. میانگین گویه های معرفی کارآفرینان نمونه، حمایت از طرح های کارآفرینی و برگزاری نمایشگاه از تولیدات شرکت، ۳/۱۷ است که بیشترین میانگین را به خود اختصاص داده اند. این نتایج نشان می دهد که بیشترین سیاستی که برای زنان کارآفرین اجرا شده معرفی کارآفرینان نمونه و همچنین حمایت از طرح های کارآفرینی زنان کارآفرین روستایی و برگزاری نمایشگاه از تولیدات شرکت صورت گرفته است. میانگین فراهم کردن امور زیر بنایی، بهبود شرایط برای فروش و تصویب قوانین متناسب به ترتیب دارای

میانگین ۳/۱۶، ۳/۱۰ و ۳/۰۳ هستند که این سیاست ها در مورد زنان کارآفرین روستایی مورد توجه قرار گرفته است. میانگین در دسترس قرار دادن مواد خام ۲/۹۹ است که کمترین میانگین را به خود اختصاص داده است.

### فضای کسب و کار

با توجه به یافته های جدول ۱۰، میانگین متغیر فضای کسب و کار در بین زنان کارآفرین نیز برابر با ۲۵/۹۱ است. با توجه به طیف امتیاز این متغیر (۷-۳۵)، فضای کسب و کار برای اعضاء قابل قبول بوده اما نیاز به ارتقای بیشتر دارد. میانگین گویه ی مدت زمان دریافت مجوزهای مربوطه، ۳/۹۵ است که بیشترین میانگین را به خود اختصاص داده است. میانگین گویه ی مواجهه با مشکلات برای اخذ تسهیلات، ۳/۹۴ است. میانگین گویه ی مدت زمان آغاز فعالیت کارآفرینی، ۳/۷۱ است که زنان کارآفرین برای شروع یک فعالیت کارآفرینی مدت زمان زیادی را بایستی صرف کنند. میانگین گویه ی مدت زمان عرضه محصول در بازار، ۳/۶۶ است. میانگین مدت زمان انتظار برای دریافت وام و پرداخت بیشتر درآمد برای حقوق و دستمزد، ۳/۶۰ است. نهایتاً میانگین گویه ی استفاده از انواع دارایی ها به عنوان وثیقه، ۳/۴۵ است که کمترین میانگین را به خود اختصاص داده است.

### توان مدیریتی مدیرعامل صندوق ها

با توجه به یافته های جدول ۱۱، میانگین متغیر توان مدیریتی مدیرعامل صندوقها نیز برابر با ۲۱ است. با توجه به طیف امتیاز این متغیر (۶-۳۰)، توان مدیریتی مدیرعامل های صندوق های شرکت مطلوب و متوسط روبه بالا است. میانگین گویه ی توانایی برقراری ارتباط با اعضاء ۳/۸۶ است که بیشترین میانگین را به خود اختصاص داده است. در واقع مهارت مدیرعامل صندوقها در برقراری ارتباط با اعضاء شرکت بالاتر از بقیه مهارت ها است. میانگین توانایی مذاکره و چانه زنی با مشتریان، رقبا و سازمان ها، ارتباط با ارباب رجوع شرکت، توانایی اجرای طرح کسب و کار، ارتباط و تعامل با سایر رقبا و مهارت امور بازاریابی به ترتیب ۳/۴۹، ۳/۵۸، ۳/۴۴، ۳/۳۷ و ۳/۲۸ است به عبارتی مدیران صندوقها در تعامل با رقبا و مهارت بازاریابی شناخت نسبتاً

منطقه با میانگین ۱۴/۰۴ در رده‌ی بعدی قرار دارد. اشتغال‌زایی با میانگین ۱۳/۸۹، رضایت مشتریان با میانگین ۱۳/۷۲ و پایداری کسب‌وکارهای ایجاد شده (۱۳/۶۶) در اولویت‌های بعدی قرار دارند. یافته‌ها نشان می‌دهد که کمترین میانگین مربوط به شاخص رضایت اعضای صندوق با ۱۱/۰۹ است.

جدول ۱۲- میانگین و انحراف معیار کلی متغیرهای پژوهش

متغیر	میانگین	انحراف معیار
نوآوری	۱۲/۵۷	۲/۵۶
حفظ محیط زیست	۱۴/۴۸	۱/۷۱
رضایت مشتریان	۱۳/۷۲	۳/۴۶
رضایت افراد صندوق	۱۱/۰۹	۳/۴۰
انعطاف‌پذیری	۱۳/۶۴	۲/۵۸
رفاه منطقه	۱۴/۰۴	۳/۴۷
اشتغال‌زایی	۱۳/۸۹	۱/۸۵
سودآوری	۱۳/۲۵	۳/۷۱
پایداری کسب‌وکار	۱۳/۶۶	۱/۸۳
رقابت‌طلبی و بهره‌گیری از فرصت‌ها	۱۳/۴۰	۳/۵۲
تجاری‌سازی ایده	۱۳/۱۶	۳/۷۶
توسعه‌ی کارآفرینی	۱۱۵/۶۹	۲۶/۹۸

### همبستگی متغیرهای پژوهش با توسعه‌ی فعالیت‌های کارآفرینی زنان روستایی

جدول ۱۳ همبستگی بین متغیرهای پژوهش را با توسعه‌ی کارآفرینی نشان می‌دهد. بین میزان استفاده از منابع اطلاعاتی با توسعه کارآفرینی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد ( $r=0/33$ ,  $p=0/0001$ ). همچنین، بین سودمندی منابع اطلاعاتی با توسعه‌ی کارآفرینی نیز رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد ( $r=0/45$ ,  $p=0/0001$ ). نتایج همبستگی پیرسون نشان می‌دهد که بین آگاهی و توانایی در تدوین طرح تجاری و توسعه‌ی کارآفرینی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد ( $r=0/41$ ,  $p=0/0001$ ). بر این اساس زنان کارآفرین که توانایی در تدوین طرح تجاری بالاتری دارند، فعالیت‌های کارآفرینی آنان توسعه بیشتری داشته است. بین خلاقیت اعضای و توسعه‌ی کارآفرینی نیز رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد ( $r=0/33$ ,  $p=0/0001$ ). بر طبق این یافته هر چه زنان کارآفرینی دارای خلاقیت بالاتری

کمتری را دارند. مهارت امور بازاریابی کمترین میانگین (۳/۲۸) را به خود اختصاص داده است.

### جدول ۹- سیاست‌های تسهیل‌کننده شرکت برای فعالیت‌های زنان کارآفرین

سیاست‌های تسهیل‌کننده شرکت	میانگین	رتبه
برگزاری نمایشگاه از تولیدات شرکت	۳/۱۷	۱
معرفی کارآفرینان نمونه	۳/۱۷	۱
حمایت از طرح‌های کارآفرینی	۳/۱۷	۱
بهبود شرایط برای فروش محصول	۳/۱۰	۳
در دسترس قرار دادن مواد خام	۲/۹۹	۵
فراهم کردن امور زیر بنایی	۳/۱۶	۲
تصویب قوانینی متناسب	۳/۰۳	۴
طیف: ۷-۳۵	میانگین کلی: ۲۱/۷۶	

### جدول ۱۰- فضای کسب‌وکار فعالیت‌های زنان کارآفرین

فضای کسب‌وکار	میانگین	رتبه
مدت‌زمان انتظار برای دریافت وام	۳/۶۰	۵
استفاده از انواع دارایی‌ها به عنوان وثیقه	۳/۴۵	۶
مدت‌زمان عرضه محصول در بازار	۳/۶۶	۴
مدت‌زمان آغاز فعالیت کارآفرینی	۳/۷۱	۳
مدت‌زمان دریافت مجوزهای مربوطه	۳/۹۵	۱
بیشتر درآمد صرف پرداخت حقوق و دستمزد	۳/۶۰	۵
مواجهه با مشکلات جهت اخذ تسهیلات	۳/۹۴	۲
طیف: ۷-۳۵	میانگین کلی: ۲۵/۹۱	

### جدول ۱۱- توان مدیریتی مدیرعامل صندوق‌ها

توان مدیریتی مدیرعامل صندوق‌ها	میانگین	رتبه
توانایی برقراری ارتباط با اعضا	۳/۸۶	۱
توانایی مذاکره و چانه‌زنی با مشتریان، رقا و سازمان‌ها	۳/۵۸	۲
توانایی اجرای طرح کسب‌وکار ارائه‌شده	۳/۴۴	۴
ارتباط با ارباب‌رجوع شرکت	۳/۴۹	۳
ارتباط و تعامل با سایر رقا	۳/۳۷	۵
مهارت امور بازاریابی	۳/۲۸	۶
طیف: ۶-۳۰	میانگین کلی: ۲۱	

### توسعه‌ی فعالیت‌های کارآفرینی زنان

ابتدا با توجه به متفاوت بودن گویه‌های هر شاخص، یکسان‌سازی طیف‌ها صورت گرفت. نتایج جدول ۱۲ نشان می‌دهد که میانگین شاخص حفظ محیط زیست برابر با ۱۴/۴۸ و از میانگین شاخص‌های دیگر بالاتر بوده است. بر طبق یافته‌ها، همچنین مؤلفه‌ی ایجاد رفاه

نتایج همبستگی پیرسون نشان می‌دهد که بین میزان ارتباط با مراکز مختلف با توسعه کارآفرینی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد ( $p=0/0001$ ,  $r=0/33$ ). بر این اساس هر چه میزان ارتباط زنان کارآفرین با مراکز مختلف مرتبط با فعالیت‌های کارآفرینی از جمله واحد امور زنان روستایی در مرکز خدمات و مدیریت جهادکشاورزی و ... بیشتر باشد، توسعه فعالیت‌های کارآفرینی بیشتری از خود نشان داده‌اند. بین برخورداری از آموزش‌های کارآفرینی و توسعه کارآفرینی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد ( $p=0/0001$ ,  $r=0/37$ ). این یافته بیانگر آن است که هر چه زنان کارآفرین بیشتر از آموزش‌های مرتبط با کارآفرینی برخوردار بوده‌اند، توسعه فعالیت‌های کارآفرینی آن‌ها نیز بیشتر بوده است. بین سیاست‌های حمایتی و توسعه کارآفرینی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد ( $p=0/0001$ ,  $r=0/32$ ). این یافته نشان می‌دهد که هر چه سیاست‌های حمایتی از زنان کارآفرین بیشتر باشد توسعه فعالیت‌های کارآفرینی بیشتر بوده است. بین سیاست‌های تسهیل‌کننده شرکت و توسعه کارآفرینی نیز رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد ( $p=0/0001$ ,  $r=0/46$ ). یافته‌های جدول ۱۴ بیانگر آن است که بین فضای کسب‌وکار و توسعه کارآفرینی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد ( $p=0/0001$ ,  $r=0/35$ ). بر اساس این یافته هر چه فضای کسب‌وکار مناسب و ایده‌آل برای دریافت وام باشد و دریافت مجوزهای مربوطه و تسهیلات بانکی با مشکلات بانکی کمتری روبه‌رو باشند، توسعه فعالیت‌های کارآفرینی زنان بیشتر خواهد بود. همچنین بین توان مدیریتی مدیرعامل صندوق با توسعه کارآفرینی نیز رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد ( $p=0/0001$ ,  $r=0/57$ ).

#### سازه‌های مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان روستایی

به منظور اندازه‌گیری تأثیر جمعی متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته توسعه فعالیت‌های کارآفرینی زنان از رگرسیون گام‌به‌گام استفاده شد (جدول ۱۴). به طور کلی متغیرهای واردشده در تحلیل رگرسیون، ۵۴ درصد تغییرات واریانس توسعه فعالیت‌های کارآفرینی زنان روستایی را تبیین می‌کنند. اولین عامل تأثیرگذار بر

باشند، فعالیت‌های کارآفرینی آن‌ها توسعه بیشتری داشته است.

بین روحیه کارآفرینی و توسعه کارآفرینی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد ( $p=0/0001$ ,  $r=0/47$ ). همان‌طور که در جدول ملاحظه می‌گردد بین دانش کارآفرینی و توسعه کارآفرینی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد ( $p=0/0001$ ,  $r=0/43$ ). این یافته بیانگر آن است که زنان کارآفرینی که دانش کارآفرینی بیشتری دارند، از فعالیت‌های کارآفرینی بهتری برخوردار بوده‌اند. در نهایت، طبق نتایج ضریب همبستگی پیرسون، همچنین بین انگیزه کارآفرینی و توسعه کارآفرینی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد ( $p=0/0001$ ,  $r=0/44$ ).

جدول ۱۳- نتایج همبستگی پیرسون برای تعیین همبستگی متغیرهای پژوهش با توسعه کارآفرینی

متغیر	مقدار ضریب همبستگی پیرسون (r)	سطح معنی‌داری (p)
میزان استفاده از منابع اطلاعاتی	۰/۴۷	۰/۰۰۰۱
سودمندی منابع اطلاعاتی	۰/۴۵	۰/۰۰۰۱
آگاهی و توانایی در تدوین طرح تجاری	۰/۴۱	۰/۰۰۰۱
خلاقیت	۰/۳۳	۰/۰۰۰۱
روحیه کارآفرینی	۰/۴۷	۰/۰۰۰۱
دانش کارآفرینی	۰/۴۳	۰/۰۰۰۱
انگیزه کارآفرینی	۰/۴۴	۰/۰۰۰۱
میزان ارتباط با مراکز مختلف	۰/۳۳	۰/۰۰۰۱
برخورداری از آموزش‌های کارآفرینی	۰/۳۷	۰/۰۰۰۱
سیاست‌های حمایتی	۰/۳۲	۰/۰۰۰۱
سیاست‌های تسهیل‌کننده شرکت	۰/۴۶	۰/۰۰۰۱
فضای کسب‌وکار	۰/۳۵	۰/۰۰۰۱
توان مدیریتی مدیرعامل صندوق‌ها	۰/۵۷	۰/۰۰۰۱

کارآفرینی است. مهارت در تدوین طرح تجاری متغیر تأثیرگذار دیگری است که اثر مثبتی بر توسعه‌ی فعالیت‌های کارآفرینی دارد که با اضافه شدن آن به مدل، ضریب تغییرات به حدود ۵۳ درصد می‌رسد. در نهایت با ورود متغیر سودمندی منابع اطلاعاتی به مدل، ضریب تبیین مدل به حدود ۵۴ درصد افزایش یافت.

به منظور برآورد معادله تخمین، با توجه به اطلاعات به‌دست‌آمده و معنی‌دار بودن مدل نهایی رگرسیون چندگانه در این تحقیق، با معادله زیر می‌توان میزان توانمندی زنان در فعالیت‌های کارآفرینی را تخمین زد:

$$Y = ۵/۴۲۸ + ۰/۲۰۵ X_1 + ۰/۱۵ X_2 + ۰/۱۶۸ X_3 + ۰/۱۹۴ X_4 + ۰/۱۴۶ X_5 + ۰/۱۱۵ X_6 + ۰/۱۱۱ X_7 + ۰/۱۱۰ X_8$$

توسعه‌ی فعالیت‌های کارآفرینی زنان، توان مدیریتی زنان مدیرعامل است. این متغیر دارای قدرت پیش‌بینی‌کنندگی ۳۲ درصد تغییرات متغیر وابسته توسعه‌ی فعالیت‌های کارآفرینی زنان است. با اضافه شدن متغیر برخورداری از آموزش‌های کارآفرینی توسط شرکت، ضریب تغییرات به ۳۹ درصد افزایش یافت. انگیزه‌ی کارآفرینی زنان به عنوان متغیر تأثیرگذار سوم، بر توسعه‌ی فعالیت‌های کارآفرینی زنان روستایی تأثیر دارد. چهارمین متغیر تأثیرگذار، سیاست‌های تسهیل‌کننده شرکت است. با اضافه شدن این متغیر، ضریب تغییرات به ۴۶ درصد افزایش یافت. فعالیت‌های بازاریابی از عوامل تأثیرگذار دیگر بر توسعه‌ی فعالیت‌های کارآفرینی زنان روستایی است که با ورود به مدل، ضریب تغییرات را به حدود ۵۰ درصد می‌رساند. ششمین متغیر تأثیرگذار خلاقیت در فعالیت‌های

جدول ۱۴- نتایج حاصل از سازه‌های تأثیرگذار بر توسعه‌ی کارآفرینی زنان روستایی

متغیرها	B	Beta	T	R	R <sup>2</sup>	R <sup>2</sup> Ad	F	Sig
X <sub>1</sub> توان مدیریتی مدیرعامل	۱/۰۱۵	۰/۲۰۵	۴/۰۱۲	۰/۵۷۰	۰/۳۲۵	۰/۳۲۳	۱۴۹/۲۷۹	۰/۰۰۰۱
X <sub>2</sub> برخورداری از آموزش‌های کارآفرینی	۰/۹۷۵	۰/۱۵۱	۳/۵۰۴	۰/۶۲۸	۰/۳۹۵	۰/۳۹۱	۱۰۰/۸۶۱	۰/۰۰۱
X <sub>3</sub> انگیزه کارآفرینی	۰/۴۹۷	۰/۱۶۸	۳/۸۰۷	۰/۶۶۶	۰/۴۴۳	۰/۴۳۸	۸۱/۷۰۶	۰/۰۰۰۱
X <sub>4</sub> سیاست‌های تسهیل‌کننده شرکت	۰/۷۰۵	۰/۱۹۴	۴/۳۱۹	۰/۶۸۸	۰/۴۷۳	۰/۴۶۶	۶۸/۹۷۰	۰/۰۰۰۱
X <sub>5</sub> فعالیت‌های بازاریابی	۰/۷۱۳	۰/۱۴۶	۳/۱۸۸	۰/۷۰۷	۰/۴۹۹	۰/۴۹۱	۶۱/۰۶۳	۰/۰۰۲
X <sub>6</sub> خلاقیت	۰/۳۳۹	۰/۱۱۵	۲/۷۵۶	۰/۷۱۹	۰/۵۱۷	۰/۵۰۸	۵۴/۴۴۸	۰/۰۰۶
X <sub>7</sub> آگاهی و توانایی در تدوین طرح تجاری	۰/۶۳۹	۰/۱۱۱	۲/۵۳۵	۰/۷۲۷	۰/۵۲۹	۰/۵۱۸	۴۸/۷۰۹	۰/۰۱۲
X <sub>8</sub> سودمندی منابع اطلاعاتی	۰/۶۷۲	۰/۱۱۰	۲/۳۵۸	۰/۷۳۳	۰/۵۳۷	۰/۵۲۵	۴۳/۹۵۵	۰/۰۱۹

#### نتیجه‌گیری و پیشنهادها

زنان روستایی در فعالیت‌های کارآفرینانه خود برای دریافت اطلاعات موردنیاز کسب‌وکار ایشان، بیشترین استفاده را از ارتباط با دوستان، شرکت در کلاس‌های آموزشی توسط شرکت و تلفن همراه داشته‌اند؛ بنابراین پیشنهاد می‌شود که شرکت‌های مادر تخصصی مستقر در

شهرستان‌ها، علاوه بر افزایش تعداد دوره‌ها و کارگاه‌های آموزشی مرتبط با مباحث کارآفرینی، کسب‌وکار نوآورانه و فعالیت‌های تجاری و بازاریابی، همچنین جلسات گردهمایی با حضور اعضای صندوق به صورت دوره‌ای برگزار نماید تا زنان به واسطه بحث و تبادل نظر در این جلسات، تبادل شماره تماس و گسترش شبکه ارتباطی

یافته‌های حاصل از همبستگی بیانگر این بود که هر چه زنان کارآفرین استفاده بیشتری از منابع اطلاعاتی داشته باشند، فعالیت‌های کارآفرینی آن‌ها نیز افزایش خواهد یافت. این یافته با پژوهش Izadi et al. (2016) مطابقت دارد. بر اساس این یافته زنان کارآفرینی که دارای روحیه‌ی کارآفرینی قوی‌تری باشند، فعالیت‌های کارآفرینی موفق‌تری خواهند داشت؛ این یافته با پژوهش Izadi et al. (2016) همخوانی دارد. بر این اساس زنان کارآفرینی که انگیزه‌ی کارآفرینی بالاتری دارند؛ فعالیت‌های خلاقانه‌تری در کسب‌وکارهای خود دارند. این یافته نیز در راستای پژوهش Izadi & Rezaei-Moghaddam (2017) است. همچنین، وجود مدیران عامل توانا و دارای مهارت بالاتر در شرکت‌ها، نقش مؤثری در توسعه‌ی فعالیت‌های کارآفرینانه فعالیت‌های کسب‌وکار زنان روستایی دارد. این یافته با پژوهش Izadi et al. (2016) مطابقت دارد؛ بنابراین همان‌گونه که پیش از این نیز بیان شد، اهمیت ویژگی‌های فردی و روانی همچون تقویت روحیه و انگیزه کارآفرینی و قوه ابتکار و خلاقیت زنان روستایی از فاکتورهای زیربنایی بوده و سرنايه‌گذاري در تقویت این‌گونه خصیصه‌ها، احتمال توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه کسب‌وکارهای زنان روستایی را افزایش خواهد داد.

طبق نتایج، توسعه‌ی کارآفرینی فرآیندی است که به دنبال رسیدن به نوآوری، سودآوری، اشتغال‌زایی، حفظ محیط‌زیست، رضایت مشتریان، رضایت اعضای صندوق، انعطاف‌پذیری، رفاه منطقه، پایداری کسب‌وکار، رقابت‌طلبی و بهره‌گیری از فرصت‌ها و تجاری‌سازی ایده است. یافته‌ها بیانگر این بود که در بین زنان کارآفرین تا حد زیادی نسبت به حفظ محیط زیست علاقه و دغدغه ایجاد شده است. بدین‌صورت که اهمیت محافظت از منابع طبیعی، اهمیت کاهش مصرف انرژی، تلاش در جهت کاهش آلودگی هوا و تولید محصولات سالم مدنظر زنان کارآفرین در فعالیت‌های کسب‌وکار آنان بوده که این موضوع می‌تواند یک نقطه مثبت و امیدبخش برای بهبود وضعیت زیست‌محیطی و پایداری کسب‌وکارهای زنان محسوب شود.

خود، فعالیت‌های کارآفرینانه خود را بهبود بخشند. زنان همچنین از روحیه‌ی کارآفرینی از جمله قبول مسئولیت‌های خود، تمایل به انجام کارها به بهترین شکل، پشتکار زیاد و علاقه به کارهایی که توانایی آن‌ها را افزایش دهد، برخوردار بودند. از سوی دیگر، زنان از انگیزه‌ی کارآفرینی مطلوبی نیز برای کسب درآمد و سود و دستیابی به استقلال برای خود برخوردار هستند. آنان همچنین از سطح خلاقیت قابل‌قبولی نیز بهره‌مند هستند و در فعالیت‌های کارآفرینی خود تا حد ممکن سعی می‌کنند تا ابتکار عمل داشته باشند؛ البته در این راستا نیاز است تا ویژگی‌های فردی همچون روحیه، انگیزه و دانش کارآفرینی و سطح خلاقیت و ابتکار عمل آنان به میزان بیشتری رشد و پرورش پیدا یابد. برگزاری مسابقات بین کسب‌وکارها با در نظر گرفتن اعتبارات و تسهیلات به افراد برگزیده، می‌تواند زنان کارآفرین روستایی را نسبت به پرورش چنین ویژگی‌های روحی-روانی ترغیب نماید.

از سوی دیگر، زنان روستایی در زمینه‌ی بازاریابی و شناخت بازارهای جدید برای فروش و عرضه‌ی محصولات خود از مهارت لازم و کافی برخوردار نیستند. بدین مفهوم که این کارآفرینان، آشنایی و شناخت کمتری با بازارهای جدید داشته و نمی‌توانند محصولات خود را بخوبی به گروه مشتریان ارائه کنند، این موضوع عدم شناخت کافی و لازم زنان کارآفرین به مقوله بازاریابی را نشان می‌دهد. بنابراین، افزایش سطح دانش، آگاهی و مهارت زنان نسبت به اصول بازاریابی، تکنیک‌های جذب مشتری و شیوه‌های مدیریت بازار از اهمیت بسیاری برخوردار است. یافته‌ها همچنین نشان داد که زنان کارآفرین در راستای دریافت مجوز برای فعالیت‌های کارآفرینی خود و همچنین اخذ تسهیلات با مشکل روبه‌رو هستند. طبق یافته‌ها سطح رضایت زنان کارآفرین، مطلوب نیست. یکی از دلایل این امر ناشی از درآمد پایین فعالیت‌های کارآفرینی است؛ پیشنهاد می‌شود تا زنان کارآفرین از سوی مراکز دولتی و خصوصی به لحاظ مالی بیشتر مورد توجه قرار بگیرند. در واقع نیاز به تنظیم و اجرای سیاست‌های تسهیل‌کننده دولت، سیاست‌های حمایتی شرکت‌ها و بهبود و ارتقای هر چه بیشتر فضای کسب‌وکار است.



## REFERENCES

1. Abbasi, F., Saadi, H., & Shabanali Fami, H. (2020). Analysis of the effect of farmers' entrepreneurial spirit in promoting demand-driven agriculture using structural equation model (Case study: Farmers in Isfahan province). *Iranian Agricultural Economics and Development Research*, 51 (1), 161-178. (In Farsi)
2. Adelaja, S., Peterson, C., Beth L, M., Popelier, C., & Rustem, B. (2007). Enabling innovation in Michigan agriculture; Available Agriculture Report. East Lansing: MSU land policy Institute, Report # 2007-02.
3. Archibong, C.A. (2004). Technology, infrastructure and entrepreneurship: Role of the government in building a sustainable economy. School of Business and Economics North Caroliana & T State University.
4. Badzaban, F., Rezaei-Moghaddam, K., & Fatemi, M. (2019). Analyzing the resilience of rural women Entrepreneurs by Connor-Davidson scale. *Science & Technology Policy*, 10 (1): 39-50. (In Farsi)
5. Badzaban, F., Rezaei-Moghaddam, K., & Fatemi, M. (2020). Entrepreneurship in small and medium-sized enterprises of rural women of Fars Province: Application of lifespan resilience scale-business (LRS-B). 7 (13): 12-23. (In Farsi)
6. Banazadeh, A. (2018). Social capital and entrepreneurship of rural women: The case of Fars Province Agricultural Development Specialized Holding Companies. Master Thesis, Department of Agricultural Extension and Education, Shiraz University. (In Farsi).
7. Choudhary, K. N., & Rayalwar. A. (2011). Opportunites and challenges for rural women entrepreneurship in India. *Variorum Multi-Disciplinary e-Research Journal*, 1 (111): 1-4.
8. Compani of Fund for Supporting the Development of Women's Agricultural Activities. (2015). Periodic Report of the Funds for Supporting the Development of Agricultural Activities of Rural Women. (In Farsi)
9. Fallah Jeloudar, R., Farajullah Hosseini, J., Hosseini, M., & Mirdamadi, M. (2007). Factors affecting the entrepreneurship success of rural women in the North of the Country, *Rural and Development*, 10 (4), 115-87. (In Farsi)
10. Fatemi, M., Karami, E., & Rezaei-Moghaddam, K. (2017). Determinants of land use change in Fars province, Iran. *Int. J. Agricultural Resources, Governance and Ecology*, 13 (3): 272-293.
11. Fatemi, M., & Zamani, Gh. H. (2017). Analysis of use and effectiveness of teaching methods from extension agents' attitudes: The case of Shiraz County. 7<sup>th</sup> National Conference of Sustainable Agriculture and Natural Resources, July. (In Farsi)
12. Golestani, H., Saadatmand, Z., Gholizadeh, A., Rajaian, M., & Ehteshami, I (2010). Factors affecting the entrepreneurship development of student women and girls. *Pure Entrepreneur*, (12), 65-61. (In Farsi)
13. Golkar Fard., M., Rezaei-Moghaddam, K., & Fatemi, M. (2020). Comparative analysis of entrepreneurship contexts of rural women in Fars Province. *Journal of Entrepreneurial Strategies in Agriculture*, 6 (12): 35-47. (In Farsi)
14. Hosseini, S. J. F., Mirdamadi, S. M., Nejad, G. R. H. H., & Reza, G. (2009). Extension and education factors influencing the success of entrepreneurship among rural women in Northern Iran. *Research Journal of Biological Sciences*, 4(9), 976-973.
15. Izadi, B., Rezaei-Moghaddam, K., & Assadollahpour, A. (2015). Effective structures and barriers to entrepreneurship development in domestic Jobs in agriculture in rural areas of Shiraz. *Agricultural Extension and Education Sciences*, 12 (1), 51-39. (In Farsi)
16. Kiakjori, D., Pottery, A., & Amiri, B. (2012). The need for entrepreneurship in the economic and social development of society. National Conference on Entrepreneurship and Knowledge-Based Business Management. (In Farsi). Retrieved from: [https://www.civilica.com/Paper-KNOWLEDGEBASE01-KNOWLEDGEBASE01\\_139.html](https://www.civilica.com/Paper-KNOWLEDGEBASE01-KNOWLEDGEBASE01_139.html).
17. Krejcie, R. V., & Morgan, D. V. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30, 607-610.
18. Lashgarara, F., Roshani, N., & Omidi Najafabadi, M. (2011). Influencing factors on entrepreneurial skills of rural women (Ilam cities in Iran). *African Journal of Business Management*. 5(14): 5536-5540.
19. Masoomi, E., & Rezaei-Moghaddam, K. (2018). Sustainable rural entrepreneurship: A response to unlimited development of entrepreneurship in rural areas. *Journal of Entrepreneurship in Agriculture*, 15 (2): 83-104. (In Farsi)
20. Moghimi, S., & Ahmadpour Dariani, M. (2008). Entrepreneurship training in small and medium businesses of Iran: Needs and strategies. *Journal of Entrepreneurship Development*. 1 (1), 271-246. (In Farsi)

21. Moradnejadi, H., Shabanali Fami, H., Irvani, H., Hosseini, M., & Kafi, M. (2006). Analysis of barriers to entrepreneurship development in greenhouse production units in Iran, *Iranian Agricultural Sciences*, 2-38, (2), 184-175. (In Farsi)
22. Mungai, E. N., & Ogot, M. (2012). Gender, Culture and Entrepreneurship in Kenya. *International Business Research*, 5 (5), 175-183.
23. Nawaz, F. (2009). Critical factors of women entrepreneurship development in rural Bangladesh. Bangladesh Development Research Center.
24. Pages, E.R., & Markley, D.M. (2004). Understanding the environment for rural North Carolina. Center for Rural Entrepreneurship. Retrieved from: <http://www.ruralentrepreneurship.org>
25. Quds Alavi, A., Didikhani, H., & Sharifzadeh, M. Sh. (2019). Presenting the conceptual model of entrepreneurial supply chain with emphasis on technology in the dairy industry - fuzzy Delphi approach. *Iranian Economic and Agricultural Development Research*, 50 (4), 803-817. (In Farsi)
26. Rezaei, M. (2019). The relationship between entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial intention of agricultural students of Tarbiat Modares University. *Iranian Economic and Agricultural Development Research*, 50 (2): 409-419. (In Farsi)
27. Rezaei-Moghaddam, K., and, Izadi, B. (2019). Entrepreneurship in small agricultural quick-impact enterprises in Iran: Development of an index, effective factors and obstacles. *Journal of Global Entrepreneurship Research*. 9 (17), 1-21.
28. Sharifzadeh, M. Sh., Abdollahzadeh, Gh. H., Akbari, M., & Mobini Dehkordi, A. (2017). Entrepreneurship and sustainability; Towards sustainable entrepreneurship. Tehran: Jihad Daneshgahi. (In Farsi)
29. Stel, A. Caree, M., & Thurik, R. (2004). The effect of entrepreneurship on national economic growth: An analysis using the GEM database, The First GEM Research Conference, Entrepreneurship, Government Policies, and Economic Growth.
30. Tang, H. K., & Yeo, K. T. (1995). Technology, entrepreneurship and national development: Lessons from Singapore, *International Journal of Technology Management*, 10 (7/8): 797-810.
31. Tyebjee, T., & Vickery, L. (1998). Venture capital in Western Europe. *Journal of Business Venturing*, 3(2):123-136.
32. Urbano, D., Toledano, N., & Soriano, D. (2010). Analyzing social entrepreneurship from an institutional perspective: Evidence from Spain. *Journal of Social Entrepreneurship*, 1: 54-69.
33. Valizadeh, B. (2011). Understanding the appropriate policies of communication and information technology in the country with an entrepreneurial approach. MSc Thesis, University of Tehran, School of Entrepreneurship. (In Farsi)