

تعاون و کشاورزی، سال پنجم، شماره ۲۰، زمستان ۱۳۹۵

بررسی اثر عامل‌های آموزشی و روان‌شناختی بر توسعه کارآفرینی در شرکت‌های تعاونی روستایی زنان استان گلستان مهدی علیخانی دادوکلائی^{۱*}، علی اکبر عباسی رستمی^۲

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۴/۲۹ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۹/۲۸

چکیده

هدف تحقیق حاضر، بررسی اثر عامل‌های آموزشی و روان‌شناختی بر توسعه کارآفرینی در شرکت‌های تعاونی روستایی زنان استان گلستان با روش توصیفی همبستگی بود. جامعه آماری تحقیق را ۱۵۵۸ نفر از اعضای این تعاونی‌ها تشکیل دادند. با استفاده از فرمول کوکران، حجم نمونه ۲۹۵ نفر تعیین گردید که این تعداد به روش نمونه‌گیری طبقه‌ای متناسب انتخاب شدند. ابزار تحقیق پرسش‌نامه‌ای بود که روایی محتوایی آن براساس نظر متخصصان ترویج و آموزش کشاورزی تأیید شد و پایایی آن با انجام آزمون مقدماتی و با استفاده از فرمول آلفای کرونباخ ($\alpha = 0/89$) و نتایج ترتیبی ($\theta = 0/90$) و پایایی ترکیبی ($CR = 0/87$) محاسبه و تأیید گردید. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها در دو بخش آمار توصیفی و استنباطی، از نرم‌افزارهای SPSS Win21 و LISREL (8/5) استفاده شد. بر اساس نتایج مدلیابی معادله ساختاری، توسعه کارآفرینی در شرکت‌های تعاونی روستایی زنان استان گلستان از هر دو عامل آموزشی و روان‌شناختی تأثیر می‌پذیرد که میزان تبیین ۲۶ درصد است. مهم‌ترین عامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی، عامل روان‌شناختی با ضریب مسیر ۰/۳۷ بوده و عامل آموزشی نیز به میزان ۰/۲۹ در توسعه کارآفرینی تأثیر داشته است. همچنین بر اساس راه‌حل استاندارد شده کامل، تغییر در روش‌های بازاریابی محصولات قابل عرضه توسط تعاونی بیشترین اثر را بر توسعه کارآفرینی داشته است.

واژه‌های کلیدی: توسعه کارآفرینی، تعاونی‌های روستایی زنان، عامل روان‌شناختی، راه حل استاندارد شده کامل، استان گلستان

۱. دانشجوی دکتری ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران

E-mail: Alikhany.mehdi@yahoo.com

* نویسنده مسئول

۲. دانشجوی دکتری ترویج کشاورزی، دانشگاه کشاورزی و منابع طبیعی رامین خوزستان

مقدمه

استفاده از واژه کارآفرینی، چه در ایران و چه در فضای بین المللی، به نسبت جدید است، اما ریشه‌ای قدیمی دارد؛ چرا که این عبارت با فرایند رفع نیازهای انسان‌ها همراه بوده و محرک‌های کارآفرینانه برای رفع این نیازها هم قدمت دیرینه دارد. سه دلیل عمده توجه کشورها به مقوله کارآفرینی عبارت‌اند از: تولید ثروت، توسعه فناوری و اشتغال مولد (ملوندی، ۱۳۸۷). در این بین، تجربه بسیاری از کشورهای فقیر پرجمعیت - که طیف وسیعی از جمعیت آنها را روستاییان تشکیل می‌دهند- بیان‌کننده این نکته است که توجه به مقوله کارآفرینی می‌تواند از مهاجرت روستاییان به شهرها بکاهد و زمینه‌های اشتغال، رفاه و پیشرفت آنها را در همان روستای محل سکونتشان فراهم کند (زارع احمدآبادی و عرشاهی، ۱۳۹۰). اهمیت بحث کارآفرینی به حدی است که اقتصاددانان، کارآفرینان را موتور رشد و توسعه اقتصادی جامعه می‌دانند (Schumpeter, 1934).

کارآفرینی فرایند نوآوری و بهره‌گیری از فرصت‌ها با تلاش و پشتکار بسیار و همراه با پذیرش ریسک‌های مالی، روانی و اجتماعی است که البته با انگیزه کسب سود مالی، توفیق طلبی، رضایت شخصی و استقلال صورت می‌پذیرد (Freytag & Thurik, 2006). فرایند کارآفرینی تنها خلق محصول و یا خدمتی جدید نیست بلکه خلق محصول جدیدی است که متناسب با نیازهای بازار و تقاضای موجود باشد و بتوان آن را به جامعه ارائه نمود (Hisrich and Peters, 2002). امروزه کارآفرینی عامل مهم رشد و توسعه اقتصادی است و به عنوان پرورش‌دهنده و تقویت‌کننده روحیه سرمایه‌گذاری و بهره‌وری نیروی انسانی تلقی شده و به همین جهت، توسعه کارآفرینی و ترویج فرهنگ کارآفرینی یک ضرورت جدی اقتصادی، اجتماعی و سیاسی می‌باشد (قاسم اونیا، ۱۳۸۹). کارآفرینی دارای ابعاد مختلف اجتماعی و اقتصادی است که بعد اجتماعی کارآفرینی به روابط اجتماعی معطوف شده و تأثیر آن مستقیماً به رشد و شکوفایی استعدادها و اشخاص منجر می‌شود و بعد اقتصادی آن با تأثیر بر متغیرهای اقتصادی باعث شکوفایی و رشد اقتصادی می‌شود؛ از این رو، کارآفرینی را کلید توسعه نامیده‌اند (عالی پور، ۱۳۸۰). بنابراین،

کارآفرینی فعالیتی است که باعث رشد اقتصادی از طریق ایجاد شغل، نوآوری و ثروت می‌شود (Fernandez Laviada, 2014).

بهترین بستر برای پرورش و پیشرفت کارآفرینان و در نتیجه، رسیدن به رشد اقتصادی، بخش تعاون خواهد بود. تعاونی‌ها می‌توانند روحیه کارآفرینی را در افراد تقویت کرده و نقش بسزایی در شکوفایی ویژگی‌های مثبت آنان داشته باشند (رحیمی و واحد چوکده، ۱۳۸۷). تعاونی‌ها یکی از نهادهای اقتصادی در جامعه‌اند که موجبات به کارگیری توان و استعدادها، فکری و مالی پراکنده و جزئی افراد و تلاش‌های فردی، اجتماعی و همگانی و گروهی را در یک تشکیلات، منسجم نموده و با مدنظر قرار دادن منافع جمعی، از حرکت‌های سودجویانه افراد به طور خاص جلوگیری می‌کنند (حیدرقلی زاده، ۱۳۹۰). همچنین تعاونی بهترین سازوکار مشارکت مردمی در فعالیتهای اقتصادی و اجتماعی محسوب می‌شود که توانایی ایجاد اشتغال و معیشت پایدار برای اقشار آسیب‌پذیر و کم‌درآمد روستایی را دارد (Fairbairn et al., 2003). در واقع، اکثر کشورهای جهان مکتب تعاونی را بهترین راه برای پیشرفت و توسعه دانسته‌اند (رضایی و همکاران، ۱۳۹۴).

براساس آمارهای سازمان ملل در زمینه مشارکت نیروی کار در اقتصاد کشورها، ایران در سال ۲۰۰۹ رتبه ۱۲۱ در میان ۱۳۴ کشور (Hausmann et al., 2009)، و در سال ۲۰۱۴، رتبه ۱۴۰ را در میان ۱۴۲ کشور داشته است (Hausmann et al., 2014) که نشان‌دهنده پسرقت در این حوزه است، لذا کشور ایران باید این مهم را در اولویت برنامه‌ها قرار دهد چرا که تعاون به علت داشتن ظرفیتهای بالقوه، باعث ایجاد شرایط پایدار اقتصادی می‌شود.

در میان تعاونی‌ها، تعاونی‌های روستایی از ضرورت و جایگاه ویژه‌ای برخوردارند که به لحاظ استفاده بهینه از نیروهای فعال جامعه جهت ارتقای سطح خانوار روستایی، توسعه پایدار و نهایتاً توانمند نمودن اکثر افراد جامعه روستایی، شرکت‌های تعاونی روستایی زنان تشکیل شد. این تعاونی‌ها یکی از ساختارهای مطلوب جهت جلب مشارکت زنان بوده که دربرگیرنده اهداف فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی است و به مدد ساختار مردمی خود، مشارکت زنان را در فعالیتهای

اقتصادی تسهیل نموده و جایگاه ویژه ای را برای زنان روستایی تبیین می نماید (سازمان مرکزی تعاون روستایی، ۱۳۹۵). زنان به دلایل متعددی (شخصی و خانوادگی) تمایل بیشتری به فعالیت-های کارآفرینانه دارند (Kavalainen & Arenius, 2006) و می توانند در زمانی کوتاه، قابلیت‌ها و توانایی‌های خود را در زمینه‌های مختلف به ظهور برسانند و با ورود به عرصه کسب و کار، تحولاتی عظیم در توسعه اقتصادی کشورها ایجاد کنند (Langowitz et al., 2005). اما چالش‌ها و موانعی همچون چالش‌های فردی-شخصیتی، علمی، خانوادگی، اقتصادی، فرهنگی-اجتماعی و محیطی، در مسیر فعالیت‌های کارآفرینی زنان نیز وجود دارد (علیخانی دادوکلائی، ۱۳۹۳). لذا شرکت‌های تعاونی روستایی زنان به واسطه اهداف خود (اشتغال‌زایی، توسعه فرهنگ تشکلی‌های زنان روستایی، مشارکت در امر تولید محصولات کشاورزی و دامی، خدمات رسانی، استفاده از تسهیلات بانکی و سرمایه‌گذاری و غیره) به دنبال نقش‌آفرینی زنان روستایی به صورت مستقیم و غیرمستقیم در توسعه کارآفرینی هستند (زارعی پهنه کلائی و همکاران، ۱۳۹۲). در همین راستا، از آنجا که زنان در توسعه کارآفرینی در شرکت‌های تعاونی روستایی نقش بسزایی دارند، لذا در صورت مدیریت صحیح و ارائه راهکارهای عملی در جهت به کارگیری از ظرفیت‌های آنان، بدون تردید موجبات شکوفایی اقتصادی خانوارهای روستایی فراهم خواهد شد که این امر در استفاده از ظرفیت‌های موجود کشور و استان اهمیت ویژه‌ای دارد و از طرفی چون تا کنون تحقیق جامعی در این زمینه صورت نپذیرفته است، از این رو ضرورت بررسی این موضوع به شدت احساس می‌شود. لذا پژوهش حاضر با اهداف زیر دنبال می‌گردد: بررسی اثر عامل‌های آموزشی و روان‌شناختی بر توسعه کارآفرینی در شرکت‌های تعاونی روستایی زنان استان گلستان و استانداردسازی کامل مدل معادله ساختاری توسعه کارآفرینی برای یافتن تأثیرگذارترین متغیر.

مبانی نظری تحقیق

از دیرباز تحقیقات گوناگونی در زمینه توسعه کارآفرینی انجام گرفته است که در ادامه به برخی از آنها اشاره می‌گردد.

آقامحمدی و عبدالهی (۱۳۹۴) به تحلیل نقش آموزش در توسعه و ترویج کارآفرینی پرداختند و بیان کردند آموزش نقش مهم و خطیری در رشد و توسعه کارآفرینی بر عهده دارد. احمدپور و همکاران (۱۳۹۴) در پژوهشی عامل‌های مؤثر بر توسعه مهارت‌های کارآفرینی دانشجویان آموزش‌گده‌های کشاورزی ایران را سنجیدند و بیان کردند مهم‌ترین عامل در این باره روحیه کارآفرینی است و عامل شخصی، عامل محیطی و عامل آموزشی نیز در توسعه مهارت‌های کارآفرینی تأثیر دارند.

گلدوست و همکاران (۱۳۹۳) در تحقیقی با عنوان «غریب‌گری فازی بازدارنده‌های آموزشی توسعه کارآفرینی روستایی استان گیلان» بیان کردند با تحلیل بازدارنده‌های آموزشی مؤثر بر توسعه نیافتن کارآفرینی روستایی در استان گیلان، امکان دستیابی به نقشه راه کارآفرینی و برخورداری از فرصت‌های کارآفرینانه فراهم خواهد شد.

هماپور و همکاران (۱۳۹۳) در مطالعه‌ای نشان دادند مخاطب‌محوری (برگزاری کلاس آموزشی و ...) از عامل‌های تأثیرگذار بر توسعه کارآفرینی شرکتی است.

بابایی و همکاران (۱۳۹۲) ویژگی‌های کارآفرینی زنان روستایی در تعاونی‌های استان سمنان را بررسی کردند و نشان دادند بین متغیرهای روان‌شناختی (برخورداری از خلاقیت، ریسک‌پذیر بودن، واقع‌بین بودن، آینده‌نگر بودن، سخت‌کوش بودن، اعتماد به نفس داشتن، آرمان‌گرا بودن، نتیجه‌گرا بودن) با کارآفرینی تعاونی رابطه وجود دارد.

زارعی پهنه‌کلائی و همکاران (۱۳۹۲) در پژوهشی با عنوان «شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در شرکت‌های تعاونی روستایی زنان استان مازندران» بیان کردند عوامل شخصیتی و آموزشی بر توسعه کارآفرینی تأثیر دارند.

جمشیدی و همکاران (۱۳۹۲) به بررسی عوامل پیش‌برنده و بازدارنده توسعه کارآفرینی زنان روستایی پرداختند و بیان کردند عوامل شخصیتی (روان‌شناختی) و عوامل آموزشی جزو عوامل بازدارنده توسعه کارآفرینی در بین زنان روستایی در بخش میانکوه هستند.

سواری و همکاران (۱۳۹۲) در تحقیقی آموزش کارآفرینی را جزو مهم‌ترین راهکارهای توسعه کارآفرینی در تعاونی‌های صنایع دستی استان کردستان دانستند.

احمدپور داریانی و همکاران (۱۳۹۱) در تحقیقی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای فنی مهندسی کشاورزی استان زنجان را بررسی کردند و نشان دادند که عامل آموزشی بر توسعه کارآفرینی تأثیر دارد.

رحمانی و همکاران (۱۳۹۰) در بررسی رابطه بین ویژگی‌های شخصیتی و توسعه کارآفرینی در میان زنان کارآفرین عشایری نشان دادند که بین ویژگی‌های شخصیتی زنان کارآفرین عشایری شامل خطرپذیری، استقلال‌طلبی، خلاقیت، نیاز به موفقیت و کنترل درونی و توسعه کارآفرینی در میان آنها رابطه معناداری وجود دارد.

هرندی زاده (۱۳۸۹) در تحقیق خود با عنوان «بررسی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در تعاونی‌های تولید کشاورزی استان اصفهان» نشان داد که بین عامل‌های روان‌شناختی - شخصیتی و آموزشی با میزان توسعه کارآفرینی در تعاونی‌های کشاورزی در سطح یک درصد رابطه مثبت و معنی‌دار وجود دارد.

تحقیق اکبرپوردباغی نشان داد که عامل‌های آموزش و خلاقیت و اعتماد در توسعه کارآفرینی نقش مؤثری دارند (اکبرپوردباغی، ۱۳۸۸) و تحقیق طالبی (۱۳۸۷) تحت عنوان «آموزش کارآفرینی و نقش آن در ایجاد و توسعه تعاونی‌ها» نشان داد آنچه ادامه کار و موفقیت کار تعاونی‌ها را تضمین می‌کند، آموزش‌های مستمر و هدفمند است.

رجایی و همکاران (Rajaei et al., 2011) در بررسی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در تعاونی‌های کشاورزی بیان کردند ارائه آموزش عمومی و تخصصی برای مدیران و اعضای تعاونی‌های کشاورزی در توسعه کارآفرینی مؤثر است.

مقصودی و داودی (Maghsoudi and Davodi, 2011) در تحقیقی با عنوان استراتژی‌های توسعه کارآفرینی در تعاونی‌های کشاورزی در ایران نشان دادند که عامل آموزشی و خلاقیت (روان‌شناختی) در توسعه کارآفرینی تأثیرگذارند.

نواز (Nawaz, 2009) در مطالعه‌ای به بررسی عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی زنان در روستاهای بنگلادش پرداخت. نتایج پژوهش نشان داد عامل شناختی - روان‌شناختی (توانایی کنترل ریسک، آموزش و دسترسی به اطلاعات، دوره‌های آموزش کارآفرینی و دانش کسب و کار) در توسعه کارآفرینی زنان در روستاهای بنگلادش تأثیرگذار است.

غیاثوند قیاسی و همکاران (Ghiasvand Ghiasy et al., 2009) بیان کردند عامل روان‌شناختی و آموزشی و ویژگی‌های شخصیتی بر توسعه کارآفرینی اثرگذارند.

هیدن (Hyden, 2001) در مطالعه‌ای به شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در نواحی روستایی برزیل اقدام کرد. نتایج پژوهش نشان داد عوامل متعددی از جمله مهارت‌های روان‌شناختی (خوداتکایی، اعتماد به نفس، خلاقیت و مسئولیت‌پذیری) در توسعه کارآفرینی در نواحی روستایی برزیل تأثیرگذارند.

با مرور پیشینه تحقیق مشخص می‌شود حرکت در جهت توسعه کارآفرینی در تعاونی‌های روستایی زنان نیازمند وجود کارآفرینانی در بخش روستایی و کشاورزی می‌باشد که با خلاقیت، ریسک‌پذیری و استفاده از فرصت‌های موجود بتوانند تولیداتی با ماهیت کارآفرینانه در بازارهای رقابتی موجود عرضه نمایند. در واقع کارآفرینان با ارائه نوآوری‌ها و گسترش روند انتشار فناوری‌ها می‌توانند ضامن تداوم، پویایی و رقابت‌پذیری نهضت تعاون بوده و بخش تعاون نیز با ظرفیت‌سازی، مهیا نمودن شرایط و امکانات، تسهیلات و ایجاد زمینه‌های قانونی می‌تواند فضای مطمئنی برای انجام فعالیت‌های کارآفرینانه فراهم سازد. اما توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه در این نوع تعاونی‌ها و استفاده از ظرفیت‌های موجود در کشور برای توسعه تعاونی‌های روستایی زنان نیازمند شناخت کافی از عامل‌های آموزشی و روان‌شناختی زنان و توسعه کارآفرینی می‌باشد که متأسفانه در کشور ما به این مقوله توجه کافی نشده است و همین مورد علت پژوهش حاضر است. با این اوصاف، می‌توان گفت عامل‌های آموزشی و روان‌شناختی بر توسعه مهارت‌های کارآفرینی مؤثر می‌باشند (شکل ۱). آموزش، به عنوان عاملی کلیدی، نقش بسیار مهمی در انتخاب کارآفرینی و موفقیت فعالیت‌های کارآفرینی ایفا می‌کند. بیش از صد تحقیق تجربی و عملی در جهان به بررسی تأثیر آموزش در ایجاد و کارایی فعالیت‌های کارآفرین پرداخته‌اند. نتایج این

تحقیقات تأثیر آموزش را در افزایش تعداد کارآفرینان و افزایش کیفیت فعالیت‌های کارآفرینی و لزوم سرمایه‌گذاری مناسب در بخش آموزش تأیید می‌کنند (Vandersluis et al, 2003).

دیگر عامل مؤثر، ویژگی‌های روان‌شناختی است. به عقیده ویلکن (Wilkan, 1979)، پدیده کارآفرینی با شخصیت فرد ارتباط دارد. پژوهش‌های زیادی بر بررسی ویژگی‌های روان‌شناختی کارآفرینان متمرکز شده‌اند، چرا که فرایندهای متفاوتی در تصمیم‌گیری یک شخص برای کارآفرین شدن یا کسب موفقیت در کارآفرینی تأثیر گذارند که ریشه در ویژگی‌های روان‌شناختی و شخصیتی افراد دارند.

با توجه به مطالب گفته شده، پرسش اصلی تحقیق این است: عامل‌های آموزشی و روان‌شناختی تأثیرگذار در زمینه توسعه کارآفرینی در شرکت‌های تعاونی روستایی زنان استان گلستان چه می‌باشند؟

مواد و روش‌ها

تحقیق حاضر از نوع کاربردی و به روش توصیفی - همبستگی است. جامعه آماری ۱۵۵۸ نفر عضو شرکت‌های تعاونی روستایی زنان استان گلستان در سال ۱۳۹۴ (تعداد ۷ شرکت در شهرستان‌های گرگان، آزادشهر، مینودشت، علی‌آباد، رامیان، آق‌قلا و کردکوی) می‌باشند. جهت انتخاب نمونه‌ها، از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای با انتساب متناسب استفاده گردید. شمار نمونه‌ها با استفاده از فرمول کوکران ۲۷۰ نفر برآورد شد که به منظور افزایش دقت بررسی با اضافه کردن ۲۵ نفر، در مجموع به ۲۹۵ نفر رسید. در نهایت، به ۲۷۶ پرسش‌نامه پاسخ داده شد. در تحقیق حاضر برای جمع‌آوری اطلاعات در قالب پرسش‌نامه، از دو روش کتابخانه (اسنادی) به منظور آشنایی بیشتر با سوابق موضوع و دستیابی به نتایج تحقیقات انجام شده و روش میدانی جهت اخذ اطلاعات مورد نیاز بهره گرفته شد. پرسش‌نامه متشکل از سه بخش بود. بخش اول شامل

ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای اعضای شرکت‌های تعاونی روستایی زنان و بخش دوم شامل متغیرهای مستقل این تحقیق شامل عامل روان‌شناختی (۱۶ گویه) و عامل آموزشی (۹ گویه) در قالب طیف پنج‌درجه‌ای لیکرت و بخش سوم مقیاسی برای سنجش توسعه کارآفرینی بود. در بخش سوم پس از بررسی کامل ادبیات و تحقیقات انجام شده مرتبط با موضوع و مصاحبه با متخصصان مربوطه، ۲۰ گویه شناسایی و جهت سنجش در قالب طیف پنج‌درجه‌ای لیکرت تدوین شد.

به منظور تعیین روایی پرسش‌نامه، از نظرات و پیشنهادات کارشناسان ترویج و آموزش کشاورزی، محققان و کارشناسان سازمان تعاون روستایی استفاده گردید. برای سنجش اعتبار پرسشنامه‌های تهیه شده، به وسیله یک تحقیق مقدماتی (آزمون مقدماتی)، تعداد ۳۰ نسخه از پرسش‌نامه توسط اعضای شرکت تعاونی‌های روستایی زنان استان مازندران تکمیل گردید و با استفاده از نرم‌افزار SPSS_{win} به روش آلفای کرونباخ و نتایج ترتیبی مورد سنجش قرار گرفت که نتایج حاصل از ضریب آلفای کرونباخ برای پرسش‌نامه مذکور برابر با ۰/۸۹ و نتایج حاصل از نتایج ترتیبی^۱ برابر ۰/۹۰ به دست آمد. همچنین با استفاده از نرم‌افزار LISREL پایایی ترکیبی نیز ۰/۸۷ برآورد شد (جهت تأیید پایایی مدل برای کل نمونه مورد مطالعه). در کل، نتایج بیانگر آن بود که پرسش‌نامه از اعتبار علمی قابل قبولی برخوردار است (جدول ۱).

جدول ۱. میزان پایایی متغیرهای تحقیق

متغیر	نمونه آزمون مقدماتی (۳۰)		کل نمونه مورد مطالعه (۲۷۶)
	مقدار آلفای کرونباخ (α)	مقدار نتایج ترتیبی (θ)	
عامل آموزشی	۰/۹۱	۰/۹۳	۰/۸۹
عامل روان‌شناختی	۰/۸۷	۰/۸۸	۰/۸۵
توسعه کارآفرینی	۰/۹۰	۰/۹۰	۰/۸۸
کل پرسشنامه	۰/۸۹	۰/۹۰	۰/۸۷

مأخذ: یافته‌های تحقیق

۱. نتایج ترتیبی در سال ۱۹۷۴ توسط آماردانی به نام امور به جای استفاده از آلفای کرونباخ برای محاسبه میزان پایایی پرسش‌نامه‌های حاوی سؤالات ترتیبی پیشنهاد گردید.

روش‌های آماری مورد استفاده در این پژوهش، در بخش آمار توصیفی با استفاده از نرم‌افزار SPSSWin21 به کار گفته شدند. اما در بخش آمار استنباطی، روابط با بهره‌گیری از برنامه‌های پیشرفته‌تر مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. یکی از روش‌های جدید برای تجزیه و تحلیل و تفسیر علی چندمتغیری، مدل‌یابی معادلات ساختاری (SEM)^۱ با توان تحلیل نقش متغیرهای مکنون است که به بررسی روابط خطی بین متغیرهای مکنون (پنهان) و متغیرهای آشکار می‌پردازد که در روش استاندارد شده (SS)^۲، فقط متغیرهای پنهان استاندارد می‌شوند و متغیرهای آشکار مقیاس خود را حفظ می‌کنند. لذا برای رفع این مشکل، در انتهای پژوهش، از راه‌حل استاندارد شده کامل (CSS)^۳ استفاده شد تا هم متغیرهای پنهان و هم متغیرهای آشکار استاندارد شوند. اما یکی از مزایای این کار، تسهیل تفسیر روابط بین متغیرهای نهفته است و از آنجا که این روابط در قالب همبستگی ارائه می‌شوند نه کوواریانس، بنابراین اهمیت نسبی آنها بیشتر روشن می‌شود. دومین مزیت استاندارد کردن کامل این است که به شناسایی نقش نسبی متغیرهای نهفته مستقل در تأثیرگذاری بر متغیرهای نهفته درونی کمک می‌کند و آخرین مزیت اینکه به کشف برآوردهای نامناسب یاری می‌رساند (کلاتتری، ۱۳۹۲). شایان ذکر است در راه حل استاندارد شده کامل متغیرهای آشکار متغیر پنهان آخر (عامل روان‌شناختی در این پژوهش) که وارد نرم‌افزار می‌شوند، قابل رؤیت نیستند (جدول ۴ این پژوهش). برای ارزیابی برازندگی مدل ساختاری (منظور از برازش مدل این است که تا چه حد یک مدل با داده‌های مربوطه سازگاری و توافق دارد) چندین شاخص برازندگی^۴ وجود دارد. در این پژوهش، برای ارزیابی برازندگی مدل ساختاری با استناد به پیشنهادها بومگارتنر و هامبورگ (Baumgartner & Homburg, 1995) و شوک و همکاران (Shook et al., 2004)، از شاخص‌های کای اسکوئر (X^2) به همراه معنی‌داری آن، شاخص هنجار نشده برازندگی (NNFI)، شاخص برازندگی فزاینده (IFI)، شاخص برازندگی تطبیقی (CFI)، ریشه میانگین مجذور خطای تخریب (RMSEA) و شاخص میانگین

-
1. Structural Equation Modeling
 2. Standardized Solution
 3. Completely Standardized Solution
 4. Fitting Indexes

مجذور باقیمانده‌ها (RMR) استفاده شد. در حال حاضر آستانه (معیار) دقیقی برای این شاخص‌ها وجود ندارد، چون این شاخص‌ها پیوسته در حال مقایسه، توسعه و تکامل‌اند. اما در کل داشتن چند معیار برای قابل قبول بودن برازش مدنظر قرار گرفت (کلانتری، ۱۳۹۲). در نهایت، برای مدل‌یابی معادله ساختاری و استانداردسازی کامل مدل ساختاری از نرم افزار LISREL (8/5) استفاده گردید.

نتایج و بحث

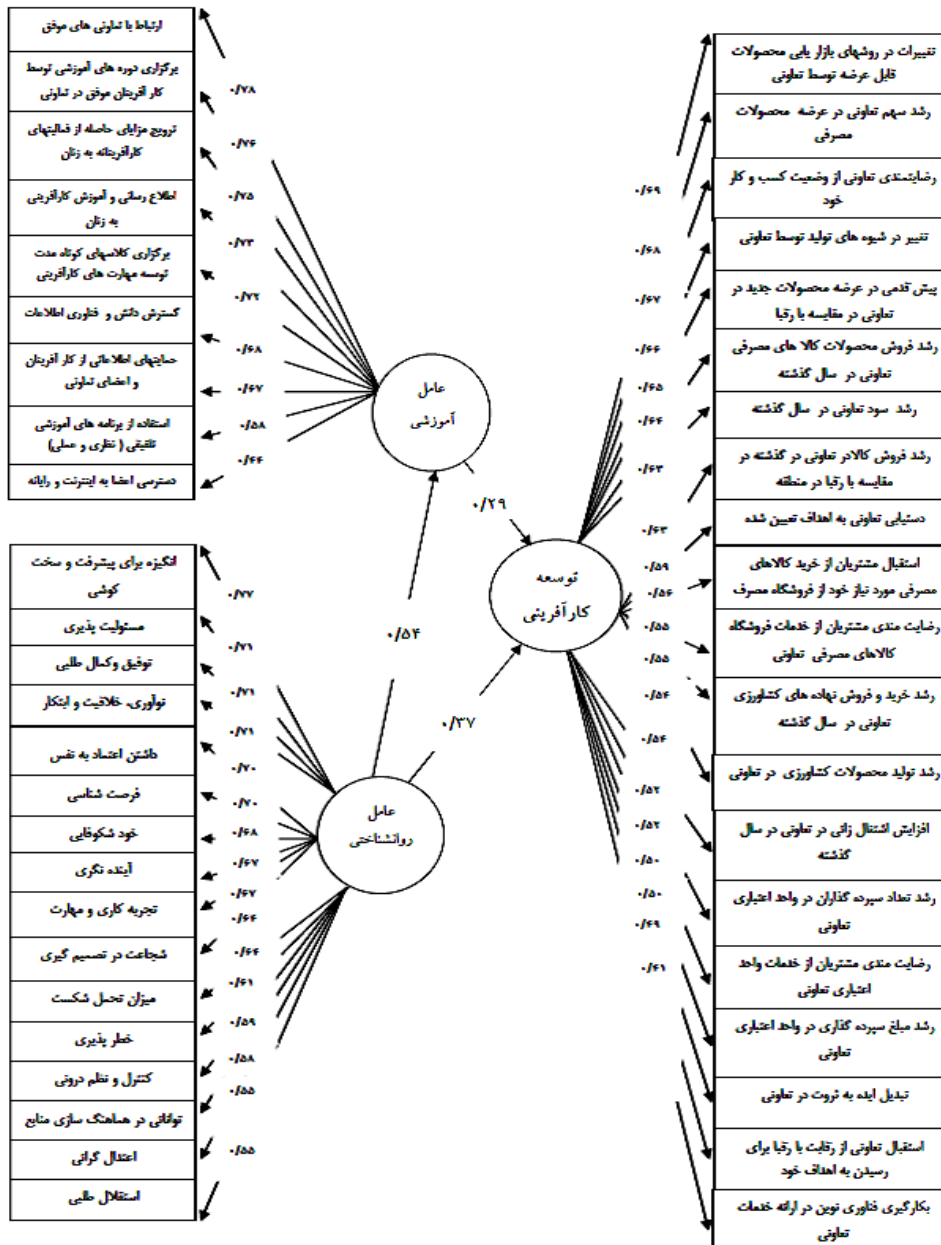
ویژگی‌های فردی پاسخگویان در جدول ۲ نشان می‌دهد که میانگین سن پاسخگویان ۳۲ سال و میانگین سابقه عضویت آنها ۹ سال می‌باشد. پاسخگویان به طور متوسط ۱۰۱ هزار تومان به عنوان حق عضویت پرداخت نموده‌اند. تقریباً ۲۰ درصد پاسخگویان شاغل و مابقی (۸۰٪) غیرشاغل می‌باشند.

جدول ۲. ویژگی‌های فردی پاسخگویان (n= ۲۷۶)

متغیر	میانگین	انحراف معیار	کمینه	بیشینه
سن (سال)	۳۲/۱۷	۹/۸۱	۱۶	۶۵
سابقه عضویت (سال)	۹/۲۰	۵/۱	۱	۲۱
میزان حق عضویت (هزار تومان)	۱۰۱/۳	۵۳/۴۵	۲۰	۴۵۰

مأخذ: یافته‌های تحقیق

بر اساس نتایج به دست آمده از پژوهش و شکل ۲، توسعه کارآفرینی در شرکت‌های تعاونی روستایی زنان استان گلستان از هر دو عامل آموزشی و روان‌شناختی تأثیر پذیرفته که در روش استاندارد شده (SS)، عامل روان‌شناختی با ضریب مسیر ۰/۳۷ مهم‌ترین عامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی بوده است. عامل دیگر، عامل آموزشی بوده که به میزان ۰/۲۹ در توسعه کارآفرینی تأثیر داشته است. همچنین بین دو عامل نیز رابطه‌ای وجود داشته به گونه‌ای که عامل روان‌شناختی بر عامل آموزشی با ضریب مسیر ۰/۵۴ تأثیر گذار بوده است. میزان تبیین نیز ۲۶ درصد برآورد شد.



شکل ۲. مدل تابع ساختاری اجزای توسعه کارآفرینی

بر اساس شکل ۲ و با توجه به اینکه کلیه مقادیر آماره t بیش از $۱/۹۶$ است، می‌توان نتیجه گرفت که کلیه مسیرهای تعیین شده در مدل معنادار هستند. به سخن دیگر، عامل‌های استخراج شده، واریانس متغیرهای نشانگر خود را تبیین می‌کنند. بنابراین، عامل‌های شناسایی شده، به همراه متغیرهای مربوطه، مورد تأیید است. گفتنی است معادلات ساختاری به شرح زیر می‌باشد:

$$R^2 = ۰/۲۶, \text{Errorvar.} = ۱/۰۰, \text{ (عامل روان‌شناختی) } +۰/۳۷ \text{ (عامل آموزشی) } = ۰/۲۹ = \text{توسعه کارآفرینی}$$

$$(۰/۰۸۱) \quad (۰/۰۷۱)^*$$

$$۴/۵۰ \quad ۴/۰۲^{**}$$

$$R^2 = ۰/۲۲, \text{Errorvar.} = ۱/۰۰, \text{ (عامل روان‌شناختی) } = ۰/۵۴ = \text{عامل آموزشی}$$

$$(۰/۰۷۷)$$

$$۷/۰۲$$

شایان ذکر است برای افزایش برازش و بهبود مدل اصلاحاتی در مدل انجام گرفت تا به شیوه قابل قبولی تفسیرپذیر گردد. لذا برای این کار به بررسی و اصلاح خطای ویژگی‌های مشخص^۱ پرداخته شد (انجام خطای کوواریانس و افزودن مسیر بین متغیرهای نهفته و آشکار). در همین راستا، برازش مدل با اعمال ۶ خطای کوواریانس بهبود یافت که عبارت‌اند از: خطای کوواریانس با ضریب $۰/۳۵$ بین استفاده از برنامه‌های آموزشی تلفیقی (نظری و عملی) و دسترسی اعضا به اینترنت و رایانه ($t=۶/۶$)؛ خطای کوواریانس با ضریب $۰/۲۷$ بین برگزاری دوره‌های آموزشی توسط کارآفرینان موفق در تعاونی و ترویج مزایای حاصل از فعالیت‌های کارآفرینانه به زنان ($t=۷/۸۵$)؛ خطای کوواریانس با ضریب $۰/۴۰$ بین رضایتمندی تعاونی از وضعیت کسب و کار خود و تغییر در شیوه‌های تولید توسط تعاونی ($t=۹/۳۶$)؛ خطای کوواریانس با ضریب $۰/۵۲$ بین میزان رشد تعداد سپرده‌گذاران در واحد اعتباری تعاونی و میزان رشد مبلغ سپرده‌گذاری در واحد اعتباری تعاونی ($t=۹/۱$)؛ خطای کوواریانس با ضریب $۰/۳۰$ بین میزان دستیابی تعاونی به اهداف تعیین شده و میزان به کارگیری فناوری نوین در ارائه خدمات

* مقدار خطای استاندارد

** مقدار t (t-values) برابر با مقدار پارامتر تقسیم بر مقدار خطای استاندارد است.

1. Specification Error

تعاونی ($t=6/08$)؛ خطای کوواریانس با ضریب $0/66$ بین تبدیل ایده به ثروت در تعاونی و میزان استقبال تعاونی از رقابت با رقبا برای رسیدن به اهداف خود ($t=10/49$)؛ خطای کوواریانس با ضریب $0/33$ بین میزان رشد خرید و فروش نهاده های کشاورزی تعاونی در سال گذشته و میزان رشد تولید محصولات کشاورزی در تعاونی ($t=6/76$).

در ادامه، برای برازش مدل از مشخصه های برازندگی جدول ۳ استفاده شد. با توجه به نتایج، شاخص ریشه میانگین مربعات خطای برآورد (RMSEA) برابر $0/073$ می باشد که بیانگر برازش مدل است. شاخص برازش هنجار نشده (NNFI)^۱ برابر $0/94$ می باشد که مبین برازش مدل است. معیار دیگر برای برازش این مدل، بالا بودن تقریبی شاخص برازندگی تطبیقی (CFI)^۲ می باشد که برابر $0/95$ است که تأییدی دیگر برای برازش مدل می باشد و شاخص برازندگی فزاینده (IFI)^۳ یا DELTA برابر $0/95$ می باشد که مدل از نظر این معیار نیز مناسب است. هر چه شاخص ریشه میانگین مربعات باقیمانده (RMR)^۴ برای مدلی نزدیک تر به صفر باشد، مدل مذکور برازش بهتری دارد.

جدول ۳. شاخص های برازندگی مدل نهایی

df	P	χ^2	RMR	NNFI	NFI	IFI	CFI	RFI	RMSEA	شاخص مقادیر
۹۳۵	۰/۰۰۰	۲۳۱۰۸۰	۰/۰۸۲	۰/۹۴	۰/۹۱	۰/۹۵	۰/۹۵	۰/۹۱	۰/۰۷۳	

مأخذ: یافته های تحقیق

استانداردسازی کامل مدل ساختاری توسعه کارآفرینی و تفسیر آن

با توجه به اینکه در راه حل استاندارد شده کامل (CSS)، هم متغیرهای پنهان و هم متغیرهای آشکار استاندارد می شوند، این پژوهش این راه حل را به کار برد تا اولویت بندی گویه ها مشخص شود (جدول ۴). اما طبق یافته های جدول ۴، در ساخت متغیر پنهان توسعه کارآفرینی، بیشترین اثر را تغییر در روش های بازاریابی محصولات قابل عرضه توسط تعاونی داشته است به

1. Non- Normed Fit Index
2. Comparative Fit Index
3. Incremental Fit Index
4. Root Mean Square Residual

گونه‌ای که ۱ واحد تغییر در انحراف معیار این گویه، باعث می‌گردد که انحراف معیار متغیر پنهان توسعه کارآفرینی به اندازه ۰/۷۷ تغییر کند. همچنین میزان رضایتمندی تعاونی از وضعیت کسب و کار خود، میزان رشد سهم تعاونی در عرضه محصولات مصرفی، تغییر در شیوه های تولید توسط تعاونی، پیش‌قدمی در عرضه محصولات جدید در تعاونی در مقایسه با رقبا، میزان رشد فروش کالا در تعاونی در گذشته در مقایسه با رقبا در منطقه و سرانجام میزان رشد سود تعاونی در سال گذشته، به ترتیب آثار بعدی را در ساخت متغیر پنهان توسعه کارآفرینی داشته‌اند. در ساخت متغیر پنهان عامل آموزشی، ایجاد ارتباط با تعاونی‌های موفق، اطلاع‌رسانی و آموزش، برگزاری کلاس‌های توسعه مهارت‌های کوتاه مدت و ترویج مزایای حاصل از فعالیت‌های کارآفرینانه به زنان به ترتیب بیشترین اثر را داشته‌اند.

جدول ۴. استانداردسازی کامل مدل ساختاری

متغیرهای پنهان			متغیرهای آشکار
عامل روان‌شناختی	عامل آموزشی	توسعه کارآفرینی	
۰/۳۳	۰/۲۰	۰/۷۳	تغییر در شیوه های تولید توسط تعاونی
۰/۲۴	۰/۱۵	۰/۵۵	استقبال تعاونی از رقابت با رقبا برای رسیدن به اهداف خود
۰/۳۳	۰/۲۱	۰/۷۵	رضایتمندی تعاونی از وضعیت کسب و کار خود
۰/۳۴	۰/۲۱	۰/۷۷	تغییرات در روش‌های بازاریابی محصولات قابل عرضه توسط تعاونی
۰/۳۴	۰/۲۱	۰/۷۵	رشد سهم تعاونی در عرضه محصولات مصرفی
۰/۲۶	۰/۱۶	۰/۵۸	رضایت‌مندی مشتریان از خدمات واحد اعتباری تعاونی
۰/۲۵	۰/۱۶	۰/۵۶	رشد مبلغ سپرده گذاری در واحد اعتباری تعاونی
۰/۲۶	۰/۱۶	۰/۵۸	رشد تعداد سپرده گذاران در واحد اعتباری تعاونی
۰/۲۰	۰/۱۳	۰/۴۵	به کارگیری فناوری نوین در ارائه خدمات تعاونی
۰/۲۹	۰/۱۸	۰/۶۵	دستیابی تعاونی به اهداف تعیین شده
۰/۳۲	۰/۲۰	۰/۷۲	پیش‌قدمی در عرضه محصولات جدید در تعاونی در مقایسه با رقبا
۰/۳۱	۰/۲۰	۰/۷۰	رشد فروش کالا در تعاونی در گذشته در مقایسه با رقبا در منطقه
۰/۲۷	۰/۱۷	۰/۶۰	افزایش اشتغال زایی در تعاونی در سال گذشته

ادامه جدول ۴

۰/۲۸	۰/۱۷	۰/۶۲	استقبال مشتریان از خرید کالاهای مصرفی مورد نیاز خود از فروشگاه مصرف تعاونی
۰/۳۲	۰/۲۰	۰/۷۱	رشد فروش محصولات کالا های مصرفی تعاونی در سال گذشته
۰/۲۷	۰/۱۷	۰/۶۰	رشد تولید محصولات کشاورزی در تعاونی
۰/۲۷	۰/۱۷	۰/۶۱	رضایت‌مندی مشتریان از خدمات فروشگاه کالاهای مصرفی تعاونی
۰/۲۷	۰/۱۷	۰/۶۱	رشد خرید و فروش نهاده‌های کشاورزی تعاونی در سال گذشته
۰/۳۱	۰/۲۰	۰/۷۰	رشد سود تعاونی در سال گذشته
۰/۲۵	۰/۱۶	۰/۵۶	تبدیل ایده به ثروت در تعاونی
۰/۳۸	۰/۸۱		ترویج مزایای حاصل از فعالیت‌های کارآفرینانه به زنان
۰/۲۲	۰/۴۷		دسترسی اعضا به اینترنت و رایانه
۰/۳۰	۰/۶۲		استفاده از برنامه های آموزشی تلفیقی (نظری و عملی)
۰/۳۴	۰/۷۳		حمایت‌های اطلاعاتی از کارآفرینان و اعضای تعاونی
۰/۳۵	۰/۷۴		گسترش دانش و فناوری اطلاعات
۰/۳۷	۰/۷۸		برگزاری کلاس‌های توسعه مهارت های کوتاه‌مدت
۰/۳۹	۰/۸۲		برگزاری دوره‌های آموزشی توسط کارآفرینان موفق در تعاونی
۰/۴۰	۰/۸۵		ایجاد ارتباط با تعاونی های موفق
۰/۳۷	۰/۷۹		اطلاع رسانی و آموزش

مأخذ: یافته های تحقیق

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

این مقاله با هدف بررسی اثر عامل‌های آموزشی و روان‌شناختی بر توسعه کارآفرینی در شرکت‌های تعاونی روستایی زنان استان گلستان صورت گرفت. بر اساس نتایج حاصل از مدل‌یابی معادله ساختاری، توسعه کارآفرینی در شرکت‌های تعاونی روستایی زنان استان گلستان از هر دو عامل آموزشی و روان‌شناختی تأثیر می‌پذیرد که دو عامل مذکور ۲۶ درصد از متغیر توسعه کارآفرینی را تبیین نمودند. بر اساس مقادیر شاخص‌های برازندگی به دست آمده، ساختار کلی مدل پژوهش نیز مناسب ارزیابی شد.

مطابق با نتایج این تحقیق مهم‌ترین عامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی، عامل روان‌شناختی بوده است. در این راستا، داشتن انگیزه برای پیشرفت و سخت‌کوشی، مسئولیت‌پذیری زنان عضو تعاونی، توفیق و کمال‌طلبی، نوآوری، خلاقیت و ابتکار، داشتن اعتماد به نفس، فرصت‌شناسی، خودشکوفایی و آینده‌نگری زنان بر توسعه کارآفرینی در شرکت‌های تعاونی روستایی زنان استان گلستان تأثیر بسزایی داشتند که این نتایج در مطالعه زارعی پهنه کلایی و همکاران (۱۳۹۲)؛ بابایی و همکاران (۱۳۹۲)؛ جمشیدی و همکاران (۱۳۹۲)؛ رحمانی و همکاران (۱۳۹۰)؛ هرنندی زاده (۱۳۸۹)، مقصودی و داودی (۲۰۱۱)، نواز (۲۰۰۹)، غیاثوند غیائی و همکاران (۲۰۰۹) و هیدن (۲۰۰۱) مورد تأیید قرار گرفته است.

نتیجه دیگر این تحقیق ثابت نمود عامل آموزشی هم در توسعه کارآفرینی تأثیر دارد. نتایج این تحقیق نشان داد که کارآفرینی در تعاونی‌های روستایی تنها از طریق تجربه به دست نمی‌آید، بلکه کارآفرینی می‌تواند با ارتباط با تعاونی‌های موفق فراگرفته شود، تدریس گردد و مزایای حاصل از فعالیت‌های کارآفرینانه به زنان روستایی اطلاع‌رسانی و ترویج شود. از سویی، آموزش کارآفرینی از طریق برگزاری دوره‌های آموزشی توسط کارآفرینان موفق و اجرای کلاس‌های کوتاه‌مدت توسعه مهارت‌های کارآفرینی قابل انجام و تحقق است. این موارد با یافته‌های مطالعات زیر همسوست: آقامحمدی و عبدالهی (۱۳۹۴)، گلدوست و همکاران (۱۳۹۳)؛ زارعی پهنه کلایی و همکاران (۱۳۹۲)؛ جمشیدی و همکاران (۱۳۹۲)؛ احمدپور داریانی و همکاران (۱۳۹۱)؛ سواری و همکاران (۱۳۹۲)؛ هرنندی زاده (۱۳۸۹)؛ طالبی (۱۳۸۷)؛ اکبرپوردباغی (۱۳۸۸)؛ رجایی و همکاران (۲۰۱۱)، مقصودی و داودی (۲۰۱۱)؛ نواز (۲۰۰۹)؛ غیاثوند غیائی و همکاران (۲۰۰۹) و وندرلوپس و همکاران (۲۰۰۳).

با توجه به نتایج حاصل از استانداردسازی کامل مدل ساختاری، از بین متغیرهای پنهان و آشکار، بیشترین اثر را در توسعه کارآفرینی در شرکت‌های تعاونی روستایی زنان استان گلستان تغییر روش‌های بازاریابی محصولات قابل عرضه توسط تعاونی داشته و متغیرهای بعدی عبارت بودند از: میزان رضایتمندی تعاونی از وضعیت کسب و کار خود، میزان رشد سهم تعاونی در

عرضه محصولات مصرفی، تغییر در شیوه‌های تولید توسط تعاونی و پیش‌قدمی در عرضه محصولات جدید در تعاونی در مقایسه با رقبا.

و اما جهت توسعه کارآفرینی در شرکت‌های تعاونی روستایی زنان استان گلستان به سازمان‌های متولی پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود:

- برای عرضه محصولات به بازار مصرف از روش‌های جدید در بازاریابی همچون تبلیغات و برپایی نمایشگاه برای فروش استفاده شود. با برگزاری دوره‌های آموزشی، چگونگی تغییر در شیوه‌های تولید آموزش داده شود. افزایش میزان رشد سهم تعاونی در عرضه محصولات مصرفی باعث افزایش رضایتمندی اعضای تعاونی از وضعیت کسب و کار خود می‌شود. همچنین پیش‌قدمی و نوآوری در عرضه محصولات جدید در تعاونی نهادینه شود تا در رقابت با رقبا موفقیت حاصل شود.

- داشتن انگیزه برای پیشرفت و سخت‌کوشی در زنان عضو تعاونی و مسئولیت‌پذیری آنان یکی از موارد بسیار کمک‌کننده در کارآفرینی است که توصیه می‌شود این موضوع مورد توجه برنامه‌ریزان قرار گیرد. برای بهبود نوآوری، خلاقیت و ابتکار توصیه می‌شود جلسات توفان فکری در اولویت قرار گیرد. افزایش اعتماد به نفس زنان عضو با برگزاری جلسات متعدد با کارآفرینان موفق محقق‌شدنی است. همچنین سازمان متولی با فراهم ساختن شرایط و بسترهای لازم می‌تواند حس توفیق و کمال‌طلبی، فرصت‌شناسی، خودشکوفایی و آینده‌نگری را در اعضای شرکت‌های تعاونی روستایی زنان استان گلستان پرورش دهد تا کارآفرینی در آنها خلق شود.

- برای ارتباط اعضا با تعاونی‌های موفق لازم است برنامه ریزی و هماهنگی صورت پذیرد و دوره‌های آموزشی توسط کارآفرینان موفق بیش از پیش برای اعضای تعاونی برگزار شود. طی برنامه‌های صدا و سیما می‌توان مزایای فعالیت‌های کارآفرینانه برای زنان را تبیین کرد. کلاس‌های کوتاه‌مدت توسعه مهارت‌های کارآفرینی بایستی جدی گرفته شود و اعضا به شرکت در کلاس‌ها تشویق شوند؛ زیرا بدون مهارت نمی‌توان انتظار کارآفرینی داشت. برای آشنایی اعضا با

فناوری‌های اطلاعات، کلاس‌های آموزشی و توجیهی باید برگزار گردد و همچنین شرایطی فراهم شود تا در مورد کارآفرینی اطلاع رسانی لازم انجام گیرد.

منابع

- آقامحمدی، ج. و عبدالهی. ح. (۱۳۹۴)، تحلیل نقش آموزش در توسعه و ترویج کارآفرینی. مجله رهیافت، ۵۹، ۷۵-۸۸.
- احمد پور داریانی، م.، نیک بین، ح. و کریمی، آ. (۱۳۹۱). عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی در شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای فنی مهندسی کشاورزی استان زنجان. مجله تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران. ۴۲-۴۳، ۵۳۵-۵۴۶.
- احمد پور، ا.، قاسمی، ح. و علیخانی دادوکلائی، م. (۱۳۹۴). عامل‌های موثر بر توسعه مهارت‌های کارآفرینی دانشجویان آموزش‌شده‌های کشاورزی. فصلنامه پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، ۳۲، ۲۶-۴۰.
- اکبرپور دباغی، ف. (۱۳۸۸). بررسی نقش تعاون در توسعه کارآفرینی شرکت‌های تعاونی استان آذربایجان شرقی. ماهنامه تعاون، ۲(۲۰۶-۲۰۷)، ۱۱۱-۱۱۴.
- بابایی، م.، نیک نامی، م. و ثمری، د. (۱۳۹۲). ویژگی‌های کارآفرینی زنان روستایی در تعاونی‌های استان سمنان. تعاون و کشاورزی، ۲(۵)، ۶۹-۸۶.
- جمشیدی، ع.، جمینی، د. و نظری سرمازه، ح. (۱۳۹۲). بررسی عوامل پیش برنده و بازدارنده توسعه کارآفرینی زنان روستایی. زن و جامعه (جامعه‌شناسی زنان)، ۴(۲)، ۱۳۷-۱۶۷.
- حیدرقلی زاده، م. (۱۳۹۰). تعاون و تعاون‌گرایی با مروری بر تجارب ایران و جهان. تهران: نشر نگارش شرق.
- رحمانی، م.، زروندی، ن. و زروندی، ج. (۱۳۹۰). بررسی رابطه بین ویژگی‌های شخصیتی و توسعه کارآفرینی در میان زنان کارآفرین عشایری و ارائه راهکارهای عملی (بررسی

- موردی در میان زنان عشایر استان خراسان شمالی). فصلنامه مطالعات ایلات و عشایر، (۱)۱، ۱۳۷-۱۵۳.
- رحیمی، ش. و واحد چوکده، س. (۱۳۸۷). تبیین جایگاه تعاونی ها در موفقیت کارآفرینان. ماهنامه تعاون، ۱۹۶، ۶۹-۸۹.
- رضائی، ر.، حسینی، م. و محمدی پابندی، م. (۱۳۹۴). شناسایی و تحلیل موانع توسعه کارآفرینی سازمانی در تعاونیهای توسعه روستایی استان زنجان. فصلنامه راهبردهای توسعه روستایی، (۲)۲، ۱۴۳-۱۵۶.
- زارع احمدآبادی، ح. و عربشاهی، ش. (۱۳۹۰). الزامات آموزش کارآفرینی زنان روستایی (مورد: زنان روستایی یزد). دوفصلنامه علمی ترویجی بانوان شیعه، ۸(۲۶)، ۴۹-۷۱.
- زارعی پهنه کلانی، ح.، احمدپور، ا. و چرمچیان لنگرودی، م. (۱۳۹۲). شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در شرکت‌های تعاونی روستایی زنان استان مازندران. تعاون و کشاورزی، (۷)۲، ۷۹-۱۰۰.
- سازمان مرکزی تعاون روستایی (۱۳۹۵). تاریخچه و سیر تکاملی تعاون در ایران. تهران: سازمان مرکزی تعاون روستایی.
- سواری، م.، مخلص آبادی فراهانی، م. و میرکزاده، ع. (۱۳۹۲). راهکارهای توسعه کارآفرینی در تعاونی‌های صنایع دستی استان کردستان. تعاون و کشاورزی، ۲(۸)، ۱۲۵-۱۴۸.
- طالبی، ک. (۱۳۸۷). آموزش کار آفرینی و نقش آن در ایجاد و توسعه تعاونیها. مجله تعاون، ۱۰۲، ۸۲-۱۹۵.
- عالی پور، ز. (۱۳۸۰). تجربه کارآفرینی زنان در جمهوری اسلامی ایران (تعاونی خصوصی). ماهنامه تعاون، ۱۱۹، ۱۴-۱۹.
- علیخانی دادوکلائی، م. (۱۳۹۳). چالشهای پیش رو زنان در کارآفرینی کشاورزی، نشریه کارآفرینی در کشاورزی، (۴)۱، ۱۹-۳۲.
- قاسم اونیا، ن. (۱۳۸۹). جایگاه آموزش کشاورزی در بخش کارآفرینی بخش کشاورزی. ماهنامه دهاتی، (۸۰)۷، ۲۳-۲۸.

کرمی، ش. و علی بیگی. ا. (۱۳۹۴)، تحلیل تأثیر چشم انداز مشترک بر ارتقای سرمایه اجتماعی در توسعه کارآفرینی کشاورزی، *تعاون و کشاورزی*، ۴، (۱۴)، ۱۷۵-۲۰۱.

کلانتری، خ. (۱۳۹۲). *مدل معادلات ساختاری در تحقیقات اجتماعی-اقتصادی*. تهران: فرهنگ صبا.

گلدوست، م.، صادق الهیاری، م. و عابدی، م. (۱۳۹۳)، غربال‌گری فازی بازدارنده‌های آموزشی توسعه کارآفرینی روستایی استان گیلان. *فصلنامه پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی*. ۳۰، ۳۱-۴۳.

ملوندی، م. (۱۳۸۷). *کارآفرینی و پروژه*. تهران: انتشارات امید مهر.

هرندی زاده، ا. (۱۳۸۹). *بررسی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در تعاونی‌های تولید کشاورزی استان اصفهان*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه تربیت مدرس.

همایون‌پور ف.، شریف زاده، ا. و عبدالله زاده، غ. (۱۳۹۳). *بررسی کارآفرینی شرکتی در شرکت تعاونی روستایی شباهنگ شهریار. تعاون و کشاورزی*، ۳(۹)، ۱۱۳-۱۵۳.

Baumgartner, H., Homburg, C. (1995). Applications of structural equation modelling in marketing research: A review. *International Journal of Research in Marketing*, 13, 139-161.

Fairbairn, B., June, B., & Murray, F. (2003). *Co-operatives and community development: Economics in Social Perspective*. Centre for the Study of Co-operatives. Saskatoon, Saskatchewan.

Fernandez Laviada, A. (2014). *Informe global entrepreneurship monitor (GEM)*. España 2014. Spain: Universidad de Cantabria.

Ghiasvand Ghiasy, F., Hosseini, S., Jamal, F., Malek Mohammadi. I., & Hosseini, S. M. (2009). Factors Influencing the Entrepreneurship Iran

- Agricultural Cooperatives. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 3 (2), 1170-1174.
- Hausmann, R., Tyson, L.D., & Zahidi, S. (2009). *The Global Gender Gap Report*. Geneva: World Economic Forum. <http://www.tinyurl.com/h8c969x>
- Hausmann, R., Tyson, L.D., Bekhouche, Y., Zahidi, S. (2014). *The Global Gender Gap Report*. Geneva: World Economic Forum.
- Hisrich, R. D., Peters, M. (2002). *Entrepreneurship*. New York: MC-Graw Hill.
- Hyden, G. (2001). Rural poverty, risk and development. *Elgar Publication*, Vol. 39, 124-127.
- Kavalainen, A. & Arenius, P. (2006). *Women's Entrepreneurship in Finland, Growth-Oriented Women Entrepreneurs and their Businesses*, A Global Research Perspective.
- Langowitz, N. S., Minniti, M., & Arenius, P. (2005). *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)*. 2004 Report on Women and Entrepreneurship. University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship.
- Maghsoudi, T., & Davodi, H. (2011). Entrepreneurship Development Strategies in Agriculture Cooperatives in Iran. *American-Eurasian J. Agric. & Environ. Sci.*, 10(2), 283-289.
- Nawaz, F. (2009). *Critical factors of women entrepreneurship development in rural Bangladesh*. U.S.A: Bangladesh Development Research Center (BDRC).

- Rajaei, Y., Yaghoubi, J., & Donyaei, H. (2011). Assessing effective factors in development of entrepreneurship in agricultural cooperatives of Zanjan province. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 15, 1521–1525.
- Schumpeter, J. (1934). *The theory of economic development*. Cambridge: Harvard.
- Shook, C. L., Ketchen, D. J. Jr., Hult, G. T.M., & Kacmar, K.M. (2004). An assessment of the use of structural equation models in strategic management research. *Strategic Management Journal*, 25, 397–404.
- Vandersluis, B., Vanpraag, E., & Vijverberg, E. (2003). *Determinants of Self-Empolyment*. Phd- Thesis. Universiteit Van Amsterdam.
- Wilkan, D. (1979). Tlardiness and Stress Moderation: A Test of Proposed Mcchanisms. *Journal of Personality and Social Psy Chology*, 60,89- 99.

An Investigation of Educational and Psychological Factors Affecting the Entrepreneurship Development in Women Rural Cooperatives in Golestan Province

M. Alikhani Dadoukolaei^{1}, A. A. Rostami²*

Received: Jul 19, 2016 Accepted: Dec 18, 2016

Abstract

The purpose of this research was to investigate educational and psychological factors affecting the entrepreneurship development in women rural cooperatives in Golestan province. This was a descriptive-correlative research. The statistical population consisted of 1558 persons (all women that were members of rural cooperatives in Golestan province). Sample size was determined using Cochran formula and 276 persons completed the questionnaires. The research instrument was a questionnaire and its content validity was gained by a group of extension specialists. In order to investigate reliability of research questionnaire, 30 persons were randomly selected and completed the questionnaires. Also, Cronbach's alpha, ordinal theta and combination reliability were 0.89, 0.90 and 0.87 respectively. The data analysis for descriptive and inferential statistics used the SPSS_{win21} and LISREL (8/5) software. The results indicated that Entrepreneurship Development was influenced by both the educational and psychological factors. Psychological factors had the greatest impact on the development of women's entrepreneurship in rural cooperatives in Golestan (Path coefficient =0.37). Also based on Completely Standardized Solution (CSS), of between apparent and latent variables, the highest effect on Entrepreneurship Development in women rural cooperatives in Golestan province was related to Changes in marketing methods for products supplied by the Cooperatives.

Keywords: Entrepreneurship Development, Women Rural Cooperatives, Psychological, Completely Standardized Solution, Golestan Province

1. Ph.D Student, Department of Agricultural Extension and Education. Tarbiat Modares University, Tehran, Iran

* Corresponding Author

E-mail: Alikhany.mehdi@yahoo.com

2. Ph.D Student, Department of Agricultural Extension and Education, Ramin Agriculture and Natural Resources University, Ahvaz, Iran