

## اثربخشی دوره‌های آموزشی ترویجی کار آفرینی کشاورزی بر تقویت رفتار کار آفرینانه زنان روستایی

سمیرا فرزی<sup>۱</sup>، شهرام مقدس فریمانی<sup>۲\*</sup>

۱- دانش‌آموخته علوم تربیتی، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه الزهراء، تهران، ایران.

۲- عضو هیأت علمی، استادیار مؤسسه آموزش و ترویج کشاورزی، سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی، تهران، ایران.

### چکیده

هدف این پژوهش، بررسی میزان اثربخشی دوره‌های آموزشی و ترویجی کار آفرینی کشاورزی بر تقویت رفتار کار آفرینانه زنان روستایی عضو صندوق اعتباری خرد زنان روستایی استان تهران بود. دیدمان تحقیق از نظر هدف، کاربردی و موضوعی از نوع کمی؛ از لحاظ نوع تحقیق، علی-ارتباطی و از نظر شیوه گردآوری داده‌ها از نوع میدانی بود. جامعه آماری پژوهش را ۹۸ تن از زنان روستایی عضو صندوق اعتباری شرکت کننده در دوره‌های آموزش کار آفرینی کشاورزی استان تهران تشکیل دادند و برای انتخاب نمونه آماری از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای تصادفی با انتساب متناسب بر حسب شمار شرکت‌کنندگان در هر شهرستان استفاده شد و برای تعیین حجم نمونه از جدول مورگان استفاده گردید که حجم نمونه برابر ۷۰ تن در نظر گرفته شد. از بین سه شهرستان دماوند، ورامین و تهران، ۴ روستا به عنوان نمونه انتخاب شدند که عبارت بودند از روستاهای محمد آباد عرب‌ها، آردینه، خورین و سولقان ابزار گردآوری داده‌ها، پرسشنامه محقق ساخته بود که برای پایایی و روایی شکلی آن با روش بازآزمایی و به ترتیب از محاسبه ضریب‌های آلفای کرونباخ و تنای ترتیبی برابر با ۰/۷۶ و ۰/۷۴ و نظرسنجی از کارشناسان و مدیران دفتر زنان روستایی و عشایری و اعضای هیئت علمی مؤسسه آموزش و ترویج کشاورزی استفاده شد. پرسشنامه با پرسش‌هایی در مقیاس‌های اسمی، فاصله‌ای و ترتیبی با طیف لیکرت پنج گزینه‌ای شامل سازه‌های فردی، اجتماعی، اقتصادی، عامل‌های مؤثر بر کار آفرینی و ایجاد کسب و کار، تاثیر گذاری‌های دوره‌های آموزشی ترویجی کار آفرینی و همچنین محدودیت‌های طی مسیر کار آفرینی طراحی شد. برای تجزیه تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی و تحلیل رگرسیونی و عاملی بهره گرفته شد. بنابر نتایج به دست آمده مؤلفه‌های محتوا، هدف‌ها و آموزشگر و روش تدریس تاثیر مثبت و معنی‌داری بر رفتار کار آفرینانه زنان روستایی دارد و میانگین نگرش پاسخگویان در هر مؤلفه نشان داد که آموزشگر و روش تدریس، هدف و محتوا به ترتیب بالاترین رتبه را در نگرش زنان شرکت کننده در دوره‌های آموزشی ترویجی نسبت به مؤلفه‌های اصلی دوره داشتند. یافته‌ها نشان داد که محدودیت‌های راه‌اندازی کسب و کار توسط زنان روستایی در پنج بازدارنده فردی، فرهنگی-اجتماعی، اقتصادی، دولتی و غیردولتی قرار می‌گیرد که ۸۳/۸۸ درصد از واریانس کل محدودیت‌های کار آفرینی را تبیین می‌کند. نتیجه کلی آنکه آموزش‌های کار آفرینی از ابزار مهم در تقویت رفتار کار آفرینانه زنان روستایی به شمار می‌رود.

نمایه واژگان: اثربخشی، دوره، آموزش ترویجی، کار آفرینی، رفتار، زنان روستایی، صندوق اعتباری خرد

نویسنده مسئول: شهرام مقدس فریمانی

رایانامه: shmfarimani@yahoo.com

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۶/۳۱

تاریخ ارسال: ۱۴۰۲/۰۴/۰۳

## مقدمه

سیاست‌گذاران بر این نظر هستند که کارآفرینی برای رشد اقتصادی و پیشرفت فناوری بسیار مؤثر است (نویسنکی و حدود، ۲۰۱۹). همچنین کارآفرینی پدیده‌ای است جهانی که رشد اقتصادی آن در سراسر جهان به طور مثبت تحت تاثیر ظهور کسب و کارهای نوپا و نوآور قرار دارد. این‌گونه شغل‌های جدید و کوچک نقش مهمی در اشتغال‌زایی دارند (چینا، ۲۰۱۴). امروزه، کارآفرینی به ابزاری برای رشد نوآوری، خلاقیت، ایجاد اشتغال، توسعه فناوری و افزایش بهره‌وری در همه زمینه‌های اقتصادی و اجتماعی تبدیل شده است (بلاکلی، ۲۰۲۰). با توجه به اینکه بخش زیادی از جمعیت کشورهای توسعه نیافته در روستاها زندگی می‌کنند و با توجه به اهمیتی که توسعه روستا بر توسعه و پیشبرد این کشورها دارند، لذا کارشناسان و دست‌اندرکاران؛ تحقق توسعه و پیشرفت کشورها را در گرو توسعه منابع انسانی روستایی می‌دانند (نعمتی و همکاران، ۱۳۹۹). در بیشتر کشورها به ویژه در کشورهای جهان سوم و در حال توسعه که کشور ما نیز جزو آنها به‌شمار می‌آید، توسعه روستایی نقش مهمی را در توسعه کشورهای یادشده ایفا می‌کند. از جمله هدف‌های اصلی توسعه روستایی را می‌توان: بهبود و رونق زندگی اجتماعی و اقتصادی روستائیان، فقرزدایی از آنان، بهبود بهره‌وری، افزایش اشتغال، تامین غذا، مسکن و بهداشت، افزایش تولید و کاهش بیکاری، توزیع مناسب درآمد و عدالت اجتماعی برشمرد (هاشمی و همکاران، ۱۳۹۰). از سوی دیگر، برای دستیابی به آرمان‌های همه جانبه نظام جمهوری اسلامی ایران که در گرو پیشرفت همه جانبه در علم و فناوری است و در نقشه علمی کشور تلاش شده است تا با الهام از اسناد بالادستی و توجه به هدف‌های راهبردی کشور، چشم‌انداز علم و فناوری در افق ۱۴۰۴ تبیین شود. راهبردهای کلان در نقشه جامع علمی کشور به ابعاد مختلف نظام توسعه علم و فناوری کشور اشاره

کرده است که برخی از مهم‌ترین این راهبردها عبارت است از: جهت دادن چرخه علم و فناوری و نوآوری به ایفای نقش مؤثر در اقتصاد، جهت‌دهی آموزش، پژوهش، فناوری و نوآوری به سمت حل نارسایی‌ها و رفع نیازهای واقعی و بسیار ضروری کشور با توجه به آمایش سرزمین و نوآوری در مرزهای دانش برای تحقق مرجعیت علمی، تربیت و توانمندسازی سرمایه انسانی با تاکید بر پرورش انسان‌های متقی و کارآفرین و خودباور و خلاق، نوآور و توانا در تولید علم، فناوری و نوآوری متناسب با ارزش‌های اسلامی و نیازهای جامعه، تعامل فعال و اثرگذار در حوزه علم و فناوری با کشورهای دیگر به ویژه کشورهای منطقه و جهان اسلام؛ جهت‌دهی به چرخه علم و فناوری و نوآوری برای ایفای نقش مؤثرتر در حوزه علوم پزشکی و سلامت؛ جهت‌دهی به چرخه علم و فناوری و نوآوری برای ایفای نقش مؤثرتر در حوزه فنی و مهندسی (شورای عالی انقلاب اسلامی، ۱۳۸۹). لذا توجه به اهمیت کارآفرینی، یکی از روش‌های پذیرفته شده برای ترویج و گسترش کارآفرینی و آموزش کارآفرینی می‌باشد که شواهد روبه رشدی از تاثیر مثبت آموزش کارآفرینی در بسیاری از کشورهای جهان وجود دارد. آموزش کارآفرینی را می‌توان از عامل‌های اصلی توسعه‌ی قابلیت‌های ایجاد ارزش اقتصادی دانست. این آموزش‌ها در حقیقت ابزار کارآمدی برای دولت‌ها و دانشگاه‌ها برای توسعه اقتصادی دانش‌محور می‌باشند (زارعی سبھتی و همکاران، ۱۳۹۵). از جمله ویژگی‌هایی که در فرآیند آموزش کارآفرینی باید در مخاطبان تقویت شود، نیازمندی‌ها و توانمندی‌های کارآفرینانه است، که برای راه‌اندازی و مدیریت کسب و کارهای کارآفرینانه به آن‌ها نیاز دارند. آموزش‌های کارآفرینی به منظور تربیت افرادی با اعتماد به نفس بالا، فرصت‌شناس و به طور کلی افرادی که گرایش بیشتری به راه‌اندازی کسب و کارهای مستقل دارند، طراحی می‌شود. از سویی دیگر، آموزش کارآفرینی سبب شکل‌گیری برخی نگرش‌ها

و رفتارها در فراگیران می‌شود. از نظر صاحب‌نظران، نتایج کوتاه مدت و بلندمدت آموزش کارآفرینی عبارت است از: نهادینه کردن ارزش‌ها و باورهای کارآفرینانه، ایجاد انگیزه و الهام بخشی در فراگیران به سمت مسیر شغلی کارآفرینانه، توسعه توانایی‌های کلیدی کارآفرینانه، آمادگی برای خویش‌فرمایی و کار مستقل، استفاده از همه مهارت‌ها و توانایی‌های فردی، تغییر در نگرش و ایجاد انگیزه‌های کارآفرینانه (عبدللهی و مقصودی، ۱۳۹۵). در میان کارآفرینان، زنان کارآفرین از توانایی‌ها و مهارت‌های استثنایی مانند جهت‌گیری خلاقانه، توانایی رهبری، شناخت از خود و جامعه، توانایی شناسایی فرصت‌ها و ظرفیت خطرپذیری برخوردارند که زنان با برخورداری از این توانایی و با تجاری‌سازی منبع‌ها، منجر به تولید کالا و خدماتی می‌شوند که سبب تامین نیازهای فعلی جامعه می‌شود (آگراوال و همکاران، ۲۰۲۰). تاکنون کشورهای زیادی به بررسی‌هایی در زمینه مقوله کارآفرینی زنان روستایی پرداخته‌اند، که از آن جمله می‌توان به کشور فیلیپین، برزیل، ترکیه و بنگلادش اشاره کرد که با راه‌اندازی باشگاه‌های توسعه روستایی زنان توسط سازمان ترویج این کشورها تلاش کرده‌اند تا موجب بالا بردن اعتماد به نفس زنان و دختران روستایی شوند. همچنین در کشور بنگلادش، طرح بانک گرامین در سال ۱۹۸۳ با هدف در اختیار گذاشتن وام به زنان روستایی فقیر توانستند بسیاری از افراد محروم را از طریق کارآفرینی قادر به چیره شدن بر فقر کنند. در کشور مالم در زمینه توسعه و ترویج کارآفرینی زنان و دختران روستایی اقدام‌هایی انجام شده است. از زمره برنامه‌های کارآفرینی ویژه زنان روستایی در کشور ایران، طرح مرکز رشد و توسعه کارآفرینی زنان روستایی دفتر امور زنان روستایی وزارت جهاد کشاورزی بوده است که از سال ۱۳۸۸ با هدف توانمندسازی زنان روستایی و عشایری، ایجاد مهارت‌های لازم برای راه‌اندازی کسب و کارهای موفق، خلق فرصت‌های جدید برای

زنان روستایی، افزایش درآمد و سرمایه‌شان و کمک به خودکفایی و استقلال آنان به اجرا درآمد.

استان تهران با دارا بودن ۱/۲ درصد از اراضی کشاورزی بیش از ۵ درصد از محصول‌های کشاورزی کشور را تولید می‌کند و تولیدکننده بیش از ۶/۴ میلیون تن محصول‌های کشاورزی است که در تولید محصول‌های اساسی همچون شیرخام، تخم مرغ، گوشت قرمز، ماهیان زینتی، سبزی و صیفی گلخانه‌ای، گل‌های شاخه بریده، گیلاس، قارچ خوراکی و ذرت علوفه‌ای دارای رتبه‌های برتر در کشور می‌باشد. استان تهران با ظرفیت‌های چشم‌گیر در حوزه کشاورزی و دامپروری به‌عنوان یکی از قطب‌های اصلی تولیدها در این زمینه‌ها به شمار می‌آید به طوری که این استان در میزان سطح گلخانه‌ها (۲۶٪ کشور)، تولید گل شاخه‌بریده (۶۱٪ کشور)، تولید قارچ خوراکی (۲۴٪ کشور) و تخم مرغ (۱۷٪ کشور) دارای رتبه نخست کشوری و در تولید شیرخام (۱۰٪ کشور) دارای رتبه دوم کشوری می‌باشد. این استان به‌عنوان یکی از قطب‌های تولید محصول‌های کشاورزی، به‌عنوان یکی از استان‌های هدف این برنامه مد نظر قرار گرفت و دوره‌های آموزشی ترویجی کارآفرینی برای زنان روستایی در آن اجرا شد (ایران، ۱۴۰۱). در واقع کارآفرینی روستایی راه‌حلی نو در نظریه‌های توسعه برای توانمندسازی و ایجاد ظرفیت در منطقه‌های روستایی برای کاهش شکاف شهر و روستا، ایجاد فرصت‌های برابر اقتصادی، اجتماعی، محیطی و نهادی است و ابزاری کارآمد و مهم برای دستیابی به توسعه پایدار است. کارآفرینان روستایی بر خلاف کارآفرینان شهری می‌توانند بر منبع‌های مختلفی از جمله کسب و کارهای سبزی، کشاورزی ارگانیک، انرژی‌های تجدیدپذیر و محصول‌های پایدار جنگلی سرمایه‌گذاری کنند. وجود کسب و کارهای گوناگون و خرد می‌تواند اقتصاد روستایی را در برابر نوسان‌های اقتصاد ملی محافظت کند. مردم روستا می‌توانند از مهارت‌ها،

(موحدی و سلیمانیان، ۱۳۹۵). از آنجا که برای برگزاری برنامه‌های آموزشی ترویجی روستاییان، هزینه‌های انسانی و مادی زیادی صرف می‌شود؛ لذا یکی از اجزای اساسی برنامه‌های آموزشی که باید مورد توجه قرار گیرد، «ارزشیابی اثربخشی» و تعیین میزان دستیابی به هدف‌ها و مشخص کردن نارسایی‌ها و کاستی‌های موجود و اصلاح آن‌ها برای دوره‌های آتی می‌باشد (عزیزی خالخیلی و همکاران، ۱۳۹۶). ارزشیابی اثربخشی آموزش کمک می‌کند تا اندازه‌ای تعیین شود، آموزش‌های انجام شده تا چه حد منجر به تامین مهارت‌های مورد نیاز فراگیران و سازمان‌ها شده است (عیدی و همکاران، ۱۳۸۷). ارزش یک برنامه آموزشی تنها هنگامی روشن می‌شود که با شواهد و مدارک مستند، قابل اطمینان و معتبر، تاثیرگذاری‌های آموزش را بر تغییر رفتار و عملکرد فراگیران نشان دهد که این همان اثربخشی یا ارزشیابی اثربخشی آموزش است (قوچانی و محمدزاده، ۱۳۹۴). آموزش‌های ترویجی، فرآیندی از آموزش غیررسمی است که بیشتر به سوی جمعیت روستایی توجه دارد؛ این فرآیند آموزشی راهنمایی‌ها و اطلاعاتی را به روستائیان ارائه می‌دهد تا به آنان کمک کند که مسئله‌های خود را حل کنند. آموزش و ترویج، دیدهای نو از جمله سازوکارهای اصلی در ارتقای آگاهی زنان کشاورز می‌باشد که به تشویق آنان در پذیرش روش‌های تولیدی مؤثر بوده است و می‌تواند باعث بهبود بهره‌وری، افزایش درآمد زنان، افزایش رفاه و آسایش خانواده‌های روستایی شود (بیگی و همکاران، ۱۳۹۱). نتایج بررسی‌ها نشان می‌دهد آموزش‌های ترویجی به تغییرپذیری‌های مثبت در زندگی اجتماعی-اقتصادی فراگیران انجامیده و این تغییرپذیری‌های بیشتر در متغیرهای رفتاری (نه نگرشی) قابل مشاهده است (شهابی و همکاران، ۱۳۹۱). بر این مبنا، جایگاه و اهمیت برنامه‌های آموزشی ترویجی برای زنان روستایی در راستای بهبود کمی و کیفی زندگی آنان دارای اهمیت و انکار

استعدادها و منابع‌های بومی خود برای فعالیت‌های کارآفرینان سود برده و کسب و کارهای کوچک با جهت‌گیری محلی، مشوق دانش بومی بین ساکنان شود. به منظور آسان‌گری ارتقاء و راه‌اندازی کسب و کارهای مختلف در روستا به عنوان ابزاری برای ایجاد فرصت‌های اشتغال پایدار، ارائه خدمات پشتیبانی مؤثر برای کسب و کار زنان بسیار اهمیت دارد که از جمله این خدمات، اجرای برنامه‌های آموزشی برای زنان و ارائه مهارت‌های کارآفرینی می‌باشد. بدین منظور ضرورت دارد تا کارشناسان برنامه‌ریزان زنان روستایی نیز توجه ویژه‌ای به موضوع آموزش کارآفرینی زنان و دختران روستایی و عشایری نشان بدهند. بدیهی است که آموزش کارآفرینی از جمله ابعاد مهم و ضروری در برنامه‌های آموزشی ترویجی کارآفرینی در جامعه می‌باشد (موحدی و سلیمانیان، ۱۳۹۵). بررسی‌ها نشان می‌دهند نیازهای یادگیری افراد بر مبنای مرحله‌های مختلف توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه مانند مرحله آگاه‌سازی، مرحله پیش از راه‌اندازی، مرحله رشد و مرحله بلوغ متفاوت است. از این رو نوع آموزش کارآفرینی در مرحله‌های مختلف راه‌اندازی و مدیریت کسب و کارهای کارآفرینانه یکسان نمی‌باشد و بر مبنای نیاز فراگیران طراحی می‌شود. در ادبیات مربوط به آموزش کارآفرینی نوعی اتفاق نظر وجود دارد که هدف اصلی برنامه‌های آموزش کارآفرینی در واقع افزایش احتمال موفقیت افراد در ایجاد کسب و کارهای جدید می‌باشد که بر همین مبنا، برخلاف دیگر دوره‌های آموزشی که بر حسب شمار فراگیران ارزشیابی می‌شوند. دوره‌های آموزش کارآفرینی باید بر مبنای تاثیرگذاری‌های اقتصادی و اجتماعی کسب و کارهایی که شرکت کنندگان ایجاد می‌کنند، ارزشیابی شوند و از معیارهایی مانند شمار کسب و کارهای جدید ایجاد شده، شمار فرصت‌های شغلی ایجاد شده، گوناگونی کسب و کارهای ایجاد شده و توانایی‌های افراد در افزایش رشد اقتصادی استفاده شود

ناشدنی است. آموزش ترویجی، آموزش‌هایی کاربردی است که هدف آن انتقال دانش و استفاده از آن در کمک به تغییر رفتار افراد و همچنین کمک به آنان برای بهبود زندگی و آموختن روش‌های جدید برای بهبود در حرفه‌های سازمانی است و کاربرد آن در کشاورزی افزون بر گسترش دانش سودمند و عملی در زمینه کشاورزی، ایجاد انگیزه و تغییر در رفتار جامعه کشاورزی سنتی است. ساختار دوره‌های آموزشی ترویجی شامل همه عنصرهای آموزشی از جمله: هدف‌های یادگیری، محتوا، روش ارائه اطلاعات، نوع، کمیت، کیفیت فعالیت‌های یادگیری و روش‌های ارزشیابی نتایج می‌باشد. برای انجام این رسالت‌ها، کلاس‌های آموزشی ترویجی اهمیت و جایگاه ویژه‌ای در بین روستائیان و کشاورزان دارد. با این حال هنگامی برگزاری کلاس‌های آموزشی ترویجی اثربخش خواهد بود و هنگامی ترویج به هدف‌های خود دست می‌یابد که شرکت‌کنندگان در دوره به گونه‌ای مؤثر در کلاس‌های آموزشی ترویجی شرکت کنند و شرکت‌شان منوط به رضایت‌مندی آنان از کلاس‌ها باشد. از جمله راه‌هایی که می‌تواند کلاس‌های آموزشی ترویجی را اثربخش کند، هماهنگ و نزدیک کردن این دوره‌ها با خواست، نیازها و انتظارات شرکت‌کنندگان است (فیض‌آباد و یزدان‌پناه، ۱۳۹۹). ترویج کارآفرینی تلاشی برای توسعه‌ی فرهنگ و اندیشه‌ی کارآفرینی از طریق تغییر در دانش، نگرش‌ها، مهارت‌ها، صلاحیت‌ها، باورها و ارزش‌های افراد در جامعه است که در نهایت این تغییرها منجر به بهبود و ارتقای اقدام‌ها و یا موجب آشکار شدن نیت و رفتار کارآفرینانه در بین افراد جامعه‌ی هدف می‌شود. توسعه کارآفرینی نیازمند تلاش برای توسعه فرهنگ کارآفرینانه در جوامع است و نخستین گام در ترویج فرهنگ کارآفرینانه، فرآیند توسعه‌ی کارآفرینی در جامعه‌ها است. در این راستا، باید اذعان کرد که ترویج فرهنگ کارآفرینی تنها با بهبود و ارتقای دانش، نگرش، مهارت و رفتار کارآفرینانه صورت

می‌گیرد (شیری و همکاران، ۱۳۹۳). کارآفرینی و کارآفرینان به عنوان نشانه و نماد تلاش و موفقیت تلقی می‌شوند و همچنین، منشاء دگرگونی‌های بزرگ در زمینه‌های تولیدی، خدماتی، تجاری به شمار می‌آیند و نیز موتور محرک توسعه، پیشرفت اقتصادی، ایجاد شغل و اصلاح اجتماع می‌باشند (احمدی و همکاران، ۱۳۹۹). با توجه به این نقش‌های چندگانه در سرمایه‌گذاری برای آموزش زنان روستایی که به عنوان نیمی از منابع انسانی روستاها به شمار می‌آید، مسئله مهمی است و همچنین بررسی هزینه-فایده بانک جهانی نیز، تبیین‌کننده این موضوع است که سرمایه‌گذاری در آموزش زنان، بالاترین میزان بازگشت سرمایه را در میان دیگر سرمایه‌گذاری‌ها دارد، تاییدکننده همین موضوع است (میردسادات و همکاران، ۱۳۸۹). از آنجایی که کارآفرینی یک الگوی رفتاری است و می‌توان آن را به مردم آموزش داد تا یاد بگیرند که چگونه به طور کارآفرینانه رفتار کنند. رفتار کارآفرینانه دربرگیرنده همه فعالیت‌های افراد در شناسایی، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینی است. به باور نادسون و همکاران (۲۰۰۴) توسعه محصول‌ها و خدمات نوآورانه و کسب و کارهای جدید در کشاورزی و روند رو به رشد نوآوری در محصول‌ها و خدمات، ضرورت توسعه و ترویج رفتار کارآفرینانه را در بخش کشاورزی ایجاد می‌کند. تمرکز بر توسعه‌ی رفتار کارآفرینی در کشاورزی دارای اهمیت بالاتری است، چرا که کارآفرینی نتیجه ظهور رفتار کارآفرینانه در افراد است (شاپیرو ۱۹۸۴، به نقل از نوری، روستا و نادری، ۱۳۹۹). بر مبنای یافته‌های تحقیق احمدپور (۱۳۹۸) افزایش آگاهی زنان در شناسایی فرصت‌ها و تصمیم‌گیری مناسب از طریق برگزاری کارگاه و دوره‌های آموزشی و کاربردی کارآفرینی می‌تواند زمینه تقویت و توسعه رفتارهای کارآفرینانه را فراهم سازد. در این راستا، بررسی تاثیر و توجه به عامل‌هایی که می‌تواند در تقویت رفتار کارآفرینانه تاثیر داشته باشد ضروری به

دیگری مانند سازه‌های فردی، سازه‌های اقتصادی و سازه‌های شخصیتی از طریق پرسشنامه‌ای که بین گروه زنانی که در دوره‌های آموزشی شرکت کرده‌اند سنجیده شد. امید کهن‌شوری و دیگران (۱۳۹۷) در تحقیقات خود بیان کرده‌اند که معیار اقتصادی و فرهنگی دارای بیشترین تاثیر بر توانمندسازی زنان روستایی دارا است. از نظر آنان، عامل‌های پیشبرنده کارآفرینی زنان روستایی به ترتیب اولویت عبارتند از: خانوادگی، شخصیتی - فردی، مالی - اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی، ترویجی - زیر ساختی و ویژگی‌های شخصیتی مانند سن، تاهل، وضعیت تحصیلی و نوع شغل بر کارآفرینی زنان روستایی تاثیر دارد (کلاهدوزی بهروزی، ۱۳۹۷).

نتایج تحلیل محتوای نظرهای زنان روستایی در زمینه عامل‌های مؤثر بر رشد کارآفرینی در کسب و کارهای کوچک مبین آن بود که هفت دسته از عامل‌های فردی، محیطی، فرهنگی-اجتماعی، انگیزشی، آموزشی-ترویجی، سیاست-گذاری و مدیریتی بر رشد و توسعه کارآفرینی اثرگذار است (خسروی پور و پور جاوید، ۱۳۹۶). در پژوهش حکمت‌یار و داودیان (۱۳۹۹)، با عنوان شناسایی بازدارنده‌های توسعه کارآفرینی زنان قالیباف روستایی به جامعه آماری ۱۵۰ تن از زنان روستایی که در کلاس‌های کارآفرینی شرکت داشته‌اند، نتایج پژوهش نشان داد متغیرهای محدودیت اجتماعی برای فعالیت زنان در بازار از نظر اجتماعی و فرهنگی، نداشتن پشتوانه مالی، پایین بودن سطح سواد زنان روستایی از نظر آموزشی و مدیریتی، نبود دسترسی به فناوری‌های جدید از نظر فنی، وجود محدودیت‌های زیاد برای فعالیت‌های اقتصادی مستقل زنان از نظر مانع‌های سیاست‌گذاری از مهم‌ترین بازدارنده‌های توسعه کارآفرینی زنان قالیباف روستای جامرود می‌باشد.

در پژوهش بقایی اردکانی و منصوری (۱۳۹۹) با عنوان شناسایی و سطح‌بندی عامل‌های مؤثر بر فعالیت‌های کارآفرینی زنان روستایی بر مبنای رویکرد ساختاری

نظر می‌رسد (احمدپورو همکاران، ۱۳۹۸)، که از جمله این عامل‌ها، موضوع تاثیر دوره‌های آموزشی ترویجی کارآفرینی است. یکی از اجزای مهم اساسی برنامه‌های آموزش ترویجی که باید مورد توجه خاص قرار گیرد ارزشیابی اثربخشی این برنامه‌ها و تعیین میزان دستیابی به هدف‌های دوره‌ها و مشخص کردن نارسایی و کاستی‌های موجود و اصلاح دوره‌های آتی می‌باشد (عزیزی خالخیلی و همکاران، ۱۳۹۶). یافته‌های پژوهش عزیزی خالخیلی در سال ۱۳۹۷ با هدف بررسی اثربخشی دوره آموزشی ترویجی تولید ورمی‌کمپوست در استان فارس نشان داد که، نگرش و دانش نسبت به تولید ورمی‌کمپوست در پیش و پس از برگزاری دوره آموزشی اختلاف معنی‌داری بین آنها بوده و پس از برگزاری دوره شرکت‌کنندگان دارای نگرش و دانش بالاتری بودند. و همچنین سنجش تقویت رفتار کارآفرینانه در زمینه اقتصادی، از طریق عضویت در صندوق اعتبارات خرد (پس انداز روستایی) روستایی و فراهم شدن زمینه‌های اشتغال برای زنان روستایی، ایجاد و افزایش درآمد برای زنان روستایی، کسب استقلال مالی، ایجاد و افزایش پس‌اندازهای شخصی بررسی و ارزیابی شد. یافته‌های تحلیل همبستگی نشان دادند که بین مؤلفه‌های روش تدریس و محتوای آموزشی و آموزشگر و ارزشیابی از میزان خودکارآمدی کارآفرینانه دانشجویان، رابطه مثبت و معناداری وجود دارد (صالحی و دیگران، ۱۳۹۵). برخی پژوهش‌ها نشان می‌دهند که برداشت فراگیران از ظرفیت‌های کارآفرینی خود به کمک مؤلفه‌های برنامه‌های درسی افزایش پیدا کرده و انگیزه آنان برای درگیر شدن در رفتار کارآفرینی بالا می‌رود (کاسوف و همکاران ۲۰۱۳، به نقل از صالحی و همکاران ۱۳۹۵) و نتایج تحقیقات رضائی و میری کرم (۱۳۹۷) نشان دادند که چهار عامل محتوا، روش تدریس، صلاحیت مدرسان و مشخصه‌های فراگیران اثر مثبت و معناداری بر توسعه مهارت‌های کارآفرینانه دانشجویان داشتند. همچنین این متغیر در ابعاد

تفسیری که جامعه آماری خبرگان آشنا به مسئله‌های علوم تربیتی و روان‌شناسی، متخصصان مدیریت و جامعه‌شناسی و کارآفرینان روستایی بودند، که بر مبنای نظر خبرگان ۱۱ عامل از عامل‌های مؤثر بر فعالیت‌های کارآفرینی زنان روستایی شناسایی شدند. بر این مبنای یافته‌های پژوهش نشان داد، از بین عامل‌های شناسایی شده، آموزش مهارت‌های کارآفرینی زنان روستایی از جمله مؤثرترین عامل‌ها در فعالیت‌های کارآفرینی زنان روستایی است. نتایج پژوهش انجام شده توسط احمد و همکاران (۲۰۲۰) نشان داد، برنامه‌های آموزش کارآفرینی بر رشد قصد کارآفرینی و ایجاد شغل تاثیر مثبت می‌گذارد و از این رو آموزش کارآفرینی ابزار مهمی در تقویت رفتار کارآفرینی است. رحمتی، ایرجی‌راد و منسوب‌بصری (۱۳۹۸) در تحقیق خود با عنوان اثربخشی آموزش‌های کسب و کار کشاورزی در کارآفرینی زنان روستایی با جامعه آماری ۹۷۰ تن از زنان روستایی استان البرز که پیشینه شرکت در دوره‌های آموزشی ترویجی مرتبط با اشتغال و کسب و کار را داشته‌اند در مقایسه با یک گروه ۱۴۰ تن که بدون پیشینه شرکت در دوره‌های آموزشی بودند، به این نتیجه رسیدند که تفاوت معنی‌داری از لحاظ ویژگی‌های کارآفرینانه بین دو گروه آزمایش و شاهد بود. همچنین افرادی که در دوره‌های آموزشی کارآفرینانه شرکت کرده بودند در دو مؤلفه موفقیت‌طلبی و تحمل ابهام نسبت به گروه کنترل نمره بالاتری کسب نمودند. نتایج تحقیقات رضائی و میری‌کرم (۱۳۹۷) نشان داد، چهار عامل محتوا، روش تدریس، صلاحیت مدرسان و مشخصه‌های فراگیران اثرهای مثبت و معناداری بر توسعه مهارت‌های کارآفرینانه دانشجویان داشتند. نتایج پژوهش خالخیلی و همکاران (۱۳۹۶) با هدف بررسی کاربرد الگوی ارزشیابی اثربخشی برنامه‌های آموزشی ترویجی پرورش‌دهندگان گوسفند شهرستان پاسارگارد نشان داد میزان رضایت شرکت‌کنندگان از دوره برگزار شده بالاتر

از حد متوسط است و همچنین دوره برگزار شده روی یادگیری افراد از نظر نگرش و دانش ایشان نسبت به موضوع‌های مورد آموزش دارای تاثیرهای معنی‌دار بود و مهم‌ترین دشواری افراد برای شرکت در دوره، موضوع رفت و آمد به محل برگزاری دوره بود.

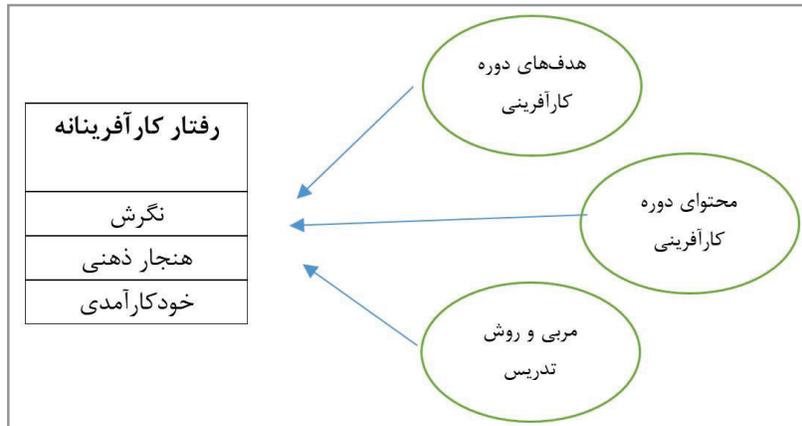
صالحی و همکاران (۱۳۹۵) در یافته‌های تحلیل همبستگی نشان دادند که بین مؤلفه‌های روش تدریس و محتوای آموزشی و آموزش‌گر و ارزشیابی از میزان خودکارآمدی کارآفرینانه دانشجویان، رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. یافته‌های پژوهش آقاجانی و همکاران (۱۳۹۲) نشان داده است که اثربخشی دوره‌های آموزش کارآفرینی و همه بعدهای مورد بررسی یعنی، تحریک انگیزه‌ها، پرورش ویژگی‌ها و آموزش مهارت‌ها در وضعیت مناسبی قرار ندارند. در پژوهشی محققان با برگزاری یک شبهه‌آزمایش از طریق سخنرانی، اثربخشی آموزش کارآفرینی را بررسی کردند و نتایج نشان داد که بین آموزش کارآفرینی با ایجاد شغل‌های جدید رابطه معناداری وجود دارد. اما با وجود تایید اثربخشی آموزش کارآفرینی، مسئله‌های، چون برنامه درسی مناسب، زیر ساخت‌های فیزیکی و کمبود مربیان واجد شرایط این آموزش‌ها را تحت‌الشعاع قرار می‌دهند (ماتسویی و همکاران، ۲۰۲۰).

تاثیر آموزش کارآفرینی بر پایداری شغل‌های خانوادگی (مطالعه موردی: برزیل) عنوان پژوهش دیگری است که توسط گومز سوارز و همکاران (۲۰۲۰) انجام شده است. در این تحقیق، محققان دریافتند از عامل‌هایی که سبب پایداری و رشد و رقابت بین شغل‌های جدید می‌شود، آموزش مستمر کارآفرینی است و رابطه مثبتی بین این دو وجود دارد. یافته‌ها نشان داد که سرمایه‌گذاری در امر آموزش کارآفرینی سبب پایداری و حضور فعالانه در کارآفرینی می‌شود (گومز، ۲۰۲۰). در نهایت نایا (۲۰۱۳)، هدف از آموزش کارآفرینی را توسعه رفتار کارآفرینی، مهارت و ویژگی‌های مرتبط با آن می‌داند یا به عبارتی دیگر

شدند و تأثیر آنها بر رفتار کارآفرینانه زنان روستایی شرکت کننده در این دوره ها با هدف کلی ارزشیابی اثربخشی دوره‌های آموزشی ترویجی کارآفرینی بر تقویت رفتار کارآفرینانه زنان روستایی عضو صندوق اعتبارات خرد در استان تهران بررسی و ارزیابی شد (نگاره ۱).

هدف از آموزش کارآفرینی تربیت افرادی با شایستگی‌های کارآفرینانه است.

با توجه به نتایج بررسی منابع، در این تحقیق ارکان اصلی دوره آموزشی ترویجی شامل هدف‌ها، محتوا و آموزشگران به عنوان متغیرهای مستقل در نظر گرفته



نگاره ۱- تأثیر مؤلفه‌های اصلی دوره آموزشی ترویجی کارآفرینی بر رفتار کارآفرینانه

روش پیش‌آزمون و به ترتیب با استفاده از آلفای کرونباخ و تتای ترتیبی با میزان‌های ۰/۷۶ و ۰/۷۴ و نظرسنجی از کارشناسان و متخصصان مؤسسه آموزش و ترویج کشاورزی استفاده شد. برای هر پرسش، طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت (بسیار کم، کم، تا حدودی، زیاد و بسیار زیاد) در نظر گرفته شد. کل شهرستان‌های استان تهران دارای چندین صندوق اعتباری خرد زنان روستایی فعال بوده که از این شمار، شهرستان‌های ورامین، دماوند و سولقان به صورت تصادفی انتخاب شدند و گردآوری داده‌ها از زنان روستایی عضو صندوق که در ۴ سال اخیر در دوره‌های آموزشی شرکت کرده بودند در چهار روستای خورین، محمد آباد عرب‌ها، آردینه و سولقان گردآوری شد. روستای محمدآباد عربها با ۴۰ تن بیشترین شمار و روستای خورین با ۱۶ تن کمترین شمار نمونه را در این تحقیق در بر داشتند (جدول ۱).

## روش‌شناسی

این تحقیق با هدف تعیین اثربخشی دوره‌های آموزشی ترویجی کارآفرینی بر تقویت رفتار کارآفرینانه زنان روستایی عضو صندوق اعتبارات خرد در استان تهران انجام شد. دیدمان تحقیق از نظر هدف، کاربردی و موضوعی از نوع کمی؛ از لحاظ نوع تحقیق، علی - ارتباطی و از نظر شیوه گردآوری داده‌ها از نوع میدانی بود. جامعه آماری این پژوهش را ۹۸ تن از زنان روستایی عضو صندوق اعتباری خرد زنان روستایی و شرکت کننده در دوره‌های آموزش کارآفرینی استان تهران تشکیل می‌دادند و برای انتخاب نمونه آماری از روش نمونه گیری تصادفی چند مرحله‌ای با نسبت متناسب استفاده شد و برای تعیین حجم نمونه از جدول مورگان استفاده شد که حجم نمونه برابر ۷۰ تن در نظر گرفته شد. ابزار گردآوری داده‌ها، پرسشنامه محقق ساخته‌ای بود که برای پایایی و روایی آن با

جدول ۱- روستا و شمار نمونه‌های منتخب

نام روستا	حجم جامعه	شمار کل جامعه	حجم نمونه
محمد آباد عرب‌ها	۴۰	۹۸	۷۰
خورین	۱۶		
سولقان	۲۲		
آردینه	۲۰		

با توجه به پرسش‌ها و هدف‌های تحقیق با استفاده از روش‌های آماری توصیفی (میانگین، انحراف معیار، ضریب تغییرات، فراوانی و درصد) و تحلیلی عاملی و رگرسیونی با نرم‌افزار SPSS انجام شد. تحلیل عاملی برای دسته‌بندی و نام‌گذاری محدودیت‌های راه‌اندازی کسب و کار کشاورزی توسط زنان روستایی و تحلیل رگرسیونی برای تبیین تاثیر مؤلفه‌های اصلی دوره آموزشی ترویجی بر رفتار کارآفرینانه زنان روستایی استفاده شد.

### یافته‌ها

جامعه آماری در این پژوهش را زنان روستایی شرکت کننده در دوره‌های آموزش کارآفرینی تشکیل دادند که در جدول ۲ ویژگی‌های فردی و اقتصادی شرکت کننده‌ها ارایه شده است.

از پرسشنامه برای گردآوری اطلاعات و به صورت حضوری استفاده شده است. در آغاز پرسشنامه پرسش‌هایی چون ویژگی‌های سازه‌های فردی، اجتماعی و اقتصادی و در قسمت دوم از شرکت کنندگان در مورد عامل‌های مؤثر بر کارآفرینی، ایجاد شغل، تاثیرگذاری‌های دوره‌های آموزشی و همچنین بازدارنده‌هایی که بر سر راه آنان قرار گرفته پرسیده شد و از آنان خواسته شد تا جایگاه خود را در زمینه قصد و انجام فعالیت کارآفرینانه پس از گذراندن دوره‌های آموزشی مشخص کنند. متغیر وابسته این پژوهش رفتار کارآفرینانه زنان روستایی پس از شرکت در دوره‌های آموزشی ترویجی کارآفرینی است. مؤلفه‌های متغیر وابسته به ترتیب در سه بعد رفتار کارآفرینانه که شامل نگرش، هنجارهای ذهنی و خودکارآمدی است و از طریق پرسش‌های پرسشنامه سنجیده شد. پردازش داده‌ها

جدول ۲- پراکنش پاسخگویان بر مبنای ویژگی‌های فردی و اقتصادی

وضعیت تأهل	فراوانی	درصد	شمار فرزندان	فراوانی	درصد
مجرد	۷	۰/۱۰	سه فرزند و بیشتر	۷	۰/۱۰
متاهل	۶۳	۰/۹۰	سرپرست خانوار بودن:	فراوانی	درصد
وضعیت تحصیلات	فراوانی	درصد	بله	۲	۲/۹
زیردیپلم (ابتدایی و متوسطه اول)	۳۴	۴۸/۶	خیر	۶۸	۹۷/۱
دیپلم	۲۹	۴۱/۴	دارا بودن منبع در آمد مستقل:	فراوانی	درصد
کاردانی	۲	۲/۹	بله	۸	۱۱/۴
کارشناسی و بالاتر	۵	۷/۱	خیر	۶۲	۸۸/۶
شمار فرزندان	فراوانی	درصد	شغل سرپرست خانواده	فراوانی	درصد
بدون فرزند	۹	۱۲/۹	کشاورز	۱۸	۰/۲۵
یک فرزند	۱۴	۰/۲۰	آزاد	۱۶	۰/۲۳
دو فرزند	۴۰	۵۷/۱	کارمند	۸	۰/۱۱

شغل سرپرست خانواده	فراوانی	درصد	سرپرست خانواده بودن	فراوانی	درصد
خانه دار	۸	۰/۱۱	بله	۲	۲/۹
کارگر	۹	۰/۱۲	خیر	۶۸	۹۷/۱
آشپزی	۱	۰/۰۲	پیشینه عضویت در صندوق اعتباری خرد زنان روستایی	فراوانی	درصد
راننده تاکسی	۱	۰/۰۲	کمتر از یکسال	۲۱	۰/۳۰
بازنشسته	۶	۰/۰۸	۱ تا ۵ سال	۱۲	۱۷/۱
کارگر کشتارگاه	۱	۰/۰۲	۶ تا ۱۰ سال	۲۹	۴۱/۴
مکانیک	۱	۰/۰۲	۱۰ سال و بالاتر	۸	۱۱/۴
جوشکار	۱	۰/۰۲			

بیشتر نمونه‌های مورد بررسی با بیشترین فراوانی مربوط به گروه متأهل می‌باشد که ۱۰٪ از پاسخگویان شامل مجردها و ۹۰٪ متأهل بودند. کمینه و بیشینه سن گزارش شده برابر ۲۱ و ۶۵ سال می‌باشد و میانگین سنی گروه پاسخ دهنده برابر ۴۲ سال با انحراف معیار ۹/۹۸ گویای آن است که بیشترین پاسخگویان، افرادی جوان هستند که می‌توان عنوان داشت رکن بنیادین خانواده‌ها را زنانی جوان و فعال در روستاها تشکیل می‌دهند و همین امر می‌تواند نوید دهنده این باشد که می‌توان با برنامه‌ریزی مناسب، بر پایه‌ی نیازسنجی موشکافانه خانواده‌های روستایی را به سمت توسعه و بهبود سوق داد. بر مبنای نتایج به دست آمده ۶/۴۸٪ از پاسخ‌دهندگان زیردیپلم (ابتدایی و متوسطه اول) هستند و ۴۱/۴٪ دیپلم، ۲/۹٪ کاردانی و ۷/۱٪ کارشناسی هستند. به عبارتی می‌توان ادعا داشت که بیش از نیمی از نمونه مورد تحقیق سطح سوادی در حد زیردیپلم و دیپلم دارند. نمونه‌های مورد تحقیق بر اساس شمار فرزندان به گروه‌های بدون فرزند، یک فرزند، دو فرزند و سه فرزند و بیشتر تقسیم شده‌اند. بر مبنای نتایج به دست آمده بیشترین فراوانی مربوط به گروه دو فرزند ۵۷/۱٪ تعلق دارد و ۱۲/۹٪ بدون فرزند، ۲۰٪ با یک فرزند و ۱۰٪ دارای ۳ فرزند و بیشتر بودند. بر اساس نتایج به دست آمده از میان ۷۰ تن شرکت کنندگان در دوره‌های کارآفرینی ۲/۹ سرپرست خانواده بودند و ۹۷/۱٪ سرپرست خانواده نبوده‌اند و ۳۰٪ از این زنان

سرپرست خانوار هستند. با توجه نتایج به دست آمده از میان شرکت کنندگان در دوره‌های کارآفرینی ۱۱/۴٪ دارای منبع درآمد مستقل هستند و ۸۸/۶٪ منبع درآمد مستقلاً برای خود ندارند. ۳۰٪ از شرکت کنندگان کمتر از یک‌سال، ۱۷/۱٪ بین یک تا پنج سال، ۴۱/۱٪ پنج تا ده سال و ۱۱/۴٪ بیش از ده سال سابقه عضویت در صندوق اعتبارات خرد را دارند. گویه‌های مربوط به ایجاد انگیزه در زنان روستایی پس از شرکت در دوره‌های کارآفرینی برای ایجاد کسب و کار مستقل نشان داد ۸۰ درصد این انگیزه را به دست آورده‌اند و ۲۰٪ انگیزه کافی کسب نکرده‌اند. بر اساس نتایج به دست آمده ۶۴/۳٪ از پاسخ‌دهندگان شرکت در این دوره‌ها را سبب بهبود در کسب و کار خود دانستند ولی ۳۵/۷٪ از پاسخ‌دهندگان بر این باور بودند که شرکت در این دوره‌ها سبب بهبود در کسب و کار آنان نشده است (جدول ۲).

**برنامه‌های آموزشی ترویجی:** در این بخش از پاسخگویان پرسیده شد در رابطه با چه موضوع‌هایی در دوره‌های کارآفرینی آموزش دیده‌اید؟ نتایج به دست آمده در جدول ۳ نشان می‌دهد که ۶۵/۷٪ از پاسخگویان دست‌کم در یک دوره آموزشی استاندارد دفتر توسعه فعالیت‌های زنان روستایی و عشایری مؤسسه آموزش و ترویج کشاورزی و مرتبط با مهارت‌های شغلی، ۱۷/۱٪ در دوره‌ی آموزشی ایده‌پردازی و ۱۷/۱٪ در دوره آموزشی مدل کسب و کار در یکسال گذشته شرکت کرده بودند.

بیشتر نمونه‌های مورد بررسی با بیشترین فراوانی مربوط به گروه متأهل می‌باشد که ۱۰٪ از پاسخگویان شامل مجردها و ۹۰٪ متأهل بودند. کمینه و بیشینه سن گزارش شده برابر ۲۱ و ۶۵ سال می‌باشد و میانگین سنی گروه پاسخ دهنده برابر ۴۲ سال با انحراف معیار ۹/۹۸ گویای آن است که بیشترین پاسخگویان، افرادی جوان هستند که می‌توان عنوان داشت رکن بنیادین خانواده‌ها را زنانی جوان و فعال در روستاها تشکیل می‌دهند و همین امر می‌تواند نوید دهنده این باشد که می‌توان با برنامه‌ریزی مناسب، بر پایه‌ی نیازسنجی موشکافانه خانواده‌های روستایی را به سمت توسعه و بهبود سوق داد. بر مبنای نتایج به دست آمده ۶/۴۸٪ از پاسخ‌دهندگان زیردیپلم (ابتدایی و متوسطه اول) هستند و ۴۱/۴٪ دیپلم، ۲/۹٪ کاردانی و ۷/۱٪ کارشناسی هستند. به عبارتی می‌توان ادعا داشت که بیش از نیمی از نمونه مورد تحقیق سطح سوادی در حد زیردیپلم و دیپلم دارند. نمونه‌های مورد تحقیق بر اساس شمار فرزندان به گروه‌های بدون فرزند، یک فرزند، دو فرزند و سه فرزند و بیشتر تقسیم شده‌اند. بر مبنای نتایج به دست آمده بیشترین فراوانی مربوط به گروه دو فرزند ۵۷/۱٪ تعلق دارد و ۱۲/۹٪ بدون فرزند، ۲۰٪ با یک فرزند و ۱۰٪ دارای ۳ فرزند و بیشتر بودند. بر اساس نتایج به دست آمده از میان ۷۰ تن شرکت کنندگان در دوره‌های کارآفرینی ۲/۹ سرپرست خانواده بودند و ۹۷/۱٪ سرپرست خانواده نبوده‌اند و ۳۰٪ از این زنان

جدول ۳- پراکنش پاسخگویان بر مبنای شرکت در دوره‌های آموزشی ترویجی کارآفرینی

عنوان دوره آموزشی	فراوانی	درصد
مهارت‌های شغلی	۴۶	۶۵/۷
ایده‌پردازی	۱۲	۱۷/۱
مدل کسب و کار	۱۲	۱۷/۱
مجموع	۷۰	۱۰۰
شمار دوره آموزشی	فراوانی	درصد
یک دوره	۴۹	۰/۷۰
دو دوره	۱۵	۲۱/۴
سه دوره و بیشتر	۶	۸/۶
جمع	۷۰	۱۰۰

از میان شرکت‌کنندگان در دوره‌های آموزشی ترویجی، ۷۰٪ از پاسخ‌دهندگان در یک دوره، ۲۱/۴٪ در دو دوره و ۸/۶٪ در سه دوره و بیشتر شرکت کرده بودند. سازه‌های اجتماعی - فرهنگی: از مهم‌ترین عامل‌های مؤثر بر کارآفرینی در هر جامعه، فرهنگ و شرایط اجتماعی و اقتصادی حاکم بر آن جامعه است؛ لذا در این تحقیق برخی سازه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی پاسخگویان و محل سکونت آنان بررسی شد.

جدول ۴- پراکنش پاسخگویان بر اساس برخی سازه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی

حق تصمیم‌گیری در خانه	فراوانی	درصد	گرایش به کسب درآمد	فراوانی	درصد
خیلی کم	۴	۵/۷	خیلی کم	۰	۰
کم	۸	۱۱/۴	کم	۲	۲/۹
متوسط	۱۱	۱۵/۷	متوسط	۷	۰/۱۰
زیاد	۳۳	۴۷/۱	زیاد	۱۷	۲۴/۳
خیلی زیاد	۱۰	۱۴/۳	خیلی زیاد	۱۲	۱۷/۱
بدون پاسخ	۴	۵/۷	بدون پاسخ	۳۲	۴۵/۷
مجموع	۷۰	۱۰۰	مجموع	۷۰	۱۰۰
دیدگاه اهالی روستا به اشتغال زنان	فراوانی	درصد	فاصله محل سکونت تا شهر	فراوانی	درصد
خیلی کم	۱۹	۲۷/۱	خیلی زیاد	۲۰	۲۸/۶
کم	۶	۸/۶	زیاد	۲۱	۰/۳۰
متوسط	۱۵	۲۱/۴	متوسط	۲۲	۳۱/۴
زیاد	۱۱	۱۵/۷	کم	۳	۴/۳
خیلی زیاد	۱۵	۲۱/۴	خیلی کم	۴	۵/۷
بدون پاسخ	۴	۵/۷	بدون پاسخ	-	-
مجموع	۷۰	۱۰۰	مجموع	۷۰	۱۰۰

دارند (جدول ۴).

**مرحله‌های کارآفرینی:** منظور از مرحله‌های کارآفرینی، جایگاه شرکت‌کنندگان در زمینه قصد و انجام فعالیت کارآفرینانه پس از گذراندن دوره‌های آموزشی ترویجی کارآفرینی می‌باشد. بر مبنای نتایج به دست آمده از جدول ۵، بیش از ۴۷٪ از پاسخ‌دهندگان به دنبال یافتن ایده کسب و کار هستند و ۱۸/۶٪ به فکر راه اندازی کسب و کار خود هستند همچنین ۱۷/۱٪ به فکر توسعه کسب و کار خود هستند (جدول ۵).

نتایج به دست آمده نشان داد که ۵/۷٪ به میزان خیلی کم، ۱۱/۴٪ کم، ۱۵/۷٪ کم، ۴۷/۱٪ زیاد و ۱۴/۳٪ به میزان خیلی زیاد حق تصمیم‌گیری در امور منزل را دارند. ۲۷/۱٪ از آزمون‌شوندگان معتقدند اهالی روستا دیدگاه مثبتی نسبت به اشتغال زنان ندارند، ۸/۶٪ دیدگاهشان خیلی کم، ۲۱/۴٪ زیاد، ۱۵/۷٪ زیاد، ۲۱/۴٪ خیلی زیاد. ۲/۹٪ از پاسخ‌دهندگان باور دارند که گرایش خیلی کم به درآمد مستقل وجود دارد، ۱۰٪ گرایش کم، ۲۴/۳٪ گرایش زیاد، ۱۷/۱٪ گرایش خیلی زیاد به درآمد مستقل

جدول ۵- پراکنش پاسخگویان بر اساس مرحله‌های فعالیت‌های کارآفرینانه

مرحله‌های کارآفرینی	فراوانی	درصد
نبود زمینه تصمیم‌گیری	۱۰	۱۴/۳
یافتن ایده کسب و کار	۳۳	۴۷/۱
راه اندازی کسب و کار	۱۳	۱۸/۶
ایجاد کسب و کار	۲	۲/۹
توسعه کسب و کار	۱۲	۱۷/۱
مجموع	۷۰	۱۰۰

ارتباط با آموزشگران پس از برگزاری دوره‌های کارآفرینی به ترتیب میانگین ۳/۹۸، ۴/۰۴، ۳/۹۸، ۳/۹۳ و ۳/۷۷ را داشته‌اند. سنجش دومین مؤلفه از متغیر مستقل در ارتباط با هدف‌های دوره‌های آموزشی بود که نشان داد این دوره‌ها باعث شده تا شرکت‌کنندگان استعداد و توانایی‌های شغلی خود را بهتر بشناسند، راه‌های ورود به کارآفرینی و کارآفرین شدن را بشناسند و در رویارویی با خطرهای احتمالی توانایی روبه‌رو شدن با آن را به دست آورده‌اند که میانگین آنها به ترتیب ۲/۸۳، ۳/۷۵ و ۳/۴۶ بود. سومین مؤلفه سنجش متغیر مستقل بر اساس محتوای ارائه شده بود. سنجش این مؤلفه بیانگر این بود که مطالب و جزوه‌های متناسب با فهم و درک شرکت‌کنندگان، از نظر مطالب ارائه شده سودمند، کارآمد و نقش مثبتی در مسیر کارآفرینی زنان روستایی داشته و میانگین‌شان

بنا بر نتایج به دست آمده، بیشتر شرکت‌کنندگان در دوره‌های آموزشی کارآفرینی کسب و کار مدنظر خود را آغاز نکرده‌اند و به دنبال یافتن ایده برای کسب و کار خود می‌باشند.

### سنجش متغیرهای مستقل و وابسته

به منظور بررسی و سنجش مؤلفه‌های متغیرهای آموزش کارآفرینی بر رفتار کارآفرینانه در پرسشنامه ۳۰ گویه مطرح و اثربخشی دوره‌ها از نظر پاسخگویان بررسی شد. یافته‌های به دست آمده در رابطه با مؤلفه آموزشگران که به عنوان مربی اجرای آموزش‌های ترویجی را بر عهده داشتند نشان داد مربیان در زمینه انتقال اطلاعات آموزش کارآفرینی، چگونگی تدریس و ایجاد اشتیاق در زنان روستایی به شرکت در دوره‌ها، ایجاد دیدگاه مثبت و علاقمندی به کارآفرینی، حمایت و تشویق از نظر و دیدگاه شرکت‌کنندگان و چگونگی

به ترتیب ۳/۳۱، ۳/۳۰، ۳/۳۷ و ۳/۳۶ می باشد. چهارمین مؤلفه سنجش متغیر مستقل روش یاددهی یا روش تدریس بود که نتایج نشان می دهد دوره های آموزشی در زمینه انتقال مهارت ها مانند نوشتن طرح کسب و کار، تعیین چشم انداز، تعیین هدف های کوتاه مدت و بلندمدت با میانگین ۳/۴۸، مراجعه به جزوه های آموزشی پس از پایان دوره با میانگین ۳/۴۳ و بیان مطالب از روی محتوای آموزشی با میانگین ۳/۷۸ بوده است. متغیر وابسته در سه بعد نگرش، هنجارهای ذهنی و خودکارآمدی بررسی شد. بر مبنای یافته ها، مؤلفه هایی که نمره های بالاتر از میانگین در این متغیر کسب کرده اند عبارت بودند از: فقط افرادی می توانند

در کارآفرینی موفق شوند که در شهرهای بزرگ زندگی می کنند، زیرا امکانات بیشتری در دسترس شان قرار دارد با میانگین ۲/۵۲؛ کلاس های آموزش کارآفرینی باعث شد تا برای راه اندازی کسب و کار جدید شجاعت بیشتری پیدا کنم با میانگین ۳/۲۵؛ کلاس های آموزش کارآفرینی باعث شد تا ذهنیتم نسبت به کارآفرینی و مقابله با خطرهای احتمالی خطرپذیر شود و آمادگی بیشتر پیدا کنم با میانگین ۳/۸۹؛ بعد از گذراندن دوره کارآفرینی برای راه اندازی کسب و کار مصمم تر شدم با میانگین ۴/۰۱ و این توانایی را در خودم می بینم که درآمدزایی به صورت مستقل از طریق کارآفرینی برای خود داشته باشم با میانگین ۳/۷۰ بود.

جدول ۶- نگرش پاسخگویان در زمینه مؤلفه های متغیرهای آموزش کارآفرینی و رفتار کارآفرینانه

مؤلفه	گویه	فراوانی پاسخ ها	میانگین	انحراف معیار	ضرب تغییرها	میانگین مؤلفه
مربیان و روش تدریس	مربانی که به عنوان آموزشگر در کلاس های آموزشی حضور داشتند در زمینه کارآفرینی اطلاعات سودمندی در اختیار ما قرار دادند.	۶۲	۳/۹۸	۰/۹۱	۰/۲۲۸	۳/۹۴
	چگونگی تدریس و آموزش مربیان اشتیاق و تاثیر زیادی برای حضور من در آموزش های کارآفرینانه داشت.	۶۲	۴/۰۴	۰/۹۹	۰/۲۴۵	
	مربیان کلاس با ایجاد دیدگاه مثبت نسبت به کارآفرینی باعث شدند تا به موضوع های کارآفرینی علاقه مند شوم.	۶۲	۳/۹۸	۰/۹۶	۰/۲۴۱	
	مربیان دوره از نظر و دیدگاه هایی که برای آغاز کسب و کار به ذهنم می رسید، استقبال می کردند و حمایت و تشویق می کردند.	۶۲	۳/۹۳	۱/۱۱	۲/۸۲	
هدف دوره	هر گاه که نیاز داشته باشم می توانم با مربیان دوره کارآفرینی در مورد کسب و کارم و کارآفرینی صحبت کنم و مشورت بگیرم و به طور کلی مربیان در دسترسم هستند.	۶۶	۳/۷۷	۰/۸۷	۰/۲۳۰	۳/۶۳
	دوره های آموزشی باعث شد تا استعدادها و توانایی های شغلی خود را بهتر بشناسم.	۶۶	۳/۸۳	۰/۹۳	۰/۲۴۲	
	پس از پایان دوره آموزش کارآفرینی اطلاعات بسیار سودمندی درباره مفهوم کارآفرینی و روش کارآفرین شدن به دست آوردم.	۶۶	۳/۷۵	۱/۳۰	۰/۲۷۴	
	با گذراندن این دوره می توانم در مسیر کارآفرین شدن و راه اندازی کسب و کار با خطرها و دشواری های احتمالی مقابله کنم چون برای رویارویی و مواجهه با دشواری ها در کلاس ها، آموزش های لازم را دیده ام.	۶۶	۳/۴۶	۱/۰۸	۰/۳۱۲	
	دوره های آموزش کارآفرینی باعث شد تا مهارت هایی مانند (نوشتن طرح کسب و کار، مدیریت واحد کسب و کار، تعیین هدف ها در زندگی، تعریف چشم انداز برای خود، تعیین هدف های کوتاه مدت و بلندمدت، نوشتن مسئله ها، ایده پردازی، تهیه مدل کسب و کار و ...) را یاد بگیرم.	۶۶	۳/۴۸	۱/۳۰	۰/۳۷۳	

مؤلفه	میانگین	انحراف معیار	ضریب تغییرات	میانگین مؤلفه	مؤلفه	گویه	فراوانی پاسخ‌ها	میانگین	انحراف معیار	ضریب تغییرات	میانگین مؤلفه
محتوای دوره	۰/۳۷۴	۱/۲۴	۳/۳۱	۶۶	مطالب کلاس کارآفرینی و جزوه‌های درسی یا مطالبی که برای‌مان توضیح می‌داند را به راحتی یاد گرفتیم و در ذهن سپردم.	۶۶	۳/۳۱	۱/۲۴	۰/۳۷۴		
	۰/۳۱۴	۱/۰۶	۳/۳۷	۶۶	مطالب جزوه‌های آموزشی همیشه برایم مفید بوده است و کمک زیادی به توسعه کسب و کارم می‌کند.	۶۶	۳/۳۷	۱/۰۶	۰/۳۱۴		
	۰/۳۸۱	۱/۲۶	۳/۳۰	۶۶	در هنگامی که در کسب و کارم به مشکلی برمی‌خورم به جزوه‌ها و کتاب‌های آموزشی مراجعه می‌کنم، چون همیشه برایم سودمند بوده است.	۶۶	۳/۳۰	۱/۲۶	۰/۳۸۱		
	۰/۳۴۱	۱/۱۷	۳/۴۳	۶۶	همیشه خواندن جزوه‌ها و کتاب‌های کارآفرینی و درک مطالب برایم آسان و قابل درک بوده است.	۶۶	۳/۴۳	۱/۱۷	۰/۳۴۱		
	۰/۳۹۵	۱/۳۳	۳/۳۶	۶۶	مطالب موجود در جزوه‌ها نقش مؤثری در راه‌اندازی کسب و کارم داشته، تا به یک کارآفرین واقعی تبدیل شوم.	۶۶	۳/۳۶	۱/۳۳	۰/۳۹۵		
	۰/۳۴۹	۱/۲۰	۳/۴۳	۶۶	پس از پایان دوره آموزش کارآفرینی به جزوه‌ها مراجعه می‌نمایم به این علت که همان مطالبی را که برای کسب و کارم نیاز دارم می‌توانم به راحتی در جزوه‌ها پیدا کنم.	۶۶	۳/۴۳	۱/۲۰	۰/۳۴۹		
نگرش نسبت به دوره	۰/۴۳۰	۱/۲۰	۲/۷۹	۶۸	یکی از راه‌های رسیدن به درآمد و استقلال فردی، می‌تواند حضور در کلاس‌های کارآفرینی و فعالیت‌های کارآفرینانه باشد.	۶۸	۲/۷۹	۱/۲۰	۰/۴۳۰		
	۰/۴۳۱	۱/۰۴	۲/۴۱	۶۵	شرکت در دوره های کارآفرینی و ایجاد کسب و کار، من را به هدفی که می‌خواهم می‌رساند.	۶۵	۲/۴۱	۱/۰۴	۰/۴۳۱		
	۰/۴۰۵	۱/۲۲	۲/۷۰	۶۸	کلاس‌های آموزش کارآفرینی تاثیر مثبتی در دیدگاهم برای کارآفرین شدن و آغاز کسب و کار داشته است.	۶۸	۲/۷۰	۱/۲۲	۰/۴۰۵		
	۰/۲۹۱	۱/۱۷	۴/۰۱	۶۸	پس از گذراندن دوره کارآفرینی برای راه‌اندازی کسب و کار مصمم‌تر شدم.	۶۸	۴/۰۱	۱/۱۷	۰/۲۹۱		
	۰/۴۲۰	۱/۲۵	۲/۹۷	۶۸	خانواده، دوستان و آشنایان، از اینکه در دوره های آموزشی شرکت کرده و کسب و کاری را ایجاد کردم حمایت می‌کنند و من را به آینده شغلی ام امیدوار می‌کنند.	۶۸	۲/۹۷	۱/۲۵	۰/۴۲۰		
	۰/۴۲۳	۱/۳۳	۲/۷۰	۶۸	حضور در دوره‌های کارآفرینی با تشویق اطرافیان، تاثیر زیادی در راه‌اندازی کسب و کارم داشته است.	۶۸	۲/۷۰	۱/۳۳	۰/۴۲۳		
هنجارهای ذهنی	۰/۴۶۲	۱/۲۹	۲/۷۹	۶۸	پس از گذراندن دوره‌های آموزش کارآفرینی متوجه شدم توانایی و مهارت‌های لازم برای راه‌اندازی کسب و کار را دارم.	۶۸	۲/۷۹	۱/۲۹	۰/۴۶۲		
	۰/۲۹۳	۱/۱۴	۳/۸۹	۶۵	کلاس‌های آموزش کارآفرینی باعث شد تا ذهنیتم نسبت به کارآفرینی و روبه‌رو شدن با خطرهای احتمالی خطرپذیر شود و آمادگی بیشتر پیدا کنم.	۶۵	۳/۸۹	۱/۱۴	۰/۲۹۳		
	۰/۳۴۴	۱/۴۱	۳/۲۵	۶۸	کلاس‌های آموزش کارآفرینی باعث شد تا برای راه‌اندازی کسب و کار جدید شجاعت بیشتری پیدا کنم.	۶۸	۳/۲۵	۱/۴۱	۰/۳۴۴		
	۰/۴۲۳	۱/۳۳	۳/۱۴	۶۸	افرادی می‌توانند در فرآیند کارآفرینی و راه‌اندازی کسب و کار موفق شوند که علاقه و امکانات بیشتری در اختیار دارند.	۶۸	۳/۱۴	۱/۳۳	۰/۴۲۳		
	۰/۴۷۹	۱/۴۱	۲/۹۴	۶۸	علاقه زیادی به کارآفرینی دارم و احساس می‌کنم که برای راه‌اندازی کسب و کارم می‌توانم خطر کنم.	۶۸	۲/۹۴	۱/۴۱	۰/۴۷۹		
	۰/۴۰۰	۱/۰۱	۲/۵۲	۶۸	تنها افرادی می‌توانند کارآفرین شوند که ضمن برخورداری از حمایت خانوادگی دارای موقعیت اجتماعی و اقتصادی مطلوبی باشند.	۶۸	۲/۵۲	۱/۰۱	۰/۴۰۰		
۰/۴۰۶	۱/۲۰	۲/۹۵	۶۸	اگر مسئله‌ای در مسیر راه‌اندازی و مدیریت کسب و کارم پیش بیاید می‌توانم آنها را حل و فصل کنم.	۶۸	۲/۹۵	۱/۲۰	۰/۴۰۶			

مؤلفه	گویه	فراوانی پاسخ‌ها	میانگین	انحراف معیار	ضریب تغییرات	میانگین مؤلفه
خود کارآمدی	این توانایی را در خودم می‌بینم که درآمدزایی به صورت مستقل از طریق کارآفرینی برای خود داشته باشم.	۶۸	۳/۷۰	۱/۲۲	۰/۳۲۹	
	تنها با کمک اطرافیان می‌توانم کسب و کار جدیدی را آغاز کنم و کمک سایر افراد لازمه کارآفرینی است.	۶۸	۲/۸۲	۱/۱۹	۰/۴۲۱	
	در مسیر کسب و کارم این توانایی را در خود می‌بینم با هرگونه مسئله‌ای که ممکن است بر سر راهم قرار بگیرد رو به رو شوم و آن را حل و برطرف نمایم.	۶۸	۲/۸۵	۱/۴۶	۰/۵۱۲	

\*مقیاس: خیلی مخالفم ۱، مخالفم ۲، تا حدی موافقم: ۳، موافقم ۴، خیلی موافقم ۵

### محدودیت‌های راه‌اندازی و توسعه کسب و کار از دیدگاه پاسخگویان

تولیدی زنان (ضریب تغییر: ۰/۲۷۹)، درازمدت بودن روند گرفتن مجوز کسب و کار (ضریب تغییر: ۰/۲۸۴) از دیدگاه زنان روستایی مورد بررسی، اولویت‌های اول تا سوم را به خود اختصاص دادند. البته نداشتن ملک و سرمایه کافی (ضریب تغییر: ۰/۲۹۱)، دسترسی نداشتن به وام و ضامن (ضریب تغییر: ۰/۲۹۳) نیز دارای ضریب تغییر به نسبت پایینی بوده‌اند که این خود جای تأمل و توجه بیشتری دارد. محدودیت‌هایی مانند مخالفت پدر و مادر، مخالفت فرزندان و نداشتن اعتماد و اطمینان جامعه و خانواده به ترتیب با ضریب تغییر ۰/۴۷۰، ۰/۴۷۹، ۰/۵۱۲. از دیدگاه پاسخگویان برای راه‌اندازی و توسعه کسب و کار و فعالیت‌های کارآفرینانه کمترین اهمیت را داشته‌اند (جدول ۷).

به منظور شناسایی و بررسی محدودیت‌های کارآفرینی زنان روستایی عضو صندوق اعتباری، در پرسشنامه، پاسخ‌های ۲۳ گویه حاصل از مرور ادبیات تحقیق، گردآوری و مورد ارزیابی قرار گرفت. برای اولویت‌بندی این عامل‌ها از دیدگاه زنان روستایی مورد بررسی، از ضریب تغییرها (CV) استفاده شد. به طوری که هر چه مقدار ضریب‌ها کمتر باشد نشان دهنده درجه اهمیت آن متغیر خواهد بود. بر پایه یافته‌ها، توجه نکردن دولت در برگزاری بازارهای محلی در روستاها (ضریب تغییر: ۰/۲۶۳)، نبود حمایت نهادهای دولتی و غیر دولتی در بازاریابی محصولات

جدول ۷- رتبه‌بندی محدودیت‌های راه‌اندازی و توسعه کسب و کار از دیدگاه پاسخگویان

رتبه	محدودیت‌ها	تعداد	میانگین	انحراف معیار	ضریب تغییرات
۱	توجه نکردن دولت در برگزاری بازارهای محلی و غیره به عنوان محدودیتی برای راه‌اندازی یا توسعه کسب و کار و فعالیت‌های کارآفرینانه به شمار می‌آید.	۶۶	۳/۸۴	۱/۰۱	۰/۲۶۳
۲	نبود زمینه‌های حمایت نهادهای دولتی و غیر دولتی در بازاریابی محصولات تولیدی زنان به عنوان محدودیتی برای راه‌اندازی یا توسعه کسب و کار و فعالیت‌های کارآفرینانه به شمار می‌آید.	۶۶	۳/۸۰	۱/۰۵	۰/۲۷۹
۳	درازمدت بودن روند گرفتن مجوز کسب و کار به عنوان محدودیتی برای راه‌اندازی یا توسعه کسب و کار و فعالیت‌های کارآفرینانه به شمار می‌آید.	۶۸	۳/۷۲	۱/۰۶	۰/۲۸۴

رتبه	محدودیت‌ها	تعداد	میانگین	انحراف معیار	ضریب تغییرات
۴	نداشتن ملک و سرمایه کافی به عنوان محدودیتی برای راه اندازی یا توسعه کسب و کار و فعالیت‌های کارآفرینانه ام به شمار می‌آید.	۶۸	۴/۰۱	۱/۱۷	۰/۲۹۱
۵	دسترسی نداشتن به وام و ضامن به عنوان محدودیتی برای راه اندازی یا توسعه کسب و کار و فعالیت‌های کارآفرینانه ام به شمار می‌آید.	۶۵	۳/۸۹	۱/۱۴	۰/۲۹۳
۶	دسترسی نداشتن به بازار مناسب برای فروش کالا به عنوان محدودیتی برای راه‌اندازی یا توسعه کسب و کار و فعالیت‌های کارآفرینانه ام به شمار می‌آید.	۶۸	۳/۷۰	۱/۲۲	۰/۳۲۹
۷	مشارکت نکردن زنان در امور روستا به عنوان محدودیتی برای راه‌اندازی یا توسعه کسب و کار و فعالیت‌های کارآفرینانه ام به شمار می‌آید.	۶۸	۳/۳۹	۱/۳۵	۰/۳۹۸
۸	نداشتن مهارت‌های لازم به عنوان محدودیتی برای راه اندازی یا توسعه کسب و کار و فعالیت‌های کارآفرینانه ام به شمار می‌آید.	۶۸	۲/۵۲	۱/۰۱	۰/۴۰۰
۹	نداشتن روحیه خطرپذیری به عنوان محدودیتی برای راه‌اندازی یا توسعه کسب و کار و فعالیت‌های کارآفرینانه ام به شمار می‌آید.	۶۸	۲/۹۵	۱/۲۰	۰/۴۰۶
۱۰	قوانین و مقررات مالیاتی به عنوان محدودیتی برای راه اندازی یا توسعه کسب و کار و فعالیت‌های کارآفرینانه ام به شمار می‌آید.	۶۸	۲/۹۷	۱/۲۵	۰/۴۲۰
۱۱	وجود تبعیض‌های جنسیتی به عنوان محدودیتی برای راه اندازی یا توسعه کسب و کار و فعالیت‌های کارآفرینانه ام به شمار می‌آید.	۶۸	۲/۸۲	۱/۱۹	۰/۴۲۱
۱۲	نداشتن سواد کافی به عنوان محدودیتی برای راه اندازی یا توسعه کسب و کار و فعالیت‌های کارآفرینانه ام به شمار می‌آید.	۶۸	۳/۱۴	۱/۳۳	۰/۴۲۳
۱۳	امن نبودن محیط روستا به عنوان محدودیتی برای راه اندازی یا توسعه کسب و کار و فعالیت‌های کارآفرینانه ام به شمار می‌آید.	۶۸	۲/۹۴	۱/۲۵	۰/۴۲۵
۱۴	مشغله خانه داری و کمبود وقت به عنوان محدودیتی برای راه اندازی یا توسعه کسب و کار و فعالیت‌های کارآفرینانه ام به شمار می‌آید.	۶۸	۲/۷۹	۱/۲۰	۰/۴۳۰
۱۵	نداشتن اعتماد و اطمینان جامعه و خانواده به عنوان محدودیتی برای راه‌اندازی یا توسعه کسب و کار و فعالیت‌های کارآفرینانه ام به شمار می‌آید.	۶۸	۲/۷۹	۱/۲۰	۰/۴۳۰
۱۶	مشارکت نکردن زنان در امور روستا به عنوان محدودیتی برای راه اندازی یا توسعه کسب و کار و فعالیت‌های کارآفرینانه ام به شمار می‌آید.	۶۵	۲/۴۱	۱/۰۴	۰/۴۳۱
۱۷	مخالفت همسر به عنوان محدودیتی برای راه اندازی یا توسعه کسب و کار و فعالیت‌های کارآفرینانه ام به شمار می‌آید.	۶۵	۲/۴۱	۱/۰۴	۰/۴۳۱
۱۸	دسترسی نداشتن به منبع‌های مالی کافی و امکانات به‌عنوان محدودیتی برای راه‌اندازی یا توسعه کسب و کار و فعالیت‌های کارآفرینانه ام به شمار می‌آید.	۶۸	۳/۲۵	۱/۴۱	۰/۴۳۳
۱۹	نداشتن اعتماد به نفس به عنوان محدودیتی برای راه اندازی یا توسعه کسب و کار و فعالیت‌های کارآفرینانه ام به شمار می‌آید.	۶۸	۲/۷۰	۱/۲۲	۰/۴۵۱

رتبه	ضریب تغییرها	انحراف معیار	میانگین	تعداد	محدودیت‌ها
۲۰	۰/۴۶۲	۱/۲۹	۲/۷۹	۶۸	مردسالاری و سلطه مرد بر زن در خانواده به عنوان محدودیتی برای راه اندازی یا توسعه کسب و کار و فعالیت‌های کارآفرینانه‌ام به شمار می‌آید.
۲۱	۰/۴۷۰	۱/۲۷	۲/۷۰	۶۸	مخالفت پدر و مادر به عنوان محدودیتی برای راه‌اندازی یا توسعه کسب و کار و فعالیت‌های کارآفرینانه‌ام به شمار می‌آید.
۲۲	۰/۴۷۹	۱/۴۱	۲/۹۴	۶۸	مخالفت فرزندان به عنوان محدودیتی برای راه‌اندازی یا توسعه کسب و کار و فعالیت‌های کارآفرینانه‌ام به شمار می‌آید.
۲۳	۰/۵۱۲	۱/۴۶	۲/۸۵	۶۸	نداشتن اعتماد و اطمینان جامعه و خانواده به عنوان محدودیتی برای راه‌اندازی یا توسعه کسب و کار و فعالیت‌های کارآفرینانه‌ام به شمار می‌آید.

\*مقیاس: خیلی کم: ۱، کم: ۲، متوسط: ۳، زیاد: ۴، خیلی زیاد: ۵

دست آمده از جدول ۸ محتوای آموزشی، هدف‌های برنامه‌های آموزشی ترویجی، مدرس (مروجان) و روش‌های یاددهی-یادگیری قادر هستند ۴۱٪ از تغییرپذیری در تقویت رفتار کارآفرینانه اعضای صندوق اعتباری زنان روستایی را تبیین نمایند (جدول ۸).

### تحلیل رگرسیونی

برای بررسی تاثیر متغیرهای مستقل بر وابسته با توجه به طیف سنجش متغیر وابسته از تحلیل رگرسیون چندگانه استفاده شد. بر اساس نتایج به

جدول ۸- خلاصه مدل تأثیر میزان محتوای آموزشی، هدف‌های برنامه‌های آموزشی ترویجی، میزان مدرس (مروجان) و روش‌های یاددهی-یادگیری بر تقویت رفتار کارآفرینانه اعضای صندوق اعتبارات خرد زنان روستایی

مدل	R	R <sup>2</sup>	R تعدیل شده	انحراف استاندارد
۱	۰/۴۴	۰/۴۱	۶/۵۵	۱/۷۲

جدول ۹ نشان می‌دهد که آیا مدل رگرسیونی کننده خوبی برای متغیر وابسته یعنی تقویت رفتار کارآفرینانه می‌باشد. بنا بر نتایج Anova در جدول ۹ مدل طراحی شده دارای معنی‌داری مناسبی است. متغیر وابسته را پیش-بینی کند. معناداری ستون آخر (Sig) نشان می‌دهد که مدل به کار رفته، پیش‌بینی

جدول ۹- تحلیل رگرسیونی تاثیر مؤلفه‌های دوره‌های آموزش کارآفرینی بر تقویت رفتار کارآفرینانه

مدل	مجموع مجذورات	درجه آزادی	میانگین مجذورات	F	Sig
رگرسیون	۲۲۱۰/۱۷۵	۴	۵۵۲/۵۴۴	۱۲/۸۵۹	۰/۰۰۰
باقی‌مانده	۲۷۵۰/۰۲۸	۶۴	۴۲/۹۶۹		
مجموع	۴۹۶۰/۲۰۳	۶۸			

جدول ۱۰ ضریب‌های به دست آمده را برای رگرسیون نشان می‌دهد. بنا بر نتایج به دست آمده محتوای دوره آموزشی، هدف‌های دوره آموزشی زنان روستایی تاثیر معناداری دارد.

جدول ۱۰- ضریب‌های مدل تأثیر میزان محتوای آموزشی، هدف‌های برنامه‌های آموزشی ترویجی، میزان مدرس (مروجان) و روش‌های یاددهی-یادگیری بر تقویت رفتار کارآفرینانه اعضای صندوق اعتبارات خرد زنان روستایی

متغیر پیش بین	B	انحراف استاندارد	$\beta$	t	Sig
ثابت	۳/۰۰۰	۰/۵۷۵		۵/۲۲۱	۰/۵۶۸
محتوای دوره آموزشی	۰/۵۲۳	۲/۸۱۸	۰/۳۶۳	۶/۱۸۵	۰/۰۰۶
هدف‌های دوره آموزش	۰/۱۹۳	۱/۷۹۰	۰/۱۰۷	۵/۲۴۴	۰/۰۰۲
آموزشگر و روش‌های تدریس	۰/۳۰۹	۳/۷۱۷	۰/۴۴۳	۸/۰۸۲	۰/۰۰۳

دست آمده در سطح ۹۹٪ تایید قرار شد (جدول ۱۰).  
**تحلیل عاملی محدودیت‌های راه‌اندازی و توسعه کسب و کار و فعالیت‌های کارآفرینانه زنان روستایی**  
 به منظور دسته‌بندی محدودیت‌هایی مؤثر بر راه‌اندازی و یا توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه، از تحلیل عاملی استفاده شد. از آنجایی که آزمون بارتلت در سطح ۱٪ معنادار شد و KMO محاسبه شده برابر ۰/۲۳ بود، مناسب بودن داده‌ها برای انجام این تحلیل تایید شد (جدول ۱۱). به طور کلی پنج عامل با مقدار ویژه بالاتر از یک استخراج شد. مقدار واریانس جمععی تبیین شده توسط این پنج عامل ۸۳/۸۷ می‌باشد که نشان می‌دهد این عامل‌ها نزدیک به ۸۳ درصد از کل واریانس متغیرها را تبیین می‌کنند.  
 جدول ۱۱- مقدار KMO، آزمون بارتلت و سطح معنی‌داری

مقدار KMO	ضریب بارتلت	سطح معنی‌داری
۰/۲۳۸	۴۶۰/۲۹۰	۰/۰۰۰

شده است. در این جدول تک تک گویه‌ها بر مبنای بزرگترین بار عاملی (بیشتر از ۰/۵) و با توجه به میزان همبستگی آن‌ها با هم دسته‌بندی شدند.

جدول ۱۲- ویژگی‌های عامل‌های استخراج شده پس از چرخش عاملی

شماره عامل	نام عامل	مقدار ویژه	درصد واریانس مقدار ویژه	فراوانی جمععی درصد واریانس مقدار ویژه
۱	بازدارنده فردی	۴/۶۹۱	۲۲/۳۳۹	۲۲/۳۳۹
۲	بازدارنده فرهنگی و اجتماعی	۴/۵۲۹	۲۲،۰۱۷	۴۴/۳۵۶
۳	بازدارنده اقتصادی	۳/۵۰۲	۱۶/۶۷۸	۶۱/۰۳۴
۴	بازدارنده دولتی	۳،۲۱۹	۱۵،۱۹۹	۷۶/۲۳۳
۵	بازدارنده غیر دولتی	۱/۶۰۵	۷/۶۴۵	۸۳/۸۷۸

بر پایه یافته‌ها، محتوای برنامه‌های آموزشی ترویجی کارآفرینی بر تقویت رفتار کارآفرینانه مؤثر بوده است و این میزان تأثیر برابر ۳۶٪ می‌باشد که با استفاده از سطح معناداری نتایج به دست آمده در سطح ۹۹٪ تایید شد. نتایج به دست آمده نشان می‌دهد هدف‌های برنامه‌های آموزشی ترویجی کارآفرینی بر تقویت رفتار کارآفرینانه مؤثر بوده است و این میزان تأثیر برابر ۱۰٪ می‌باشد که با استفاده از سطح معناداری نتایج به دست آمده در سطح ۹۹٪ تایید شد. همچنین نتایج نشان می‌دهد تأثیر آموزشگران (مروجان) و روش تدریس در دوره‌های آموزشی ترویجی بر تقویت رفتار کارآفرینانه مؤثر بوده است و این میزان تأثیر برابر ۴۴٪ می‌باشد که با استفاده از سطح معناداری نتایج به

به منظور شناسایی و نام‌گذاری متغیرهای مربوط به هر عامل، پنج عامل استخراج شده با روش واریماکس چرخش داده شد که نتایج در جدول ۱۲ ارائه

عامل اول با عنوان عامل فردی با مقدار تبیین ٪ دولتی دارای واریانس تبیین شده ۱۵/۱۹۹٪ و عامل پنجم ۲۲/۳۳۹، عامل دوم عامل فرهنگی و اجتماعی با ۲۲/۰۱۷٪ از با نام عامل غیر دولتی ۷/۶۴۵٪ از واریانس کل به ترتیب واریانس کل، عامل سوم با عنوان عامل اقتصادی با مقدار در تبیین واریانس محدودیت‌های کارآفرینی نقش داشتند واریانس تبیین شده ۱۶/۶۷۸٪، عامل چهارم با نام عامل (جدول ۱۲).

جدول ۱۳- نام‌گذاری و دسته‌بندی بازدارنده و محدودیت‌های کارآفرینی زنان روستایی همراه با بار عاملی آن‌ها

عامل‌ها	متغیرها	بار عاملی
فردی	مشغله خانه داری و کمبود وقت	۰/۸۳۵
	مخالفت همسر	۰/۹۲۱
	نداشتن مهارت‌های لازم	۰/۸۳۶
	نداشتن اعتماد به نفس	۰/۶۷۸
	نداشتن سواد کافی	۰/۸۴۴
	مخالفت والدین	۰/۶۸۱
	مخالفت فرزندان	۰/۶۴۷
اقتصادی	دسترسی نداشتن به منابع‌های مالی کافی و امکانات	۰/۵۱۲
	دسترسی نداشتن به وام و ضامن	۰/۸۴۷
	نداشتن ملک و سرمایه کافی	۰/۷۹۷
	دسترسی نداشتن به بازار مناسب	۰/۸۲۷
	وجود تبعیض‌های جنسیتی	۰/۸۲۹
فرهنگی و اجتماعی	مرد سالاری و سلطه مرد بر زن در خانواده	۰/۷۶۰
	نداشتن اعتماد و اطمینان جامعه و خانواده	۰/۵۴۳
دولتی	امن نبودن محیط روستا	۰/۷۷۵
	درازمدت بودن روند گرفتن مجوز کسب و کار	۰/۸۸۸
	عدم حمایت نهادهای دولتی و غیر دولتی در بازاریابی	۰/۷۶۸
	محصول‌های تولیدی زنان	۰/۷۲۷
	توجه نکردن دولت در برگزاری بازارهای محلی و غیره	۰/۵۶۹
غیر دولتی	قوانین و مقررات مالیاتی	۰/۸۱۰
	نداشتن اعتماد و اطمینان جامعه و خانواده	۰/۶۶۵
	مشارکت نکردن زنان در امور روستا	

## بحث و نتیجه‌گیری

شرکت‌کنندگان پس از گذراندن دوره‌های آموزش کارآفرینی انگیزه کافی برای ایجاد یک کسب و کار مستقل را به دست آورده بودند و ۶۴/۳٪ از آزمون شوندگان اظهار داشتند شرکت در این دوره‌ها سبب بهبود در کسب و کار آنان شده و موضوع‌های آموزش داده شده در دوره‌های آموزشی شامل ۶۵/۷٪

هدف اصلی این پژوهش تعیین اثر بخشی دوره‌های آموزشی ترویجی کارآفرینی کشاورزی بر تقویت رفتار کارآفرینانه اعضای صندوق اعتبارات خرد زنان روستایی استان تهران بود. بنابر یافته‌ها ۸۰٪

مهارت‌های شغلی، ۱۷/۱٪ ایده‌پردازی و ۱۷/۱٪ مدل کسب و کار بودند. نتایج آن است که برگزاری دوره‌های آموزشی ترویجی کارآفرینی برای زنان روستایی موجب بهبود و گسترش کارآفرینی، مهارت‌ها، و تقویت رفتار کارآفرینانه در منطقه‌های روستایی شده و انگیزه لازم را برای راه‌اندازی و یا توسعه رفتار کارآفرینی آنان ایجاد کرده است. این یافته‌ها با نتایج نایا (۲۰۱۳) همسو می‌باشد که هدف از آموزش کارآفرینی را توسعه رفتار کارآفرینی و تربیت افرادی با شایستگی‌های کارآفرینانه می‌داند.

یافته‌های تحلیل عاملی نشان داد که هفت عامل محدودیت‌های کارآفرینی شامل عامل‌های فردی، اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی، دولتی، غیردولتی و قانونی هستند که در مجموع، تبیین کننده ۸۳٪ از واریانس کل بود. عامل اول با عنوان عامل فردی با مقدار تبیین ۲۲/۳۳٪، کمترین سهم و عامل قانونی با مقدار تبیین ۸۳/۳۳۹٪، بیشترین سهم را در تبیین واریانس محدودیت‌های کارآفرینی را برعهده داشت. این یافته‌ها با نتایج تحقیق حکمت‌یار و داودیان (۱۳۹۹)، کلاهدوزی بهروزی (۱۳۹۷) و خسروی‌پور و پورجوید (۱۳۹۶)، که به محدودیت‌های اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، محیطی، فردی، سیاست‌گذاری و آموزشی - ترویجی اشاره کردند همسویی دارد. چهار مؤلفه محتوای آموزشی، هدف‌های برنامه‌های آموزشی ترویجی، آموزشگران (مروجان) و روش‌های یاددهی-یادگیری بر تقویت رفتار کارآفرینانه اعضای صندوق اعتبارات خرد زنان روستایی تاثیر معناداری دارد که این چهار مؤلفه قادر است ۴۱٪ از تغییرها در تقویت رفتار کارآفرینانه اعضای صندوق اعتبارات خرد زنان روستایی را تبیین نماید. بین محتوای برنامه‌های آموزشی ترویجی کارآفرینی و تقویت رفتار کارآفرینانه رابطه مثبت و معناداری وجود دارد و این میزان تاثیر برابر ۳۶٪ می‌باشد که با استفاده از سطح معناداری نتایج به دست آمده در سطح ۹۹٪ مورد تایید قرار می‌گیرد.

هدف‌های برنامه‌های آموزشی ترویجی کارآفرینی بر تقویت رفتار کارآفرینانه مؤثر بوده است و این میزان تاثیر برابر ۱۰٪ می‌باشد که با استفاده از سطح معناداری نتایج به دست آمده در سطح ۹۹٪ مورد تایید قرار می‌گیرد. آموزشگران (مروجان) دوره‌های آموزشی ترویجی کارآفرینی بر تقویت رفتار کارآفرینانه مؤثر بوده است و این میزان تاثیر برابر ۲۷٪ می‌باشد که با استفاده از سطح معناداری نتایج به دست آمده در ۹۹٪ مورد تایید قرار می‌گیرد. روش‌های یاددهی-یادگیری آموزشی ترویجی کارآفرینی بر تقویت رفتار کارآفرینانه بوده است و این میزان تاثیر برابر ۱۳٪ می‌باشد که با استفاده از سطح معناداری نتایج به دست آمده در سطح ۹۹٪ مورد تایید قرار می‌گیرد. این یافته‌ها با نتایج بقایی اردکانی و منصور (۱۳۹۹)، احمد و همکاران (۲۰۲۰)، رحمتی، ایرجی راد و منسوب بصیری (۱۳۹۸)، رضایی و میری کرم (۱۳۹۷)، صالحی و همکاران (۱۳۹۵)، آقاجانی و همکاران (۱۳۹۲)، ماتسویی و همکاران (۲۰۲۰) و گومز سوارز (۲۰۲۰) که بر تاثیر آموزش و عوامل آموزشی بر توسعه مهارت‌ها، فعالیت‌ها، شغل‌ها و رفتار کارآفرینانه زنان روستایی اشاره داشتند همسویی دارد. در نهایت با توجه به یافته‌های تحقیق پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود:

- برگزاری دوره‌های آموزشی از نوع مهارتی و انگیزشی کارآفرینی برای زنان روستایی علاقه‌مند به موضوع‌های کارآفرینی.

- انتخاب مربی یا آموزشگران مجرب به روش‌های تدریس و مسلط به مبحث کارآفرینی برای برگزاری دوره‌های آموزشی ترویجی کارآفرینی در روستاها.

- حمایت و تخصیص منابع‌ها و امکانات مورد نیاز به زنان روستایی پس از برگزاری دوره‌های کارآفرینی.

- از میان برداشتن عواملی که موجب محدودیت در انجام فعالیت‌های کارآفرینانه است.

- تقویت میزان بهره‌مندی زنان روستایی از اعتبارات صندوق خرد در اشتغال‌زایی و راه‌اندازی کسب و کار.

## منبع‌ها

- احمدپور، ا.، عرب، ف.، شهرکی، م. (۱۳۹۸)، بررسی تاثیر مولفه‌های سرمایه اجتماعی در رفتار کارآفرینانه زنان عضو تعاونی‌های روستایی استان مازندران، مجله پژوهش و برنامه ریزی روستایی، سال ۸، ش ۳، صص ۸۸-۴۵.
- احمدی، س.، کوهستانی، ح.، یادآور، ح.، شعبانعلی فمی، ح. (۱۳۹۹). واکاوی عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینی زنان روستایی استان کردستان، فصلنامه علمی فضای جغرافیایی، سال ۲۰، شماره ۷۰، ۱۸۷-۱۶۷.
- ایران، ویژه نامه کشاورزی (۱۴۰۱). سیمای کشاورزی استان تهران. شهریور ۱۴۰۱. <https://newspaper.ireconomy.com/>
- آقاجانی، ح.، صمدی میار کلاتی، ح.، خدابخش، ح. (۱۳۹۲). تبیین و ارزیابی اثر بخشی دوره های آموزشی کارآفرینی طرح های زود بازده. فصلنامه مدیریت، ۳۰، ص ۸۷.
- بقیایی اردکانی، ط.، منصوری، س. (۱۳۹۹). شناسایی و سطح بندی عوامل مؤثر بر فعالیت‌های کارآفرینی زنان روستایی بر اساس رویکرد ساختاری تفسیری، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی، گروه علوم تربیتی.
- بیگی عبداللهی، ح.، مقصودی، س. (۱۳۹۱). شناسایی روش‌های اثربخش آموزش کارآفرینی، نشریه‌ی مطالعات آموزشی، ۵ (۲)، ۱-۱۲.
- حکمت یار، ط.، داودیان، ا. (۱۳۹۹)، شناسایی موانع توسعه کارآفرینی زنان قالیباف روستایی (مورد مطالعه: دهستان جامرود، شهرستان تربت جام)، مجله جغرافیا و روابط انسانی، دوره ۲، ش ۴، صص ۴۳۲-۴۱۳.
- خسروی پور، ب.، پورجاوید، س. (۱۳۹۶). شناسایی عوامل مؤثر بر رشد کارآفرینی در کسب و کارهای کوچک زنان روستایی در شهرستان اسلام آباد غرب با استفاده از تکنیک تحلیل محتوا، نشریه راهبرهای توسعه روستایی، سال ۴، شماره ۳، صص ۳۱۵-۲۹۹.
- رحمتی، ن.، ایرجی راد، ا.، منسوب بصیری، م. (۱۳۹۸). اثربخشی آموزش های کسب و کار کشاورزی در کارآفرینی زنان روستایی. فصل نامه پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی. ۴۹. ۱۶-۳.
- رضائی، ر.، میری کرم، ف. (۱۳۹۷). تاثیر مؤلفه‌های آموزش کارآفرینانه بر توسعه مهارت‌های کارآفرینانه در دانشجویان رشته‌های کشاورزی (مورد مطالعه: دانشگاه تهران)، مجله تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران، دوره ۲-۴۹، شماره ۲، صص ۲۳۸-۲۲۵.
- زارعی سبهتی، ا.، شکاری، ع.، یزدخواستی، ع. (۱۳۹۵). نقش الگوهای آموزش کارآفرینی گذار کسب و کار بر مهارت‌های کارآفرینی کاراموزان مراکز آموزش فنی و حرفه‌ای (مطالعه موردی: استان اصفهان). دو فصلنامه‌ی نظریه و عمل در برنامه‌ی درسی، ۴(۷)، ۵۴-۳۱.
- شهبابی، س.، سیفاللهی، م.، قنبری، ی. (۱۳۹۱). ارزشیابی اثرات آموزش های ترویجی بر خانوارهای روستایی: مطالعه موردی دامداران شهرستان فریدن، استان اصفهان. فصلنامه روستا و توسعه، ۱۵(۴)، صص ۸۹-۶۳.
- شورای عالی انقلاب فرهنگی. (۱۳۸۹). نقشه جامع علمی کشور، قابل دسترسی در: [www.agrimap.ir/uploads/](http://www.agrimap.ir/uploads/) . MAP\_P0\_13890717.pdf
- شیری، ن.، میرک زاده، ع و زرافشانی، ک (۱۳۹۳). الگوی مفهوم ترویج کارآفرینی در بین دانشجویان نظام آموزش عالی کشاورزی. نشریه مطالعات کارآفرینی و توسعه پایدار کشاورزی، ۱(۴).
- صالحی، ل.، منوری فرد، ف.، محمدی، ی. (۱۳۹۵). مولفه های برنامه درسی بر خودکارآمدی کارآفرینانه دانشجویان مرکزهای آموزش عالی علمی-کاربردی کشاورزی البرز. فصل نامه پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی. شماره ۳۹، ۲۷-۱۶.
- عبداللهی، ح. مقصودی، س. (۱۳۹۵). شناسایی روش‌های اثربخش آموزش کارآفرینی، نشریه ی مطالعات آموزشی، ۵ (۲)، ۱-۱۲.
- عزیزی خالخیلی، ط. (۱۳۹۷)، بررسی اثربخشی آموزش های شغلی کشاورزان (مورد مطالعه: آموزش تولید ورمی

- کمپوست در شهرستان پاسارگاد، راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی، (۴۷)، ۳۹ - ۴۷.
- عزیزی خالخیلی، ط.، بیژنی، م.، شاه پسند، م.، فربود، ف. (۱۳۹۶)، کاربرد الگوی ارزشیابی اثربخشی برنامه های آموزشی ترویجی (اثبات) در ترویج کشاورزی (مورد مطالعه: پرورش دهندگان گوسفند شهرستان پاسارگاد، استان فارس)، نشریه مدیریت کشاورزی و توسعه، شماره ۴.
- عیدی، ا.، علی پور، م.، عبدالمی، ج. (۱۳۸۷). سنجش اثربخشی دوره‌های آموزشی، تدبیر، شماره ۲۰۰، ۳۲-۲۶.
- کلاهدوزی بهروز، س. (۱۳۹۷). بررسی عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان روستایی. فصلنامه پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، ۸ (۳۹)، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام نور استان تهران.
- قوچانی، ا و محمدزاده، س. (۱۳۹۴). ارزیابی کیفیت برنامه درسی گرایشی مقطع کارشناسی ترویج و آموزش کشاورزی (مورد مطالعه: دانشگاه کشاورزی و منابع طبیعی رامین خوزستان). تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران (علوم کشاورزی ایران)، ۴۶ (۳)، ۵۸۹-۵۹۸.
- مرید سادات، پ.، رضوان فر، ا.، شعبانعلی فمی، ح.، پزشکی راد، غ. (۱۳۸۹). بررسی محتوان مناسب سامانه ترویج برای زنان روستایی، مطالعات اجتماعی-روانشناختی زنان، سال ۸، ش ۱. صص ۵۵-۳۱.
- موحدی ر. و سلیمانیان بروجنی ج. (۱۳۹۵). بررسی شیوه های آموزشی مؤثر در توسعه کارآفرینی زنان روستایی. راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی، ۳ (۶)، ۳۳-۲۴.
- نعمتی، ع.، افشارزاده، ن.، مقدس فریمانی، ش.، صادقی، غ. (۱۳۹۹). عامل هایی مؤثر بر انگیزه دانش آموزان روستایی کرمانشاه و روانسر برای ادامه تحصیل در هنرستان کشاورزی، فصلنامه پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، شماره ۴۴، صص ۱۹۶-۱۷۷.
- نوری، س.، روستا، ک.، نادری، ن. (۱۳۹۹). مؤلفه‌های توسعه رفتارهای کارآفرینانه تعاونی‌های کشاورزی استان کرمانشاه: کاربرد نظریه بنیادی، نشریه علوم ترویج و آموزش کشاورزی، ۱۶ (۲)، صص ۲۲۱-۲۰۵.
- Agarwal, S., Singh K., Vivek A., Anand Mohan, A. (2020). A qualitative approach towards crucial factors for sustainable development of women social entrepreneurship: Indian case. *Journal of Cleander Production.*, Valume 274.
- Blakely, B. (2020), *Integration an Action Plan into the Standard Entrepreneurial Higher Education Curriculum.* Honors College Theses. 43.
- Ghina, A. (2014). Effectiveness of entrepreneurship Education in Higher Education Institutions, *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, Vol 115, pp: 332-345.
- Gomes Soares, G., Silva Braga. V., Marques. C., Ratten. V. (2020). Corporate entrepreneurship educations impact on family business sustainability: A case study in Brazil. *The international Journal of Management Education.* <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2020.100424>.
- Knudson, W., Wysocki, A., Champagne, A. and Peterson H.C. (2004). Entrepreneurship and innovation in the agri-food system. *American Journal of Agricultural Economics*, 86(5):1330-1336.
- Matsui, K., Umada, T., Sugawara, T., Makino, E., Yoshida, L., Kurita, K. (2020). Effectiveness of entrepreneurship Education program in a large class. *Academy of management proceeding 2020*(1), 11386 <https://doi.org/10.5465/AMBPP.2020.11386abstract>.
- Naia, A. M. P. (2013). Entrepreneurship education in sport sciences: implications for curriculum development. *Dissertation or Thesis, Universidad de Lisboa (Portugal) ProQuest Dissertations Publishing*, 2013. 10612467.
- Nowinski W, Haddoud M. (2019). The role of inspiring role models in enhancing entrepreneurial intention. *Journal of Business Research.* Volume 96, March 2019, pages 183-193.
- Tariq. A., Chandran, V.G.R., Klobas, Jane E., Francisco, L. K. (2020). Entrepreneurship education Programs: How learning, inspiration and resources affect intentions for new venture creation in a developing economy. *The International Journal of Management Education.* 18(1). <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2019.100327>.

**Effectiveness of extension education implementation in field of agricultural entrepreneurship on strengthening the entrepreneurial behavior of rural women are members of the micro - credit fund of rural women of Tehran province**

**Samira Farzi<sup>1</sup>, Shahram Moghaddas Farimani<sup>2</sup>**

1. Graduate Student of Education Science/Curriculum, Faculty of Education and Psychology, Alzahra University, Tehran, Iran,

2. Assistant Professor, Institute of Agricultural Education and Extension, Agricultural Research, Education and Extension Organization (AREEO), Tehran, Iran,

**Abstract**

The purpose of this research was to investigation of Effectiveness evaluation of extension education implementation in field of agricultural entrepreneurship on Strengthening the entrepreneurial behavior of rural women are members of the micro credit fund of rural women of Tehran province. The research approach was quantitative nature, a causal-correlational type, and a field data collection method. The statistical population consisted 98 rural women who are members of the credit fund participating in agricultural entrepreneurship extension education in Tehran province, and multi-stage random sampling method was used to select the statistical sample. sample size was determined using Morgan's table, and sample size was considered equal to 70 people. Among the three cities of Damavand, Varamin and Tehran, 4 villages were selected as samples, which were the villages of Mohammad Abad Arabha, Ardineh, Khorin and Sole Qan. The tool of data collection was a questionnaire made by the researcher, and for its reliability and validity, it was determined by the retest method and by calculating Cronbach's alpha and theta coefficients equal to 0.76 and 0.74 respectively, and the opinions of experts and managers of the office of rural and nomadic women and faculty members of the Agricultural Education and Extension Institute were used. The research instrument was a questionnaire with nominal, ordinal, interval, and relative scale questions. The questionnaire was composed of individual, social and economic structures and factors affecting entrepreneurship, job creation, the effects of training courses, as well as the obstacles and entrepreneurial obstacles. The result of the regression analysis showed that the components of content, objectives and teacher and teaching method have a positive and significant effect on the entrepreneurial behavior of rural women, and the average attitude of the respondents in each component showed that the teacher and teaching method, objective and content were respectively obtained the highest ranked. The findings showed that the limitations of starting a business by rural women are placed in five individuals, socio-cultural, economic, governmental and non-governmental barriers, which explains the 83.88 percentage of the total variance of entrepreneurial limitations. The general result is that entrepreneurship training is considered an important tool in strengthening the entrepreneurial behavior of rural women.

**Index terms:** Effectiveness, Extension education, Entrepreneurship, Behavior, Rural women, Microcredit fund.

**Corresponding author:** Sh. Moghaddas Farimani

**E-mail:** shmfarimani@yahoo.com

**Received:** 2023/06/24

**Accepted:** 2023/09/22