

(مقاله پژوهشی)

تأثیر ابعاد توانمندی روانشناختی بر رفتار کارآفرینانه در بین زنان روستایی: الگویی برای ارتقای نقش زنان در توسعه اقتصادی

نعمت‌اله شیری^{۱*}، مژگان خوش‌مرام^۲، آذرمیدخت رضایی^۳، کیومرث زرافشانی^۴

چکیده

پژوهش حاضر با هدف اصلی بررسی تأثیر ابعاد توانمندی روانشناختی بر رفتار کارآفرینانه در بین زنان روستایی شهرستان مرودشت انجام شد. جامعه آماری پژوهش شامل تمام جمعیت فعال (۱۵ تا ۶۵ سال) زنان روستایی شهرستان مرودشت بودند که با استفاده از جدول بارتلت و همکاران، ۲۲۷ نفر از آنها به روش نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای چندمرحله‌ای انتخاب شدند. ابزار اصلی پژوهش پرسشنامه‌ای استاندارد بود که روایی آن را اعضای هیئت علمی رشته‌های روانشناسی و کارآفرینی دانشگاه رازی و پایایی آن را به‌واسطه محاسبه ضریب آلفای کرونباخ بررسی کردند. تجزیه و تحلیل داده‌ها در دو بخش آمار توصیفی و استنباطی با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS نسخه ۲۶ و SmartPLS نسخه سه انجام شد. نتایج پژوهش نشان داد که وضعیت رفتار کارآفرینانه در بین زنان روستایی شهرستان مرودشت در حد متوسط (۳) بود. نتایج مدل‌سازی معادلات ساختاری نشان داد که متغیرهای نهفته احساس معناداری، احساس اثرگذاری و احساس خودکارآمدی، تأثیر مثبت و معناداری بر رفتار کارآفرینانه در بین زنان روستایی شهرستان مرودشت داشتند، این در حالی است که تأثیر معنادار احساس خودتعیینی بر رفتار کارآفرینانه در میان زنان روستایی شهرستان مرودشت تأیید نشد. افزون بر این، نتایج نشان که ابعاد توانمندی روانشناختی حدود ۴۶ درصد از تغییرات واریانس رفتار کارآفرینانه در بین زنان روستایی شهرستان مرودشت را تبیین کرد. درنهایت، دستاوردهای نظری و کاربردی حاصل از این مطالعه برای کمک به پژوهشگران و سیاست‌گذاران به بحث گذاشته شد.

کلیدواژگان

رفتار کارآفرینانه، احساس خودکارآمدی، احساس معناداری، احساس اثرگذاری

۱. استادیار گروه کارآفرینی و توسعه روستایی، دانشگاه ایلام (نویسنده مسئول)
n.shiri@ilam.ac.ir
 ۲. مدرس گروه کارآفرینی و توسعه روستایی، دانشگاه ایلام
mkhoshmaram3@gmail.com
 ۳. استادیار گروه روانشناسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرودشت
rezaei.azar@yahoo.com
 ۴. استاد گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه رازی
zarafshani2000@yahoo.com
- تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۲/۲۳ - تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۵/۱۰

مقدمه

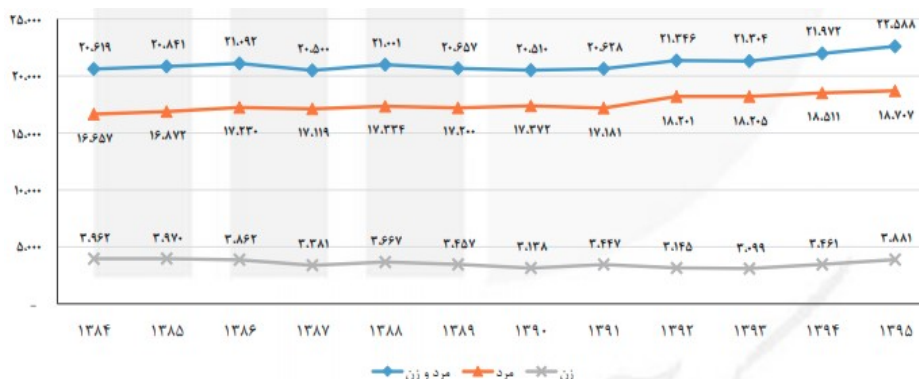
مطالعات نشان می‌دهند که یکی از اصلی‌ترین اهداف توسعه اقتصادی، اشتغال‌زایی است و مهم‌ترین سازوکار و ابزار نیل به این مهم، کارآفرینی است (Lashgarara and Ghashghaei 2014). همچنین یکی از معیارهای ارزیابی کشورهای در حال توسعه، نرخ مشارکت اقتصادی و اجتماعی زنان است (فلاح جلودار و همکاران ۱۳۹۶)؛ زیرا حدود نیمی از جمعیت هر جامعه را زنان تشکیل می‌دهند و زنان بزرگ‌ترین ذخایری هستند که هنوز از وجودشان استفاده بهینه نشده است؛ این گروه کثیر که عهده‌دار تنظیم امور خانوادگی و تعیین‌کننده مسیر اقتصاد و خانواده محسوب می‌شوند، در امور اقتصادی و تنظیم بودجه خانوادگی دخالت مستقیم دارند و هر جنبشی که بخواهد رفاه اجتماعی و نظم اقتصادی را توسعه دهد، ناگزیر است که از توجه و همکاری طبقه‌ای که نیمی از جمعیت جامعه را تشکیل می‌دهند، بهره‌مند گردد (روشن‌نیا و همکاران ۱۳۹۴).

علی‌رغم سیر پیش‌رونده فعالیت‌های کارآفرینی در کشورهای مختلف، آمارهای موجود بیانگر این واقعیت است که هنوز جامعه ایران نتوانسته از توانمندی‌های مربوط به زنان کارآفرین استفاده کند (جواهری و قضاتی ۱۳۸۳). در تأیید این مدعا، مستر کارد^۱ در تازه‌ترین گزارش خود درباره وضعیت زنان کارآفرین، ۵۸ کشور را ارزیابی کرده است. ایران در این ارزیابی با یک پله سقوط رتبه ۵۴ را کسب کرده است. رتبه‌بندی کشورهای جهان (کشورهای منتخب) از نظر شاخصه‌های مطلوب جهت فعالیت زنان کارآفرین با استناد به داده‌ها و آمارهای نهادهای معتبری نظیر سازمان جهانی کار، یونسکو، دیده‌بان جهانی کارآفرینی و بانک جهانی صورت گرفته است. در این ارزیابی آمریکا، نیوزیلند و کانادا به ترتیب اول تا سوم شده‌اند و تنها چهار کشور عربستان، الجزایر، بنگلادش و مصر امتیازی کمتر از ایران کسب کرده‌اند (خبرگزاری ایلنا ۱۳۹۸). با این حال، مطالعات مختلف نشان می‌دهد که حتی در کشورهای توسعه‌یافته نیز حرکت به سمت توسعه کارآفرینی در جوامع روستایی، و خصوصاً در میان زنان روستایی، تا حد زیادی کند است و این مشکل از موانع مختلفی نشئت می‌گیرد. در این راستا، در کشور ایران نیز گرچه طی سال‌های اخیر، کارآفرینی زنان روستایی بسیار مورد توجه قرار گرفته و برخی از برنامه‌ها با محوریت آموزش و پشتیبانی از زنان کارآفرین روستایی طراحی شده است، اما برای رسیدن به وضعیت مطلوب، مسیری طولانی در پیش‌رو داریم (Lashgarara and Ghashghaei 2014).



نمودار ۱- نرخ بیکاری به تفکیک جنسیت در طی سال‌های ۱۳۸۴ تا ۱۳۹۵

براساس گزارش سازمان برنامه و بودجه کشور درخصوص بررسی شاخص‌های عمده بازار کار در سال‌های ۱۳۸۴ تا ۱۳۹۵ (سازمان برنامه و بودجه ۱۳۹۵)، مشاهده می‌شود که نرخ بیکاری زنان حدود دوبرابر نرخ بیکاری مردان در طی سال‌های ۱۳۸۴ تا ۱۳۹۵ بوده است؛ به گونه‌ای که براساس این گزارش نرخ بیکاری زنان طی سال‌های ۱۳۸۴ تا ۱۳۹۵ همواره بیشتر از ۱۵ درصد بوده و در سال ۱۳۹۵ به ۲۰/۷ درصد افزایش یافته است (نمودار ۱).



نمودار ۲- جمعیت شاغل به تفکیک زنان و مردان در سال‌های ۱۳۸۴ تا ۱۳۹۵ (به هزار نفر)

افزون بر این، براساس نمودار ۲؛ مشاهده می‌شود که در طی سال‌های ۱۳۸۴ تا ۱۳۹۵ همواره نرخ جمعیت شاغل مردان حدود چهاربرابر زنان بوده است. نتایج گزارش سازمان برنامه و بودجه نیز نشان می‌دهد که نرخ اشتغال افراد ساکن در نواحی روستایی با افراد ساکن در شهرها متفاوت است؛ به گونه‌ای که براساس نمودار ۳؛ مشاهده می‌شود که جمعیت شاغل افراد ساکن در شهرها در طی سال‌های

۱۳۸۴ تا ۱۳۹۵ همواره بیش از دوبرابر جمعیت شاغل افراد ساکن در نواحی روستایی کشور بوده است (سازمان برنامه و بودجه ۱۳۹۵).



نمودار ۳- جمعیت شاغل به تفکیک نقاط شهری و روستایی در سال‌های ۱۳۸۴ تا ۱۳۹۵ (به هزار نفر)

به‌طور کلی، براساس نتایج گزارش مذکور، لزوم توجه به بحث اشتغال زنان به‌صورت اعم و اشتغال زنان روستایی به‌صورت اخص بیش از پیش آشکار می‌شود. در این راستا، همان‌گونه که در بالا اشاره شد، یکی از رهیافت‌های اصلی برای کاهش بیکاری و در نتیجه افزایش اشتغال‌پذیری زنان روستایی ترویج و توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه در میان آنهاست؛ به‌گونه‌ای که توجه به اقدامات و رفتارهای کارآفرینانه زنان روستایی می‌تواند گاهی مثبت در جهت ارتقای نقش آنان در توسعه فعالیت‌های اقتصادی باشد.

نظر به این که صاحب‌نظران بر این باورند که کارآفرینی، اساساً رفتار است، از این‌رو یکی از مباحث مهم در بحث کارآفرینی، تقویت رفتارهای کارآفرینانه است. افرادی که روحیه کارآفرینانه آنها برانگیخته می‌شود، اقدام به رفتارهای کارآفرینانه از جمله راه‌اندازی کسب‌وکار، ایجاد یک حرفه برای خود و دیگران و در نهایت ثبت اختراع به نام خود می‌کنند (Clark 1998). به‌بیانی دیگر، کارآفرینی نتیجه رفتار کارآفرینانه است (Shapiro 1984). کارآفرینی یک رفتار است، نه یک صفت خاص در شخصیت افراد (احمدپوریانی ۱۳۸۶)؛ لذا هرگونه تلاشی در راستای توسعه کارآفرینی باید به‌دنبال تقویت رفتارهای کارآفرینانه باشد. واضح است که شناسایی عوامل اثرگذار بر رفتار کارآفرینانه در میان زنان روستایی تا حدود زیادی می‌تواند بسترساز توسعه و تقویت آن باشد؛ بنابراین جهت تقویت رفتارهای کارآفرینانه در میان زنان روستایی باید عوامل اثرگذار بر آن شناسایی شوند. در این زمینه، مطالعات نشان می‌دهند که توسعه منابع انسانی از طریق توانمندسازی آنها در مقیاس وسیع می‌تواند رفتار کارآفرینی را به‌دنبال داشته باشد (امیرکبیری و فتحی ۱۳۸۶). برخی صاحب‌نظران بر این باورند که مهم‌ترین مرحله توانمندسازی نقطه شروع آن است و این نقطه در درون افراد قرار دارد (Spreitzer 1995). بنابراین، به‌نظر می‌رسد که برای حرکت در چارچوب توسعه به‌ویژه در خصوص منابع انسانی توانمند ابتدا باید

نسبت به ایجاد تغییرات فکری و نگرشی در افراد اقدام کرد (ریاحی ۱۳۸۴). پرواضح است که این مهم از طریق توانمندی روانشناختی زنان روستایی امکان پذیر است. اهمیت این امر تا آنجاست که گفته می شود توانمندی روانشناختی زنان نه تنها به ارتقاء کیفیت نقش مادرانه آنان منجر می شود، بلکه کاهش پریشانی های روانشناختی خانواده را نیز در پی دارد (Davis 2010).

اگرچه برای هر یک از این متغیرهای توانمندی روانشناختی و رفتار کارآفرینانه سوابق علمی و پژوهشی قابل توجهی در سطح ملی و بین المللی وجود دارد، اما در هنگام قراردادادن این دو مبحث در کنار و در ترکیب باهم، منابع پژوهشی کاهش می یابند. از معدود پژوهش های انجام شده می توان به مطالعات (حسین پور و همکاران ۱۳۹۰؛ کوشکی و همکاران ۱۳۹۲؛ موسیوند و همکاران ۱۳۹۶؛ صفری و همکاران ۲۰۱۰) اشاره کرد که معتقدند بالارفتن میزان توانمندی روانشناختی و توسعه مؤلفه های آن می تواند به تقویت رفتارهای کارآفرینانه کمک کند، لذا با توجه به اهمیت توسعه رفتارهای کارآفرینانه در میان زنان روستایی از یک سو، و اذعان برخی پژوهشگران به نقش مهم و اثرگذار توانمندی روانشناختی در توسعه رفتارهای کارآفرینانه از دیگر سو و همچنین کمبود مطالعات موجود در این حوزه، پژوهش حاضر بر آن است تا تأثیر ابعاد توانمندی روانشناختی زنان روستایی شهرستان مرودشت بر بروز رفتارهای کارآفرینانه در میان آنان را مورد بررسی و تحلیل قرار دهد. امید است این مطالعه بتواند گامی هر چند کوچک در جهت توسعه و ترویج فعالیت های کارآفرینانه در میان زنان روستایی بردارد.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

رفتار کارآفرینانه

کارآفرینی نتیجه رفتار کارآفرینانه است (Shapiro 1984). کارآفرینی یک رفتار است، نه یک صفت خاص در شخصیت افراد، به گونه ای که این رفتار می تواند هم در کارآفرینان هم در غیر کارآفرینان بروز کند. در این راستا، مک کله لند، مشکل تعریف کارآفرینی و اختلاف نظرها در این باره را ناشی از مغشوش شدن نقش ها و موقعیت ها^۱ می داند و معتقد است رفتار کارآفرینانه را باید از رفتار کارآفرینان جدا دانست؛ او معتقد است اگر فقط نقش ها، یعنی رفتارهای کارآفرینانه را بدون توجه به وضعیت آنها در نظر بگیریم، کارآفرینی بسیار گسترده تر می شود و کلیه فعالیت های انسان را در بر می گیرد؛ زیرا همه فعالیت های انسان می توانند به روش کارآفرینانه طراحی و اجرا شوند (احمدپوریانی ۱۳۸۶). در این زمینه، اسپایندر (۲۰۰۸) نیز بروز رفتارهای کارآفرینانه را یک پدیده ذاتی دانسته اند که از بدو تولد در برخی انسان ها وجود دارد.

کارآفرینی و رفتار کارآفرینانه به مثابه استفاده نوآورانه از منابع برای بهره‌گیری از فرصت‌هاست. بدین ترتیب، یکی از کامل‌ترین تعاریف در زمینه رفتار کارآفرینانه، انجام فعالیت‌هایی از طریق ایجاد و بهره‌برداری از ترکیبات نوآورانه است که در نتیجه آن شناسایی و پیگیری فرصت‌ها ممکن شود (Zahra and Dess, 2001). رفتار کارآفرینانه به همه اقدامات افراد که مربوط به کشف، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه موجود هستند، اطلاق می‌شود؛ این رفتار را با سه شاخص کلی: نوآوری، ریسک‌پذیری معقول و فرصت‌گرایی می‌توان سنجد که منجر به خلق ارزش‌های مادی و معنوی قابل توجهی، از جمله ایجاد اشتغال در جامعه، می‌شود (Dam et al 2010). از نگاه دیگر، رفتار کارآفرینانه شامل یکسری اقدامات کارآفرینانه است که به وسیله آنها افراد تصمیمات کارآفرینانه خود را در شرایط عدم اطمینان اتخاذ می‌کنند. به عبارت دیگر، رفتار کارآفرینانه مجموعه اعمالی است که برای تبدیل یک ایده به فعالیت کارآفرینانه از طریق فرآیند کارآفرینی ضروری است (Autio et al 2014).

تاکنون ادبیات موجود نتوانسته پاسخ روشنی به این پرسش بدهد که چه عوامل شناختی‌ای تصمیم فرد برای بروز رفتارهای کارآفرینانه را شکل می‌دهند (Khoshmaram et al 2020). به عنوان مثال، کیرکلی (۲۰۱۶) رفتار کارآفرینی را مجموعه‌ای خاص از ارزش‌ها (اعتقادات) و نیازهایی تعریف می‌کند که انگیزه ذاتی و خودمختاری درونی فرد را برای بروز رفتار کارآفرینانه فراهم می‌کند. اندرز و وودز (۲۰۱۰) رفتار کارآفرینی را انگیزه‌ها و اقداماتی می‌دانند که کارآفرین را برای تصمیم‌گیری در نقش‌های خود به عنوان یک خالق فرصت‌های سودآور و همچنین یک بهره‌بردار از آن فرصت‌ها توانا می‌سازد. این مطالعه بر این فرض استوار است که هر فرد می‌تواند رفتار کارآفرینانه‌ای از خود بروز دهد، مشروط بر این که دارای اعتقادات، عزم، مهارت و دانش لازم برای دنبال کردن فرآیند کارآفرینی باشد (Kirkley 2016). با جمع‌بندی تعاریف فوق، می‌توان اظهار کرد که رفتار کارآفرینانه ابعاد و عناصر مختلفی نظیر نوآوری، استقلال عمل، بهره‌گیری از فرصت‌ها (Lumpkin 1996)، نوآوری، استقلال طلبی، انجام کارها به شیوه منسجم (Mair 2005)؛ تشخیص فرصت، ابتکار عمل، مدیریت ریسک (Dam et al 2010)؛ و خلق دورنمای کسب‌وکار، خلق محیط مناسب کارآفرینی، حمایت از نوآوری و جست‌وجوی مناسب فرصت‌ها (Pearce et al 1997) را دربردارد.

در این مطالعه برای سنجش رفتار کارآفرینانه از مقیاس پیرس و همکاران (۱۹۹۷) بهره گرفته شد. از نظر این پژوهشگران، فردی که اقداماتی نظیر «انجام فعالیت‌های روزانه به شیوه نوآورانه؛ کنار زدن موانع و قوانین دست‌وپاگیر اداری جهت دستیابی به اهداف؛ متقاعد نمودن دیگران برای عملی کردن ایده‌های خود؛ کسب بالاترین سود و بهره در نتیجه کم‌ترین تلاش در انجام امور؛ فکر کردن به آینده و آنچه برای آن موردنیاز است؛ فراهم کردن محیط و شرایطی هیجان‌انگیز برای اطرافیان؛ فکر کردن درباره روش‌های جدید انجام کارها؛ تغییر سریع روش انجام امور، در صورت مواجهه با شکست؛ جذب ایده‌های خوب دیگران؛ داشتن ایده‌هایی در ذهن جهت ارائه کالا و خدمات جدید و کشف فرصت‌های سودآور در بازار، برای پاسخ‌گویی به نیازهای برآورده‌نشده مردم» را انجام دهد، دارای رفتار کارآفرینانه است.

توانمندی روانشناختی

توماس و ولتهوس (۱۹۹۰) توانمندسازی روانشناختی را فرآیند انگیزش درونی و ادراک فرد از توانایی‌هایش می‌دانند که در فرآیندهای شناختی تجلی می‌یابد و چهار بعد: احساس معناداری، احساس توانایی و کفایت (خودکارآمدی)، احساس خودتعیینی (اقتدار) و احساس اثرگذاری دارد. توانمندی روانشناختی بازتابی از ادراک افراد درباره کنترل بر محیط زندگی خود است (Spreitzer 1995). لی و همکاران (۲۰۰۶) نیز همانند توماس و ولتهوس (۱۹۹۰) ابعاد معناداری، اقتدار، خودکارآمدی و تأثیر را برای توانمندی روانشناختی معرفی کرده‌اند که با توجه به جامعیت ابعاد در نظر گرفته شده در این دو مطالعه از یک سو و مطابقت آن با محیط‌های غیرسازمانی (روستایی) از دیگر سو، در پژوهش حاضر برای سنجش توانمندی روانشناختی در میان زنان روستایی شهرستان مرودشت از این ابعاد بهره گرفته شده است. در ادامه، ضمن معرفی و شفاف‌سازی هریک از ابعاد توانمندی روانشناختی، مطالعات تجربی داخلی و خارجی در خصوص ارتباط میان ابعاد توانمندی روانشناختی با رفتار کارآفرینانه در جهت تدوین فرضیه‌های پژوهش ارائه می‌شوند.

- **احساس معناداری:** معنادار بودن به هماهنگی میان وظایف کاری خواسته شده و ارزش‌های مد نظر فرد کننده کار اشاره دارد (Hochwa and Bergsten 2005). احساس معناداری یعنی این‌که فرد احساس کند که اهداف مهم و بارزیش را دنبال می‌کند و بین ارزش‌ها، نقش‌ها، باورها، نیازها و رفتارهای فرد نوعی سازگاری وجود داشته باشد (کریمی و کیل و همکاران ۱۳۹۷). در واقع احساس معناداری یعنی این‌که فرد احساس خوبی نسبت به خود و فعالیت‌های روزانه خود داشته باشد (Spreitzer 2008).

- **احساس اثرگذاری:** فرد احساس می‌کند که می‌تواند بر نتایج و پیامدهای راهبردی، اداری و عملیاتی زندگی خود اثر بگذارد. فرد باور دارد که می‌تواند با تحت تأثیر قراردادن محیطی که در آن کار می‌کند، در نتایجی که تولید می‌شوند، تغییر ایجاد کند (کریمی و کیل و همکاران ۱۳۹۷). در واقع احساس اثرگذاری یعنی درجه‌ای که یک فرد می‌تواند بر خروجی‌های راهبردی، مدیریتی یا عملکردی در فعالیت‌های روزانه خود اثر بگذارد (Spreitzer 2008).

- **احساس خودکارآمدی (احساس توانایی و کفایت):** به باور فرد درباره توانایی‌هایش اشاره دارد. فرد بر این باور است که قابلیت‌ها و توانایی‌های لازم برای انجام موفقیت‌آمیز مسئولیت‌ها و وظایف را دارد. احساس خودکارآمدی، دربرگیرنده این حس است که فرد کاری را به بهترین صورت و با کیفیت بالا انجام می‌دهد (کریمی و کیل و همکاران ۱۳۹۷). همچنین، احساس خودکارآمدی یعنی درجه باور یک فرد به مهارت‌ها و توانایی‌هایش برای انجام کارها و فعالیت‌های شغلی و ... (Spreitzer 2008). افراد توانمندی که احساس خودکارآمدی دارند، همواره احساس می‌کنند که می‌توانند کارها را به‌طور مؤثر انجام دهند. این افراد در برابر تحولات محیطی توان تبدیل چالش‌ها به فرصت به‌منظور یادگیری از آن و توسعه خود را دارند. خودکارآمدی همچنین عامل اصلی حفاظت و غلبه فرد بر بسیاری از آسیب‌های اجتماعی است (Spreitzer 2008).

- **احساس اقتدار (خودتعیینی):** به آزادی عمل و استقلال افراد در تعیین فعالیت‌های لازم برای انجام وظایف اشاره دارد؛ به عبارت دیگر احساس اقتدار به معنی احساس انتخاب در آغاز فعالیت‌ها، تداوم و نظم بخشیدن به فعالیت‌هاست. حس انتخاب فرصتی است که فرد فعالیت‌هایی را انتخاب می‌کند که برای وی معنادار هستند و آنها را به شیوه‌ای که به نظر وی مناسب هستند انجام می‌دهد. احساس اقتدار، احساس توانایی و آزادی انتخاب به منظور استفاده از قضاوت فردی است تا درک خود را به اجرا درآورد (کریمی و کیل و همکاران ۱۳۹۷). در مقایسه با احساس خودکارآمدی که منعکس‌کننده باورهای فرد درباره مهارت‌های رفتاری است، خودتعیینی بیانگر یک انتخاب رفتاری است (Scheiner 2008).

پیشینه و مدل پژوهش

بررسی ادبیات موجود نشان می‌دهد اگرچه مطالعات معدودی تأثیر توانمندی روانشناختی را بر رفتارهای کارآفرینانه بررسی کرده‌اند، همین مطالعات نیز در محیط‌های سازمانی و نه در مناطق روستایی و در میان زنان روستایی انجام شده‌اند که این خود می‌تواند به خوبی گویای اهمیت و ضرورت انجام مطالعه حاضر باشد. در این راستا، می‌توان به مطالعاتی نظیر موسیوند و همکاران (۱۳۹۶)، عامری و همکاران (۱۳۹۵)، دهقانی و همکاران (۲۰۱۴)، کوشکی و همکاران (۱۳۹۲) و صفری و همکاران (۲۰۱۰) اشاره کرد که همگی نشان دادند ابعاد توانمندی روان‌شناختی (احساس معناداری، احساس اثرگذاری، احساس خودکارآمدی و احساس خودتعیینی) اثر مثبت و معناداری بر رفتار کارآفرینانه در میان کارکنان سازمان‌ها و نهادهای مختلف دارند. افزون بر این، برخی مطالعات به طور کلی نشان دادند که توانمندی روان‌شناختی اثر مثبت و معناداری بر متغیرهایی نظیر رفتار نوآورانه و کارآفرینانه و خلاقیت در میان افراد دارند؛ از جمله این مطالعات می‌توان به پژوهش‌های چاو (۲۰۱۸)، گیل و همکاران (۲۰۱۸)، سارای و همکاران (۲۰۱۷)، آسلام (۲۰۱۷) و ایرجی‌راد و همکاران (۱۳۹۸) اشاره کرد.

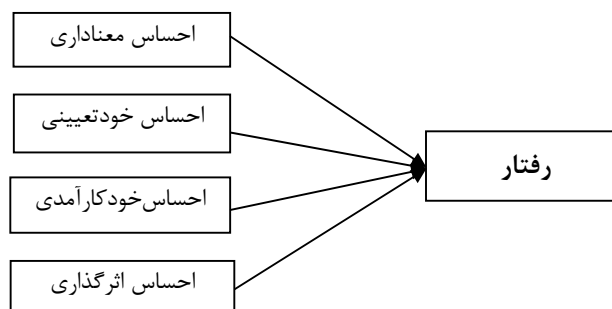
از آنجاکه تمام این مطالعات در بافت‌های سازمانی و شرایطی انجام شده‌اند که با وضعیت و شرایط زنان روستایی متفاوت است و اکثر افراد از الگوهای رفتاری مشخصی پیروی می‌کنند، بنابراین با استناد به نتایج مطالعات مذکور، می‌توان فرضیه‌های زیر را در خصوص تأثیر ابعاد توانمندی روانشناختی بر رفتار کارآفرینانه در میان زنان روستایی مرودشت نیز تدوین کرد:

فرضیه یک: احساس معناداری اثر مثبت و معناداری بر رفتار کارآفرینانه در میان زنان روستایی دارد.

فرضیه دو: احساس اثرگذاری اثر مثبت و معناداری بر رفتار کارآفرینانه در میان زنان روستایی دارد.

فرضیه سه: احساس خودکارآمدی اثر مثبت و معناداری بر رفتار کارآفرینانه در میان زنان روستایی دارد.

فرضیه چهار: احساس خودتعیینی اثر مثبت و معناداری بر رفتار کارآفرینانه در میان زنان روستایی دارد.
با استناد به مبانی نظری و پیشینه پژوهش و همچنین فرضیه‌های فوق، مدل پیشنهادی پژوهش به منظور بررسی نقش ابعاد توانمندی روانشناختی بر رفتار کارآفرینانه در میان زنان روستایی شهرستان مرو دشت به صورت زیر تدوین شد (شکل ۱).



شکل ۱- مدل پیشنهادی پژوهش

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر پارادایم، کمی؛ از لحاظ هدف، کاربردی؛ از نظر گردآوری و تحلیل داده‌ها، توصیفی-همبستگی و از نظر افق زمانی، تک‌مقطعی است. جامعه آماری در پژوهش حاضر شامل جمعیت فعال (۱۵ تا ۶۴ سال) زنان روستایی شهرستان مرو دشت (استان فارس) هستند. در این راستا، با توجه به گستردگی و پراکندگی جغرافیایی جامعه آماری، ابتدا شهرستان مرو دشت به پنج بخش (بخش‌های مرکزی، کامفیروز، درودزن، رامجرد و سیدان) براساس تقسیم‌بندی شهرداری تقسیم شد؛ سپس از هر بخش یک دهستان (دهستان‌های رودبال، خرم‌مکان، ابرج، رحمت و گرمه) و از هر دهستان یک روستا (برای کل مطالعه پنج روستا) برای مطالعه انتخاب شد. به دلیل عدم وجود آمار دقیق از دهستان‌ها و روستاهای منتخب مرو دشت، جامعه آماری مطالعه در دسته جوامع آماری نامحدود به‌شمار می‌رود. با توجه به نامحدود بودن حجم جامعه آماری مورد مطالعه، ب‌مبنای جدول نمونه‌گیری بارتلت و همکاران (۲۰۰۱)، تعداد ۲۵۰ پرسشنامه به روش نمونه‌گیری چندمرحله‌ای با انتساب متناسب در بین جمعیت فعال زنان روستاهای منتخب در شهرستان مرو دشت توزیع شد. در نهایت، پس از پیگیری‌های مستمر تعداد ۲۲۷ (نرخ بازگشت ۸۶/۸ درصد) پرسشنامه به صورت تکمیل شده برگشت داده شد. ابزار اصلی گردآوری داده‌ها در این پژوهش، پرسشنامه‌ای مشتمل بر سه بخش: ویژگی‌های جمعیت‌شناختی (سن، وضعیت تأهل، سطح تحصیلات و ...)، توانمندسازی روانشناختی (احساس معناداری، اثرگذاری، خودکارآمدی و خودتعیینی) و رفتار کارآفرینانه بود. برای سنجش توانمندسازی روانشناختی از ۲۰ سؤال

(احساس معناداری، خودتعیینی، اثرگذاری و خودکارآمدی هر کدام پنج سؤال) در قالب طیف لیکرت (۱- خیلی کم تا ۵- خیلی زیاد) بهره گرفته شد. برای سنجش رفتار کارآفرینانه نیز از ۱۱ سؤال در قالب طیف لیکرت (۱- خیلی کم تا ۵- خیلی زیاد) بهره گرفته شد. روایی صوری و محتوایی پرسشنامه با استفاده از نظر اعضای هیئت علمی رشته‌های کارآفرینی و روانشناسی دانشگاه رازی و پایایی آن با محاسبه ضریب آلفای کرونباخ بررسی و تأیید شد (جدول ۲). به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها در دو بخش آمار توصیفی و استنباطی از نرم‌افزارهای SPSS نسخه ۲۶ و SmartPLS نسخه ۳ بهره گرفته شد. برای این منظور در بخش آمار توصیفی از آماره‌های فراوانی، درصد، میانگین، انحراف معیار، کمینه و بیشینه و در بخش آمار استنباطی از مدل‌سازی معادلات ساختاری در دو بخش ارزیابی مدل اندازه‌گیری و ارزیابی مدل ساختاری بهره گرفته شده است. ارزیابی مدل اندازه‌گیری برای بررسی روایی، پایایی و برازش مدل اندازه‌گیری متغیرهای نهفته پژوهش و ارزیابی مدل ساختاری برای آزمون فرضیه‌ها در قالب مدل پیشنهادی پژوهش به کار گرفته شدند.

یافته‌های پژوهش

براساس یافته‌های پژوهش مشخص شد که میانگین سن پاسخگویان برابر ۳۹/۱۳ با انحراف معیار ۹/۳۸ سال بود که در دامنه سنی ۱۸ تا ۶۳ قرار داشت؛ به گونه‌ای که اکثر (۶۲/۳ درصد) زنان روستایی مورد مطالعه در شهرستان مرودشت در طبقه سنی میانسال (۲۵ تا ۴۴) قرار داشتند. سایر نتایج پژوهش در خصوص ویژگی‌های جمعیت‌شناختی افراد مطالعه در جدول ۱ ارائه شده‌اند.

جدول ۱- یافته‌های توصیفی مربوط به متغیرهای جمعیت‌شناختی

متغیرها	طبقات	فراوانی	درصد معتبر	نما
وضعیت تأهل	متأهل	۱۷۸	۸۲/۴	*
	مجرد	۳۸	۱۷/۶	
طبقات سنی	جوان (کمتر از ۲۵ سال)	۱۸	۸/۴	
	میانسال (۲۵ تا ۴۴ سال)	۱۳۴	۶۲/۳	*
	بزرگسال (بزرگتر از ۴۴ سال)	۶۳	۲۹/۳	
سطح تحصیلات	ابتدایی	۶	۲/۸	
	راهنمایی	۸۴	۳۹/۱	*
	دبیرستان	۵۳	۲۴/۷	
	فوق‌دیپلم	۵۸	۲۷/۰	
	لیسانس و بالاتر	۱۴	۶/۵	

یافته‌های توصیفی مربوط به متغیرهای اصلی پژوهش با محاسبه آماره‌های میانگین، انحراف

معیار، کمینه و بیشینه در جدول ۲ نشان داده شده‌اند.

جدول ۲- یافته‌های توصیفی مربوط به متغیرهای اصلی پژوهش

متغیرها	میانگین*	انحراف معیار	کمینه	بیشینه	آلفای کرونباخ
احساس معناداری	۳/۸۷	۰/۷۵	۱/۸۰	۵/۰۰	۰/۸۴
احساس اثرگذاری	۳/۶۸	۰/۷۴	۱/۰۰	۵/۰۰	۰/۸۳
احساس خودکارآمدی	۳/۸۸	۰/۷۳	۱/۸۰	۵/۰۰	۰/۸۴
احساس خودتعیینی	۳/۹۳	۰/۷۳	۱/۲۰	۵/۰۰	۰/۸۷
رفتار کارآفرینانه	۳/۴۸	۰/۷۷	۱	۴/۸۲	۰/۹۱

*مقیاس متغیرها از ۱- خیلی کم تا ۵- خیلی زیاد است.

نتایج ارائه شده در جدول ۲ نشان دهنده این است که وضعیت تمام ابعاد توانمندی روانشناختی شامل: احساس معناداری، احساس اثرگذاری، احساس خودکارآمدی و احساس خودتعیینی بالاتر از حد متوسط (۳) می باشد. همچنین میانگین وضعیت متغیر رفتار کارآفرینانه در بین زنان روستایی شهرستان مرودشت برابر ۳/۴۸ با انحراف معیار ۰/۷۷ است؛ بنابراین با توجه به طیف مورد استفاده می توان گفت وضعیت رفتار کارآفرینانه در بین پاسخگویان بالاتر از حد متوسط (۳) است.

جهت بررسی فرض تحقیق مبنی بر نرمال نبودن توزیع داده‌های مربوط به متغیرهای احساس معناداری، احساس اثرگذاری، احساس خودکارآمدی، احساس خودتعیینی و رفتار کارآفرینانه از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف استفاده شد (جدول ۳).

بر اساس یافته‌های ارائه شده در جدول ۳ فرض تحقیق مبنی بر نرمال نبودن توزیع داده‌های مربوط به متغیرهای احساس معناداری، احساس اثرگذاری، احساس خودکارآمدی، احساس خودتعیینی و رفتار کارآفرینانه پذیرش می شود؛ بنابراین در ادامه کار از مدل سازی معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار SmartPLS که به نرمال بودن داده‌ها حساس نیست، برای آزمون فرضیه‌ها در قالب مدل پیشنهادی پژوهش استفاده می شود.

جدول ۳- نتایج آزمون کولموگروف-اسمیرنوف

متغیرها	تعداد پاسخگویان	Z	Sig.	نتیجه
احساس معناداری	۲۱۷	۰/۰۹	۰/۰۰۰	پذیرش فرضیه نرمال نبودن توزیع داده‌ها
احساس اثرگذاری	۲۱۷	۰/۱۲	۰/۰۰۰	پذیرش فرضیه نرمال نبودن توزیع داده‌ها
احساس خودکارآمدی	۲۱۷	۰/۱۳	۰/۰۰۰	پذیرش فرضیه نرمال نبودن توزیع داده‌ها
احساس خودتعیینی	۲۱۷	۰/۱۰	۰/۰۰۰	پذیرش فرضیه نرمال نبودن توزیع داده‌ها
رفتار کارآفرینانه	۲۱۷	۰/۰۹	۰/۰۰۱	پذیرش فرضیه نرمال نبودن توزیع داده‌ها

مدل پیشنهادی پژوهش تحت عنوان «تأثیر ابعاد توانمندی روانشناختی بر رفتار کارآفرینانه در بین

زنان روستایی» در دو بخش مدل اندازه‌گیری و مدل ساختاری با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری و به‌کارگیری نرم‌افزار SmartPLS نسخه ۳ ارزیابی شده است. برای ارزیابی مدل اندازه‌گیری متغیرهای نهفته پژوهش از تحلیل عاملی تأییدی استفاده شد. شاخص‌های نیکویی برازش (جدول ۴)، خلاصه نتایج ارزیابی مدل اندازه‌گیری متغیرهای نهفته پژوهش (جدول ۵) و جذر میانگین واریانس استخراج شده و ضرایب همبستگی بین سازه‌های پژوهش (جدول ۶) در ادامه ارائه شده‌اند.

جدول ۴- شاخص‌های برازش مدل‌های اندازه‌گیری پژوهش

RMS_Theta	NFI	D_G	D_LS	SRMR	شاخص برازش
≤0.12	>0.80	>0.05	>0.05	<0.10	مقدار پیشنهادشده
۰/۰۹	۰/۸۴	۰/۹۲۵	۰/۳۸۷	۰/۰۶۹	مقدار برآوردشده

- **برازش مدل:** نتایج حاصل از پژوهش نشان داد که شاخص‌های ارزیابی نیکویی برازش مدل اندازه‌گیری متغیرهای نهفته پژوهش از مقدار مناسبی برخوردارند (جدول ۴)؛ بنابراین، داده‌ها از لحاظ آماری با ساختار عاملی و زیربنای نظری چهار متغیر نهفته (سازه) پژوهش سازگاری دارند.

- **تک‌بعدی بودن نشانگرها:** نتایج ارائه‌شده در جدول ۵ نشان می‌دهند که بارعاملی استانداردشده (β) تمامی نشانگرهای انتخابی برای متغیرهای نهفته پژوهش بالا (بزرگ‌تر از ۰/۵۰) و از لحاظ آماری در سطح خطای یک‌درصد معنادار هستند ($P < 0.01$). این نتایج شواهد کافی را برای تأیید تک‌بعدی بودن نشانگرهای انتخابی برای هر یک از متغیرهای نهفته پژوهش فراهم می‌کند؛ بنابراین می‌توان اظهار کرد که نشانگرهای انتخابی جهت هر یک از سازه‌های پژوهش به‌درستی انتخاب شده‌اند.

- **پایایی ترکیبی:** نتایج جدول ۵ نشان می‌دهد که پایایی ترکیبی (CR) تمام متغیرهای نهفته پژوهش بیشتر از ۰/۷۰ و ضریب آلفای کرونباخ آنها نیز بالاتر از ۰/۷۰ است؛ بنابراین مدل اندازه‌گیری متغیرهای نهفته پژوهش از پایایی ترکیبی مناسبی برخوردارند.

جدول ۵- خلاصه نتایج ارزیابی مدل اندازه‌گیری متغیرهای نهفته پژوهش

α	AVE	CR	t	β	نشانگر	متغیرهای نهفته
۰/۸۵	۰/۶۳	۰/۸۹	۲۸/۳۵**	۰/۸۲	M1	احساس معناداری
			۲۸/۳۱**	۰/۸۰	M2	
			۴۳/۰۷**	۰/۸۵	M3	
			۱۶/۰۱**	۰/۷۵	M4	
			۲۱/۹۵**	۰/۷۳	M5	
۰/۸۴	۰/۶۱	۰/۸۸	۲۰/۸۸**	۰/۷۷	I1	احساس اثرگذاری
			۲۱/۳۷**	۰/۷۷	I2	
			۲۶/۶۳**	۰/۸۰	I3	
			۲۹/۸۳**	۰/۸۱	I4	

			۲۰/۷۵**	۰/۷۴	I5	
۰/۸۴	۰/۶۱	۰/۸۹	۳۱/۷۰**	۰/۸۱	C1	احساس خودکارآمدی
			۳۱/۷۷**	۰/۸۳	C2	
			۲۵/۸۱**	۰/۷۸	C3	
			۲۳/۳۲**	۰/۸۰	C4	
			۱۵/۸۱**	۰/۷۰	C5	
۰/۸۸	۰/۶۷	۰/۹۱	۱۵/۴۵**	۰/۷۴	S1	احساس خودتعیینی
			۳۵/۶۳**	۰/۸۴	S2	
			۳۳/۷۱**	۰/۸۵	S3	
			۲۴/۸۳**	۰/۸۱	S4	
			۲۷/۵۰**	۰/۸۳	S5	
۰/۹۱	۰/۵۴	۰/۹۳	۲۴/۰۲**	۰/۷۸	EB1	رفتار کارآفرینانه
			۱۵/۹۹**	۰/۷۳	EB2	
			۱۹/۹۴**	۰/۷۳	EB3	
			۱۲/۲۱**	۰/۶۰	EB4	
			۲۲/۰۵**	۰/۷۵	EB5	
			۱۹/۱۲**	۰/۷۰	EB6	
			۲۹/۲۱**	۰/۸۰	EB7	
			۱۸/۷۸**	۰/۷۱	EB8	
			۲۸/۸۰**	۰/۸۰	EB9	
			۲۶/۰۹**	۰/۷۸	EB10	
			۱۵/۸۴**	۰/۶۹	EB11	

** معنی‌داری در سطح خطای یک درصد

- **روایی همگرا:** نتایج جدول ۵ نشان می‌دهد که میانگین واریانس استخراج‌شده (AVE) برای مدل اندازه‌گیری متغیرهای نهفته پژوهش بیشتر از ۰/۵۰ است؛ از این رو مدل اندازه‌گیری متغیرهای نهفته پژوهش از روایی همگرای مناسبی برخوردارند.

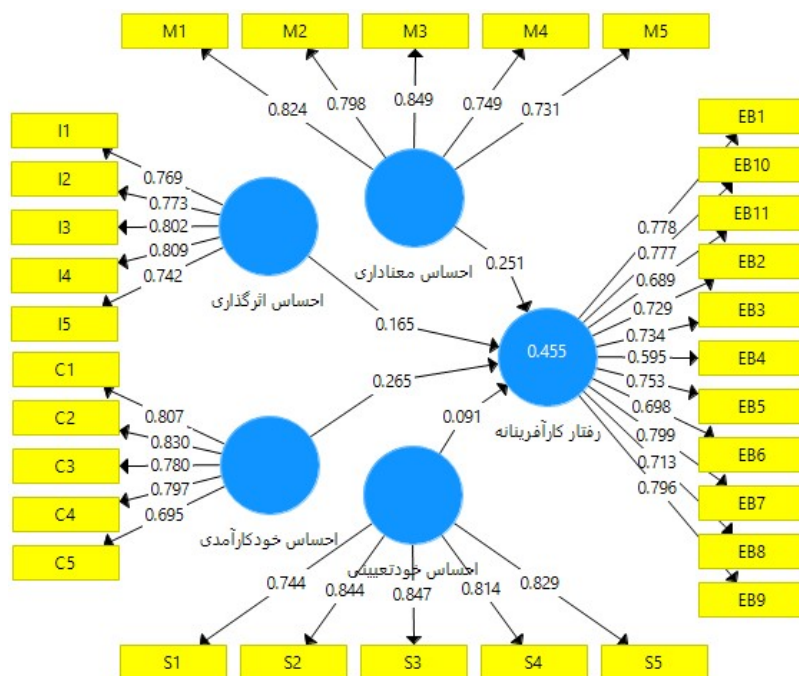
جدول ۶- جذر میانگین واریانس استخراج‌شده و ضرایب همبستگی سازه‌های پژوهش

متغیرهای نهفته	۱	۲	۳	۴	۵
۱- احساس اثرگذاری	۰/۷۸				
۲- احساس خودتعیینی	۰/۶۲	۰/۸۲			
۳- احساس خودکارآمدی	۰/۶۷	۰/۶۸	۰/۷۸		
۴- احساس معناداری	۰/۶۹	۰/۶۳	۰/۶۸	۰/۷۹	
۵- رفتار کارآفرینانه	۰/۵۷	۰/۵۳	۰/۶۱	۰/۶۰	۰/۷۴

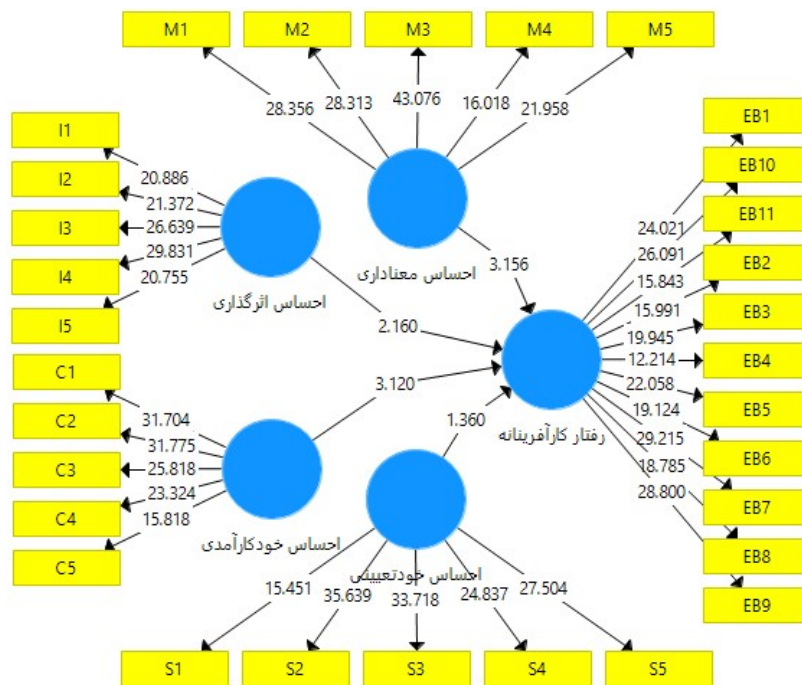
توجه: اعداد عناصر قطری جدول، جذر میانگین واریانس استخراج‌شده و عناصر پایین قطر جدول، ضرایب همبستگی بین سازه‌ها هستند.

- **روایی تشخیصی:** براساس نتایج جدول ۶ مشاهده می‌شود که جذر میانگین واریانس

استخراج شده هریک از متغیرهای نهفته پژوهش ($0.74 < AVE < 0.82$) بزرگ‌تر از همبستگی بین آنهاست ($0.53 < r < 0.69$). این یافته بیانگر آن است که نشانگرهای انتخابی هر متغیر نهفته پژوهش درصد بالایی از واریانس مشترک آن متغیر نسبت به سایر متغیرهای نهفته پژوهش را به اشتراک می‌گذارند؛ بنابراین روایی تشخیصی مدل اندازه‌گیری متغیرهای نهفته پژوهش تأیید می‌شود. پس از ارزیابی مدل اندازه‌گیری متغیرهای نهفته پژوهش، برای آزمون فرضیه‌ها در قالب مدل پیشنهادی پژوهش از روش ارزیابی مدل ساختاری استفاده شد. مدل ساختاری پژوهش در حالت استاندارد (شکل ۲)، در حالت معناداری (شکل ۳) و خلاصه نتایج ارزیابی مدل ساختاری (جدول ۷) در ادامه ارائه شده‌اند.



شکل ۲- مدل ساختاری پژوهش در حالت استاندارد



شکل ۳- مدل ساختاری پژوهش در حالت معناداری

جدول ۷- خلاصه نتایج ارزیابی مدل ساختاری پژوهش

R ²	ضریب مسیر		متغیرهای نهفته	
	T	β	بروزا	درونزا
۰/۴۶	۳/۱۵**	۰/۲۵	احساس معناداری	رفتار کارآفرینانه
	۲/۱۶*	۰/۱۷	احساس اثرگذاری	
	۳/۱۲**	۰/۲۷	احساس خودکارآمدی	
	۱/۳۶	۰/۰۹	احساس خودتعیینی	

**معناداری در سطح خطای یک درصد و *معناداری در سطح خطای پنج درصد

- ضریب مسیر (β): نتایج ارائه شده در جدول ۷؛ بیانگر این است که متغیر نهفته احساس معناداری تأثیر مثبت و معناداری در سطح خطای یک درصد بر رفتار کارآفرینانه در میان زنان روستایی دارد ($\beta=0.25, t=3.15$)؛ متغیر نهفته احساس اثرگذاری تأثیر مثبت و معناداری در سطح خطای پنج درصد بر رفتار کارآفرینانه در میان زنان روستایی دارد ($\beta=0.17, t=2.16$)؛ و متغیر نهفته احساس

خودکارآمدی تأثیر مثبت و معناداری در سطح خطای یک درصد بر رفتار کارآفرینانه در میان زنان روستایی دارد ($\beta = 0.27, t = 3.12$). این در حالی است که براساس نتایج ارائه شده در جدول ۷، مشاهده می شود که متغیر نهفته احساس خودتعیینی تأثیر معناداری از لحاظ آماری بر رفتار کارآفرینانه در بین زنان روستایی ندارد ($\beta = 0.09, t = 1.36$). براین اساس، فرضیه های یک، دو و سه تأیید و فرضیه چهار پژوهش رد می شود. افزون بر این، نتایج ارائه شده در جدول ۶، نشان می دهد که متغیر نهفته احساس خودکارآمدی بیشترین تأثیر و متغیر نهفته احساس خودتعیینی کمترین تأثیر بر رفتار کارآفرینانه در میان زنان روستایی را دارد.

– ضریب تبیین (R^2): یافته های ارائه شده در جدول ۷؛ حاکی از این است که ضریب تبیین متغیر نهفته رفتار کارآفرینانه در میان زنان روستایی حدود ۰/۴۶ است، به این معنی که ۴۶ درصد از تغییرات متغیر نهفته رفتار کارآفرینانه توسط ابعاد توانمندی روانشناختی قابل پیش بینی است.

بحث و نتیجه گیری

نظر به این که توسعه و ترویج کارآفرینی نتیجه مستقیم تقویت اقدامات و رفتارهای کارآفرینانه است؛ بنابراین از یک سو هرگونه تلاشی در راستای توسعه کارآفرینی باید به دنبال تقویت رفتارهای کارآفرینانه باشد و از دیگر سو، هرگونه تلاشی در جهت تقویت رفتارهای کارآفرینانه در میان زنان روستایی مستلزم شناسایی عوامل اثرگذار بر آن است. در این راستا، پژوهش حاضر به منظور بررسی تأثیر ابعاد توانمندی روانشناختی بر رفتار کارآفرینانه در میان زنان روستایی شهرستان مرودشت انجام شد که نتایج زیر را در پی داشت:

نتایج پژوهش نشان داد که احساس خودکارآمدی تأثیر مثبت و معناداری در سطح خطای یک درصد بر رفتار کارآفرینانه پاسخگویان داشت. نظر به این که احساس خودکارآمدی به درک فرد از آسانی یا سختی درگیر شدن در اقدامات و رفتارهای مختلف اشاره دارد، لذا درک مثبت فرد از توانایی های خود، او را به دنبال کردن فعالیت های سخت (نظیر فعالیت های کارآفرینانه) هدایت می کند؛ چراکه افراد معمولاً تمایل به انجام رفتارهایی دارند که فکر می کنند و یا انتظار دارند که بتوانند به خوبی آن را کنترل و مدیریت کنند (Linan et al., 2013). این یافته با نتایج مطالعات: موسیوند و همکاران (۱۳۹۶)، عامری و همکاران (۱۳۹۵)، دهقانی و همکاران (۲۰۱۴)، کوشکی و همکاران (۱۳۹۲) و صفری و همکاران (۲۰۱۰) هم راستاست.

یافته های پژوهش نشان داد که متغیر احساس معناداری تأثیر مثبت و معناداری بر رفتار کارآفرینانه پاسخگویان داشت. این یافته نیز با نتایج مطالعات: موسیوند و همکاران (۱۳۹۶)، عامری و همکاران (۱۳۹۵)، دهقانی و همکاران (۲۰۱۴)، کوشکی و همکاران (۱۳۹۲) و صفری و همکاران (۲۰۱۰) مطابقت دارد. در توجیه این یافته می توان گفت زمانی رفتار و نیت کارآفرینانه بروز می کنند که با

ارزش‌ها و باورهای فرهنگی و اجتماعی فرد و جامعه در ارتباط باشند (Shiri et al 2017). از این‌رو، نظر به این‌که احساس معناداری به سازگاری اهداف و اقدامات فرد با ارزش‌ها، باورها و نیازهای فرد اشاره دارد؛ بنابراین پرواضح است که احساس معناداری تأثیر مثبت و معناداری بر رفتار کارآفرینانه در میان زنان روستایی داشته باشد.

نتایج پژوهش نیز نشان داد که احساس اثرگذاری تأثیر مثبت و معناداری بر رفتار کارآفرینانه پاسخگویان داشت. نظر به این‌که کارآفرینان معمولاً با رفتارها و اقدامات کارآفرینانه بر محیط اطراف خود اثر می‌گذارند و می‌کوشند با انجام تغییرات مثبت و نوآورانه به هموعان خود کمک کنند، بنابراین بدیهی است که احساس اثرگذاری در فرد با تقویت رفتارهای کارآفرینانه در آن سازگار باشد؛ چرا که در احساس اثرگذاری فرد باور دارد که می‌تواند با تحت تأثیر قراردادن محیطی که در آن کار می‌کند با نتایجی که تولید می‌شوند، تغییر ایجاد کند. این یافته با نتایج مطالعات: موسیوند و همکاران (۱۳۹۶)، عامری و همکاران (۱۳۹۵)، دهقانی و همکاران (۲۰۱۴)، کوشکی و همکاران (۱۳۹۲) و صفری و همکاران (۲۰۱۰) هم‌خوانی دارد.

درنهایت، با وجود این‌که مطالعات مختلفی بر تأثیر مثبت و معنادار مؤلفه خودتعیینی (اقتدار) بر رفتارهای کارآفرینانه در افراد تأکید کرده‌اند (عامری و همکاران، ۱۳۹۵؛ کوشکی و همکاران، ۱۳۹۲؛ موسیوند و همکاران، ۱۳۹۶؛ دهقانی و همکاران، ۲۰۱۴؛ صفری و همکاران، ۲۰۱۰). ولی نتایج این مطالعه نشان داد که متغیر احساس خودتعیینی (اقتدار) اثر معناداری بر رفتار کارآفرینانه در بین زنان روستایی شهرستان مرودشت نداشت. دلیل اختلاف نتایج این مطالعه با نتایج مطالعات پیشین ممکن است ناشی از ابزارهای اندازه‌گیری مختلف و جوامع آماری متنوع باشد؛ چرا که اکثر مطالعات پیشین در بین کارکنان ادارات و بافت‌های سازمانی و با ابزارهای اندازه‌گیری مرتبط با بافت‌های سازمانی طراحی و اجرا شده‌اند که شرایط و ویژگی‌های آنها با جامعه آماری (زنان روستایی شهرستان مرودشت) این مطالعه کاملاً متفاوت است. در هر صورت، انجام مطالعات بیشتر در جوامع و مکان‌های مختلف برای شفاف‌سازی نقش مؤلفه‌های توانمندی روانشناختی بر رفتارهای کارآفرینانه ضرورت دارد.

در کل، نتایج این مطالعه نقش ابعاد توانمندی روانشناختی در بروز رفتارهای کارآفرینانه در بین زنان روستایی شهرستان مرودشت را آشکار کرد که دستاوردهای نظری و کاربردی مناسبی برای پژوهشگران و سیاست‌گذاران امر ترویج و توسعه کارآفرینی در بین زنان به‌ویژه زنان روستایی دارد. در بحث دستاوردهای نظری، نتایج این مطالعه به ادبیات کارآفرینی کمک می‌کند و پژوهشگران آتی می‌توانند با در نظر گرفتن توانمندی‌های روانشناختی در جهت پیش‌بینی و مدل‌سازی رفتارها و اقدامات کارآفرینانه افراد اقدام کنند. در بحث دستاوردهای کاربردی، نتایج این مطالعه به سیاست‌گذاران امر ترویج و توسعه کارآفرینی کمک می‌کند که با در نظر گرفتن برنامه‌ها و راهکارهایی برای بهبود توانمندی روانشناختی زنان روستایی در جهت ترویج و توسعه کارآفرینی در نواحی روستایی اقدام کنند. در این راستا، با توجه به نتایج مطالعه پیشنهاد می‌شود که از برنامه‌های مختلف نظیر توسعه صندوق‌های

اعتبارات خرد زنان روستایی، توجه و حمایت از صنایع و محصولات تولیدی زنان روستایی، برگزاری رویدادهای استارت‌آپی ویژه زنان روستایی و حمایت از ایده‌های آنان، برگزاری کارگاه‌ها و دوره‌های آموزشی جهت بهبود آگاهی زنان روستایی از نقش‌ها و توانمندی‌هایی که دارند و می‌توانند از آنها در جهت بهبود وضع اقتصادی خود، خانواده و جامعه استفاده کنند، تهیه و اجرای برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی در خصوص نقش زنان در توسعه، معرفی و تجلیل از زنان روستایی کارآفرین و برتر در حوزه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی به صورت مستمر، در نظر گرفتن تسهیلات مالی و اعتباری مناسب برای زنان روستایی که به صورت خانگی اقدام به کارآفرینی و انجام فعالیت‌های اقتصادی می‌کنند، در جهت بهبود احساس خودکارآمدی، معناداری و اثرگذاری زنان روستایی اقدام کنند که در نهایت، منجر به بروز رفتارهای کارآفرینانه و در نتیجه ترویج و توسعه کارآفرینی در نواحی روستایی می‌شود. افزون بر موارد فوق، با توجه به نتایج پژوهش پیشنهادهای زیر برای کمک به سیاست‌گذاران، برنامه‌ریزان و مدیران و مسئولان توسعه روستایی در جهت ارتقای توانمندی روانشناختی زنان روستایی و ارتقای نقش آنها در توسعه فعالیت‌های اقتصادی ارائه می‌شود:

- دادن وام، تسهیلات و اعتبارات مالی و اقتصادی کم‌بهره به زنان روستایی در جهت راه‌اندازی فعالیت‌های اقتصادی کوچک و زودبازده؛
- برگزاری کلاس‌ها، دوره‌ها و کارگاه‌های آموزشی-ترویجی در جهت افزایش آگاهی، دانش، نگرش و مهارت‌های زندگی و اجتماعی و فرهنگی و اقتصادی زنان روستایی؛
- تلاش در جهت راه‌اندازی کارگاه‌ها، تعاونی‌ها و فعالیت‌های درآمدزای گروهی و انفرادی کوچک و متوسط در بخش کشاورزی، صنایع دستی و ... در نواحی روستایی؛
- تلاش در جهت راه‌اندازی و تأسیس صندوق‌های اعتبارات خرد زنان روستایی و همچنین مؤسسات، نهادها و انجمن‌های حمایتی برای حمایت‌های مادی و معنوی از زنان در نواحی روستایی؛
- تسهیل دسترسی زنان روستایی به شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های جمعی برای افزایش و ارتقای دانش و آگاهی آنان نسبت به مسائل جامعه؛
- راه‌اندازی کتابخانه‌ها، پارک‌ها و مراکز تفریحی برای حضور زنان در این مکان‌ها در جهت افزایش دانش و آگاهی و همچنین مشارکت آنان در مسائل اجتماعی؛

تشکر و قدردانی

این مقاله مستخرج از طرح پژوهشی با عنوان «عوامل مؤثر بر توانمندسازی روانشناختی زنان نواحی روستایی شهرستان مرودشت و ارائه راهکارهایی به منظور ارتقای آن» است که با تصویب و حمایت مالی حوزه معاونت پژوهشی دانشگاه آزاد اسلامی مرودشت اجرا شده است؛ بدین وسیله مراتب تقدیر و تشکر خود را از حمایت‌های این دانشگاه اعلام می‌داریم.

منابع

- [۱] احمدپورداریانی، محمود (۱۳۸۶). کارآفرینی؛ تعاریف، نظریات و الگوها، چ هفتم، تهران: شرکت پردیس.
- [۲] امیرکبیری، علیرضا. و فتحی، صمد (۱۳۸۶). «بررسی ارتباط ابعاد توانمندی روانشناختی با کارآفرینی درون سازمانی»، *مطالعات مدیریت صنعتی*، ۶ (۱۶): صص ۹۹-۱۲۴.
- [۳] ایرجی‌راد، ارسلان. و لطفی خاتون‌آباد، فاطمه (۱۳۹۸). «نقش میانجی توانمندی در رابطه بین رفتار نوآورانه و خلاقیت کارکنان»، *ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی*، ۹ (۱): صص ۱-۲۲.
- [۴] جواهری، فاطمه و قضاتی، سرور (۱۳۸۳). «موانع کارآفرینی زنان: بررسی تأثیر نابرابری جنسیتی بر کارآفرینی زنان در ایران»، *مجله جامعه‌شناسی ایران*، ۵ (۲): صص ۱۷۸-۱۳۱.
- [۵] حسین‌پور، داود، کوشکی جهرمی، علیرضا و بودلایی، حسن (۱۳۹۰). «معنویت به‌عنوان حلقه بین توانمندسازی و بروز رفتارهای کارآفرینانه»، *پژوهش‌های مدیریت منابع سازمانی*، ۱۱ (۱): صص ۹۲-۶۵.
- [۶] روشن‌نیا، داوود، خادمی شهریور، رقیه و قوتی، سعید (۱۳۹۴). «چالش‌ها و موانع اجتماعی کارآفرینی زنان»، *کار و جامعه*، ۱۸۸، صص ۷۴-۶۴.
- [۷] ریاحی، بهروز (۱۳۸۴). «توانمندسازی نیروی انسانی: یک وظیفه یا یک ضرورت»، *صنعت و توسعه*، ۵ (۲۷): صص ۱۶-۱۰.
- [۸] سازمان برنامه‌وبودجه کشور (۱۳۹۵). «بررسی شاخص‌های عمده بازار کار در سال‌های ۱۳۸۴ تا ۱۳۹۵»، موجود در سایت: <https://www.amar.org.ir/Portals/0/News/1396/shbkar.pdf>.
- [۹] عامری، میرحسن، محمدی، میترا و صیادی، محمدمبین (۱۳۹۵). «بررسی رابطه بین عوامل روان‌شناختی توانمندسازی و کارآفرینی کارکنان اداره کل ورزش و جوانان استان ایلام»، *پژوهش‌های فیزیولوژی و مدیریت در ورزش*، ۸ (۲): صص ۱۰۸-۹۵.
- [۱۰] فلاح جلودار، ربیع، فرج‌الله حسینی، جمال، حسینی، محمود. و میردامادی، مهدی (۱۳۹۶). «عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینی زنان روستایی شمال کشور»، *روستا و توسعه*، ۱۰ (۴): صص ۱۱۶-۸۷.
- [۱۱] کریمی و کیل، علیرضا، شفیع‌آبادی، عبدالله، فرحبخش، کیومرث و یونسسی، جلیل (۱۳۹۷). «تدوین برنامه آموزشی توانمندسازی روانشناختی زنان سرپرست خانوار بر مبنای نظریه روانشناسی فردی و ارزیابی اثربخشی آن»، *پژوهش‌نامه زنان*، ۹ (۲۳): صص ۱۶۷-۱۳۵.
- [۱۲] کوشکی، ع، اسدی، ا و مسلمی، ع (۱۳۹۲). «بررسی نقش میانجی معنویت سازمانی در ارتباط بین توانمندسازی روانشناختی و بروز رفتارهای کارآفرینانه (مورد مطالعه: شرکت ماموت)»، *مطالعات کمی در مدیریت*، ۴ (۱): صص ۸۵-۶۱.
- [۱۳] خبرگزاری ایلنا (۱۳۹۸). «بررسی وضعیت کارآفرینی زنان ایرانی»، موجود در سایت:

<https://www.ilna.news/fa/tiny/news-837399>.

- [۱۴] موسیوند، مریم، فرازبانی، فاتح، کریمی، علی و ویسه، مهدی (۱۳۹۶). «تبیین تأثیر مؤلفه‌های توانمندسازی روان‌شناختی بر توسعه رفتار کارآفرینانه در بین کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان کرمانشاه». *مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش*، ۴ (۴): صص ۸۰-۷۱.۱۱
- [15] Aslam, S (2017). "Psychological empowerment on creativity among employees of IT sector: The mediating role of creative process engagement and intrinsic motivation". *Canadian Social Science*, 13 (6), 11-34.
- [16] Autio, E., Kenney, M., Mustar, P., Siegel, D. and Wright, M (2014). "Entrepreneurial innovation: The importance of context". *Research policy*, 43: 1097-1108.
- [17] Bartlett, J., Kotrlik, J. & Higgins, C (2001). "Organizational research: Determining appropriation sample size in survey research". *Information technology, learning, and performance Journal*, 1 (11119), 43- 50.
- [18] Chow, I. S. H (2018). "The mechanism underlying the empowering leadership-creativity relationship". *Leadership & Organization Development Journal*, 39 (2), 202-217.
- [19] Clark, B. R (1998). "The Entrepreneurship University Demand and Response: Theory and Practice". *Tertiary Education Management*, 4 (1), 5-16.
- [20] Dam, K. V., Schipper, M. and Runhaar, P. (2010). Developing a competency-based for teacher's entrepreneurial behavior. *Teaching and teacher education*, 26 (4): 965-971.
- [21] Davis, C (2010). "Role occupancy, quality and psychological distress among Caucasian and African American women". *Journal of women and social work*, 26(1), 83-89.
- [22] Dehghani, S., Gharooni, A., & Arabzadeh, A (2014). "Staff Empowerment, Entrepreneurial Behaviors and Organizational Efficiency in Iranian Headquarter Education". *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 109, 1130-1141.
- [23] Endres, A. M., & Woods, C. R (2010). "Shumpter's Conduct Model of the Dynamic Entrepreneur: Nature, Scope and Distinctiveness". *Journal of Evolutionary Economic*, 20(4), 583-607.
- [24] Gil, A. J., Rodrigo-Moya, B., & Morcillo-Bellido, J (2018). "Impact of teacher empowerment on innovation". *Preprints*, 6, 2-22.
- [25] Hochwälder, Jacek & Bergsten, Agneta (2005). "Psychological Empowerment at the Workplace as a Predictor of Ill Health". *Personality and Individual Differences*, 39, 1237-1248.
- [26] Khoshmaram, M., Shiri, N., Shinnar, R. S., & Savari, M (2020). "Environmental Support and Entrepreneurial Behavior among Iranian Farmers: The Mediating Roles of Social and Human Capital". *Journal of Small Business Management*, 58 (5): 1064-1088.
- [27] Kirkley, W. W (2016). "Entrepreneurial Behaviour: The Role of Values". *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 22(3), 290-328.
- [28] Lashgarara, F., & Ghashghaei, F (2014). "Identifying Factors Affecting on the Development of Rural Women Entrepreneurship in Tehran Province". *Agriculture Science Developments*, 3(11), 351-353.
- [29] Li, C. P., Li, X. X., & Shi, K (2006). "The Measurement of Empowerment and Its

- Relationship with Work Attitude of Employees". *Journal of Psychology*, 38, 99-106.
- [30] Liñan, F., Nabi, G. and Krueger, N (2013). "British and Spanish entrepreneurial intentions: A comparative study". *Revista de Economía Mundial*, 33: 73-103.
- [31] Lumpkin, G.T. and Dess, G.G (1996). "Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance". *Academy of Management Review*, 21(1):135-172.
- [32] Mair, P (2005). "Popular democracy and the European union polity". Available at: http://edoc.vifapol.de/opus/volltexte/2011/2455/pdf/egp_connex_C_05_03.pdf
- [33] Morris, M. H., and Kuratko, D. F (2002). *Corporate entrepreneurship: Entrepreneurial development within organizations*. Orlando, FL: Harcourt College Publishers.
- [34] Pearce, J. A., Robertson, K.T., & Robbins, D. K (1997). "Effects of Managers' Entrepreneurial Behavior on Subordinates". *Journal of Business Venturing*, 12, 147-160.
- [35] Safari, Kh., Rastegar, A., & Ghorban Jahromi, R (2010). "The relationship between psychological empowerment and entrepreneurship among clerks of Fars Payame-Noor University". *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 5, 798-802.
- [36] Saray, H., Patache, L., & Ceqran, M. B (2017). "Effects of employee empowerment as a part of innovation management". *Economics, Management and Financial Markets; Woodside*, 12 (2), 88-96.
- [37] Scheiner, C. W (2008). *Fundamental determinants of entrepreneurial behavior*. Dissertation Universität Erlangen-Nürnberg.
- [38] Shapero, A (1984). *The entrepreneurial event*. Kent, C.A. (ed.) in *The Environment for Entrepreneurship*, Lexington, Mass: Lexington Books, D.C. Heath and Company, p.21-40
- [39] Shiri, N., Shinnar, R. S., Mirakzaed, A. A., and Zarafshani, K (2017). "Cultural Values and entrepreneurial Intentions among agriculture students in Iran". *International Entrepreneurship and Management Journal*, 13(4), 1157-1179.
- [40] Spreitzer, G. M (1995). "Psychological empowerment in the workplace: dimensions, measurement, and validation". *Academy Management Journal*, 38(5): 1442-1465.
- [41] Spreitzer, G. M (2008). *Taking stock: a review of more than twenty years of research on empowerment at work*. In: Barling J, Cooper CL (Eds.). *Handbook of organizational behavior*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, P. 54-72.
- [42] Thomas, K., & Velthouse, B (1990). "Cognitive Elements of Empowerment: An interpretive Model of Intrinsic Task Motivation". *Academy of Management Review*, 38, 91- 123.
- [43] Zahra, S. A. and Dess, G. G (2001). "Entrepreneurship as a field of research: Encouraging dialogue and debate". *Academy of Management Review*, 26(1): 8-10.