

## Research Paper

## Typology of the Mentality of Rural Women About Promotion of Rural Entrepreneurship

\*Mohammad Bagher Arayesh<sup>1</sup>, Farshid Namamaian<sup>2</sup>, Alireza Eslambolchi<sup>3</sup>, Mostafa Rezaeirad<sup>4</sup>

1. Assistant professor of Agricultural Extension and Education, Islamic Azad University of Ilam, Ilam, Iran.
2. Assistant professor of Business Management, Islamic Azad University of Kermanshah, Kermanshah, Iran.
3. Assistant professor of Management, Islamic Azad University of Hamedan, Hamedan, Iran.
4. Assistant professor of Management, University of Boalisina, Hamedan, Iran.



**Citation:** Bagher Arayesh, M., Namamaian, F., Eslambolchi, A., & Rezaeirad, M., (2019). [Typology of the Mentality of Rural Women About Promotion of Rural Entrepreneurship (Persian)]. *Journal of Rural Research*, 9(4), 536-551, <http://dx.doi.org/10.22059/jrur.2018.258215.1257>

**doi:** <http://dx.doi.org/10.22059/jrur.2018.258215.1257>

Received: 30 May 2018

Accepted: 15 Nov. 2018

**ABSTRACT**

The present research was conducted on the typology of mental models of rural women for rural entrepreneurship development in *Ilam* province. The study deals with the subjective opinions of the participants based on Q methodology. It is applied in terms of goal as well as exploratory and mixed in terms of data collection. The participants of the study consisted of 26 successful female rural entrepreneurs selected by the targeted judgment method. The data were obtained through interviews and a literature review. As many as 49 phrases were selected as Q statements. The SPSS software was applied for data analysis. According to the results obtained from the exploratory factor analysis, the mentality of the participating rural women about promoting rural entrepreneurship was classified into six types including entrepreneurial, market-driven educational, economy-centered, environment-centered, participatory, and supportive types.

**Key words:**

Women, Q methodology, Rural entrepreneurship, *Ilam* province, Mental patterns

**Extended Abstract****1. Introduction**

**W**omen account for more than half of the world's population. Although they hold two-thirds of the workforce, they have only one tenth of the income and one hundredth of the possession of the world. Statistics and the existing information show that

almost all women's income is spent on the family. This is while men bring home only 50 to 68 percent of their income. Women entrepreneurs create a business by using creativity and innovation. Entrepreneurship can solve such problems as unemployment, lack of creative and dynamic human resources, significant declines in productivity, low quality of products and services, and economic downturn.

**\* Corresponding Author:**

**Mohammad Bagher Arayesh, PhD**

**Address:** Department of Agriculture, Islamic Azad University, Ilam.

**Tel:** +98 (843) 2224827

**E-mail:** arayesh@ilam-iau.ac.ir

Despite the unique role of rural women in the process of rural and agricultural development, the available information indicates that their employment is inappropriate. According to the census of 1996, the overall share of women's employment was 9.09%, while the standard employment rate for women is about 30 percent. In *Ilam* province, in the current situation, the level of economic participation of 10-year-old women still remains at an optimal distance, while only 15.7 percent of women were economically active in 2005. Considering villages as the strategic axis of agriculture and food production, the share of villages and villagers in the process of rural development should not be ignored. Otherwise, there will be unaffordable costs and consequences such as excessive growth of immigration, increase of marginalization around metropolises, and many other problems. Therefore, it is important to address the issue of rural entrepreneurship. It is to be emphasized, however, that designing and implementing rural development programs regardless of the attitudes, perception and mentality of the audience of the programs is not likely to bring about any proper or desirable outcome.

## 2. Methodology

The present research was conducted with the aim of identifying the different mental models of rural women entrepreneurs about rural entrepreneurship development in *Ilam* province. The search for the subjectivity of the participants in this regard was done with Q methodology. The dominant paradigm of the study was a mixed method. The research is an applied one in terms of goal and an exploratory mixed one in terms of data collection. The concourse of experts included six employees of government agencies involved in entrepreneurship each with over 15 years of service and an undergraduate background, six university professors with backgrounds in rural entrepreneurship studies, and 6 successful rural entrepreneurs introduced by the corresponding government agencies. Also, the participants consisted of 26 successful rural women entrepreneurs selected by the targeted judgment method. Forty nine phrases were extracted based on the interviews with the participants and the literature review. Then a questionnaire was designed with 49 cards. The data were analyzed by the Q exploratory factor. Q methodology is a technique that identifies and classifies people's perceptions and beliefs. It also categorizes groups of people based on their perception. Usually, Q method is a link between qualitative and quantitative methods. The main difference between Q method and other research methods in social science is that individuals are analyzed instead of variables. In this study, five different steps were

taken to reveal mental patterns. The first step was creation of Q options. At this stage, QI options were formulated by conducting semi-structured interviews with the members of the forum. In the second step, the selection of the participants took place. To select the collaborators, we tried to use the most relevant subjects on rural entrepreneurship. In the third step, ranking and sorting were done. At this stage, to make a ranking table, the quotes were used from the quasi-normal distribution in the form of compulsory distribution. To test the reliability of the research tool, a test-retest was done. In the fourth step, the statistical analysis of the data was carried out through a factor analysis to identify similar mindsets among the participants. In the fifth step, the factors were interpreted.

## 3. Results

Based on the principal component analysis, the varimax rotation, the factor matrix, and the variance percentage, six factors were extracted from a total of 49 questions. These factors explained one another and covered 83.13 percent of the total variance of the variables (i.e. common participants' viewpoints). Based on the results of the factor analysis, the participants' mentality was found to make up six classes including entrepreneurial - market-driven educational, entrepreneurial - economy-centered, entrepreneurial - environment-centered, entrepreneurial - behavior-centered, entrepreneurial - participatory, and entrepreneurial - supportive classes.

## 4. Discussion

In this research, Q methodology was used to identify the mentality of rural women entrepreneurs about rural entrepreneurship development in *Ilam* province. As the results showed, the women entrepreneurs who participated in this research had different attitudes towards the promoters of rural entrepreneurship.

## 5. Conclusion

The mentality of the participants in this research was classified into six separate groups. They were of entrepreneurial - market-driven educational (20/37), entrepreneurial - economy-center (15/90), entrepreneurial - environment-centered (12/21), entrepreneurial - behavior-centered (11/96), entrepreneurial - participatory (9/41), and entrepreneurial - supportive types.

### Acknowledgments

This research did not receive any specific grant from funding agencies in the public, commercial, or not-for-profit sectors.

### Conflict of Interest

The authors declared no conflicts of interest

## گونه شناسی الگوهای ذهنی زنان روستایی در زمینه پیش برنده‌های توسعه کارآفرینی روستایی: کاربست روش شناسی کیو

\* محمد باقر آرایش<sup>۱</sup>، فرشید نمایان<sup>۲</sup>، علیرضا اسلامبولچی<sup>۳</sup>، مصطفی رضایی راد<sup>۴</sup>

- ۱- استادیار ترویج و آموزش کشاورزی، گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ایلام، ایلام، ایران.
- ۲- استادیار مدیریت بازرگانی، گروه مدیریت، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمانشاه، کرمانشاه، ایران.
- ۳- استادیار مدیریت گروه مدیریت، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد همدان، همدان، ایران.
- ۴- استادیار مدیریت بازرگانی، گروه مدیریت، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه بوعلی سینا، همدان، ایران.

### حکمه

تاریخ دریافت: ۰۹ خرداد ۱۳۹۷

تاریخ پذیرش: ۲۴ آبان ۱۳۹۷

پژوهش حاضر باهدف گونه‌شناسی الگوهای ذهنی زنان کارآفرین روستایی در زمینه پیش برنده‌های توسعه کارآفرینی روستایی در سطح استان ایلام با استفاده از روش شناسی کیو انجام شد. این پژوهش از نظر هدف، کاربردی، به لحاظ ماهیت از نوع تحقیقات اکتشافی و از نظر روش گردآوری داده‌ها، کمی - کیفی از نوع کیو است. مشارکت کنندگان این پژوهش تعداد ۲۶ نفر از زنان کارآفرین روستایی بودند که به‌صورت هدفمند انتخاب شدند. تالار گفتمان پژوهش از پیشینه و مصاحبه گردآوری و تعداد ۴۹ عبارت به‌عنوان نمونه عبارات کیو انتخاب شد. تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش به کمک تحلیل عاملی انجام شد. بر اساس یافته‌های به‌دست آمده از تحلیل عاملی اکتشافی، ذهنیت‌های زنان روستایی کارآفرین در زمینه پیش برنده‌های توسعه کارآفرینی روستایی در ۶ دسته ذهنیت کارآفرینانه - آموزشی بازار محور، اقتصاد گرا، محیط گرا، مشارکتی و حمایتی دسته‌بندی شدند.

### کلیدواژه‌ها:

زنان، روش کیو، کارآفرینی روستایی، الگوهای ذهنی، استان ایلام

### مقدمه

به‌زعم بسیاری از پژوهشگران، کارآفرینی یک راهبرد مناسب برای مبارزه با فقر و نگاهداشت ثروت در جوامع کم‌درآمد تلقی می‌شود (Shahraki et al., 2016). بنابراین، برنامه‌ریزان روستایی در پاسخ به الزامات اقتصاد جهانی، توسعه کسب‌وکارهای کوچک، انجمن‌های تجاری منطقه‌ای و کارآفرینان محلی را مدنظر قرار داده‌اند (GEM, 2014). طبق آمار دیده‌بان جهانی کارآفرینی، در کشورهایی با ساختارهای مشابه، همبستگی میان کارآفرینی و رشد اقتصادی بیش از ۰/۷ درصد است (Shahraki et al., 2016). بر اساس نتایج مطالعات، کشورها و جوامع کارآفرین اکنون در صدر اقتصادهای جهانی قرار دارند. بر مبنای شاخص‌های دیده‌بان جهانی کارآفرینی، در سال ۲۰۱۵ رتبه ایران از نظر کارآفرینی در میان ۷۰ کشور مورد بررسی، ۴۳ و در میان کشورهای هم‌گروه خود شامل بولیوی، آنگولا و ویتنام، آخر بوده است (GEM,

2014-2015). این آمار، گویای وضعیت نه‌چندان مطلوب تحقق برنامه‌های توسعه کارآفرینی در ایران است. از سویی دیگر، تحقیقات کارآفرینی بیشتر در حوزه جغرافیایی و نیز پدیده‌های شهری صورت گرفته است، به‌گونه‌ای که برخی محققان (Kyro, 2016; Shahraki et al., 2014) از ضرورت بازگشت کارآفرینی به کشاورزی و عرصه روستا سخن گفته‌اند. در ایران نیز پژوهش‌های کارآفرینی بیشتر خصلت شهری داشته‌اند و کارآفرینی روستایی بیشتر در بعد کشاورزی‌اش بررسی شده است

بر اساس گزارش مرکز آمار ایران در سال ۱۳۹۵، سهم اشتغال زنان ایرانی در نواحی روستایی در بخش‌های کشاورزی (۴۶ درصد)، صنعت (۲۵/۹ درصد) و خدمات (۲۵/۱ درصد) است. این در حالی است که سهم اشتغال زنان روستایی در سطح استان ایلام در بخش‌های کشاورزی در گروه‌های سنی ۱۵ ساله و بیشتر (۴۳/۶ درصد)، صنعت (۱۲ درصد) و خدمات (۴۴/۴)

\* نویسنده مسئول:

دکتر محمد باقر آرایش

نشانی: ایلام، بلوار دانشجو، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ایلام، دانشکده کشاورزی و منابع طبیعی

تلفن: ۲۲۲۴۸۲۷ (۸۴۳) +۹۸

پست الکترونیکی: arayesh@ilam-iau.ac.ir

محلی و مراکز روستایی رعایت شوند (Rockne din eftkari et al., 2011).

- راهبرد: پیگیری فرصت‌های اقتصادی واقعی از سوی کشاورزان و روستائیان
- رهبری: ایجاد و پیوند ظرفیت‌های محلی با توسعه روستایی
- اجرا: ارزش آفرینی برای کارآفرینان در بخش روستایی
- پایداری: تخصیص منابع به میزان موردنیاز کشاورزان

زنان روستایی نقش مهم و تعیین‌کننده‌ای در روند توسعه روستایی دارند. به طوری که از جنبه اقتصادی، زنان روستایی تولیدکننده بیش از نیمی از تمام مواد غذایی هستند که در مناطق روستایی تولید می‌شود (Bashir-Ahsan & Ghorbaninejad, 2017). زنان به‌عنوان یکی از عوامل غیرمشهود و نامرئی در اقتصاد کشاورزی، سهم عظیمی از کل نیروی انسانی موردنیاز بخش کشاورزی در سطح جهان را تشکیل می‌دهند (Kabazzadeh, 2012). بنابراین، شناسایی استعدادها و کارآفرینی روستائیان، به‌ویژه زنان روستایی و تلاش برای توسعه و تقویت کارآفرینی در فرایند توسعه روستایی از طریق فراهم کردن زمینه‌های اولیه آن، اهمیت ویژه‌ای دارد (Mirtorabi & Hejazi, 2011).

### ادبیات تجربی

در تحقیق صابر (۲۰۰۳) عوامل خانوادگی، عوامل علمی، عوامل مالی و عوامل فیزیکی مهم‌ترین عوامل توسعه کارآفرینی معرفی شده‌اند. در تحقیق مهرداد (۲۰۱۲) عوامل روان‌شناختی، عوامل جامعه‌شناختی و سیاست‌های تشویقی دولت به‌عنوان مهم‌ترین بازیگران توسعه کارآفرینی روستایی معرفی شده‌اند. در تحقیق ابراهیمی و همکاران (۲۰۱۴) مؤلفه‌های روان‌شناختی، مهارتی، فردی و زیرساختی مهم‌ترین مؤلفه‌های توسعه کارآفرینی روستایی گزارش شده‌اند. استرک و مارکلی<sup>۱</sup> (۲۰۰۸) به‌اندازه گیری کارآفرینی روستایی در ابعاد عقلانی، اجتماعی، فردی، طبیعی، ساختاری و مالی پرداخته‌اند. در تحقیق رحمانیان کوشکی وزاری (۲۰۱۸) سرمایه اجتماعی، هنجارهای ذهنی، حمایت خانوادگی ادراک شده، باور به خود کارآمدی و تأکید بر نهادهای محلی از مهم‌ترین سازه‌های تشکیل دهنده توسعه کارآفرینی روستایی بوده‌اند. در تحقیق حسینی نیا و فلاحی (۲۰۱۷) عوامل فردی، فرهنگی اجتماعی، زیرساختی، طبیعی و بوم‌شناختی، قانونی، آموزشی، نهادی، سیاسی و اقتصادی بر توسعه کارآفرینی روستایی تأثیر داشته‌اند. در تحقیق مارکلی (۲۰۰۲) دسترسی به اطلاعات موثق و مطمئن، فرهنگ حمایت از کارآفرینی، فاصله با بازار و خدمات، دسترسی به سرمایه، فرصت‌های شبکه‌ای و ارتباطی و خوشه‌های صنعتی تسریع‌کننده

نرخ بیکاری آنان در جمعیت ۱۵ ساله و بیشتر معادل ۱۱ درصد گزارش شده است (Statistical Center of Iran, 2016). با این وجود، مقایسه سهم اشتغال ناقص در بین استان‌های کشور در سال ۱۳۹۵ نشان می‌دهد که استان ایلام با ۱۹/۶ درصد، بالاترین سهم اشتغال ناقص را در بین جمعیت ۱۰ ساله و بالاتر به خود اختصاص داده است (Statistical center of Iran, 2016: 73). آمار فوق‌گویی سهم روزافزون زنان روستایی در سطح کشور و نیز استان ایلام از بعد مشارکت در فعالیت‌های اقتصادی به‌ویژه در بخش کشاورزی است که خود یکی از ابعاد کارآفرینی روستایی است. کارآفرینی روستایی فرایندی است که به بررسی بازتولید منابع برای تقاضای ارضاء نشده بازار می‌پردازد. یعنی پتانسیلی که می‌تواند از هیچ، همه‌چیز بسازد و با روند خلق ارزش از طریق کنار هم گذاشتن واحدهایی از منابع برای تقویت یک فرصت است (Shaterian et al., 2017). با توجه به شرایط مذکور، مسئله توسعه کارآفرینی روستایی برای دولت و نهادهای ذی‌ربط اهمیت ویژه‌ای پیدا کرده است و در برنامه توسعه پنجم نیز بر این مقوله تأکید شده است

اگر باور ما این باشد که روستاها محور استراتژیک کشاورزی، تولید و فرآورده‌های غذایی جامعه هستند (Amiri, 2010)؛ طراحی و اجرای برنامه‌های توسعه روستایی بدون توجه به نگرش‌ها، ادراکات و ذهنیت‌های موتور اصلی آن یعنی مخاطبین برنامه‌ها، بسیار بعید خواهد بود که به نتیجه مناسب و شایسته ختم شود. لذا اگر قرار است کارآفرینی به عنوان تسهیلگری برای تغییر و توسعه بهره‌وری و نه تنها رشد اساسی اقتصادی ملی، بلکه برای ضمانت کردن نفوذ رقابتی در بازار جهانی باشد، مهم خواهد بود که دریابیم وجه نظر اکثریت تشکیل‌دهنده جامعه روستایی (زنان) نسبت به پارامترهای توسعه روستایی چگونه خواهد بود. لذا، در پژوهش حاضر برای رسیدن به تبیین و فهم مناسب از پیشران‌های توسعه کارآفرینی روستایی، از رویکرد ترکیبی کیو استفاده شده است.

### مروری بر ادبیات موضوع

#### ادبیات نظری

کارآفرینی فرایند مستمر ایجاد، ارزشیابی و بهره‌برداری از فرصت‌ها به‌منظور تولید کالا و خدمات همراه با صرف وقت و تلاش‌های بسیار و میل به پذیرش خطرات مالی، روحی، اجتماعی برای به دست آوردن حداکثر سود مالی، رضایت شخصی و استقلال کاری تلقی شده است (Askun & Yildirim, 2011). کارآفرینی روستایی را مجموع سه گزاره بسیج‌کننده منابع در جهت پاسخ‌گویی به تقاضای بی‌پاسخ بازار، توانایی خلق و ایجاد چیزی از هیچ و فرایند خلق ارزش به‌وسیله امتزاج مجموعه واحدی از منابع در راستای بهره‌گیری از یک فرصت تشکیل می‌دهند (Ezadi & Attaei, 2014). برای طراحی و توسعه فعالیت کارآفرینی روستایی لازم است چهار مرحله توسط گروه‌های

1. Stark and Markly



ایجاد صنایع تبدیلی، فرهنگی و خدمات امور دولتی، تحقق دولت الکترونیک در روستاها، ایجاد جامعه دانش‌بنیان، اطلاعاتی و یادگیرنده مهم‌ترین راهکارهای توسعه روستایی قلمداد شده است.

### روش‌شناسی تحقیق

چارچوب فلسفی این پژوهش از نوع پارادایم تفسیری - اثبات‌گرایی است. از لحاظ جهت‌گیری و هدف در دسته پژوهش‌های کاربردی قرار دارد. روش پژوهش حاضر برحسب ماهیت، آمیخته - اکتشافی بوده و شیوه اجرای آن از نوع ترکیبی است. پژوهش حاضر در مراحل گردآوری دیدگاه‌ها و نظرات، از روش کیفی استفاده می‌کند و در مرحله اکتشاف ذهنیت مخاطبین از رویکرد کمی بهره می‌برد. از نظر روش گردآوری داده‌های کیفی - کمی از نوع کیو است. اگر هدف محقق در یک مطالعه سنجش افکار، نگرش‌ها، اعتقادات، ادراکات فردی باشد، مناسب‌ترین راه‌کار، مطالعه نظام‌مند ترکیبی، مانند روش کیو است (Tielen et al, 2008). روش‌شناسی کیو، ذهنیت افراد مورد مطالعه را سنجیده، ادراکات و عقاید افراد را شناسایی و طبقه‌بندی نموده و سپس به دسته‌بندی گروه‌های افراد بر اساس ادراکشان می‌پردازد (Koshgoyanfard, 2005).

### گام‌های اجرایی پژوهش

در تحقیق کیو در گام اول موضوع پژوهش انتخاب می‌شود. در مرحله دوم، فضای گفتمان تشکیل و محتوای آن گردآوری و مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. فضای گفتمان تحقیق نیز از منابع دست اول شامل ۱۸ نفر (۶ نفر از کارکنان سازمان‌های دولتی دست‌اندرکار کارآفرینی و دارای سابقه خدمتی بالای ۱۵ سال، ۶ نفر از اساتید دانشگاه دارای پیشینه مطالعات در زمینه کارآفرینی روستایی و ۶ نفر از کارآفرینان موفق در زمینه کارآفرینی روستایی) بودند که به شیوه هدفمند انتخاب شدند و هم از منابع دست دوم گردآوری شد. پس از ارزیابی و جمع‌بندی فضای گفتمان، از میان ۷۵ عبارت کیو در نهایت ۴۹ عبارت برای نمونه عبارات کیو با نظرسنجی از خبرگان انتخاب گردید. پس از جمع‌آوری اطلاعات حاصل از مرتب‌سازی کیو، این اطلاعات با روش تحلیل عاملی کیو تحلیل شدند. هریک از گویه‌ها به طور جداگانه بر روی کارت‌های هم‌شکل و هم‌اندازه نوشته شد. جهت کسب اطمینان از روایی محتوایی، علاوه بر اینکه عبارات حاصل از مصاحبه‌ها با عبارات به‌دست‌آمده از مبانی نظری تحقیق مقایسه و ارزیابی شد، با مراجعه به نخبگان توسعه روستایی و کارآفرینی دانشگاه‌های ایلام و نظرسنجی از آن‌ها، روایی محتوا تأیید شد. برای سنجش پایایی پژوهش از آلفای کرونباخ استفاده شد. مقدار آلفای کرونباخ برای ۲۶ شرکت‌کننده معادل ۰/۸۹ بود که حاکی از پایایی بالا و مناسب ابزار تحقیق بود. در گام سوم، انتخاب مشارکت‌کنندگان (تعداد ۲۶ نفر) به صورت هدفمند صورت گرفت. در این مرحله

نوآوری، مهم‌ترین مؤلفه‌های توسعه کارآفرینی روستایی قلمداد شده‌اند. در تحقیق زمانی (۲۰۰۸) عواملی نظیر شرایط فرهنگی پویا، ویژگی‌های فردی کشاورز، آموزش و مشاوره، دسترسی به بازار و مهارت‌های بازاریابی، محیط کشاورزی و زیست‌بوم طبیعی، دسترسی به منابع و امکانات، حمایت سازمانی و محیط اقتصادی در توسعه کارآفرینی روستایی اثر داشته‌اند. در تحقیق میرزا امینی (۲۰۱۱) سطح درآمد، وضعیت اقتصادی و امکانات زیرساختی مهم‌ترین پارامترهای سرعت بخش توسعه کارآفرینی روستایی گزارش شده‌اند. در تحقیق کریمی و جوهری (۲۰۱۴) به ۶ عامل مؤثر در توسعه کارآفرینی روستایی شامل عوامل قانونی - سیاست‌گذاری، حمایتی، فرهنگی - انگیزشی، آموزشی، اقتصادی - مالی و ارتباطی - اطلاعاتی اشاره شده است. نتایج تحقیق مرادی و همکاران (۲۰۱۶) منجر به شناسایی سه دسته متغیرهای اصلی زمینه‌ای، عوامل بازدارنده و عوامل توانمندساز مؤثر بر توسعه کارآفرینی روستایی گردید. در پژوهش رضوی و همکاران (۲۰۱۴) عوامل آموزشی، فردی و شخصیتی، حمایتی و قانونی، تسهیلاتی و ارتباطی بر توسعه کارآفرینی مؤثر شناخته شده‌اند. یافته‌های تحقیق احمدپورداری و همکاران (۲۰۱۲) نشان داد که عوامل آموزشی، حمایتی، ارتباطی، مدیریتی، مهارت کسب‌وکار و سیاست‌گذاری نقش اساسی در توسعه کارآفرینی داشته‌اند. در تحقیق مطیعی لنگرودی و همکاران (۲۰۱۲) به عوامل اقتصادی، آموزشی، الگوی نقش، استقلال فردی، تجربه‌های قبلی، خلاقیت و احساس موفقیت در توسعه کارآفرینی روستایی مؤثر اشاره شده است. در تحقیق موحدی و یعقوبی فرانی (۲۰۱۲) ویژگی‌های فردی، رفتاری، خانوادگی، دانش و مهارت‌های زنان روستایی، شرایط فرهنگی اجتماعی روستاها، دسترسی به امکانات و خدمات، عوامل حقوقی، مالی، جغرافیایی و محیطی در توسعه کارآفرینی زنان روستایی مؤثر بوده‌اند.

در تحقیق ممیز و همکاران (۲۰۱۲) عوامل فردی، شبکه‌ای، سازمانی، محیطی، اجتماعی - فرهنگی، وضعیت حقوقی و قوانین بر توسعه کارآفرینی زنان مؤثر بوده‌اند. برگزاری دوره‌های آموزشی، خدمات مشاوره‌ای، آگاهی از اختراعات فناورانه، کمک در صادرات محصولات و برگزاری سمینارها، مهم‌ترین اشکال حمایت از زنان کارآفرین تلقی شده‌اند (Shaykhan, 2011). در تحقیق (لاوکانون، ۲۰۰۳)، میزان سرمایه، استراتژی بازاریابی، مدیریت اعتبار، روش مدیریتی، تخصص‌ها و مهارت‌های مدیریتی، ویژگی‌ها و انگیزه‌های شخصیتی، برنامه‌ریزی در کسب‌وکار و جنسیت عوامل کلیدی موفقیت کارآفرینان بوده‌اند.

در تحقیق احسانی و همکاران (۲۰۱۶) مهم‌ترین راهکارهای توسعه کارآفرینی اصلاح سیاست‌های دولت، آموزش و اعطاء حمایت‌های مالی بوده‌اند. در تحقیق میرزا امینی (۲۰۱۱)

### تشکیل دسته کیو و مراحل مرتب‌سازی

برای تشکیل مجموعه عبارات کیو از ترکیبی از مطالعات پیشینه داخلی و خارجی و مصاحبه‌های عمیق استفاده شده است، پس از استخراج تم‌های مصاحبه‌ها و پیشینه اقدام به مقوله‌بندی آن‌ها شد. نتیجه مقوله‌بندی تم‌های مصاحبه و پیشینه تحقیق منجر به ایجاد ۴۹ عبارت شد که فضای گفتمان پژوهش حاضر را تشکیل داد.

### تحلیل عاملی کیو

پس از این که تمامی نمودارهای کیو تکمیل شدند، برای انجام تحلیل عاملی، داده‌ها به صورت مناسب برای ورود به نرم‌افزار SPSS نسخه ۱۹ آماده شده و مورد تحلیل عاملی قرار گرفتند. در این پژوهش برای تحلیل عاملی از روش ریاضی مؤلفه‌های اصلی و برای چرخش عامل‌ها از روش واریمکس استفاده شده است. بر اساس روش تحلیل شاخص‌های اصلی و چرخش به شیوه واریمکس و با توجه به ماتریس عاملی و درصد واریانس تبیین شده از مجموع ۴۹ سؤال، ۶ عامل استخراج گردید که این ۶ عامل روی هم ۸۳/۱۳ درصد کل واریانس‌های متغیرها را پوشش داده‌اند (جدول شماره ۲).

برای رتبه‌بندی عبارات کیو، از توزیع شبه نرمال در قالب توزیع اجباری استفاده شد (تصویر شماره ۱). برای دریافت ذهنیت مشارکت‌کنندگان از آنان خواسته شد که کارت‌ها را مطالعه نموده و آن‌ها را به سه دسته موافق، مخالف و ممتنع دسته‌بندی نمایند.

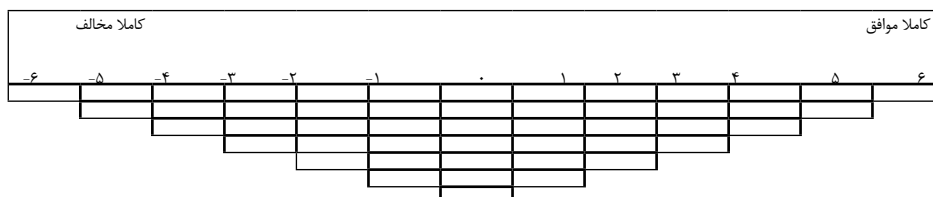
در گام چهارم، به منظور شناسایی ذهنیت‌های مشابه بین مشارکت‌کنندگان و پاسخ به سؤالات پژوهش از روش تحلیل عاملی کیو استفاده شد. مبنای این روش همبستگی میان افراد است (Koshgoyanfar, 2005). در گام پنجم نیز تفسیر ذهنیت‌ها صورت گرفت. در تحقیق حاضر سؤالات زیر مطرح می‌باشند:

۱. زنان روستایی در خصوص پیش برنده‌های توسعه کارآفرینی روستایی از چه ادراکی برخوردارند؟

۲. الگوی ذهنی غالب زنان روستایی در زمینه پیش برنده‌های توسعه کارآفرینی روستایی چگونه است؟

### یافته‌ها

تالار گفتمان پژوهش شامل ۱۸ نفر از استادان، کارکنان عالی‌رتبه سازمان‌های دولتی و کارآفرینان موفق استان بودند که با موضوع تحقیق ارتباط مستقیمی دارند. ویژگی‌های جمعیت شناختی این افراد در جدول شماره ۱ گزارش شده است.



فصلنامه پژوهش‌های روستایی

تصویر ۱. ارزش‌گذاری متوازن نظرسنجی در روش کیو. مأخذ: Danaeifard et al, 2011

جدول ۱. مشخصات اعضاء تالار گفتمان تحقیق.

| اعضاء مشارکت‌کننده | سن | سطح تحصیلات   | سابقه شغلی | مشارکت‌کننده | سن | سطح سواد | سابقه شغلی |
|--------------------|----|---------------|------------|--------------|----|----------|------------|
| ۱                  | ۴۰ | کارشناسی ارشد | ۱۸         | ۱۰           | ۳۰ | دکتری    | ۲۰         |
| ۲                  | ۴۲ | کارشناسی ارشد | ۲۰         | ۱۱           | ۳۸ | کارشناسی | ۱۳         |
| ۳                  | ۴۲ | دکتری         | ۱۹         | ۱۲           | ۴۲ | کارشناسی | ۱۶         |
| ۴                  | ۴۵ | دکتری         | ۱۸         | ۱۳           | ۴۱ | دکتری    | ۱۳         |
| ۵                  | ۴۶ | کارشناسی ارشد | ۲۵         | ۱۴           | ۳۴ | دکتری    | ۱۵         |
| ۶                  | ۴۴ | کارشناسی ارشد | ۲۳         | ۱۵           | ۴۵ | دکتری    | ۲۰         |
| ۷                  | ۳۷ | کارشناسی      | ۱۰         | ۱۶           | ۵۰ | دکتری    | ۲۲         |
| ۸                  | ۳۳ | فوق‌دیپلم     | ۱۵         | ۱۷           | ۴۳ | دکتری    | ۱۰         |
| ۹                  | ۳۸ | کارشناسی ارشد | ۲۰         | ۱۸           | ۴۰ | دکتری    | ۱۵         |

فصلنامه پژوهش‌های روستایی

مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۷

جدول ۲. مقدار ویژه و درصد واریانس انباشته عامل‌های چرخیده.

| عامل | مقدار ویژه | درصد واریانس مقدار ویژه | درصد تجمعی واریانس |
|------|------------|-------------------------|--------------------|
| ۱    | ۵/۲۹       | ۲۰/۳۷                   | ۲۰/۳۷              |
| ۲    | ۴/۱۳       | ۱۵/۹۰                   | ۳۶/۲۸              |
| ۳    | ۳/۴۴       | ۱۳/۲۵                   | ۴۹/۵۳              |
| ۴    | ۳/۱۷       | ۱۲/۲۱                   | ۶۱/۷۵              |
| ۵    | ۳/۱۱       | ۱۱/۹۶                   | ۷۳/۷۱              |
| ۶    | ۲/۴۴       | ۹/۴۱                    | ۸۳/۱۳              |

فصلنامه پژوهش‌های روستایی

مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۷

### شناسایی ذهنیت مشارکت‌کنندگان

در تحلیل عاملی مؤلفه‌های اصلی به کمک ماتریس بارهای عاملی چرخشی می‌توان بیان کرد که افراد در چند گروه قابل دسته‌بندی هستند و اینکه هر فرد در کدام گروه قرار داشته و به چه افرادی نزدیک است (جدول شماره ۳). اما پیش از پاسخ به این سؤال باید دید که آیا اعداد این جدول، یعنی بارهای عاملی، معنادار هستند یا خیر؟ اگر قدرمطلق بار عاملی از خارج قسمت مقدار  $1/96$  برریشه دوم تعداد عبارات کیو (۴۹) بیشتر باشد (مقدار حاصل  $0/28$  محاسبه شده است)، آنگاه مقدار بار عاملی با اطمینان ۹۵ درصد معنی‌دار است (Koshgoyanfar, 2005:75). از آنجایی که قدرمطلق بارهای عاملی شناسایی شده برای هر مشارکت‌کننده از این مقدار بیشتر است، می‌توان گفت که بارهای عاملی رنگی شده با اطمینان ۹۵ درصد معنی‌دار هستند.

مشارکت‌کنندگان (۲۱، ۱۶، ۱۷، ۲۶ و ۲۵) به‌طور مشترک، گونه ذهنی اول را شناسایی کرده‌اند. این گونه ذهنی با اختصاص امتیاز (۲۰/۳۷) به خود، بیشترین مقدار واریانس را توضیح می‌دهد. به همین ترتیب مشارکت‌کنندگان (۱۹، ۱۷، ۱، ۳، ۶، ۲، ۱۹) به‌طور مشترک، گونه ذهنی دوم، مشارکت‌کنندگان (۱۲، ۵، ۹، ۱۴، ۱۳) ذهنیت سوم، مشارکت‌کنندگان (۴، ۲۴، ۱۰، ۸) به‌طور مشترک گونه ذهنی چهارم، مشارکت‌کنندگان (۲۳، ۲۲) ذهنیت پنجم و مشارکت‌کنندگان (۱۵، ۱۱، ۲۰) به‌طور مشترک تشکیل‌دهنده گونه ذهنی ششم بوده‌اند.

### تفسیر ذهنیت‌های شناسایی شده

جهت تفسیر ذهنیت‌های شرکت‌کنندگان، می‌توان از امتیاز عاملی، آرایه‌های توافقی و آرایه‌های متمایزکننده استفاده نمود (Koshgoyanfar, 2005). امتیاز عاملی عبارات پیوندی را بین محتوای عبارات و عامل‌ها برقرار می‌کند. در جدول شماره ۴، تعداد ۴۹ گزاره و امتیازهای عاملی به دست آمده برای هر ۶ الگوی ذهنی نمایش داده شده است.

در گام بعدی جهت تفسیر عاملی، گزاره‌های دارای امتیازات

عاملی بالای ۰/۷، مبنای مقایسه و تفسیر دیدگاه‌ها قرار گرفتند. در عمده مطالعات روش‌شناسی کیو، امتیاز عاملی بالای ۰/۷ مهم و معنادار در نظر گرفته شده است. (Mirakzadeh et al., 2014) با توجه به تحلیل داده‌ها در نرم‌افزار SPSS در نهایت ۶ الگوی ذهنی (کارآفرینانه آموزشی بازارگرا، اقتصادگرا، محیطی منطقه‌ای گرا، رفتار محور، مشارکتی و حمایت‌گرا) شناسایی شدند (جدول شماره ۵).

### الگوی ذهنی اول (کارآفرینانه – آموزشی بازار محور):

افراد این دسته معتقدند که بالا بردن توانایی شناسایی بازارهای داخلی و خارجی در نزد زنان کارآفرین، آموزش کارآفرینی زنان روستایی و دسترسی آن‌ها به داده‌های موردنیاز و آشنا نمودن زنان با کانال‌های مناسب توزیع، شرط اساسی برای پیشبرد اهداف توسعه کارآفرینی روستایی است. در این الگو، مهم‌ترین دیدگاه‌ها درباره پیش‌برنده‌های توسعه کارآفرینی روستایی وجود دارد، چراکه بالاترین مقدار واریانس تبیین شده (۲۰/۳۷ درصد) را از مجموع واریانس (۸۳/۱۳) به خود اختصاص داده است. در این الگوی ذهنی، ۹ گزاره به ترتیب اهمیت امتیاز عاملی قرار گرفتند که مقدار امتیاز عاملی آن‌ها بالاتر از ۰/۷ محاسبه شده است.

### الگوی ذهنی دوم (کارآفرینانه – اقتصادگرا):

اعضای تشکیل‌دهنده این الگوی ذهنی، معتقد به فراهم کردن ابزار اقتصادی جهت ایفاء نقش در فرایند پیشبرد توسعه کارآفرینی روستایی هستند. در این الگوی ذهنی، ۵ گزاره قرار گرفته است که توانسته‌اند با دارا بودن مقدار ویژه (۴/۱۴)، ۱۵/۹۰ درصد واریانس پیش‌برنده‌های توسعه کارآفرینی روستایی را به خود اختصاص دهند.



جدول ۳. ماتریس بارهای عاملی چرخشی درباره ذهنیت‌های شناسایی شده.

| مشارکت‌کنندگان | ذهنیت |        |       |       |       |       |
|----------------|-------|--------|-------|-------|-------|-------|
|                | ۱     | ۲      | ۳     | ۴     | ۵     | ۶     |
| ۲۱             | -۰/۹۲ | -۰/۰۷  | -۰/۰۵ | -۰/۰۲ | -۰/۰۸ | -۰/۰۳ |
| ۱۶             | -۰/۹۰ | -۰/۰۶  | -۰/۰۶ | -۰/۳۰ | -۰/۰۶ | -۰/۰۲ |
| ۱۷             | -۰/۸۸ | -۰/۰۷  | -۰/۰۳ | -۰/۰۳ | -۰/۰۴ | -۰/۰۴ |
| ۲۶             | -۰/۸۶ | -۰/۹۰  | -۰/۲۵ | -۰/۰۲ | -۰/۰۷ | -۰/۰۹ |
| ۲۵             | -۰/۸۷ | -۰/۰۶  | -۰/۰۶ | -۰/۳۰ | -۰/۰۶ | -۰/۰۲ |
| ۱۳             | -۰/۳۹ | -۰/۰۸  | -۰/۳۰ | -۰/۱۵ | -۰/۲۹ | -۰/۱۸ |
| ۲              | -۰/۰۵ | -۰/۹۵  | -۰/۱۵ | -۰/۰۱ | -۰/۱۱ | -۰/۰۳ |
| ۶              | -۰/۰۴ | -۰/۷۸  | -۰/۱۳ | -۰/۰۲ | -۰/۱۳ | -۰/۰۴ |
| ۳              | -۰/۰۶ | -۰/۶۵  | -۰/۱۷ | -۰/۰۴ | -۰/۱۵ | -۰/۰۸ |
| ۲۰             | -۰/۲۲ | -۰/۴۰  | -۰/۱۱ | -۰/۱۳ | -۰/۱۲ | -۰/۲۱ |
| ۱۴             | -۰/۰۱ | -۰/۱۸  | -۰/۹۴ | -۰/۰۳ | -۰/۱۶ | -۰/۰۹ |
| ۹              | -۰/۰۲ | -۰/۱۶  | -۰/۸۲ | -۰/۰۴ | -۰/۱۴ | -۰/۰۸ |
| ۱۲             | -۰/۳۰ | -۰/۱۵  | -۰/۳۲ | -۰/۰۷ | -۰/۱۹ | -۰/۰۵ |
| ۵              | -۰/۱۷ | -۰/۱۲  | -۰/۴۲ | -۰/۱۲ | -۰/۲۵ | -۰/۲۶ |
| ۱              | -۰/۰۵ | -۰/۲۸  | -۰/۱۵ | -۰/۰۸ | -۰/۲۳ | -۰/۰۸ |
| ۷              | -۰/۰۳ | -۰/۲۶  | -۰/۱۳ | -۰/۰۶ | -۰/۲۶ | -۰/۰۶ |
| ۲۴             | -۰/۰۳ | -۰/۰۷  | -۰/۰۶ | -۰/۶۷ | -۰/۱۶ | -۰/۳۴ |
| ۴              | -۰/۰۴ | -۰/۴۶  | -۰/۳۱ | -۰/۶۴ | -۰/۲۳ | -۰/۳۴ |
| ۱۰             | -۰/۰۵ | -۰/۳۵  | -۰/۲۹ | -۰/۵۶ | -۰/۲۳ | -۰/۳۶ |
| ۸              | -۰/۰۴ | -۰/۳۳  | -۰/۳۲ | -۰/۵۰ | -۰/۲۱ | -۰/۲۸ |
| ۲۳             | -۰/۰۹ | -۰/۰۳  | -۰/۱۵ | -۰/۰۳ | -۰/۸۷ | -۰/۲۸ |
| ۲۲             | -۰/۰۵ | -۰/۰۵  | -۰/۱۶ | -۰/۰۶ | -۰/۷۶ | -۰/۳۴ |
| ۱۸             | -۰/۲۰ | -۰/۳۸  | -۰/۰۷ | -۰/۱۷ | -۰/۶۸ | -۰/۰۹ |
| ۱۹             | -۰/۱۹ | -۰/۲۵  | -۰/۰۵ | -۰/۱۹ | -۰/۵۶ | -۰/۰۸ |
| ۱۱             | -۰/۰۵ | -۰/۰۰۷ | -۰/۰۷ | -۰/۰۴ | -۰/۱۷ | -۰/۹۱ |
| ۱۵             | -۰/۰۶ | -۰/۰۰۵ | -۰/۰۴ | -۰/۰۵ | -۰/۱۵ | -۰/۸۱ |

فصلنامه پژوهش‌های روستایی

مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۷

جدول ۴. امتیاز عاملی گزاره‌ها در ذهنیت‌های شناسایی شده.

| گزاره (عبارات)                                                      | ذهنیت ۱ | ذهنیت ۲ | ذهنیت ۳ | ذهنیت ۴ | ذهنیت ۵ | ذهنیت ۶ |
|---------------------------------------------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| سهولت دسترسی به منابع مالی                                          |         | ۱/۷۹    |         |         | -۲/۰۷   |         |
| برخورداری از تخفیف‌های مالیاتی در ایجاد کارگاه‌ها و مشاغل جدید      |         | ۱/۷۷    | -۰/۹۲   | ۰/۸۵    | -۱/۱۱   |         |
| اعطای وام‌های بلاعوض یا با بهره پائین                               |         | ۱/۳۳    |         |         | -۱/۳۰   |         |
| توانایی بازاریابی محصولات تولیدشده                                  | -۰/۸۱   |         |         |         | -۰/۸۲   |         |
| بالا بودن درآمد ناخالص از شغل اصلی سرپرست خانوار                    |         | ۱/۱۳    |         | ۲۰      | -۰/۸۲   |         |
| ارائه وام‌های کارآفرینی بدوم وثیقه                                  | ۱/۵     | ۱/۱۷    |         |         |         |         |
| عضویت زنان کارآفرین در گروه‌های ثانویه (شوراهای اسلامی روستا و ...) | -۰/۷۷   |         | -۰/۹۶   |         | ۱/۷۹    |         |
| استفاده از تجارب کارآفرینان محلی                                    | ۱/۰۷    |         | -۱/۰۸   |         |         |         |
| افزایش ارتباط با زنان کارآفرین موفق استانی و کشوری                  |         |         | -۱/۹۰   |         |         |         |
| تقویت ارتباطات زنان روستایی با سازمان‌های مرتبط با کارآفرینی        | -۱/۸۹   |         | -۱/۲۶   |         | ۱/۸۵    |         |

فصلنامه پژوهش‌های روستایی

مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۷

ادامه جدول ۴. امتیاز عاملی گزاره‌ها در ذهنیت‌های شناسایی شده.

| گزاره (عبارات)                                                                                 | ذهنیت ۱ | ذهنیت ۲ | ذهنیت ۳ | ذهنیت ۴ | ذهنیت ۵ | ذهنیت ۶ |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| گسترش و توسعه حمل و نقل در مناطق روستایی                                                       | -۲/۱    |         | ۰/۹۲    | -۰/۹۷   |         | -۲/۳۰   |
| فراهم کردن بسترها و زیرساخت‌های مناسب                                                          | -۱/۰۷   |         |         | -۲/۱۱   |         | -۱/۵۳   |
| ارائه فن آوری و اطلاعات جدید به زنان روستایی از طریق تحقق واقعی دولت الکترونیک در روستاها      | -۱      |         |         | -۱/۹۴   | -۱/۱۳   |         |
| رفع محدودیت زنان در انتخاب مکان سرمایه‌گذاری                                                   | -۰/۷۱   |         | ۱/۱۲    | -۱/۶۶   |         |         |
| برگزاری دوره‌های آموزشی - مهارتی برای زنان روستایی کارآفرین                                    |         |         |         | -۱/۵۸   |         |         |
| آشنایی با کانال‌های توزیع و منابع اطلاعاتی                                                     | ۱/۸۸    |         |         | -۱/۲۵   |         |         |
| وجود انجمن‌های کارآفرینی در مناطق روستایی                                                      | -۱/۳۹   |         | ۰/۹۶    | -۰/۷۴   | -۱/۳۳   |         |
| انتقال دانش کارآفرینان موفق منطقه به افراد عادی از طریق برگزاری سمینارها و...                  | ۰/۹۱    |         | -۱/۱۶   |         | -۰/۹۵   |         |
| اعتمادبه‌نفس در پذیرش مسئولیت و کار                                                            |         | -۱/۹۱   |         |         |         |         |
| آمدگی زنان کارآفرین برای از دست دادن منابع                                                     | -۱/۵۴   |         | -۰/۸۲   |         | ۰/۸۴    |         |
| اصرار بر حل مسئله در نزد زنان کارآفرین                                                         | -۱/۳۴   |         | -۱/۵۲   |         | ۱/۰۲    | -۱/۷۳   |
| وجود نظم و انضباط در کارها توسط افراد کارآفرین                                                 | -۱/۳۷   |         | -۱/۵۳   |         | ۱/۷۳    | -۱/۸۲   |
| سرسخت بودن در ایجاد شغل جدید                                                                   |         |         |         | ۱/۵۹    |         |         |
| شناسایی الگوی مناسب کارآفرینی متناسب با شرایط غالب محیطی                                       | -۱/۵۲   |         | ۰/۹۵    | -۰/۹۱   |         |         |
| حرکت به سمت صنایع و کسب‌وکارهای غیر کشاورزی در روستاها                                         | -۱/۸۳   |         |         |         | ۱/۳۶    |         |
| ایجاد شهرک‌های کسب‌وکاری در مناطق روستایی                                                      | -۲/۳۲   |         | ۱/۶۳    |         |         |         |
| وجود روحیه ریسک‌پذیری در زنان روستایی کارآفرین                                                 | -۰/۸۲   |         |         | ۲/۳۳    |         |         |
| توانایی زنان در تحمل شرایط استرس‌زا                                                            | -۱/۱۷   |         |         | ۱/۹۳    |         | ۱/۱۵    |
| امنیت سرمایه‌گذاری در کارآفرینی زنان                                                           | -۱/۲۵   |         | -۱/۳۹   |         | ۱/۱۳    |         |
| وجود هماهنگی نهادی بین نهادهای دست‌اندرکار کارآفرینی                                           |         |         | -۱/۳۴   | -۱/۳۱   |         | ۱       |
| تغییر نگرش منفی بانک‌ها و مؤسسات مالی به زنان کارآفرین                                         |         |         | -۰/۹۱   |         | -۱/۴۸   |         |
| فعال نمودن تعاونی‌ها و تشکل‌های تولیدی زنان روستایی                                            |         |         | -۰/۹۰   |         | -۱/۳۴   | -۱/۰۷   |
| توانایی شناخت دقیق نیازهای بازار و مصرف                                                        |         |         | -۱/۳۲   |         | -۱/۳۴   | -۱/۵۰   |
| بالا بردن توانایی شناسایی بازارهای داخلی و خارجی در نزد زنان کارآفرین                          | ۲/۳۶    |         |         |         |         | -۰/۹۹   |
| افزایش اطلاعات زنان در زمینه صادرات و واردات کالا                                              | ۱/۵۴    |         |         |         |         | -۰/۷۱   |
| عدم دخالت دولت در قیمت‌گذاری کالاها                                                            |         |         |         | -۰/۷۲   |         |         |
| رفع بی‌اعتمادی دستگاه‌های دولتی نسبت به زنان روستایی کارآفرین                                  |         |         | -۱/۰۶   | -۰/۸۳   |         | ۱/۸۲    |
| انجام خدمات مشاوره‌ای رایگان برای کارآفرینان زن                                                | -۱/۰۳   |         | -۱/۰۳   | -۱/۱۸   |         | ۱/۷۰    |
| وجود سیاست‌های مناسب تشویقی و ترغیبی دولت در توسعه کارآفرینی                                   |         |         | -۰/۸۶   |         |         | ۰/۷۰    |
| راه‌اندازی پروژه‌های مشارکتی برای توسعه کارآفرینی                                              | ۰/۶۳    |         | -۰/۸۷   | -۰/۲۹   | ۱/۵۴    | -۱/۹۴   |
| توانایی فنی و مهارتی زنان کارآفرین روستایی                                                     |         |         |         | ۱/۵۲    |         | -۱/۲۰   |
| حمایت‌های خانواده و انگیزه‌های فردی                                                            |         |         |         | -۰/۸۹   |         | ۰/۹۲    |
| تمدیل قوانین ناظر بر خانواده در زمینه منع کار خارج از منزل زنان                                |         | -۰/۷۶   |         |         |         | ۰/۹۷    |
| ارتقاء سواد اطلاعاتی زنان در ابعاد حقوقی، خانوادگی و اجتماعی                                   | ۱/۰۳    |         |         |         |         |         |
| حفظ کسب‌وکارهای موجود از طریق سیاست‌های حمایتی                                                 |         |         |         |         |         | ۰/۷۳    |
| رایزنی و آموزش برای کارآفرینی زنان روستایی و دسترسی آن‌ها به داده‌های موردنیاز                 | ۱/۹۷    |         |         |         |         |         |
| حمایت از ایجاد و توسعه کسب‌وکارهای جدید از دل خود مناطق روستایی                                |         |         | ۱/۱۲    |         |         |         |
| توانایی تشخیص و استفاده از فرصت‌های جدید در بازار و ارائه راه‌حل‌های نوآورانه در مقابل چالش‌ها | ۱/۱۳    |         | -۰/۸۸   |         |         |         |
| ایجاد فضای مدیریت مشارکتی در روستاها                                                           |         | -۰/۸۷   |         |         |         | ۰/۹۹    |

جدول ۵. گزاره‌های دارای امتیاز عاملی بالاتر.

| ردیف | گزاره                                                                                          | امتیاز عاملی | عنوان عامل                        |
|------|------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|-----------------------------------|
| ۱    | بالا بردن توانایی شناسایی بازارهای داخلی و خارجی در نزد زنان کارآفرین                          | ۲/۳۶         | کارآفرینانه-آموزشی بازار محور     |
| ۲    | رئیزی و آموزش برای کارآفرینی زنان روستایی و دسترسی آن‌ها به داده‌های موردنیاز                  | ۱/۹۷         |                                   |
| ۳    | آشنایی با کانال‌های توزیع و منابع اطلاعاتی                                                     | ۱/۸۸         |                                   |
| ۴    | افزایش اطلاعات زنان در زمینه صادرات و واردات کالا                                              | ۱/۵۴         |                                   |
| ۵    | توانایی تشخیص و استفاده از فرصت‌های جدید در بازار و ارائه راه‌حل‌های نوآورانه در مقابل چالش‌ها | ۱/۱۳         |                                   |
| ۶    | استفاده از تجارب کارآفرینان محلی                                                               | ۱/۰۷         |                                   |
| ۷    | ارتقاء سواد اطلاعاتی زنان در ابعاد حقوقی، خانوادگی و اجتماعی                                   | ۱/۰۳         |                                   |
| ۸    | انتقال دانش کارآفرینان موفق منطقه به افراد عادی از طریق برگزاری سمینارها و...                  | ۰/۹۱         |                                   |
| ۹    | توانایی بازاریابی محصولات تولید شده                                                            | ۰/۸۱         |                                   |
| ۱۰   | سهولت دسترسی به منابع مالی                                                                     | ۱/۷۹         |                                   |
| ۱۱   | برخوردری از تخفیف‌های مالیاتی در ایجاد کارگاه‌ها و مشاغل جدید                                  | ۱/۷۷         |                                   |
| ۱۲   | اعطای وام‌های بلاعوض یا با بهره پائین                                                          | ۱/۳۳         |                                   |
| ۱۳   | ارائه وام‌های کارآفرینی بدوم وثیقه                                                             | ۱/۱۷         |                                   |
| ۱۴   | بالا بودن درآمد ناخالص از شغل اصلی سرپرست خانوار                                               | ۱/۱۳         | کارآفرینانه-محیطی - منطقه‌ای محور |
| ۱۵   | ایجاد شهرک‌های کسب‌وکاری در مناطق روستایی                                                      | ۱/۶۳         |                                   |
| ۱۶   | رفع محدودیت زنان در انتخاب مکان سرمایه‌گذاری                                                   | ۱/۱۲         |                                   |
| ۱۷   | حمایت از ایجاد و توسعه کسب‌وکارهای جدید از دل خود مناطق روستایی                                | ۱/۱۲         |                                   |
| ۱۸   | وجود انجمن‌های کارآفرینی در مناطق روستایی                                                      | ۰/۹۶         |                                   |
| ۱۹   | شناسایی الگوی مناسب کارآفرینی متناسب با شرایط غالب محیطی                                       | ۰/۹۵         |                                   |
| ۲۰   | گسترش و توسعه حمل‌ونقل در مناطق روستایی                                                        | ۰/۹۲         | کارآفرینانه-رقطار محور            |
| ۲۱   | وجود روحیه ریسک‌پذیری در زنان روستایی کارآفرین                                                 | ۲/۳۳         |                                   |
| ۲۲   | توانایی زنان در تحمل شرایط استرس‌زا                                                            | ۱/۹۳         |                                   |
| ۲۳   | وجود نظم و انضباط در کارها توسط افراد کارآفرین                                                 | ۱/۷۹         |                                   |
| ۲۴   | سرسخت بودن در ایجاد شغل جدید                                                                   | ۱/۵۹         |                                   |
| ۲۵   | توانایی فنی و مهارتی زنان کارآفرین روستایی                                                     | ۱/۵۲         |                                   |
| ۲۶   | اصرار بر حل مسئله در نزد زنان کارآفرین                                                         | ۱/۰۲         |                                   |
| ۲۷   | آمدادی زنان کارآفرین برای از دست دادن منابع                                                    | ۰/۸۴         | کارآفرینانه-هماهنگ محور مشارکتی   |
| ۲۸   | راه‌اندازی پروژه‌های مشارکتی برای توسعه کارآفرینی                                              | ۱/۵۴         |                                   |
| ۲۹   | حرکت به سمت صنایع و کسب‌وکارهای غیر کشاورزی در روستاها                                         | ۱/۳۶         |                                   |
| ۳۰   | وجود هماهنگی نهادی بین نهادهای دست‌اندر کار کارآفرینی                                          | ۱            |                                   |
| ۳۱   | ایجاد فضای مدیریت مشارکتی در روستاها                                                           | ۰/۹۹         | کارآفرینانه-حمایت محور            |
| ۳۲   | رفع بی‌اعتمادی دستگاه‌های دولتی نسبت به زنان روستایی کارآفرین                                  | ۱/۸۲         |                                   |
| ۳۳   | انجام خدمات مشاوره‌ای رایگان برای کارآفرینان زن                                                | ۱/۷۰         |                                   |
| ۳۴   | وجود سیاست‌های مناسب تشویقی و ترغیبی دولت در توسعه کارآفرینی                                   | ۱/۰۳         |                                   |
| ۳۵   | تعدیل قوانین ناظر بر خانواده در زمینه منع کار خارج از منزل زنان                                | ۰/۹۷         |                                   |
| ۳۶   | حمایت‌های خانواده و انگیزه‌های فردی                                                            | ۰/۹۲         |                                   |
| ۳۷   | حفظ کسب‌وکارهای موجود از طریق سیاست‌های حمایتی                                                 | ۰/۸۳         |                                   |

فصلنامه پژوهش‌های روستایی

مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۷

## الگوی ذهنی سوم (کارآفرینانه-محیط گرا):

طرفداران این الگو، به دلیل وجود صفات و خصوصیات مشترک میان آن‌ها در شمار گروه ذهنی محیط‌گرایان قرار گرفته‌اند. این افراد بر این باور هستند که بخش مهمی از پیش برنده‌های

توسعه کارآفرینی روستایی با بذل توجه به گزاره‌های محیطی معنا پیدا می‌کند. از دید این افراد، ایجاد شهرک‌های کسب‌وکاری در مناطق روستایی و رفع محدودیت زنان در انتخاب مکان سرمایه‌گذاری از مهم‌ترین عواملی هستند که باید در فرایند سرعت بخشی به توسعه کارآفرینی روستایی مدنظر قرار گیرند.

انجام شد. ذهنیت مشارکت‌کنندگان این پژوهش در شش گروه جداگانه طبقه‌بندی شده‌اند که به ترتیب شامل کارآفرینانه - آموزشی بازار محور (۲۰/۳۷)، اقتصادگرا (۱۵/۹۰)، رفتارگرا (۱۲/۲۱)، مشارکتی (۱۱/۹۶) و حمایتی (۹/۴۱) هستند که در مجموع ۸۳/۱۳ واریانس توسعه کارآفرینی روستایی را پوشش می‌دهند.

ذهنیت آموزشی بازارمحورانه زنان کارآفرین روستایی با نتایج تحقیقات صابر (۲۰۰۳)؛ حسینی‌نیا و فلاحی (۲۰۱۷)؛ مارکلی (۲۰۰۲)؛ احمدپور داریانی و همکاران (۲۰۱۲)؛ زمانی (۲۰۰۸)؛ موحدی و یعقوبی فرانی (۲۰۱۲)؛ (لاوکانن، ۲۰۰۳)؛ کریمی و جوهری (۲۰۱۴)؛ مرادی و همکاران (۲۰۱۶)؛ رضوی و همکاران (۲۰۱۴)؛ ممیز و همکاران (۲۰۱۲)؛ شیخان (۲۰۱۱)؛ احسانی فر و همکاران (۲۰۱۶)؛ میرزا امینی (۲۰۱۱) هم سو است. با توجه به این ذهنیت ضروری است که دولت از طریق اتاق بازرگانی استان و نیز مشارکت فعالانه دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی نسبت به برگزاری دوره‌های آموزشی صادرات اقدام نماید.

الگوی ذهنی اقتصادگرای زنان مورد مطالعه با دیدگاه‌های مطیعی لنگرودی و همکاران (۲۰۱۲)؛ استارک و همکاران (۲۰۰۸)؛ موحدی و یعقوبی فرانی (۲۰۱۲)؛ حسینی‌نیا و فلاحی (۲۰۱۷)؛ صابر (۲۰۰۳)؛ میرزا امینی (۲۰۱۱)؛ کریمی و جوهری (۲۰۱۴)؛ مرادی و همکاران (۲۰۱۶)، مطیعی لنگرودی و همکاران (۲۰۱۲)، احسانی فر و همکاران (۲۰۱۶) در یک راستا است. لذا ضروری است که دولت نسبت به تسهیل قوانین و مقررات حاکم بر سیستم بانکی، عدم دخالت در قیمت‌گذاری، افزایش امنیت اجتماعی در خصوص کسب‌وکارهای کارآفرینانه و تشویق کارآفرینان برتر از سوی دولت اقدام نماید.

ذهنیت کارآفرینانه-محیط‌گرای زنان روستایی مورد مطالعه با نقطه نظرات موحدی و یعقوبی فرانی (۲۰۱۲)؛ احمدپور داریانی و همکاران (۲۰۱۲)؛ ممیز و همکاران (۲۰۱۲)؛ میرزا امینی (۲۰۱۱)؛ رحمانیان کوشکی و زارعی (۲۰۱۸)؛ مارکلی (۲۰۰۲)؛ زمانی (۲۰۰۸)؛ مرادی و همکاران (۲۰۱۶) همخوانی دارد. با توجه به این ذهنیت، ضروری است که دولت به کمک اهرم‌های در اختیار و نیز هماهنگی با سازمان شرکت شهرک‌های کوچک و نیز شناسایی خوشه‌های غیرکشاورزی روستایی، زمینه ایجاد و تأسیس شهرک‌های کسب‌وکاری را فراهم نماید.

ذهنیت رفتارگرایانه زنان روستایی این مطالعه با نتایج به دست آمده از تحقیقات مهرداد (۲۰۱۲)؛ لاوکانن (۲۰۰۳)؛ موحدی و یعقوبی فرانی (۲۰۱۲)؛ مطیعی لنگرودی و همکاران (۲۰۱۲)؛ مرادی و همکاران (۲۰۱۶)؛ احمدپور داریانی و همکاران (۲۰۱۲) همسو هستند. با عنایت به این ذهنیت، ضروری است که دست‌اندرکاران توسعه کارآفرینی نسبت به درونی‌سازی و

در این الگوی ذهنی، ۶ گزاره قرار گرفته است که توانسته‌اند با دارا بودن مقدار ویژه (۳/۴۴)، ۱۳/۲۵ درصد واریانس پیش برنده‌های توسعه کارآفرینی روستایی را به خود اختصاص دهند.

#### الگوی ذهنی چهارم (کارآفرینانه-رفتارگرا):

طرفداران و معتقدان به این الگو در مطالعه حاضر قائل به ویژگی‌های رفتاری و شخصی کارآفرینان هستند. آنان بر این باورند که ریشه اصلی پیشبرد توسعه کارآفرینی روستایی در عوامل و ویژگی‌های شخصی خود کارآفرینان نهفته است. وجود روحیه ریسک‌پذیری در زنان روستایی کارآفرین، توانایی زنان در تحمل شرایط استرس‌زا و وجود نظم و انضباط در کارها توسط افراد کارآفرین از مهم‌ترین گزاره‌های مشترک تشکیل‌دهنده معتقدان این الگوی ذهنی است. در این الگوی ذهنی، ۷ گزاره قرار گرفته است که توانسته‌اند با دارا بودن مقدار ویژه (۳/۱۷)، ۱۲/۲۱ درصد واریانس پیش برنده‌های توسعه کارآفرینی روستایی را به خود اختصاص دهند.

#### الگوی ذهنی پنجم (کارآفرینانه-مشارکتی):

راه‌اندازی پروژه‌های مشارکتی برای توسعه کارآفرینی، حرکت به سمت صنایع و کسب‌وکارهای غیرکشاورزی در روستاها، وجود هماهنگی نهادی بین نهادهای دست‌اندرکار کارآفرینی و پرهیز از موازی کاری و ایجاد فضای مدیریت مشارکتی در روستاها از مهم‌ترین وجوه مشترک معتقدان به این الگوی ذهنی در بین مشارکت‌کنندگان هستند. در این الگوی ذهنی، ۴ گزاره قرار گرفته است که توانسته‌اند با دارا بودن مقدار ویژه (۳/۱۱)، ۱۱/۹۶ درصد واریانس پیش برنده‌های توسعه کارآفرینی روستایی را به خود اختصاص دهند.

#### الگوی ذهنی ششم (کارآفرینانه-حمایتی):

کسانی که نمودار کیو آن‌ها، عامل ششم را شکل داده است، معتقدند که شرط اصلی پیش برد توسعه کارآفرینی روستایی حمایت دستگاه‌های دولتی و نیز بنیان خانواده است. در این الگو کم‌اهمیت‌ترین دیدگاه‌ها و نظرات درباره پیش برنده‌های توسعه کارآفرینی روستایی وجود دارد، چراکه کمترین مقدار ویژه (۲/۴۴ درصد) و کمترین مقدار واریانس تبیین شده (۹/۴۱ درصد) را از مجموع واریانس ۸۳/۱۳ به خود اختصاص داده است. در این الگوی ذهنی، ۶ گزاره به ترتیب اهمیت امتیاز عاملی قرار گرفتند که مقدار امتیاز عاملی آن‌ها بالاتر از ۰/۷ محاسبه شده است.

#### بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف گونه‌شناسی الگوهای ذهنی زنان کارآفرین روستایی در زمینه پیش برنده‌های توسعه کارآفرینی روستایی در سطح استان ایلام با استفاده از روش‌شناسی کیو

ترغیب زنان کارآفرین روستایی به مؤلفه‌های روان‌شناختی از طریق برگزاری کارگاه‌های آموزشی مرتبط با کسب‌وکارهای کارآفرینانه زنان روستایی اقدام نمایند.

ذهنیت مشارکت جویانه زنان کارآفرین روستایی با نتایج تحقیقات رجب‌زاده و همکاران (۲۰۱۲)؛ میرترابی و حجازی (۲۰۱۱)؛ بشیراحسن و قربانی نژاد (۲۰۱۷)؛ ممیز و همکاران (۲۰۱۲)؛ مهرداد (۲۰۱۲)؛ حسینی نیا و فلاحی (۲۰۱۷)؛ مرادی و همکاران (۲۰۱۶) و شیخان (۲۰۱۱) همسو است. در این زمینه لازم است که نوعی هماهنگی نهادی بین نهادهای دست‌اندرکار کارآفرینی در تمام سطوح صورت گیرد به گونه‌ای که از جزیره‌ای فعالیت نمودن پرهیز نمایند.

ذهنیت حمایت‌گرایانه زنان کارآفرین روستایی این مطالعه با نتایج تحقیقات صابر (۲۰۰۳)؛ احمدپور داریانی و همکاران (۲۰۱۲)؛ موحدی و یعقوبی فرانی (۲۰۱۲)؛ مهرداد (۲۰۱۲)؛ کریمی و جوهری (۲۰۱۴)؛ استارک و همکاران (۲۰۰۸)؛ رحمانیان کوشکی و زارعی (۲۰۱۸)؛ احسانی فر و همکاران (۲۰۱۶)؛ میرزا امینی (۲۰۱۱)؛ رضوی و همکاران (۲۰۱۴)؛ مارکلی (۲۰۰۲)؛ شیخان (۲۰۱۱) همسو است. در این زمینه پیشنهاد می‌گردد که ارائه خدمات متنوع به کارآفرینان بدون توجه به طیف جنسی آنان صورت گیرد که لازمه این امر رفع بی‌اعتمادی از مدیران دستگاه‌های دولتی نسبت به توانایی‌های زنان در فعالیت‌های کارآفرینانه است.

#### تشکر و قدردانی

این مقاله هیچ‌گونه حامی مالی نداشته است.



## References

- Ahmadpur Dariani, M. Nikbin, H. & Karimi, A. (2012). Factors Affecting Entrepreneurship Development through Agricultural Advisory Services Corporations in Zanjan Province, Iranian Journal of Agricultural Economics and Development, 42(4), No 535-546.
- Amiri, F. (2010). Entrepreneurship. First ed, Kermanshah: publication of Industrial university of kermanshah
- Askun, B., & Yıldırım, N. (2011). Insights on Entrepreneurship Education in Public Universities In Turkey: Creating Entrepreneurs Or Not?. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 663-676.
- Bashir- Ahsan, M., & Ghorbaninejad, R. (2017). The role of entrepreneurial women in rural economic development (A Case Study: Khoramrod County, Toiserkan). *Territory Journal*, 53, 93-107.
- Danaeifard, H., Hosseini, S., Shaygha, R. (2011). Q Methodology: Theoretical Foundations and Framework for Research. Tehran: Sfar publishing
- Ebrahimi, M., kathonabady, A., & Baniasadi, N. (2014). Rural Entrepreneurship Development Components (Case Study: Kerman). *Journal of Entrepreneurship and Agriculture*, 1(1), 83-92.
- Ehsanifar, T., Rostami, F., Naderi, N., Rezaee, B. (2016). Obstacles and Strategies for Entrepreneurship Development in the Agricultural Sector. *Journal of Entrepreneurship in Agriculture*, 3(2), 1-15.
- Ezadi, N., & Attaei, P. (2014). Rural Entrepreneurship and the Role of Agricultural Promotion and Education its development. *Journal of Agricultural Engineering and Natural Resources*, 11(40), 30-34.
- Global Entrepreneurship Monitor Report, (2014). GEM Global Report, Entrepreneurship Monitor. Retrieved from GEM Consortium, It's Available at <http://www.gemconsortium.org/report>.
- Hosseininia, Gh., & Fallai, H. (2017). Factors Affecting the Development of Rural Entrepreneurship: A Case Study on the Rural Areas of Manoojan County (Persian). *Journal of Rural Research*, 8(1), 22-37.
- Kabazzadeh, N. (2012). The status of rural women and the barriers to their participation in the development process. *Journal of Dehyariha*, 6(33), 12-15.
- Karimi, A., & Johari, H. (2014). Identifying the Barriers to Entrepreneurship Development as Perceived by Graduate Students (Case: Faculties of Agriculture in Tehran Province). *Journal of Business Development*, 6(4), 151-167.
- Kyro, P. (2014). To grow or not to grow? Entrepreneurship and sustainable development. Cited in *Handbook of Entrepreneurship and Sustainable Development Research*, Alato University, Finland.
- Koshgoyanfar, A. (2005). Q Methodology. Tehran: the Research Center of Voice and Television Organization.
- Lauckanen, M. (2003). Exploring academic entrepreneurship: drivers and tensions of university based business. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 10(4), 372- 382.
- Markley, D. M. (2002). Entrepreneurship in rural America: prepared for the NCSL, rural development task force. Lincoln: Center for Rural Entrepreneurship.
- Mirtorabi, M., & Hejazi, Y. (2011). Investigating the effect of individual and family characteristics of rural women on the motivation of their participation in agricultural activities. *Proceeding of Second National Conference on Rural Development*, Hamedan, and University of Bu-Ali Sina.
- Mehrdad, H. (2012). A study of factors affecting entrepreneurship in Lorestan province with an emphasis on education. *Journal of new approaches in educational administration*, 4, 97-114.
- Mirakzadeh, A., Khosravi, S., Shahbazi, S., Kholami, M., Mehdizadeh, H. (2014). Attitudes of Graduate Students of the agricultural extension and education and Rural Development of Razi University of Kermanshah regarding their future career. *Agricultural Training Management Research*, 38, 18-29.
- Mirzaamini, M. (2011). Strategies for Entrepreneurship Development and Rural Employment. Cooperative organization of graduate employment. Retrieved from <http://www.zeuzera.com/index.php/2011-12-27-09-32-30/70-karafarini.html>.
- Momayez, A. Ghasemi, S. A. and Ghasemi, S. F. (2012). Investigation influencing factors on women's entrepreneurship. *Technology Development (Roshd-e-Fanavari) Journal*, 9(35): 15-22.
- Motieei Langroodi, S.H., Ghadiri Maesoum, M. Dadvar Khani, F. Yadollahi Farsi., Torkashvand, Z. (2012). Explain the Factors Affecting Rural Empowerment in Entrepreneurship Development (Case Study: Samen and Zand Counties of Malayer Township), *Human Geography Research Journal*, 80, 119-138. (Persian).
- Moradi, S., Rezaei, B., & papzan, A. (2016). Identification of Entrepreneurship Development Factors from the Perspective of Iranian Entrepreneurs Case Study: The Experience of the Entrepreneurs Life in the payesh TV Program. *Journal of Entrepreneurship Development*, 9(3), 513-533.
- Movahedi, R & Yaghoubi-Farani, A. (2012). Analysis of the barriers and limitations for the development of rural women's entrepreneurship, *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 15(4), 469 -487.
- Rajabzadeh, M., Mohammadi, M., & Tajic, H. (2012). Characteristics and motivations of women's self-employment in the Kandovan village. *Journal of Development and Village*, 14(4), 147-164.
- Rahmanian Koshkaki, M., & Zarei, Y. (2018). Analysis of Individual and Social Constructions Affecting the Development of Rural Entrepreneurship with an Emphasis on the Agriculture Sector in Kamfiruz District of Marvdasht county. *Journal of Rural Research*, 9(2), 292-307.
- Razavi, S.M. Asadi, M. Esfandabadi, H.M. & Ekbatani, H. (2014). Design Patterns Barriers to Social Entrepreneurship: An Application of Grounded Theory. *Research on Humanities and Social Sciences*, 4(16), 6-15.
- Rockne din etkari, A., Sajasi, H., & Razavi, S.H. (2011). Strategies for Agricultural Entrepreneurship Development in Rural Areas. *Journal of Village and development*, 13(3), 1-29.
- Saber, F. (2003). Options for improving women entrepreneurship in Iran: solutions for economic, social and

political equality in Iran. Women studies publication.

Shahraki, H., Movahedi, R., & Yaghobi-Farani, A. (2016). Examining the Cultural and Social Components of Rural Entrepreneurship: A Qualitative Study. *Journal of Entrepreneurship Development*, 9(4), 749-767.

Shaterian, M., Nasrabadi, Z., & Mansourian, F. (2017). Analysis of barriers to rural women entrepreneurship in Kashan County. *Journal of space economics and rural development*, 6(3), 181-196.

Shaykhan, N. (2011). Women's Entrepreneurship Promotion Programs in Selected Countries. *Journal of Social welfare*, 11(40), 259-286.

Stark, N., & D. Markly. (2008). Rural Entrepreneurship Development II: Measuring Impact on the TripleBottom Line.

Statistical Center of Iran. (2016). Census results of labor force. Planning and Budget Organization, Tehran, Iran.

Tielen, M., van Staa, A. L., Jedeloo, S., van Exel, N. J. A., Weimar, W. (2008). Q-Methodology to Identify Young Adult Renal Transplant Recipients at Risk for Nonadherence. *Transplantation*, 85(5), 700-706.

Wortman, Jr, M.S. (1990). Rural Entrepreneurship Research: Integration into the Entrepreneurship Field. *Agribusiness*, 6(4): 329-344.

Zamani, Gh. (2008). Training entrepreneurs in agriculture. Paper presented at National Conference on entrepreneurship Development in Scientific-Applicational education, Mashhad, Iran, 23-24 December 2008.

