

تعاون و کشاورزی، سال هفتم، شماره ۲۷، پاییز ۱۳۹۷

## نقش تعاونی‌ها در تقویت ویژگی‌های کارآفرینانه و توانمندی فرصت‌شناسی زنان روستایی در استان کرمانشاه

الهام امامی<sup>۱</sup>، غلامحسین حسینی‌نیا<sup>۲\*</sup>، احمد یعقوبی‌فرانی<sup>۳</sup>

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۲/۳۰ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۵/۲۱

### چکیده

تحقیق حاضر تأثیر کارکردهای تعاونی‌های زنان روستایی در ایجاد و تقویت ویژگی‌های کارآفرینانه زنان و توانایی آنها در شناسایی و ارزیابی فرصت‌های کارآفرینانه را بررسی کرد. این تحقیق به شیوه مطالعات پیمایشی و با بهره‌گیری از نظرهای ۱۳۱ نفر از زنان روستایی عضو تعاونی‌های روستایی انجام گرفت. ابزار جمع‌آوری اطلاعات پرسش‌نامه بود که روایی آن با بهره‌گیری از نظر استادان و محققان حوزه کارآفرینی و تعاون تأیید شد و برای محاسبه میزان پایایی ابزار نیز از روش آلفای کرونباخ استفاده گردید که مقادیر به دست آمده برای بخش‌های مختلف مبین مناسب بودن سؤالات و گویه‌ها برای سنجش متغیرهای مورد نظر بود. بر مبنای ضرایب همبستگی، رابطه همبستگی مثبت و معنی‌داری بین تمامی ابعاد کارکردهای تعاونی‌ها با دو متغیر تقویت ویژگی‌های کارآفرینانه و توانایی در شناسایی و ارزیابی فرصت‌های کارآفرینانه به دست آمد. تحلیل رگرسیون نیز نشان داد که ۳ متغیر تأمین و توسعه بازار، تقویت انگیزه‌ها و توانمندی‌های شخصی و تأمین سرمایه و زیرساخت تولید به میزان ۵۸/۲ درصد از تغییرات متغیر ایجاد و تقویت ویژگی‌های کارآفرینانه را تبیین کردند. همچنین ۴۲/۷ درصد از تغییرات توانایی شناسایی و ارزیابی فرصت‌های کارآفرینانه توسط ۳ متغیر تأمین و توسعه بازار، تأمین سرمایه و زیرساخت تولید و آموزش و اطلاع‌رسانی تبیین شد.

واژه‌های کلیدی: تعاونی، تعاونی زنان روستایی، کارآفرینی، ویژگی‌های کارآفرینانه، فرصت‌شناسی

۱. دانش آموخته کارشناسی ارشد کارآفرینی، گرایش کسب و کار جدید، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران

۲. دانشیار گروه کسب و کار جدید، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران

hosseininia@ut.ac.ir

\* نویسنده مسئول

۳. استادیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه بوعلی سینا، همدان

## مقدمه

از آغاز سده ۲۱، اقتصاد کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه با نیروی حیات‌آفرین کارآفرینی از نو زنده شده است. کارآفرینی همان نیرویی است که شومپیتر آن را موتور محرک اصلی در توسعه اقتصادی کشورها می‌داند. واژه کارآفرینی مفاهیمی همچون نوآوری، مخاطره‌پذیری، ایجاد یا تجدید ساختار یک واحد اقتصادی و اجتماعی، رضایت شخصی و استقلال طلبی را به ذهن متبادر می‌سازد و به عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل سودمند در توسعه اقتصادی و اجتماعی جامعه در نظر گرفته می‌شود. شواهدی وجود دارد که کشورهای پرکارآفرین در مقایسه با سایر کشورها سریع‌تر توسعه می‌یابند. کارآفرینان منبع جدیدی از عرضه مواد و بازارها را کشف و شکل جدیدتر و مؤثرتری از سازمان را تأسیس می‌کنند (Rao et al., 2011). شومپیتر کارآفرین را منشأ تقاضای جدید از طریق فرایند نوآوری می‌داند، زیرا این نوآوری‌ها با تغییر سازمان موجود، خریداران را به سمت خرید کالاهای جدید سوق می‌دهد و به این ترتیب، سهم بازار و ثروت را نصیب کارآفرینان می‌کند. وی از این فرایند به عنوان تخریب خلاق یاد می‌کند، زیرا کارآفرینان از طریق فرایند تخریب بازارهای موجود، ثروت جدیدی به دست می‌آورند (یعقوبی فرانی و همکاران، ۱۳۹۳).

نیاز جوامع به فرصت‌های شغلی جدید، عامل دیگری است که ضرورت توجه بیشتر به مقوله کارآفرینی را دو چندان می‌نماید، زیرا یکی از پیامدهای مؤثر کارآفرینی، ایجاد و توسعه فرصت‌های شغلی در بخش‌های مختلف اقتصادی است. به همین سبب، از دیدگاه سیاستمداران و برنامه‌ریزان، راهکار برون‌رفت از تنگناهای ناشی از نبود فرصت‌های شغلی مناسب، فراهم ساختن ساختارها و زمینه‌های مناسب برای کارآفرینی است. در کشور ما فعالیت‌های اقتصادی در سه بخش دولتی، خصوصی و تعاونی شکل گرفته و با توجه به اصل ۴۴ قانون اساسی مبنی بر تمرکز زدایی و کاستن از بار سنگین مسئولیت‌های بخش دولتی و واگذاری امور و تعهدات این بخش به بخش‌های غیر دولتی (تعاونی و خصوصی)، بخش‌های غیردولتی و از جمله بخش تعاون به عنوان بستری برای فعالیت کارآفرینان معرفی شده است. تعاونی‌ها می‌توانند انجام بسیاری از فعالیت‌های دولتی قابل واگذاری را بر عهده گرفته و از این طریق، هم نیازهای جامعه را برآورده سازند و هم برای اعضای

خود زمینه اشتغال و کارآفرینی سالم را فراهم نمایند (فرزین فر، ۱۳۸۷). از سوی دیگر، کمبود و یا فقدان سرمایه کافی برای آغاز حرکت و فعالیت در زمینه‌های مختلف اقتصادی یکی از مهم‌ترین مشکلات افراد جویای کار می‌باشد که در این زمینه نیز تعاونی‌ها می‌توانند با تجمیع سرمایه‌های کوچک و تبدیل آنها به سرمایه‌های کلان و کارساز، نقش مؤثری در رفع این مشکل ایفا نمایند. بدین ترتیب، تعاونی‌ها در نقش سازمان‌های مفید و مؤثر در امر اشتغال‌زایی و توسعه می‌توانند بستر مناسبی برای کارآفرینی در کشور باشند (رحیمی و واحد چوکده، ۱۳۸۷).

یکی از اهداف برنامه‌های توسعه کارآفرینی در همه کشورها، فراهم سازی ظرفیت های لازم برای تمامی اقشار جامعه و به ویژه زنان است. بر همین اساس، امروزه موضوع کارآفرینی زنان به یکی از موضوعات حساس جوامع تبدیل شده است. بدون شک، توجه به کارآفرینی زنان تلاش برای بهره گیری از توانمندی های نیمی از افراد جامعه است و به حضور مؤثر این قشر در فرایند توسعه اقتصادی کمک می کند. از سویی، موفقیت زنان کارآفرین در جوامع نه تنها تأثیرات اقتصادی در پی دارد، بلکه موجب منافع اجتماعی و فرهنگی زیادی نیز در جامعه می‌باشد. (Roque and Ramanujam, 2011). ضرورت بهره‌گیری از ظرفیت‌ها و توانمندی‌های (زنان سبب شده است در سال‌های اخیر با رشد کمی و کیفی مناسبی در تشکیل تعاونی‌های خاص زنان) به عنوان یکی از نهادهای مؤثر برای فعالیت اقتصادی) فرصت مناسبی برای مشارکت زنان در فعالیت‌های کارآفرینانه فراهم شود (آجیلی و همکاران، ۱۳۸۸). شرکت‌های تعاونی زنان را می‌توان از جمله تشکلهایی دانست که امکان جلب مشارکت‌های مردمی برای رسیدن به اهداف توسعه، یکپارچه کردن منابع انسانی، تجمیع سرمایه‌های کوچک، ایجاد اشتغال با شرایط آسان و در نتیجه بالا بردن توان اقتصادی زنان را فراهم می‌آورند. البته این نتایج در گروی توجه تعاونی‌ها به ایجاد و تقویت ویژگی‌های کارآفرینانه در بین اعضا و کمک به آنها در شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه است؛ به عبارتی، تعاونی‌ها و تشکلهای زنان در صورت توجه به توسعه و تقویت توانمندی‌های کارآفرینانه زنان می‌توانند بستر مناسبی برای فعالیت‌های اقتصادی آنها فراهم کنند و تأثیر بسزایی در دستیابی به تحقق عدالت اقتصادی و اجتماعی، به ویژه در مناطق روستایی،

بگذارند. بر این اساس و به منظور بررسی کیفیت اثرگذاری اقدامات و فعالیت های شرکت های تعاونی در فراهم سازی زمینه های توسعه کارآفرینی زنان روستایی، در این مقاله به بررسی نقش شرکت های تعاونی زنان روستایی در ایجاد و تقویت ویژگی های کارآفرینانه در اعضا و نیز توانمندسازی آنها در شناسایی فرصت های کارآفرینی پرداخته شد.

### مبانی نظری

روستا و جامعه روستایی بخش مهمی از جوامع در حال توسعه را تشکیل می دهد. تجربه توسعه به ویژه در این جوامع نشان می دهد که توسعه روستایی نقش مهمی در رسیدن به اهداف توسعه در سطح ملی دارد (خسروی پور و عسگریان دهکردی، ۱۳۸۸). امروزه توسعه روستاها در مقایسه با گذشته، پیوند گسترده تری با مفهوم کارآفرینی یافته است به گونه ای که فراهم نمودن زمینه های مناسب برای کارآفرینی را می توان سازوکاری مداخله جویانه در توسعه روستایی دانست (ایمانی جاجرمی و پوررجب میاندوآب، ۱۳۸۹). کارآفرینی روستایی زمینه ساز اشتغال، افزایش درآمد، تولید ثروت، بهبود کیفیت زندگی و تسهیل مشارکت افراد محلی در اقتصاد است (Ruostesaari & Troberg, 2016). در نظریه های توسعه پایدار روستایی، بر افزایش مشارکت و ایجاد فرصت های برابر برای همه گروه ها و اقشار جامعه، به ویژه زنان روستایی، بسیار تأکید شده است (کرمی، ۱۳۹۰). زنان نیرویی برای ایجاد تحول و منبعی بالقوه برای افزایش نرخ رشد تولید محصولات کشاورزی و غیر کشاورزی و به تبع آن، پیشبرد اقتصاد در مناطق روستایی هستند (صفری شالی، ۱۳۸۷). بنابراین، شناسایی استعداد های کارآفرینی روستاییان، به ویژه زنان روستایی، و تلاش برای توسعه و تقویت کارآفرینی در فرایند توسعه روستایی از طریق فراهم نمودن زمینه های اولیه آن از اهمیت ویژه ای برخوردار است (میرک زاده و غیاثوند غیاثی، ۱۳۹۰).

در کل، کارآفرینی و اشتغال زنان روستایی سبب افزایش درآمد خانواده می شود که این امر می تواند از جنبه های بسیاری زندگی افراد روستایی و در نهایت کل جامعه را تحت تأثیر قرار دهد. از جمله این تأثیرات می توان به کاهش تفاوت و شکاف موجود بین خانوار روستایی و شهری،

بهبود وضعیت سواد و بهداشت خانواده، تأمین هزینه های خانوار به عنوان سرپرست و نیز کاهش مهاجرت به شهرها اشاره نمود (خسروی پور و عسگریان دهکردی، ۱۳۸۸). علاوه بر این، کارآفرینی زنان روستایی موجب تقویت عزت و اعتماد به نفس آنها و استفاده هرچه بیشتر از نیروهای بالقوه این گروه شده و از این حیث نیز از اهمیت ویژه ای برخوردار است (حسینی فرج اله و ده یوری، ۱۳۸۵). بدین ترتیب و با توجه به سهم انکارناپذیر زنان روستایی و تأثیر فعالیت‌های کارآفرینانه آنها در تولید ملی و توسعه اقتصادی، در سال‌های گذشته، موضوع کارآفرینی زنان روستایی محور پژوهش‌های علمی قرار گرفته و در مورد ابعاد و مؤلفه‌های توسعه کارآفرینی زنان روستایی مطالعات زیادی انجام شده است.

بدون شک، توسعه کارآفرینی زنان و به طور خاص زنان روستایی، به عنوان قشر کمتر برخوردار از امکانات و نظام‌های حمایتی، مستلزم تدارک زمینه‌ها و ظرفیت‌های زیرساختی و نیز تأمین نظام های حمایتی و هدایتی مناسب است. در این زمینه، تجربه کشورهای مختلف در بسترسازی برای توسعه فعالیت‌های اقتصادی در مناطق روستایی نشان می‌دهد تعاونی‌ها در زمره سازمان‌هایی هستند که به نحو مؤثری توانسته‌اند زمینه تجمیع نیروهای دارای ظرفیت و توانمندی و در عین حال کمتربرخوردار از حیث امکانات و منابع مالی را فراهم سازند (ترکمان و افشار، ۱۳۸۹). بدون شک توفیق شرکت‌های تعاونی در توسعه ظرفیت‌های کارآفرینی در گروهی کارکرد شایسته آنها در ایجاد و تقویت ویژگی‌ها و توانمندی‌های کارآفرینانه اعضا و هدایت آنها برای شناسایی و بهره‌گیری هدفمند از فرصت‌های کارآفرینی است (اعظمی و همکاران، ۱۳۹۱).

در تعریفی ساده و مورد پذیرش، کارآفرینی را می‌توان فرایند شناسایی و بهره برداری از فرصت‌های کسب و کار دانست. بر اساس این تعریف، کارآفرین کسی است که ایده‌ای را می‌یابد و آن را به فرصتی اقتصادی تبدیل می‌کند. عوامل متعددی نظیر آگاهی از محیط، بازار و نیازهای مشتری و برخورداری از برخی ویژگی‌های شخصیتی و نیز نوعی نگرش مناسب، کارآفرین را در یافتن فرصت و پرداختن به آن یاری می‌دهد. در تعبیری دیگر، فرد کارآفرین کسی است که توانایی تشخیص و ارزیابی فرصت‌های کسب و کار را دارد و می‌تواند منابع لازم را گردآوری و

از آنها برای کسب موفقیت بهره برداری کند. بخش عمده ای از مطالعات کارآفرینی همواره حول این موضوع بوده است که اساساً فرصت کارآفرینی چیست و یک فرصت خوب چگونه کشف یا ساخته می شود. میان تعاریف ارائه شده از فرصت، شاید تعریف شین در سال ۲۰۰۳ را بتوان تعریفی جامع و قابل قبول دانست که بیشتر مورد ارجاع قرار گرفته است (رستمی و فیض بخش، ۱۳۹۲). بر اساس نظر شین، فرصت موقعیتی است که در آن فرد می تواند از طریق بازترکیب منابع موجود، وضعیت یا پدیده جدیدی را خلق کند که انتظار دارد برای او نوعی سودمندی به همراه داشته باشد. بر اساس این تعریف، فرصت کارآفرینی موقعیت بالقوه‌ای است که در آن محصولات یا خدمات جدید، مواد اولیه جدید، بازار جدید و روش‌های سازمان‌دهی جدید ارائه می شود. این تعریف فرصت‌های کارآفرینی را از مجموعه وسیع‌تر فرصت‌های کسب سود متمایز می کند (Shane, 2003). از نظر آلسوس و کیکونن (Alsos and Kaikkonen, 2004) فرصت به هر گونه موقعیت در بازار اطلاق شده است که قابل کنترل تشخیص داده شود و انتظار نتایج مثبتی از آن وجود داشته باشد (مهدوی و عذاری، ۱۳۸۵).

تاکنون تلاش‌های زیادی توسط محققان در مورد فرایند فرصت یابی انجام شده که بر اساس آن، دو رویکرد کلی شناسایی فرصت و خلق فرصت مطرح شده است. برگلاند (Berglund, 2007) با ارائه وجوه تمایز این دو رویکرد، به تبیین ایده و فرصت کارآفرینی پرداخت و بیان کرد در الگوی کشف فرصت، به میزانی که بتوان آینده را پیش‌بینی نمود می توان بر آن کنترل اعمال کرد. لیکن در الگوی خلق فرصت، مادام که نسبت به کنترل آینده اطمینان وجود داشته باشد، نیازی به پیش‌بینی نخواهد بود. هرچند در الگوی کشف فرصت، این فعالیت می تواند منحصر به کارآفرین، باشد اما در خلق فرصت، کارآفرین به همراه سایر ذی‌نفعان سازمان، در فرایند خلق فرصت مشارکت دارد. در الگوی کشف فرصت انتظار تغییرات شدید در ایده اولیه اندک است، اما در الگوی خلق فرصت، ایده به تدریج در طی تعامل کارآفرین با محیط شکل می گیرد و تغییر می کند. در مطالعات کارآفرینی، دیدگاه کشف فرصت به صورت نظری توسط اندیشمندان مختلفی توسعه یافته است. برخی از آنها بر کشف غیرارادی فرصت‌ها تأکید داشته و نظریات آنها شامل مفاهیم مشخصی از

روان‌شناسی و ویژگی‌های شناختی می‌شود. سایرین نیز که بیشتر از دیگران وامدار اقتصاد نئوکلاسیک هستند، بر فرایند فعال و آگاهانه جست‌وجوی فرصت‌ها تمرکز نموده‌اند که طی آن کارآفرینان به صورت نظام‌مندی، دانش خود را در خصوص محیط پیرامون به منظور تعقیب و کشف فرصت‌ها، به‌روز می‌کنند. دیدگاه نئوکلاسیک‌ها با دیدگاه کرایزتری از نظر تأکید بر اتفاقی بودن فرایند اکتشاف فرصت‌ها تفاوت دارد.

در دیدگاه شومپتر، کارآفرینان فرصت‌ها را به عنوان یک فرایند کشف نمی‌کنند، بلکه آنها را از طریق کسب مزیت از تغییر و نوآوری در اقتصاد خلق می‌کنند. از نظر شومپتر، کارآفرین کسی است که تعادل جامعه را به هم می‌زند و با روش‌های کارآفرینی، جامعه را به سمت عدم تعادل پیش می‌برد و این دوره زمانی است که کارآفرین سود کسب می‌کند و زمانی که جامعه مجدداً به تعادل رسید، عمر فرصت به پایان می‌رسد. در واقع، فرصت‌های شومپتری باعث پنداشتن کارآفرینی به عنوان یک فرایند نامتعادل هستند. بهره‌برداری از فرصت در دیدگاه شومپتر مستلزم این است که افراد بخواهند بر اساس شواهد اندکی تصمیم‌گیری نمایند (یعقوبی فرانی و همکاران، ۱۳۹۳) و (Shane, 2003). به طور کلی، شومپتر معتقد است که فرصت‌ها خلق می‌شوند نه کشف و در فرایند ظهور فرصت‌های کارآفرینی، برخورداری از ویژگی‌های شخصیتی نقش اساسی ایفا می‌کند.

بدون شک توسعه کارآفرینی زنان در مناطق روستایی نیز تابعی از فرایند تشخیص فرصت است که نیازمند برخورداری زنان از برخی ویژگی‌ها و توانمندی‌ها می‌باشد. به علاوه، توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه زنان در جوامع روستایی نیازمند آماده‌سازی شرایط و عوامل محیطی و ساختاری است که در این زمینه، نهادهای اجتماعی و اقتصادی نظیر تعاونی‌ها می‌توانند مؤثر باشند. تأثیر ویژگی‌های روان‌شناختی افراد بر گرایش و تمایل آنها برای ورود به فرایند کارآفرینی، یکی از موضوعات مهم در مطالعات کارآفرینی است. کوراتکو و هاجتس (Kuratko & Hodgetts, 2001) در همین زمینه اعتقاد دارند که اساساً کارآفرینی تابعی از ویژگی‌های فردی و شخصیتی کارآفرین است و به همین سبب، بررسی خصوصیات کارآفرینان به افزایش درک مقوله کارآفرینی کمک خواهد

نمود. به نظر متخصصان، تحقق فرایند کارآفرینی به دست افرادی صورت می‌گیرد که میل شدیدی به کامیابی دارند و سخت‌کوشی، عزم و اراده، خلاقیت و ریسک‌پذیری از جمله ویژگی‌ها و امتیازات آنها در مقایسه با افراد دیگر جامعه است (مهدوی و عذاری، ۱۳۸۵) و (Kuratko & Hodgetts, 2001). پژوهشگران برای مطالعه کارآفرینی، رویکردهای متفاوتی را به کار برده‌اند. بر اساس نگرش روان‌شناختی، برخی ویژگی‌های شخصی، افراد را مستعد کارآفرینی می‌کند. تأکید فزاینده بر ویژگی‌های فردی کارآفرینان منجر به تکوین نگرشی شد که بعدها به «رویکرد ویژگی‌ها» یا «رویکرد شخصیتی» شهرت یافت (احمدپور داریانی، ۱۳۸۰). رویکرد ویژگی‌ها بر این فرض تأکید می‌کند که اساساً کارآفرینان دارای ویژگی‌ها، دیدگاه‌ها و ارزش‌هایی هستند که یک نیروی محرک برای آنها فراهم می‌کند و آنها را از دیگران متمایز می‌سازد (Goel, 2013). شواهدی از تلاش‌های ارزشمند پژوهشگران برای تعیین ویژگی‌های شخصیتی مشترک کارآفرینان وجود دارد و در پژوهش‌های متعددی، ویژگی‌های خاص شخصیتی به عنوان ویژگی‌های کارآفرینان مورد تحلیل قرار گرفته است (Matviuk, 2010). از جمله این ویژگی‌ها می‌توان به استقلال‌طلبی، مرکز کنترل درونی، خلاقیت، ریسک‌پذیری، توفیق‌طلبی و تحمل ابهام اشاره نمود (Chell and Burrows, 1991). مرور مطالعات مرتبط با کارکردهای تعاونی‌ها نشان می‌دهد که توانمندسازی اعضا از طریق تدارک فرصت‌های آموزش و یادگیری به عنوان یکی از اصول تعاون همواره مورد توجه و تأکید بخش تعاون بوده است. به علاوه، تعاونی‌ها با کارکردهای متنوع دیگری می‌توانند زمینه‌ساز توانمندی اعضا برای ورود به فرایند کارآفرینی شوند. مطالعه گل محمدی و همکاران (۱۳۸۸) در این زمینه نشان داد که تعاونی‌ها نقش مؤثری در افزایش بهره‌وری و توانمندسازی زنان روستایی عضو تعاونی دارند و نهاد تعاونی می‌تواند با آموزش و توانمندسازی اعضا به عنوان ابزاری مناسب برای کمک به زنان در اشتغال پایدار و تقویت بنیه اقتصادی خانواده و جامعه روستایی عمل نماید. مطالعه زارعی و همکاران (۱۳۹۲) نیز تأثیر تعاونی‌های کشاورزی را بر افزایش فرصت‌های شغلی و سطح تولید در استان مازندران تأیید نمود. بر مبنای پژوهش اکبرپور دباغی (۱۳۸۸)، تعاونی‌های کشاورزی با بهره‌گیری از سیاست‌های حمایتی و نیز برنامه‌های آموزشی و بسترسازی فرهنگی می‌توانند نقش



مؤثری در فرایند توسعه کارآفرینی داشته باشند. تأثیر تعاونی‌ها در توسعه کارآفرینی از طریق بهبود ویژگی‌های روان‌شناختی و شخصیتی اعضا و تمرکز بر برنامه‌های آموزشی، اجتماعی و فرهنگی در تحقیق هرندی‌زاده (۱۳۸۹) نیز مورد تأکید قرار گرفت. در پژوهش یعقوبی فرانی و همکاران (۱۳۹۳) همچنین بر ضرورت توجه به برنامه‌های آموزشی و فرهنگی - اجتماعی و تقویت ویژگی‌های کارآفرینانه در اعضای تعاونی‌ها به عنوان راهکارهای توسعه کارآفرینی در تعاونی‌های کشاورزی تأکید شده است. مطالعه شل و بوراز (به نقل از Benson, 2014) در کشور هندوستان در زمینه تأثیر تعاونی‌های زنان روستایی در خوداشتغالی زنان هم نشان داد که این تعاونی‌ها از طریق برنامه‌های توانمندسازی زنان، ورود آنها به فرایند خوداشتغالی را تسهیل نموده‌اند. بررسی برنامه‌های توسعه تعاونی‌ها در ایالت کلرادو توسط متویوک (Matviuk, 2010) نیز حکایت از تأثیر کارکردهای شرکت‌های تعاونی در بهبود وضعیت اشتغال روستاییان و افزایش فرصت‌های کسب درآمد توسط آنها دارد. مطالعات متعدد دیگری هم در سایر کشورها حکایت از نقش مؤثر شرکت‌های تعاونی در ایجاد و توسعه ظرفیت‌های شغلی و فراهم‌سازی فرصت‌های کارآفرینی برای اعضا دارد (Dvir et al., 2010; Sumelius et al., 2015; Ruostesaari & Troberg, 2016; Berglund, 2007). با توجه به آنچه ذکر شد و نیز اهتمام شرکت‌های تعاونی به برنامه‌هایی برای ایجاد و توسعه ظرفیت‌ها و توانمندی‌های کارآفرینی اعضا در طی سال‌های اخیر، در تحقیق حاضر به بررسی تأثیر تعاونی‌های زنان روستایی در ایجاد و تقویت توانمندی‌ها و ویژگی‌های کارآفرینانه زنان عضو و همچنین افزایش توانمندی آنها در تشخیص و بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینی پرداخته شد.

### روش تحقیق

این تحقیق از نوع تحقیق توصیفی همبستگی بوده که به شیوه مطالعات پیمایشی انجام شده است. جامعه آماری تحقیق را ۲۰۰ نفر از زنان روستایی عضو شرکت تعاونی خاص زنان در استان کرمانشاه تشکیل دادند که با استفاده از فرمول کوکران، ۱۳۱ نفر از آنها به عنوان نمونه تعیین و به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. با توجه به هدف اصلی تحقیق، یعنی بررسی تأثیر

کارکردهای مختلف تعاونی‌ها در تقویت ویژگی‌های کارآفرینانه و نیز توانمندی فرصت‌شناسی اعضای تعاونی‌های زنان روستایی، مهم‌ترین کارکردهای تعاونی‌ها (بر مبنای اصول، اهداف و وظایف قانونی تعاونی‌ها) شامل آموزش و اطلاع‌رسانی، تسهیل ارتباطات نهادی، توسعه ارتباطات اجتماعی، تأمین سرمایه و زیرساخت‌های تولید، تأمین و توسعه بازار و توسعه انگیزه‌ها و توانمندی‌های شخصی به عنوان متغیرهای مستقل بررسی شدند و ۲ متغیر «تقویت ویژگی‌های کارآفرینانه (نظیر روحیه استقلال‌طلبی، اعتماد به نفس، قدرت تحمل ابهام، مهارت‌های ارتباطی، تمایل به کار گروهی، روحیه کارآفرینی، خلاقیت و نوآوری، انگیزه پیشرفت، تعهد و مسئولیت‌پذیری و آینده‌نگری)» و «ایجاد و تقویت توانمندی در ارزیابی، شناسایی و بهره‌گیری از فرصت‌های کارآفرینی» در بین اعضای تعاونی به عنوان متغیرهای وابسته بررسی شدند.

گردآوری داده‌ها و اطلاعات مورد نیاز تحقیق به کمک ابزار پرسش‌نامه انجام شد. به این منظور، پس از مطالعه و بررسی ادبیات نظری و پیشینه مطالعات مرتبط با موضوع، پرسش‌نامه‌ای مشتمل بر گویه‌ها و سؤالات مناسب برای ارزیابی و سنجش کارکردهای مختلف تعاونی‌ها و نیز کیفیت ویژگی‌های کارآفرینانه و توانمندی فرصت‌شناسی اعضای تعاونی تهیه شد. برای بررسی و ارزیابی روایی پرسش‌نامه از روش بهره‌گیری از نظرات تعدادی از استادان و محققان حوزه کارآفرینی و بخش تعاون استفاده شد و پس از اخذ نظرات افراد مورد نظر، اصلاحات لازم در شکل و محتوای سؤالات و گویه‌های پرسش‌نامه اعمال گردید. برای تعیین پایایی ابزار تحقیق نیز از شیوه محاسبه پایایی با ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد، که مطابق جدول ۱، مقادیر ضریب آلفا برای تمامی بخش‌ها در حد مناسب و مورد قبول می‌باشد. تجزیه و تحلیل داده‌های به دست آمده از تحقیق نیز با نرم افزار آماری spss و با محاسبه آماره‌های توصیفی و ضرایب همبستگی و رگرسیون برای بررسی رابطه بین متغیرهای مستقل و وابسته انجام شد.

جدول ۱. مقادیر ضریب آلفای کرونباخ برای بخش‌های مختلف پرسشنامه

مقدار ضریب آلفای کرونباخ	متغیر
۰/۷۶	آموزش و اطلاع‌رسانی
۰/۸۴	تأمین و توسعه بازار
۰/۸۸	توسعه‌انگیزه و توانمندی شخصی
۰/۷۱	تأمین سرمایه و زیرساخت‌های تولید
۰/۷۹	توسعه ارتباطات اجتماعی
۰/۸۲	تسهیل ارتباطات سازمانی
۰/۹۲	ایجاد و تقویت ویژگی‌های کارآفرینانه
۰/۸۶	توانایی شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه

مأخذ: یافته‌های تحقیق

## نتایج و بحث

بررسی ویژگی‌های فردی زنان مورد بررسی در تحقیق نشان داد که ۴۳٪ از زنان روستایی عضو تعاونی‌ها بین ۲۰ تا ۳۰ سال و ۳۳٪ نیز بین ۳۱ تا ۴۰ سال سن داشته‌اند و میانگین سن پاسخگویان حدود ۳۴ سال بوده است که این وضعیت نشان‌دهنده جوان بودن اعضای تعاونی‌ها می‌باشد. حدود ۵۸٪ زنان عضو تعاونی متأهل بوده‌اند. در مورد وضعیت تحصیلی نتایج نشان داد ۳۵٪ زنان دارای سطح سواد زیر دیپلم و ۵۴٪ دارای تحصیلات در حد دیپلم و فوق دیپلم هستند. در مورد سابقه عضویت در تعاونی نیز ۶۰٪ افراد کمتر از ۵ سال سابقه دارند.

با توجه به هدف اصلی این تحقیق، در این بخش، به ارائه نتایج حاصل از ارزیابی کارکردهای متنوع تعاونی‌ها از دیدگاه زنان عضو پرداخته شده است. در این قسمت، بر مبنای مرور تحقیقات پیشین و نیز وظایف قانونی تعاونی‌ها، ۶ کارکرد عمده تعاونی‌ها شامل آموزش و اطلاع‌رسانی، تأمین و توسعه بازار، توسعه‌انگیزه‌ها و توانمندی‌های شخصی، تأمین سرمایه و زیرساخت‌های تولید، توسعه ارتباطات اجتماعی و تسهیل ارتباطات سازمانی بررسی شدند. اطلاعات مندرج در جدول ۲ ارزیابی زنان عضو تعاونی از هر یک از کارکردهای مذکور را نشان می‌دهد. بر مبنای این ارزیابی،

در تمامی ابعاد مورد بررسی میانگین رتبه‌ای ارزیابی پاسخگویان بالاتر از حد متوسط و در محدوده متوسط تا زیاد قرار گرفته است که نشان‌دهنده توجه تعاونی‌ها به کارکردهای مورد انتظار می‌باشد. اولویت‌بندی گویه‌های مورد بررسی در هر بخش برحسب پاسخ‌های ارائه شده نشان می‌دهد که در بخش کارکردهای آموزشی و اطلاع‌رسانی، ارائه مشاوره‌های فنی و تخصصی در زمینه روش‌های تولید و نیز ارائه اطلاعات اقتصادی مناسب برای تصمیم‌گیری اعضا در اولویت‌های اول تا دوم قرار گرفته‌اند.

فراهم‌سازی زمینه حضور افراد در نمایشگاه‌ها و بازارهای فروش محلی و نیز شناسایی و معرفی بازار مناسب برای محصولات و خدمات تولیدی اعضا از جمله کارکردهای دارای اولویت بالاتر در بخش تأمین و توسعه بازار می‌باشند. تقویت انگیزه و توانمندی اعضا برای بهره‌گیری از ایده‌های اقتصادی مناسب مهم‌ترین کارکرد تعاونی‌ها در بعد توسعه انگیزه‌ها و توانمندی‌های شخصی است.

در بعد تأمین سرمایه و زیرساخت‌های تولید، کمک به تأمین مواد اولیه واحدهای تولیدی و میان کارکردهای توسعه ارتباطات اجتماعی ایجاد نوعی شبکه اجتماعی بین اعضای تعاونی مهم‌ترین کارکرد‌ها از نظر پاسخگویان می‌باشند. تسهیل ضوابط و مقررات اداری و مالی برای انجام بهتر فعالیت‌ها نیز موضوعی است که از دید اعضای تعاونی مهم‌ترین کارکرد تعاونی در بعد تسهیل ارتباطات سازمانی محسوب می‌شود.

در مجموع، ارزیابی اعضا از کارکردهای تعاونی‌ها حکایت از رضایت نسبی اعضا از کارکردهای تعاونی دارد و بر این اساس می‌توان نقش‌آفرینی تعاونی‌ها در انجام وظایف حمایتی مورد انتظار برای اعضا را در حد مطلوبی ارزیابی نمود. این وضعیت تا حدودی انتظار این تحقیق مبنی بر اثر گذاری کارکردهای تعاونی در ایجاد و تقویت برخی ویژگی‌های اعضا را به واقعیت نزدیک می‌سازد.

جدول ۲ توزیع نظرات زنان عضو تعاونی در مورد ابعاد مختلف کارکردهای تعاونی‌ها (برحسب درصد)

انحراف معیار	میانگین رتبه‌ای*	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	گویه‌ها	کارکردها
۱/۳۶	۳/۹۶	۵۰/۴	۲۰/۲	۵/۳	۸/۴	۱۰/۴	ارائه مشاوره‌های فنی و تخصصی در زمینه روش های تولید	آموزش و اطلاع‌رسانی
۱/۵۴	۳/۵۵	۳۷/۴	۲۹	۵/۳	۸/۴	۱۹/۸	ارائه اطلاعات اقتصادی مناسب برای تصمیم‌گیری اعضا	
۱/۵۱	۳/۳۲	۳۰/۵	۲۶	۷/۶	۱۷/۶	۱۸/۳	آشنا نمودن اعضا با فرصت‌های اقتصادی جدید و مناسب فراهم سازی امکان استفاده از شکل‌های مختلف آموزش و یادگیری برای اعضا	
۱/۲۴	۳/۲۲	۱۰/۷	۴۳/۵	۱۷/۶	۱۳/۷	۱۴/۵	آموزش اعضا برای ایجاد و توسعه کسب و کارهای جدید	
۱/۲۷	۳/۸۳	۳۷/۴	۳۵/۹	۸/۴	۹/۲	۹/۲	فراهم‌سازی زمینه حضور افراد در نمایشگاه‌ها و بازارهای فروش محلی	تأمین و توسعه بازار
۱/۲۸	۳/۷۶	۳۵/۹	۳۳/۶	۹/۹	۱۲/۲	۸/۴	شناسایی و معرفی بازار مناسب برای محصولات و خدمات تولیدی اعضا	
۱/۲۹	۳/۷۵	۳۵/۹	۳۲/۸	۱۰/۷	۱۲/۲	۸/۴	توانایی تعاونی در برقراری ارتباط بین تولیدکنندگان، عرضه کنندگان و بازار مصرف	
۱/۱۹	۳/۵۸	۲۳/۷	۳۶/۶	۲۲/۹	۷/۶	۹/۲	ارائه مشاوره بازاریابی و فروش محصولات به اعضای تعاونی	
۱/۰۶	۴/۰۶	۳۹/۷	۴۲	۹/۲	۳/۸	۵/۳	تقویت انگیزه و توانمندی اعضا برای بهره‌گیری از ایده‌های اقتصادی مناسب	توسعه انگیزه و توانمندی شخصی
۱/۴۴	۳/۴۶	۳۸/۲	۲۹	۴/۶	۱۵/۳	۱۳	کسب تجربه و دانش بیشتر برای انجام فعالیت‌های اقتصادی	
۱/۴۴	۳/۶۱	۳۸/۲	۲۶	۸/۴	۱۴/۵	۱۳	تشویق اعضای تعاونی به توسعه و گسترش کسب و کار	
۱/۴۳	۳/۵۵	۳۵/۱	۲۶/۷	۹/۹	۱۵/۳	۱۳	ارزیابی تعاونی و مدیریت آن به عنوان حامی و پشتیبان فعالیت‌های اقتصادی	
۱/۳۵	۳/۴۹	۲۵/۲	۳۹/۷	۷/۶	۱۴/۵	۱۳	برخورداری اعضا از روحیه و توانمندی لازم برای شروع فعالیت‌های جدید	
۱/۳۰	۳/۷۴	۳۲/۸	۴۰/۵	۶/۹	۸/۴	۱۱/۵	کمک به تأمین مواد اولیه واحدهای تولیدی اعضا	تأمین سرمایه و زیرساخت‌های تولید
۱/۴۵	۳/۶۱	۳۷/۴	۲۸/۲	۶/۱	۱۴/۵	۱۳/۷	تأمین سرمایه مورد نیاز برای خرید مواد اولیه و سایر مایحتاج سرمایه‌ای	
۱/۴۴	۳/۵۸	۳۶/۶	۲۶/۷	۸/۴	۱۵/۳	۱۳	کمک به اعضا در دریافت وام‌ها و تسهیلات مناسب و کم‌بهره	
۱/۴۰	۳/۵۵	۳۰/۵	۳۴/۴	۱۱/۵	۷/۶	۱۶	شناسایی و جذب منابع مالی مختلف برای تقویت توان مالی تعاونی	

جدول ۲. توزیع نظرات زنان عضو تعاونی در مورد ابعاد مختلف کارکردهای تعاونی‌ها (برحسب درصد)

انحراف معیار	میانگین رتبه‌ای*	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	گویه‌ها	کارکردها
۱/۳۶	۳/۹۶	۵۰/۴	۲۰/۲	۵/۳	۸/۴	۱۰/۴	ارائه مشاوره‌های فنی و تخصصی در زمینه روش های تولید	آموزش و اطلاع‌رسانی
۱/۵۴	۳/۵۵	۳۷/۴	۲۹	۵/۳	۸/۴	۱۹/۸	ارائه اطلاعات اقتصادی مناسب برای تصمیم‌گیری اعضا	
۱/۵۱	۳/۳۲	۳۰/۵	۲۶	۷/۶	۱۷/۶	۱۸/۳	آشنا نمودن اعضا با فرصت‌های اقتصادی جدید و مناسب فراهم سازی امکان استفاده از شکل‌های مختلف آموزش و یادگیری برای اعضا	
۱/۲۴	۳/۲۲	۱۰/۷	۴۳/۵	۱۷/۶	۱۳/۷	۱۴/۵	آموزش اعضا برای ایجاد و توسعه کسب و کارهای جدید	
۱/۲۷	۳/۸۳	۳۷/۴	۳۵/۹	۸/۴	۹/۲	۹/۲	فراهم‌سازی زمینه حضور افراد در نمایشگاه‌ها و بازارهای فروش محلی	تأمین و توسعه بازار
۱/۲۸	۳/۷۶	۳۵/۹	۳۳/۶	۹/۹	۱۲/۲	۸/۴	شناسایی و معرفی بازار مناسب برای محصولات و خدمات تولیدی اعضا	
۱/۲۹	۳/۷۵	۳۵/۹	۳۲/۸	۱۰/۷	۱۲/۲	۸/۴	توانایی تعاونی در برقراری ارتباط بین تولیدکنندگان، عرضه کنندگان و بازار مصرف	
۱/۱۹	۳/۵۸	۲۳/۷	۳۶/۶	۲۲/۹	۷/۶	۹/۲	ارائه مشاوره بازاریابی و فروش محصولات به اعضای تعاونی	
۱/۰۶	۴/۰۶	۳۹/۷	۴۲	۹/۲	۳/۸	۵/۳	تقویت انگیزه و توانمندی اعضا برای بهره‌گیری از ایده‌های اقتصادی مناسب	توسعه انگیزه و توانمندی شخصی
۱/۴۴	۳/۴۶	۳۸/۲	۲۹	۴/۶	۱۵/۳	۱۳	کسب تجربه و دانش بیشتر برای انجام فعالیت‌های اقتصادی	
۱/۴۴	۳/۶۱	۳۸/۲	۲۶	۸/۴	۱۴/۵	۱۳	تشویق اعضای تعاونی به توسعه و گسترش کسب و کار	
۱/۴۳	۳/۵۵	۳۵/۱	۲۶/۷	۹/۹	۱۵/۳	۱۳	ارزیابی تعاونی و مدیریت آن به عنوان حامی و پشتیبان فعالیت‌های اقتصادی	
۱/۳۵	۳/۴۹	۲۵/۲	۳۹/۷	۷/۶	۱۴/۵	۱۳	برخورداری اعضا از روحیه و توانمندی لازم برای شروع فعالیت‌های جدید	
۱/۳۰	۳/۷۴	۳۲/۸	۴۰/۵	۶/۹	۸/۴	۱۱/۵	کمک به تأمین مواد اولیه واحدهای تولیدی اعضا	تأمین سرمایه و زیرساخت‌های تولید
۱/۴۵	۳/۶۱	۳۷/۴	۲۸/۲	۶/۱	۱۴/۵	۱۳/۷	تأمین سرمایه مورد نیاز برای خرید مواد اولیه و سایر مایحتاج سرمایه‌ای	
۱/۴۴	۳/۵۸	۳۶/۶	۲۶/۷	۸/۴	۱۵/۳	۱۳	کمک به اعضا در دریافت وام‌ها و تسهیلات مناسب و کم‌بهره	
۱/۴۰	۳/۵۵	۳۰/۵	۳۴/۴	۱۱/۵	۷/۶	۱۶	شناسایی و جذب منابع مالی مختلف برای تقویت توان مالی تعاونی	

## ادامه جدول ۲

۱/۰۷	۴/۰۴	۳۸/۹	۴۲/۷	۶/۹	۶/۹	۴/۶	ایجاد نوعی شبکه اجتماعی بین اعضای تعاونی فراهم سازی امکان استفاده از فناوری های اطلاعات و ارتباطات برای اعضا	توسعه ارتباطات اجتماعی
۱/۳۱	۳/۹۳	۴۵/۸	۳۱/۳	۲/۳	۱۲/۲	۸/۴	تلاش شرکت تعاونی در گسترش ارتباط بین تعاونی های مرتبط با موضوع فعالیت	
۱/۲۷	۳/۸۶	۳۸/۲	۳۷/۴	۶/۱	۹/۲	۹/۲	نقش شرکت تعاونی در برقراری ارتباط بین اعضا با کارآفرینان و فعالان اقتصادی	
۱/۲۸	۳/۷۳	۳۴/۴	۳۳/۶	۱۱/۵	۱۲/۲	۸/۴	فراهم سازی فرصت تبادل نظر و هم فکری بین اعضا برای انجام فعالیت های اقتصادی	
۱/۲۷	۳/۷	۲۷/۵	۴۶/۶	۶/۱	۸/۴	۱۱/۵	تسهیل ضوابط و مقررات اداری و مالی برای انجام بهتر فعالیت ها	تسهیل ارتباطات سازمانی
۱/۱۶	۴/۰۲	۴۲/۷	۳۶/۶	۶/۹	۷/۶	۶/۱	آشنا نمودن اعضا با قوانین و مقررات اداری و مالی فعالیت های اقتصادی	
۱/۲۸	۳/۹۳	۴۳/۵	۳۳/۶	۵/۳	۸/۴	۹/۲	تلاش تعاونی در ایجاد ارتباط مؤثرتر اعضا با ادارات دولتی در سطوح مختلف	
۱/۲۹	۳/۷۶	۳۶/۶	۳۲/۸	۸/۴	۱۴/۵	۷/۶	کمک به کاهش دیون سالاری اداری برای دریافت وام و سایر خدمات دولتی	
۱/۳۴	۳/۷۶	۳۷/۴	۳۳/۶	۸/۴	۹/۲	۱۱/۵		

مأخذ: یافته های تحقیق

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

اطلاعات جدول ۳ نظرات زنان عضو تعاونی های مورد بررسی در مورد تأثیر اقدامات و برنامه های تعاونی بر ایجاد و تقویت برخی ویژگی های کارآفرینانه در آنها را نشان می دهد. بر مبنای ارزیابی های انجام شده، زنان عضو تعاونی تأثیر تعاونی ها در ایجاد روحیه استقلال طلبی و اعتماد به نفس و خودباوری را در حد زیاد تا خیلی زیاد ارزیابی نموده اند. تقویت قدرت تحمل شرایط سخت و مبهم یا وقایع پیش بینی نشده، ایجاد و تقویت مهارت های ارتباطی و تمایل به انجام کارهای گروهی و مشارکتی از دیگر تأثیرات حضور و فعالیت زنان در تعاونی ها بوده که میزان آن در حد زیاد تا خیلی زیاد ارزیابی شده است. در مجموع، همان طور که در جدول دیده می شود، تأثیر کارکردهای تعاونی ها در ایجاد و تقویت اغلب ویژگی های کارآفرینانه اعضا در حد زیاد تا خیلی زیاد بوده و از این حیث می توان کارکرد تعاونی ها را رضایت بخش ارزیابی نمود.

جدول ۳. نظرات زنان عضو در مورد تأثیر تعاونی بر ایجاد و تقویت برخی ویژگی‌های کارآفرینانه در

آنها (برحسب درصد)

خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	میانگین انحراف	رتبه‌ای* معیار
۰	۰	۶/۱	۳۴/۴	۵۹/۵	۴/۵۳	۰/۶۱
۰	۰/۸	۹/۹	۳۹/۷	۴۹/۶	۴/۳۸	۰/۶۹
۰	۱/۵	۷/۶	۴۵	۴۵/۸	۴/۳۵	۰/۶۹
۰	۲/۳	۹/۲	۴۰/۵	۴۸/۱	۴/۳۴	۰/۷۴
۱/۵	۳/۸	۴/۶	۴/۵۰	۴۹/۶	۴/۳۲	۰/۸۵
۰	۰	۶/۹	۵۶/۵	۳۶/۶	۴/۲۹	۰/۵۹
۰	۰	۱۴/۵	۴۲	۴۳/۵	۴/۲۹	۰/۷
۰	۰/۸	۱۳/۷	۴۳/۵	۴۲	۴/۲۶	۰/۷۲
۰/۸	۱/۵	۹/۲	۵۰/۴	۳۸/۲	۴/۲۳	۰/۷۴
۰/۸	۳/۱	۲۰/۶	۴۰/۵	۳۵/۱	۴/۰۶	۰/۸۶
۰/۸	۱/۵	۲۶/۷	۴۵	۲۶	۳/۹۳	۰/۸۱
۱۹/۸	۸/۴	۵/۳	۲۹	۳۷/۴	۳/۵۵	۱/۵۴
۲۲/۹	۱۲/۲	۶/۱	۲۹	۲۹/۸	۳/۳۰	۱/۵۶

مأخذ: یافته‌های تحقیق

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

جدول ۴ ارزیابی زنان روستایی عضو تعاونی‌ها را از کارکردهای تعاونی‌ها در تقویت توانایی آنها در شناسایی و بهره‌گیری از فرصت‌های کارآفرینانه نشان می‌دهد. بر مبنای این ارزیابی، زنان عضو تعاونی تأثیر این تشکل در تقویت توان بهره‌برداری مناسب از فرصت‌های شناسایی شده در کسب و کار و نیز توانایی شناسایی فرصت‌های اقتصادی خوب برای توسعه کسب و کار را در حد زیاد و خیلی زیاد ارزیابی نموده‌اند. توانایی شناسایی فرصت‌های مناسب جذب سرمایه برای کسب



و کار و توانایی ارزیابی دقیق یک فرصت اقتصادی از دیگر تأثیرات تعاونی های مورد بررسی است که از دیدگاه اعضا میزان آنها در حد زیاد و خیلی زیاد ارزیابی شده است.

جدول ۴. نظرات زنان در مورد تأثیر تعاونی ها در ایجاد و تقویت برخی از مهارت های مرتبط با

شناسایی و ارزیابی فرصت های کارآفرینانه (بر حسب درصد)

خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	میانگین انحراف معیار	رتبه‌ای*
۰/۸	۱/۵	۳/۱	۳۸/۹	۵۷/۷	۴/۴۷	۰/۷۱
بهره برداری مناسب از فرصت های شناسایی شده در کسب و کار						
۱/۵	۳/۱	۶/۱	۳۶/۶	۵۲/۷	۴/۳۵	۰/۸۵
توانایی شناسایی فرصت های اقتصادی خوب برای توسعه کسب و کار						
۰/۸	۲/۳	۹/۲	۴۲/۷	۴۵	۴/۲۹	۰/۷۹
توانایی شناسایی فرصت های مناسب جذب سرمایه برای کسب و کار						
۰/۸	۳/۸	۸/۴	۳۹/۷	۴۷/۳	۴/۲۹	۰/۸۴
توانایی ارزیابی دقیق یک فرصت اقتصادی						
۱/۵	۳/۸	۸/۴	۴۱/۲	۴۵	۴/۲۴	۰/۸۷
داشتن دغدغه شناسایی فرصت های اقتصادی جدید و مناسب برای توسعه کسب و کار						
۰/۸	۱/۵	۲۶/۸	۴۰/۵	۴۰/۵	۴/۱۸	۰/۸۲
نگاه دقیق به محیط اطراف برای شناسایی و کشف فرصت های اقتصادی						
۱۹/۸	۸/۴	۵/۳	۲۹	۳۷/۴	۳/۵۵	۰/۵۴
شناسایی راه های جدیدتر و بهتر برای انجام فعالیت ها						
۲۲/۹	۱۲/۲	۶/۱	۲۹	۲۹/۸	۳/۳۰	۱/۵۶
توانایی شناسایی بازارهای جدیدتر و مناسب تر برای فروش محصولات						

مأخذ: یافته های تحقیق

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

هدف اصلی این تحقیق شناسایی و بررسی تأثیر کارکردهای مختلف تعاونی در ایجاد و تقویت ویژگی های کارآفرینانه اعضا و توانایی آنها در شناسایی و ارزیابی فرصت های کارآفرینانه بود. بر این اساس، با استفاده از ضریب همبستگی اسپیرمن به بررسی و ارزیابی این تأثیر پرداخته شد. اطلاعات جدول ۵ نتایج آزمون همبستگی را نشان می دهد. بر مبنای ضرایب همبستگی، بین

ابعاد مختلف کارکردهای تعاونی‌های زنان با دو متغیر «ایجاد و تقویت ویژگی‌های کارآفرینانه» و «توانایی شناسایی و ارزیابی فرصت‌های کارآفرینانه» رابطه مثبت و معنی‌داری در سطح یک درصد وجود دارد؛ به عبارتی، با ۹۹ درصد اطمینان می‌توان نتیجه گرفت که با نقش‌آفرینی بهتر تعاونی‌ها در زمینه‌های مختلف نظیر آموزش و اطلاع‌رسانی، تأمین و توسعه بازار، توسعه انگیزه‌ها و توانمندی‌های شخصی، تأمین سرمایه و زیرساخت‌های تولید، توسعه ارتباطات اجتماعی و تسهیل ارتباطات سازمانی می‌توان انتظار ایجاد و تقویت ویژگی‌های کارآفرینانه در اعضای تعاونی و توانمندی آنان در شناسایی و ارزیابی فرصت‌های کارآفرینانه را داشت.

جدول ۵. نتایج آزمون همبستگی بین کارکردهای تعاونی‌ها و متغیرهای وابسته تحقیق

متغیرهای مستقل	متغیرهای وابسته	ضریب همبستگی	سطح معنی‌داری
آموزش و اطلاع‌رسانی	ایجاد و تقویت ویژگی‌های کارآفرینانه	۰/۴۸۱	۰/۰۰۰
	توانایی شناسایی و ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی	۰/۴۸۴	۰/۰۰۰
تأمین و توسعه بازار	ایجاد و تقویت ویژگی‌های کارآفرینانه	۰/۴۲	۰/۰۰۰
	توانایی شناسایی و ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی	۰/۵۶۶	۰/۰۰۰
توسعه انگیزه‌ها و توانمندی‌های شخصی	ایجاد و تقویت ویژگی‌های کارآفرینانه	۰/۴۱۲	۰/۰۰۰
	توانایی شناسایی و ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی	۰/۳۳۰	۰/۰۰۰
تأمین سرمایه و زیرساخت‌های تولید	ایجاد و تقویت ویژگی‌های کارآفرینانه	۰/۵۴۸	۰/۰۰۰
	توانایی شناسایی و ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی	۰/۵۵۹	۰/۰۰۰
توسعه ارتباطات اجتماعی	ایجاد و تقویت ویژگی‌های کارآفرینانه	۰/۴۵۲	۰/۰۰۰
	توانایی شناسایی و ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی	۰/۴۵۴	۰/۰۰۰
تسهیل ارتباطات سازمانی	ایجاد و تقویت ویژگی‌های کارآفرینانه	۰/۵۳۷	۰/۰۰۰
	توانایی شناسایی و ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی	۰/۴۸۲	۰/۰۰۰

مأخذ: یافته‌های تحقیق

پس از بررسی وضعیت همبستگی بین متغیرهای مستقل و وابسته تحقیق، به منظور بررسی اثرات نقش متغیرهای مستقل در تبیین تغییرات هر یک از متغیرهای وابسته و نیز قدرت پیش‌بینی‌کنندگی متغیرهای مستقل مورد بررسی، از تحلیل رگرسیون استفاده شد. با توجه به اینکه در این تحقیق رابطه بین کارکردهای مختلف تعاونی‌ها با دو متغیر وابسته یعنی ایجاد و تقویت ویژگی‌های کارآفرینانه اعضا و توانایی آنها در شناسایی و ارزیابی فرصت‌های کارآفرینانه بررسی شد، تحلیل رگرسیون به طور جداگانه برای هر دو متغیر انجام گرفت که نتایج آن در ادامه آمده است.

در تحلیل رگرسیون تأثیر کارکردهای مختلف تعاونی‌ها بر توانایی شناسایی و ارزیابی فرصت‌های کارآفرینانه (جدول ۶) ورود متغیرهای مستقل به معادله رگرسیون تا سه گام پیش رفت به طوری که در گام اول متغیر تأمین و توسعه بازار، در گام دوم متغیر تأمین سرمایه و زیرساخت تولید و در گام آخر متغیر آموزش و اطلاع‌رسانی وارد معادله شدند. همان‌گونه که در جدول دیده می‌شود، در مجموع، سه متغیر وارد شده توانایی تبیین ۴۲/۷ درصد تغییرات متغیرهای مستقل مذکور را داشتند؛ به عبارتی، سه کارکرد تعاونی‌ها شامل تأمین و توسعه بازار، تأمین سرمایه و زیرساخت تولید و آموزش و اطلاع‌رسانی در مجموع توانستند ۴۲/۷ درصد از تغییرات متغیر توانایی شناسایی و ارزیابی فرصت‌های کارآفرینانه توسط اعضا را تبیین نمایند.

جدول ۶. نتایج تحلیل رگرسیون متغیرهای مؤثر بر توانایی شناسایی و ارزیابی فرصت‌های کارآفرینانه

مرحل	متغیر مستقل	ضریب همبستگی چندگانه	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	F	sig
گام اول	تأمین و توسعه بازار	۰/۵۴۰	۰/۲۹۲	۰/۲۸۷	۵۳/۲۰۴	۰/۰۰۰
گام دوم	تأمین و توسعه بازار؛ تأمین سرمایه و زیرساخت تولید	۰/۶۱۵	۰/۳۷۸	۰/۳۶۸	۳۸/۸۳۳	۰/۰۰۰
گام سوم	تأمین و توسعه بازار؛ تأمین سرمایه و زیرساخت تولید؛ آموزش و اطلاع‌رسانی	۰/۶۷۱	۰/۴۵۰	۰/۴۲۷	۳۴/۶۵۲	۰/۰۰۰

مأخذ: یافته‌های تحقیق

اطلاعات جدول ۷ سهم هر یک از متغیرهای مستقل در ایجاد تغییر در متغیر وابسته را نشان می‌دهد. بر مبنای مقادیر بتای به دست آمده، تأمین و توسعه بازار بیشترین سهم را در تغییرات متغیر توانایی شناسایی و ارزیابی فرصت‌های کارآفرینانه توسط اعضا دارد به گونه‌ای که با یک واحد تغییر در نقش‌آفرینی تعاونی‌ها در تأمین و توسعه بازار می‌توان انتظار ۰/۵۴ واحد تغییر در متغیر وابسته را داشت. بر مبنای نتایج تحلیل رگرسیون می‌توان چنین استنباط نمود که در بین کارکردهای مختلف تعاونی‌ها، سه کارکرد تأمین و توسعه بازار، تأمین سرمایه و زیرساخت تولید و آموزش و اطلاع‌رسانی نقش پیش‌بینی‌کننده‌ای برای متغیر توانایی شناسایی و ارزیابی فرصت‌های کارآفرینانه دارند.

جدول ۷. نتایج تحلیل رگرسیون برای بررسی سهم هر یک از متغیرهای مستقل در تبیین متغیر توانایی

شناسایی و ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی

مراحل	متغیر مستقل	B	Beta	t	Sig
گام اول	تأمین و توسعه بازار	۰/۳۶۷	۰/۵۴۰	۷/۲۹۴	۰/۰۰۰
گام دوم	تأمین و توسعه بازار	۰/۲۵۴	۰/۳۷۳	۶/۶۴۹	۰/۰۰۰
	تأمین سرمایه و زیرساخت تولید	۰/۲۰۳	۰/۳۳۷	۴/۱۹۷	۰/۰۰۰
گام سوم	تأمین و توسعه بازار	۰/۱۵۴	۰/۲۲۷	۲/۷۱۴	۰/۰۰۰
	تأمین سرمایه و زیرساخت تولید	۰/۱۹۴	۰/۳۲۲	۴/۲۴۳	۰/۰۰۰
	آموزش و اطلاع‌رسانی	۰/۲۵۰	۰/۳۱۰	۴/۰۹۲	۰/۰۰۰

مأخذ: یافته‌های تحقیق

در تحلیل رگرسیون تأثیر کارکردهای مختلف تعاونی‌های زنان بر ایجاد و تقویت ویژگی‌های کارآفرینانه (جدول ۸)، ورود متغیرهای مستقل به معادله رگرسیون تا سه گام پیش رفت. در گام اول متغیر تأمین و توسعه بازار، در گام دوم متغیر تقویت انگیزه‌ها و توانمندی‌های شخصی و در نهایت در گام سوم، متغیر تأمین سرمایه و زیرساخت تولید وارد معادله رگرسیون شدند. در مجموع، متغیرهای وارد شده به معادله رگرسیون توانستند ۵۸/۲ درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین

نمایند؛ به بیانی دیگر، می توان چنین استنباط نمود که نقش آفرینی تعاونی ها در سه محور تأمین و توسعه بازار، تقویت انگیزه ها و توانمندی های شخصی و تأمین سرمایه و زیرساخت تولید توانایی تبیین ۵۸/۲ درصد از تغییرات متغیر ایجاد و تقویت ویژگی های کارآفرینانه را در زنان روستایی عضو تعاونی دارد.

جدول ۸. نتایج تحلیل رگرسیون متغیرهای مؤثر بر ایجاد و تقویت ویژگی های کارآفرینانه زنان

مراحل	متغیر مستقل	ضریب همبستگی چندگانه	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	F	sig
گام اول	تأمین و توسعه بازار	۰/۶۶۱	۰/۴۳۷	۰/۴۳۳	۱۰۰/۱۴۹	۰/۰۰۰
گام دوم	تأمین و توسعه بازار؛ تقویت انگیزه ها و توانمندی های شخصی	۰/۷۲۸	۰/۵۳۰	۰/۵۲۲	۷۲/۰۵۸	۰/۰۰۰
گام سوم	تأمین و توسعه بازار؛ تقویت انگیزه ها و توانمندی های شخصی؛ تأمین سرمایه و زیرساخت تولید	۰/۴۶۹	۰/۵۹۱	۰/۵۸۲	۶۱/۲۱۲	۰/۰۰۰

مأخذ: یافته های تحقیق

جدول ۹. نتایج تحلیل رگرسیون برای بررسی سهم هر یک از متغیرهای مستقل در تبیین متغیر ایجاد و

تقویت ویژگی های کارآفرینانه زنان

مراحل	متغیر مستقل	B	Beta	t	Sig
گام اول	تأمین و توسعه بازار	۰/۴۰۸	۰/۶۶۱	۱۰/۰۰۷	۰/۰۰۰
گام دوم	تأمین و توسعه بازار تقویت انگیزه ها و توانمندی های شخصی	۰/۳۶۸ ۰/۱۸۹	۰/۵۹۷ ۰/۳۱۱	۹/۶۳۱ ۵/۰۱۹	۰/۰۰۰ ۰/۰۰۰
گام سوم	تأمین و توسعه بازار تقویت انگیزه ها و توانمندی های شخصی تأمین سرمایه و زیرساخت تولید	۰/۲۷۹ ۰/۱۹۵ ۰/۱۵۷	۰/۴۵۳ ۰/۳۲۱ ۰/۲۸۶	۶/۷۹۳ ۵/۵۳۲ ۴/۳۷۳	۰/۰۰۰ ۰/۰۰۰ ۰/۰۰۰

مأخذ: یافته های تحقیق

بر پایه اطلاعات جدول ۹ می‌توان به سهم هر یک از متغیرهای مستقل در ایجاد تغییر در متغیر وابسته پی برد. بر مبنای مقادیر بتای به دست آمده، تأمین و توسعه بازار بیشترین سهم را در تغییرات متغیر ایجاد و تقویت ویژگی‌های کارآفرینانه اعضای تعاونی دارد به گونه‌ای که با یک واحد تغییر در میزان این متغیر می‌توان انتظار ۰/۶۶ واحد تغییر در متغیر ایجاد و تقویت ویژگی‌های کارآفرینانه اعضای تعاونی‌ها را داشت.

### نتیجه‌گیری و پیشنهادها

در این تحقیق با مد نظر قرار دادن این فرض که نقش آفرینی مؤثر تعاونی‌های زنان می‌تواند تأمین‌کننده شرایط مناسب برای ایجاد و تقویت ویژگی‌های کارآفرینانه در اعضا و کمک‌کننده به آنها در شناسایی و ارزیابی فرصت‌های کارآفرینانه باشد، به بررسی و تحلیل تأثیر کارکردهای مختلف تعاونی‌ها در ایجاد و تقویت ویژگی‌های کارآفرینانه و توانایی شناسایی و ارزیابی فرصت‌های کارآفرینانه در زنان عضو پرداخته شد. بدین منظور با بررسی وظایف قانونی تعاونی‌ها و نیز مطالعه برنامه‌ها و اقدامات تعاونی‌ها در حوزه توسعه ظرفیت‌های کارآفرینی، اهتمام تعاونی‌ها در ۶ کارکرد عمده تعاونی‌های زنان روستایی شامل آموزش و اطلاع‌رسانی، تأمین و توسعه بازار، تقویت انگیزه‌ها و توانمندی‌های شخصی، تأمین سرمایه و زیرساخت تولید، توسعه ارتباطات اجتماعی و تسهیل ارتباطات سازمانی بررسی و ارزیابی شد و سپس به بررسی رابطه بین کارکردهای مذکور با متغیرهای مرتبط با تسهیل شرایط و زمینه‌های کارآفرینی، از جمله ایجاد و تقویت ویژگی‌های کارآفرینانه در زنان و نیز توانمندی آنها در شناسایی و ارزیابی فرصت‌های کارآفرینانه پرداخته شد. بررسی نظرات اعضای تعاونی‌ها در مورد نحوه نقش آفرینی تعاونی‌ها در این ۶ حوزه نشان داد که تعاونی‌های مورد بررسی در تمامی ابعاد مورد نظر کارکرد نسبتاً قابل قبولی داشته و بر مبنای میانگین رتبه‌ای ارزیابی پاسخگویان می‌توان تلاش و اقدام تعاونی‌ها در این زمینه‌ها را بالاتر از حد متوسط و در بیشتر موارد در محدوده متوسط تا زیاد دانست که نشان‌دهنده توجه تعاونی‌ها به کارکردهای مورد انتظار می‌باشد.

با اهتمام تعاونی‌ها در کارکردهای ذکر شده و نیز اولویت برنامه‌های تعاونی‌های زنان در توسعه ظرفیت‌های کارآفرینی می‌توان انتظار داشت که زمینه‌های مناسب برای ظهور و بروز ظرفیت‌های کارآفرینانه فراهم شود. بر این مبنای، وضعیت همبستگی بین کارکردهای مذکور با دو متغیر ایجاد و تقویت ویژگی‌های کارآفرینانه و نیز توانمندی زنان در شناسایی و ارزیابی فرصت‌های کارآفرینانه بررسی شد که ضریب همبستگی نشان داد بین کارکردهای تعاونی‌های زنان روستایی در زمینه‌های مذکور با هر دو متغیر ایجاد و تقویت ویژگی‌های کارآفرینانه و نیز توانمندی در شناسایی و ارزیابی فرصت‌های کارآفرینانه رابطه مثبت و معنی داری در سطح ۱ درصد وجود دارد. دستیابی به چنین یافته‌ای حکایت از این دارد که با تلاش تعاونی‌ها در برنامه‌های آموزشی و حمایتی، زنان عضو تعاونی حد بالاتری از ویژگی‌های کارآفرینانه را در خود احساس نموده و در شناسایی و ارزیابی فرصت‌های کارآفرینانه نیز به توانمندی بیشتری دست خواهند یافت. این موضوع ضرورت و اهمیت توجه به کارکردهای تعاونی‌ها به منظور اثرگذاری بر توانایی زنان در شناسایی و ارزیابی فرصت‌های کارآفرینانه و نیز تقویت ویژگی‌ها و صلاحیت‌های کارآفرینی به عنوان دو عامل اصلی در رشد و توسعه ظرفیت‌های کارآفرینی روستاها توسط زنان را نشان می‌دهد. نقش آفرینی مؤثر تعاونی‌ها در ایجاد و تقویت زیرساخت‌ها و شرایط مورد نیاز برای توسعه ظرفیت‌های کارآفرینی موضوعی است که در مطالعه زارعی و همکاران (۱۳۹۲)، میرک زاده و غیاثوند (۱۳۹۰) و غیاثوند و همکاران (۱۳۹۱) نیز مورد اشاره قرار گرفته است. همچنین تأثیر تلاش تعاونی‌ها در توسعه انگیزه‌های کارآفرینانه و نیز توانایی اعضا در شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه موضوعی است که در تحقیق بابایی فینی و رحمانی (۱۳۹۲) مورد توجه قرار گرفته است. تأثیر برنامه‌های آموزشی و اطلاع‌رسانی تعاونی‌ها در ترویج و توسعه کارآفرینی در تعاونی‌ها نیز در پژوهش همپور و همکاران (۱۳۹۳) مورد تأکید قرار گرفته است. همچنین به تأثیر برنامه‌های توسعه اجتماعی تعاونی‌ها در تسهیل فرایند توسعه کارآفرینی در مطالعه ممیز و همکاران (۱۳۹۲) اشاره شده است. بدین ترتیب، می‌توان گفت نتایج این تحقیق مبنی بر اثرگذاری کارکردهای مختلف تعاونی‌ها در ایجاد و تقویت

ویژگی‌های کارآفرینانه و نیز توانایی اعضا در شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه تأیید کننده برخی تحقیقات پیشین می‌باشد.

نتایج تحلیل رگرسیون برای شناسایی سهم هر یک از کارکردهای مورد نظر در تبیین تغییرات متغیر وابسته نشان داد که تغییرات هر دو متغیر وابسته مورد بررسی، یعنی ایجاد و تقویت ویژگی‌های کارآفرینانه و توانمندی در شناسایی و ارزیابی فرصت‌های کارآفرینانه، به میزان زیادی با تغییرات کارکردهای تعاونی‌ها در ارتباط بوده و با نقش آفرینی مؤثرتر تعاونی‌ها در کارکردهای مذکور می‌توان انتظار دستیابی به سطوح بالاتری از این متغیرهای وابسته را داشت. در این زمینه، با تحلیل سهم متغیرهای مستقل در تبیین تغییرات متغیرهای وابسته می‌توان دریافت که دو کارکرد تأمین و توسعه بازار و تأمین سرمایه و زیرساخت‌های تولید برای هر دو متغیر وابسته نقش تعیین‌کننده داشته و تغییرات هر دو متغیر وابسته را تا حد قابل توجهی می‌توان به تغییر در این دو متغیر مربوط دانست. بر این مبنا، می‌توان گفت ایجاد و تقویت ویژگی‌های کارآفرینانه در اعضای تعاونی و نیز توانمندی اعضای تعاونی در شناسایی و ارزیابی فرصت‌های کارآفرینانه تحت تأثیر برنامه‌ها و اقدامات تعاونی در تأمین و توسعه بازار و تأمین سرمایه و زیرساخت‌های مورد نیاز تولید می‌باشد. این یافته مبین نقش تعیین‌کننده فراهم‌سازی بازار و سرمایه و زیرساخت‌های مورد نیاز تولید بوده و می‌تواند در اولویت برنامه‌های تعاونی‌ها در تسهیل شرایط کارآفرینی برای اعضا قرار گیرد. اهمیت توجه به برنامه‌ها و اقدامات تعاونی‌ها در تأمین و توسعه بازار موضوعی است که در تحقیق روستاساری و تروبرگ (Ruostesaari & Troberg, 2016) نیز مورد تأکید قرار گرفته است. این یافته حکایت از این واقعیت دارد که توسعه ظرفیت‌های کارآفرینی در روستا نیازمند آماده‌سازی شرایط بازار و نیز فراهم‌سازی سرمایه‌ها و زیرساخت‌های مورد نیاز می‌باشد. نکته قابل توجه دیگر در نتایج رگرسیون، نقش تعیین‌کننده برنامه‌های آموزشی و اطلاع‌رسانی در توانمندسازی اعضا در شناسایی و ارزیابی فرصت‌های کارآفرینانه است که در این زمینه شایسته است برنامه‌های آموزشی مناسب و متنوع برای تقویت دانش و توانمندی اعضا در شناسایی و ارزیابی فرصت‌های کارآفرینانه برنامه‌ریزی و اجرا شود.



## منابع

- آجیلی، ع.، منج مزاده، ز. و اشرفی، پ. (۱۳۸۸). بررسی مسائل و مشکلات تعاونی‌های زنان استان خوزستان و راه‌های ارتقای کمی و کیفی آنها. *تعاون*، ۲۰ (۲۰۸ و ۲۰۹)، ۶۳-۸۱.
- احمدپور داریانی، م. (۱۳۸۰). کارآفرینی (تعاریف، نظریات و الگوها). تهران: انتشارات پردیس.
- اعظمی، م.، یعقوبی فرانی، ا.ع. و موسوی، ع. (۱۳۹۱). عوامل سازمانی مؤثر بر سطح کارآفرینی در تعاونی‌های کشاورزی استان همدان. *فصلنامه تعاون و کشاورزی*، سال ۲۳ (دوره جدید)، شماره ۱۰، ۷۵-۱۰۰.
- اکبر پور دباغی، ف. (۱۳۸۸). بررسی نقش تعاون در توسعه کارآفرینی شرکت‌های تعاونی استان آذربایجان شرقی. *تعاون*، ۲۰ (۲۰۷ و ۲۰۸)، ۱۱۱-۱۱۴.
- ایمانی جاجرمی، ح. و پوررجب میاندوآب، پ. (۱۳۸۹). سنجش و تحلیل ویژگی‌های کارآفرینی دهیاران با تأکید بر عوامل زمینه‌ای مؤثر بر آن (مطالعه موردی: دهیاران روستاهای شهرستان میاندوآب). *پژوهش‌های روستایی*، شماره ۱، ۶۷-۹۶.
- بابایی فینی، ا. و رحمانی، ب. (۱۳۹۲). تحلیل راهبردهای مؤثر بر توسعه تعاونی‌های کشاورزی در اقتصاد روستایی (مطالعه موردی: شهرستان خداآهنده). *مطالعات جغرافیایی مناطق خشک*، ۳ (۱۰)، ۱۱۳-۱۳۲.
- ترکمان، م. و افشار، م. (۱۳۸۹). بررسی نقاط قوت و ضعف مدیران و راه‌های بهبود مهارت‌های مدیریتی در شرکت‌های تعاونی فعال اشتغالزایی استان همدان. *نشریه تعاون*، شماره ۲، ۱۱۱-۲۸.
- حسینی فرج اله، س.ج. و ده یوری، س. (۱۳۸۵). تأثیر تنوع جنسیتی بر روحیه کارآفرینی زنان روستایی. *نشریه رویش*، ۴ (۱۴)، ۴-۲۰.
- خسروی پور، ب. و عسگریان دهکردی، ف. (۱۳۸۸). ضرورت تقویت آموزش‌های کارآفرینی در فعالیت‌های کشاورزی. *نشریه کار و جامعه*، شماره ۱۱۲، ۱۴-۲۳.

رحیمی، ش. و واحد چوکده، س. (۱۳۸۷). تبیین جایگاه تعاونی‌ها در موفقیت کارآفرینان، ماهنامه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی تعاون، ۱۹۶، ۶۹-۸۹.

رستمی، م. و فیض بخش، ع.ر. (۱۳۹۲). ارائه گونه‌شناسی از فرصت‌های کارآفرینی بر اساس منشأ و فرایند شکل‌گیری آنها. فصلنامه علوم مدیریت ایران، ۷(۲۷)، ۱-۳۲.

زارعی پهنه کلانثی، س.ح.، احمد پور، ا. و چرمچیان، م. (۱۳۹۲). عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در شرکت‌های تعاونی روستایی زنان استان مازندران. فصلنامه تعاون و کشاورزی، ۲(۷)، ۷۹-۱۰۰.

صفری شالی، ر. (۱۳۸۷). عوامل فرهنگی و اجتماعی مرتبط با میزان مشارکت زنان روستایی در امور و مسائل خانوادگی و اجتماعی (مطالعه موردی زنان روستایی استان زنجان). نشریه زن در توسعه و سیاست، ۲۰، ۱۳۷-۱۶۱.

غیاثوند غیاثی، ف.، فرج‌اله حسینی، س.ج. و حسینی، س.م. (۱۳۹۱). تحلیل عامل‌های مؤثر بر توسعه کارآفرینی تعاونی‌های کشاورزی. فصلنامه پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، شماره ۲۰، ۱۰۷.

فرزین فر، م. (۱۳۸۷). کارآفرینی و تعاون. مجموعه مقالات کنفرانس تعاون، اشتغال و توسعه، قسمت دوم، صفحه ۵۳-۸۴، دانشگاه یزد، یزد.

کرمی، ش. (۱۳۹۰). نظرسنجی زنان روستایی پیرامون اثر توسعه مشاغل جدید کشاورزی بر توسعه پایدار روستایی. مجموعه مقالات اولین کنفرانس ملی دانشجویی کارآفرینی دانشگاه تهران. تهران.

گل محمدی، ف.، معتمد، م. ک. و رخشانی پور، گ. (۱۳۸۸). نگاهی بر اهمیت و کارکرد شرکتهای تعاونی در افزایش بهره‌وری و توانمندسازی زنان روستایی (با تأکید بر خراسان جنوبی). اولین همایش ملی اصلاح الگوی مصرف با محوریت منابع طبیعی، کشاورزی و دامپزشکی. دانشگاه زابل. ۲۷ بهمن. زابل.

ممیز، آ.، قاسمی، س.ع. و قاسمی، س.ف. (۱۳۹۲). بررسی عوامل موثر در توسعه کارآفرینی زنان. *نشریه رشد فناوری*، شماره ۳۵، ۱۵-۲۲.

مهدوی، م. و عذاری، ز. (۱۳۸۵). مطالعه نرخ کارآفرینی مدیران در سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی زیرسازمان‌های مرتبط. *فرایند مدیریت و توسعه*، ۲۰(۶۵)، ۱۳-۲۷.

میرک زاده، ع. و غیاثوند غیاثی، ف. (۱۳۹۰). اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر توسعه اشتغال بر تعاونی‌های تولید کشاورزی استان کرمانشاه. *مجموعه مقالات نخستین همایش بین‌المللی ظرفیت‌های بخش تعاون در توسعه اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی*. وزارت تعاون. فروردین ۱۳۹۰. تهران.

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

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

یعقوبی فرانی، ا.، حسینی نیا، غ.، معتقد، م. و زلیخایی سیار، ل. (۱۳۹۳). کارکردهای بخش تعاون در تسهیل اشتغال زنان دانش‌آموخته کشاورزی استان همدان. *فصلنامه تعاون و کشاورزی*، ۳(۹)، ۸۵-۱۱۱.

Alsos, G. A., & Kaikkonen, V. (2004). *Opportunity recognition and prior knowledge: a study of experienced entrepreneurs*. In 13<sup>th</sup> Nordic Conference on Small Business Research (pp: 1-17).

Alvarez, S.A., & Barney, J. B. (2007). Discovery and creation: Alternative theories of entrepreneurial action. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 1(1-2), 11-26.

- Benson, T. (2014). Building good management practices in Ethiopian agricultural cooperatives through regular financial audits". *Journal of Co-operative Organization and Management*, 2 (2), 72-82.
- Berglund, H. (2007). Opportunities as existing and created: a study of entrepreneurs in the Swedish mobile internet industry. *Journal of Enterprising Culture*, 15 (3), 243-273.
- Chell, E., & Burrows, R. (1991). *The small business owner- manager*, in Stanworth, J. and Gray, C. (eds) *Bottom 20 years on: the small firm in the 1990s*, London: Paul Chapman, ch. 7, pp.151-1770
- Dvir, D., Sadeh, A., & Malach-Pines, A. (2010). The fit between entrepreneurs' personalities and the profile of the ventures they manage and business success: An exploratory study. *Journal of High Technology Management Research*, 21(1), 43– 51.
- Goel, S. (2013). Relevance and potential of co-operative values and principles for family business research and practice. *Journal of Co-operative Organization and Management*, 1, 41-46.
- Gurol, Y., & Atsan, N (2006). Entrepreneurial characteristics amongst university students some insights for entrepreneurship education and training in Turkey. *Education & Training*, 48(1), 25-38.
- Khanka, S. (2003). *Entrepreneurial Development*. New Delhi: Chandan Company Ltd.
- Kuratko, D. F., & Hodgetts, R. (2001). *Entrepreneurship: a contemporary approach*. 2nd ed. USA. Harcourt College Publisher

- Matviuk, S. G. (2010). A study of Peruvian entrepreneurs leadership expectations. *Journal of American Academy of Business Cambridge*, 16(1), 65- 70.
- Rao, St., Rao, G.T., & Suri Ganesh, M. P. (2011). Women entrepreneurship in India (A case study in Andhera Pardesh). *The Journal of Commerce*, Vol. 3, No.3.
- Roque, B.C., & Ramanujam, Z. (2011). *Omani women entrepreneurship SMEs in Oman*. Eighth Aims International Confrence on Management.
- Ruostesaari, M.L., & Troberg, E. (2016). Differences in social responsibility toward youth: a case study based comparison of cooperatives and corporations. *Journal of Co-operative Organization and Management*, 4(1), 42-51.
- Schumpeter, Joseph A. (1931). *The theory of economic development*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Shane, S.A. (2003). *A general theory of entrepreneurship: The individual – opportunity nexus*. UK: Edward Elgar Pub.
- Sumelius, J., Tenaw, S., Bee, F. K., & Chambo, S. (2015). Agenda on cooperatives for development cooperation in Tanzania. *Journal of Co-operative Organization and Management*, 3(2), 42-51.

---

## The Role of Cooperatives in Strengthening Entrepreneurial Characteristics and Opportunity Identification Competencies of Rural Women in Kermanshah Province

*E. Emami*<sup>1</sup>, *Gh. Hosseinia*<sup>2\*</sup>, *A.Yaghoubi Farani*<sup>3</sup>

Received: May 20, 2018 Accepted: Aug 12, 2018

### **Abstract**

The main purpose of this research was to examine the role of cooperatives functions in strengthening entrepreneurial characteristics and opportunity identification competencies of rural women in Kermanshah province. This study was conducted in a survey method using the views of 131 rural women members of rural cooperatives. The data gathering tool was a questionnaire that its validity was confirmed by a panel of experts in the field of entrepreneurship and cooperative and Cranach's alpha method was used to calculate the reliability of the instrument that the values obtained showed the relevance of questions and items for different sectors of the questionnaire. Based on correlation coefficients, a positive and significant correlation was found between all aspects of cooperative functions with strengthening entrepreneurial characteristics and opportunity identification competencies of rural women as two dependent variables. Regression analysis also showed that the three functions of cooperatives like market supply and development, strengthening personal motivations and capabilities, and providing capital and production infrastructure can explain 58.2% of changes of strengthening entrepreneurial characteristics as dependent variable. Also 42.7% of changes in rural women's opportunity identification competencies explained by three functions like market supply and development, providing capital and production infrastructure, and education and information related functions.

**Keywords:** Cooperatives, Rural Women's Cooperatives, Entrepreneurship, Entrepreneurial Characteristics, Opportunity Identification.

---

1. Former Master of Student, Department of New Business, University of Tehran, Iran

2. Associate Professor, Department of New Business, University of Tehran, Iran

\* Corresponding Author

hosseinia@ut.ac.ir

3. Assistant Professor, Department of Agricultural Extension and Education, Bu-Ali Sina University, Hamedan, Iran