



ضرورت توسعه کارآفرینی تعاونی زنان روستایی استان سمنان

مونا بابایی^{1*}، مهرداد نیک نامی²، داود ثمری³

¹ کارشناس ارشد ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه آزاد اسلامی واحد گرمسار، ² استادیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه آزاد اسلامی واحد گرمسار، ³ استادیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه آزاد اسلامی واحد گرمسار

چکیده

این مطالعه در استان سمنان، به منظور بررسی ضرورت توسعه کارآفرینی تعاونی زنان روستایی انجام گردید. 110 نفر از اعضای تعاونی ها (N=918) به روش نمونه گیری تصادفی ساده با انتساب متناسب برای پاسخ دادن به پرسشنامه تحقیق انتخاب شدند. نتایج تحلیل همبستگی نشان داد بین متغیرهای سن زنان روستایی، تحصیلات، بازاریابی محصولات، تولید محصول با کیفیت، فروش محصولات، تهیه و توزیع کالاهای مصرفی خانوار، اشتغال زایی با کارآفرینی تعاونی رابطه معنی داری وجود دارد. نتایج تحلیل رگرسیون گام به گام حاکی از آن بود که متغیرهای معنی داری تحقیق 43/3 درصد از تغییرات کارآفرینی تعاونی را تبیین کردند. در این مقاله پیشنهاداتی در راستای تحقیق انجام شده ارائه خواهد گردید.

واژه های کلیدی: کارآفرینی، تعاونی، زنان روستایی.

مقدمه

تاکنون کارآفرینی تعاونی در جوامع شهری بیشتر از جوامع روستایی مورد توجه قرار گرفته است. در صورتی که توسعه کامل یک جامعه وقتی امکان پذیر خواهد بود که بخش های آن جامعه به صورت یکپارچه توسعه یافته باشند. در این راستا ایجاد توسعه در جوامع روستایی همزمان با جوامع شهری ضروری به نظر می رسد، به دلیل این که کارآفرینی تعاونی می تواند برخی از مشکلات روستایی را رفع کرده و برخی دیگر از مشکلات را کاهش دهد. به عنوان مثال می توان به مشکلاتی از قبیل افزایش فقر، کمبود فرصت های شغلی، مقدار زیاد مهاجرت به خارج و افزایش تعداد افراد سالخورده در روستا اشاره کرد (Center for Rural

Entrepreneurship, 2002)

در این راستا کارآفرینی تعاونی در جوامع روستایی از چند جهت دارای اهمیت است:

- 1- ایجاد شغل با هزینه سرمایه ای نسبتاً کم
- 2- توسعه یک سرمایه گذاری مشترک توسط کارکنان ماهر
- 3- از طریق ایجاد تجارت های کوچک در یک جامعه، سرمایه گذاری ها و پس انداز محلی افزایش یافته و استفاده از منابع محلی تشویق می شود (Texas Department of Agriculture, 2003).

وقتی از جوامع روستایی صحبت می شود بیشترین چیزی که باید مورد توجه قرار گیرد بخش کشاورزی است. به دلیل این که کشاورزی یکی از بخش های اقتصاد کشور است که تامین کننده سهم مهمی از تولید ناخالص داخلی، اشتغال، نیازهای غذایی،



صادرات غیرنفتی و نیاز صنایع است . توسعه بخش کشاورزی، پیش شرط و نیاز ضروری توسعه اقتصادی کشور می باشد و تا زمانی که موانع توسعه در این بخش برطرف نشود، سایر بخش ها نیز به شکوفایی و رشد و توسعه دست نخواهند یافت(نصوحی ، 1384).

برخی دلایل توسعه کارآفرینی تعاونی در جوامع روستایی عبارتند از:

- بهبود کیفیت زندگی فردی و اجتماعی

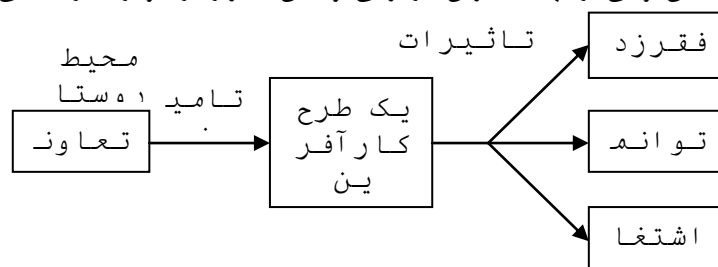
- حل مشکلات جامعه

- توسعه جامعه

افرادی که تعاونی تشکیل می دهند یا گروه های خودیار تاسیس می کنند به این نتیجه رسیده اند که کسب موفقیت در تشریح مساعی و کار با یکدیگر است . این شکل خودیاری سازمان های خودیار تضمین کننده همکاری بین افرادی است که دارای علایق مشابه هستند و معتقد به کسب سود از روش همکاری با یکدیگر می باشند . با الحاق به یکدیگر در گروه های خودیار و تعاونی ها، اعضا از خدمات ارائه شده بطور مستقیم سود می برند در حالی که در تشکیلات اقتصادی مالکان انتظار دارند سود بدست آمده از بازگشت سرمایه آنان باشد (Harms,2004).

راه اندازی و ارتقاء کسب و کار خرد و کوچک به طور فزاینده ای به عنوان ابزاری برای ایجاد فرصت های اشتغال پایدار، به ویژه برای افراد حاشیه ای مانند زنان ، فقرا و افراد معلول مورد توجه قرار می گیرد. تعاونی های کوچک و متوسط به عنوان یک راه مهم برای ترویج توانمند سازی اقتصادی زنان مطرح هستند . با فراهم آوردن یک منبع درآمد و افزایش دسترسی و کنترل بر منابعی مانند زمین ، زنان می توانند کنترل بیشتری بر زندگی خود داشته باشند. توانمند سازی اقتصادی موجب می گردد که تاثیر مثبت در اعتماد به نفس، مذاکره و موقعیت زنان در درون خانواده ، و افزایش نقش زنان در فرایند تصمیم گیری بوجود آید. مزایای توانمند سازی اقتصادی زنان از طریق افزایش کارآفرینی نصیب زنان می شود (Harms,2004).

در طی دهه گذشته، توسعه کارآفرینی یکی از سیاست های کشاورزی اروپا به عنوان ابزاری جهت افزایش ارزش تولیدات کشاورزی بوده است. تجدید ساختار بخش کشاورزی در نتیجه تغییرات در سیاست های ملی و بین المللی، تقاضا برای فعالیت های کارآفرینانه در بین کشاورزان را افزایش داده، لذا کشاورزان می توانند منشاء نوآوری در جوامع کشاورزی و یک منبع بالقوه کارآفرینی باشند (Borch & Forsman, 2001). چرخه ارتباطی بین کارآفرینان و موسسات کارآفرینی را با تعاونی ها و جوامع روستایی را می توان ترسیم نمود. در صورتی که این مسیر بتواند به شکل صحیحی ترسیم گردد می توان امیدوار به توسعه محیط های روستایی و حل مشکلات این نواحی در جهت گسترش کارآفرینی بود. این مسیر را در نمودار شماره 1 می بینیم.



نگاره شماره 1 مسیر ایده آل توسعه کارآفرینی در روستاها

همان طور که مشخص است کارآفرینی روستایی باید بتواند باعث فقرزدایی، توانمند سازی مردم بویژه فقرا روستایی و اشتغال زایی شود. در این راستا باید ارتباط مستقیم و موثری بین کارآفرینی در روستا با تعاونی وجود داشته باشد (عزمی ، 1387). ترویج کارآفرینی تعاونی ، زنان را توانمند می سازد تا برای رسیدن به موفقیت های اقتصادی همانند مردان عمل کنند (دوستی، 1388).



توسعه کارآفرینی تعاونی در روستاها مستلزم سه استراتژی اساسی می باشد. این استراتژی ها شامل جذب کسب و کارها از مناطق دیگر، حفظ و توسعه کسب و کارها از طریق سیاست های حمایتی و حمایت از ایجاد کسب و کارهای جدید از دل خود مناطق روستایی می باشد.

یافته های تحقیق مانکلو و بیل نشان داد که کسب درآمد انگیزه ای برای زنان کارآفرین جهت راه اندازی کسب و کار می باشد. از نظر کارآفرینی مهارت های فردی شامل بازاریابی، ارتباطات و روابط با مشتریان می باشد که نقش بسیار مهمی در راه اندازی کار دارد. از دیگر عوامل موثر بر کارآفرینی زنان حمایت خانوادگی و کار گروهی بیان شده است (Mankelaw & Bill, 2005). یافته های بیور و هاردا نشان داد که تحصیلات و سن اعضا تجربه فرد، را از جمله عوامل مؤثر در موفقیت در کارآفرینی تعاونی ها می باشد (Beaver, 2002)، (Harda, 2003).

نتایج تحقیقی در زمینه تعیین اهمیت کارآفرینی در آمریکای جنوبی نشان داد که بالای 70 درصد کارهای برجسته گوناگون اقتصادی از طریق فعالیت های کارآفرینانه انجام شده است (Mack, 2002).

تحقیق لطیفی و فتحی بیانگر آن است که تعاونی ها در جوامع روستایی از طریق افزایش اشتغال نقشی مستقیم در کاهش فقر دارند، همچنین به طور غیر مستقیم از طریق نقشی که در تقویت سرمایه های اجتماعی و توسعه روستایی و کشاورزی دارند، زمینه توانمندسازی فقرای روستایی را فراهم می آورند (لطیفی و فتحی، 1390).

مرادی و همکارانش پژوهشی در مورد نقش تعاونی های کشاورزی در تولید اشتغال و کارآفرینی استان گلستان انجام داده اند. نتایج تحقیق نشان داد که کارآفرینان در بخش کشاورزی قادرند نرخ بیکاری را کاهش دهند. در صورتیکه منابع و امکانات مالی بیشتری در اختیار اعضا و مسئولان تعاونی ها قرار گیرد، با تمرکز بیشتر بر مسئولیت ها و حوزه های کاری محوله، تعاونی ها خواهند توانست نقش بزرگ تری در توسعه کارآفرینی و ایجاد اشتغال ایفا نمایند (مرادی و همکاران، 1390). تحقیق آجیلی و همکارانش نشان داد که بین سن و کارآفرینی تعاونی رابطه معنی داری دیده شده است (آجیلی و همکارانش، 1388).

فیض آبادی و محمدنیا بر این باورند که بین کارآفرینی و موفقیت تعاونی ها رابطه معنی داری وجود دارد (فیض آبادی و محمدنیا، 1387).

در پژوهشی گلرد بیان کرد که بین تحصیلات زنان با کارآفرینی رابطه معنی داری وجود دارد (گلرد، 1386). سرسختی عراقی در تحقیقی بیان کرد در تعاونی ها عوامل فردی سواد و تجربه قلیبایعصابر وضعیت عملکرد تعاونی ها را مثبت می داند (سرسختی عراقی، 1374).

هدف کلی تحقیق حاضر بررسی ضرورت توسعه کارآفرینی تعاونی زنان روستایی استان سمنان می باشد. در راستای هدف فوق، اهداف اختصاصی زیر مد نظر قرار گرفتند:

- 1- تعیین ویژگی های فردی اعضای تعاونی های کارآفرین استان سمنان.
- 2- تعیین تاثیر همزمان متغیرهای کارکرد تعاونی ها بر کارآفرینی تعاونی.

روش شناسی پژوهش

تحقیق حاضر به لحاظ هدف، کاربردی و به لحاظ روش، از نوع تحقیقات توصیفی است. جامعه آماری تحقیق 918 نفر از زنان روستایی عضو تعاونی های استان سمنان در سال 90-1389 می باشد که در جدول 1 به تفکیک تعاونی در هر شهرستان آورده شده است. به منظور تعیین حجم نمونه از این جامعه به طور تصادفی و با انتساب متناسب، 110 نفر به عنوان نمونه و با استفاده از فرمول کوکران، انتخاب شدند. ابزار تحقیق نیز مصاحبه و پرسشنامه ای بوده است که جهت اطمینان از روایی پرسشنامه، پس از تهیه پرسشنامه مقدماتی، پرسشنامه در اختیار اساتید و همچنین تعدادی از کارشناسان وزارت تعاون قرار گرفت و پس از اصلاحات لازم برای سنجیدن اعتماد آن طی یک تحقیق آزمایشی (Pilot test) پایایی آن بررسی شد که ضریب آلفای کرونباخ برای



کارآفرینی اعضا در تعاونی 0/78 محاسبه گردید. تجزیه و تحلیل داده های پژوهش حاضر در دو سطح آمار توصیفی و استنباطی با استفاده از نرم افزار spss صورت گرفت. در بخش آمار توصیفی (فراوانی، درصد، میانگین) و در بخش استنباطی به منظور بررسی رابطه بین متغیرهای تحقیق نیز از آزمون های همبستگی اسپیرمن و رگرسیون چندگانه به روش گام به گام استفاده شد.

جدول 1- توزیع فراوانی جامعه آماری و تعیین حجم نمونه (استان سمنان)

شهرستان	تعداد اعضا	تعداد حجم نمونه
سمنان	350	42
دامغان	250	30
گرمسار	38	4
شاهرود	280	34
-	918	110

ماخذ: وزارت تعاون استان سمنان، 1389

نتایج

یافته های توصیفی

- وضعیت گروه های سنی: با توجه به جدول 2، میانگین سنی زنان روستایی مورد مطالعه، 33/31 سال بوده و بیشترین فراوانی (32٪) در گروه سنی 26 تا 35 سال قرار دارد.
- وضعیت سواد: همان طور که در جدول 2 نشان می دهد، بیشترین درصد فراوانی در جامعه مورد مطالعه، مربوط به افراد دیپلم و فوق دیپلم و بعد از آن مربوط به مقطع ابتدایی و راهنمایی می باشد.
- شغل اعضا: از بین افراد مورد مطالعه، 74 نفر (67/3٪) خانه دار بوده و 24 نفر (21/8٪) از افراد دارای شغل غیر کشاورزی می باشند (جدول 2).

جدول 2. توزیع فراوانی متغیرهای فردی زنان روستایی مورد مطالعه (n=110)

متغیرها	گویه ها	فراوانی	درصد	درصد معتبر
سن	کمتر از 25 سال	33	30	31/2
	26-35 سال	34	30/8	32
	36-45 سال	18	16/7	17/2
	46-55 سال	19	17/1	17/8
	بالای 55 سال	2	1/8	1/8
	بدون پاسخ	4	3/6	
جمع		110	100	100
وضعیت سواد	خواندن و نوشتن	4	3/6	3/8
	ابتدایی و راهنمایی	24	21/8	22/6
	دیپلم	17	15/5	16/0
	دیپلم و فوق دیپلم	47	42/8	44/4



13/2	12/7	14	لیسانس و بالاتر از لیسانس	
	3/6	4	بدون پاسخ	
100	100	110	جمع	
3/9	3/6	4	کشاورزی	شغل
23/6	21/8	24	غیر کشاورزی	
72/5	67/3	74	خانه داری	
	7/3	8	بدون پاسخ	
100	100	110	جمع	

† میانگین سن زنان روستایی: 33/31، انحراف معیار: 10/49، ماکزیمم: 61، مینیمم: 18

اولویت بندی دیدگاه پاسخگویان در خصوص کارآفرینی تعاونی

در خصوص کارآفرینی تعاونی می توان گفت مدیریت بهتر منابع، توزیع درآمد، مشارکت اجتماعی اعضا در کارآفرینی، تعهد و وفاداری نسبت به کارآفرینی تعاونی، شناسایی، تولید و عرضه محصولات بازار پسند در اولویت های اول تا پنجم قرار دارند. سایر شاخص های کارآفرینی تعاونی در اولویت های ششم تا دوازدهم قرار دارند (جدول 3).

جدول 3. اولویت بندی دیدگاه پاسخگویان در خصوص کارآفرینی تعاونی

رتبه	ضریب تغییرات	انحراف معیار	میانگین رتبه ای	کارآفرینی تعاونی
1	0/27	0/84	3/06	مدیریت بهتر منابع
2	0/28	0/78	2/74	توزیع درآمد
3	0/29	0/95	3/17	مشارکت اجتماعی اعضا در کارآفرینی
4	0/29	0/88	3/01	تعهد و وفاداری نسبت به کارآفرینی تعاونی
5	0/29	0/83	2/81	شناسایی، تولید و عرضه محصولات بازار پسند
6	0/29	0/84	2/86	وجود سیستم ارزیابی عملکرد
7	0/31	1/05	3/30	افزایش اشتغال
8	0/33	0/97	2/90	نوآوری و خلاقیت در تولید محصول
9	0/33	0/97	2/88	نهادینه شدن فرهنگ کارآفرینی
10	0/33	0/87	2/62	ایجاد ثروت
11	0/36	1/16	3/19	مدیریت جمعی و مشارکتی
12	0/63	2/02	3/17	استمرار و پیوستگی در تولید

خیلی کم: 1 کم: 2 متوسط: 3 زیاد: 4 خیلی زیاد: 5

ماخذ: یافته های تحقیق



همچنین اطلاعات موجود نشان می دهد 13/2 درصد تعاونی ها دارای کارآفرینی تعاونی خیلی کم، 25/8 درصد دارای کارآفرینی تعاونی کم، 12/8 درصد دارای کارآفرینی تعاونی متوسط و 31/9 درصد دارای کارآفرینی تعاونی زیاد و 16/3 درصد دارای کارآفرینی تعاونی خیلی زیاد می باشند (جدول 4).

جدول 4. توزیع فراوانی میزان کارآفرینی تعاونی ها

کارآفرینی تعاونی	افراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تجمعی
خیلی کم	10	9/0	13/2	13/2
کم	26	23/4	25/8	39
متوسط	11	9/9	12/8	51/8
زیاد	30	28	31/9	83/7
خیلی زیاد	16	14/4	16/3	100
بدون پاسخ	17	15/3		
جمع	110	100	100	

ماخذ: یافته های تحقیق

یافته های استنباطی

به منظور رابطه بین متغیرهای تحقیق از ضریب همبستگی اسپرمن نیز استفاده شد. نتایج نشان می دهد که بین متغیرهای سن زنان روستایی، تحصیلات، سال عضویت، میزان سرمایه، تولید محصول با کیفیت، فروش محصولات، تهیه و توزیع کالاهای مصرفی خانوار، اشتغال زایی با کارآفرینی تعاونی رابطه معنی داری وجود دارد. همچنین بین متغیرهای تعداد سهام، شغل، میزان درآمد، تامین منابع مالی مورد نیاز، تهیه و توزیع نهاده های کشاورزی و سوخت، ایجاد مراکز نگهداری، تعمیر و عرضه ماشین آلات برای استفاده جمعی، تامین وسایل حمل و نقل، ارائه خدمات آموزشی، ترویجی با کارآفرینی تعاونی رابطه معنی داری وجود ندارد (جدول 5).

جدول 5. رابطه بین متغیرهای تحقیق

متغیرها	ضریب همبستگی	سطح معنی داری
سن زنان روستایی	0/398**	0/000
تحصیلات	0/211*	0/052
شغل	0/078	0/000
تامین منابع مالی مورد نیاز	0/258	0/007
بازاریابی محصولات	0/315**	0/001
تولید محصول با کیفیت	0/349**	0/000
فروش محصولات	0/397**	0/000
تهیه و توزیع نهاده های کشاورزی، سوخت	0/006	0/955
تهیه و توزیع کالاهای مصرفی خانوار	0/385**	0/000
ایجاد مراکز نگهداری، تعمیر و عرضه ماشین آلات برای استفاده جمعی	0/103	0/329
تامین وسایل حمل و نقل	0/025	0/802



0/710	0/037	ارائه خدمات آموزشی، ترویجی
0/000	0/398**	اشتغال زایی

ماخذ: یافته های تحقیق

همچنین در این تحقیق به منظور بررسی نقش متغیرهای مستقل در تبیین متغیر وابسته از تحلیل رگرسیونی چندگانه به روش گام به گام استفاده شد. پس از ورود کلیه متغیرهای مستقل دارای همبستگی معنی دار، تنها متغیرهای " تولید محصول با کیفیت ، اشتغال زایی ، تحصیلات " در معادله باقی ماندند. این متغیرها توانایی تبیین 43/3 درصد از تغییرات متغیر وابسته را دارا می باشند. از طرفی، بررسی ضرایب رگرسیون استاندارد شده نشان می دهد که متغیر تولید محصول با کیفیت ($\beta=0/410$) سهم و نقش بیشتری را در پیش بینی کارآفرینی تعاونی دارد (جدول 6).

جدول 6. نتایج تحلیل رگرسیون چندگانه (گام به گام)

متغیر	B	Beta	T	Sig
ضریب ثابت	0/937	-	3/116	0/003
تولید محصول با کیفیت	0/234	0/410	3/968	0/000
اشتغال زایی	0/215	0/365	3/516	0/001
تحصیلات	0/100	0/280	2/889	0/005

$$R=0/679 \quad R^2=0/461 \quad R^2_{adj}=0/433 \quad F=16/522 \quad sig=0/000$$

بحث

نتایج حاصل از سن زنان روستایی نشان می دهد که جامعه مورد مطالعه به نسبت جوان می باشند. همچنین مسن ترین عضو تعاونی 61 سال و جوانترین عضو دارای 18 سال سن است.

نتایج به دست آمده از تحصیلات، مبین این مسئله که سطح تحصیلات اعضا به نسبت مناسب می باشد و تحصیلات دانشگاهی در میان افراد مورد مطالعه پایین است.

نتایج شغل زنان حاکی از آن است که درصد بسیار پایینی از زنان روستایی به شغل کشاورزی اشتغال دارند و بیشتر آنها خانه دار می باشند.

نتایج نشان می دهد از دیدگاه زنان روستایی وضعیت کارآفرینی تعاونی در تعاونی آنها تا حدی متوسط به بالا گرایش دارد به نحوی که 48/2 درصد زیاد و خیلی زیاد، 12/8 درصد متوسط و 39 درصد در حد خیلی کم و کم بوده است.

در خصوص اولویت بندی میزان تحقق کار آفرینی تعاونی، تعداد 12 گویه انتخاب شد که نتایج حاصله بیانگر آن است که مدیریت بهتر منابع در رتبه اول، توزیع درآمد، مشارکت اجتماعی اعضا در کارآفرینی، تعهد و وفاداری نسبت به کارآفرینی تعاونی، شناسایی، تولید و عرضه محصولات بازار پسند، وجود سیستم ارزیابی عملکرد، افزایش اشتغال، نوآوری و خلاقیت در تولید محصول، نهادینه شدن فرهنگ کارآفرینی، ایجاد ثروت، مدیریت جمعی و مشارکتی، استمرار و پیوستگی در تولید به ترتیب در رتبه های دوم تا دوازدهم قرار گرفتند. نتایج حاصله بیانگر این موضوع می باشد که از دیدگاه زنان روستایی مدیریت بهتر منابع در تحقق کارآفرینی تعاونی موثر می باشد.

نتایج محاسبه ضریب همبستگی بین متغیر سن اعضای تعاونی و کارآفرینی تعاونی نشان می دهد که رابطه معنی داری در سطح یک درصد وجود دارد. تحقیق صورت گرفته توسط (آجیلی و همکاران، 1388)، (Beaver, 2002)، (Harda, 2003) نیز این نکته را تایید می نمایند.



نتایج محاسبه ضریب همبستگی بین متغیر تحصیلات اعضای تعاونی و کارآفرینی تعاونی نشان می دهد که رابطه معنی داری در سطح پنج درصد وجود دارد. بررسی ها و تحقیقات صورت گرفته توسط (Beaver, 2002)، (Harda, 2003)، گلرد (1386) نیز این نکته را تایید می نمایند.

نتایج بررسی همبستگی بین متغیرهای بازاریابی محصولات، تولید محصول با کیفیت، فروش محصولات، تهیه و توزیع کالاهای مصرفی خانوار و اشتغال زایی رابطه مثبت و معنی داری در سطح 99 درصد وجود دارد.

نتایج حاصل از استفاده از رگرسیون چند گانه با روش گام به گام در خصوص تاثیرات متغیرهای مستقل تحقیق بر کارآفرینی تعاونی بیانگر آن است که به ترتیب تولید محصول با کیفیت، اشتغال زایی، تحصیلات نقش مثبتی بر متغیر وابسته کارآفرینی تعاونی داشته است. در مجموع عوامل فوق 43/3 درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین می کنند. سایر عوامل تاثیر گذار در کارآفرینی تعاونی مربوط به عوامل و متغیرهایی است که در تحقیق حاضر بدان پرداخته نشده است.

پیشنهادات

با توجه به سطح تحصیلات زنان روستایی در این تحقیق، پیشنهاد می شود جهت ارتقای سطح سواد آنها کلاس های آموزشی برای این افراد برگزار شود.

در این تحقیق مدیریت بهتر منابع در اولویت اول کارآفرینی تعاونی قرار گرفته است لذا پیشنهاد می گردد تا برای مدیریت بهتر منابع از افراد متخصص و با سابقه در این زمینه بیشتر استفاده شود.

در خصوص نتایج حاصل از همبستگی به دست آمده پیشنهاد می گردد اداره تعاون استان سمنان برنامه های آموزشی به ویژه در زمینه فعالیت های بازاریابی محصولات، تولید محصول با کیفیت، فروش محصولات، تهیه و توزیع کالاهای مصرفی خانوار و اشتغال زایی برای اعضای تعاونی برگزار نمایند.

منابع مورد استفاده

- 1- آجیلی، ع و منجم زاده، ز و اشرفی، پ. (1388). بررسی مسائل و مشکلات تعاونیهای زنان استان خوزستان و راه های ارتقای کمی و کیفی آنها. فصلنامه تعاون، سال بیستم، شماره 208 و 209، آبان و آذر. 1388
- 2- دوستی، م. (1388). بررسی عوامل موثر بر مشارکت زنان روستایی در تعاونی های تولید روستایی شهرستان کوهدشت، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات.
- 3- سرسختی عراقی، ر. (1374). عوامل اجتماعی مؤثر بر عملکرد سازمانی سازمانهای تعاونی صیادی در استان بوشهر، پایان نامه کارشناسی ارشد. تهران: دانشگاه علامه طباطبایی، دانشکده علوم اجتماعی.
- 4- عزمی، آ. (1387). جایگاه تعاونی های اعتبار در توسعه کارآفرینی روستایی. مجموعه مقالات همایش ملی تعاون و کارآفرینی وزارت تعاون.
- 5- فیض آبادی، حسین و محمدنیا، احمد. (1387). بررسی نقش کارآفرینی و پایداری به اصول تعاون و رابطه آنها در موفقیت تعاونیها، خلاصه مقالات همایش ملی تعاون و کارآفرینی، 43.
- 6- گلرد، پ. (1386). ویژگی ها، انگیزه ها و اهداف ترغیب کننده زنان ایرانی در توسعه کسب و کار. فصلنامه پژوهش های بازرگانی. 11(44): 267-296.
- 7- لطیفی، س و فتحی، ه. (1390). بررسی جایگاه تعاونی ها در توانمندسازی فقرای روستایی، مجموعه چکیده مقالات اولین کنفرانس بین المللی ظرفیت های بخش تعاون در توسعه اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی.
- 8- مرادی، م و همکاران. (1390). نقش تعاونی های کشاورزی در تولید اشتغال و کارآفرینی (مطالعه موردی تعاونی های کشاورزی اصطهبان)، مجموعه چکیده مقالات اولین کنفرانس بین المللی ظرفیت های بخش تعاون در توسعه اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی.



9- نصحی ، م . (1384)، نقش تعاونی ها در تسهیل و توسعه فرآیند کارآفرینی. *مجله تعاون ، ماهنامه اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی*، 170: 47-54.

10-Beaver, G. (2002), "Small business, entrepreneurship and enterprisedevelopment". *Journal of Family and Economics*, Vol. 19, No. 1, pp.

11- Borch ,o.j.,Forsman,s.(2001). The competitive tools and capabilities of microfirms in the nordic food sector acomarative seminar No.313, June 2000, NILF-Nordic study. The food sector report 2001:2.AS,NILF.

12- Center for Rural Entrepreneurship.(2002)." Rural entrepreneurship learning for across america". Available at <http://www.ruralship.org>.

13-Harda, N. (2003), "Who succeeds as an entrepreneur? an Analysis of thepost-entry performance of new firms in Japan". *Japan and the World Economy*, Vol. 15, No. 2, pp. 211–222.

14- Harms,B. (2004).The role of co-operatives in enterprise & SMME development(local economic development).paper in German co-operation & Raifeisen confederation(DGRV).

15-Mankelow G. & Bill Merrilees (2005), "Towards a Model of Entrepreneurial Marketing for Rural Women: A Case Study a...", *Journal of Developmental Entrepreneurship*,Dec,pp.221.



- 16- Mack,D.(2002). Entrepreneurship in rural america southern. rural development centers quarterly newsletter.
- 17- Texas Department of Agriculture.(2003)." A path to developing your community". Available at <http://www.trlp.org>.

Necessity Entrepreneurship Development of Cooperatives Rural Women in the Semnan Province

Mona Babae^{*1}, Mehrdad Niknami², Davood Samari³

¹ M.Sc. Student of Agricultural Extension and Education

(Islamic azad university- Garmsar branch), ² Assistant Professors(Islamic azad university- Garmsar branch), ³ Assistant Professors(Islamic azad university- Garmsar branch)

Abstract

This study was on the necessity of entrepreneurship development of cooperative rural women's in the semnan province. This was a descriptive applied research and the regarding population consisted all female members of rural cooperatives in Semnan Province (N=918), which 110 members have been chosen selectel by simple random sampling method. Collecting data was done using the research questionnaire. The result of calculating Spearman Correlation Coefficient showed that there was a positive and significant relationship between rural women's age and their education, marketing , production, quality , sales , production and distribution of consumer goods , household employment. The result of regression analysis indicated that These variables explained 43/3% of variance Cooperative Entrepreneurship variable.

Key words : Entrepreneurship , Cooperatives , Rural women.