

نقش و عملکرد توانمندسازی روستاییان در کار آفرینی مناطق روستایی (مطالعه موردی: بخش مرکزی شهرستان هشتروند)

محمد اکبرپور* - استادیار جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران

پذیرش: ۱۳۹۵/۲/۲۱

وصول: ۱۳۹۴/۱۰/۸

چکیده

توسعه فعالیت‌های کارآفرینی در مناطق روستایی باید بر اساس ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های موجود در روستاها صورت گیرد تا به موفقیت دست یابد و از هدررفت سرمایه و زمان جلوگیری شود. کمک به توسعه روستاها و خروج از مسائل و مشکلات جاری در زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی و زیست‌محیطی نیازمند گرایش به عرصه‌های کارآمد است، یکی از این عرصه‌ها، کارآفرینی است که در جهان امروزی همواره مورد تأکید بوده و گاه قرن ۲۱ را به عنوان قرن کارآفرینان نام برده‌اند. یکی از مهم‌ترین راهکارها در جهت توسعه روستایی پایدار، رشد و توسعه کارآفرینی روستایی است. روش این پژوهش، پیمایشی و به شیوه بررسی مقطعی است. جامعه آماری تحقیق، شامل کلیه کارآفرینان با حداقل پنج سال سابقه موفقیت‌آمیز کارآفرینی است و تعداد تعیین شده برای نمونه‌ها بر اساس فرمول کوکران ۴۴ نفر از ۵۴ نفر کارشناسان شاغل به تحصیل یا تدریس در دانشگاه‌های کشور که از تسلط آنان بر مباحث کارآفرینی و مشارکت اطمینان حاصل شد، است؛ و به علت وجود محدودیت در حضور کارآفرینانی که مطابق با حداقل معیارها بتوان آنان را کارآفرین قلمداد نمود، تعداد ۶۳ نفر کارآفرین فعال در روستاهای بخش مرکزی هشتروند در این تحقیق مشارکت داده شدند. روش گردآوری داده‌ها با استفاده از پرسشنامه و توسط نرم افزار SPSS مورد تحلیل قرار گرفت. نتایج تحقیق نشان داد که در مجموع، روستاهای مورد مطالعه، نسبت به شاخص‌های مؤلفه شخصی که در چهار بُعد مورد بررسی قرار گرفت، روستاییان در گرایش به فعالیت‌های کارآفرینانه بیشتر با گرایش به تأمین امیال و برداشت‌های فردی خود که در غالب گویه‌هایی همانند کسب سود، کسب اعتبار اجتماعی و... مطرح بوده، به رویکرد کارآفرینی علاقه داشته‌اند.

واژگان کلیدی: کارآفرینی، توانمندسازی، بخش مرکزی، شهرستان هشتروند.

مقدمه

کارآفرینی، فرایند خلق چیزهای جدید و باارزش از طریق اختصاص زمان و تلاش مورد نیاز، در نظر گرفتن ریسک‌های مالی و روانی و اجتماعی همراه با رسیدن به پاداش‌های پولی و رضایت فردی و استقلال است (متها^۱، ۲۰۰۸). نقش کارآفرینی و وجود افراد کارآفرین می‌تواند تعیین‌کننده باشد و شاید به همین دلیل، اقتصاددانان، کارآفرینی را موتور رشد اقتصادی تعبیر کرده‌اند، کارآفرینی از طریق کشف فرصت‌ها و بهره‌برداری مناسب از آنها، ایجاد فرصت‌های اشتغال و تغییر در محیط زندگی می‌تواند به توسعه کمک کند (فیض‌آبادی، ۱۳۸۷). امروزه کارآفرینی در زمره مهم‌ترین مسائلی است که توجه بسیاری از ملل و مجامع علمی را به خود جلب کرده است، بزرگ‌شدن بیش از حد تشکیلات بوروکراتیک دولتی و پدیده معاصر ایجاد کسب‌وکارهای کوچک و کارآفرین، از مهم‌ترین دلایلی است که باعث ایجاد اهمیت موضوع کارآفرینی شده است (آراستی و همکاران، ۱۳۹۲).

آنچه در فعالیت‌های کارآفرینی مهم به نظر می‌رسد این است که انسان‌ها به صورت تصادفی وارد فعالیت کارآفرینی نمی‌شوند، بلکه آن را به عنوان نتیجه یک انتخاب انجام می‌دهند که تحت تأثیر عوامل متفاوتی قرار دارد (کروگر^۲، ۲۰۰۷). در این راستا، برخی صاحب‌نظران، محیط فعالیت را در ایجاد فعالیت‌های کارآفرینانه مؤثر می‌دانند و بیان می‌کنند که زیرساخت‌های کارآفرینانه، عناصری همچون تسهیلات و امکانات زندگی، خدمات عوارض و قوانین و مقررات را فراهم می‌کند که برای کارآفرینان بسیار مهم است (ایمانی و هاشمی، ۲۰۰۸). برخی، شرایط اقتصادی را عامل کارآفرینی می‌دانند و معتقدند که کارآفرینی نیروی اصلی توسعه اقتصادی محسوب می‌شود و تغییر و نوآوری، رشد و تولید خدمات را به همراه دارد (لردکیپانزه و میکائیل^۳، ۲۰۰۵). به عبارتی، در تربیت افراد کارآفرین و هدایت آنها به سمت و سوی موفقیت، دو گروه از عوامل مدنظر قرار می‌گیرند: یکی رویکردها، ویژگی‌ها و رفتار کارآفرینانه فرد و دیگری عواملی که محیط را برای فعالیت کارآفرینانه مساعد می‌کند، در عامل اول، دیدگاه روان‌شناختی ویژگی‌های کارآفرینان را برای فرد بیان کرده و راه‌های کسب این توانمندی‌ها و ویژگی‌ها را به او نشان می‌دهند تا فرد با کسب توانایی‌های فردی، دست به فعالیت‌های کارآفرینانه بزند، اما عامل دوم، دیدگاه جامعه‌شناختی است که محیط را متناسب با فعالیت کارآفرین تنظیم کرده و با انواع تسهیلات، حمایت‌ها و تشویق‌ها، جامعه را برای فعالیت افراد خلاق و کارآفرین مهیا می‌کند (رازقندی و درانی، ۱۳۸۸)؛ لذا با توجه به اینکه در ورود و گرایش به فعالیت‌های کارآفرینی، یک بخش محرک مربوط به ویژگی‌های شخصیتی افراد است، حال آنکه در بیشتر مناطق، به‌ویژه مناطق روستایی، ورود به این عرصه را در غالب عوامل محیطی می‌دانند و نگرش غالب بر این است که آنها می‌بایست از نظر اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و... به توانمندی رسیده باشند تا بتوانند با موفقیت و انگیزه کامل وارد این عرصه شوند و در حقیقت مؤلفه شخصی را که در واقع یک بخش بسیار مهم در این عرصه است نادیده گرفته می‌شود.

نقش و جایگاه روستاها در فرایندهای توسعه اقتصادی، اجتماعی و سیاسی در مقیاس محلی، منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی و پیامدهای توسعه‌نیافتگی مناطق روستایی چون فقر گسترده، نابرابری فزاینده، رشد سریع جمعیت، بیکاری، مهاجرت، حاشیه‌نشینی شهری و... موجب توجه به توسعه روستایی و حتی تقدم آن بر توسعه شهری گردیده است (ازکیا، ۱۳۸۳: ۱۹). از این رو، همواره دغدغه اصلی برنامه‌ریزان، سیاست‌گذاران و دولتمردان

1- Metha

2- Kruger

3- Lordkipanidze & Mikael

در کشورهای جهان، به‌ویژه کشورهای در حال توسعه، اتخاذ راهبردها و سیاست‌ها و پیاده‌کردن برنامه‌های عملیاتی برای مقابله با این مشکلات و دستیابی به توسعه روستایی مطلوب بوده است. در این زمینه، کارآفرینی روستایی یکی از راهبردها و سیاست‌های پیش روی این‌گونه کشورهاست. طبق تجربه بسیاری از کشورها، کارآفرینی ضرورتی حیاتی در توسعه روستایی و حل مشکلات اقتصادی است (دلجویی شهیر، ۱۳۸۸).

سیاست‌های کارآفرینی برای توسعه روستایی در کشورهای در حال توسعه با موانع و محدودیت‌هایی روبه‌روست و روستاهای شهرستان هشتروند نیز از این قاعده مستثنی نیستند و با موانع و محدودیت‌هایی برای کارآفرینی مواجه هستند که تنها با رفع این موانع و محدودیت‌هاست که می‌توان به کارآفرینی در روستاهای این شهرستان و به تبع آن توسعه روستایی امیدوار بود که هدف نهایی پژوهش حاضر را شامل می‌شود. با توجه به توضیحات ارائه‌شده، این تحقیق، به دنبال پاسخ به این پرسش‌هاست که: ۱. آیا افزایش توانایی‌های فردی و امکانات محیطی سبب افزایش کارآفرینی روستایی می‌شود؟ ۲. آیا عوامل مؤثر، یا نقاط قوت درونی و فرصت‌های بیرونی موجود، برای تسهیل اجرای راهبرد توسعه مشارکتی کارآفرینی روستایی در جامعه مورد مطالعه وجود دارند؟ و با توجه به ضرورت و اهمیت این‌که ظرفیت‌ها و قابلیت‌های روستاییان برای کارآفرینی در روستاهای منطقه وجود دارد می‌توان با یک الگوی مشخص، از توانمندی‌های موجود روستاییان برای توانمندسازی محیط سکونتشان بهره لازم برای توسعه روستایی مطلوب در منطقه را برد؛ بنابراین، برای توسعه کارآفرینی روستایی، می‌توان از توسعه مشارکتی استفاده نمود. ریشه کلمه کارآفرین از واژه فرانسوی «اینترپرندری»^۱ به معنی متعهد شدن است (لردکیپانزه و میکائیل، ۲۰۰۵). واژه‌نامه دانشگاهی وبستر، واژه کارآفرین را این‌گونه تعریف کرده: کارآفرین کسی است که متعهد می‌شود مخاطره‌های یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی، اداره و تقبل کند (احمدپور داریانی، ۱۳۸۲: ۲). مرکز کارآفرینی جهانی، کارآفرینی را فرایند توانایی جمع‌آوری منابع ضروری و لازم برای سرمایه‌گذاری روی فرصت‌های شغلی جدید و رشد پی‌درپی کسب‌وکارهای مبتکرانه تعریف کرده است (فراهانی و حاجی حسینی، ۱۳۹۲).

کارآفرینی، فرایند خلق چیزی نو و قبول مخاطرات و منافع آن است (دادورخانی و همکاران، ۱۳۹۰). همان‌طور که ذکر شد، تعاریف زیادی از کارآفرینی وجود دارد و ارائه تعریفی جامع از آن دشوار است. با این حال، در اینجا تعریفی نسبتاً جامع از کارآفرینی و کارآفرین ارائه می‌شود: کارآفرینی پدیده‌ای موقعیتی است و کارآفرین، انسانی نوآور است که با ذهنیت مثبت خود، فرصت‌های سودآور و کشف‌نشده را تشخیص می‌دهد و می‌کوشد تا ترکیب‌های جدیدی از منابع نادر ارائه کند و با پذیرش خطرهای ناشی از ابتکارات خویش و با تلاش‌هایش، خود و جامعه‌اش را بهره‌مند سازد (فاضل‌بیگی و یاوری، ۱۳۸۸). در همه‌جای دنیا و به‌ویژه کشورهای در حال توسعه، اصلی‌ترین کسب‌وکارها در اختیار روستاییان قرار دارد و آنها اصلی‌ترین ایفاکنندگان نقش در اقتصاد کشورهای خود هستند (پوزا^۲، ۲۰۰۷). با این حال، اغلب آنها خصوصیات مانند درون‌گرایی، انعطاف‌ناپذیری و ثبات در برابر تغییرات را دارند و به همین دلیل، مایل به ریسک‌پذیری در قالب فعالیت‌های کارآفرینی نیستند (هال^۳ و همکاران، ۲۰۱۰) و اغلب دارای شیوه زندگی سنتی و معیشتی‌ای هستند که مانع از نوآوری، خلاقیت و کارآفرینی می‌شود (هابرسون^۴، ۲۰۰۶)؛ همچنین آنان به عنوان سرپرستان خانوارهای

1- Entreprenre

2- Poza

3- Hall

4- Habbershon

روستایی در شیوه‌ها و الگوهای سنتی کسب‌وکار فعالیت می‌کنند (فرجی سبکبار و همکاران، ۱۳۹۰).

محیط روستایی با توجه به شرایط فیزیکی، اجتماعی، اقتصادی و نهادی خود، محیط کارآفرینی معینی را عرضه می‌کند. موقعیت، منابع طبیعی و مناظر، سرمایه اجتماعی، نظارت روستایی، شبکه‌های اجتماعی و تجاری و فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی، تأثیرات پیچیده و پویایی را بر فعالیت کارآفرینی در مناطق روستایی می‌گذارند. کارآفرینی روستایی عبارت است از به کارگیری نوآورانه منابع و امکانات روستا در راستای شکار فرصت‌های جدید شغلی (آجیلی، ۱۳۸۹: ۵). کارآفرینی روستایی، راهکاری جدید در نظریه‌های توسعه برای توانمندسازی مناطق روستایی به منظور دستیابی به توسعه پایدار در روستا محسوب می‌شود (رکن‌الدین افتخاری و همکاران، ۱۳۸۹). کارآفرینی، افزون بر رفع مشکلات اقتصادی، در بخش خصوصی و نهادهای غیر دولتی به عنوان ابزاری مهم برای کمک به فعالیت‌های دولت محسوب می‌شود (مقیم، ۱۳۸۲: ۱۰۸). به همین دلیل، می‌توان کارآفرینی روستایی را به عنوان راهبرد توسعه جامعه روستایی در برنامه‌ریزی در نظر گرفت.

کارآفرینی روستایی فقط به معنای ایجاد اشتغال برای قشر عظیم روستاییان نیست، بلکه می‌تواند گامی برای تقویت توسعه روستایی باشد که به گفته بسیاری از صاحب‌نظران توسعه، هم‌ارزش با توسعه اقتصادی است (گلیچ، ۱۳۸۴). توانمندسازی، معادل واژه لاتین «ایمپاورمنت»^۱، به معنای کسب قدرت یا واگذاری انجام کاری معین به منظور هدفی مشخص است (مباشیر^۲، ۱۹۹۱). در واژه‌نامه انگلیسی آکسفورد، توانمندسازی به معنای اعطای قدرت به مردم بیان شده و این به معنی ارتقای توانایی و توانا ساختن آنان برای انجام، عمل و اقدام است (رکن‌الدین افتخاری و همکاران، ۱۳۸۹). در جامعه روستایی، توانمندی اقتصادی، اجتماعی و روانی بیش از دیگر ابعاد، مورد توجه قرار دارد. عوامل مختلفی در فرایند توانمندسازی دخالت دارند که در میان آنها، قابلیت‌ها و ویژگی‌های زمینه‌ای افراد، نقش و اهمیت ویژه‌ای دارد (شکوری و همکاران، ۱۳۸۶).

پژوهش‌ها حاکی از آن است که در میان متغیرهای زمینه‌ای، عواملی چون اشتغال، درآمد، تحصیلات، جنسیت و سن، بیشترین تأثیر را بر توانمندی افراد دارند (شادی‌طلب و همکاران، ۱۳۸۴؛ فراهانی و حاجی حسینی، ۱۳۹۲). اشتغال، تأثیرات بسیار مثبتی بر رفتار و وجهه انسان دارد. از این رو، فراهم کردن شرایط اشتغال برای افراد، موجب ارتقای عزت نفس، کسب وجهه و منزلت اجتماعی (از مؤلفه‌های توانمندی روانی)، تعامل اجتماعی و مشارکت (از مؤلفه‌های توانمندی اجتماعی) و در نهایت ایجاد درآمد و توسعه مهارت‌های فرد (از مؤلفه‌های توانمندی اقتصادی) می‌شود (حیدری ساربان، ۱۳۹۲). همان‌طور که ذکر شد، اشتغال تأثیر زیادی بر توانمندی افراد در ابعاد مختلف دارد؛ بنابراین، تقویت کارآفرینی در جامعه، بسیار اهمیت دارد و شواهد محکمی مبنی بر وجود رابطه علی بین کارآفرینی، رشد اقتصادی و کاهش فقر ارائه شده است (کاوهاری^۳، ۲۰۰۷).

مطالعات تجربی نیز نشان می‌دهند که تفاوت‌های موجود در نرخ رشد اقتصادی را می‌توان از طریق تفاوت‌های نرخ کارآفرینی تبیین کرد. افزون بر اینها، نتایج حاصل از مطالعات تطبیقی پروژه دیده‌بان جهانی کارآفرینی نشان می‌دهند که ارتباطات مثبت و معنی‌داری بین فعالیت‌های کارآفرینانه و رشد اقتصادی وجود دارند (مرکلی^۴، ۲۰۰۵)؛ بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که کارآفرینی روستایی راهکاری جدید در نظریه‌های توسعه برای

1- Empowerment

2- Mubashir

3- Cowdhury

4- Merkley

توانمندسازی و ظرفیت‌سازی در مناطق روستایی به منظور تغییر الگوی زندگی کنونی به الگوی مطلوب و شایسته انسانی، کاهش شکاف شهر و روستا و ایجاد برابری اقتصادی، اجتماعی، محیطی و نهادی است (رابینسون و چراستی^۱، ۲۰۰۴). در عین حال، کارآفرینی به عنوان مدل توسعه اقتصادی در خدمت به مردم نقاط روستایی با افزایش شغل، درآمد و ایجاد ثروت در بهبود کیفیت زندگی آنان مؤثر است (کلاچوک^۲، ۱۹۹۸) و ابزار مهمی برای رسیدن به توسعه پایدار به شمار می‌آید. توسعه فعالیت‌های کارآفرینی در مناطق روستایی باید بر اساس ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های موجود در روستاها صورت گیرد تا به موفقیت دست یابد و از هدررفت سرمایه و زمان جلوگیری شود.

مواد و روش‌ها

این پژوهش، بر مبنای هدف از نوع کاربردی است. بدین سبب که در جهت توسعه و تبیین ابعاد و عوامل مؤثر بر توانمندی روستاییان برای گسترش کارآفرینی قرار دارد. رویکرد این تحقیق، پیمایشی و با روش بررسی مقطعی است. جامعه آماری پژوهش، شامل کلیه کارآفرینان با حداقل پنج سال سابقه موفقیت‌آمیز کارآفرینی است که بنیان کاری آنان بر پایه نوآوری بوده است. به علت وجود محدودیت در حضور کارآفرینانی که مطابق با حداقل معیارها بتوان آنان را کارآفرین قلمداد نمود، تعداد ۶۳ نفر کارآفرین فعال در ناحیه مورد مطالعه در این تحقیق مشارکت داده شدند. در واقع، کارآفرینان در دسترس، مورد بررسی قرار گرفته‌اند. اطلاعات اولیه مورد نیاز از محل و نوع فعالیت این افراد، از ادارات در شهرستان جمع‌آوری شد. تعدادی نیز به روش پیمایشی در روستاها و با تحقیق درباره فعالیت آنان در این پژوهش مشارکت داده شدند. به لحاظ فراهم‌سازی امکان مقایسه نتایج، تعداد ۶۴ نفر از افراد غیر کارآفرین به عنوان گروه کنترل در این تحقیق مشارکت داده شدند. این افراد، ساکن در محدوده مورد مطالعه بوده و از نظر شرایط سنی، جنسی و تحصیلات هیچ‌گونه محدودیتی در مشارکت آنان وجود نداشت. تنها وجه تمایز آنان با گروه کارآفرینان، عدم اشتغال به کارهایی که در آن زمینه آموزش دانشگاهی یا حرفه‌ای دیده‌اند و در ضمن کسب‌وکار فعلی ایشان از موفقیت ناشی از نوآوری بی‌بهره است.

در رابطه با حجم نمونه نیز باید تأکید کرد که برای انجام تحلیل عاملی تعداد حجم نمونه نباید کمتر از ۵۰ مورد باشد، در برخی از منابع، میزان حداقل دو برابر تعداد متغیرهای تحقیق نیز مجاز شمرده شده است. هدف از انتخاب این افراد، تبیین عواملی است که در تحقیقات قبلی و در جامعه‌های آماری متفاوت از این، به عنوان عوامل تأثیرگذار بر کارآفرین شدن افراد، شناسایی شده بودند که در این پژوهش، نقش و تأثیرشان در شایستگی‌های لازم برای کارآفرینی مورد بررسی واقع می‌شود. در این تحقیق، ترجیح داده شد آزمون تکرار شود، منتها در بین افرادی که با وجود این پژوهش، در معرض متغیرهای مستقل نبوده و انتظار می‌رود، نمود تأیید این متغیرها در آنان، با آنچه در کارآفرینان مشاهده می‌گردد، متفاوت باشد به این ترتیب، طرح مقایسه گروه‌های نابرابر، انتخاب و پیاده شد. جامعه آماری این پژوهش، کارشناسان و خبرگان، تعداد تعیین شده برای نمونه‌ها بر اساس فرمول کوکران ۴۴ نفر از ۵۴ نفر کارشناسان شاغل به تحصیل یا تدریس در دانشگاه‌های کشور که از تسلط آنان بر مباحث کارآفرینی و مشارکت اطمینان حاصل شد، است.

روش گردآوری داده‌ها، پرسشنامه با پرسش‌هایی از نوع سؤالات با طیف لیکرت با امکان تعیین اولویت. پایایی و روایی ابزار تحقیق، روایی ابزار تحقیق به وسیله ۲۰ نفر از استادان و کارشناسان تأیید شد و پایایی آن از روش

آلفای کرونباخ معادل ۰/۸۹ است. برای اطمینان از مناسب بودن داده‌ها برای تحلیل عاملی مبنی بر اینکه ماتریس همبستگی‌هایی که پایه تحلیل عاملی قرار می‌گیرد، در جامعه برابر صفر نیست، از آزمون بارتلت استفاده شد. این آزمون معنی‌دار، تحلیل عاملی داده‌ها را می‌سنجد و اگر این مقدار کمتر از ۰/۰۵ باشد تحلیل عاملی داده‌ها با جامعه مورد نظر معنی‌دار است. تحلیل عاملی، هدف از انجام این قسمت از پژوهش، کشف عواملی است که علت بروز ویژگی‌هایی در روستاییان می‌گردد که به آنها توانمندی برای کارآفرینی گفته می‌شود، اما از آنجا که چند و چون این عوامل بر ما مشخص نیست، متغیرهایی را که احتمال بیشتری برای دخالت در این امر دارند، به عنوان متغیر وابسته قرار می‌گیرند. پس از اتمام ساخت صفحه گسترده مربوط به نرم‌افزار SPSS و ورود داده‌های پرسشنامه‌ها در آنها، کار چرخش عوامل بر اساس معیارهای مورد نظر آغاز می‌گردد. در هر بار چرخش، این امکان وجود دارد که عوامل بی‌اثر حذف گردند تا اثر سایر عوامل را بهتر بتوان از بین تمامی عوامل تشخیص داد.

داده‌های دارای بار عاملی بالاتر از ۰/۷ برای تحلیل مناسب، داده‌های بین ۰/۵۱ تا ۰/۷ متوسط و داده‌های کمتر از ۰/۵ برای تحلیل نامناسب هستند. بر اساس ملاک کایزر^۱، فقط عامل‌هایی نگه داشته می‌شوند که مجموع مجذور بارهای عاملی آنها (مقدار ویژه) یک یا بیشتر باشد سپس این خوشه‌ها یا عوامل را با توجه به آنچه به وسیله سؤال‌های آزمون اندازه‌گیری می‌شوند نام‌گذاری می‌نمایند و نام عامل باید سنخیت بیشتری با متغیرهایی داشته باشد که از بار عاملی بالایی برخوردار هستند. مقایسه میانگین امتیازات: در این گام و به منظور رعایت دقت، میانگین امتیازات به دست آمده از پرسشنامه کارشناسان درباره هر یک از عوامل مؤثر بر توانمندی روستاییان برای کارآفرینی، در هر مرحله به صورت جداگانه مورد مقایسه قرار می‌گیرند. به این ترتیب، می‌توان تأیید نمود، در هر مرحله کدام عوامل مؤثرترند.

انتخاب منطقه عملیات راهبردی، در مدل SWOT برخلاف ظاهر نسبتاً ساده‌ای که برای آن در نظر گرفته شده، سختی خاص خود را دارد. منطقه مورد مطالعه در این پژوهش، بخش مرکزی شهرستان هشتگرد که شامل پنج دهستان (سلوک، علی‌آباد، قرانقو، کوهسار، چاروایماق شمال شرقی) و ۹۸ روستای دارای سکنه است. در ادامه، ابعاد و مؤلفه‌های توانمندی با استفاده از منابع معتبر موجود به زبان فارسی و انگلیسی و نیز جمع‌بندی از کار پیشینیان در این زمینه، تدوین شدند. برای کسب اطلاعات و داده‌ها در این پژوهش، از پرسشنامه استفاده شده است. سؤالات در قالب گویه‌های پنج گزینه‌ای ترتیبی طراحی شده‌اند. طیف گویه‌ها از خیلی کم به ارزش صفر تا خیلی زیاد به ارزش چهار را شامل می‌شود. جدول ۱، شاخص‌های کارآفرینان روستایی را نشان می‌دهد. مؤلفه‌ها و شاخص‌های توانمندی روستاییان در این پژوهش شامل: عوامل فردی: مهارت، دانش و آگاهی عزت نفس، خودآگاهی، انگیزش و پشتکار، استقلال فردی، استعداد فردی، مرکز کنترل درونی، ارتباطات فردی، تجربیات قبلی و عوامل محیطی: عوامل زیرساختی، منابع مالی، شرایط خانوادگی و سازمانی است.

نتایج

عامل اول که قوی‌ترین عامل جدول ۲ بوده و گویای تأثیر توأمان پشتکار کارآفرین با قدرت پیاده‌سازی آنچه را که در ذهن به تصویر می‌کشد، است که نام خود را از بالاترین بار عاملی گویه گرفته است و از عوامل فردی مؤثر بر کارآفرینی است. پشتکار فکورانه می‌تواند به کارکنان و اعضا، در رابطه با اینکه چگونه کار را پیش ببرند، دیدگاه قدرتمندی اعطا کند (هرویناک و شرم^۲، ۲۰۱۰). در این عامل، نشانه‌هایی که از تأثیر عامل مهارت

1- Cayzer

2- Hrivnak & Sherman

جدول ۱. شاخص‌های کارآفرینان روستایی

ردیف	شاخص‌ها
۱	افزایش ظرفیت اشتغال و حجم فعالیت برای دیگران
۲	تأمین نیازهای روستاییان (حل مشکلات اجتماعی)
۳	نوآوری و پذیرش مخاطرات برای حل مشکلات روستا
۴	خوداشتغالی
۵	ایجاد تنوع شغلی در روستاها
۶	افزایش ظرفیت تولید
۷	ایجاد کسب‌وکار

دیده می‌شود به دلیل اهمیت آن، در راه‌اندازی و ایجاد کسب‌وکار است که در ترکیب با مؤلفه‌ای قوی از عامل پشتکار قرار گرفته است. عامل دوم، عامل سازمانی است؛ بنابراین، فضای کسب‌وکار روستایی هنوز به عملکرد سازمان‌ها وابستگی دارد و کارآفرینان، تأثیر تصمیم‌های قانونی و نهادی را بر کار خود به خوبی درک می‌کنند. عامل سوم، مربوط به اجزایی است که با هم عامل مالی و اقتصادی را تشکیل می‌دهند. میزان نقش و تأثیر این عامل که از عوامل محیطی کارآفرینی است، در راه‌اندازی و تداوم فعالیت کارآفرینی بر کسی پوشیده نیست و اشاره کارآفرینان هم به این مورد است (مطیعی لنگرودی و همکاران، ۱۳۹۱). عامل چهارم، تحت تأثیر بار عاملی ناشی از گویه‌های عامل مهارت است که در دسته‌بندی صورت گرفته در این پژوهش، جزء عوامل فردی است و بدون بهره‌مندی از یک مهارت خاص نمی‌توان کارآفرین بود. بهره‌مندی از یک تخصص ویژه در ساخت و تولید یک کالا یا ارائه خدمت، علاوه بر کسب تجربه، نیاز به آموزش دارد، در غیر این صورت نمی‌تواند اثرگذاری لازم را در کار داشته باشد (سرپل و فرادا^۱، ۲۰۰۷). عامل پنجم، بر تأثیر یکی دیگر از عوامل محیطی تأکید می‌کند و آن عامل آموزش و الگوی نقش است. صاحب‌نظران بسیاری بر این باور هستند که کارآفرینی امری قابل آموختن است. کارآفرینان بر این نیاز تأکید کرده‌اند و تأیید مجددی بر این اعتقاد صورت پذیرفته است.

عامل ششم، تأییدکننده نظر گروهی از پژوهشگران است که استقلال‌طلبی کارآفرین را یکی از عوامل درونی برانگیزاننده برای ایجاد یک کسب‌وکار مستقل می‌دانند. استقلال، عاملی است که سبب می‌شود کارآفرینان به اهداف و رؤیاهای خود دست یابند. عامل هفتم، به تجربه‌های قبلی کارآفرین مربوط می‌شود. این عامل، نشان می‌دهد که کارآفرینان از تجربه‌های ناموفق قبلی خود به نفع کسب‌وکار فعلی بهره می‌برند. عامل هشتم که خلاقیت است، از نظر تمامی صاحب‌نظران حوزه کارآفرینی یکی از پایه‌های اصلی برای شروع و اقدام کارآفرینانه به شمار می‌آید. این عامل، از مجموعه استعدادهای فردی، با بارگذاری قابل توجهی که از نتایج پاسخ کارآفرینان به وجود آمده، گویای میزان اهمیت این عامل در توانمند شدن افراد برای ایجاد و توسعه کارآفرینی است. عامل نهم، داشتن احساس موفقیت است، آنچه به کارآفرین در تداوم مسیری ناشناخته توان می‌بخشد. از این عامل، به عنوان انگیزش ذاتی یادشده و مبتنی بر علاقه‌مندی به کارآفرینی و لذت بردن از آن یا نیاز به کارآفرینی است. عامل دهم، بهره‌مندی از مرکز کنترل درونی است. وجود این عامل در شخصیت کارآفرین باعث می‌شود خود را مسئول تمامی اتفاقاتی خوب و بد بدانند و با تکیه بر آن، از ناکامی‌ها جلوگیری نموده و برای پیروزی‌های تازه برنامه‌ریزی کنند. کارآفرینان اعتقاد دارند، بهره‌مندی از این ویژگی، فرد را برای ایجاد و توسعه کارآفرینی، پویا و توانمند می‌سازد.

از میان عوامل موجود، شاخص‌هایی که در این پژوهش به کار برده شده، انگیزه و پشتکار (۱۰۴/۱)، زیرساختی (۹۸/۶) و مهارت (۹۸/۱)، بیشترین میانگین را به خود اختصاص دادند (جدول ۳) و میانگین داده‌های مربوط به کارآفرینان در شش عامل پشتکار، سازمانی، مالی، استقلال فردی، احساس موفقیت و کنترل درونی بالاتر از میانگین عوامل گروه کنترل است. مقایسه یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد، کارآفرینان فضای واقعی کسب‌وکار و فعالیت را بهتر از سایرین می‌شناسند، بر ابعاد و زوایای آن نیز وقوف بیشتری دارند. شاید یکی از نقاط افتراق آنان از دیگران همین ویژگی باشد (جدول ۴).

بحث

بررسی‌ها در این پژوهش، بر تأثیر عوامل فردی و محیطی بر توانمندی کارآفرینان دلالت دارد. بررسی نظر گروه کنترل، اهمیت و تأثیر تعدادی از این عوامل را تأیید می‌نماید؛ اما در مجموع عوامل مؤثر در توانمندی روستاییان

جدول ۳. کلیات نتایج به دست آمده از نظر کارشناسان و خبرگان

ترتیب عوامل	عوامل به ترتیب بیشترین میانگین	میانگین هر عامل در همه مراحل
۱	انگیزش و پشتکار	۱۰۴/۱
۲	زیرساختی	۹۸/۶
۳	مهارت	۹۸/۱
۴	عزت نفس	۹۷/۱
۵	منابع مالی	۹۶/۹
۶	شرایط خانوادگی	۹۲
۷	دانش و آگاهی	۹۱/۷
۸	تجربیات قبلی	۹۱/۱
۹	ارتباطات فردی	۹۰/۲
۱۰	استعداد فردی	۹۰/۱
۱۱	مرکز کنترل درونی	۹۰
۱۲	آموزش	۸۸
۱۳	سازمانی	۸۷
۱۴	استقلال فکری	۸۵

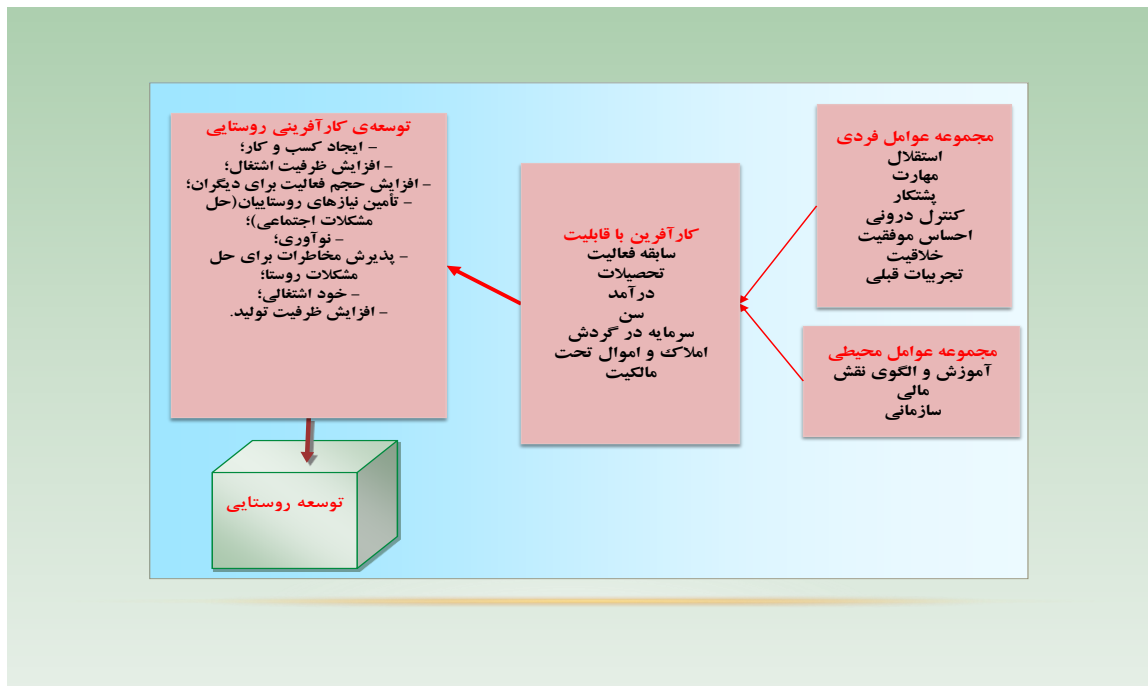
جدول ۴. مقایسه معنی‌داری میانگین گروه آزمایش و گروه کنترل

نتیجه تفاوت میانگین دو گروه	حد بالا و پایین (تفاوت در سطح ۰/۰۵)		سطح معنی‌داری	t	میانگین		عامل
	بالا	پایین			گروه کنترل	گروه آزمایش	
معنی‌دار است.	۱/۹	۰/۵	۰/۰۰۲	۳/۰۱	۸/۴	۹/۳	پشتکار
معنی‌دار است.	۶/۸	۱/۹	۰/۰۰۱	۳/۲	۱۴/۸	۱۹/۸	سازمانی
معنی‌دار است.	۳/۵	۱/۳	۰/۰۰۰	۳/۸	۷/۵	۶/۳	مالی
معنی‌دار نیست.	۰/۷۹	-۰/۴۸	۰/۶۴	۰/۴۳	۸/۱	۸/۲	مهارت
معنی‌دار نیست.	۱/۸	-۲/۸	۰/۰۸	-۱/۸	۹/۶	۸/۵	آموزش و الگوی نقش
معنی‌دار نیست.	۳	۱/۸	۰/۸۸	۷/۲	۳/۶	۵/۸	استقلال فردی
معنی‌دار نیست.	۰/۲۰	-۰/۲۵	۰/۹۴	-۰/۱۸	۱/۱۹	۱/۱۸	تجربیات قبلی
معنی‌دار است.	۰/۴۹	-۰/۴۵	۰/۰۰۰	۰/۱	۶/۲۱	۶/۲۳	خلاقیت
معنی‌دار است.	۲/۸۹	۱/۲۷	۰/۰۰۰	۴/۹	۱۴	۱۶	احساس موفقیت
معنی‌دار است.	۲/۸	۱/۵	۰/۰۰۰	۶/۸	۸/۸	۱۰/۸	کنترل درونی

برای کارآفرینی از نظر آنان محدودتر از عواملی هستند که از نظر کارآفرینان مؤثر شناخته شده‌اند. در مقایسه این دو دسته از عوامل، به طور کلی همسویی مشاهده می‌گردد. نتایج تحقیق در مبحث توانمندسازی برای کارآفرینی در موارد مشابه و منطبق با نتایج تحقیقات دیگری از جمله فراهانی و فلاحتی (۱۳۸۶)، احساس معنی‌دار بودن، شایستگی، خودتعیینی، تأثیر و اعتماد؛ خسروی‌پور و همکاران (۱۳۸۶)، به تأثیر ویژگی‌های روان‌شناختی از جمله نیاز به توفیق، اعتماد به نفس، مسئولیت‌پذیری، خطرپذیری، استقلال‌طلبی، پذیرش ابهام، خوداتکایی (مرکز کنترل درونی) و تحمل شکست اشاره کرده‌اند؛ کرد و آبتین (۱۳۹۲)، دریافته‌اند که عوامل تعهد، سازگاری و مشارکت بر توانمندی تأثیر دارند نیاز به موفقیت، قدرت و تعلق یا وابستگی را عوامل کارآفرینی می‌دانند؛ احمدپور داریانی و مقیمی (۱۳۸۸)، چهارده عامل را برای توانمندی کارآفرینی ضروری دانسته‌اند که از آن جمله: حالت‌های ذهنی مثبت، نیاز به موفقیت، تمایل به ریسک و مخاطره، گرایش به خلاقیت و نوآوری، روحیه شکست‌ناپذیری، مرکز کنترل درونی، نیاز به استقلال، سابقه و پیشینه، شرایط کودکی و تحصیلات، پایگاه اجتماعی پایین، الگوی نقش، تجربه کاری و نارضایتی از شغل قبلی. در این پژوهش، برخلاف تعدادی از تحقیقات پیشین، تأیید عوامل توانمندساز برای کارآفرینی بر اساس ویژگی‌های کارآفرینان مورد بررسی قرار گرفت.

با وجود تأکید بسیاری از صاحب‌نظران حوزه کارآفرینی بر اهمیت خلاقیت در کارهای کارآفرینانه، از نتایج به دست آمده از این تحلیل چنین موردی را دریافت نمی‌نماییم و این ممکن است به علت تسلط بیش از اندازه سایر عوامل به خاطر شرایط خاص حاکم بر کارآفرینان روستایی در این منطقه باشد. در این تحقیق، با تأکید بر عناصر مشترک موجود در کارآفرینی، توانمندی و به وسیله برهم‌اندازی آنها، مسیر دستیابی به این هدف تسهیل می‌گردد. مشاهده می‌شود که از دیدگاه این پژوهش، بر اساس یافته‌های قبلی، این امکان وجود دارد که از طریق هر یک از محورهای کارآفرینی، توانمندی، در قالب بسته‌های سیاستی - اجرایی به توسعه روستایی دست یافت؛ اما تدوین و ارائه این دو در یک قالب، نتایج مؤثرتر و سریع‌تری را پدیدار می‌سازد. همچنین موارد مشابهت و انطباق با سایر تحقیقات: در این ارتباط به این دلیل که سایر تحقیقاتی که به بررسی کارآفرینان پرداخته‌اند، موضوع را مسکوت گذاشته یا بر اساس معیارهای پذیرفته‌شده از قبل، افراد را به عنوان کارآفرین قلمداد نموده‌اند، مشابهتی با آن تحقیقات دیده نمی‌شود؛ بنابراین، می‌تواند مزیت این تحقیق بر سایرین باشد. در این پژوهش، شاخص کارآفرینی روستایی بر اساس اطلاعات جمع‌آوری شده از کارآفرینان و در مقایسه با گروه کنترل محاسبه شد. در شکل ۱، عوامل به دست آمده از این تحلیل و نوع روابط موجود بین آنها بر اساس مبانی نظری تحقیق و پردازش صورت‌گرفته بر روی داده‌ها نمایش داده شده است که چگونه عوامل فردی و محیطی بر کارآفرینی روستایی مؤثر واقع می‌شوند و به تبع آن توسعه روستایی مطلوب به دست می‌آید.

یافته‌های جداول ۵ و ۶، با هدف فراهم‌آوری مقدمات لازم برای آزمون فرضیه دوم و پاسخ به این پرسش که آیا استفاده از روش مشارکتی برای توانمندسازی روستاییان در جهت توسعه و افزایش تصمیمات کارآفرینانه از کارآمدی لازم و مطلوب برخوردار است؟ و آیا این روش در جهت نیل به هدف مورد نظر مؤثر است؟ تدوین گردیده است. این ماتریس ابزاری است که به استراتژیست‌ها اجازه می‌دهد تا عوامل محیطی، اقتصادی، اجتماعی، سیاسی، فرهنگی، حقوقی، تکنولوژیکی، وضعیت بازار و رقابت را در مقطع زمانی مورد نظر ارزیابی کنند. پارادایم حاکم بر طراحی این ماتریس، عمدتاً تجویزی بوده و در رویکردهای مختلف تجویزی به عنوان ابزاری برای جمع‌آوری اطلاعات محیط پیرامونی قابلیت دارد.



شکل ۱. مدل برآمده از نتایج داده‌پردازی پرسشنامه کارآفرینان

بر اساس یافته‌های جدول ۷، موقعیت محافظه‌کارانه: $۳۲/۷\%$ ، موقعیت تهاجمی: $۲۵/۶\%$ ، موقعیت تدافعی: ۲۳% ، موقعیت رقابتی: $۱۷/۶\%$. همان‌طور که مشاهده می‌شود، این نقطه در بخش استراتژی محافظه‌کارانه قرار گرفته است و این به معنی لزوم اتخاذ تدابیری برای کنترل تهدیدات با استفاده و تأکید بر نقاط قوتی است که در اجرای روش مشارکتی موجود هستند. نکته دیگری که در همین موقعیت نهفته است، پدیدار گشتن حالت گذار است، به معنی کاستن از تهدیدات و حرکت به سمت افزایش بهره‌برداری از توانایی‌های روش مدیریت مشارکتی برای توانمندسازی روستاییان. با تمام ضعف‌ها و تهدیداتی که بر سر راه اجرای مدیریت مشارکتی برای توانمندسازی روستاییان برای کارآفرینی وجود دارد و کارشناسان و خبرگان بدان‌ها اشاره کرده‌اند خوشبختانه مشاهده می‌گردد، هنوز هم وجه مثبت در اجرای این روش بر جنبه‌های منفی که مانع اجرای آن می‌شوند، غلبه دارند. در این حالت، مخاطره تدوین استراتژی‌های بلندپروازانه تا حدودی کاهش پیدا می‌کند اما استفاده از دیدگاه‌های توسعه‌ای مجاز می‌شوند.

در شکل ۲، تحلیل مسیر مدل مفهومی تحقیق، به منظور ارزیابی و تأیید روابط در مدل صورت گرفته و همان‌طوری که مشاهده می‌شود، کلیه شاخص‌ها یا سؤالات پرسشنامه، دارای بار عاملی بزرگتر از $۰/۴$ و مقادیر t بزرگتر از $۱/۹۶$ هستند؛ بنابراین، روابط تعریف‌شده در مدل تأیید می‌گردند.

از آنجا که سطح تحصیلات کارآفرینان متفاوت بوده و از آن مهم‌تر اینکه ضرورت‌های هر شغل با دیگری فرق دارد، از پرسش در مورد مهم‌ترین عوامل در هر مرحله از مراحل چهارگانه کارآفرینی صرف نظر شد و این امر، به نظر کارشناسان مورد پرسش موکول گردید.

نتیجه‌گیری

کارآفرینی به عنوان رویکردی جامع و نوین در جهت حل مشکلات و بحران‌های ناشی از عوامل مختلف، به‌ویژه عوامل اقتصادی از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است، در این میان، نواحی روستایی به دلیل مسائل و مشکلات اقتصادی همانند مهاجرت و بیکاری، نیازمند روشی نوین و رویکردی کارآمد برای گذار از این شرایط نابسامان

جدول ۵. عوامل داخلی و خارجی در ارتباط با کارآفرینی روستاییان

عوامل محیط درونی	
مشکلات و نقاط ضعف	توانایی‌ها و نقاط قوت
عدم شناخت کافی اکثر متصدیان از این روش؛ عدم تفکیک بین مشارکت سیاسی و اجرایی؛ هزینه و زمان بر بودن این روش؛ ناتوانی مشاور در برقراری ارتباط کامل با روستاییان؛ فقدان کنترل و تداوم در اجرا از سوی دست‌اندرکاران در حین اجرای روش و پس از آن؛ تشخیص مشاور، محقق به عنوان مسئله یا راه‌حل اصلی در حین اجرا مطرح شود؛ عدم اعتماد مشارکت‌جویان به اینکه چگونه جواب‌های ساده آنان به راه‌حل‌های اساسی تبدیل می‌شوند.	ایجاد احساس اعتماد به نفس در مشارکت‌جویان؛ دخالت مستقیم گروه‌های هدف به عنوان مشارکت‌جو در مراحل مختلف تصمیم و اقدام؛ انطباق روش بر برخی خصوصیات کارآفرینان مانند مسئولیت‌پذیری؛ امکان افزایش موفقیت روش با توجه به علاقه‌مندی کارآفرینان به مشارکت در امور؛ شکستن چارچوب‌های سنتی تحقیق و ایجاد عرصه نوآوری و خلاقیت برای محقق؛ فراهم نمودن امکان ارتباط بی‌واسطه با بخش‌های تصمیم‌گیرنده و اجرایی برای کارآفرینان؛ طرح مسائل واقعی به جای طرح مجهولات ذهنی برخی پژوهشگران یا مسئولان؛ به دست آمدن راه‌حل‌های عملی و مرتبط با مسائل و مشکلات به وجود آمده؛ افزایش حق انتخاب طرفین (کارآفرینان روستایی).
عوامل محیط بیرونی	
تهدیدها	فرصت‌ها
اجرای ناقص یا نادرست روش؛ الگوی کامل و جامعی از اجرای روش در ایران در دست نیست؛ ناتوانی محقق از فهم مشکل یا یافتن راه‌حل درست؛ ابتلای محقق به سطحی‌نگری؛ احتمال تصمیم مسئولین به اجرای روشی دیگر؛ توجه صرف به نتیجه (نتیجه‌گرایی) در این روش؛ عدم اعتماد مسئولین رده‌های بالاتر به نتایج این‌گونه تحقیقات	بسترهای اطلاعاتی لازم برای پیاده‌سازی این روش موجود است؛ مسئولین امر در این راه از انگیزه‌های کافی برخوردارند؛ بسترهای قانونی لازم برای پیاده‌سازی این روش موجود است؛ محقق می‌تواند همان نماینده دستگاه اجرایی باشد که در این صورت، کیفیت و کمیت مسائل را از نزدیک لمس می‌کند؛ توجه کافی به استعدادهایی که در شرایط عادی و یا در برخوردهای رسمی معمولاً مغفول می‌مانند؛ هم‌گام شدن تحقیق و توسعه.

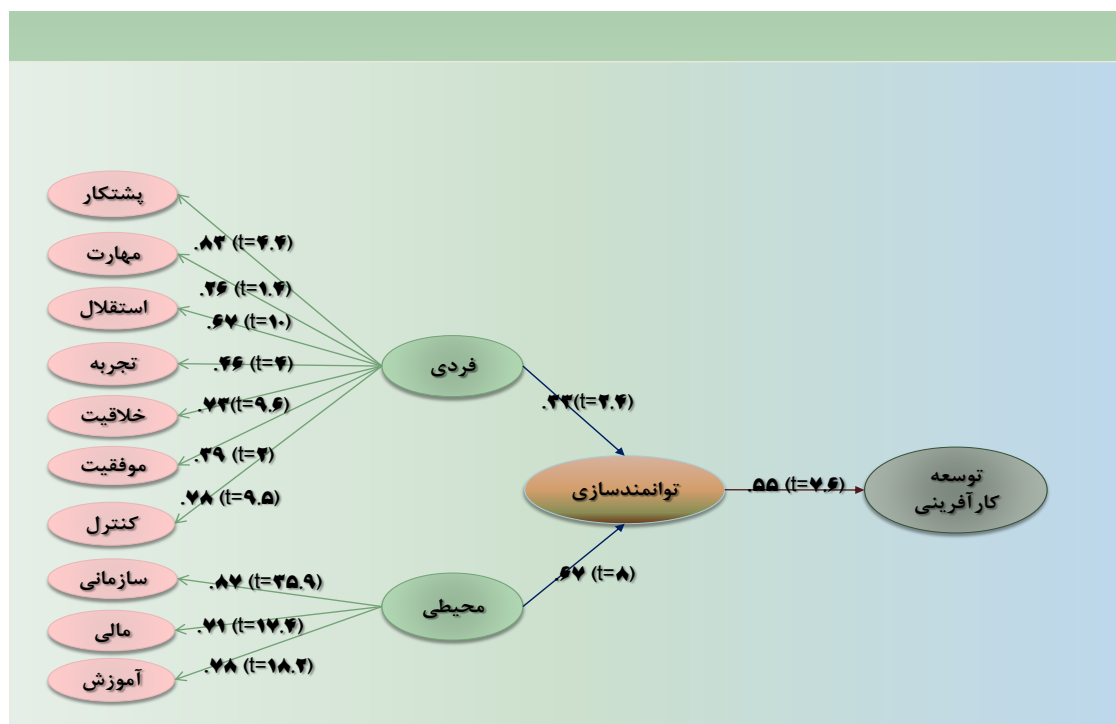
جدول ۶. ماتریس ارزیابی عوامل خارجی در ارتباط با کارآفرینی روستاییان

توضیحات	امتیاز وزن دار	امتیاز	وزن (نرمالیزه)	مهم‌ترین عوامل خارجی موجود برای اعمال روش مشارکتی
بسترهای اطلاعاتی لازم برای پیاده‌سازی این روش موجود است.	۰/۱۹۴	۲	۰/۰۹۸	فرصت‌ها ۱- بسترهای اطلاعاتی
بسترهای ارتباطی لازم برای پیاده‌سازی این روش موجود است.	۰/۳	۳	۰/۱	۲- بسترهای ارتباطی
محقق می‌تواند همان نماینده دستگاه اجرایی باشد که در این صورت، کیفیت و کمیت مسائل را از نزدیک لمس می‌کند.	۰/۴	۴	۰/۱	۳- محقق/ مشاور در مسند نماینده دستگاه اجرایی
توجه کافی به استعدادهایی که در شرایط عادی و یا در برخوردهای رسمی معمولاً مغفول می‌مانند.	۰/۴	۴	۰/۱	۴- توجه به استعدادها
	۰/۳	۳	۰/۱	۵- هم‌گام شدن تحقیق و توسعه
	۰/۳	۳	۰/۱	تهدیدها ۱- اجرای ناقص یا نادرست روش
الگوی کامل و جامعی از اجرای روش در ایران در دست نیست.	۰/۱	۱	۰/۱	۲- نبود الگوی کامل و جامعی در ایران
ابتلای محقق به سطحی‌نگری.	۰/۱۸	۲	۰/۰۹۶	۳- محقق سطحی‌نگر
	۰/۲۹۷	۳	۰/۰۹۹	۴- احتمال تصمیم مسئولین به اجرای روشی دیگر.
عدم اعتماد مسئولین رده‌های بالاتر به نتایج این‌گونه تحقیقات و روش‌های نوین مدیریتی.	۰/۱۹۶	۲	۰/۰۹۸	۵- عدم اعتماد به نتایج
	۲/۴۷		۱	جمع

جدول ۷. مهم‌ترین عوامل داخلی موجود در روش مشارکتی

مهم‌ترین عوامل داخلی موجود در روش مشارکتی	وزن	امتیاز	امتیاز وزن‌دار	توضیحات
نقاط قوت				
۱- احساس اعتماد به نفس	۰/۱۲	۴	۰/۴۶	ایجاد احساس اعتماد به نفس در مشارکت‌جویان.
۲- دخالت مستقیم گروه‌های هدف	۰/۱	۴	۰/۴	دخالت مستقیم گروه‌های هدف به عنوان مشارکت‌جو در مراحل مختلف تصمیم و اقدام.
۳- امکان افزایش موفقیت	۰/۰۹۵	۳	۰/۲۸۴	امکان افزایش موفقیت روش با توجه به علاقه‌مندی کارآفرینان به مشارکت در امور.
۴- طرح مسائل واقعی	۰/۰۹۷	۳	۰/۲۸۹	طرح مسائل واقعی به جای طرح مجهولات ذهنی برخی پژوهشگران یا مسئولان.
۵- به دست آمدن راه‌حل‌های عملی	۰/۰۹۳	۳	۰/۲۷۹	به دست آمدن راه‌حل‌های عملی و مرتبط با مسائل و مشکلات به وجود آمده.
نقاط ضعف				
۱- عدم شناخت دست‌اندرکاران	۰/۱۴	۲	۰/۲۵	بیشتر دست‌اندرکاران از این روش شناخت کافی ندارند.
۲- هزینه و زمان‌بر بودن	۰/۱	۲	۰/۲	هزینه و زمان‌بر بودن این روش.
۳- ناتوانی مشاور	۰/۰۹۹	۲	۰/۱۹۸	ناتوانی مشاور در برقراری ارتباط کامل با روستاییان.
۴- فقدان کنترل و تداوم در اجرا	۰/۱۰۴	۳	۰/۳۰۹	فقدان کنترل و تداوم در اجرا از سوی دست‌اندرکاران در حین اجرا و پس از آن.
۵- عدم اعتماد مشارکت‌جویان	۰/۰۹۹	۳	۰/۲۹۹	مشارکت‌جویان به اینکه چگونه جواب‌های ساده آنان به راه‌حل‌های اساسی تبدیل می‌شوند، چندان خوشبین نیستند.
جمع	۱		۳/۴۷۵	

است، لذا در این راستا، کارآفرینی به عنوان مهم‌ترین نوشدارو برای کمک به رشد و توسعه نواحی روستایی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار بوده و روستاییان با پی بردن به توانمندی‌های شخصی خود، به این عرصه ورود پیدا کرده و نه تنها خود، بلکه بسیاری از افراد دیگر را جهت فائق آمدن بر مسائل و مشکلات یاری نموده و عرصه کشور را برای جهش و حرکت به سمت پیشرفت یاری خواهند نمود. لذا در تحقیق حاضر، نتایج نشان داد که در مجموع روستاهای مورد مطالعه، نسبت به شاخص‌های مؤلفه شخصی که در چهار بُعد مورد بررسی قرار گرفت، روستاییان در گرایش به فعالیت‌های کارآفرینانه بیشتر با گرایش به تأمین امیال و برداشت‌های فردی خود که در غالب گویه‌هایی همانند، کسب سود، کسب اعتبار اجتماعی و... مطرح بوده، به رویکرد کارآفرینی علاقه داشته‌اند، همچنین از دیدگاه آنان در میان شاخص‌های مطرح شده، شاخص موارد زمینه‌ای که دربرگیرنده گویه‌هایی مانند، محل تولد، شرایط کودکی و... بوده در مقایسه با دیگر شاخص‌ها از اهمیت کمتری برخوردار بوده است، نکته‌ای که می‌بایست از یافته‌های مذکور بیان نمود این مطلب بوده که بر این اساس، عمده تمرکز می‌بایست در زمینه نشان دادن اثرات کارآفرینی و آشنا نمودن هرچه بیشتر آنان با این بُعد از شاخص شخصی (امیال و برداشت‌های فردی) بوده، چراکه به هر اندازه میزان آگاهی و دید آنان نسبت به کارآفرینان برتر که توانسته‌اند در ارتباط با مواردی همانند کسب سود، وجهه اجتماعی، مفید واقع شدن برای جامعه، به دست آوردن قدرت و اعتبار و... موفق عمل نمایند، بیشتر گردد به همان اندازه به اهمیت عوامل شخصی در گرایش به کارآفرینی پی برده و در این راه تلاش خواهند نمود تا همانند کارآفرینان موفق عمل نمایند چراکه دیگر، موفقیت در کارآفرینی و یا عدم شکست در آن را تنها در عوامل محیطی نخواهند یافت بلکه به ویژگی‌ها و تلاش‌های درونی خود اتکا خواهند نمود و این بُعد از کارآفرینی را که به مراتب مهم‌تر از مؤلفه‌های محیطی است بیشتر مورد توجه قرار داده و از استعدادها و توانایی‌های خود برای ورود به کسب‌وکارهایی که به نظر خود در آن



شکل ۲. تحلیل مسیر مدل مفهومی تحقیق

موفقیت و توانمندی لازم را کسب خواهد نمود، ورود پیدا می‌کنند، در حقیقت، به استعداد و توانایی خود ایمان آورده و منتظر فراهم شدن شرایط و امکانات محیطی نمانده بلکه با همین توانمندی‌ها به سراغ فعالیت‌های کارآفرینانه خواهند رفت.

منابع

آجیلی، عبدالعظیم (۱۳۸۹) ترویج، کارآفرینی و جوانان روستایی، روزنامه گسترش. آراستی، زهرا؛ ملکی، محمد مهدی؛ والی‌نژاد، محبوبه؛ مبارکی، محمد حسن (۱۳۹۲) انگیزه‌های زنان کارآفرین در راه‌اندازی کسب‌وکار و تأثیر آن در رشد کسب‌وکار، *مطالعات اجتماعی روان‌شناختی زنان*، ۱۱ (۱) صص. ۹۲-۷۱.

احمدپور داریانی، محمود (۱۳۸۲) *کارآفرینی، تعاریف، نظریات، الگوها*، انتشارات امیرکبیر، تهران. احمدپور داریانی، محمود؛ مقیمی، سید محمد (۱۳۸۸) *مبانی کارآفرینی*، چاپ هفتم، نشر سریرا، تهران. ازکیا، مصطفی (۱۳۸۳) *دانش بومی - جزوه درسی در رشته توسعه روستایی*، دانشگاه تهران (پلی کپی). حیدری ساربان، وکیل (۱۳۹۲) نقش توانمندسازی روان‌شناختی بر تقویت کارآفرینی روستایی (مطالعه موردی: استان اردبیل)، *جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای*، ۲۰ (۲)، صص. ۲۳۷-۲۱۷.

خسروی‌پور، بهمن؛ ایرانی، هوشنگ؛ حسینی، سید محمود؛ موحد محمدی، حمید (۱۳۸۶) شناسایی و تحلیل مؤلفه‌های آموزشی مؤثر بر توانمندی کارآفرینانه دانشجویان مراکز آموزش عالی علمی - کاربردی کشاورزی، *علوم کشاورزی ایران*، ۲ (۲)، صص. ۲۱۷-۲۰۷.

دادورخانی، فضیله؛ رضوانی، محمدرضا؛ ایمنی قشلاق، سیاوش؛ بوذرجمهری، خدیجه (۱۳۹۰) تحلیل نقش گردشگری در توسعه ویژگی‌های کارآفرینانه و گرایش به کارآفرینی در بین جوانان روستایی (مطالعه موردی: روستای کندوان و اسکندان شهرستان اسکو)، *پژوهش‌های جغرافیای انسانی*، ۷۸ (۴)، صص. ۱۹۵-۱۶۹.

- دلجویی شهیر، جواد (۱۳۸۸) ویژگی‌های کارآفرینی و کارآفرینی اجتماعی، **کار و جامعه**، ۱۱۲ (۳)، صص. ۲۴-۳۳.
- رازقندی، ناهید؛ درانی، کمال (۱۳۸۸) شناسایی عوامل فردی و محیطی مؤثر بر موفقیت کارآفرینان برتر استان تهران جهت ارائه الگوی آموزشی، **توسعه کارآفرینی**، ۶ (۲) صص. ۳۹-۵۵.
- رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا؛ سجاسی قیداری، حمدالله؛ رضوی، حسن (۱۳۸۹) راهبردهای توسعه کارآفرینی کشاورزی در مناطق روستایی مطالعه موردی روستاهای شهرستان خدابنده، **روستا و توسعه**، ۹ (۳) صص. ۱-۲۹.
- شادی‌طلب، ژاله؛ وهابی، معصومه؛ ورمزیار، حسن (۱۳۸۴) فقر درآمدی فقط یک جنبه از فقر زنان سرپرست خانوار، **رفاه اجتماعی**، ۴ (۱۷)، صص. ۲۴۷-۲۲۷.
- شکوری، علی؛ رفعت‌جاه، مریم؛ جعفری، معصومه (۱۳۸۶) مؤلفه‌های توانمندی زنان و تبیین عوامل مؤثر بر آنها، **پژوهش زنان**، ۵ (۱)، صص. ۱-۲۶.
- فاضل‌بیگی، محمد مهدی؛ یآوری، غلامرضا (۱۳۸۸) تعاون روستایی سرآغازی بر توسعه کارآفرینی، **تعاون**، ۲۰ (۲۰۴)، صص. ۴۱-۶۲.
- فراهانی، حسین؛ حاجی حسینی، سمیرا (۱۳۹۲) ارزیابی ظرفیت‌های نواحی روستایی برای توسعه کارآفرینی و توانمندسازی روستاییان مطالعه موردی: روستاهای بخش شال شهرستان بوئین زهرا، **پژوهش‌های روستایی**، ۴ (۴)، صص. ۷۴۸-۷۱۵.
- فراهانی، ابوالفضل؛ فلاحتی، مهدی (۱۳۸۶) بررسی رابطه بین عوامل روان‌شناختی توانمندسازی و کارآفرینی سازمانی کارشناسان ادارات تربیت‌بدنی دانشگاه‌ها، **نشریه پژوهش در علوم ورزشی**، ۵ (۱۵) صص. ۶۷-۷۹.
- فرجی سبکبار، حسنعلی؛ بدری، سید علی؛ سجاسی قیداری، حمدالله؛ صادقلو، طاهره؛ شهدادی خواجه عسگر، علی (۱۳۹۰) اولویت‌بندی توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی با استفاده از تکنیک پرموتی، **پژوهش‌های جغرافیایی**، ۳ (۷۵)، صص. ۵۳-۶۸.
- فیض‌آبادی، حسین (۱۳۸۷) بررسی نقش کارآفرینی، پایبندی به اصول تعاون و رابطه آنها در موفقیت تعاونی‌ها، **مجموعه چکیده مقالات اولین همایش ملی تعاون و کارآفرینی، وزارت تعاون، دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران و سازمان پژوهش‌های علمی و صنعتی ایران**.
- کرد، باقر؛ آبتین، عبدالعزیز (۱۳۹۲) بررسی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی روستایی در استان سیستان و بلوچستان (با تمرکز بر توسعه مراکز رشد روستایی، توسعه فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات و توانمندسازی زنان روستایی)، **جغرافیا و توسعه**، ۳۲ (۳)، صص. ۱-۱۴.
- گلچ، زهرا (۱۳۸۴) کارآفرینی روستایی و توسعه پایدار، **ماهنامه سروش بانوان**، ۶۳ (۱)، صص. ۱۲-۱۳.
- مطیعی لنگرودی، سید حسن؛ قدیری معصوم، مجتبی؛ دادورخانی، فضیله؛ یدالهی فارسی، جهانگیر؛ ترکشوند، زهرا (۱۳۹۱) تبیین عوامل مؤثر بر توانمندسازی روستاییان در توسعه کارآفرینی مطالعه موردی: بخش‌های زند و سامن شهرستان ملایر، **پژوهش‌های جغرافیای انسانی**، ۸۰ (۲)، صص. ۱۱۹-۱۳۸.
- مقیمی، محمد (۱۳۸۲) سازمان‌های غیردولتی کارآفرین، **فرهنگ مدیریت**، ۸ (۱)، صص. ۹۵-۱۲۴.
- Cowdhury, K. (2007) **Entrepreneurship as an Economic Force in Rural Development**, The Seventh FAO/ REU International Rural Development Summer School, Herrsching, Germany.
- Eimani, S., Hashemi, S. S. (2008) The Entrepreneurship Factor in Sustainable Tourism Development, **Work and Society**, 106 (1), pp. 95-105.
- Hall, J. K., Daneke, G. A., Lenox, M. J. (2010) Sustainable Development and Entrepreneurship: Past Contributions and Future Direction, **Business Venturing**, 25 (5), pp. 439-448.
- Hrivnak, G. A., Sherman, C. L. (2010) The Power of Nascence: Realizing the Potential of Service-Learning in an Unscripted Future, **International Journal of Organizational Analysis**, 18

- (2), pp. 198-215.
- Krueger, N. F. (2007) **What Lies Beneath? The Experiential Essence of Entrepreneurial Thinking**, *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 31 (1), pp.123-138.
- Kulawczuk, L. (1998) **Entrepreneurship: An International Perspective**, Oxford, Jordan Hall, Linacre House.
- Lordkipanidze, M., Han, B., Mikael, B. (2005) The Entrepreneurship Factor in sustainable Tourism Development, *Cleaner Production*, 13 (2), pp. 787-798.
- Merkley, S. (2005) **Local Strategies for Responding to Rural Restructuring: The Role of - Entrepreneurship**, Globalization and Restructuring in Rural America Conference ERS-USDA, Washington, D. C.
- Metha, R. (2008) **Cooperatives Action and Youths Prescriptive Strategy**, International Workshop on Setting up University/ campus Co- operatives. 5, 6 May.
- Poza, E. J. (2007) **Family Business**, Thomson South-Western.
- Robinson, M., Christy, N. (2004) Social Capital, Knowledge Acquisition, and Knowledge Exploitation in Young Technology-Based Firms, *Strategy Management*, 12 (6), pp. 587-590.
- Serpell, A., Ferrada, X. (2007) A Competency-Based Model for Construction Supervisors in Developing Countries, *Personnel Review*, 36 (4), pp. 585-602.