

بررسی و تحلیل زمینه‌های کارآفرینی روستاییان در فرایند توسعه‌ی نواحی روستایی

مطالعه موردی: دهستان براآن جنوبی (شهرستان اصفهان)

محمد رضا رضوانی^{*۱} - محمد نجارزاده^۲

۱. دانشیار دانشکده جغرافیای دانشگاه تهران

۲. کارشناس ارشد رشته جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه تهران

(تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۸۷/۵/۱۹، تاریخ تصویب: ۱۳۸۷/۱۲/۱۲)

چکیده

توجه به کارآفرینی روستایی با نگرشی به مشکلات موجود در این نواحی از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است. در این راستا با رویکرد رفتاری و براساس الگوی فرایندی به بررسی زمینه‌های کارآفرینی پرداخته شده است. بنابراین هدف اصلی این مقاله بررسی و تحلیل میزان آشنایی روستاییان با زمینه‌ها و مهارت‌های کارآفرینی است. ناحیه‌ی مورد مطالعه، "دهستان براآن جنوبی" از بخش مرکزی شهرستان اصفهان است. روش تحقیق، کتابخانه‌ای و میدانی بوده و پس از تعیین شاخص‌ها و متغیرهای تحقیق، با استفاده از پرسش‌نامه محقق ساخته داده‌های لازم گردآوری شده است. بر این اساس با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی، تعداد ۱۵۰ نفر از افراد روستایی واقع در سن فعالیت (۱۵ تا ۶۵ سال) با حداقل سواد راهنمایی بررسی شدند.

نتایج نشان داد که ۲/۳۳ درصد از روستاییان آشنایی خیلی زیاد، ۱۸/۷۶ آشنایی زیاد، ۲۳/۵۶ درصد دارای آشنایی کم و ۵۵/۳۵ درصد آشنایی بسیار کم با زمینه‌ها و مهارت‌های کارآفرینی دارند. این وضع در همه‌ی شاخص‌ها و متغیرهای مطالعاتی کم و بیش یکسان است. در این راستا، آموزش کارآفرینی و آماده‌سازی محیط اجتماعی و اقتصادی روستاها برای جذب نیروی انسانی جوان، متخصص و ماهر به نواحی روستایی و فعالیت‌های کشاورزی می‌تواند به عنوان راه‌کار اصلی در ایجاد و تقویت کارآفرینی این نواحی در راستای توسعه‌ی پایدار بسیار مؤثر باشد.

واژگان کلیدی: کارآفرینی، شاخص‌های کارآفرینی، توسعه‌ی روستایی، استان اصفهان

مقدمه

به طور کلی واژه‌ی کارآفرینی از کلمه فرانسوی *Entrepreneur* به معنای "متعهد شدن" نشأت گرفته است. طبق واژه‌نامه‌ی دانشگاهی وبستر، کارآفرین کسی است که متعهد می‌شود مخاطرات یک فعالیت اقتصادی را سازمان‌دهی، اداره و تقبل کند (احمدپور، ۱۳۷۸: ۴). از نظر پیتر دراگر، کارآفرین کسی است که فعالیت اقتصادی کوچک و جدیدی را با سرمایه خود شروع می‌کند (سعیدی کیا، ۱۳۸۲: ۱۶-۱۷).

هم‌چنین کارآفرینی یک روش تفکر و اقدام است که فرصت ذهن افراد را به خود مشغول کرده و بر اساس آن کل‌گرایی در نگرش و رهبری متعادل به منظور خلق ارزش به وجود می‌آورد (مقیمی، ۱۳۸۳: ۸۱). به عبارت دیگر، کارآفرینی یعنی تمایل به اعمال ریسک‌های حساب شده هم در زمینه‌ی شغلی و هم مالی و سپس انجام هر کاری که برای ایجاد مزیت و امتیاز ممکن است (Ashomre, C., 2004: 1-2).

هیسریچ و همکاران (Hisrich, R., et al 2005) فرایند کارآفرینی را خلق چیزی نو می‌دانند که توأم با صرف وقت و تلاش بسیار و پذیرش خطرات مالی، روحی و اجتماعی برای به دست آوردن منابع مالی، رضایت شخصی و استقلال است؛ نتیجه این فرایند از فعالیت‌های منظمی حاصل می‌شود که خلاقیت و نوآوری را با نیازمندی‌ها و فرصت‌های بازار پیوند می‌دهد (سعیدی کیا، ۱۳۸۲: ۱۹).

بدین ترتیب آن‌ها معتقدند که تقریباً در تمامی تعاریف کارآفرینی سه مقوله‌ی تفکر خلاقانه، بهره‌گیری سازمان یافته از منابع و توانایی پذیرش ریسک یا خطر وجود دارد. علاوه بر این، کرزنر^۱ معتقد است که مشکل اصلی هر جامعه ناشی از عدم درک فرصت هاست و کارآفرینی یعنی آگاهی از فرصت‌های سودآور و کشف نشده است. شومپیتر نیز کارآفرینی را عامل محرک رشد اقتصادی می‌داند و از آن به عنوان پایه و اساس توسعه یاد می‌کند (Sandeep, M. et al. 2007: 163). در مجموع می‌توان گفت

1. Kirzner

کارآفرینی فرایندی است که فرد کارآفرین با ایده‌های نو و خلاق و شناسایی فرصت‌های جدید با بسیج منابع، مبادرت به ایجاد کسب و کار و شرکت‌های نو، سازمان‌های جدید، نوآور و رشد یابنده کرده که توأم با پذیرش مخاطره و ریسک بوده و منجر به معرفی، توسعه‌ی محصول یا خدمت جدیدی به جامعه می‌شود.

کارآفرینی روستایی در اصل هیچ تفاوتی با مفهوم عام کارآفرینی ندارد. فقط شرایط خاص مناطق روستایی از جمله بالاتر بودن ریسک، کمبود امکانات و ضعف مدیریت در این نواحی باعث می‌شود که زمینه‌های کارآفرینی در این نواحی متفاوت با سایر نواحی و فعالیت‌ها باشد. به هر حال کارآفرین روستایی به دنبال شناسایی فرصت‌های جدید، نوآوری و خلاقیت در فعالیت‌های کشاورزی و غیر کشاورزی، کاربری اراضی و استفاده‌ی بهینه، متنوع و نوآورانه در راستای توسعه‌ی روستایی است.

به‌طور کلی یکی از عوامل مؤثر در توسعه‌ی روستایی، کارآفرینی است، زیرا کارآفرینی می‌تواند با خلق فرصت‌های جدید اشتغال و درآمد، نقش مؤثری در بهبود وضع اقتصادی و معیشتی روستاها داشته باشد. به همین دلیل سنجش میزان کارآفرینی روستاییان و تلاش برای توسعه و تقویت کارآفرینی در فرایند توسعه‌ی روستایی از طریق فراهم کردن زمینه‌های اولیه‌ی آن از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

هر چند کارآفرینی می‌تواند آثار مثبت متعددی در جوامع روستایی داشته باشد، ولی خود نیز به‌عنوان یک پدیده اجتماعی-اقتصادی و فرهنگی وابسته، متأثر از زمینه‌ها، عوامل و مهارت‌های مختلفی است. در واقع ظهور کارآفرینی در یک جامعه وابسته به زمینه‌ها و عواملی است که در شکل‌گیری آن تأثیر ویژه دارند.

بنابراین سؤال‌های اصلی تحقیق حاضر این است که:

۱. با توجه به زمینه‌ها و عوامل مؤثر بر تحقق کارآفرینی و هم‌چنین با توجه به ویژگی‌های افراد کارآفرین، آیا تجربه‌ی کارآفرینی در جامعه‌ی مورد مطالعه دیده می‌شود؟

۲. تا چه حد زمینه‌ها و مهارت‌های لازم برای تحقق کارآفرینی در این جامعه وجود

دارد؟

کارآفرینی و توسعه روستایی

نواحی روستایی به دلیل شرایط خاص اکولوژیکی و اقتصادی-اجتماعی، با مسائل و مشکلات متعدد و متنوعی مواجه‌اند که فقر و محرومیت از مهم‌ترین آن‌ها محسوب می‌شود. با توجه به نقش‌های متعددی که روستاها در فرایند توسعه ملی به ویژه در زمینه تأمین مواد غذایی بر عهده دارند، رشد و توسعه این نواحی اهمیت و ضرورت زیادی دارد (رضوانی، ۱۳۸۳: ۱۲).

در این راستا اندیشمندان و سیاست‌گذاران کشورهای مختلف نسبت به توسعه روستایی و رفع مشکلات و معضلات آن‌ها توجه ویژه دارند. امروزه صاحب‌نظران بین‌المللی بر این باورند که جدا از سیاست‌ها و استراتژی‌های کلان توسعه و توسعه اقتصادی، باید به طور ویژه و مشخص به امر توسعه روستاها و ریشه‌کنی فقر گسترده‌ی حاکم بر آن‌ها نیز پرداخت (میرزا امینی، ۱۳۸۳).

به‌طور کلی مشکلات و معضلات روستاها در نقاط مختلف جهان ناشی از دو مسأله‌ی اساسی است: یکی کمبود امکانات اجتماعی (ضعف زیرساخت) و دیگری کمبود درآمد (ضعف اقتصادی). از جمله امکانات اجتماعی می‌توان به خدمات بهداشتی، آموزشی، بیمه و تأمین اجتماعی، خطوط ارتباطی (حمل و نقل و مخابرات)، امنیت، آب آشامیدنی، سوخت، برق و مانند آن اشاره کرد. اگرچه بسیاری از دولت‌ها برنامه‌های گسترده و پرهزینه‌ای را برای بهبود این زیرساخت‌ها انجام داده‌اند- مانند دولت ایران- اما بررسی‌ها نشان می‌دهد که این امر خود به تنهایی نتوانسته معضلات زندگی روستایی را حل کرده، آنان را از فقر برهاند و سیل مهاجرت از روستا به شهر را کاهش دهد (McMullan, 1983: 36).

کمبود درآمد عامل مهمی است که اگر برای آن چاره اندیشی نشود باعث می‌شود طرح‌های توسعه روستایی به ثمر نرسد و روستاها توسعه نیابند.

کمبود درآمد روستاییان ناشی از چند عامل است:

۱. افزایش جمعیت روستاییان (مقدار مطلق)؛

۲. بیکاری (کامل یا فصلی)؛

۳. بهره‌وری پایین افراد و منابع؛

۴. عدم جذابیت روستاها برای سرمایه‌گذاری.

۵. نامناسب بودن فضای کسب و کار در روستاها.

پژوهش‌های مختلف نشان داده است که از جمله مهم‌ترین اهداف توسعه‌ی اقتصادی - چه در شهرها و چه در روستاها- ایجاد اشتغال و مهم‌ترین سازوکار و ابزار آن، کارآفرینی است. کارآفرینی باعث کاهش بیکاری و افزایش بهره‌وری افراد و منابع، و در نتیجه افزایش درآمد مردم جامعه می‌شود.

اگرچه کارآفرینی خصوصی تنها راه کار اشتغال‌زایی و افزایش درآمدهای مردم روستایی نیست، اما قطعاً بهترین و بهره‌ورترین نوع آن است. اقتصاددانان این امر را مهم‌ترین عامل توسعه‌ی اقتصادی روستاها دانسته و سیاست‌مداران آن را یک راهبرد کلیدی برای جلوگیری از اغتشاشات و ناآرامی‌ها در روستاها می‌دانند. هم‌چنین کشاورزان و روستاییان آن را ابزاری برای بهبود درآمد خویش و زنان آن را امکانی برای اشتغال در مجاورت محل سکونت خود که می‌تواند خودکفایی، استقلال و کاستن از نیازهای اجتماعی آنان را در پی داشته باشد، می‌دانند (Laukkanen, 2003, 372).

تجربیات توسعه‌ی روستایی در کشورهای مختلف جهان در چند دهه‌ی گذشته نشان می‌دهد که این مهم با تزریق سرمایه و فناوری تحقق نمی‌یابد، بلکه عوامل بسیاری در این زمینه نقش دارند. امروزه توجه به روحیه‌ی کارآفرینی بین روستاییان و از جمله کشاورزان از مهم‌ترین راه کارهای توسعه روستایی محسوب می‌شود. اهمیت کارآفرینی در توسعه‌ی روستایی از آن‌جا ناشی می‌شود که فرد کارآفرین می‌تواند با شناسایی فرصت‌ها و مشکلات موجود، به ابداع راه کارهای نوین در جهت رشد و توسعه همت گمارد. بدین ترتیب کارآفرینی می‌تواند از طریق ایجاد اشتغال، بهبود کیفیت زندگی، توزیع مناسب درآمد و بهره‌برداری بهینه از منابع، نقش مهمی در توسعه‌ی روستایی داشته باشد (حسینی و سلیمان‌پور، ۱۳۸۵).

کارآفرینی می‌تواند فرصت‌های جدیدی را برای کارآفرینان ایجاد کند تا درآمد و سرمایه خود را افزایش دهند. هم‌چنین با ایجاد مؤسسات جدید و کسب و کارهای

کوچک و متوسط، استانداردهای زندگی در جوامع روستایی را بهبود بخشد (Henley, 2002).

به هر حال کارآفرینی روستایی در پی یافتن ترکیبی مناسب از منابع برای فعالیت‌های اقتصادی اعم از کشاورزی و غیرکشاورزی برای دستیابی به بیشترین سود ممکن است. کارآفرینی روستایی اساساً تفاوتی با کارآفرینی در شهر ندارد جز این که باید آن را در فضای روستا تصور کرد. کارآفرینی می‌تواند تجارت و کسب و کار را در مشاغل کشاورزی و غیر کشاورزی گسترش دهد.

بنابراین کارآفرین روستایی فردی است که برای ماندن در مناطق روستایی و کمک به تأمین بهداشت و سلامت محلی آماده‌ی فعالیت است (پترین، ۱۳۸۱: ۳۵).

پترین کارآفرینی روستایی را مجموع سه گزاره زیر تعریف می‌کند:

۱. نیرویی که سایر منابع را برای پاسخ‌گویی به تقاضاهای بی‌پاسخ در بازار بسیج می‌کند؛

۲. توانایی خلق و ایجاد چیزی از هیچ؛

۳. فرایند خلق ارزش به وسیله امتزاج مجموعه‌ی واحدی از منابع در راستای بهره‌گیری از یک فرصت.

آنچه در مجموع می‌توان برای تعریف مقوله‌ی کارآفرینی روستایی به کار برد عبارت است از:

«به کارگیری نوآورانه‌ی منابع و امکانات روستا برای خلق فرصت‌های کسب و کار» (پترین، ۱۳۸۱).

با توجه به مفهوم کارآفرینی روستایی، کارآفرینان روستایی دارای ویژگی‌های خاصی هستند که مهم‌ترین آن‌ها عبارت است از:

- آنان توانایی هماهنگی میان مردم، شیوه‌ها و فنون مختلف برای بهبود تغییرات محیط را داشته و در محافظت از محیط طبیعی کوشا هستند.
- افرادی خلاق و ریسک‌پذیر هستند.
- با تغییرات رشد می‌کنند و با اتفاقات غیر مترقبه کنار می‌آیند.

- در تحقق بخشیدن به دیدگاه‌ها و ایده‌های خود بسیار مصمم و قاطع هستند.
- از اتخاذ تصمیم‌های جست‌وجوگرانه و پیش‌رونده لذت می‌برند.
- علاوه بر کشاورزی به توسعه‌ی فعالیت‌های دیگر نیز همت می‌گمارند.
- در پی توسعه‌ی فعالیت اقتصادی از طریق بهبود کیفیت و توسعه‌ی بازار هستند.

امروزه در بسیاری از کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه، کارآفرینی روستایی به عنوان راهبردی برای توسعه‌ی اقتصادی و اجتماعی روستاها مطرح است. مثلاً در کشور سوئد اتحادیه‌ی اقتصاد روستایی و جوامع کشاورزی یکی از سازمان‌هایی است که در زمینه‌ی توسعه‌ی کارآفرینی فعالیت می‌کند. این سازمان هشتصد عضو دارد و هدف آن توسعه‌ی کارآفرینی روستایی و ایجاد محیطی بهتر در شهرها و حومه‌ی آن-هاست. به‌طور کلی این سازمان مرکب از ۲۵۰ مشاور با صلاحیت‌های مختلف است که دانش فنی را بر اساس مطالعات و تحقیقات تجربی توسعه و انتقال می‌دهند (احمدپور، ۱۳۸۳: ۲۹۹).

در کشور چین کارآفرینی از طریق خود اشتغالی نقش مهمی در توسعه‌ی روستایی داشته است. طبق بررسی‌های انجام شده در سال‌های ۱۹۹۵-۱۹۹۸، خود اشتغالی سریع‌ترین رشد بخش غیر کشاورزی در روستاهای این کشور بوده و حدود سی میلیون نفر از این طریق مشغول به کار شده‌اند (Sandeep, M et al. 2007:163).

زمینه‌های استفاده از کارآفرینی در نواحی روستایی بسیار گسترده و متنوع است. در واقع این نواحی، محیط بکری برای بروز کارآفرینی محسوب می‌شوند. فعالیت‌های مربوط به بخش کشاورزی از جمله زراعت، باغداری، پرورش انواع دام و طیور، زنبور عسل و فعالیت‌های جنگل‌داری، آبخیزداری و حفظ منابع طبیعی، حفظ محیط زیست، توسعه‌ی صنایع روستایی (صنایع دستی، خانگی، کارگاهی و کارخانه‌ای)، گردش‌گری روستایی، مسکن روستایی و بهسازی محیط روستاها مهم‌ترین زمینه‌های بروز کارآفرینی در نواحی روستایی است. در واقع کلیه اقدامات و فعالیت‌هایی که می‌تواند به طور مستقیم یا غیر مستقیم به ایجاد اشتغال و افزایش درآمد و بهره‌برداری مطلوب و پایدار به طور کلی به بهبود کیفیت زندگی در نواحی روستایی یاری رسانند در قلمرو کارآفرینی روستایی قرار می‌گیرند.

زمینه‌ها و عوامل مؤثر بر کارآفرینی

تقویت کارآفرینی در جامعه اهمیت زیادی داشته و بر مبنای پژوهش‌ها این امر می‌تواند عامل بسیار مهمی برای رشد اقتصادی باشد. مطالعات تجربی نیز نشان داده که تفاوت‌های موجود در نرخ رشد اقتصادی از طریق تفاوت‌های نرخ کارآفرینی قابل تبیین است. برای مثال رینالدز و کمپ (۱۹۹۹) نشان دادند که $\frac{2}{3}$ تفاوت‌ها در نرخ رشد اقتصادی به دلیل تفاوت در نرخ کارآفرینی است (Russel S. Sobel and Kerry A. King, 2008: 431).

هم‌چنین نتایج حاصل از مطالعات تطبیقی پروژه‌ی دیده‌بان جهانی کارآفرینی (GEM) نشان می‌دهد که ارتباط مثبت و معناداری بین فعالیت‌های کارآفرینانه و رشد اقتصادی وجود دارد؛ به همین دلیل کشورهای که از فعالیت‌های کارآفرینانه‌ی مطلوب بی‌بهره‌اند رشد اقتصادی پایینی دارند (Markley, 2005).

کارآفرینی به عنوان یک پدیده‌ی مهم اجتماعی تحت تأثیر عوامل مختلفی قرار دارد. برخی صاحب‌نظران شرایط اقتصادی را موجب کارآفرینی دانسته و معتقدند که کارآفرینی نیروی اصلی توسعه‌ی اقتصادی محسوب شده و تغییر و نوآوری، رشد و تولید خدمات را به همراه دارد (Lordkipanidze et al, 2005: 787). در مقابل، روان‌شناسان با بررسی ویژگی‌های شخصیتی و با تفاوت قائل شدن بین کارآفرینان، مدیران و غیر کارآفرینان، به بررسی ویژگی‌های روان‌شناختی کارآفرینان می‌پردازند. از مهم‌ترین ویژگی‌های مورد توافق آنان می‌توان به توفیق‌طلبی، تمایل به پذیرش مخاطره، تحمل ابهام، استقلال‌طلبی، مرکز کنترل درونی، انرژی زیاد، انگیزه و تعهد اشاره کرد (گلرد، پروانه ۱۳۸۴: ۱۰۲-۱۰۶). اما جامعه‌شناسان کارآفرینی را یک پدیده‌ی اجتماعی در نظر گرفته و به بررسی رابطه‌ی متقابل بین کارآفرینان و سایر بخش‌ها و گروه‌های جامعه می‌پردازند. دانشمندان مدیریت نیز به تشریح مدیریت کارآفرینی و ایجاد جو و محیط کارآفرینانه در سازمان‌ها توجه دارند (Kiesner, 1985: 24).

جامعه‌شناسان و دانشمندان علوم مدیریت با در نظر گرفتن ویژگی‌های فرد

کارآفرین و با استفاده از رویکرد رفتاری، کارآفرینی را فرایندی معرفی می‌کنند که سرانجام به ایجاد کسب و کارهای جدید می‌انجامد. از جمله مهم‌ترین عوامل مورد بررسی در رویکرد رفتاری، می‌توان به سوابق و تجربیات فردی، و همچنین به تاثیرات محیطی - فرهنگی بر فرد اشاره کرد.

عوامل محیطی به صورت زیرساخت‌های محیطی، درجه‌ی آشفستگی محیطی و تجربیات محیطی شخصی افراد جامعه، در کارآفرینی نقش دارند. در این راستا می‌توان به ارتباط بین فرهنگ ملی با کارآفرینی نیز اشاره کرد. تأثیر فرهنگ در کارآفرینی به صورت فرایندی که شامل ورودی‌ها، سازه‌های اجتماعی و شواهد و نشان‌گرهاست خود را نشان می‌دهد.

توجه به عوامل محیطی به عنوان عوامل مؤثر در ایجاد سازمان‌های جدید در چارچوب رویکرد رفتاری مطرح شد. در رویکرد رفتاری علاوه بر ویژگی‌ها شخصیتی که در رویکرد ویژگی‌ها مورد تأکید است، عوامل محیطی و ویژگی‌های رفتاری فرد نیز مورد توجه است (آراستی، ۱۳۸۵: ۹۷-۱۰۲).

فوجل و نیاوالی^۱ در ساختاری که از شرایط محیطی مؤثر بر ایجاد کسب و کارهای جدید ارائه دادند، بر نگرش عمومی به کارآفرینی، حضور کارآفرینان مجرب، الگوهای نقش موفق، وجود افراد با ویژگی‌های کارآفرینانه و شناخت عملکردهای کارآفرینانه به عنوان شرایط فرهنگی و اجتماعی مؤثر در ایجاد کسب و کارهای جدید اشاره کرده‌اند.

در این زمینه برخی کارآفرینی را یک متغیر میانجی می‌دانند و از ویژگی تسریع کنندگی برای توصیف کارآفرینی در توسعه‌ی اقتصادی استفاده می‌کنند. آن‌ها معتقدند که کارآفرینی به عنوان یک تسریع‌کننده، جرقه‌ی رشد و توسعه اقتصادی را فراهم می‌کند. در نظر این دسته از اندیشمندان چهار دسته از عوامل در ظهور کارآفرینی حایز اهمیت هستند.

1. Fogel and Gneyawali

- عوامل اقتصادی مانند: مزایای بازار و فراهم بودن سرمایه؛
- عوامل اجتماعی و فرهنگی مانند مقبولیت کارآفرینی از لحاظ فرهنگی، حرکات اجتماعی، امنیت و عواملی نظیر طبقات اجتماعی، قدرت و کنترل، تجربه کاری، نقش سرمشق، شرایط زندگی کودک، ویژگی‌های مرتبط با سابقه‌ی فرد، سن و جایگاه مورد انتظار (جعفر زاده و بازرگان، ۱۳۸۳: ۲۱۰).
- عوامل روانشناختی مانند استقلال، نیاز به موفقیت، مرکز کنترل درونی، تحمل ابهام، خود اتکایی، حل خلاق مسائل و تفکر خلاق، انگیزه‌ها و مخاطره پذیری.
- ترکیب عوامل تولید برای ایجاد تغییر در تولید محصولات و خدمات (Martin, 1992: 51-65).

از دیگر تلاش‌های دانشمندان اجتماعی در زمینه‌ی تبیین عوامل مؤثر بر کارآفرینی، ارائه‌ی نظریه‌ی شبکه‌های اجتماعی است. طبق این دیدگاه کارآفرینی فرایندی است که در شبکه‌ای از روابط اجتماعی واقع شده، این روابط می‌توانند روابط کارآفرین را با منابع و فرصت‌ها محدود یا تسهیل کنند (احمدپور، ۱۳۷۸: ۳۱).

الگوی ارائه شده توسط دکتر احمدپور کارآفرینی را به شکل یک فرایند سیستمی معرفی می‌کند که از یک درون دادها (توانایی‌های فردی، عوامل سازمانی و عوامل محیطی)، میان دادها (مراحل شکل‌گیری تفکر، مرحله‌ی تدوین بر پایه‌ی فعالیت‌های کاری و اجرای تفکر) و برون دادها (توفیق در انواع نوآوری‌ها، توفیق در ایجاد انواع واحدها در درون شرکت و میزان رشد در زمینه‌های مختلف) تشکیل شده است (احمد پور، ۱۳۸۱: ۲۱۰-۲۲۸). بنابراین با توجه به ویژگی‌ها یا رفتار کارآفرینان، دو دسته عوامل توسط محققین ارائه شده است. اول مدل‌های محتوایی که بر مبنای نظر روان‌شناسان تدوین شده و دوم مدل‌های فرایندی که بر اساس فعالیت‌های کارآفرینان، با در نظر گرفتن عوامل محیطی و تأثیر آن بر کارآفرین شکل یافته است.

محیط کارآفرینی از عواملی ترکیب یافته است که در توسعه‌ی کارآفرینی نقش دارند. عوامل کلان اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و سیاسی در تمایل و توانایی افراد برای انتخاب فعالیت‌های کارآفرینی مؤثرند. توسعه‌ی کارآفرینی با توجه به شاخص‌های رشد،

ایجاد و نوآوری تبیین شده و عوامل مؤثر در چهار حوزه‌ی فردی، شبکه‌ای، سازمانی و محیطی در نظر گرفته شده است.

امروزه در همه‌ی جوامع ایجاد و تقویت کارآفرینی با توجه به اهمیت آن در فرایند توسعه، کم و بیش مورد تأکید است. دیدگاه‌ها و روش‌های مختلفی برای ارتقای آن ارائه شده که بر حسب شرایط هر جامعه می‌توان از آن‌ها بهره گرفت. ولی محققان متعددی مانند بومل^۱ (۱۹۹۰) بوتکه و کوین^۲ (۲۰۰۱، ۲۰۰۳) و نیز گرفت و سوبل^۳ (۲۰۰۵) دریافتند که بهترین شیوه‌ی تقویت کارآفرینی از طریق ایجاد نهادها و مؤسسه‌ها است و برنامه‌های دولتی نقش کم‌تری در این زمینه دارند (Russel S. Sobel and Kerry A. King, 2008:431).

در تحقیق حاضر با توجه به دیدگاه‌های موجود در زمینه کارآفرینی، هم‌چنین با توجه به رویکرد رفتاری به مقوله‌ی کارآفرینی و بر اساس الگوی فرایندی که در آن سوابق و تجربه‌های فردی و تأثیرات محیطی بر کارآفرینی تأثیر گذار هستند به بررسی و تحلیل زمینه‌های کارآفرینی روستاییان در ناحیه‌ی مورد مطالعه پرداخته می‌شود.

روش‌شناسی تحقیق

این نوشته یک پژوهش کاربردی است که به شیوه‌ی توصیفی تحلیلی نگاشته شده است. شیوه‌ی گردآوری داده‌ها از نوع اسنادی و میدانی است به نحوی که برای مبانی نظری از روش تحقیق کتابخانه‌ای و برای جمع‌آوری داده‌ها از روش میدانی پرسش‌نامه استفاده شده است. پژوهش حاضر با توجه به ملاک گردآوری داده‌ها و با توجه به این که به دنبال ارزیابی و قضاوت در مورد وضعیت موجود است و به کاربرد یافته‌های خود توجه داشته و شرایط موجود را هم توصیف می‌کند، تحقیق توصیفی از نوع پیمایشی است.

-
1. Baumol
 2. Boettke and Coyne
 3. Kreft and Sobel

با نگرشی به سئوال‌های تحقیق و با در نظر گرفتن ویژگی‌های افراد کارآفرین، شاخص‌ها و متغیرهای مطالعاتی در زمینه‌ی کارآفرینی، مشخص شده و در قالب ۳۱ گویه در یک پرسش‌نامه تنظیم شد. با استفاده از روش آلفای کرونباخ میزان پایایی آن در سطح ۰/۷۱ به دست آمده و تأیید شد. همچنین به دلیل این که تاکنون از این شاخص‌ها و متغیرها به‌طور گسترده در مطالعات کارآفرینی استفاده شده است اطمینان لازم به روایی آن‌ها وجود دارد.

شیوه‌ی نمونه‌گیری بر اساس روش تصادفی است، به این ترتیب که در مرحله‌ی اول از بین ۲۵ روستای دهستان، پنج روستا با روش نمونه‌گیری طبقه‌بندی و انتخاب شدند و در مرحله‌ی دوم از بین جمعیت ۱۵ تا ۶۵ سال این روستاها، بر اساس روش کوکران، ۱۵۰ نفر به عنوان حجم نمونه‌ی نهایی مشخص شده و با روش تصادفی برگزیده شدند. برای تحلیل داده‌ها، پس از جمع‌آوری آن‌ها از روش‌های آماری استفاده شد. برای تسریع و تسهیل تحلیل داده‌های مأخوذه، هر یک از مؤلفه‌ها کدگذاری و سپس با استفاده از نرم‌افزار آماری SPSS، داده‌های کسب شده پردازش شدند. برای تبیین و تحلیل داده‌ها و پاسخ به سئوال‌های تحقیق، ابتدا با استفاده از روش آمار توصیفی به استخراج فراوانی و درصد آن پرداخته شد و نتایج فراوانی هر یک از سئوال‌ها در قالب جداول ترسیم و ارائه شدند. از روش‌های آمار استنباطی نیز مانند آزمون کولموگروف-اسمیرنوف Sample K-S، (خی دو تک متغیری کای اسکوئر) استفاده شد.

ناحیه‌ی مورد مطالعه

دهستان برآآن جنوبی از توابع شهرستان اصفهان و مساحت آن حدود ۳۳۴ کیلومتر مربع است که ۶۷/۳۹ درصد از جلگه‌ی برآآن را به خود اختصاص داده است. این دهستان از شمال به رودخانه‌ی زاینده‌رود و برآآن شمالی، از جنوب به کوه‌های کلاه قاضی و بخش مرکزی شهرستان شهرضا، از شرق به بخش جرقویه و کوهپایه و از طرف غرب نیز به دهستان کرارج از بخش مرکزی شهرستان اصفهان محدود می‌شود (استانداری اصفهان، ۱۳۷۲).

جمعیت کل دهستان در سال ۱۳۷۵ برابر با ۱۳۲۴۱ نفر بوده، که از این تعداد ۷۳۵۱ نفر در سن فعالیت یعنی ۱۵ تا ۶۴ سال قرار داشته‌اند. از این تعداد ۳۷۷۰ نفر مرد و ۳۵۸۱ نفر زن بوده‌اند. رشد جمعیت دهستان برآن جنوبی به ترتیب در دهه‌ی ۱۳۵۵-۱۳۶۵ و ۱۳۶۵-۱۳۷۵ به ترتیب ۴/۴ و ۰/۵ درصد بوده است.

در دهستان برآن جنوبی ۶۴ درصد از جمعیت شاغل در بخش کشاورزی هستند که بیشترین سهم در اشتغال را به خود اختصاص داده‌اند، صنعت با ۲۷ درصد و خدمات با ۹ درصد در رده‌های بعدی قرار دارند. مقایسه‌ی شاغلان ناحیه‌ی مورد مطالعه در بخش‌های مختلف نشان می‌دهد که درصد شاغلان بخش کشاورزی نسبت به بخش‌های دیگر بیش‌تر بوده و این امر حاکی از توان‌مندی بالای این بخش نسبت به بخش‌های صنعت و خدمات است. هم‌چنین تعداد بیکاران برابر با ۱۷۰ نفر است که از این تعداد ۱۱۹ نفر مرد و ۵۱ نفر زن هستند.

دهستان برآن جنوبی در مجموع دارای ۲۵ آبادی است که بر اساس نمونه‌گیری انجام شده، از این تعداد پنج روستا مورد پرسش قرار گرفت. این روستاها عبارت بودند از: "پيله‌وران، رحيم‌آباد، روران، زيار و ليان". جمعیت هر یک به ترتیب ۱۹۰۳، ۴۶۶، ۱۶۵۰، ۳۳۶۴ و ۲۱۷ نفر است. جمعیت فعال این روستاها هم به ترتیب برابر است با ۶۰۵، ۲۶۲، ۹۱۹، ۱۸۵۵ و ۱۱۷ نفر که در مجموع برابر است با ۳۷۵۸ نفر (مرکز آمار ایران ۱۳۷۵). در انتخاب روستاها نیز سعی شده که روستاهایی با ویژگی‌های جمعیتی و فیزیکی متفاوت انتخاب شود.

یافته‌های تحقیق

یافته‌های حاصل از استخراج و پردازش داده‌ها در جداول شماره ۱ تا ۷ مشخص شده و بر حسب هر یک از شاخص‌ها و زمینه‌های اصلی کارآفرینی به شرح زیر بررسی می‌شود.

زمینه‌های فردی کارآفرینی

بر اساس جدول شماره‌ی (۱)، زمینه‌های فردی کارآفرینی در ۷۳/۳ درصد از

روستاییان ناحیه‌ی مورد مطالعه در حد کم و خیلی کم و در ۲۶/۷ درصد آن‌ها در حد زیاد و خیلی زیاد بوده است. هم‌چنین حدود ۲۵/۳ درصد روستاییان در طول زندگی خود کار جدید و ابتکاری در حد کم و ۷۴/۷ درصد آن‌ها در حد خیلی کم داشته‌اند. در بین متغیرهای این شاخص، بهترین وضع مربوط به متغیرهای فعالیت اقتصادی در دوران کودکی و نوجوانی، و تماشای تلویزیون و بدترین شرایط مربوط به متغیرهای مطالعه‌ی روزنامه، پی‌گیری اخبار، آشنایی با رایانه و اینترنت و استفاده از آن است. این وضعیت بیش از هر چیز نشان دهنده‌ی عدم دسترسی روستاییان به امکانات یادشده است.

جدول ۱. زمینه‌های فردی کارآفرینی روستاییان در ناحیه‌ی مورد مطالعه

شاخص	متغیر	خیلی زیاد	زیاد	کم	خیلی کم	جمع	
						تعداد	درصد
زمینه‌های فردی کارآفرینی	فعالیت اقتصادی در کودکی و نوجوانی	۴	۷۴	۵۲	۲۰	۱۵۰	۱۰۰
	کار جدید و ابتکاری	۰	۰	۳۸	۱۱۲	۱۵۰	۱۰۰
	تماشای تلویزیون	۲	۷۶	۵۸	۱۴	۱۵۰	۱۰۰
	مطالعه روزنامه	۴	۲۰	۶۸	۵۸	۱۵۰	۱۰۰
	پی‌گیری اخبار	۴	۳۶	۹۰	۲۰	۱۵۰	۱۰۰
	آشنایی با رایانه	۸	۲۸	۴۸	۶۶	۱۵۰	۱۰۰
	آشنایی با اینترنت	۴	۲۸	۵۰	۶۸	۱۵۰	۱۰۰
	استفاده از اینترنت	۴	۲۸	۵۰	۶۸	۱۵۰	۱۰۰
میانگین (درصد)						۲/۵۰	۲۴/۲۰
						۳۷/۸۰	۳۵/۵۰

زمینه‌های زیرساختی کارآفرینی

داده‌های جدول شماره‌ی (۲) حاکی از آن است که زمینه‌های زیرساختی کارآفرینی در ۵۲/۳۶ درصد روستاییان مورد مطالعه، در حد کم و خیلی کم و در ۴۷/۶۴ درصد آن‌ها در حد زیاد و خیلی زیاد بوده است. متغیرهای مربوط به زمینه‌های افزایش فعالیت‌های اقتصادی (کشاورزی، صنعت و خدمات) شرایط خوبی داشته و بین حداقل و ۶۲/۷ و ۷۳/۳ درصد روستاییان، این زمینه‌ها را زیاد و خیلی زیاد ذکر کرده‌اند.

جدول ۲. زمینه‌های زیرساختی کارآفرینی در ناحیه مورد مطالعه از دیدگاه روستاییان

شاخص	متغیر	خیلی زیاد	زیاد	کم	خیلی کم	جمع	
						تعداد	درصد
زمینه‌های زیرساختی کارآفرینی	زمینه‌های افزایش فعالیت کشاورزی	۱۰	۱۰۰	۳۴	۶	۱۵۰	۱۰۰
	زمینه‌های افزایش فعالیت صنعتی	۱۴	۹۶	۳۴	۶	۱۵۰	۱۰۰
	زمینه‌های افزایش فعالیت خدماتی	۱۴	۸۰	۵۰	۶	۱۵۰	۱۰۰
	امکان دسترسی به اینترنت	۰	۳۰	۴۲	۷۸	۱۵۰	۱۰۰
	امکان دسترسی به روزنامه	۰	۲۴	۴۸	۷۸	۱۵۰	۱۰۰
	امکان دریافت وام	۰	۳۶	۶۲	۵۲	۱۵۰	۱۰۰
میانگین (درصد)		۴/۴۸	۴۳/۱۶	۳۱/۸۴	۲۰/۵۲	۱۰۰	

فراهم بودن زمینه‌ی افزایش انواع فعالیت‌های اقتصادی در این ناحیه، قابلیت مناسبی را برای کارآفرینی ایجاد کرده است. در مقابل، عدم دسترسی به روزنامه، اینترنت هم‌چنین عدم امکان دریافت وام، گویای محدودیت این خدمات در نواحی روستایی برای کارآفرینی است.

آشنایی با مهارت‌های کارآفرینی

درباره متغیرهای آشنایی با مهارت‌های کارآفرینی، حدود ۸۶/۱ درصد روستاییان مورد مطالعه، دارای آشنایی کم و خیلی کم و تنها ۱۳/۹ درصد آن‌ها دارای آشنایی زیاد و خیلی زیاد بوده‌اند (جدول شماره‌ی ۳). این وضعیت کم و بیش در باره‌ی همه‌ی متغیرها وجود داشته و تفاوت چندانی بین آن‌ها دیده نمی‌شود. در این زمینه هر چند برخی مهارت‌ها ذاتی بوده و با ویژگی‌های شخصیتی روستاییان مرتبط است، اما اکثر این مهارت‌ها اکتسابی بوده و از طریق آموزش و یادگیری اجتماعی قابل دست‌یابی است.

آشنایی با مهارت‌های تدوین کسب و کار

از لحاظ آشنایی با مهارت‌های تدوین طرح کسب و کار، طبق جدول شماره‌ی (۴) حدود ۸۸/۵۳ درصد روستاییان با متغیرهای مربوط به تدوین طرح کسب و کار آشنایی کم و خیلی کم و تنها ۱۱/۴۷ درصد آن‌ها آشنایی زیاد و خیلی زیاد دارند. این وضع در همه‌ی متغیرهای مربوط به این شاخص تفاوت چندانی با یک‌دیگر ندارد. با این حال

به طور نسبی بهترین وضع، مربوط به متغیر تدوین گزارش کسب و کار و بدترین شرایط، مربوط به قوانین کار و امکان سنجی اقتصادی است.

جدول ۳. میزان آشنایی روستاییان با مهارت‌های کارآفرینی در ناحیه‌ی مورد مطالعه

شاخص	متغیر	خیلی زیاد	زیاد	کم	خیلی کم	جمع	
						تعداد	درصد
آشنایی با مهارت‌های کارآفرینی	خطرپذیری	۰	۲۲	۴۰	۸۸	۱۵۰	۱۰۰
	نوآوری	۰	۲۲	۴۰	۸۸	۱۵۰	۱۰۰
	تشخیص فرصت‌ها	۰	۲۲	۲۴	۱۰۴	۱۵۰	۱۰۰
	هشیارگی کارآفرینانه	۴	۱۴	۲۰	۱۱۲	۱۵۰	۱۰۰
	مبانی کسب و کار	۴	۱۸	۳۵	۹۲	۱۵۰	۱۰۰
	بازاریابی	۰	۲۲	۳۴	۹۴	۱۵۰	۱۰۰
	ایجاد کسب و کارهای کوچک	۴	۱۴	۲۸	۱۰۴	۱۵۰	۱۰۰
	ایجاد و پرورش مهارت	۴	۱۸	۱۶	۱۱۲	۱۵۰	۱۰۰
میانگین (درصد)		۱/۵۱	۱۲/۳۹	۱۸/۷۷	۶۷/۳۳	۱۰۰	۱۰۰

جدول ۴. میزان آشنایی روستاییان با مهارت‌های تدوین طرح کسب و کار در ناحیه‌ی مورد مطالعه

شاخص	متغیر	خیلی زیاد	زیاد	کم	خیلی کم	جمع	
						تعداد	درصد
تدوین آشنایی با مهارت‌های کار طرح کسب و کار	تدوین گزارش کسب و کار	۴	۱۸	۱۸	۱۱۰	۱۵۰	۱۰۰
	قوانین کار	۴	۱۰	۲۴	۱۱۲	۱۵۰	۱۰۰
	امکان سنجی اقتصادی	۴	۱۰	۳۴	۱۰۲	۱۵۰	۱۰۰
	امکان سنجی فنی	۴	۱۴	۴۴	۸۸	۱۵۰	۱۰۰
	تجربه راه اندازی کار	۴	۱۴	۲۸	۱۰۴	۱۵۰	۱۰۰
میانگین (درصد)		۲/۶۶	۸/۸	۱۹/۷۳	۶۸/۸۱	۱۰۰	۱۰۰

آشنایی با مهارت‌های ایجاد کسب و کار کوچک

بر اساس داده‌های جدول شماره‌ی (۵)، حدود ۸۶/۶۷ درصد روستاییان با مهارت‌های ایجاد کسب و کار کوچک آشنایی کم و خیلی کم دارند و تنها ۱۳/۳۳ درصد آن‌ها با این موضوع آشنایی زیاد و خیلی زیاد دارند. این موضوع در هر دو متغیر مورد بررسی،

نسبتاً مشابه است. به هر حال ماهیت این مهارت‌ها در زمینه‌ی کارآفرینی به گونه‌ای است که فقط با آموزش روستاییان قابل ارتقا است.

جدول ۵. میزان آشنایی روستاییان با مهارت‌های ایجاد کسب و کار کوچک

شاخص	متغیر	خیلی زیاد	زیاد	کم	خیلی کم	جمع	
						تعداد	درصد
کار کوچک ایجاد کسب و آشنایی با مهارت‌های	چگونگی تاسیس کسب و کار	۰	۱۸	۲۴	۱۰۸	۱۵۰	۱۰۰
	چگونگی خرید سهام	۴	۱۸	۱۶	۱۱۲	۱۵۰	۱۰۰
میانگین (درصد)		۱/۳۳	۱۲	۱۳/۳۴	۷۳/۳۳		۱۰۰

آشنایی با منابع کسب ایده

داده‌های جدول شماره‌ی (۶) نشان می‌دهد که ۸۶/۶۳ درصد از روستاییان با منابع کسب ایده آشنایی کم و خیلی کم دارند و تنها ۱۳/۳ درصد آن‌ها با این موضوع آشنایی زیاد و خیلی زیاد دارند. این وضعیت هم درباره‌ی آشنایی با منابع ایده و هم روش استفاده از منابع ایده صادق است و تفاوت چندانی در این دو مقوله دیده نمی‌شود.

جدول ۶. میزان آشنایی روستاییان با منابع کسب ایده در ناحیه‌ی مورد مطالعه

شاخص	متغیر	خیلی زیاد	زیاد	کم	خیلی کم	جمع	
						تعداد	درصد
کسب ایده آشنایی با منابع	منابع ایده	۴	۱۸	۳۴	۹۴	۱۵۰	۱۰۰
	استفاده از منابع ایده	۰	۱۸	۲۶	۱۰۶	۱۵۰	۱۰۰
میانگین (درصد)		۱/۳۳	۱۲/۰۴	۲۰/۰۳	۶۶/۶		۱۰۰

نتیجه‌گیری

نتایج نمونه‌های مورد مطالعه در این تحقیق درباره‌ی کارآفرینی در زمینه‌های فردی، زمینه‌های زیرساختی، مهارت‌های کارآفرینی، مهارت‌های کسب و کار، ایجاد کسب و

کارهای کوچک و منابع کسب ایده با استفاده از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف در سطح ۰/۰۱ معنا دار است و قابلیت تعمیم به کل جامعه‌ی آماری را دارد.

جدول ۷. میزان آشنایی روستاییان با زمینه‌ها و شاخص‌های اصلی کارآفرینی در ناحیه‌ی مورد مطالعه (درصد)

زمینه‌ها و شاخص‌های کارآفرینی	خیلی زیاد	زیاد	کم	خیلی کم	جمع
زمینه‌های فردی کارآفرینی	۲/۵۰	۲۴/۲۰	۳۷/۸۰	۳۵/۵۰	۱۰۰
زمینه‌های زیرساختی کارآفرینی	۴/۴۸	۴۳/۱۶	۳۱/۸۳	۲۰/۵۱	۱۰۰
میزان آشنایی با مهارت‌های کارآفرینی	۱/۵۱	۱۲/۳۹	۱۸/۷۷	۶۷/۳۳	۱۰۰
میزان آشنایی با مهارت‌های تدوین طرح کسب و کار	۲/۶۶	۸/۸	۱۹/۳۷	۶۸/۸۱	۱۰۰
میزان آشنایی با مهارت‌های ایجاد کسب و کار کوچک	۱/۳۳	۱۲	۱۳/۳۴	۷۳/۳۳	۱۰۰
میزان آشنایی با منابع کسب ایده	۱/۳۳	۱۲/۰۴	۲۰/۳۰	۶۶/۶	۱۰۰
میانگین	۲/۳۳	۱۸/۷۶	۲۳/۵۶	۵۵/۳۵	۱۰۰

جدول شماره (۸) آمار و درجه‌ی معنی‌داری هر یک از مؤلفه‌های کارآفرینی را نشان می‌دهد.

جدول ۸. نتیجه تحلیل استنباطی با استفاده از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف

شرح	زمینه‌های فردی	زمینه‌های زیرساختی	مهارت‌های کارآفرینی	ایجاد کسب و کارهای کوچک	مهارت‌های کسب و کار	منبع کسب ایده
تعداد	۱۵۰	۱۵۰	۱۵۰	۱۵۰	۱۵۰	۱۵۰
میانگین	۱/۹۳۶	۲/۲۴	۱/۴۹۱	۱/۴۵۲	۱/۴۱۵	۱/۴۸
درجه معنی‌داری	/۰۰۰	/۰۰۰	/۰۰۰	/۰۰۰	/۰۰۰	/۰۰۰
کولموگروف-اسمیرنوف	۳/۷۸۳	۳/۹۲۳	۴/۹۱۹	۵/۰۳۲	۵/۴۳۹	۴/۹۴۵

برای سنجش میزان آشنایی روستاییان با زمینه‌های کارآفرینی در ناحیه‌ی روستایی از ۶ شاخص و ۳۱ متغیر استفاده شد. نتایج در مجموع نشان داد که ۲/۳۳ درصد از روستاییان آشنایی خیلی زیاد، ۱۸/۷۶ آشنایی زیاد، ۲۳/۵۶ درصد آشنایی کم و ۵۵/۳۵ درصد آشنایی بسیار کم با زمینه‌ها و مهارت‌های کارآفرینی دارند.

این وضع در شاخص‌های مختلف تفاوت چندانی با یک‌دیگر ندارد. با این حال طبق داده‌های جدول شماره ۷ بهترین وضعیت به طور نسبی به ترتیب به زمینه‌های زیرساختی و سپس فردی کارآفرینی و بدترین وضعیت مربوط به شاخص‌ها و زمینه‌های میزان آشنایی با مهارت‌های ایجاد کسب و کار کوچک، منابع کسب ایده و آشنایی با مهارت‌های کارآفرینی است. با نگرش به نتایج حاصل از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف و معنادار بودن شاخص‌ها و متغیرهای مورد مطالعه، نتایج به دست آمده قابلیت تعمیم به کل جامعه آماری را دارد.

پایین بودن میزان آشنایی روستاییان با زمینه‌های اولیه‌ی کارآفرینی مرتبط است با شرایط خاص محیط‌های روستایی از جمله انزوای جغرافیایی، محرومیت، محدودیت فرصت‌ها و امکانات و خدمات اولیه و ضروری زیربنایی و ارتباطی که نقش عوامل محیطی در تضعف کارآفرینی را در این ناحیه به خوبی نشان می‌دهد. هم‌چنین در چارچوب الگوی فرایندی کارآفرینی (فرایند سیستمی) می‌توان گفت که در ناحیه‌ی روستایی مورد مطالعه به لحاظ شرایط خاص محیطی و محدودیت توانایی‌های فردی برای کارآفرینی، داده‌های اولیه و لازم (درون دادها) برای تحقق کارآفرینی وجود ندارد. بدین ترتیب، «میان دادها» نیز با نارسایی همراه بوده و در نهایت تأثیر خود را در «برون دادها» به صورت ضعف انواع نوآوری و عدم تحقق کارآفرینی در این ناحیه نشان می‌دهد. بنابراین نتایج به دست آمده در این مطالعه، در راستای الگوی فرایندی در کارآفرینی و تأیید کننده‌ی نقش سوابق و تجربیات فردی و تأثیرات محیطی بر کارآفرینی است.

بنابراین، آماده‌سازی محیط اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی نواحی روستایی از جمله تأمین و افزایش دسترسی روستاییان به امکانات و خدمات مختلف مانند امکانات رسانه‌ای

و ارتباطی نوین می‌تواند در بروز کارآفرینی بسیار مهم باشد. هم‌چنین آموزش روستاییان مستعد با مهارت‌های مختلف کارآفرینی نیز در تحقق این مهم اهمیت زیادی دارد. زیرا هرچند در گذشته افرادی می‌توانستند حتی در محیط‌های روستایی بدون گذراندن دوره‌های آموزش عمومی و خاص و صرفاً با تأکید بر دانش بومی موجود در این نواحی، کارآفرینی داشته باشند، ولی امروزه از یک طرف با از بین رفتن این دانش در روستاها و از طرف دیگر متفاوت بودن زمینه‌های کارآفرینی در شرایط امروزی با گذشته، ضرورت آموزش مهارت‌های مرتبط با کارآفرینی را اجتناب ناپذیر می‌کند. آموزش آن دسته از روستاییان که دارای زمینه‌های هر چند اندک برای کارآفرینی هستند اولویت دارد. زیرا نمی‌توان انتظار داشت که همه‌ی مردم روستایی کارآفرین باشند. در واقع اگر همان نسبت اندکی که در ناحیه‌ی مورد مطالعه و بر طبق یافته‌های تحقیق دارای زمینه‌های هر چند اندک اولیه برای کارآفرینی هستند یا با برخی از مهارت‌های لازم در این خصوص آشنایی دارند مورد توجه قرار گیرند؛ می‌توان به تقویت کارآفرینی در نواحی روستایی امیدوار بود.

برای تقویت کارآفرینی در نواحی روستایی با نگرش به این موضوع که افراد کارآفرین در این نواحی وجود ندارند یا تعداد آن‌ها بسیار کم است، به‌کارگیری یا تشویق کارآفرینان غیر روستایی با توجه به امکانات و زمینه‌های مرتبط با کارآفرینی در این نواحی درخور توجه است. این راهبرد در کوتاه‌مدت مناسب بوده و می‌تواند در ترویج کارآفرینی روستایی مؤثر باشد. در مجموع براساس نتایج حاصله در این مطالعه، آماده‌سازی محیط اجتماعی و اقتصادی روستاها برای جذب نیروی انسانی جوان، متخصص و ماهر هم‌چنین گسترش فعالیت‌های کشاورزی به‌عنوان راه کار اصلی می‌تواند در ایجاد و تقویت کارآفرینی روستایی در راستای توسعه‌ی پایدار این نواحی بسیار مؤثر باشد.

منابع

۱. آراستی، زهرا (۱۳۸۵). ساختارهای فرهنگی-اجتماعی مؤثر در ایجاد کسب و کارهای کارآفرینانه، پژوهش زنان، دوره ۴، شماره ۱ و ۲، صص ۹۳-۱۱۹.
۲. احمد پور داریانی، محمود (۱۳۸۱). کارآفرینی، چاپ چهارم، شرکت پریس، تهران.
۳. تی. پترین (۱۳۸۱). کارآفرینی به منزله یک نیروی اقتصادی در توسعه روستایی، حمیدرضا زرننگار، نشریه جهاد، سال ۲۲، شماره ۲۵۳.
۴. جعفر زاده، مرتضی و بازرگان، عباس (۱۳۸۳). تحلیل عوامل مؤثر در کارآفرینی دانش آموختگان دانشگاه تهران، فرهنگ مدیریت، سال دوم، شماره هفتم، صص ۲۰۵-۲۵۴.
۵. حسینی، سید محمد و سلیمان پور، محمدرضا (۱۳۸۵). بررسی اثرات تقویت روحیه کارآفرینی در روند توسعه کشاورزی، ماهنامه جهاد، شماره ۲۷۳، صص ۴۷-۵۵.
۶. دلاور، علی (۱۳۷۷). روش تحقیق در روان‌شناسی و علوم تربیتی، نشر ویرایش.
۷. سرمد، زهره؛ بازرگان، عباس و حجازی، الهه (۱۳۸۱). «روش‌های تحقیق در علوم رفتاری»، انتشارات آگاه.
۸. سعیدی کیا، مهدی (۱۳۸۲). آشنایی با کارآفرینی، نشر سپاس.
۹. گلرد، پروانه (۱۳۸۴). عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی زنان ایرانی، پژوهش زنان، دوره ۳، شماره ۱، صص ۱۰۱-۱۲۳.
۱۰. مرکز آمار ایران (۱۳۸۰). آمار نامه استان اصفهان.
۱۱. مرکز آمار ایران (۱۳۷۵). سرشماری عمومی نفوس و مسکن.
۱۲. مقیمی، سید محمد (۱۳۸۳). کارآفرینی و عوامل محیطی مؤثر بر آن، فرهنگ مدیریت، شماره پنجم، سال دوم، صص ۷۷-۱۰۷.
۱۳. میرزامینی، محمدرضا (۱۳۸۳). راهکارهای توسعه کارآفرینی و اشتغالزایی روستایی، به سازمان همیاری اشتغال فارغ‌التحصیلان.
۱۴. وزارت کشور، استانداری اصفهان (۱۳۷۲). گزارش توجیهی اجرای قانون تعاریف و

ضوابط تقسیمات کشوری، واحد تقسیمات کشوری.

15. Ashomre, C., (2004). **Criteria for youth entrepreneurship**, Education, Columbus.
16. Henly, A. (2002). **Job creation by the self-employment: the roles of entrepreneurship and financial**, Small Business Economics, 25, pp175-196.
17. Hisrich, R., Peters, M. and Dea, S., (2005). **Entrepreneurship**, MC Grow Hill, New York.
18. Kiesner, W. F. (1985). **“Small Business Course Content, Training and Other Critical Factors in the Success of Small Business Training Courses”**, Montreal, Canada, Paper Presented to the 30th Annual World Conference of the International Council for Small Business, No. June.
19. Laukkanen Mauri (2003). **“Exploring academic entrepreneurship: drivers and tensions of university-based business”**, Journal of Small Business and Enterprise Development, Volume 10 Number 4 , pp.372-382.
20. Markley D. M., (2005). **Local Strategies for responding to rural restructuring: The role of entrepreneurship**, Globalization and Restructuring in rural America Conference ERS-USDA, Washington, D.C.
21. McMullan, W. E., Long, W. A. (1983). **“An Approach to Educating Entrepreneurs”**, the Canadian Journal of Business, Vol. 4, No. 1, pp. 32-6.
22. Niskanen, A. (2007). **Forest-base entrepreneurship and rural development in Europe**, IUFRO European congress 2007: Forestry in the context of rural development, Warsaw.
23. Russel S. Sobel and Kerry A. King (2008). **Does school choice increase the rate of youth entrepreneurship?** Economics of Education Review 27, pp. 429-438, Elsevier.
24. -Sandeep, M., et al.(2007). **The risk of self-employment in rural china: Development or Disaster?** World Development Vol. 35, No.1, pp. 163-181.
25. Vesper, K. H. (1982). **“Research on Education for Entrepreneurship”**, in Kent, C. A. (Eds), Encyclopedia of Entrepreneurship, Prentice Hall, Englewood Cliffs, NJ.
26. Markley D. M., (2005). **Local Strategies for responding to rural restructuring: The role of entrepreneurship**, Globalization and Restructuring in rural America Conference ERS-USDA, Washington, D.C.