

ارزیابی ظرفیت‌های نواحی روستایی برای توسعه کارآفرینی و توانمندسازی روستاییان مطالعه موردی: روستاهای بخش شال شهرستان بوئین‌زهرا

حسین فراهانی* - استادیار جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه زنجان
سمیرا حاجی‌حسینی - کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه زنجان

پذیرش نهایی: ۱۳۹۲/۸/۸

دریافت مقاله: ۱۳۹۱/۷/۱۵

چکیده

توجه به روحیه کارآفرینی در روستاییان از مهم‌ترین راهکارهای توسعه روستایی به‌شمار می‌آید. عامل اصلی تحقق فعالیت کارآفرینانه در سطح اجتماع، فراهم‌بودن زمینه کارآفرینی در جامعه است. پژوهش حاضر با هدف ارزیابی ظرفیت‌های نواحی روستایی برای توسعه کارآفرینی و توانمندسازی روستاییان انجام شده است. این پژوهش از نظر ماهیت، کاربردی و از نظر روش تحقیق توصیفی-تحلیلی؛ و از نظر نحوه گردآوری داده‌ها از نوع تحقیقات کتابخانه‌ای و پیمایش میدانی (پرسشنامه، مصاحبه و مشاهده مستقیم) است. جامعه آماری تحقیق خانوارهای ۸ روستای بخش شال هستند، که از طریق فرمول کوکران ۱۹۶ خانوار به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات از آمارهای توصیفی (میانگین، انحراف معیار) و آمار استنباطی (ضریب همبستگی، آزمون t تک‌نمونه‌ای، آزمون فریدمن، آزمون کای‌دو و تحلیل مسیر) استفاده شده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهند که روستاهای مطالعه‌شده در هیچ‌کدام از ابعاد فردی، اقتصادی، اجتماعی و زیرساختی دارای ظرفیت‌های لازم برای توسعه کارآفرینی نیستند؛ و نتایج تحلیل مسیر نشان می‌دهند که زمینه‌های زیرساختی و فردی بیشترین تأثیر را بر کارآفرینی دارند. اگرچه روستاهای منطقه در هیچ‌یک از زمینه‌ها در حد مطلوب نیستند، ولی با تقویت زمینه‌های فردی و زیرساختی می‌توان امید داشت که کارآفرینی در روستاها افزایش یابد و مشکل بیکاری و مهاجرت حل شود. بدین ترتیب درآمد روستاییان افزایش می‌یابد و به توسعه روستا و توانمندی روستاییان می‌انجامد.

کلیدواژه‌ها: بخش شال، توانمندسازی، توسعه روستایی، کارآفرینی، کارآفرینی روستایی.

مقدمه

نبود فرصت‌های شغلی، و وجود بیکاری و فقر روستایی را می‌توان از مشکلات اساسی روستاهای کشور برشمرد که به مهاجرت‌های روستا - شهری منجر شده و برای شهرها و روستاها - و در واقع کل کشور- مشکلاتی را به‌بار آورده است. از جمله این مشکلات می‌توان به حاشیه‌نشینی، افزایش نرخ بیکاری در شهرها، و افزایش جرم و جنایت و بزه‌کاری‌های اجتماعی اشاره کرد.

هدف اصلی از اجرای برنامه‌های گوناگون در نواحی روستایی، دستیابی به توسعه روستایی و کاهش بیکاری و ایجاد و افزایش فرصت‌های شغلی است. بیکاری و کمبود فرصت‌های شغلی، نتیجه نابرابری عرضه و تقاضای نیروی کار در روستاهاست. از سوی دیگر، کاهش رشد بخش کشاورزی در نواحی روستایی و نیز کاهش شاغلان آن (با ۲۳/۴ درصد کاهش) (رضوانی، ۱۳۸۳، ۲۲)، نشان می‌دهد که در آینده، توسعه کشاورزی به‌تنهایی نمی‌تواند رشد اقتصادی را در روستاهای کشور تضمین و فقر را ریشه‌کن کند و توجه به سایر بخش‌ها نیز در کنار بخش کشاورزی ضروری به نظر می‌رسد (قاسمی سیانی، ۱۳۸۸، ۳).

امروزه در بیشتر کشورها به کارآفرینی و کارآفرینان توجهی ویژه می‌شود. تقویت کارآفرینی و ایجاد بستر مناسب برای توسعه آن از ابزارهای پیشرفت اقتصادی کشورها - و به‌ویژه کشورهای در حال توسعه- به‌شمار می‌آید؛ زیرا فعالیت‌های کارآفرینانه با اثربخشی بالا به توسعه اقتصادی (ایجاد اشتغال، نوآوری در فعالیت‌ها، و رقابت‌پذیری) می‌انجامند (Verheul, 2001, 4). بنابراین، امروزه در نظریه‌های اقتصادی، به فعالیت‌های خودجوش اقتصادی در قالب کارآفرینی در مناطق روستایی توجه ویژه می‌شود. و رتمن معتقد است که توسعه اقتصادی و کارآفرینی با یکدیگر ارتباط تنگاتنگ دارند (Heriot and Campbell, 2002, 2). در مجموع می‌توان نتیجه گرفت که کارآفرینی روستایی راهکاری جدید در نظریه‌های توسعه برای توانمندسازی و ظرفیت‌سازی در مناطق روستایی به‌منظور دستیابی به توسعه پایدار است.

بخش شال در شهرستان بوئین‌زهرا جزئی از جامعه روستایی کشور است که به‌دلیل ناپایداری شرایط اکولوژیک، از جمله خشکسالی‌های اخیر و پیامدهای ناشی از آن - همچون

کمبود آب و پایین رفتن سطح چاه‌ها- خاک نامناسب (خاک شور و قلیایی)، عدم امکان افزایش سطح زیر کشت، استفاده نکردن از ماشین‌آلات مدرن کشاورزی به دلیل قطعه‌قطعه بودن زمین‌های کشاورزی، سطح پایین بهره‌وری و کمبود درآمد، با ضعف بنیان‌های کشاورزی مواجه است و قادر به تأمین شاخص‌های اقتصادی و اجتماعی مناسب برای توسعه روستایی نیست. تحقیق حاضر با هدف ارزیابی ظرفیت‌های نواحی روستایی در تحقق کارآفرینی و توانمندسازی روستاییان انجام شده، و در پی یافتن پاسخ‌های مناسب و مستدل برای این پرسش‌هاست:

۱. آیا ظرفیت‌های روستاهای مطالعه‌شده برای توسعه کارآفرینی وضعیت مطلوبی دارند؟
۲. کدامیک از ظرفیت‌ها و زمینه‌ها (فردی، اقتصادی، اجتماعی، زیرساختی) بیشترین تأثیر را در توسعه کارآفرینی ناحیه مطالعه‌شده دارند؟
۳. آیا رابطه معناداری میان زمینه‌های کارآفرینی و توانمندی اقتصادی روستاییان وجود دارد؟

مبانی نظری

ریشه کلمه کارآفرین از واژه فرانسۀ *Entreprendre* و به معنی متعهد شدن است (Lordkipanidze et al., 2005, 787-798). واژه‌نامه دانشگاهی وبستر واژه کارآفرین را این گونه تعریف کرده: کارآفرین کسی است که متعهد می‌شود مخاطره‌های یک فعالیت اقتصادی را سازمان‌دهی، اداره و تقبل کند (احمدپور داریانی، ۱۳۷۸، 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 (گلرد، ۱۳۸۶، ۲۹۵-۲۶۷). نخستین بار ریچارد کانتلیون^۱ این مفهوم را به کار برد.

1. Richard Cantillion

کارآفرینی فرایندی است که به کمک آن بتوان با استفاده از خلاقیت، عنصر جدیدی را همراه با ارزش جدید، با بهره‌گیری از زمان، منابع، ریسک و به‌کارگیری دیگر عوامل به‌وجود آورد (احمدپور داریانی، ۱۳۷۷، ۴۶). کارآفرینی، فرایند خلق چیزی نو و قبول مخاطرات و منافع آن است (دادورخانی و همکاران، ۱۳۹۰، ۱۷۳).

همان‌طور که ذکر شد تعاریف زیادی از کارآفرینی وجود دارد و ارائه تعریفی جامع از کارآفرینی 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، با تلاش‌هایش، خود و جامعه‌اش را بهره‌مند سازد (فاضل بیگی و باوری، ۱۳۸۸، ۲۰۴).

کارآفرینی روستایی

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. روستانشینی، موقعیتی پویا در کارآفرینی است که فرصت‌ها و محدودیت‌هایی را شکل می‌دهد.

از نظر ورتمن، کارآفرینی روستایی عبارت است از: ایجاد سازمانی جدید که تولید یا خدمت جدیدی را معرفی یا بازار جدیدی را ایجاد می‌کند، یا از فناوری جدیدی در محیط روستایی استفاده می‌کند (افتخاری و سجاسی‌قیداری، ۱۳۸۹، به نقل از Heriot, 2002, 2). کارآفرینی روستایی در اصل هیچ تفاوتی با مفهوم عام کارآفرینی ندارد، فقط شرایط خاص مناطق روستایی از جمله بالاتر بودن ریسک، و کمبود امکانات و ضعف مدیریت در این نواحی باعث می‌شود که زمینه‌های کارآفرینی در روستا متفاوت با سایر نواحی و فعالیت‌ها باشد. کارآفرین

روستایی به دنبال شناخت فرصت‌های جدید، نوآوری و خلاقیت در فعالیت‌های کشاورزی و غیرکشاورزی، کاربری اراضی و استفاده بهینه، متنوع و نوآورانه در مسیر توسعه روستایی است. کارآفرینی روستایی می‌تواند تجارت و کسب‌وکار را در مشاغل کشاورزی و غیرکشاورزی گسترش دهد (رضوانی و نجارزاده، ۱۳۸۷، ۱۸۲-۱۶۱).

پترین (۱۳۸۱) کارآفرینی روستایی را مجموع سه گزاره زیر تعریف می‌کند:

- نیرویی که منابع را برای پاسخگویی به تقاضای بی‌پاسخ بازار بسیج می‌کند؛

- توانایی خلق و ایجاد چیزی از هیچ؛ و

- فرایند خلق ارزش به وسیله ترکیب مجموعه واحدی از منابع برای بهره‌گیری از یک فرصت.

ریگان، کارآفرینی روستایی را فراهم‌کننده زمینه اشتغال، افزایش درآمد و تولید ثروت، بهبوددهنده کیفیت زندگی و کمک‌کننده به افراد محلی برای مشارکت در اقتصاد برمی‌شمارد (Reagan, 2002, 8). در مجموع می‌توان کارآفرین روستایی را فردی مستقل، ریسک‌پذیر، دارای اعتماد به نفس بالا، خوشبین، پرتلاش و نوآور معرفی کرد (دربان‌آستانه و همکاران، ۱۳۹۱، ۳۹). ویژگی کارآفرین روستایی موقعیت و محل سکونت اوست و مهم‌ترین تفاوتش با کارآفرین شهری در این است که او در روستا زندگی می‌کند و فعالیت‌های کارآفرینی‌اش تحت تأثیر محیط و فرایندهای کارآفرینی روستایی است (Ray, 1999, 260).

راه‌اندازی کسب‌وکارهای کوچک و فعالیت‌های کارآفرینانه در هر منطقه، مستلزم وجود و فراهم ساختن زمینه‌ها و ظرفیت‌هاست. منظور از ظرفیت‌سازی، اندیشیدن راهبردها و اقداماتی است که هدفشان کمک به مردم در این جهت است که توانایی‌های‌شان را بشناسند و برای بهبود زندگی فردی و جمعی از آن بهره‌گیرند (احمدی، ۱۳۸۷، ۵۸۹). بانک جهانی ظرفیت را ترکیبی از مردم، نهادها، و تجربه‌های آنان می‌داند که کشورها را قادر می‌سازد تا به اهدافشان دست یابند (World bank, 1996). مک‌نایت و کریتمن ظرفیت‌های جامعه را تحت عنوان دارایی‌های جامعه، به دو دسته دارایی‌های فردی و سازمانی تقسیم می‌کنند؛ و دارایی‌های فردی

را شامل مهارت، استعداد، تجربه ساکنان، مشاغل فردی، درآمد فردی، و سرمایه‌گذاری، و دارایی‌های سازمانی را شامل روابط سازمانی، روابط شهروندی، فرهنگ سازمانی و عقاید سازمانی می‌دانند (رضوانی، ۱۳۹۰، ۱۱۰ به نقل از McKnight & Kretzmann, 1996, 9). به‌طور کلی می‌توان گفت ظرفیت عبارت است از توانایی اشخاص، جوامع، نهادها، سازمان‌ها، و نظام‌های اجتماعی و سیاسی برای به‌کارگرفتن منابع طبیعی، مالی، سیاسی، اجتماعی و انسانی به‌منظور تعریف و پیگیری اهداف توسعه پایدار. ظرفیت‌سازی یا توسعه ظرفیتی، فرایندی است که به‌وسیله آن اشخاص، نهادها و کشورها توانایی‌های گفته‌شده را تقویت می‌کنند (رضوانی، ۱۳۹۰، ۱۱۱). توسعه ظرفیتی مکمل ایده‌های دیگری است که تفکر توسعه را در دهه گذشته تحت سیطره داشته‌اند و هنوز هم ایفای نقش می‌کنند. این مفاهیم شامل نهادسازی، تقویت و توسعه نهادی، مدیریت توسعه منابع انسانی و نهادگرایی جدید است. اینها و مفاهیم دیگر مربوط به توسعه سازمانی، توسعه جامعه، توسعه روستایی یکپارچه و توسعه پایدار در مفهوم وسیع‌تر «توسعه ظرفیتی» رده‌بندی شده‌اند، به‌طوری‌که رویکردهای پراکنده قبلی را به راهبردی منسجم با چشم‌انداز درازمدت نگرش تغییر اجتماعی مرتبط می‌کنند (پیربابایی، ۱۳۸۲).

کارآفرینی به‌عنوان یک پدیده مهم اجتماعی تحت تأثیر عوامل گوناگونی قرار دارد. برخی صاحب‌نظران شرایط اقتصادی را زمینه‌ساز کارآفرینی برمی‌شمارند و معتقدند که در عین حال کارآفرینی نیز نیروی اصلی توسعه اقتصادی است و تغییر و نوآوری، رشد و تولید خدمات را به‌همراه دارد (Lordkipanidze et al., 2005, 787). درمقابل، روان‌شناسان به بررسی ویژگی‌های روان‌شناختی و فردی کارآفرینان می‌پردازند. از مهم‌ترین ویژگی‌های مورد توافق آنان می‌توان به ریسک‌پذیری، تحمل ابهام، رضایتمندی، دانش و آگاهی، استقلال‌طلبی، انرژی زیاد، انگیزه و تعهد اشاره کرد (گلرد، ۱۳۸۴، ۱۰۶-۱۰۲).

بررسی‌ها نشان می‌دهند که دو دسته عوامل بیرونی و درونی در موفقیت کارآفرینان نقش دارند. از جمله عوامل بیرونی می‌توان به سیاست‌های حمایتی دولت، موقعیت بازار، توانایی مالی

و دانش و اطلاعات لازم اشاره کرد. عوامل درونی یا شخصی موفقیت کارآفرینانه عبارت‌اند از: مدیریت مالی، خصوصیات ویژه کارآفرین، فرایند تولید، و توانایی رقابت در عرصه بازار (Lescevic, 2002, 47).

از دیدگاه آلیسون، فعالیت کارآفرینی تحت تأثیر عوامل گوناگونی مانند ویژگی‌ها و انگیزه‌های فردی، آموزش، فرهنگ و آداب و رسوم، قوانین، سیاست‌ها و دانش فنی قرار دارد، که می‌تواند آثار و نتایج گوناگونی را در زمینه الگوهای رفتاری، اقتصادی، اجتماعی و جز اینها دربر داشته باشد (Alison, 1990, 166).

از دیدگاه لوردکیپانیدزه، توسعه کارآفرینی روستایی به عوامل فرهنگی- اجتماعی، محیطی و زیرساختی، اقتصادی و نهادی بستگی دارد، که در ادامه به آنها اشاره می‌شود.

- عوامل فرهنگی و اجتماعی: از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر کارآفرینی در هر جامعه، فرهنگ حاکم بر آن است. فرهنگی که برای افراد کارآفرین ارزش قائل است، افراد بیشتری را به کارآفرینی تشویق می‌کند. رابطه‌ای قوی بین فرهنگ مردم و تمایل به کارآفرینی وجود دارد و دولت‌ها با تدوین سیاست‌هایی که مشوق رفتار کارآفرینانه است می‌توانند فرهنگ کارآفرینانه را تقویت کنند (Lordkipanidze, 2002, 47). عوامل اجتماعی و فرهنگی از ابعاد فراموش‌شده کارآفرینی‌اند که ناشی از نگاه تک‌بعدی به کارآفرینی است، درحالی‌که کسی که به خلق ایده‌های نو می‌پردازد، زمینه‌های اجتماعی، مانند ویژگی‌های خانوادگی، آداب و رسوم جامعه، میزان مشارکت و همکاری، دوستان و اقوام و همسایگانی دارد که می‌توانند در دستیابی به موفقیت او را یاری کنند (بهکیش، ۱۳۸۰، ۲۴۸-۲۴۱).

- عوامل محیطی و زیرساخت‌ها: جوامع روستایی به‌دلیل ماهیت وجودی و کارکردی و ساختاری‌شان ارتباط تنگاتنگی با محیط پیرامون دارند. از آنجا که کشاورزی به‌عنوان مهم‌ترین فعالیت روستایی در فضای باز و متأثر از عوامل طبیعی، مانند نوع خاک و اقلیم انجام می‌شود، توجه به عوامل محیطی در توسعه کارآفرینی روستایی و کشاورزی برای کاهش مخاطرات محیطی، استفاده مناسب از منابع و مواردی از این دست، اهمیت بسزایی دارد (افتخاری و

همکاران، ۱۳۸۹، ۴۶). مایا و ماک در مطالعه‌شان درباره کارآفرینی با تأکید بر زیرساخت‌ها و عوامل محیطی، به عواملی همچون روستای سالم، و خاک حاصلخیز اشاره کرده‌اند (Mack, 2001, 14; Maia, 2002, 30). سه ویژگی مهم محیط فیزیکی به‌شدت بر کارآفرینی تأثیر می‌گذارند: موقعیت، منابع طبیعی، و منظره. موقعیت مربوط به فاصله از بازارهای اصلی و قابلیت دسترسی به مشتری‌ها، تولیدکننده‌ها، منابع اطلاعاتی و سازمان‌هاست. دوری و نزدیکی به مراکز اصلی شهری بر هزینه‌های حمل‌ونقل ورودی‌ها و خروجی‌ها تأثیر می‌گذارد و در پخش اطلاعات و اشاعه نوآوری‌ها مؤثر است. دورافتادگی منطقه روستایی بر جنبه‌های گوناگون نوآوری تجاری و به‌ویژه بر رشد تجارت روستایی و ایجاد اشتغال تأثیر می‌گذارد. برخی صاحب‌نظران بر این عقیده‌اند که مناطق روستایی با دسترسی بالا، دارای ویژگی‌های اقتصادی، فیزیکی و سازمانی‌ای هستند که رفتار نوآورانه و ابتکاری را بی‌درنگ شکل می‌دهند. وجود منابع طبیعی، شرایط اقلیمی مناسب و توپوگرافی منطقه و حتی منظره‌ها با ارائه فرصت‌هایی برای استفاده و بهره‌برداری محیط‌زیستی از منابع، بر فعالیت کارآفرینانه تأثیر می‌گذارند. دوری و نزدیکی، حفاظت از مناظر منحصربه‌فرد و ویژگی‌های محیطی، شیوه‌های سنتی و قدیمی تولید را تسهیل می‌کنند و همین امر ممکن است به فرصت‌های کارآفرینانه منجر شود (Stathopoulos, 2004, 413). زیرساخت‌هایی همچون تسهیلات و امکانات زندگی (آب، برق، و جز اینها)، خدمات، عوارض (مالیات) و قوانین و مقررات مناسب می‌توانند برای کارآفرینان بسیار مهم باشند. در زیرساخت‌های کارآفرینانه باید نیازهای خاص کارآفرینی که برای کارآفرینان اهمیت دارند، تأمین شوند (ایمنی و هاشمی، ۱۳۸۸، ۹۷).

عوامل اقتصادی: امروزه تلاش‌های روستاییان برای دستیابی به پایداری اقتصادی می‌تواند با کمک کارآفرینان محلی افزایش یابد، زیرا تمرکز بر منابع اقتصادی محلی از طریق توسعه کارآفرینی محلی یکی از شیوه‌های توسعه اقتصادی این مناطق است (Heaton, 2005, 1).

عوامل نهادی (سازمانی): کارآفرینی نمی‌تواند بدون در نظر گرفتن نقش سازمان‌ها و نهادهای گوناگون انجام شود، زیرا هرگونه فعالیتی به سازمان‌دهی و تشکیلات در سطوح

مختلف ملی و محلی نیاز دارد - دولت، سازمان‌ها و ارگان‌های ذی‌ربط از جمله این نهادها هستند. نهادهای غیردولتی محلی هم که به صورت خودجوش شکل گرفته‌اند، تأثیر زیادی در رشد و گسترش فعالیت‌های کارآفرینی دارند (Lordkipanidze, 2002, 30).

از میان موانع گوناگونی که برای انجام‌دادن کارآفرینی پایدار در سطح مناطق روستایی وجود دارد، می‌توان به پایین‌بودن سطح مهارت‌ها، کمبود منابع مالی و کمبود اطلاعات اشاره کرد. کارآفرینان در مناطق روستایی باید با محیط‌های بیرونی و درونی جامعه خود برای دسترسی به جدیدترین اطلاعات، عقاید، کالاها و خدمات ارتباط برقرار کنند. یکی دیگر از موانع کارآفرینی روستایی، آگاهی‌نداشتن از منافع حاصل از کارآفرینی در سطح جامعه است (Lescevic, 2002, 50-51). ارزیابی‌ها نشان می‌دهند که پایین‌بودن آشنایی روستاییان با زمینه‌های اولیه کارآفرینی به دلیل شرایط خاص محیط‌های روستایی از جمله انزوای جغرافیایی، محرومیت، محدودیت فرصت‌ها و امکانات و خدمات اولیه و ضروری زیربنایی و ارتباطی است (رضوانی و نجارزاده، ۱۳۸۷، ۱۸۰-۱۷۹).

در تحقیق حاضر موانع کارآفرینی در پنج بعد فردی، خانوادگی، اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی، و ساختاری - محیطی بررسی شده است. در صورتی که بتوان با راهکارهای مناسب این موانع را برطرف کرد، می‌توان انتظار داشت که کارآفرینی در روستاها توسعه یابد.

موانع فردی: این عامل بیشتر بر معیارهای درونی و ذهنی تأکید دارد. سطح پایین سواد روستاییان و وجود رفتارهای انعطاف‌ناپذیر در میان آنان، از موانع فردی کارآفرینی روستایی محسوب می‌شود (افتخاری و سجاسی‌قیداری، ۱۳۸۹، ۵۲-۵۱). تحصیلات از مهم‌ترین ویژگی‌هایی است در تقویت استعداد و گسترش فضای کارآفرینی نقش بسزایی دارد. پژوهش‌های انجام‌شده در مورد تحصیلات نشان می‌دهند که کارآفرینان تمایل دارند تحصیلاتی بالاتر از متوسط جمعیت بزرگسال داشته باشند، اما همین پژوهش‌ها حکایت از کاهش کارآفرینی با بالا رفتن تحصیلات دانشگاهی دارند. چه بسا مسئله اصلی در این زمینه تاکنون اندازه‌گیری سطح تحصیلات بوده است و نه محتوای آن (Wildman et al., 1999, 204-205). پژوهش‌های انجام‌شده در کانادا نشان می‌دهند که افزایش پرشتاب کارآفرینی زنان در زمینه

صنایع با سطح تحصیلی بالاتر ارتباط مستقیم دارد. پژوهش‌ها در امریکا هم گویای آن است که بیش از ۷۰ درصد زنان کارآفرین تحصیلات دانشگاهی دارند (گلرد، ۱۳۸۶، ۲۰۸). تحقیقی که غنیان و همکاران (۱۳۹۰) انجام دادند نیز به این نتیجه رسید که افراد دارای تحصیلات دانشگاهی، بیشترین سطح مشارکت گردشگری را در منطقه داشته‌اند.

موانع خانوادگی: خانواده یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌های مؤثر در شکل‌گیری شخصیتی فرزندان است، که متغیرهای آن عبارت‌اند از: سطح درآمد، طبقه اجتماعی، و فضای حیاتی. عمدتاً در خانواده‌هایی که سطح درآمدی پایین‌تر است، قدرت رویارویی با مشکلات و توان ایجاد دگرگونی در برنامه‌ها، نوآوری‌ها و خلاقیت‌ها کاهش می‌یابد. مانع طبقه اجتماعی را هم با متغیرهایی همچون نوع شغل، میزان درآمد و سطح تحصیلات می‌توان ارزیابی کرد. منظور از فضای حیاتی، برخورداری از منابع از جمله زمین کشاورزی است. دسترسی نداشتن به زمین کشاورزی مناسب، باعث گسترش فعالیت‌های غیرکشاورزی و مهاجرت می‌شود (افتخاری و سجاسی‌قیداری، ۱۳۸۹، ۵۲).

موانع فرهنگی - اجتماعی: کارآفرینی در مناطق روستایی ممکن است در برخی موارد با موانع سخت‌گیرانه فرهنگی مواجه شود و مردم توانایی درک بسیاری از نوآوری‌ها را نداشته باشند، اما تجربه نشان داده است که افزایش آگاهی و گسترش علم و دانش، به تدریج این موانع را از میان برمی‌دارد. در مناطق روستایی توسعه مدارس، هنرستان‌ها و دوره‌های کاردانی، ترویج و مانند اینها نقش مؤثری در توسعه فکری کارآفرینی در جوامع دارد (افتخاری و سجاسی‌قیداری، ۱۳۸۹، ۵۳-۵۲). یکی دیگر از موضوعات بسیار مهم در توسعه کارآفرینی در خصوص ویژگی‌های اجتماعی، مباحث جمعیتی و خصوصیات سنی و جنسی افراد است. جوانان با توجه به ویژگی‌ها و روحیه‌شان، برای کارآفرین شدن مستعدترند. برای مثال، طبق مطالعات دپده‌بان جهانی کارآفرینی^۱ (GEM)، بیشترین میزان کارآفرینی از نظر سنی، مربوط

1. Global Entrepreneurship Monitor

به گروه سنی ۱۴ تا ۳۵ سال است و از نظر جنسی نیز مردان نسبت به زنان - به‌ویژه در کشورهای جهان سوم- کارآفرین‌ترند (GEM, 2005).

موانع اقتصادی: کنت (۱۹۹۲) موانع اقتصادی محیط رشد و پیشرفت کارآفرینی را به این شرح معرفی می‌کند: کمبود تقاضا، دسترسی نداشتن به منابع، تورم، مالیات بالا، مقررات، و بی‌ثباتی سیاسی. از این‌رو، تغییر نگرش ساختاری در افراد و نهادهای مرتبط با کارآفرینی، محیط‌های روستایی و منابع و فرصت‌های موجود در این مناطق، از راهکارهای اساسی برطرف ساختن موانع اقتصادی کارآفرینی است. برطرف کردن محدودیت‌های سرمایه‌گذاری، استفاده از اعتبارات خرد، ماشینی کردن کشاورزی، و بیمه کردن محصولات و خدمات روستایی - از جمله گردشگری- از علل اقتصادی مؤثر بر کارآفرینی در مناطق روستایی به‌شمار می‌رود (صمدآقایی، ۱۳۸۲، ۱۱۲).

افتخاری و همکاران (۱۳۸۸) در تحقیقی که روی دو گروه از افراد کارآفرین و غیرکارآفرین انجام داده‌اند، عوامل مؤثر بر کارآفرینی را به چهار دسته تقسیم کرده و تأثیر آنها را از نظر هر دو گروه بررسی کرده‌اند. از دیدگاه کشاورزان عادی به ترتیب عوامل اقتصادی، محیطی-زیرساختی، اجتماعی، و نهادی دارای اهمیت‌اند. تأثیرگذاری این عوامل از نظر کارآفرینان به این ترتیب است: عوامل اقتصادی، اجتماعی، محیطی-زیرساختی، و نهادی (افتخاری و همکاران، ۱۳۸۸، ۶۶). بنابراین هر دو گروه شرایط اقتصادی را مهم‌ترین عامل در توسعه کارآفرینی روستایی برمی‌شمارند.

موانع ساختاری و محیطی: چالش‌های پیش روی کارآفرینان روستایی در این مورد عبارت‌اند از: دورافتاده بودن و کوچکی روستاها؛ نبود زیرساخت‌های ارتباطی مشکل اصلی کارآفرینان روستایی و فعالان اقتصادی در دسترسی به بازار و دانش فنی است. دسترسی نداشتن به سرمایه: در بیشتر مناطق روستایی سرمایه‌ها سازمان‌نیافته‌اند، بازارها فعال نیستند و نبود اطلاعات درباره بازار و هزینه‌های بالا محدودیت‌هایی را برای کارآفرینان روستایی

ایجاد می‌کند. دسترسی نداشتن به دانش فنی: یکی از مهم‌ترین چالش‌های پیش روی کارآفرینان روستایی، با وجود پیشرفت‌های بالا و سریع دانش فنی، دسترسی به دانش فنی، مانند اینترنت است. مهارت‌های پایین: کارآفرینان روستایی در بسیاری از زمینه‌ها، به‌ویژه شیوه‌های جدید تولید و خدمات مانند گردشگری و توزیع، دارای محدودیت‌هایی هستند. معمولاً کارآفرینان موفق روستایی از دانش بالایی بهره‌مندند (افتخاری و سجاسی‌قیداری، ۱۳۸۹، ۵۴).

توانمندسازی

توانمندسازی معادل واژه لاتین empowerment، به‌معنای کسب قدرت یا واگذاری و محول کردن انجام کاری معین به‌منظور هدفی مشخص است (Mubashir, 1991, 99). در واژه‌نامه انگلیسی آکسفورد، توانمندسازی به‌معنای اعطای قدرت به مردم بیان شده است و اعطای قدرت به مردم یعنی ارتقای توانایی، و تواناساختن آنان برای انجام، عمل و اقدام (افتخاری و همکاران، ۱۳۸۸، ۱۰۳-۸۷). بنابراین می‌توان توسعه را توانایی واقعی مردم در جهت تغییر یافتن به‌منظور دستیابی به زندگی متکامل‌تر با قدرت تعیین سرنوشت تلقی کرد. بر این مبنا توانمندسازی عبارت است از دسترسی به ابزارها و امکاناتی که با استفاده از آنها افراد بتوانند سرنوشت خود را تعیین کنند و آن را به پیش ببرند (Eklud, 1999, 45).

جنبه‌های مختلفی برای توانمندسازی ذکر شده است که می‌توان آنها را در شش بعد خلاصه کرد: اقتصادی، سیاسی، روانی، اجتماعی، حقوقی، و فرهنگی (غفاری و همکاران، ۱۳۸۸، ۳۳۱). در جامعه روستایی، توانمندی اقتصادی، اجتماعی، و روانی بیش از ابعاد دیگر اهمیت دارند. 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، ۱۹). پژوهش‌ها حاکی است که در میان متغیرهای زمینه‌ای، عواملی چون اشتغال، درآمد، تحصیلات،

جنسیت و سن بیشترین تأثیر را بر توانمندی افراد دارند (مویل و دولارد، ۲۰۰۸؛ کتابی و همکاران، ۱۳۸۲؛ شادی‌طلب و همکاران، ۱۳۸۴؛ شولر و هاشمی، ۱۹۹۴؛ مانکنم و همکاران، ۲۰۰۷). اشتغال، تأثیرات بسیار مثبتی بر رفتار و وجهه انسان دارد. از این رو فراهم کردن شرایط اشتغال برای افراد موجب ارتقای عزت‌نفس، کسب وجهه و منزلت اجتماعی (از مؤلفه‌های توانمندی روانی)، تعامل اجتماعی و مشارکت (از مؤلفه‌های توانمندی اجتماعی) و درنهایت ایجاد درآمد و توسعه مهارت‌های فرد (از مؤلفه‌های توانمندی اقتصادی) می‌شود (حیدری‌ساریان، ۱۳۸۸، ۳۶).

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 (Cowdhury, 2007, 240). مطالعات تجربی نیز نشان می‌دهند که تفاوت‌های موجود در نرخ رشد اقتصادی را می‌توان از طریق تفاوت‌های نرخ کارآفرینی تبیین کرد. برای مثال، رینالدز و کمپ (۱۹۹۹) نشان دادند که دوسوم تفاوت‌ها در نرخ رشد اقتصادی به دلیل تفاوت در نرخ کارآفرینی است (Russel and Kerry King, 2008, 431).

افزون بر اینها، نتایج حاصل از مطالعات تطبیقی پروژه دیده‌بان جهانی کارآفرینی (GEM) نشان می‌دهند که ارتباطات مثبت و معناداری بین فعالیت‌های کارآفرینانه و رشد اقتصادی وجود دارند (افتخاری و سجاسی‌قیداری، ۱۳۸۹ به نقل از Merkle, 2005).

بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که کارآفرینی روستایی راهکاری جدید در نظریه‌های توسعه برای توانمندسازی و ظرفیت‌سازی در مناطق روستایی به‌منظور تغییر الگوی زندگی کنونی به الگوی مطلوب و شایسته انسانی، کاهش شکاف شهر-روستا، و ایجاد برابری اقتصادی، اجتماعی، محیطی و نهادی است (Robinson and Christy, 2004, 11). درعین حال، کارآفرینی به‌عنوان مدل توسعه اقتصادی در خدمت به مردم نقاط روستایی با افزایش شغل، درآمد و ایجاد

ثروت در بهبود کیفیت زندگی آنان مؤثر است (Kulawczuk, 1998, 101) و ابزاری مهم برای رسیدن به توسعه پایدار به‌شمار 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.

پیشینه تحقیق

کارآفرینی موضوع تقریباً جدیدی است که در سال‌های گذشته به‌طور جدی مطرح شده و نزدیک به یک دهه است که در کشور ما نیز مطالعه در این زمینه آغاز شده است. لی (۲۰۰۸) معتقد است که امروزه تغییرات سریع در دنیای اقتصاد در بسیاری از جوامع بر اهمیت پیگیری فرصت‌های کارآفرینانه برای ایجاد ثروت افزوده است. پژوهش درباره کارآفرینی موضوع تازه و جوانی است و بعضی معتقدند که این حوزه هنوز در ابتدای راه خود قرار دارد (Li, 2008, 1). رضوانی و نجارزاده در مطالعه میزان آگاهی افراد روستایی از مؤلفه‌های کارآفرینی در دهستان برآن جنوبی اصفهان به این نتیجه رسیدند که آگاهی روستاییان از مؤلفه‌های کارآفرینی در حد کم و خیلی کم است (رضوانی و نجارزاده، ۱۳۸۶). یعقوبی و قاسمی (۱۳۸۸) عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینان بخش کشاورزی و راهکارهای حمایت از آنها را بررسی کردند و دریافتند که اعتماد به نفس، نوآوری، شناسایی فرصت‌ها و داشتن دانش و اطلاعات، از عوامل موفقیت کارآفرینان است.

افتخاری و همکاران در مطالعه تحلیل ابعاد و عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی کشاورزی مناطق روستایی در شهرستان خداآبند به این نتیجه دست یافتند که عوامل اقتصادی در توسعه کارآفرینی کشاورزی اهمیت بسزایی دارد (افتخاری و همکاران، ۱۳۸۸). دادورخانی و همکاران در مقاله‌ای با نام «تحلیل نقش گردشگری در توسعه ویژگی‌های کارآفرینانه در بین جوانان روستایی» به این نتیجه دست یافتند که هرچه زیرساخت‌های اساسی و امکانات روستاها بیشتر

باشد، کارآفرینان بیشتری در آنجا سرمایه‌گذاری خواهند کرد (دادورخانی و همکاران، ۱۳۹۰). مطالعه یدالهی و رضوی در خصوص نقش سرمایه اجتماعی و انسانی در کارآفرینی جوانان روستاهای بخش کربال نشان داد که مهارت‌های کارآفرین و تجربه وی با موفقیت در کارآفرینی رابطه مثبت و معناداری دارد (یدالهی و رضوی، ۱۳۹۱). مطیعی لنگرودی و همکاران در مطالعه‌ای به تبیین عوامل مؤثر بر توانمندسازی روستاییان در توسعه کارآفرینی (مطالعه موردی: بخش‌های زند و سامن شهرستان ملایر) پرداختند و نتایج حاکی از آن است که وجود عوامل فردی و محیطی در افزایش توانمندی روستاییان برای ایجاد و توسعه کسب‌وکار تأثیر دارد (مطیعی لنگرودی، ۱۳۹۱).

روش تحقیق

تحقیق حاضر از نظر روش تحقیق کاربردی و از نظر ماهیت توصیفی-تحلیلی است. برای بررسی بهتر در این پژوهش ابتدا زمینه‌های کارآفرینی به چهار بعد فردی، اقتصادی، اجتماعی، و زیرساختی تقسیم شد و مطابق جدول ۱ معرف‌های مرتبط در قالب گویه‌های طیف لیکرت و در مقیاس‌های اسمی و رتبه‌ای طراحی و استخراج گردید. سپس از ۷۱ معرف به شکل چهار شاخص اصلی برای ارزیابی ظرفیت‌های نواحی روستایی به منظور توسعه کارآفرینی و از ۱۲ گویه برای ارزیابی توانمندی اقتصادی روستاییان و تجزیه و تحلیل اطلاعات استفاده شد. متغیر مستقل تحقیق، ارزیابی ظرفیت‌های نواحی روستایی و متغیر وابسته آن کارآفرینی و توانمندسازی روستاییان بود. روش گردآوری اطلاعات به صورت کتابخانه‌ای (فیش‌برداری از کتاب، مقاله و منابع اینترنتی) و میدانی (پرسشنامه و مشاهده مستقیم) و مصاحبه با سرپرست خانوارها) بود و برحسب ضرورت در هر یک از مراحل تحقیق، یکی از این دو روش به کار گرفته شد.

تجزیه و تحلیل اطلاعات با استفاده از آمارهای توصیفی (میانگین، انحراف معیار) و

استنباطی (آزمون کای ۲، آزمون فریدمن، تحلیل مسیر، ضریب همبستگی، و آزمون t تک‌نمونه‌ای) صورت گرفت. جامعه آماری تحقیق، خانواده‌های روستایی ساکن در روستاهای بخش شال (دهستان‌های قلعه‌هاشم‌خان و زین‌آباد) بودند. در منطقه مطالعه‌شده، ۸ روستا وجود دارد که در مجموع دارای ۱۹۸۰ خانوار و ۸۰۷۷ نفر جمعیت‌اند. واحد تحلیل، خانوارهای ساکن در این دهستان‌ها بود، که به‌علت تعداد کم روستاها تمام‌شماری صورت گرفت و با توجه به گستردگی جامعه آماری تحقیق، برای انتخاب نمونه از فرمول کوکران استفاده شد. تعداد نمونه لازم برای تکمیل پرسشنامه طبق فرمول کوکران ۱۹۶ خانوار محاسبه شد. به‌منظور سازگاری درونی و روایی پرسشنامه در گویه‌های طرح‌شده از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد و برای این منظور تعداد ۳۰ پرسشنامه تکمیل و پیش‌آزمون گردید و ضریب آلفای کرونباخ ۰.۸۲ درصد به‌دست آمد؛ که نشان‌دهنده سطح پایایی بالای پرسشنامه است.

جدول ۱. ابعاد، شاخص‌ها و معرف‌های زمینه‌های فردی برای توسعه کارآفرینی

ابعاد	گویه‌ها
زمینه‌های فردی	ریسک‌پذیری: حاضر به مواجه‌شدن با چالش‌ها و سختی‌ها، ترجیح روش‌های نو به روش‌های سنتی قدیمی و مطمئن، تمایل به انجام ریسک‌های حساب‌شده، ترس‌نداشتن از ابتکار و پیشگام‌بودن، لذت‌بردن از ریسک مالی و شخصی، آمادگی برای پول قرض‌گرفتن از افراد دیگر برای انجام کاری پول‌ساز/ خلاقیت و نوآوری: توانایی کشف و تلفیق راه و روش‌های جدید برای حل یک مشکل، همواره به فکر شروع کارهای جدید بودن، داشتن ایده‌های جدید و متنوع/ اعتمادبه‌نفس: نداشتن استرس در موقعیت‌های سخت و مشکل، اطمینان به انجام موفقیت‌آمیز در موقع روبه‌رویی با طرح یا پروژه، ممکن‌دانستن چیزی که دیگران آن را مشکل می‌دانند/ دانش و آگاهی: میزان تماشای تلویزیون، میزان مطالعه روزنامه، آشنایی با رایانه، میزان آشنایی با اینترنت، میزان استفاده از اینترنت/ تحمل ابهام: فرار نکردن از موقعیت‌های سخت و مشکل، استقبال از تغییر زندگی و قرارگرفتن در موقعیت‌های مبهم و نامعلوم

ادامه جدول ۱. ابعاد، شاخص‌ها و معرف‌های زمینه‌های فردی برای توسعه کارآفرینی

ابعاد	گویه‌ها
زمینه‌های اقتصادی	<p>تسهیلات اقتصادی: استفاده از تسهیلات و وام‌های اعتباری برای ایجاد کسب‌وکارهای جدید، میزان سرمایه‌گذاری‌های خصوصی برای ایجاد کسب‌وکارهای مختلف، وجود فرصت‌های مناسب برای سرمایه‌گذاری در کسب‌وکارهای جدید در روستا، میزان ارائه وام‌ها و اعتبارات خرد از سوی بانک‌ها و مؤسسات برای ایجاد کسب‌وکار، تعدد مراکز خرید محصولات تولیدشده در بخش‌های مختلف (کشاورزی، صنعتی، و خدمات)، دسترسی به تسهیلات اقتصادی: دسترسی به خدمات حمایتی، مشتریان و افراد مورد نیاز؛ دسترسی به سرمایه‌های موجود؛ دسترسی به بازار مناسب برای عرضه تولیدات محلی و بومی به مصرف‌کنندگان؛ دسترسی به ماشین‌آلات و ابزارآلات مدرن در فعالیت‌های مختلف (کشاورزی، صنعت، و خدمات) در روستا، نظام‌های حمایتی: حمایت مردم از سرمایه‌گذاری‌های خصوصی برای ایجاد کسب‌وکار، حمایت دولت از ایجاد و توسعه سازمان‌های غیردولتی فعال مرتبط با کارآفرینی، حمایت دهیاری و شورای اسلامی از افراد سرمایه‌گذار در کسب‌وکارهای جدید/ مشارکت اقتصادی: تجربه فعالیت در کارهای کوچک؛ مشارکت در شکل‌گیری و ایجاد تشکل‌ها، اتحادیه‌ها و اصناف در حوزه‌های کسب‌وکار؛ مشارکت در بررسی میزان تقاضا برای فروش محصولات تولیدشده؛ مشارکت در انتقال تجربه‌های شخصی در مورد کسب‌وکارهای جدید؛ مشارکت در شناسایی فرصت‌های سرمایه‌گذاری در روستا/ رضایت‌مندی: میزان رضایت شغلی، میزان رضایت از درآمدها، میزان رضایت از مسکن، میزان رضایت از محیط کسب‌وکار، میزان رضایت از خدمات ارتباطی، میزان رضایت از دسترسی به خدمات بانک‌ها و منابع مالی/ توانمندی اقتصادی: داشتن اطلاعات و آمارهای بازاریابی و اقتصادی مناسب، آگاهی از نرخ محصولات در بازار، میزان توانمندی مالی برای ایجاد کسب‌وکار</p>

ادامهٔ جدول ۱. ابعاد، شاخص‌ها و معرف‌های زمینه‌های فردی برای توسعه کارآفرینی

ابعاد	گویه‌ها
زمینه‌های اجتماعی	<p>مشارکت: مشارکت در شناسایی افراد خلاق و نوآور، مشارکت در تصمیم‌گیری و اجرای فعالیت‌های مختلف در روستا، مشارکت زنان و دختران روستایی در فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی، میزان مسئولیت‌پذیری در راه‌اندازی کسب‌وکارهای جدید، نهادسازی: میزان برگزاری کلاس‌های آموزشی و مشاوره‌ای در زمینه کسب‌وکارهای خانگی، تمایل به عضویت در تعاونی‌ها و صنایع دستی و کشاورزی، میزان حضور مروجان برای ترویج کسب‌وکارهای جدید، تمایل در به‌کارگیری افراد متخصص در زمینه راه‌اندازی کسب‌وکارهای جدید، اعتقاد به اشتغال‌زا و درآمدزا بودن فعالیت‌های غیرکشاورزی، میزان فعالیت دهیاری و شورای اسلامی روستا برای ایجاد و گسترش کارآفرینی/ آگاهی: آشنایی با زمینه‌های کسب‌وکارهای جدید، آگاهی از خرید و فروش محصولات، میزان آشنایی با قوانین و مقررات کسب‌وکارهای جدید، آشنایی با بازارهای جدید</p>
زمینه‌های زیرساختی و محیطی	<p>زیرساخت‌های فیزیکی: وجود زیرساخت‌های فیزیکی مناسب روستا (همچون جاده‌ها و راه‌های ارتباطی روستا)، وجود زیرساخت‌های عمومی مناسب روستا (همچون آب، برق، و گاز روستا)، وجود زیرساخت‌های تکنولوژیکی مناسب روستا (مثل IT و ICT در روستا)، وجود وسایل نقلیه برای حمل کالا به بازار و مراکز فروش، وجود بازارهای محلی در بخش شال، زیرساخت‌های مالی: وجود نیروی انسانی ماهر (باسواد و باتجربه) برای شروع کسب‌وکارهای جدید، وجود سرمایه‌گذاران برای ایجاد کسب‌وکارهای جدید، توزیع بهینه خدمات دولتی در سطح روستا، فروش مستقیم و بی‌واسطهٔ محصول، میزان مشاغل با درآمد بالا در روستا/ زیرساخت‌های نهادی: وجود سازمان‌های محلی (نظیر صندوق‌های قرض‌الحسنه) در روستا، وجود بانک‌ها و مؤسسات ارائه‌دهنده وام‌ها و اعتبارهای مالی، تعداد تعاونی‌ها و اتحادیه‌ها برای ایجاد امنیت مالی سرمایه‌گذاران/ محیطی: میانگین اراضی زیر کشت، اقلیم، توپوگرافی، کاربری اراضی، منابع آب، موقعیت قرارگیری روستا نسبت به جاده و نزدیک‌ترین شهر (شهر شال)</p>

منبع: غنیان و همکاران، ۱۳۹۰؛ دادورخانی و همکاران، ۱۳۹۰؛ Stathopoulos, 2004. یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۱

برای ارزیابی نقش توسعه کارآفرینی در توانمندی اقتصادی از گویه‌هایی که در جدول ۲ آمده، استفاده شده است.

جدول ۲. متغیرهای توانمندی اقتصادی

شاخص	گویه‌ها
توانمندی اقتصادی	افزایش درآمد مردم، افزایش اشتغال در بخش‌های مختلف (خدمات، کشاورزی و صنعت)، اشتغال افراد بیکار، افزایش تعداد سرمایه‌گذاران، افزایش سرمایه‌گذاری در واحدهای تولیدی، تنوع منابع درآمدی، تنوع شغلی، امکان پس‌انداز درآمد، افزایش استفاده از ماشین‌آلات، افزایش دارایی‌های روستایی، کاهش بیکاری سرپرست خانوار در طول سال، کاهش بیکاری اعضای خانوار

منبع: Bebbington et al., 2007, 590; Abhijit, 2008, 333; Singh, 2009, 875

شاخص‌ها یا مؤلفه‌های کارآفرینی در جدول ۳ بیان شده، که ترکیبی از متغیرهای فردی، اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی، و زیرساختی و محیطی است.

جدول ۳. متغیرهای کارآفرینی

شاخص‌ها	گویه‌ها
فردی	ترجیح روش‌های نو به روش‌های سنتی قدیمی و مطمئن، آمادگی برای پول قرض گرفتن از افراد دیگر برای انجام کاری پول‌ساز، همواره به فکر شروع کارهای جدید بودن، داشتن ایده‌های جدید و متنوع، نداشتن استرس در موقعیت‌های سخت و مشکل، میزان تماشای تلویزیون، میزان استفاده از اینترنت، فرار نکردن از موقعیت‌های سخت و مشکل

ادامه جدول ۳. متغیرهای کارآفرینی

شاخص‌ها	گویه‌ها
اقتصادی	استفاده از تسهیلات و وام‌های اعتباری برای ایجاد کسب‌وکارهای جدید، وجود فرصت‌های مناسب برای سرمایه‌گذاری در کسب‌وکارهای جدید در روستا، دسترسی به بازار مناسب برای عرضه تولیدات محلی و بومی به مصرف‌کنندگان، دسترسی به ماشین‌آلات و ابزارآلات مدرن در فعالیتهای مختلف (کشاورزی، صنعت، و خدمات) در روستا، حمایت مردم از سرمایه‌گذاری‌های خصوصی برای ایجاد کسب‌وکار، حمایت دولت از ایجاد و توسعه سازمان‌های غیردولتی فعال مرتبط با کارآفرینی، مشارکت در شکل‌گیری و ایجاد تشکل‌ها، اتحادیه‌ها و اصناف در حوزه‌های کسب‌وکار، مشارکت در شناسایی فرصت‌های سرمایه‌گذاری در روستا، میزان رضایت شغلی، میزان رضایت از دسترسی به خدمات بانک‌ها و منابع مالی، داشتن اطلاعات و آمارهای بازاریابی و اقتصادی مناسب
نهادی و اجتماعی	مشارکت در تصمیم‌گیری و اجرای فعالیتهای مختلف در روستا، مشارکت زنان و دختران روستایی در فعالیتهای اقتصادی و اجتماعی، میزان برگزاری کلاس‌های آموزشی و مشاوره‌ای در زمینه کسب‌وکارهای خانگی، آشنایی با زمینه‌های کسب‌وکارهای جدید
زیرساختی و محیطی	وجود زیرساخت‌های فیزیکی مناسب روستا (همچون جاده‌ها و راه‌های ارتباطی روستا)، وجود نیروی انسانی ماهر (باسواد و باتجربه) برای شروع کسب‌وکارهای جدید، وجود سرمایه‌گذاران برای ایجاد کسب‌وکارهای جدید، وجود سازمان‌های محلی (نظیر صندوق‌های قرض‌الحسنه) در روستا، اراضی زیر کشت، اقلیم خوب، توپوگرافی مناسب، منابع آبی کافی

منبع: غنیان و همکاران، ۱۳۹۰؛ دادورخانی و همکاران، ۱۳۹۰؛ Stathopoulos, 2004؛ یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۱

ویژگی‌های منطقه

بخش شال در شهرستان بوئین‌زهرا واقع شده است. این بخش از شمال به بخش دشتابی، از شرق به بخش مرکزی بوئین‌زهرا، از جنوب به بخش رامند و از غرب به بخش اسفرورین متصل

است و بین $49^{\circ}41'$ تا $49^{\circ}57'$ طول جغرافیایی شرقی و $35^{\circ}52'$ تا $36^{\circ}00'$ عرض جغرافیایی شمالی واقع شده است. طبق نتایج سرشماری سال ۱۳۸۵، این بخش دارای ۸ آبادی و ۸۰۷۷ نفر جمعیت و ۱۹۳۸ خانوار است. با توجه به آمارنامه‌های سال‌های مختلف، جمعیت بخش شال در سرشماری سال ۱۳۵۵ به ۵۹۵۶ نفر، در سال ۱۳۶۵ به ۷۴۰۰ نفر، در سال ۱۳۷۵ به ۷۷۰۷ نفر و در سال ۱۳۸۵ به ۸۰۷۷ نفر رسید، که به‌رغم خالی از سکنه‌شدن بعضی از روستاها، نرخ رشد جمعیت بخش شال در سال ۱۳۸۵ برابر با ۱/۱۷ درصد بوده و جمعیت آن افزایش یافته است. بخش مطالعه‌شده از نظر اقلیمی دارای آب‌وهوای خشک نیمه‌سرد است (سازمان هواشناسی قزوین، ۱۳۸۸). جهت شیب بخش شال، شرقی- غربی است و شیب آن بین ۰/۳ تا ۳/۲ است و درواقع منطقه به‌صورت دشتی صاف و هموار است. بخش شال بین ارتفاع ۱۲۰۰ تا ۱۳۰۰ متر واقع شده است. کل اراضی بخش شال ۲۱۰۰۰ هکتار است و با توجه به مشخصات منطقه - از جمله پست و هموار بودن منطقه و همچنین بارندگی کم- همه زمین‌ها زیر کشت آبی قرار دارند. از این ۲۱۰۰۰ هکتار، ۱۷۰۰۰ هکتار زیر کشت و ۴۰۰۰ هکتار به‌صورت آیش است (بخشداری شال، ۱۳۹۰).

یافته‌های تحقیق

بررسی ویژگی‌های فردی پاسخ‌گویان نشان می‌دهد که میانگین سنی افراد ۳۴/۴ سال است که از میان آنان ۸۲/۱ درصد مرد و بقیه زن هستند و متوسط بعد خانوار نیز ۴/۱ نفر است. از نظر سطح تحصیلات ۱۷/۳ درصد پاسخ‌دهندگان بی‌سواد، ۳۲/۱ درصد در سطح ابتدایی، ۱۱/۲ درصد در سطح راهنمایی، ۱۴/۸ درصد در سطح متوسطه، ۱۲/۸ درصد در سطح دیپلم و بالاتر، ۹/۷ درصد در سطح فوق‌دیپلم و لیسانس، و ۲ درصد دارای مدرک فوق‌لیسانس و بالاترند. از نظر نوع فعالیت ۱۳/۳ درصد شاغل دولتی، ۳۵/۲ درصد شاغل بخش کشاورزی، ۹/۲ درصد شاغل بخش صنعت، ۱۲/۲ درصد شاغل بخش خدمات، ۳/۱ درصد دامدار، ۹/۷ درصد کارگر، ۹/۷ درصد خانه‌دار، و ۷/۷ درصد دارای شغل آزادند.

پاسخ‌دهندگان، زمینه‌های فردی را با ۳۴/۶ درصد فراوانی و میانگین ۲/۷۸ نامناسب و اندک ارزیابی کرده و بیان کرده‌اند که شاخص‌های فردی مثل ریسک‌پذیری، دانش و آگاهی، اعتمادبه‌نفس و خلاقیت و نوآوری افراد برای توسعه کارآفرینی در نواحی روستایی در حد مطلوب قرار ندارد. در مورد زمینه‌های دیگر نیز وضع به همین منوال است: زمینه‌های اقتصادی با ۳۳/۱ درصد فراوانی و میانگین ۲/۸۴ صدم پایین ارزیابی شده، زمینه‌های اجتماعی و فرهنگی با ۲۹/۸ درصد فراوانی و میانگین ۲/۹۸ صدم نامناسب قلمداد شده، و زمینه‌های محیطی نیز با ۳۴/۶ درصد فراوانی و میانگین ۲/۴۹ صدم کم ارزیابی شده است. میانگین عددی حاصل از تحلیل ظرفیت‌ها برای توسعه کارآفرینی نیز نشان از پایین بودن این ظرفیت‌ها دارد. بر اساس آزمون t تک‌نمونه‌ای با احتساب دامنه طیفی که بین ۱ تا ۵ بر اساس طیف لیکرت در نوسان است، این میانگین برای تمامی شاخص‌ها کمتر از شرایط متوسط (۳) ارزیابی شده است. این تفاوت در سطح آلفا ۰/۰۱ معنادار است و تفاوت آن با مطلوبیت عددی نیز در همه زمینه‌ها منفی ارزیابی شده است (جدول ۴).

جدول ۴. تحلیل ظرفیت‌ها برای توسعه کارآفرینی، براساس t تک‌نمونه‌ای

(مطلوبیت عددی آزمون شده = ۳)

مؤلفه‌ها	میانگین	آماره آزمون t	معناداری	تفاوت میانگین	فاصله اطمینان ۹۵ درصد	
					حد پایین	حد بالا
فردی	۲/۷۳	-۴/۶۹	۰/۰۰۰	-۰/۲۶۵	-۰/۳۷۶	-۰/۱۵۴
اقتصادی	۲/۸۱	-۳/۳۰	۰/۰۰۰	-۰/۱۸۵	-۰/۲۹۶	-۰/۰۷۴
اجتماعی	۳/۰۰۷	۰/۱۴	۰/۹۸۹	۰/۰۰۰	-۰/۰۹۴	-۰/۰۹۶
زیرساختی	۲/۵۶	-۹/۶۹	۰/۰۰۰	-۰/۴۳۲	-۰/۵۲۰	-۰/۳۴۴

منبع: یافته‌های تحقیق

از آنجا که ویژگی‌های فردی همچون سن، سطح تحصیلات و میزان درآمد در توسعه ظرفیت‌های کارآفرینی مؤثر است، همبستگی بین این متغیرها بررسی شده است (جدول ۵). بر

اساس جدول ۵ بین سطح تحصیلات و میزان درآمد سرپرستان خانوار با ابعاد ظرفیتی و کارآفرینی، رابطه معناداری وجود دارد؛ یعنی با بالارفتن سطح تحصیلات و افزایش درآمد، ابعاد ظرفیتی و کارآفرینی نیز افزایش می‌یابد و با افزایش سن، ابعاد ظرفیتی و کارآفرینی کاهش می‌یابد، ولی مؤلفه مذکور با ظرفیت زیرساختی همبستگی ندارد.

جدول ۵. همبستگی بین ویژگی‌های فردی سرپرستان خانوار با ابعاد ظرفیتی و شاخص کل کارآفرینی

ابعاد ظرفیتی	ویژگی‌های فردی	سن	سطح تحصیلات	میزان درآمد
فردی	ضریب پیرسون	-.۰/۵۳۵**	۰/۷۶۳**	۰/۴۴۳**
	سطح معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
	تعداد	۱۹۶	۱۹۶	۱۹۶
اقتصادی	ضریب پیرسون	-.۰/۳۴۰**	۰/۶۳۹**	۰/۴۵۸**
	سطح معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
	تعداد	۱۹۶	۱۹۶	۱۹۶
اجتماعی	ضریب پیرسون	-.۰/۳۲۷**	۰/۵۹۰**	۰/۳۹۸**
	سطح معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
	تعداد	۱۹۶	۱۹۶	۱۹۶
زیرساختی	ضریب پیرسون	-.۰/۱۱۱**	۰/۴۶۲**	۰/۴۵۹**
	سطح معناداری	۰/۱۲۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
	تعداد	۱۹۶	۱۹۶	۱۹۶
کارآفرینی	ضریب پیرسون	-.۰/۳۸۲**	۰/۶۷۹**	۰/۴۶۹**
	سطح معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
	تعداد	۱۹۶	۱۹۶	۱۹۶

** در سطح ۰/۰۱ معناداری

منبع: یافته‌های تحقیق

تحلیل ناپارامتری همبستگی میان ابعاد چهارگانه ظرفیت‌های فردی، اقتصادی، اجتماعی و زیرساختی در روستاهای مطالعه‌شده، رابطه مستقیم میان این ابعاد را نشان می‌دهد. همان‌طور که در جدول ۶ مشاهده می‌شود، با افزایش هر یک از ظرفیت‌های موجود، سایر ظرفیت‌ها نیز افزایش معناداری در سطح آلفای ۰/۰۱ درصد می‌یابند.

جدول ۶. همبستگی بین ابعاد ظرفیتی توسعه کارآفرینی

ابعاد ظرفیتی		فردی	اقتصادی	اجتماعی	زیرساختی
فردی	ضریب پیرسون	۱	۰/۸۸۲**	۰/۸۳۱**	۰/۶۱۰**
	سطح معناداری		۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
	تعداد	۱۹۶	۱۹۶	۱۹۶	۱۹۶
اقتصادی	ضریب پیرسون	۰/۸۸۲**	۱	۰/۹۳۷**	۰/۸۰۰**
	سطح معناداری	۰/۰۰۰		۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
	تعداد	۱۹۶	۱۹۶	۱۹۶	۱۹۶
اجتماعی	ضریب پیرسون	۰/۸۳۱**	۰/۹۳۷**	۱	۰/۸۰۲**
	سطح معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰		۰/۰۰۰
	تعداد	۱۹۶	۱۹۶	۱۹۶	۱۹۶
زیرساختی	ضریب پیرسون	۰/۶۱۰**	۰/۸۰۰**	۰/۸۰۲**	۱
	سطح معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	
	تعداد	۱۹۶	۱۹۶	۱۹۶	۱۹۶

منبع: یافته‌های تحقیق

** در سطح ۰/۰۱ معناداری

بر اساس آزمون فریدمن، بین میانگین زمینه‌های موجود برای توسعه کارآفرینی در سطح آلفای ۰/۰۱ تفاوت معناداری وجود دارد. در این بین بیشترین میانگین رتبه‌ای، به زمینه‌های اجتماعی و کمترین آن به زمینه‌های زیرساختی اختصاص دارد. بررسی میانگین رتبه‌ای داده‌های حاصل از زمینه‌های موجود برای توسعه کارآفرینی نشان‌دهنده پایین بودن این زمینه‌ها در حد کمتر از مطلوب است.

جدول ۷. معناداری تفاوت میانگین رتبه‌ای زمینه‌های موجود برای توسعه کارآفرینی

بر اساس آماره آزمون فریدمن

زمینه‌ها	تعداد	میانگین عددی	میانگین رتبه‌ای فریدمن
فردی	۱۹۶	۲/۷۳۴	۲/۲۸
اقتصادی	۱۹۶	۲/۸۱۴	۲/۶۶
اجتماعی	۱۹۶	۳/۰۰۷	۳/۲۸
زیرساختی	۱۹۶	۳/۵۶	۱/۷۹
کای دو		۱۴۰/۲۱۷	
درجه آزادی		۳	
سطح معناداری		۰/۰۰۰	

منبع: یافته‌های تحقیق

تحلیل روابط آماری میان میزان گرایش به کارآفرینی خانوارهای مطالعه‌شده و شاخص کل زمینه‌های موجود کارآفرینی که از طریق تحلیل خوشه‌ای در سه طبقه ضعیف، متوسط و بالا قرار گرفته‌اند، با آزمون همگونی کای دو مبتنی بر جداول توافقی، تفاوت آماری معناداری را میان متغیر وابسته «گرایش به کارآفرینی» و متغیر مستقل «شاخص کل زمینه‌های موجود کارآفرینی» نشان می‌دهد. براساس زمینه‌های موجود کارآفرینی، تفاوت معناداری در میزان گرایش به کارآفرینی به‌دست آمده است. جهت این رابطه نیز مثبت برآورد شده که نشان‌دهنده وجود رابطه مستقیم است، بنابراین می‌توان گفت با افزایش زمینه‌های موجود کارآفرینی، میزان گرایش به کارآفرینی خانوارهای مطالعه‌شده هم افزایش می‌یابد (جدول ۸).

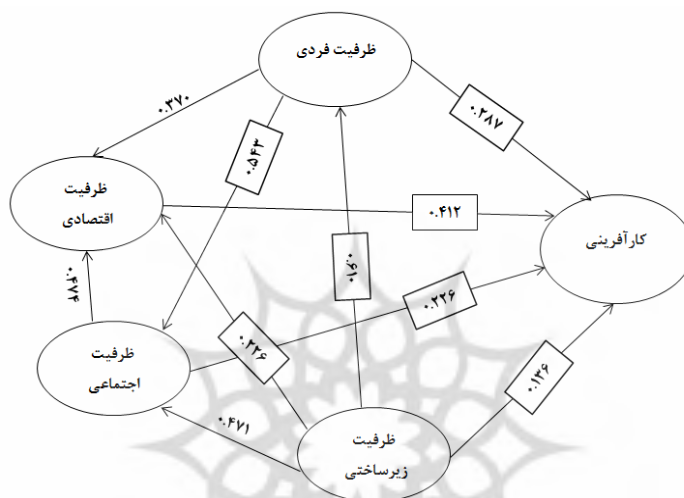
جدول ۸. روابط آماری میان میزان گرایش به کارآفرینی خانوارهای مطالعه‌شده و شاخص کل زمینه‌های موجود کارآفرینی، آزمون همگونی کای دو

کل	شاخص کل زمینه‌های موجود کارآفرینی			مؤلفه‌ها	
	بالا	متوسط	کم	کم	میزان گرایش به کارآفرینی
۱۵	۲	۹	۴	کم	میزان گرایش به کارآفرینی
۱۲۰	۱۰	۱۰۸	۲	متوسط	
۶۱	۴۴	۱۴	۳	بالا	
۱۹۶	۵۶	۱۳۱	۹	کل	
سطح معناداری		درجه آزادی	ارزش	آماره آزمون کای دو پی‌رسون	
۰/۰۰۰		۴	۱۰۴/۴۱۶		
			۰/۵۴۰	ضریب همبستگی	

منبع: یافته‌های تحقیق

برای بررسی میزان اثرگذاری ابعاد ظرفیتی بر توسعه کارآفرینی در روستاهای مطالعه‌شده، از مدل تحلیل مسیر استفاده شده است. برای این منظور، ابعاد ظرفیتی به‌عنوان متغیر مستقل در نظر گرفته شده و با کارآفرینی - به‌عنوان متغیر وابسته - سنجیده شده‌اند. بعد از محاسبه جایگزینی هر یک از ابعاد ظرفیتی به‌عنوان متغیر مستقل و کارآفرینی به‌عنوان متغیر وابسته و

انجام تحلیل واریانس هر یک از آنها، تأثیرات مستقیم هر یک از ابعاد ظرفیتی محاسبه شده است. در ادامه، با ضرب کردن کلیه مسیرها در فاکتور مورد نظر و در نهایت جمع کردن همه آنها با یکدیگر، تأثیرات غیرمستقیم نیز محاسبه گردید. ضریب تبیین مدل در اینجا ۰/۷۵ صدم است (شکل ۱).



شکل ۱. نمودار تحلیل مسیر توسعه کارآفرینی و متغیرهای

مستقل فردی، اقتصادی، اجتماعی و زیرساختی

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۱

همان‌طور که در جدول ۹ مشاهده می‌شود، زمینه‌های فردی و زیرساختی بیشترین تأثیر را بر توسعه کارآفرینی دارند.

جدول ۹. تأثیرات ابعاد ظرفیتی بر توسعه کارآفرینی

ابعاد ظرفیتی	تأثیرات مستقیم	تأثیرات غیرمستقیم	تأثیرات کلی
فردی	۰/۲۸۷	۰/۳۸۱	۰/۶۶۸
اقتصادی	۰/۴۱۲	-	۰/۴۱۲
اجتماعی	۰/۲۲۶	۰/۱۹۵	۰/۴۲۱
زیرساختی	۰/۱۳۶	۰/۶۳۴	۰/۷۷

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۱

با توجه به جدول ۱۰ می‌توان دریافت که بین ظرفیت‌های توسعه کارآفرینی و توانمندی اقتصادی طبق آزمون پیرسون همبستگی معناداری وجود دارد. بر این مبنا، آن دسته از افراد محدوده مطالعه شده که دارای ظرفیت‌ها و زمینه‌های لازم برای توسعه کارآفرینی هستند، با افزایش کارآفرینی به توانمندی اقتصادی دست می‌یابند.

جدول ۱۰. همبستگی بین ابعاد ظرفیتی کارآفرینی و توانمندی اقتصادی (پیرسون)

گویه‌ها	فردی	اقتصادی	اجتماعی	زیرساختی
ضریب همبستگی	۰/۴۷۳**	۰/۴۵۶**	۰/۵۰۱**	۰/۴۱۲**
توانمندی اقتصادی	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
تعداد	۱۹۶	۱۹۶	۱۹۶	۱۹۶

** در سطح ۰/۰۱ معناداری

منبع: یافته‌های تحقیق

نتیجه‌گیری و پیشنهاد

امروزه توسعه روستاها در مقایسه با گذشته پیوند گسترده‌تری با مفهوم کارآفرینی یافته است. در زمان حاضر مؤسسات و صاحب‌نظران توسعه روستایی، ایجاد کارآفرینی را شیوه‌ای مداخله‌جویانه در توسعه می‌دانند که قادر است روند توسعه روستاها را تسریع کند. وجود محیط فراهم‌کننده شرایط کارآفرینی در مناطق روستایی از مهم‌ترین پیش‌نیازهای توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی است. بنابراین در این پژوهش، ظرفیت‌های نواحی روستایی برای توسعه کارآفرینی و توانمندسازی روستاییان ارزیابی شد.

یافته‌های تحقیق نشان می‌دهند که ظرفیت‌های نواحی روستایی مطالعه شده برای توسعه کارآفرینی در چهار بعد فردی، اقتصادی، اجتماعی و زیرساختی چندان مطلوب نیست. در مصاحبه‌ای که با سرپرستان خانوار صورت گرفت، اظهار کردند که به دلیل سواد کم و رفت‌وآمد محدود خانوارها به شهرها، آشنایی آنها با بازارهای جدید و آگاهی‌شان از نیاز مصرف‌کنندگان اندک است، و به تبع آن، تنوع فعالیت‌های اقتصادی در این منطقه نیز کاهش می‌یابد.

با توجه به نتایج آزمون همبستگی، بین ویژگی‌های فردی و ظرفیت‌های کارآفرینی ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد؛ بنابراین زمانی که افراد با تحصیلات بیشتر در دوره‌های آموزشی تخصصی حضور می‌یابند، شانس بیشتری برای به‌دست آوردن فرصت‌های اقتصادی و اجتماعی و در نتیجه بروز مهارت‌های کارآفرینی خود خواهند داشت. توان مالی فرد کارآفرین و خانواده او نیز به نوعی روحیه ریسک‌پذیری او را در ایجاد کسب‌وکارهای جدید افزایش می‌دهد. ظرفیت کارآفرینی با متغیر سن همبستگی منفی دارد و با افزایش سن زمینه‌های کارآفرینی کاهش می‌یابد، ولی با زمینه‌های زیرساختی همبستگی ندارد. بنابراین توسعه کارآفرینی مستلزم مشارکت جوانان و افراد پردرآمد است، که این کار با فرهنگ‌سازی و تشویق جوانان و سرمایه‌گذاران به کارآفرینی امکان‌پذیر خواهد بود.

نتایج تحلیل آزمون کای دو مشخص می‌کند که گرایش خانوارها به کارآفرینی مثبت است، که نقطه قوتی در منطقه قلمداد می‌شود. دستیابی به پیشرفت در این زمینه، مستلزم حضور روستاییان و کشاورزان در روند توسعه کارآفرینی است، و این امر صرفاً با تقویت روحیه مشارکت و همکاری به‌شکلی مدرن و در قالب تشکل‌های دولتی و غیردولتی همانند انجمن‌ها، کانون‌ها، و به‌ویژه تعاونی‌های تولید روستایی و مراکز خدمات روستایی امکان‌پذیر است. یافته‌ها حاکی از آن است که سرپرستان خانوار اعتقاد زیادی به اشتغال‌زایی و درآمدزا بودن کسب‌وکارهای کوچک (کارآفرینی) دارند؛ و در مقابل، افراد زیادی - به‌خصوص در سنین ۵۰ سال به بالا- اظهار کردند که آشنایی چندانی با زمینه‌های ایجاد کسب‌وکارهای کوچک در محیط روستایی ندارند. مدیریت روستایی (دهیاری و شورای اسلامی) می‌تواند با ایجاد کلاس‌های آموزشی و ترویجی افراد را با این نوع کسب‌وکارها آشنا کند، این در حالی است که طبق اظهارات افراد، مدیران روستایی در این زمینه فعالیت اندکی دارند و فقط به کارهای اجرایی و عمرانی می‌پردازند.

اگر روستاییان با زمینه‌های کارآفرینی آشنایی داشته باشند، مدیران روستایی می‌توانند با جلب مشارکت و همکاری آنها برای سرمایه‌گذاری در این حوزه‌ها، هم زمینه اشتغال افراد را

فراهم کنند و هم مانع خارج شدن سرمایه از محیط روستایی شوند و تا حدی به توسعه روستایی دست یابند.

نتایج تحلیل مسیر نشان می‌دهند که زمینه‌های زیرساختی و فردی بیشترین تأثیر را بر توسعه کارآفرینی می‌گذارند. با اینکه روستاهای منطقه در همه زمینه‌ها در حد مطلوب نیستند ولی با تقویت زمینه‌های فردی و زیرساختی می‌توان انتظار داشت که کارآفرینی در روستاها افزایش یابد و از مشکل بیکاری و مهاجرت کاسته شود، بدین ترتیب درآمد افزایش می‌یابد که باعث توسعه روستا و توانمندی روستاییان می‌شود. همان‌طور که نتایج همبستگی بین توسعه کارآفرینی و توانمندی اقتصادی روستاییان نشان می‌دهد، رابطه مثبت و معناداری بین این دو متغیر وجود دارد، بنابراین با سرمایه‌گذاری و توسعه کسب‌وکارهای کوچک متناسب با ظرفیت روستاها می‌توان به توانمندی اقتصادی روستاییان دست یافت و از مهاجرت افراد - به‌ویژه جوانان - به شهرها کاست و باعث تثبیت جمعیت شد. از سویی دیگر، توانمندی اقتصادی روستاییان، سرمایه‌گذاری در روستا و توسعه فعالیت‌های کارآفرینی را بهبود می‌دهد و همین امر باعث جلوگیری از خارج شدن سرمایه از روستا و توسعه امکانات و زیرساخت‌های روستا می‌گردد، که به نوبه خود توسعه روستایی را در منطقه سرعت می‌بخشد.

با توجه به نتایج تحقیق و مطالعات میدانی در روستاهای مطالعه‌شده، در ادامه پیشنهادهایی برای توسعه کارآفرینی و توانمندسازی روستاها مطرح می‌شود.

- افزایش اعتماد به نفس از طریق سپردن مسئولیت کارهای اجرایی و گروهی به روستاییان (جوانان تحصیل کرده یا افراد باتجربه).
- آموزش مهارت‌هایی همچون کارآفرینی و راه‌اندازی کسب‌وکار، زبان انگلیسی، کامپیوتر و اینترنت به جوانان روستا به منظور آشنایی با زمینه‌های ایجاد کسب‌وکار و بازارهای جدید.
- شناساندن توانایی‌ها و فرصت‌های موجود در روستا به سرمایه‌گذاران داخل و خارج از روستا به منظور سرمایه‌گذاری در روستا از طریق ایجاد وبلاگ و بوروشور به وسیله دهیاری و شورای اسلامی روستا.

- ارائه وام‌ها و اعتبارات کم‌بهره با بازپرداخت بلندمدت به روستاییان برای ایجاد کسب‌وکارهای کوچک و زودبازده با نظارت ارگان‌های ذی‌ربط.
- افزایش آگاهی روستاییان در خصوص بازارهای داخلی و خارجی و نیازهای مصرف‌کنندگان از طریق کلاس‌های آموزشی و ترویجی با کمک افراد تحصیل کرده و جوان و باتجربه خود روستا.
- به دلیل کمبود آب و خاک نامناسب، روستاییان باید آبیاری سنتی را کنار بگذارند و از شیوه‌های نوین آبیاری (آبیاری قطره‌ای و بارانی) استفاده کنند، یا محصولاتی متناسب با آب و خاک منطقه (پسته و کلزا) بکارند تا از هدررفت آب جلوگیری شود.
- جذب سرمایه‌ها و سرمایه‌گذاران به مناطق روستایی از طریق تشویق‌ها و تخفیف‌های مالی و همچنین ایجاد محیطی جذاب از طریق ارائه خدمات و امکانات زیرساختی (فیزیکی، مالی و نهادی).
- بهبود زیرساخت‌های فیزیکی و ارائه تسهیلات مناسب رفت‌وآمد به شهر، به‌منظور استفاده از امکانات مطالعه مطبوعات، استفاده از اینترنت و آشنایی با نوآوری‌های خدمات سازمان‌ها و دواير.
- حرکت از سمت کشاورزی معیشتی به کشاورزی صنعتی و اقتصادی کردن کالاهای کشاورزی و روستایی، با توجه به قطعه‌قطعه بودن اراضی زراعی روستاهای مطالعه‌شده.
- برگزاری دوره‌های آموزشی کارآفرینی و خلاقیت برای دهیاران در بخش‌داری، به‌وسیلهٔ مربیان مجرب یا کارآفرینان موفق و ارائهٔ مطالب کلاس‌ها به روستاییان.

منابع

- احمدپور داریانی، محمود، ۱۳۷۷، طراحی و تبیین الگوی پرورش مدیران کارآفرین در صنعت، رسالهٔ دکتری تخصصی در رشتهٔ مدیریت، دانشکدهٔ علوم انسانی، دانشگاه تربیت مدرس، صص. ۳۲-۴۹.
- احمدپور داریانی، محمود، ۱۳۷۸، کارآفرینی (تعاریف، نظریات، الگوها)، انتشارات پردیس.

احمدی، میترا، ۱۳۸۷، ظرفیت‌سازی، دانشنامه مدیریت شهری و روستایی، انتشارات سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور، صص. ۵۸۹-۵۹۱.

استانداری قزوین، ۱۳۹۱، فرمانداری شهرستان بوئین‌زهرا، بخشداری شال.

افتخاری، عبدالرضا رکن‌الدین و سجاسی قیداری، حمدالله ۱۳۸۹، توسعه روستایی با تأکید بر کارآفرینی، انتشارات سمت.

افتخاری، عبدالرضا رکن‌الدین؛ پورطاهری، مهدی؛ فرج‌زاده، منوچهر؛ حیدری ساربان، وکیل، ۱۳۸۸، نقش توانمندسازی در توسعه کشاورزی (مطالعه موردی: استان اردبیل)، پژوهش‌های جغرافیای انسانی، شماره ۶۹، پاییز، صص. ۸۷-۱۰۳.

افتخاری، عبدالرضا رکن‌الدین؛ سجاسی قیداری، حمدالله؛ و رضوی، سیدحسین، ۱۳۸۹، راهبردهای توسعه کارآفرینی کشاورزی در مناطق روستایی؛ مطالعه موردی: روستاهای شهرستان خدابنده، فصلنامه روستا و توسعه، سال ۱۳، شماره ۳، پاییز، صص. ۱-۲۹.

ایمنی، سیاوش، هاشمی، سیدسعید، ۱۳۸۸، نقش کارآفرینی در توسعه پایدار گردشگری، مجله کار و جامعه، شماره ۱۰۶-۱۰۷، صص. ۹۵-۱۰۶.

بهکیش، محمدمهدی، ۱۳۸۰، اقتصاد ایران در بستر جهانی‌شدن، نشر نی، تهران.

پیربابایی، محمدتقی، ۱۳۸۲، ظرفیت‌سازی در ابتکارات توسعه روستایی، نمونه موردی طرح توسعه منطقه‌ای، مجموعه مقالات کنگره توسعه روستایی، چالش‌ها و چشم‌اندازهای توسعه ایران، سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی.

حسینی، سیدمحمد و سلیمان‌پور، محمدرضا، ۱۳۸۵، بررسی اثرات تقویت روحیه کارآفرینی در روند توسعه کشاورزی، ماهنامه جهاد، شماره ۲۷۳، صص. ۴۷-۵۵.

حیدری ساربان، وکیل، ۱۳۸۸، نقش توانمندسازی کارکنان جهاد کشاورزی و کشاورزان در توسعه کشاورزی؛ مطالعه موردی استان اردبیل، رساله دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه تربیت مدرس.

دادورخانی، فضیله، رضوانی، محمدرضا، ایمنی قشلاق، سیاوش و خدیجه بوذرجمهری، 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، شماره ۷۸، زمستان، صص. ۱۶۹-۱۹۵.

حسین فراهانی و سمیرا حاجی حسینی ————— ارزیابی ظرفیت‌های نواحی روستایی برای توسعه کارآفرینی و ...

دربان‌آستانه، علیرضا، قدیری معصوم، مجتبی و فیروزی، محمدعلی، ۱۳۹۱، بررسی ارتباط بین عملکرد سازمانی و مهارت‌های کارآفرینی مدیران محلی روستایی (مطالعه موردی: دهیاران استان قزوین)، مجله پژوهش‌های روستایی، سال سوم، شماره یکم، بهار، صص. ۵۹-۲۷.

رضوانی، محمدرضا، ۱۳۸۳، مقدمه‌ای بر برنامه‌ریزی توسعه روستایی در ایران، نشر قومس.

رضوانی، محمدرضا، ۱۳۹۰، برنامه‌ریزی توسعه روستایی در ایران، نشر قومس.

رضوانی، محمدرضا، نجارزاده، محمد، ۱۳۸۷، بررسی و تحلیل زمینه‌های کارآفرینی روستاییان در فرایند توسعه نواحی روستایی (مطالعه موردی: دهستان برآن جنوبی، شهرستان اصفهان)، توسعه کارآفرینی، سال اول، شماره دوم، زمستان، صص. ۱۶۴-۵.

سایت سازمان هواشناسی استان قزوین: www.qazvinmet.ir.

شادی‌طلب، ژاله؛ وهابی، معصومه؛ ورمزیار، حسن، ۱۳۸۴، فقر درآمدی فقط یک جنبه از فقر زنان سرپرست خانوار، فصلنامه رفاه اجتماعی، سال چهارم، شماره ۱۷، صص. ۲۴۷-۲۲۷.

شکوری، علی؛ رفعت‌جاه، مریم؛ جعفری، معصومه، ۱۳۸۶، مؤلفه‌های توانمندی زنان و تبیین عوامل مؤثر بر آنها، پژوهش زنان، دوره پنجم، شماره ۱، صص. ۲۶-۱.

صمدآقایی، جلیل، ۱۳۸۲، سازمان‌های کارآفرین، مؤسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه‌ریزی، چاپ دوم، تهران.

غفاری، غلامرضا؛ دارابی، حسین؛ جهانگیری، پرویز، ۱۳۸۸، مروری بر شاخص‌های توانمندسازی با تأکید بر زنان سرپرست خانوار، مجموعه مقالات دومین همایش توانمندسازی و توان‌افزایی زنان سرپرست خانوار، اداره کل امور بانوان شهرداری تهران، صص. ۳۴۰-۳۱۹.

غنیان، منصور؛ خانی، فضیله؛ و بقایی، لیلا، ۱۳۹۰، ارزیابی فضای کارآفرینی در گردشگری روستایی، مطالعه موردی: منطقه اورامان، مجله پژوهش‌های روستایی، سال دوم، شماره سوم، پاییز، صص. ۱۲۳-۹۹.

فاضل‌بیگی، محمدمهدی، یاوری، غلامرضا، ۱۳۸۸، تعاون روستایی سرآغازی بر توسعه کارآفرینی، مجله تعاون، سال بیستم، شماره ۲۰۴ و ۲۰۵، تیر و مرداد.

قاسمی سیانی، محمد، ۱۳۸۸، کارآفرینی و نقش آن در توسعه اقتصادی روستاهای ایران، مجله مسکن و محیط روستا، صص. ۴۳-۲۸.

گلرد، پروانه، ۱۳۸۶، عوامل مؤثر در کارآفرینی زنان، اطلاعات سیاسی-اقتصادی، شماره ۲۴۰-۲۳۹، صص. ۲۰۴-۲۱۳.

گلرد، پروانه، ۱۳۸۶، ویژگی‌ها، انگیزه‌ها و اهداف ترغیب‌کننده زنان ایرانی در توسعه کسب‌وکار، فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۴۴، پاییز، صص. ۲۶۷-۲۹۵.

مطیعی‌لنگرودی، سیدحسن؛ قدیری‌معصوم، مجتبی؛ دادورخانی، فضیله؛ یداللهی فارسی، جهانگیر؛ ترکشوند، زهرا، ۱۳۹۱، تبیین عوامل مؤثر بر توانمندسازی روستاییان در توسعه کارآفرینی (مطالعه موردی: بخش‌های زند و سامن شهرستان ملایر)، مجله پژوهش‌های جغرافیای انسانی، شماره ۸۰، تابستان، صص. ۱۱۹-۱۳۸.

یداللهی‌فارسی، جهانگیر و رضوی، سیدحسن، ۱۳۹۱، نقش سرمایه اجتماعی و سرمایه انسانی در کارآفرینی جوانان روستاهای بخش کربال، مجله پژوهش‌های جغرافیای انسانی، شماره ۷۹، بهار، صص. ۱۰۳-۱۱۵.

Abhijit V., 2008, **Mandated Empowerment Handing Antipoverty Policy Back to the Poor**, Annals of the New York Academy of Sciences, PP. 333-348.

Alison M., 1990, **Entrepreneurship: An International Perspective**, Oxford: Linacre House.

Bebbington, Anthony et al., 2007, **Of Texts and Practices: Empowerment and Organizational Cultures in World Bank-funded Rural Development Programmers**, Journal of Development Studies, Vol. 43, No. 4, PP. 597-621.

Chowdhury, M.S., 2007, **Overcoming Entrepreneurship Development Constraints: The Case of Bangladesh**, Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy, Vol. 1, No. 3, PP. 240-251.

Eklud, L., 1999, **Form Citizen Participation to Community Empowerment**, University of Tampere.

Heaton, J., 2005, **Developing Entrepreneurs: An Examination of Systematic Approach's to Entrepreneurial Development for Rural Areas**, Illinois Institute for Rural Affairs, Rural Research Report.

Heriot, Kirk C. and Campbell, Noel D., 2002, **A New Approach to Rural Entrepreneurship: A case study of two rural electric cooperatives**, Available on: <http://usasbe.org/knowledge/proceedings/proceedingsDOC/USABE2005proceeding-Heriot%2030.pdf>.

Kenneth L. Robinson and Ralph D. Christy, Cornell University, and Ntam Baharanyi, Tuskegee University, 2004, **Empowering Rural Communities through Entrepreneurship**, Tuskegee university, Tuskegee, Alabama.

- Lescevic, M., 2002, **Rural Entrepreneurship Success Determinates**, Available (online) at: www.kc.frb.org/PUBLICAT/MainStreets_RC03_Dabson.pdf.
- Li, L., 2008, **A Review of Entrepreneurship Research Published in the Hospitality and Tourism Management Journals**, Journal of Tourism Management, www.elsevier.com.
- Lordkipanidze, Maia, Brezet, Han, Backman, Mikael, 2005, **The Entrepreneurship Factor in Sustainable Tourism Development**, Journal of Cleaner Production, PP. 787-798.
- Maia, Lordkipanidze, 2002, **Enhancing Entrepreneurship in Rural Tourism for Sustainable Regional Development: The Case of söderslätt Region**, Sweden: The International Institute for Industrial Environmental economics (IIIEE); International Miljö Institute.
- 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.
- Mubashir, H., 1991, **Empowerment, Democracy Participation and Development South Asia**, Journal of SID, No. 1, P. 99.
- Przemyslaw Kulawczuk, 1998, **Chapter 5 the Development of Entrepreneurship in Rural Areas**.
- Reagan, B., 2002, **Are High-Growth Entrepreneurs Building the Rural Economy?**, Kansas City: Federal Reserve Bank of Kansas City.
- Russel S. Sobel and Kerry A. King, 2008, **Does School Choice Increase the Rate of Youth Entrepreneurship?**, Economic of Education Review 27, Elsevier, PP. 429-438.
- Singh, Naresh, 2009, **Forum on the 'Legal Empowerment of the Poor' Fighting Rural Poverty, Inequality and Low Productivity through Legal Empowerment of the Poor**, The Journal of Peasant Studies, Vol. 36, No. 4, PP. 871-892.
- Sophia Stathopoulos, Demetrios Psaltopoulos and Dimitris Skuras, 2004, **Rural Entrepreneurship in Europe**, International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, Vol. 10, No. 6, PP. 404-425.
- Verheul, I. et al., 2001, **An Eclectic Theory of Entrepreneurship**, Tinbergen Institute Discussion Paper, Indianapolis: Institute for development Strategies, Indiana University.
- World Bank, 1996, **Partnership for Capacity Building in Africa**, Strategy and Program of Action, Washington.