

سنجش و تحلیل ویژگی‌های کارآفرینی دهیاران با تأکید بر عوامل زمینه‌ای مؤثر بر آن (مطالعه موردی: دهیاران روستاهای شهرستان میاندوآب)^۱

حسین ایمانی جاجرمی^x - استادیار جامعه‌شناسی، دانشگاه تهران

پیمان پوررجب میاندوآب - کارشناس ارشد توسعه روستایی، دانشگاه تهران

دریافت مقاله: ۱۳۸۸/۸/۳۰

پذیرش نهایی: ۱۳۸۸/۱۱/۱۴

چکیده

کارآفرینی قدمتی بسیار طولانی در حیات انسانی دارد و مطالعات مربوط به آن ابتدا از سوی محافل علمی کشورهای صنعتی صورت گرفته است. با این حال، این مبحث در کشور ما به تازگی مورد توجه قرار گرفته است. هدف اصلی این مقاله سنجش ویژگی‌های کارآفرینی و تأثیر عوامل زمینه‌ای آن بر دهیاران به عنوان مدیران جدید روستایی است. یافته‌های تحقیقات اخیر برای تعیین ویژگی‌های رفتاری کارآفرینان، حاکی از تنوع ویژگی‌های مذکور است. با توجه به تنوع این ویژگی‌ها، ۸ ویژگی از مجموع آنها انتخاب شد و در قالب پرسش‌نامه‌ای بین ۷۶ نفر از مدیران روستایی (دهیاران) روستاهای شهرستان میاندوآب توزیع و تحلیل گردید. نتیجه پژوهش نشان داد که در ۵ ویژگی، نمره دهیاران بیش از متوسط نظری (۲/۵) و با شدت قوی است، و در سه ویژگی دارای ضعف است؛ و در مجموع دهیاران مورد بررسی میانگین کارآفرینی بالاتر از حد متوسط (۳/۰۷) دارند. همچنین با سنجش تأثیر دو متغیر سن و تحصیلات (متغیرهای زمینه‌ای) و مطالعه مطبوعات و تردد به شهر به صورت ترکیب دو متغیری، نتیجه به دست آمده نشان داد که متغیرهای ترکیبی سن - تحصیلات، سن - مطالعه مطبوعات، تحصیلات - تردد به شهر و تحصیلات - مطالعه مطبوعات تأثیری بر میزان کارآفرینی دهیاران ندارند؛ لیکن ترکیب متغیری سن - تردد به شهر با کارآفرینی دهیاران دارای رابطه معنی‌داری است.

کلیدواژه‌ها: کارآفرینی، کارآفرین، ویژگی‌های کارآفرینان، دهیاران، میاندوآب.

E-mail: imanijajarmi@ut.ac.ir

x نویسنده مسئول: ۰۹۱۹۶۲۳۳۸۵۸

۱. این مقاله برگرفته از پایان‌نامه کارشناسی ارشد پیمان پوررجب با عنوان «بررسی ویژگی‌ها و توانمندی‌های کارآفرینی در دهیاران» است. پایان‌نامه مذکور در نیمسال اول سال ۱۳۸۸ با حمایت مالی سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور به انجام رسیده است.



مقدمه

در دنیای در حال تحول امروز، کامیابی از آن جوامع و سازمان‌هایی است که بین منابع کمیاب و قابلیت‌های مدیریتی و کارآفرینی منابع انسانی خود رابطه معنی‌داری برقرار باشد (توکلی مقدم و همکاران، ۱۳۸۶، ۳).

جامعه روستایی - و به تبع آن، نظام مدیریت روستایی - از وجود کارآفرینان خلاق و نوآور به‌ویژه در عرصه مدیریتی خود بی‌نیاز نیست. نظام مدیریت روستایی ایران طی سالیان طولانی به لحاظ ساختارهای اجتماعی، تحولات و دگرگونی‌های پیچیده‌ای داشته است و متأسفانه خلأ مدیریت کارآمد و اصولی در روستاها در تمامی این ادوار و به خصوص از دهه ۱۳۴۰ به این سو و حتی در دهه‌های اخیر، مشکلات عدیده‌ای را برای روستاییان ایجاد کرده است. اگرچه بعد از پیروزی انقلاب اسلامی ایران تشکیلاتی تحت عنوان شورای اسلامی، خانه همیار، دفتر عمران روستایی و مانند اینها در روستاها شکل گرفتند، ولی به دلیل نداشتن زمینه‌های لازم و سازمان‌های اجرایی مرتبط توفیق مطلوبی به دست نیاوردند. به دلیل این نابسامانی‌ها در سال ۱۳۷۷ «قانون تأسیس دهیاری خودکفا در روستاهای کشور» با الگوبرداری از مدیریت شهری که مشتمل بر دو نهاد شورای شهر و شهرداری است، به تصویب رسید (مهدوی و نجفی کانی، ۱۳۸۴، ۲۱).

براساس قانون مقرر گردید که روستاهای بالای بیست خانوار باید دارای دهیار باشند و پیش‌بینی شد که تا پایان برنامه چهارم برای تمامی روستاهای بالای بیست خانوار دهیاری تأسیس شود. این روستاها ۵۳/۴ درصد از کل روستاهای کشور را دربرگرفته‌اند و ۹۵/۳ درصد از کل جمعیت روستایی کشور را در خود جای داده‌اند (مرکز آمار ایران، سرشماری ۱۳۸۵).

کارآفرینی از دو بُعد برای جامعه روستایی و مدیریت روستایی ما اهمیت دارد:
۱. اشتغال و تولید (کارآفرینی اقتصادی): براساس نتایج سرشماری عمومی نفوس و

مسکن سال ۱۳۸۵، نرخ بیکاری مناطق روستایی برابر ۱۴/۷۴ درصد و نرخ مشارکت نیروی کار ۴۰/۸۵ درصد است. جمعیت فعال روستایی در سال ۱۳۸۵ حدود ۷.۴۹۴.۰۰۰ نفر بوده‌اند که از این تعداد ۶.۳۹۰.۰۰۰ نفر شاغل و ۱.۱۰۴.۰۰۰ نفر بیکار جویای کار هستند. علت اشتغال پایین در واقع توسعه اندک فعالیت‌های کشاورزی در روستاهاست، زیرا هر ساله از جمعیت شاغل در این بخش کاسته می‌شود (متوسط کاهش سالانه ۱۴ هزار نفر) و به بخش‌های صنعت و خدمات افزوده می‌گردد (متوسط افزایش سالانه به ترتیب ۱۸ و ۲۷ هزار نفر). اضافه شدن جمعیت شاغل روستایی به جمعیت شهری موجب افزایش جمعیت شهرها و در نتیجه تشدید مشکلات شهرنشینی توسعه‌نیافته، مانند کمبود مسکن و انواع آلودگی‌ها در دهه‌های اخیر شده است. روند خالی شدن روستاها در دهه‌های اخیر تسریع شده است، به طوری که نرخ شهرنشینی در سال ۱۳۸۵ به ۶۸/۵ درصد رسیده است (امینی، ۱۳۸۶، ۱۴). از این رو حفظ جمعیت روستایی و رونق بخشیدن به رشد آن به منظور رسیدن به ابعاد مختلف توسعه اقتصادی نیازمند کارآفرینی کوچک و متوسط مقیاس است (Islam, 2009, 1-2).

۲. خدمات (کارآفرینی اجتماعی): با طرح الگوی جدید مدیریت عمومی^۱، اداره عمومی وارد مرحله تازه‌ای شده است. آنچه امروزه تحت عنوان مدیریت عمومی نوین یا مدیریت‌گرایی نامیده می‌شود، ریشه در بهبود عملی در عرضه اداره عمومی دارد که در قالب ایده‌هایی که به طور کلی نوآوری حکومت نام‌گذاری شده‌اند خودنمایی می‌کند. حکومت جامعه‌مدار (توانمندسازی جامعه به جای خدمت‌رسانی مستقیم دولتی)، از جمله اقدامات حکومتی در این الگوست که برطبق آن، مدیران دولتی و عمومی چنین آموخته‌اند که تلاش‌های گذشته در جهت خدمت به ارباب رجوع و



مشتری، وابستگی ایجاد می‌کند، و این امر استقلال اجتماعی و اقتصادی ناشی از آنان را خدشه‌دار می‌سازد. به جای خدمت‌رسانی برطبق روال گذشته، دولت‌ها و حکومت‌های محلی می‌کوشند تا شهروندان، تشکل‌های محلی و سازمان‌های اجتماعی را به گونه‌ای توانمند سازند که از ابتکارات جمعی به عنوان منبعی در جهت حل مشکلات استفاده کنند (Denhard, 2000, 147-149). به نقل از مقیمی، (۱۵۵).

دستیابی به نظام همه‌جانبه توسعه روستایی با رویکرد مشارکت‌گرایی، بدون ارزش‌گذاری به رهبران محلی و باور به توانایی‌های بالفعل و بالقوه آنان و ایجاد تشکیلات محلی مردمی، هیچ‌گاه تحقق نخواهد یافت.

قانون تأسیس دهیاری‌های خودکفا در روستاهای کشور در تاریخ ۱۳۷۷ به تصویب مجلس شورای اسلامی رسید. ضرورت تغییر الگوی خدمت‌رسانی مستقیم دولتی، و جلب مشارکت‌های مردمی از طریق دهیاری به عنوان نهاد عمومی غیردولتی با تأکید بر شناخت همه‌جانبه فرصت‌های موجود در روستا به وسیله دهیار به منظور ارائه خدمات نو و خلاقانه از یک سو، و سادگی تشکیلات دهیاری‌ها از سوی دیگر، موجب شده است تا دهیار به عنوان مدیر دهیاری بدل به کنشگر اصلی مدیریت روستایی شود. با وجود این تاکنون مطالعات چندانی درباره توانمندی‌های دهیاران و شناخت خصوصیات و مشخصه‌های آنها به‌ویژه از منظر کارآفرینی و عوامل مؤثر بر آن، صورت نگرفته است.

مقاله حاضر در این زمینه در پی پاسخ به این دو پرسش است:

- (۱) با توجه به ویژگی‌های کارآفرینان، آیا می‌توان دهیاران را کارآفرین نامید؟
- (۲) عوامل زمینه‌ای (جمعیت‌شناختی) چه تأثیری بر کارآفرینی دهیاران دارند؟

کارآفرینی^۱ و کارآفرین^۲

عمل کارآفرینی اشاره به کشف، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌ها دارد. این به عبارت دیگر یعنی تولیدات و خدمات یا فرایندهای تولیدی جدید، اشکال سازمانی و راهبردهای جدید، بازارهای جدید برای تولیدات و همچنین درون‌دادهایی که قبلاً موجود نبودند (Shane and Venkataraman, 2000, 219).

بای گریو و تیمونز^۳ (۱۹۹۲) کارآفرینی را فرایند خلق یا تصاحب یک فرصت و دنبال کردن آن، صرف‌نظر از منابع جاری کنترل شده می‌دانند. لو و مک‌میلان^۴ (۱۹۸۸) کارآفرینی را ایجاد بنگاه‌های اقتصادی جدید می‌نامند؛ در حالی که استونر و فریمن^۵ (۱۹۹۲) کارآفرینی را فرایندهای منقطع ترکیب منابع برای تولید کالا و خدماتی می‌دانند که تسریع‌کننده رشد اقتصادی، افزایش‌دهنده تولیدات و ایجادکننده خدمات، تولیدات و فناوری‌های جدید است.

شومپیتر^۶ (۱۹۴۲) کارآفرین را فردی خالق تغییر و پویایی می‌داند که با فشار وارد بر بازارها آنها را به سوی عدم توازن سوق می‌دهد. در حالی که نایت^۷ (۱۹۲۱) کارآفرینان را مدیران ابهام برمی‌شمارد. آنها افرادی هستند که اعمال و پیش‌بینی‌های‌شان برای تغییر بازارها در شرایط ناکافی بودن اطلاعات استوار است. به‌علاوه، کارآفرینان نیاز به انجام کارکردهای اساسی مدیریت از قبیل رهبری و کنترل دارند.

اما هاول^۸ (۱۹۷۲) کارآفرینان را بنیان‌گذاران شرکت‌های جدیدی می‌داند که نقش

-
1. Entrepreneurship
 2. Entrepreneur
 3. Bygrave and Timmons
 4. Low & MacMillan
 5. Stoner and Freeman
 6. Schumpeter
 7. Knight
 8. Howell



مهمی در مالکیت کسب‌وکارها دارند و مایل‌اند کسب‌وکارها را به فراتر از مرزهای خوداشتغالی سوق دهند (Forter, 2006, 30).

پنج ویژگی برجسته کارآفرینان

نیاز به موفقیت^۱

کارهای دیوید مک کله‌لند^۲ در ۱۹۶۰ بر این فرض استوار بود که کلید سلسله رفتارهای رفتارهای کارآفرینانه، در انگیزه‌های موفقیت است. نیاز به موفقیت، محرک برتری برای نائل شدن به هدفی مرتبط با مجموعه‌ای از معیارهاست. شخصی که این نیاز به او اعطا شود، زمان فراوانی را صرف چگونگی انجام کاری یا چیز مهمی به بهترین نحو خواهد کرد. مک کله‌لند این نوع شخصیت را از بقیه جدا ساخت و تأکید کرد که آنها توفیق‌طلبان بزرگانند.

توفیق‌طلبان بزرگ در موقعیت‌های یکسان توان این را دارند که با مسئولیت‌های شخصی راه‌حلی را برای مشکلات پیدا کنند. آنان ترجیح می‌دهند برای کسب اهدافی بکوشند که در زمان حال هم برای‌شان حکم چالش را دارد و هم ورای قابلیت‌های‌شان نیست. این اطمینان باعث می‌شود که آنان نتایج و تلاش‌های ارزشمندشان را در احساس رضایت و اتمام با موفقیت کار لمس کنند (chell, 2008, 88-89).

مک کله‌لند یافته‌های خود را نزدیک به اندیشه ماکس وبر در خصوص اخلاق پروتستان و روحیه سرمایه‌داری می‌داند. به نظر مک کله‌لند درونی کردن میل به پیشرفت از طریق فرایند جامعه‌پذیری از همان اوایل زندگی افراد باید صورت گیرد و سپس می‌بایست این میل را از طریق آموزش‌های لازم و مطبوعات و سایر نوشته‌ها

1. Need for Achievement
2. David McClelland

تقویت کرد (از کیا و غفاری، ۱۳۸۴، ۲۱۸).

کانون کنترل^۱

مفهوم کانون کنترل را راتر^۲ در سال ۱۹۶۶ در نظریه کلی یادگیری اجتماعی جای داد. فرض اساسی این تئوری بر این مبناست که واحد تحلیل برای مطالعه شخصیت، تعامل بین فرد و موقعیت اوست. این تئوری تأکید دارد که رفتار، کارکردی از اعتقادات و ارزش پاداش‌ها در موقعیت خاص است. در موقعیت‌های متفاوت رفتار نیز متفاوت خواهد بود، اگرچه ممکن است عمومیت رفتار از موقعیتی به موقعیت دیگر با تقلیل همراه باشد (Harper, 2003, 39).

به‌طور کلی کانون کنترل بدین معناست که مردم باور دارند که پیامدهای رویدادها در درون یا ورای کنترل شخصی آنها قرار دارد. از این روست که تفاوت افراد، در میزان نسبت دادن وقایع به اعمال‌شان است. کانون کنترل به دو قسمت تقسیم می‌شود: در کانون کنترل درونی، شخص یک سری از وقایع مرتبط را متکی بر رفتار خودش یا ویژگی‌های نسبتاً پایدار خود می‌داند؛ در حالی که در کانون کنترل بیرونی شخص رویداد متعاقب رفتار خود را کاملاً معلول رفتارش نمی‌داند (ibid).

ریسک‌پذیری^۳

ریسک‌پذیری به حالتی گفته می‌شود که فرد برای انجام کاری یا پذیرش مسئولیتی که احتمال شکست در آن وجود دارد، اعلام آمادگی می‌کند. خطر کردن ممکن است به آگاهی فرد از موضوع بستگی نداشته باشد و حتی فرد از نتایج و پیامدهای احتمالی آن نیز بی‌اطلاع باشد (Burns, 2001, 3).

1. Focus of control
2. Rötter
3. Risk-taking



موضوع ریسک هنوز هم بخش مهمی در نوشتارهای کارآفرینی به‌شمار می‌آید. کیهل‌استروم و لافونت^۱ تأکید کردند که افراد در تنفر از ریسک متفاوت‌اند. در مدل آنها بیشترین افرادی که مخالف ریسک‌اند کارگران هستند، در حالی که کمترین میزان مخالفت با ریسک در بین کارآفرینان دیده شده است.

تحمل ابهام^۲

از زمانی که رساله نایت در سال ۱۹۲۱ درباره ریسک و ابهام و سود منتشر شد، استفاده از این سه مفهوم در علوم اجتماعی به‌منظور تمییز میان ریسک و ابهام واقعی رایج گردید. ابهام حقیقت اساسی زندگی است. برطبق دیدگاه نایت، کارکرد اصلی کارآفرین تحمل ابهام واقعی به‌وسیله تصمیمات قاطعانه است. این تصمیمات در برخورد با مخاطرات کسب‌وکارهایی گرفته می‌شود که محاسبه‌ناشدنی و اطمینان‌ناپذیر باشند. از آنجا که کارآفرینان از محاسبه سودهای آینده و پیش‌بینی تبعات کسب‌وکارهای‌شان ناتوان‌اند، ابهام در شروع کسب‌وکار خودنمایی می‌کند (Ibid, 6-8).

قدرت تحمل ابهام عبارت است از پذیرفتن عدم قطعیت به عنوان بخشی از زندگی، توانایی ادامه حیات بدون داشتن دانش درباره محیط (یا داشتن آگاهی ناقص و اندک) و تمایل به آغاز فعالیتی مستقل، بی‌آنکه شخص بداند آیا موفق خواهد شد یا خیر (احمدپور داریانی، ۱۳۸۱، ۹۰).

خلاقیت^۳

خلاقیت عبارت است از خلق ایده‌های جدیدی که مفید و باارزش باشند؛ و نوآوری نتیجه خلاقیت و استفاده مؤثر از ایده‌هایی است که بیشتر بر تولید و خدمات تأکید

1. Kihlstrom and Laffont
2. Tolerance of Ambiguity
3. Creativity

دارند. نوآوری ویژگی اصلی کارآفرینی است و خلاقیت هسته اصلی فعالیت‌های کارآفرینانه به‌شمار می‌آید. کارآفرینی نتیجه نظام‌مند فرایند به‌کارگیری خلاقیت و نوآوری به‌منظور استفاده از فرصت‌ها و نیازها در بازار است (پرداختچی و شفیع‌زاده، ۱۳۸۵، ۳۴).

پس از سال ۱۹۲۶ کارهای اولیه والاس^۱ موجب ثبت فرایند خلاقیت در ۴ مرحله - شامل آماده‌سازی (آمادگی)^۲، نهفتگی^۳، اشراق^۴، اثبات^۵ - شد.

به‌نظر می‌رسد افراد کارآفرین همانندی‌هایی نیز با افراد خلاق از لحاظ زمینه‌های خانوادگی داشته باشند. به‌عنوان نمونه، پژوهش‌ها نشان داده است که افراد خلاق بیشتر در خانواده‌هایی که ارزش و احترام خاصی برای استقلال و اعتماد به نفس کودکان قائل‌اند، پرورش می‌یابند. افزون بر آن، در این‌گونه خانواده‌ها در عمل به کودکان فرصت تمرین استقلال، خودباوری و ابتکار و سازندگی داده می‌شود. همچنین معلوم شده است که نگرش‌های مبتنی بر خودکامگی، بازدارنده و مانع رشد و شکوفایی خلاقیت‌اند. از عوامل مؤثر بر خلاقیت می‌توان موارد زیر را ذکر کرد:

جنسیت: موقعیت اقتصادی - اجتماعی خانواده، ترتیب تولد فرد، وسعت خانواده، تأثیرات محیط شهری (کردناییج و همکاران، ۱۳۸۶، ۹۰).

عوامل مؤثر بر کارآفرینی

تجربه کاری^۶

تجربه کاری از این منظر اهمیت دارد که کارآفرینان بالقوه با وضعیت بازاری بخش مورد علاقه آشنا می‌شوند و شبکه ارتباطاتی را برای آینده کسب‌وکارشان ایجاد می‌کنند.

-
1. Wallas
 2. Preparation
 3. Incubation
 4. Inspiration
 5. Verification
 6. Working Experience



تجربه کاری از یکسو دانش و ارتباطات ممکن را مهیا می‌سازد، و از سوی دیگر می‌تواند فراهم‌کننده پس‌انداز برای شروع کسب‌وکار نیز باشد.

مدل‌های نقش^۱

مدل‌های نقش عموماً به اعضای خانواده (پدر، مادر، خواهر یا برادر) که پیش‌تر کسب‌وکاری را شروع کرده‌اند یا در حال راه‌اندازی‌اند، مرتبط است. فرض اصلی مدل‌های نقش این است که در حالت کلی فرایند یادگیری از تجارب مثبت و منفی مهم‌ترین تأثیر مدل‌های نقش است. تحقیقات نشان می‌دهد که وجود مدل‌های نقش یا دانش خاص اعضای خانواده می‌تواند باعث ایجاد علاقه‌مندی شود.

مدل‌های نقش می‌تواند از طریق ارائه نمونه‌های کارآفرینان برجسته از طریق تبلیغات رسانه‌ای، دادن پاداش و تهیه برنامه‌های رسانه‌ای درباره آنها تأثیرگذار باشد (Lundstrom & Stevenson, 2003, 200-203).

نارضایتی^۲

تحقیقات متعددی که درباره جنبه‌های انگیزشی تصمیم فرد به شروع کسب‌وکار صورت گرفته است، نشان می‌دهد که تعدادی از جنبه‌های انگیزشی می‌تواند به مثابه فقدان امکانات در شرایط موجود دیده شود، و به همین خاطر است که شکلی از نارضایتی بروز می‌کند (همچون بیکاری یا ریسک بیکار ماندن). البته نارضایتی می‌تواند علل بیشماری داشته باشد، همچون: نارضایتی شغلی، نیاز به استقلال بیشتر، آرزوی کنترل بیشتر تصمیم‌گیری‌ها، چشم‌انداز بهتر درآمدی. فرض اساسی در مورد کارآفرینان این است که

1. Role Models

2. Dissatisfaction

تراکم نارضایتی احتمال تأسیس کسب و کاری را افزایش می‌دهد. در مطالعه کارآفرینی در ۲۳ کشور عضو سازمان همکاری و توسعه اقتصادی، وایلدمن^۱ و دیگران (۱۹۹۹) دریافتند که میزان نارضایتی تأثیر مثبتی بر شروع کسب و کارها دارد.

تحصیلات^۲

پژوهش‌های انجام شده در مورد تحصیلات نشان می‌دهد که کارآفرینان تمایل دارند تحصیلاتی بالاتر از متوسط جمعیت بزرگسال داشته باشند. اما همین پژوهش‌ها حکایت از کاهش کارآفرینی با بالارفتن تحصیلات دانشگاهی دارند. چه بسا مسئله اصلی در این باره اندازه‌گیری سطح تحصیلات باشد و نه محتوای آن (Ibid, 204-205).

در کانادا پژوهش‌ها نشان‌دهنده آن است که افزایش پرشتاب کارآفرینی زنان در زمینه صنایع با سطح تحصیلی بالاتر ارتباط دارد و این از اقتصاد دانش - پایه مایه می‌گیرد؛ بدین معنی که زنان جوان با تحصیلات دانشگاهی، بازار کار را با اقتصاد علمی پیوند داده‌اند. پژوهش‌ها هم در امریکا گویای آن است که بیش از ۷۰ درصد زنان کارآفرین تحصیلات دانشگاهی دارند (گلرد، ۱۳۸۶، ۲۰۸).

شایستگی (قابلیت)^۳

متغیر شایستگی ترکیبی از عوامل متفاوتی است، چون: شبکه‌های شخصی، آموزش شغلی، تحصیلات، دانش تلویحی و تجارب یادگیری. مطالعات فرسبی امروزه تحقیقات وسیعی در زمینه قابلیت‌های شرکت‌ها صورت می‌گیرد که توانمندی‌های شرکت‌ها را به جذب کارکنان لایق و شایسته نسبت می‌دهند. تحقیقات دیگر نیز نشان می‌دهد که تفاوت‌های رفتاری افراد در زمینه‌ها و زمان‌های متفاوت

1. Wildman
2. Education
3. Competence



بیانگر این واقعیت است که قابلیت‌های افراد را نمی‌توان به آسانی تلخیص کرد. شاید اغلب اینها تأثیری بر سطح کارآفرینی نداشته باشد، اما می‌تواند بر سطح نارضایتی افراد یا تجربه کاری افراد تأثیر بگذارد (Lundstrom & Stevenson, 2003, 206).

پیشینه تحقیق^۱

از جمله تحقیقات صورت گرفته در این زمینه می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

۱. طرح تحقیقاتی بررسی و تحلیل زمینه‌های کارآفرینی روستاییان در فرایند توسعه نواحی روستایی (مطالعه موردی: دهستان برآن جنوبی، شهرستان اصفهان) در این تحقیق کاربردی که به دست رضوانی و نجارزاده در سال ۱۳۸۷ صورت گرفت، نتایج ذیل به دست آمد:

الف) ۲/۳۳ درصد از روستاییان آشنایی خیلی زیاد، ۱۸/۷۶ درصد آشنایی زیاد، ۲۳/۵۶ درصد دارای آشنایی کم و ۵۵/۳۵ درصد آشنایی بسیار کم با زمینه‌ها و مهارت‌های کارآفرینی دارند. این وضع در همه شاخص‌ها و متغیرهای مطالعاتی کم و بیش یکسان است.

۲. طرح تحقیقاتی ارزیابی ویژگی‌های کارآفرینانه مدیران صنعت استان خراسان. در این تحقیق کاربردی که به دست کاظمی به صورت پیمایشی و توصیفی در جامعه هدف در سال ۱۳۸۲ بین مدیران استان خراسان صورت گرفته، نتایج ذیل حاصل شده است:

الف) مدیران نمونه صنعت خراسان دارای ویژگی‌های کارآفرینانه‌اند.
ب) سایر مدیران صنعتی استان خراسان در قیاس با مدیران نمونه، ویژگی‌های

۱. به علت کمبود تحقیق مشابه در حوزه روستایی در موضوع مورد بررسی از پیشینه تحقیق شهری نیز استفاده شده است.

کارآفرینانه کمتری دارند.

ج) تفاوت معناداری بین مدیران نمونه و سایر مدیران از لحاظ دارا بودن ویژگی‌های کارآفرینانه وجود دارد.

۳. بررسی و سنجش ویژگی‌های کارآفرینی مدیران شرکت مخابرات ایران. در این تحقیق کاربردی که جهانگیری و کلانتری ثقفی به صورت پیمایشی و توصیفی در جامعه هدف در سال ۱۳۸۶ انجام داده‌اند، نتایج ذیل حاصل شده است:
الف) مدیران نمونه شرکت مخابرات ایران دارای ویژگی‌های کارآفرینانه‌اند.
ب) بین کارآفرینی مدیران شرکت مخابرات، با جنسیت و مدرک تحصیلی و همچنین سابقه خدمتی آنها، رابطه‌ای مشاهده نشد.

مدل مفهومی پژوهش

پرسش‌نامه استفاده شده در این تحقیق، پرسش‌نامه‌ای پیش‌ساخته است. در این پرسش‌نامه، براساس مبانی نظری و پس از مطالعات مربوط به رویکرد و ویژگی‌های شخصیت کارآفرینان، پنج ویژگی بدین شرح به‌عنوان معیار اصلی کارآفرینان تعیین شد: کانون کنترل درونی، انگیزه پیشرفت، خلاقیت، ریسک‌پذیری و تحمل ابهام. لازم به ذکر است که صفت خلاقیت به سه عامل تبدیل شد: نخست در حیطه خیالی (رؤیابدازی)، دوم در حوزه فکری (سلاست فکری)، و سوم در قلمرو عملی (عملگرایی).

روش‌شناسی پژوهش

این مقاله از جهت ماهیت و روش توصیفی است، و از نظر بررسی ارتباط عوامل مختلف با کارآفرینی از نوع وابستگی به‌منظور تعیین معنی‌دار بودن تفاوت بین میانگین گروه‌ها و از لحاظ هدف نیز به دلیل قابل اجرا بودن کاربردی است.



چارچوب زمانی و حوزه جغرافیایی مورد مطالعه

چارچوب زمانی این تحقیق از نوع عرضی یا مقطعی است که فقط یکبار در مقطع زمانی چندماهه‌ای صورت گرفته است. این تحقیق در نیم‌سال اول ۱۳۸۸ انجام شده است.

شهرستان میاندوآب از توابع استان آذربایجان غربی در حد فاصل بین شهرهای بوکان، ملکان، مهاباد و شاهیندژ واقع شده است و درواقع پل ارتباطی برای استان‌های آذربایجان غربی، آذربایجان شرقی و کردستان محسوب می‌شود. برطبق آخرین سرشماری عمومی نفوس و مسکن، آذربایجان غربی دارای ۱۴ شهرستان، ۳۶ بخش، ۳۶ شهر، و ۳۰۳۱ آبادی دارای سکنه است. آبادی‌های دارای سکنه در مجموع ۳۳۰۵ آبادی‌اند.

جمعیت این شهرستان بر طبق سرشماری سال ۱۳۸۵ برابر با ۲۴۵۱۵۸ نفر بوده است که از این تعداد ۱۲۳۹۹۴ مرد و ۱۲۱۱۶۰ نفر آنان زن‌اند. از جمعیت کل استان ۶۰ درصد ساکن شهر و ۴۰ درصد ساکن روستا هستند.

جامعه آماری و برآورد حجم نمونه

جامعه آماری مورد بررسی در این مقاله کلیه دهیاران روستاهای شهرستان میاندوآب است که طبق آخرین آمار گرفته شده از سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌ها، شهرستان میاندوآب مجموعاً دارای ۲۰۵ روستاست که از این تعداد ۹۵ روستا دهیاری و دهیار دارند.

برای تعیین حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۷۶ دهیار با استفاده از نمونه‌گیری تصادفی انتخاب شدند.

پرسش‌نامه طرح‌ریزی شده در این تحقیق مشتمل بر دو بخش است:

بخش اول: این بخش شامل ۴ متغیر (مستقل) است:

(۱) سن: با توجه به نوع تحقیق در این پژوهش سن به رده‌های هفت‌گانه زیر تقسیم‌بندی شده است. این تقسیم‌بندی برگرفته از تقسیمات مرکز آمار ایران در سرشماری‌های عمومی نفوس و مسکن است.

۲۰-۲۴، ۲۵-۲۹، ۳۰-۳۴، ۳۵-۳۹، ۴۰-۴۴، ۴۵-۴۹، ۵۰-۵۴، و ۵۵-۵۹ سال.

(۲) تحصیلات: این متغیر به ۸ مقطع تحصیلی زیر تقسیم‌بندی شده است. به جز مقطع تحصیلی متوسطه منظور از تحصیلات در ۷ مقطع تحصیلی گرفتن مدرک تحصیلی همان مقطع است. منظور از مقطع تحصیلی متوسطه افرادی هستند که موفق به گرفتن دیپلم نشده‌اند و در مقطع متوسطه مردود شده یا ترک تحصیل کرده‌اند.

ابتدایی، راهنمایی، متوسطه، دیپلم، فوق دیپلم، لیسانس، فوق لیسانس، دکترا (۳) تردد به شهر: منظور از متغیر تردد به شهر، تعداد دفعاتی است که دهیاران در هفته به شهر رفت و آمد می‌کنند، که به صورت ۱ بار، ۲ بار، ۳ بار و ۴ بار در هفته تعریف شده‌اند.

بخش دوم: شامل ۹۵ سؤال چهارگزینه‌ای در طیف لیکرت (کاملاً موافقم، نسبتاً موافقم، نسبتاً مخالفم و کاملاً مخالفم) تنظیم و به ترتیب با امتیازدهی ۴، ۳، ۲، ۱ در نظر گرفته شد. در متغیر تحمل ابهام امتیازدهی به صورت معکوس ۱، ۲، ۳، ۴ صورت گرفت.

یافته‌های پژوهش

یافته‌های توصیفی

جامعه آماری مورد مطالعه در این تحقیق، شامل دهیاران روستاهای شهرستان میاندوآب است که جمعاً ۹۵ نفر هستند. پرسش‌نامه‌های جمع‌آوری شده به تعداد ۷۶ نفر از نمونه‌های آماری است. تمام دهیاران مورد بررسی مرد (۱۰۰ درصد) بودند.

سن دهیاران: ترکیب سنی دهیاران در قالب ۷ رده سنی نشان می‌دهد که ۲۹ نفر



(۳۸/۲ درصد) بین ۲۹-۲۵ سال، ۴۰ نفر (۵۲/۶ درصد) بین ۳۴-۳۰ و ۶ نفر (۷/۹ درصد) بین ۳۹-۳۵ سال سن دارند. فقط یک دهیار بین ۴۴-۴۰ سال سن دارد. میانگین سنی دهیاران ۲۹/۵ سال است.

تحصیلات دهیاران: با تقسیم تحصیلات به ۸ مقطع تحصیلی، اطلاعات حاصل نشان می‌دهد که ۳۴ نفر (۴۴/۷ درصد) از دهیاران دارای تحصیلات کارشناسی، ۲۵ نفر (۳۲/۹ درصد) دارای تحصیلات دیپلم، ۱۰ نفر (۱۳/۲ درصد) دارای تحصیلات کاردانی، ۴ نفر (۵/۳ درصد) دارای تحصیلات راهنمایی و ۳ نفر (۳/۹ درصد) دارای تحصیلات متوسطه‌اند.

میزان تردد به شهر: ۳۵ نفر (۴۶/۱ درصد) از دهیاران ۲ بار در هفته و ۴ نفر (۵/۳ درصد) از دهیاران با ۱ بار در هفته و ۲۴ نفر (۳۱/۶ درصد) و ۱۳ نفر (۱۷/۱ درصد) از دهیاران به ترتیب ۳ و ۴ بار به شهر رفت و آمد می‌کنند.

میزان مطالعه مطبوعات: این متغیر در قالب استفاده از کتاب و روزنامه یا مجله تعریف شده است که ۲۵ نفر (۳۲/۹ درصد) با ۲ ساعت و ۹ نفر (۲۵ درصد) با ۱ ساعت، ۱۸ نفر (۲۳/۷ درصد) با ۳ ساعت و ۱۴ نفر (۱۸/۴ درصد) با ۴ ساعت در هفته از مطبوعات استفاده می‌کنند. میانگین استفاده از مطبوعات در بین دهیاران ۲/۳ ساعت (۱۳۸ دقیقه) در هفته است.

یافته‌های استنباطی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
فرضیه اصلی پژوهش «کارآفرینی دهیاران با توجه به ویژگی‌های رفتاری کارآفرینان تا چه میزان است؟» فرضیه آماری عبارت است از:
میزان کارآفرینی دهیاران کمتر یا مساوی (کمتر یا مساوی ۲/۵ در طیف لیکرت) ۲۳۷/۵ (نمره کل) است.

$$H_0: \mu \leq 237/5$$

میزان کارآفرینی دهیاران بیشتر از (بیشتر از ۲/۵ در طیف لیکرت) ۲۳۷/۵ است.

$$H_1: \mu > 237/5$$

پس از سنجش هشت صفت مربوط به کارآفرینی برای هر یک از دهیاران، نمره نهایی هر یک از افراد محاسبه گردید و با به دست آوردن میانگین کارآفرینی جامعه و میانگین نظری آن، با استفاده از آزمون t تک نمونه‌ای (t-test)، با سطح اطمینان ۹۵ و سطح معنی‌داری کمتر از ۰/۵ فرض H_0 رد شد. به منظور برآورد شدت هر صفت نیز چارک آن صفت محاسبه شد و صفت مذکور از بسیار ضعیف تا بسیار قوی رتبه‌بندی شد، به طوری که بعد از محاسبات، میانگین کارآفرینی دهیاران (بر اساس میانگین کل) ۲۹۲ در سطح بالاتر از متوسط و با شدت قوی حاصل شد. نتیجه محاسبات هشت صفت بدین شرح است:

با توجه به میانگین استاندارد طیف لیکرت با نمره ۲/۵، میانگین ریسک‌پذیری متعادل ۲/۸۶ (با شدت قوی)، کانون کنترل درونی ۳/۳۵ (قوی)، نیاز به موفقیت ۳/۴۷ (قوی)، بوده است.

همچنین عمل‌گرایی با میانگین ۳/۷۶ (قوی)، تخیل خلاق با میانگین ۳/۱۰ (قوی)، تحمل ابهام با میانگین ۲ ضعیف، و چالش‌طلبی دارای میانگین ۳/۲۴ و سلاست فکری با میانگین ۲/۹۳ هر دو دارای شدت ضعیف‌اند. خلاقیت نیز که از مجموع سه صفت سلاست فکری، عمل‌گرایی و تخیل خلاق تشکیل شده است، با میانگین ۳/۲۶ با شدت قوی است. در مجموع میانگین کارآفرینی دهیاران با نمره ۳/۰۷ و با شدت قوی بالاتر از حد متوسط است.

نتایج به دست آمده با نتایج حاصل از تحقیق جهانگیری (در سال ۱۳۸۶ در شرکت



مخابرات ایران) مطابقت دارد، اگر چه تحقیق جهانگیری ۴ ویژگی را بیشتر از تحقیق حاضر در نظر گرفته است.

با توجه به ویژگی‌های اعلام شده برای دهیاران (به مثابه کارآفرینان)، می‌توان نتیجه‌گرفت که دهیاران در صفاتی همچون نیاز به موفقیت، ریسک‌پذیری، کانون کنترل درونی، تخیل خلاق و عمل‌گرایی قوی‌اند و تصویر مطلوبی از کارآفرین بودن خود ارائه می‌کنند. اینان در صفاتی چون تحمل ابهام، چالش‌طلبی و سلاست فکری شدتی ضعیف‌اند.

فرضیات

فرضیه ۱: بین سن و تحصیلات دهیاران با میزان کارآفرینی آنان تفاوت معنی‌داری وجود دارد.

برای آزمون این فرضیه از تحلیل واریانس دوطرفه استفاده شد. سن و تحصیلات دهیاران برحسب میانگین کارآفرینی، همراه با F مورد محاسبه قرار گرفت (جدول ۱).

جدول ۱. توزیع سن و تحصیلات دهیاران برحسب میانگین کارآفرینی

سن	میانگین کارآفرینی	تعداد	انحراف معیار	تحصیلات	میانگین کارآفرینی	تعداد	انحراف معیار
۲۵-۲۹	۲۹۶	۲۹	۱۸	راهنمای	۳۱۰	۴	۰
۳۰-۳۴	۲۸۹	۴۰	۲۷	متوسطه	۲۸۷	۳	۶/۳۵
۳۵-۳۹	۲۹۵	۶	۲۱	دی‌پلم	۲۹۲	۲۵	۲۷
۴۰-۴۴	۲۸۰	۱	۰	فوق دی‌پلم	۲۹۵	۱۰	۱۷
جمع کل	۲۹۲	۷۶	۲۳	لی‌سانس	۲۸۹	۳۴	۲۳
				جمع کل	۲۹۲	۷۶	۲۳
سن	سطح معنی‌داری	۰/۸۲۲		مقدار آزمون F	۰/۳۰۵		
تحصیلات	سطح معنی‌داری	۰/۵۰۱		مقدار آزمون F	۰/۷۳۵		
سن و	سطح معنی‌داری	۰/۹۹۵		مقدار آزمون F	۰/۰۰۵		

تحصیلات			
ضریب تعینی تعدیل شده	-۰/۷۰		

همان طور که در جدول ۱ مشاهده می شود:

اثر اصلی متغیر سن ($F=۰/۳۰۵$, $sig=۰/۸۲۲$) بر نمره کارآفرینی دهیاران معنی دار نیست؛ یعنی به لحاظ آماری میانگین کارآفرینی در بین سنین مختلف دهیاران یکسان است. اثر اصلی متغیر تحصیلات ($F=۰/۷۳۵$, $sig=۰/۵۰۱$) بر نمره کارآفرینی دهیاران معنی دار نیست؛ یعنی به لحاظ آماری میانگین کارآفرینی در سطوح تحصیلی مختلف تفاوتی ندارد.

سن و تحصیلات دهیاران نیز دارای اثری متقابل اند؛ یعنی به لحاظ آماری تعامل بین سن و سطوح تحصیلی دهیاران و تأثیر همزمان این دو متغیر مستقل بر متغیر کارآفرینی معنی دار نیست ($F=۰/۰۰۵$, $sig = ۰/۹۹۵$).

در تحلیل واریانس دوطرفه^۱ تأثیر دو متغیر مستقل (دو یا چندوجهی) بر متغیر وابسته مطالعه می شود. بدین ترتیب در واقع دو اثر اصلی^۲ و متقابل^۳ وجود دارد. در اثر اصلی، تأثیر هر یک از دو متغیر مستقل بر متغیر وابسته، صرف نظر از ارتباطشان با همدیگر سنجیده می شود؛ اما در اثر متقابل، تأثیر همزمان و یکباره دو متغیر مستقل بر متغیر وابسته سنجیده می شود (غیاثوند، ۱۳۸۷، ۱۱۷).

ملاک معنی دار بودن فرضیه نیز اثر متقابل و همزمان دو متغیر مستقل بر متغیر وابسته است. به همین خاطر در تست فرضیات مختلف برخی متغیرها مانند سن، معنی داری متفاوتی را از خود نشان می دهند.

فرضیه ۲: بین سن و تردد به شهر دهیاران با میزان کارآفرینی آنان تفاوت معنی داری

-
1. Two-Way ANOVA
 2. Main effect
 3. Interaction effect



وجود دارد.

برای آزمون این فرضیه از تحلیل واریانس دوطرفه استفاده شد. سن و تردد به شهر دهیاران برحسب میانگین کارآفرینی، همراه با F مورد محاسبه قرار گرفت (جدول ۲).

جدول ۲. توزیع سن و تردد به شهر دهیاران برحسب میانگین کارآفرینی

سن	میانگین کارآفرینی	تعداد	انحراف معیار	تردد به شهر (در هفته)	میانگین کارآفرینی	تعداد	انحراف معیار
۲۵-۲۹	۲۹۶	۲۹	۱۸	یک بار	۳۰۴	۴	۳۷
۳۰-۳۴	۲۸۷	۴۰	۲۷	دو بار	۲۹۴	۳۵	۱۹
۳۵-۳۹	۲۹۵	۶	۲۱	سه بار	۲۸۷	۲۴	۲۳
۴۰-۴۴	۲۸۰	۱	۰	چهار بار	۲۸۸	۱۳	۲۹
جمع کل	۲۹۲	۷۶	۲۳	جمع کل	۲۹۲	۷۶	۲۳
سن	سطح معنی‌داری	۰/۰۱		مقدار آزمون F	۴/۰۶		
تردد به شهر	سطح معنی‌داری	۰/۰۵		مقدار آزمون F	۲/۶		
سن و تردد به شهر	سطح معنی‌داری	۰/۰۰۴		مقدار آزمون F	۵		
ضریب تعین تعدیل‌شده				۰/۱۶۵			

همان‌طور که در جدول ۲ مشاهده می‌شود:

اثر اصلی متغیر سن ($F=4/06$, $sig=0/01$) بر نمره کارآفرینی دهیاران معنی‌دار است؛ یعنی به لحاظ آماری میانگین کارآفرینی در بین سنین مختلف دهیاران متفاوت است، و در دو محدوده سنی (۲۵-۲۹ و ۳۴-۳۹) دهیاران بیشترین میانگین کارآفرینی (به ترتیب ۲۹۶ و ۲۹۵) را به خود اختصاص داده‌اند.

اثر اصلی متغیر تردد به شهر ($F=2/6$, $sig=0/05$) بر نمره کارآفرینی دهیاران معنی‌دار است؛ یعنی به لحاظ آماری میانگین کارآفرینی در دفعات تردد به شهر متفاوت است، به‌طوری‌که دهیارانی که یک بار و دو بار در هفته به شهر رفت و آمد می‌کنند، به ترتیب با میانگین ۳۰۴ و ۲۹۴ بیشترین میزان کارآفرینی را به خود اختصاص داده‌اند.

سن و تردد به شهر دهیاران نیز اثر متقابلی دارند؛ یعنی به لحاظ آماری تعامل بین سن و تردد به شهر دهیاران و تأثیر همزمان این دو متغیر مستقل بر متغیر کارآفرینی معنی دار ($F=5$, $sig=0/004$) است. به عبارتی، میانگین نمره کارآفرینی دهیاران در سنین مختلف و دفعات تردد به شهر متفاوت است.

فرضیه ۳. بین سن و میزان مطالعه مطبوعات دهیاران با میزان کارآفرینی آنان تفاوت معنی داری وجود دارد.

برای آزمون این فرضیه از تحلیل واریانس دوطرفه استفاده شد. سن و میزان مطالعه مطبوعات دهیاران برحسب میانگین کارآفرینی، همراه با F مورد محاسبه قرار گرفت (جدول ۳).

جدول ۳. توزیع سن و میزان مطالعه دهیاران برحسب میانگین کارآفرینی

سن	میانگین کارآفرینی	تعداد	انحراف معیار	میزان مطالعه مطبوعات (در هفته)	میانگین کارآفرینی	تعداد	انحراف معیار
۲۵-۲۹	۲۹۶	۲۹	۱۸	یک ساعت	۲۹۵	۱۹	۳۰
۳۰-۳۴	۲۸۹	۴۰	۲۷	دو ساعت	۲۹۳	۲۵	۱۶
۳۵-۳۹	۲۹۵	۶	۲۱	سه ساعت	۳۰۱	۱۸	۱۸
۴۰-۴۴	۲۸۰	۱	۰	چهار ساعت	۲۷۲	۱۴	۲۰
جمع کل	۲۹۲	۷۶	۲۳	جمع کل	۲۹۲	۷۶	۲۳
سن	سطح معنی داری	۰/۵۸۱		مقدار آزمون F	۰/۶۵۹		
مطالعه مطبوعات	سطح معنی داری	۰/۰۱۴		مقدار آزمون F	۳/۸		
سن و مطالعه	سطح معنی داری	۰/۱۷۲		مقدار آزمون F	۱/۶۵		



				مطبوعات
۰/۱۶۴		ضریب تعیین تعدیل‌شده		

همان‌طور که در جدول ۳ مشاهده می‌شود:

اثر اصلی متغیر سن ($F=0/659$, $sig=0/581$) بر نمره کارآفرینی دهیاران معنی‌دار نیست؛ یعنی به لحاظ آماری میانگین کارآفرینی در بین سنین مختلف دهیاران یکسان است.

از طرف دیگر، اثر اصلی متغیر مطالعه مطبوعات ($F=3/8$, $sig=0/014$) بر نمره کارآفرینی دهیاران معنی‌دار است؛ یعنی به لحاظ آماری میانگین کارآفرینی در میزان مطالعه مطبوعات متفاوت است، به طوری که دهیارانی که سه ساعت در روز مطالعه می‌کنند بیشترین میانگین کارآفرینی (۳۰۱) را به خود اختصاص داده‌اند.

سن و مطالعه مطبوعات دهیاران نیز اثر متقابل ندارند؛ یعنی به لحاظ آماری تعامل بین سن و مطالعه مطبوعات و تأثیر همزمان این دو متغیر مستقل بر متغیر کارآفرینی معنی‌دار نیست ($F=1/65$, $sig=0/172$).

فرضیه ۴. بین سطح تحصیلات و تردد به شهر دهیاران با میزان کارآفرینی آنان تفاوت معنی‌داری وجود دارد.

در این فرضیه نیز از تحلیل واریانس دوطرفه استفاده شد. نتایج حاصل از آزمون این فرضیه در جدول ۴ آمده است.

جدول ۴. توزیع تحصیلات و میزان تردد به شهر دهیاران برحسب میانگین کارآفرینی

تحصیلات	میانگین کارآفرینی	تعداد	انحراف معیار	تردد به شهر (در هفته)	میانگین کارآفرینی	تعداد	انحراف معیار
راهنمایی	۳۱۰	۴	۰	یک بار	۳۰۴	۴	۳۷
متوسطه	۲۸۷	۳	۶	دو بار	۲۹۴	۳۵	۱۹
دی‌پلم	۲۹۲	۲۵	۲۷	سه بار	۲۸۸	۲۴	۲۳

۲۹	۱۳	۲۸۸	چهار بار	۱۷	۱۰	۲۹۵	فوق دی‌پلم
۲۳	۷۶	۲۹۲	جمع کل	۲۳	۳۴	۲۸۹	لی‌سانس
				۲۳	۷۶	۲۹۲	جمع کل
		۲/۶		مقدار آزمون F	۰/۰۴۷	سطح معنی‌داری	تحصیلات
		۱/۵		مقدار آزمون F	۰/۲۲۷	سطح معنی‌داری	تردد به شهر
		۱/۷۷		مقدار آزمون F	۰/۱۳۱	سطح معنی‌داری	تحصیلات و تردد به شهر
		۰/۰۷۷		ضریب تعینی تعدیل‌شده			

همان‌طور که در جدول ۴ مشاهده می‌شود، اثر اصلی متغیر تحصیلات آماری میانگین کارآفرینی در بین سطوح مختلف تحصیلی دهیاران تفاوت دارد، به‌طوری‌که دهیاران دارای تحصیلات راهنمایی بیشترین میزان کارآفرینی (۳۱۰) را دارند.

از طرف دیگر، اثر اصلی متغیر تردد به شهر ($F=1/5$, $sig=0/227$) بر نمره کارآفرینی دهیاران معنی‌دار نیست؛ یعنی به لحاظ آماری میانگین کارآفرینی در تردد به شهر دهیاران تفاوتی ندارد.

دیگر اینکه، تحصیلات و تردد به شهر دهیاران نیز اثر متقابل ندارند؛ یعنی به لحاظ آماری تعامل بین تحصیلات و تردد به شهر و تأثیر همزمان این دو متغیر مستقل بر متغیر کارآفرینی معنی‌دار نیست ($F=1/77$, $sig=0/131$).

فرضیه ۵. بین سطح تحصیلات و مطالعه مطبوعات دهیاران با میزان کارآفرینی آنان تفاوت معنی‌داری به چشم می‌خورد.

در این فرضیه نیز از تحلیل واریانس دوطرفه استفاده شد. نتایج حاصل از آزمون این فرضیه در جدول ۵ آمده است.



جدول ۵. توزیع تحصیلات و مطالعه مطبوعات دهیاران برحسب میانگین کارآفرینی

تحصیلات	میانگین کارآفرینی	تعداد	انحراف معیار	مطالعه مطبوعات (در هفته)	میانگین کارآفرینی	تعداد	انحراف معیار
راهنمایی	۳۱۰	۴	۰	یک ساعت	۲۹۵	۴	۳۷
متوسطه	۲۸۷	۳	۶	دو ساعت	۲۹۳	۳۵	۱۹
دی‌پلم	۲۹۲	۲۵	۲۷	سه ساعت	۳۰۱	۲۴	۲۳
فوق دی‌پلم	۲۹۵	۱۰	۱۷	چهار ساعت	۲۷۳	۱۳	۲۹
لی‌سانس	۲۸۹	۳۴	۲۳	جمع کل	۲۹۲	۷۶	۲۳
جمع کل	۲۹۲	۷۶	۲۳				
تحصیلات	سطح معنی‌داری	۰/۴۷۸	مقدار آزمون F		۰/۸۸۵		
مطالعه مطبوعات	سطح معنی‌داری	۰/۰۴۶	مقدار آزمون F		۲/۸۳		
تحصیلات و مطالعه مطبوعات	سطح معنی‌داری	۰/۵۹۹	مقدار آزمون F		۰/۷۶۶		
		ضریب تعیین تعدیل‌شده					
		۰/۱۱۲					

همان‌طور که در جدول ۵ مشاهده می‌شود، اثر اصلی متغیر تحصیلات آماری میانگین کارآفرینی در بین سطوح مختلف تحصیلی دهیاران تفاوت ندارد. از طرف دیگر، اثر اصلی متغیر مطالعه مطبوعات ($F=2/83$, $sig=0/46$) بر نمره کارآفرینی دهیاران معنی‌دار است؛ یعنی به لحاظ آماری میانگین کارآفرینی در روز مطالعه مطالعه مطبوعات تفاوت دارند، به‌طوری‌که دهیارانی که سه ساعت در روز مطالعه می‌کنند، بیشترین میزان کارآفرینی (۳۰۱) را دارند. تحصیلات و مطالعه مطبوعات دهیاران هم دارای اثر متقابل نیستند؛ یعنی به لحاظ آماری تعامل بین تحصیلات و مطالعه مطبوعات و تأثیر همزمان این دو متغیر مستقل بر متغیر کارآفرینی معنی‌دار نیست ($F=0/766$, $sig=0/599$).

نتیجه گیری

تنوع مطالعات مربوط به کارآفرینی ویژگی‌های گسترده‌ای را برای کارآفرینان آشکار ساخته است. در این تحقیق هم اغلب دهیاران دارای ویژگی‌های کارآفرینی به صورت بالقوه بودند و در مواردی نیز در برخی صفات، ضعف و کاستی داشتند، که به منظور تحقق این ویژگی‌ها، ایجاد بسترهای مناسب ضروری است.

نتایج تحقیق حاضر نشان داد:

- بین سن و تحصیلات دهیاران با میزان کارآفرینی آنان تفاوت معنی‌داری وجود ندارد.
- بین سن و تردد به شهر دهیاران با میزان کارآفرینی آنان تفاوت معنی‌داری وجود دارد.
- بین سن و مطالعه مطبوعات دهیاران با میزان کارآفرینی آنان تفاوت معنی‌داری وجود ندارد.
- بین تحصیلات و تردد به شهر دهیاران با میزان کارآفرینی آنان تفاوت معنی‌داری وجود ندارد.
- بین تحصیلات و مطالعه مطبوعات دهیاران با میزان کارآفرینی آنان تفاوت معنی‌داری وجود ندارد.

در مورد نقش تحصیلات در کارآفرینی، تحقیقات نشان داده است که ماهیت دروس گنجانده شده و همچنین آموزش‌های عملی کارآفرینی در نظام آموزشی کشورها از مقاطع پایه‌ای تا عالی می‌تواند نهادینه‌کننده صفات کارآفرینی در افراد باشد، و صرف گرفتن مدرک تحصیلی - به ویژه در مقاطع عالی - دلیل بر کارآفرین بودن فرد نیست. به همین دلیل است که در کشورهای در حال توسعه، و به ویژه کشور ما، تحصیل‌کردگان مقاطع عالی‌تر روحیه کارآفرینی ندارند، در حالی که در کشوری چون آمریکا ۷۰ درصد زنان کارآفرین دارای تحصیلات عالی‌اند.

زمانی که اکثر افراد جامعه کارآفرینی را به عنوان شیوه زندگی بپذیرند، آن جامعه



بسیار سریع توسعه می‌یابد، زیرا اشتغال، انتقال فناوری، بهبود کیفیت زندگی، نوآوری و تولید رفاه و ثروت در آن شکل می‌گیرد. مک کله‌لند نقش رسانه‌های صوتی و تصویری و مطبوعات را در این میان مهم می‌داند، در حالی که در تحقیق حاضر ترکیب‌های دومتغیری عوامل جمعیت‌شناختی با مطالعه مطبوعات نیز عدم معنی‌دار بودن تفاوت کارآفرینی در دهیاران را به اثبات رساند. در این زمینه باید خاطر نشان کرد که به علت نو بودن مبحث کارآفرینی در کشور ما و تمرکز بسیاری از آموزش‌های کارآفرینی در مراکز استان‌ها یا در پایتخت، عملاً شهرهای کوچک و به‌ویژه روستاها تا حدودی از این آموزش‌ها بی‌بهره می‌مانند. همچنین در زمینه نشریات کارآفرینی که می‌توانند این مفاهیم را به جامعه منتقل سازند، کمبودهای شدیدی دیده می‌شود؛ اگرچه نقش عظیم صدا و سیما را در قالب برنامه‌های مرتبط با کارآفرینی در شبکه استانی نباید در این میان نادیده گرفت. این آموزش‌ها در قالب رسانه‌های ارتباطی جمعی، نه تنها برای مدیران روستایی بلکه برای بیکاران عظیم جویای کار روستایی نیز می‌تواند ثمربخش باشد.

در مباحث توسعه، عموماً شهر را مرکز تحول و نوآوری و خلاقیت می‌دانند. وجود محرک‌های شهری متعدد سبب شده است که یکی از عوامل مؤثر بر خلاقیت فردی، تردد به شهر برشمرده شود. تحقیقات روان‌شناسی نیز بر خلاق بودن شهریان در مقایسه با روستاییان تأکید داشته است. در حالی که یکی از شاهکارهای خلاقیت روستاییان ایرانی ابداع قنات بوده است، با این حال نمی‌توان خلاقیت را منحصر به جغرافیای خاصی مثل شهر دانست. چه‌بسا بتوان گفت بعد حل مسئله‌ای خلاقیت در طول سالیان دراز در جغرافیای متفاوت روستاهای کشور رشد و نمو بیشتری داشته است. در این تحقیق فرضیه سن - تردد به شهر با کارآفرینی دهیاران دارای رابطه معنی‌داری است، در حالی که تحصیلات - تردد به شهر با کارآفرینی دهیاران رابطه معنی‌داری ندارد.

نکته آخر اینکه به‌رغم نوپا بودن مبحث کارآفرینی در کشور ما، ویژگی‌های کارآفرینی مانند استقلال، اعتماد به نفس، تحمل ابهام و جز اینها برای جامعه روستایی

ما ناشناخته نیست. در کشوری چون ایران، تحقیقات کارآفرینی می‌تواند با توجه به قومیت‌های موجود و جغرافیای متفاوت تنوع بیشتری داشته باشد. تعمق بیشتر در این عوامل نیز می‌تواند علاوه بر آشکار ساختن ویژگی‌های جدید کارآفرینان، عوامل مؤثر بر آن را شناسایی کند. به همین ترتیب، دهیار به مثابه مدیر روستایی می‌تواند با حمایت‌های دولتی، جلب مشارکت‌های مردمی، تعامل مثبت با شورا و سازمان‌های دولتی و همچنین حمایت‌های رسانه‌ای و نظایر اینها نه تنها خدمات تازه‌ای را به جامعه روستایی ارائه کند بلکه با توجه به بیکاری موجود در جامعه روستایی و الزام قانونی دهیار به کمک در حل مشکل بیکاری، در این زمینه نیز می‌تواند مؤثر باشد.

در همین زمینه پیشنهادهایی به‌منظور بهبود کارآفرینی دهیاران ارائه می‌شود:

- برگزاری دوره‌های آموزشی کارآفرینی و خلاقیت برای دهیاران در بخش‌های شهرستان، به‌وسیله مربیان مجرب یا کارآفرینان موفق؛
- ارائه نشریات کارآفرینی (در قالب گاهنامه‌های خبری، زندگینامه‌های خودنوشت یا دیگر نوشت‌کارآفرینان و جز اینها) و ارائه نوآوری‌های دهیاران به نشریات، به‌منظور گسترش فرهنگ کارآفرینی و نوآوری؛
- حمایت از ریسک و خلاقیت دهیاران، با استفاده از پرداخت پاداش‌های متناسب به عملکردهای‌شان؛ و
- ارائه تسهیلات مناسب رفت و آمد به شهر، به‌منظور استفاده از امکانات مطالعه مطبوعات، استفاده از اینترنت و آشنایی با نوآوری‌های خدمات سازمان‌ها و دوایر.

منابع

احمدپور داریانی، محمود، ۱۳۸۰، کارآفرینی، تعاریف، نظریات و الگوها، شرکت پردیس، تهران.
ازکیا، مصطفی و غفاری، غلامرضا، ۱۳۸۴، جامعه‌شناسی توسعه، چاپ پنجم، انتشارات کیهان، تهران.



منوچهر فرج‌زاده اصل و همکاران _____ تحلیل تغییرپذیری عملکرد محصول

امینی، علیرضا، شاخص‌های کلیدی بازار کار در سرشماری سال‌های ۱۳۷۵ و ۱۳۸۵، هفته‌نامه بازار کار، شماره ۳۷۴، سال هشتم، ۲۱ خرداد ۸۷.

پرداختچی، محمدحسن و شفیع‌زاده، حمید، ۱۳۸۵، درآمدی بر کارآفرینی سازمانی، انتشارات ارسباران، تهران.

توکلی مقدم، رضا و عموزاده خلیلی، حسین، و جعفری، مریم، ۱۳۸۶، بررسی نقش و ضرورت خلاقیت در کارآفرینی جهت پایداری و رقابت‌پذیری بنگاه‌ها، کنفرانس ملی کارآفرینی، خلاقیت و سازمان‌های آینده، تهران.

غیاثوند، احمد، ۱۳۸۷، کاربرد آمار و نرم‌افزار spss در تحلیل داده‌ها، چاپ سوم، نشر لویه، تهران.

کردنائیج، اسد...، زالی، محمدرضا، هومن، حیدرعلی، شمس، شهاب‌الدین، ۱۳۸۶، ابزار سنجش ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان ایرانی، چاپ اول، انتشارات دانشگاه تربیت مدرس، تهران.

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

مرکز آمار ایران، سرشماری عمومی نفوس و مسکن سال ۱۳۸۵.

مقیمی، سید محمد، ۱۳۸۳، کارآفرینی در نهادهای جامعه مدنی، چاپ دوم، انتشارات دانشگاه تهران و مرکز کارآفرینی دانشگاه تهران، تهران.

مهدوی، مسعود و نجفی کانی، علی‌اکبر، ۱۳۸۴، دهیاری‌ها، تجربه‌ای دیگر در مدیریت روستایی، پژوهش‌های جغرافیایی، شماره پنجاه و سوم، صص ۳۹-۲۱.

Burns, P., 2001, **Entrepreneurship and Small Business**, Palgrave, England.

Chell, E., 2008, **The Entrepreneurial Personality: A Social Construction**, Routledge, London.

Forter L.M., 2006, **Entrepreneurs and Their Social Network: Motivations**,

Expectation and Outcomes, the George Washington University, Ph.D. Dissertation.

Harper, A.D., 2003, **Foundations of Entrepreneurship and Economic Development**, Routledge, London.

Islam, K., Baharul, M., 2009, **Rural Entrepreneurship for Women: A Case for Wealth Creation by Africa's Rural Poor Amidst Global Financial and Economic Crises**, African Economic Conference 2009 Fostering Development In An Era Of Financial And Economic Crises 11 – 13 November 2009, United Nations Conference Centre, Addis Ababa, Ethiopia.

Lundstrom, A. & Stevenson A.L., 2003, **Entrepreneurship Policy, Theory and Practice**, Kluwer Academic Publisher, New York.

Shane, S.A. And Venkataraman, S., 2000, **The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research**, Academy Of Management.

References (in Persian)

Ahmadpour Daryani, M., 2007, **Entrepreneurship, Definitions, Theories and Patterns**, Sherkat-E-Pardis, Tehran.

Amini, A., 2007, **A Fundamental Indicators of Labormarket in the Census of 1996-2006**, Bazaar-E-Kar Weekly. No 374, 8 Th Annual, Khordad 21 2008.

Azkiya, M. & Ghafari, Gh., 2005, **Sociology of Development**, Fifth Edition, Entesharat-E-Keyhan(Keyhan Publication), Tehran.

Ghiasvand, A., 2008, **Applying Statistics and SPSS in Data Analysis**, Third Edition, Louyeh Publication, Tehran.

Golrad, P., 2007, **Effective Factors on Women's Entrepreneurship**, Ettelaat-E-Siyasi Va Eghtesadi (Economic-Political Information), No 239-240.

Kordnaeij, A. & Zali, M. & Hooman, H.A. & Shahab-al-din, Sh., 2007, **Instruments of Investigating of Characteristics of Iranian Entrepreneurs**, First Edition, University of Tarbiyat-E-Modares Publication, Tehran.

Mahdavi, M. & Mnajafi Kani, A.A., 2005, **Dehyariha, the Different Experience in Rural Management**, Geographical Research, No. 53, Pp 21-39.

Moghimi, S.M., 2004, **Entrepreneurship In The Institutions of Civil Society**, Second Edition, University of Tehran Publications and Entrepreneurship Center of University of Tehran, Tehran.



منوچهر فرج‌زاده اصل و همکاران _____ تحلیل تغییرپذیری عملکرد محصول

Pardakhtchi, M.H. & and Sh. H., 2006, **An Introduction to Organizational Entrepreneurship**, Arasbaran Publication, Tehran.

Statcal Center Of Iran, 2004, **General Census of Population and Housing**.

Tavvakoli Moghadam, R. & Amouzadeh Khalili, H. & Jafari, M., 2007, **Study on Role And Necessity of Creativity In Entrepreneurship for Resistance and Compatibility of Agencies**, National Conference on Entrepreneurship, Creativity and Future Organizations, Tehran.

