

## نقش سرمایه اجتماعی در تقویت کارآفرینی در مناطق روستایی؛ مطالعه

### موردی: استان اردبیل

دکتر وکیل حیدری ساریان، استادیار گروه جغرافیا و برنامه ریزی شهری و روستایی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران

وصول: ۱۳۹۲/۸/۶ پذیرش: ۱۳۹۳/۲/۱، صص ۱۷۸-۱۶۵

#### چکیده

کارآفرینی به عنوان یک فرآیند، پدیده، نظام و راهبرد نه تنها برای جامعه گسترده روستا در پهنه سرزمین تولید شغل می‌کند، بلکه با تقویت مهارت‌ها و ظرفیت اجتماع محلی، چرخش درآمد در روستاها را تغییر شکل جدید می‌دهد و حتی می‌تواند به تولید کالاها و ارائه خدمات ضروری بپردازد که بازار، تمایل چندانی به تولید و خدمات رسانی آن ندارد. در این ارتباط، سازوکار سرمایه اجتماعی یکی از جنبه‌های مهم در تقویت کارآفرینی روستایی است. هدف این مقاله بررسی نقش سرمایه اجتماعی در تقویت کارآفرینی روستایی در استان اردبیل است. این تحقیق از نوع کاربردی و به روش تحلیلی-تبیینی است که با استفاده از روش پیمایش انجام شده است. کارآفرینان روستایی و روستاییان عادی (غیر کارآفرین) استان اردبیل جامعه آماری این پژوهش را تشکیل می‌دهند. که با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده، تعداد ۱۸۰ کارآفرین روستایی و روستاییان عادی (۹۰ نفر کارآفرین و ۹۰ نفر غیر کارآفرین) انتخاب شدند. نتایج حاصل از آزمون همبستگی اسپیرمن نشان داد که به جز متغیرهای تعارضات و اختلافات و عضویت در نهادهای محلی بین تمامی متغیرهای تحقیق با تقویت کارآفرینی رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد. در نهایت با توجه به تحلیل نتایج، پیشنهادات کاربردی ارائه شده است.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی، کارآفرینی روستایی، سرمایه اجتماعی، توسعه روستایی، استان اردبیل

#### مقدمه

روستایی رابطه معنادار وجود دارد (حیدری ساریان، ۱۳۹۲) و یکن معتقد است که علاوه بر عوامل اقتصادی که بر کارآفرینی روستایی تاثیر گذارند، عوامل غیر اقتصادی مانند شبکه روابط اجتماعی نیز می‌تواند بر پدیده کارآفرینی روستایی تاثیر گذار باشند. سرمایه اجتماعی به عنوان یک پدیده اجتماعی باعث بروز خلاقیت، ایده پروری، تسهیل رفتارهای نوآورانه و ریسک پذیری افراد روستایی می‌شود که از جمله شاخص‌های کارآفرینی محسوب می‌شود. هم چنین

اگر چه کارآفرینی تنها راه اشتغال زایی و افزایش درآمدهای مردم روستایی نیست، اما قطعاً می‌توان گفت بهترین و بهره‌ورترین نوع آن است و امروزه توسعه روستایی پیوند تنگاتنگی با کارآفرینی دارد و کارآفرینی می‌تواند روند توسعه را در روستاها تسریع نماید و درآمد کشاورزان و سایر شاغلان را بهبود بخشد. در این ارتباط، جک بر این باور است بین توسعه کارآفرینی و مدیریت بهینه منابع در نواحی

باید گفت سرمایه اجتماعی عمدتاً مبتنی بر عوامل فرهنگی و اجتماعی بوده و شناسایی آن به عنوان یک سرمایه، چه در مدیریت سطح کلان و چه در مدیریت سازمان‌ها و بنگاهها، فضای کسب و کار و سکونتگاههای انسانی، می‌تواند شناخت جدیدی از سیستم‌های اقتصادی-اجتماعی ایجاد کند و به مدیران توسعه روستایی در هدایت بهتر سیستم یاری رساند یافته علمی نشان می‌دهد که سرمایه اجتماعی یکی از جنبه‌های مهم در تقویت و توسعه کارآفرینی است. هم چنین، با توجه به مطالعات مختلفی که صورت گرفته، ثابت شده که عوامل اجتماعی و فرهنگی از ابعاد فراموش شده کارآفرینی اند که ناشی از نگاه تک بعدی به کارآفرینی تا به امروز بوده است، زیرا فردی که به خلق ایده‌های نو می‌پردازد، دارای زمینه‌های اجتماعی، مانند ویژگی‌های خانوادگی، آداب و رسوم جامعه، میزان مشارکت و همکاری، ارتباطات اجتماعی، اعتماد اجتماعی، انسجام اجتماعی و دوستان، اقوام و همسایگان است که می‌توانند در دستیابی به موفقیت او را یاری کنند. در این ارتباط، مهمترین راهبردهای تقویت کننده کارآفرینی روستایی تقویت سرمایه اجتماعی است به این خاطر که، تقویت سرمایه اجتماعی می‌تواند در تقویت و توسعه کارآفرینی نقش اساسی ایفا نماید و به عنوان استراتژی مناسب برای توسعه روستایی با تقویت کارآفرینی از طریق اشتغال زایی، کاهش بیکاری، افزایش ثروت و رفاه، ارتقای زمینه مشارکت، اتکا به خود، ایجاد تغییرات اجتماعی، مدیریت منابع، کاهش مخاطرات، توانمندسازی و ظرفیت سازی و ایجاد نوآوری‌های تاثیر گذار در عرصه اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی موانع موجود در این زمینه را حل کند. به این

خاطر در این تحقیق راهبرد سرمایه اجتماعی در تقویت کارآفرینی مورد بحث و بررسی قرار می‌گیرد. هم چنین، این مطالعه به دنبال آن است که این سؤال را مورد بررسی و کنکاش قرار دهد: آیا بین سرمایه اجتماعی و تقویت کارآفرینی ارتباط معنادار وجود دارد؟ به همین خاطر ابتدا مبانی نظری کارآفرینی و سرمایه اجتماعی مورد بحث قرار گرفته سپس با ارائه مدل مفهومی ارتباط بین سرمایه اجتماعی و تقویت کارآفرینی در مناطق روستایی بررسی گردیده است و از آن جایی که در ایران تاکنون مطالعه خاصی در خصوص نقش سرمایه اجتماعی در تقویت کارآفرینی روستایی صورت نگرفته است. به همین دلیل مقاله حاضر در راستای تبیین رابطه بین سرمایه اجتماعی و تقویت کارآفرینی روستایی است.

#### مبانی نظری و پیشینه تحقیق

یکی از عوامل موثر در توسعه روستایی، کارآفرینی است؛ زیرا کارآفرینی می‌تواند با خلق فرصت‌های جدید اشتغال و درآمد، نقش موثری در بهبود وضع اقتصادی و معیشتی روستاها داشته باشد (علی میری، ۱۳۸۷: ۲۲) علاوه بر این، کارآفرینی به عنوان یک راهبرد نو در توسعه مناطق روستایی به علت ماهیت اشتغال زایی بالا می‌تواند برای روستاییان اشتغال مولد و دائم و برای بیکاران فصلی اشتغال موقت ایجاد کند و کارآفرینی با شناسایی فرصت‌های مختلف در زمینه‌های متفاوت زمینه را برای متنوع سازی اقتصاد روستایی هموار می‌کند (رکن الدین افتخاری، سجاسی قیداری، ۱۳۸۹: ۱۸). تجربه بسیاری از کشورهای فقیر پرجمعیت که طیف وسیعی از جمعیت آنها را روستاییان و کشاورزان تشکیل می‌دهند، بیانگر این نکته است که توجه به مقوله کارآفرینی و توسعه

که بر خطر پذیری-انجام کارهای کارآفرینانه- متمرکز شوند. (Nysroom, 2008: 1-2). مطالعات نشان می‌دهد که این نوع سرمایه نقش مهمی در فعالیت‌های کارآفرینانه دارد چرا که کارآفرینی یک فرآیند اجتماعی-اقتصادی است که از دو طریق متکی به شرایط و بافت اجتماعی است، اول این که کارآفرینان افرادی هستند که محصول محیط اجتماعی خود بوده و دوم آن که کارآفرینی یک فعالیت اجتماعی است و در نتیجه وجود و عدم وجود پیوندها و ارتباطات اجتماعی بر ماهیت کسب و کار در مناطق روستایی تاثیر می‌گذارد.

سرمایه اجتماعی در مناطق روستایی به عنوان منبع اساسی در مناطق روستایی محسوب می‌شود به این دلیل که کنش‌های آن‌ها را تحت تاثیر قرار داده و کیفیت زندگی جوامع روستایی را از هر منظر بهبود می‌بخشد (Tieph, reamer: 2007: 426-427) روستاییانی که از سرمایه اجتماعی بالاتری برخوردار هستند به راحتی می‌توانند به منبع شناخت و آگاهی در راستای ارتقای تولید و ارزش افزوده دسترسی داشته و می‌توانند فعالیت‌های اقتصادی جدیدی را خلق کرده و از فعالیت‌های اقتصادی موجود خودشان صیانت کرده و حتی آن را بهبود بخشند (Batjargal, 2007: 605). 607) مطالعات کوروس و همکاران نشان داد که روستاییانی که از سرمایه اجتماعی بیشتری بهره می‌گیرند به راحتی توانایی تشکیل یک شبکه را داشته و متعاقب آن می‌توانند کسب و کار جدیدی را کشف و خلق کنند (Krause and et al, 2007: 528-530) به باور لیو و ولش تشکیل شبکه‌های اجتماعی سبب می‌شود که دانش و مهارت روستاییان کارآفرین ارتقا یابد که این امر وجود ابهام ذاتی در فرآیند کارآفرینی

روستایی می‌تواند از میزان مهاجرت روستاییان به شهر بکاهد و زمینه‌های رفاه، اشتغال و پیشرفت آنها را در همان روستای محل سکونتشان فراهم آورد (Anand, Krishna, 2002: 146) بامول بر این باور است که با توسعه کارآفرینی روستایی می‌توان زمینه ارتقای سطح بهره‌وری، خلق فرصت‌های جدید و اشتغال زایی برای جوامع روستایی را فراهم ساخت (Baumol, 2006: 316-317).

همانطوری که به نوعی بیان شد امروزه اهمیت توسعه کارآفرینی روستایی و نقش حیاتی آن در پیشبرد و توسعه کشورها، به ویژه کشورهای در حال رشد، بر هیچ کس پوشیده نیست. تاکنون برای دستیابی کشورهای در حال رشد به توسعه روستایی، استراتژی‌های متفاوت و در مقاطع زمانی مختلف طرح و اجرا شده اند که در بسیاری از موارد نتوانسته اند اهداف توسعه را در این کشورها محقق سازند. یکی از مهمترین دلایل عدم موفقیت استراتژی‌های یاد شده عدم توجه به فعال سازی سرمایه اجتماعی و توسعه مشارکت‌های جمعی و مردمی در میان روستاییان بوده است. یافته‌های علمی نشان می‌دهد که سرمایه اجتماعی نقش بسیار مهمی در توسعه و تقویت کارآفرینی روستایی ایفا می‌کند و اساسا سرمایه اجتماعی ارزشی است که میان افراد خلق می‌شود و می‌توان به منزله فرصت به آن نگریست. در بعد فرآیند هم، با مطالعه ویژگی‌ها و الگوهای مربوط به سرمایه اجتماعی که در طول زمان توسط کارآفرینان ایجاد می‌شوند، سرنخ‌هایی برای درک مسائل مربوط به مخاطره به دست می‌آیند (Nahapiet, Ghoshal, 2003: 242-246) نیسروم در مطالعات خود دریافتند که ارتقای سرمایه اجتماعی این توانایی را به افراد می‌دهد

روستاییان در مناطق روستایی خودشان، ارتقای تولید، کمک به افزایش ثروت، نوع آوری، تنوع منابع و رقابت پذیری دارد (Wortman, 1990: 329-332) مطالعات دریگا و همکاران موید این مهم است بین سرمایه اجتماعی و تقویت کارآفرینی به دلیل شناسایی فرصت‌ها، ایجاد تغییرات اساسی، پذیرش مخاطرات، پایداری جهت تحقق ایده‌ها و تشکیل کسب و کارهای جدید، افزایش رفاه و همکاری‌های راهبردی در مناطق روستایی رابطه معنادار وجود دارد (Driga and et al, 2008: 72-80) هریتوت در مطالعات میدانی خود به این نتیجه رسید که سرمایه اجتماعی با تقویت ارتباطات اجتماعی، مشارکت اجتماعی، انسجام اجتماعی و بالا بردن میزان آگاهی به تقویت کارآفرینی منجر می‌شود (Heritot, 2002: 30) مک<sup>۱</sup> (۲۰۰۱) در مطالعه خود به این نتیجه رسید که هر چه قدر اطلاعات و دانش بین جوامع روستایی مبادله شود به همان میزان ثروت، توانمندی، درآمد، تحرک اجتماعی، تولید محصولات و خدمات، متنوع سازی و افزایش مشاغل در مناطق روستایی بالا می‌رود. به باور مکلی<sup>۲</sup> (۲۰۰۲) با توسعه سرمایه اجتماعی زمینه اعتماد، از خودگذشتگی، نوع دوستی، روحیه استقلال طلبی، سخت‌کوشی و مداخله در تصمیم‌گیری و روند اجرای برنامه‌ها که برای تقویت کارآفرینی لازم و ضروری است عرصه بروز و ظهور می‌یابد. یاماگام<sup>۳</sup> (۲۰۰۷) اثرات سرمایه اجتماعی در تقویت کارآفرینی روستایی را در کاهش فقر، بهبود کارآیی، تامین سرمایه و منابع و عدالت اجتماعی می‌داند. در نهایت متغیرهای تحقیق در خصوص نقش سرمایه

را تقلیل می‌دهد. (Liao, Welsch, 2005: 345-348) نتایج مطالعات لین و هونگ نشان داد هر چه قدر میزان تعاملات و ارتباطات اجتماعی در بین روستاییان کارآفرین زیاد باشد به همان میزان نوآوری و خلاقیت و قوه ابتکار روستاییان ارتقا می‌یابد که این امر سبب تقویت کارآفرینی می‌شود (Lin, Haung, 2005: 191) بارون و وارن (193) در یافته‌های خود به این نتیجه رسیدند هر چه قدر ارتباطات اجتماعی و میزان مبادله اطلاعات و دانش بین روستاییان از شدت بیشتری برخوردار باشد به همان قدر فرصت‌ها و تهدیدهای فراوری توسعه و تقویت کارآفرینی کشف می‌شود و به دنبال آن عدم اطمینانی محیطی کاهش یافته و موجب به صحنه آمدن روستاییان پیشرو و پیشگام می‌گردد. (Baron, Ward, 2004: 553-555) هم چنین به باور والتر و همکاران تقویت ارتباطات اجتماعی، مشارکت اجتماعی و ارتقای آگاهی موجب خلق دانش، ذخیره دانش، مدیریت دانش و اشاعه دانش شده و اثرات آن بر توسعه کارآفرینی منتهی می‌شود (Walter and et al, 2007: 698-699) بوکس بر این باور است که بین سرمایه اجتماعی و تقویت کارآفرینی رابطه معنی داری وجود دارد به این دلیل که بستر لازم برای اشتغال زایی، توسعه کشاورزی و سایر فعالیت‌های اقتصادی و تحرک و به کارگیری فن آوری‌های نوظهور در بخش کشاورزی و ارتقای شاخص‌های اقتصادی در مناطق روستایی مهیا می‌شود (Bock, 2004: 245-250) ورتمن در مطالعات خود پیرامون «اثرات سرمایه اجتماعی در تقویت کارآفرینی روستایی» به این نتیجه رسید که تقویت سرمایه اجتماعی با تقویت کارآفرینی یک رابطه دوسویه به دلیل خلق فرصت‌های جدید، تثبیت

<sup>2</sup>. Markly

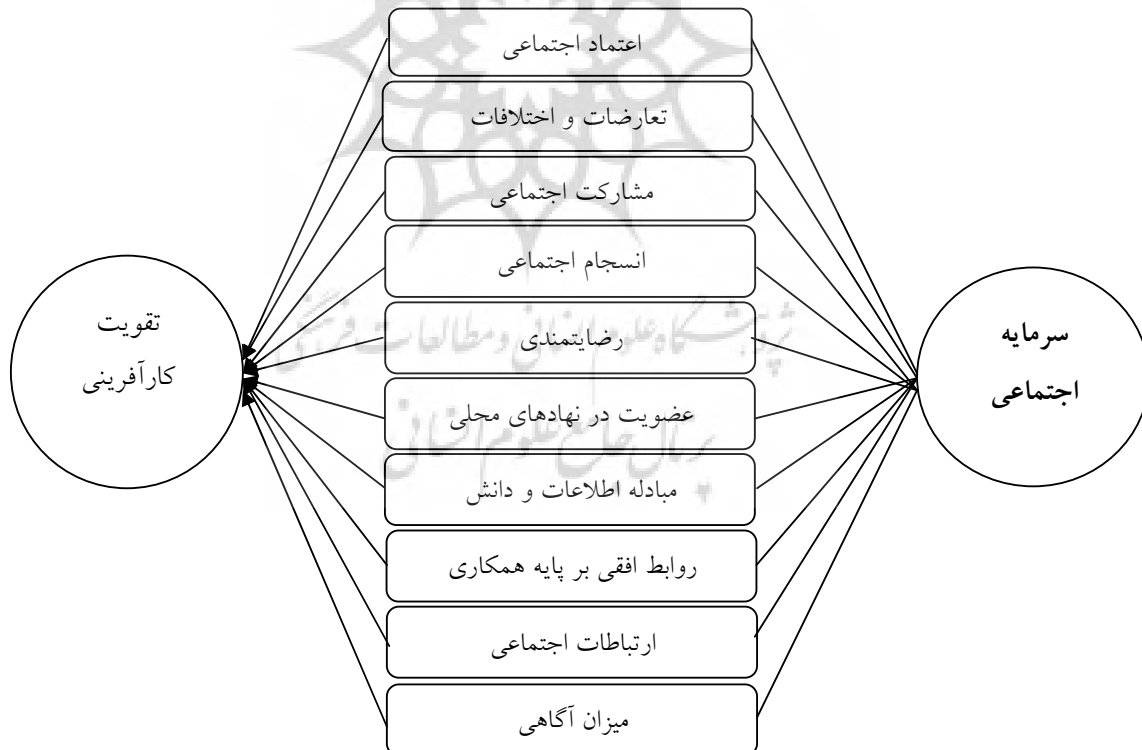
<sup>3</sup>. Yamaakam

اجتماعی در تقویت کارآفرینی روستایی در جدول (۱) پیش‌نگاشته‌های موضوع و بر اساس اهداف پژوهش، و چارچوب نظری تحقیق با توجه به مرور ادبیات و در شکل (۱) ارائه شده است.

جدول (۱): معرفی متغیرهای تحقیق در خصوص نقش سرمایه اجتماعی در تقویت کارآفرینی روستایی

ردیف	متغیرهای تحقیق	مآخذ
۱	کاهش فقر، بهبود کارآیی، تامین سرمایه و منابع و عدالت اجتماعی	Yamaokam,2007
۲	تشکیل شبکه و خلق فضای کسب و کار، انسجام اجتماعی	Krause and et al, 2007
۳	ارتقای نوآوری، خلاقیت و قوه ابتکار	Lin,Haug,2005
۴	کشف فرصت‌ها و تهدیدهای فراوری کارآفرینی و تقلیل ابهامات محیطی	Baron, Ward,2004
۵	ارتباط اجتماعی، مشارکت اجتماعی، ارتقای آگاهی و مبادله اطلاعات و دانش	Walter and et al
۶	خلق فرصت‌های جدید، تثبیت روستاییان در مناطق روستایی خودشان، ارتقای تولید، کمک به افزایش ثروت، نوع آوری، تنوع منابع و رقابت پذیری	Wortman,1990
۷	شناسایی فرصت‌ها، ایجاد تغییرات اساسی، پذیرش مخاطرات، پایداری جهت تحقق ایده‌ها و تشکیل کسب و کارهای جدید، افزایش رفاه و همکاری‌های راهبردی	Driga and et al,2008
۸	ارتباطات اجتماعی، مشارکت اجتماعی، انسجام اجتماعی و بالا بردن میزان آگاهی	Heritot,2002
۹	توانمندی، درآمد، تحرک اجتماعی، تولید محصولات و خدمات، متنوع سازی و افزایش مشاغل	Koutsouris,2000
۱۰	اعتماد، از خودگذشتگی، نوع دوستی، سرمایه اجتماعی، روحیه استقلال طلبی، سخت‌کوشی و مداخله در تصمیم‌گیری و روند اجرای برنامه‌ها	Markly,2001

مآخذ: یافته‌های تحقیق



شکل ۱: چارچوب نظری پژوهش (مآخذ: یافته‌های تحقیق)

تحقیق به تهیه و تنظیم پرسشنامه مبادرت ورزید. روایی صوری (Face Validity) پرسش نامه توسط پانل متخصصان (Panel of Expert) مورد تایید قرار گرفت. مطالعه راهنما (Pilot study) در منطقه مشابه جامعه آماری با تعداد ۳۰ پرسش نامه صورت گرفت و با داده‌های کسب شده و استفاده از فرمول ویژه کرونباخ آلفا در نرم افزار SPSS، پایایی (Reliability) بخش‌های مختلف پرسش نامه تحقیق ۰/۷۵ الی ۰/۸۶ بدست آمد جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه روستاییان کارآفرین استان اردبیل بود که ۹۰ نفر است. از سویی، برای برابری در آزمون و نتیجه، ۹۰ نفر از روستاییان غیر کارآفرین یا به عبارتی روستاییان عادی به عنوان گروه شاهد استان انتخاب شدند. روش نمونه‌گیری در این پژوهش، نمونه‌گیری تصادفی ساده از روستاهایی بوده است که کارآفرین بودند بدین ترتیب، اصل شانس برابر برای انتخاب افراد جامعه جهت عضویت در نمونه رعایت شد.

روش تحقیق: این تحقیق از لحاظ هدف، توسعه‌ای، و از لحاظ ماهیت، توصیفی و پیمایشی و نیز از نوع همبستگی است. در این تحقیق روش گردآوری داده‌ها برای پاسخگویی به سئوالات تحقیق، به دو صورت اسنادی (داده‌های ثانویه) و پیمایشی (داده‌های اولیه) و ابزار مورد استفاده در روش پیمایشی پرسش نامه و مصاحبه بوده است. به منظور بررسی ارتباط بین متغیرهای پژوهش از دو نوع پرسش نامه سرمایه اجتماعی و کارآفرینی روستایی استفاده گردید. ابزار جمع‌آوری داده پرسش نامه بوده است هم چنین پرسش نامه سرمایه اجتماعی شامل ۶۲ پرسش است که به سنجش مولفه‌های اعتماد اجتماعی، میزان تعارضات و اختلافات، مشارکت اجتماعی، انسجام اجتماعی، میزان رضایتمندی، تمایل به عضویت در نهادهای محلی، میزان مبادله اطلاعات و دانش، میزان روابط افقی بر پایه همکاری، ارتباطات اجتماعی و میزان آگاهی می‌پردازد. مضاف بر این، برای سنجش تقویت کارآفرینی روستایی محقق با توجه به سئوالات

جدول (۲): تعداد روستاهای مورد مطالعه به تفکیک نمونه

تعداد نمونه	نام روستا	تعداد نمونه	نام روستا	تعداد نمونه	نام روستا	تعداد نمونه	نام روستا	تعداد نمونه	نام روستا	تعداد نمونه	نام روستا
۱	شورگل	۲	الوارس	۲	قره داغلو	۱	مرادلو	۱	قره شیران	۱	زویه
۱	بابک	۲	الداشین	۲	شهرک غربی	۱	دمیر چی لو	۲	مجید آباد	۱	قره خان بیگلر
۲	اولتان	۲	بیله درق	۱	انی علیا	۱	خلیفه لو کندی بزرگ	۱	گیلانده	۲	مزرعه خلف
۱	ایلواتق	۲	مجدر	۲	مغوان	۱	گوردیگل	۱	ملاپوسف	۲	آلنی
۲	ماجولان	۱	بورستان	۲	تکه چی	۱	قیز قلعه سی	۲	شام اسبی	۱	محمد تقی کندی
۱	کزندق	۱	گدای لو	۱	آقامحمد بیگلر	۲	دمدل	۲	نیار	۱	بران سفلی
۱	فیروز آباد	۲	بران علیا	۱	الادیزگه	۱	کرتق	۱	ثمرین	۲	پریخان
۱		۱	ایدیر علیا	۱	مشقین	۱	لنبر	۲	ایران آباد	۱	جیدرق
۱	ایوریق	۲	جبه دار	۱	تکله بخش	۲	پیراقوم	۱	قره آغاج	۱	ارلوی بزرگ
۲	طالب قشلاقی	۲	خلیل آباد	۱	گندیشمین	۱	گل مغان	۱	عربلو	۱	امیدچه
۱	کلخوران شیخ	۱	سرخای بیگلر	۱	آق بلاغ	۲	ملا باشی	۱	بازریل	۱	قره قبه

مآخذ: یافته‌های تحقیق

- بین تمایل به عضویت در نهادهای محلی و تقویت کارآفرینی روستایی رابطه معنادار وجود دارد.
- بین مبادله اطلاعات و دانش و تقویت کارآفرینی روستایی رابطه معنادار وجود دارد.
- بین میزان روابط افقی بر پایه همکاری و تقویت کارآفرینی روستایی رابطه معنادار وجود دارد.
- بین میزان آگاهی و تقویت کارآفرینی روستایی رابطه معنادار وجود دارد.
- بین ارتباطات اجتماعی و تقویت کارآفرینی روستایی رابطه معنادار وجود دارد.

#### تجزیه و تحلیل داده‌ها

در این قسمت به منظور مقایسه اختلاف بین میانگین‌های تحقیق از آزمون یومان یومن ویتنی و برای تعیین رابطه بین متغیرهای تحقیق از ضریب همبستگی اسپیرمن و برای تعیین سهم یک یا چند متغیر مستقل در پیش بینی متغیر وابسته از روش رگرسیون چند متغیره (روش گام به گام) استفاده گردیده است که نتایج آن در زیر ارائه می‌گردد.

الف) نتایج آزمون یومان یومن ویتنی

با توجه به جدول ۲، نتایج آزمون یومن ویتنی نشان می‌دهد که بین روستاییان کارآفرین و غیر کارآفرین از نظر میزان مشارکت اجتماعی، انسجام اجتماعی، رضایتمندی، تمایل به عضویت در نهادهای محلی، مبادله اطلاعات و دانش، روابط افقی بر پایه همکاری و میزان آگاهی اختلاف معنی داری در سطح ۱ درصد خطا وجود دارد. هم چنین بین روستاییان کارآفرین و غیر کارآفرین از نظر میزان اعتماد اجتماعی و ارتباطات اجتماعی اختلاف معنی داری در سطح ۵ درصد خطا وجود دارد. با توجه به میانگین‌های رتبه ای بدست آمده از دو گروه می‌توان اظهار نمود که به

شایان ذکر است کارآفرین روستایی در این تحقیق به کسانی اطلاق شده است که با داشتن ویژگیهای روانشناختی منحصر به فرد مانند احساس نیاز به انجام کارهای بزرگ، بهره مند از هوش کافی، تاثیر گذار بر دیگران، عمل گرا، تمایل به انجام کارهای ابداعی و نه انطباقی، واقع گرا، مقاومت در برابر شکست، مسئولیت پذیر، اعتماد به نفس، زمان شناس، امیدواری دائمی به کسب موفقیت و تمایل نسبی به پذیرش ریسک اقدام به تولید ارزش در مناطق روستایی می‌کند. در این پژوهش اطلاعات بدست آمده با استفاده از شیوه‌های آمار استنباطی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. برای تبیین رابطه بین هر یک مولفه‌های سرمایه اجتماعی (اعتماد اجتماعی، مشارکت اجتماعی و میزان رضایتمندی و...) و کارآفرین روستایی از ضرایب همبستگی اسپیرمن، آزمون یومن ویتنی و رگرسیون چند متغیره استفاده شد و همه عملیات آماری با استفاده از نرم افزار SPSS، انجام گرفت. در نهایت، در تحقیق حاضر، فرضیه‌های زیر مورد آزمون قرار می‌گیرد.

- بین اعتماد اجتماعی و تقویت کارآفرینی روستایی رابطه معنادار وجود دارد.
- بین تعارضات و اختلافات و تقویت کارآفرینی روستایی رابطه معنادار وجود دارد.
- بین مشارکت اجتماعی و تقویت کارآفرینی روستایی رابطه معنادار وجود دارد.
- بین انسجام اجتماعی و تقویت کارآفرینی روستایی رابطه معنادار وجود دارد.
- بین رضایتمندی و تقویت کارآفرینی روستایی رابطه معنادار وجود دارد.

روستاییان غیر کارآفرین روستایی بوده است. هم چنین این آزمون نشان می‌دهد که بین روستاییان کارآفرین و غیر کارآفرین از نظر میزان تعارضات و درگیری اختلاف معنی داری وجود ندارد به عبارت دیگر سرمایه اجتماعی روستاییان کارآفرین و غیر کارآفرین در موارد ذکر شده یکسان بوده است (جدول ۳).

جز مولفه تعارضات و اختلافات در تمام موارد ذکر شده سرمایه اجتماعی (از منظر مولفه‌های اعتماد اجتماعی، ارتباطات اجتماعی، مشارکت اجتماعی، انسجام اجتماعی، میزان رضایتمندی، تمایل به عضویت در نهادهای محلی، میزان مبادله اطلاعات و دانش، میزان روابط افقی بر پایه همکاری و میزان آگاهی) روستاییان کارآفرین روستایی بیشتر از

جدول ۳: نتایج حاصل از آزمون یومن ویتنی در خصوص اختلاف میانگین روستاییان کارآفرین و غیر کارآفرین

مقدار (P)	مقدار (Z)	مقدار (U)	میانگین دو گروه مستقل		متغیر
			کارآفرین	غیر کارآفرین	
۰/۰۳۹	-۲/۰۱۲	۱۳۳۳۳	۱۶۵/۲۴	کارآفرین	اعتماد اجتماعی
			۱۵۹/۲۵	غیر کارآفرین	
۰/۰۲۹	-۲/۱۱	۱۲۰۳۲	۱۹۵/۹۶	کارآفرین	ارتباطات اجتماعی
			۱۷۰/۴۴	غیر کارآفرین	
۰/۰۰۱	-۲/۱۶	۱۰۳۵۴	۱۹۲/۵۵	کارآفرین	مشارکت اجتماعی
			۱۸۵/۳۲	غیر کارآفرین	
۰/۰۰۰	-۳/۳۲۵	۹۹۸۹/۴	۲۰۱/۲۵	کارآفرین	انسجام اجتماعی
			۱۸۲/۶۴	غیر کارآفرین	
۰/۰۰۲	-۳/۴۷	۱۳۱۱	۱۹۹/۵۴	کارآفرین	میزان رضایتمندی
			۱۸۳/۳۵	غیر کارآفرین	
۰/۰۰۰	-۴/۴۱	۱۰۸۷۶	۲۱۲/۶	کارآفرین	تمایل به عضویت در نهادهای محلی
			۱۹۸/۸۴	غیر کارآفرین	
۰/۰۰۱	-۲/۲۵	۱۴۵۱	۱۹۵/۲۳	کارآفرین	میزان مبادله اطلاعات و دانش
			۱۸۲/۲۵	غیر کارآفرین	
۰/۰۰۲	-۲/۶۵۲	۱۰۵۶۸	۱۹۵/۳۲	کارآفرین	میزان روابط افقی بر پایه همکاری
			۱۸۴/۳۴	غیر کارآفرین	
۰/۶۲۸	-۲/۳۲۴	۱۲۹۹۸/۴	۱۷۶/۳۵	کارآفرین	تعارضات و اختلافات
			۱۸۰/۲۱	غیر کارآفرین	
۰/۰۰۰	-۵/۳۲۰	۸۲۹۰/۵	۲۳۳/۲۱	کارآفرین	میزان آگاهی
			۱۷۴/۸	غیر کارآفرین	

مأخذ: یافته‌های تحقیق

با متغیر وابسته تقویت کارآفرینی در سطح ۵ درصد خطا مثبت شده است و ضمن اینکه بین متغیرهای میزان تعارضات و اختلافات و تمایل به عضویت در نهادهای محلی با متغیر تقویت کارآفرینی رابطه معنی داری مشاهده نشده است.

ب) نتایج حاصل از ضریب همبستگی اسپیرمن با توجه به اطلاعات مندرج در جدول ۴، نتایج ضریب همبستگی اسپیرمن نشان می‌دهد که رابطه بین متغیرهای میزان اعتماد اجتماعی، مشارکت اجتماعی، انسجام اجتماعی، رضایتمندی، مبادله اطلاعات و دانش، روابط افقی بر پایه همکاری و میزان آگاهی با متغیر وابسته تقویت کارآفرینی در سطح ۱ درصد خطا مثبت شده است و رابطه بین متغیر ارتباطات اجتماعی



جدول (۴): نتایج ضریب همبستگی اسپیرمن جهت تعیین وجود رابطه بین سرمایه اجتماعی و تقویت

کارآفرینی

متغیر مستقل	متغیر وابسته	مقدار (r)	مقدار (p)
اعتماد اجتماعی	تقویت کارآفرینی	۰/۳۲۰	۰/۰۰۰
تعارضات و اختلافات	تقویت کارآفرینی	۰/۷۹	۰/۳۲۱
مشارکت اجتماعی	تقویت کارآفرینی	۰/۳۵۶	۰/۰۰۴
انسجام اجتماعی	تقویت کارآفرینی	۰/۷۸۵	۰/۰۰۰
رضایتمندی	تقویت کارآفرینی	۰/۵۶۳	۰/۰۰۰
تمایل به عضویت در نهادهای محلی	تقویت کارآفرینی	۰/۰۲۷	۰/۶۶۷
مبادله اطلاعات و دانش	تقویت کارآفرینی	۰/۴۰۱	۰/۰۰۰
روابط افقی بر پایه همکاری	تقویت کارآفرینی	۰/۱۶۲	۰/۰۰۵
ارتباطات اجتماعی	تقویت کارآفرینی	۰/۱۳۴	۰/۰۲۴
آگاهی	تقویت کارآفرینی	۰/۷۹۶	۰/۰۰۰

مأخذ: یافته‌های تحقیق

ج) نتایج رگرسیون چند متغیره

در این روش بر اساس بنای استاندارد بدست آمده متغیرهای اعتماد اجتماعی، ارتباطات اجتماعی، مشارکت اجتماعی، انسجام اجتماعی، میزان آگاهی،

عضویت در نهادهای محلی و مبادله اطلاعات و دانش به ترتیب به عنوان متغیرهایی بودند که بیشترین سهم را در میزان تغییرات متغیر وابسته داشتند. لذا این متغیرها در مدل نهایی باقی مانده و بقیه متغیرها از معادله حذف شدند. نتایج نشان می‌دهد این متغیرهای پیش بین ۷۶ درصد ( $R^2 = ۰/۷۶$ ) از میزان واریانس متغیر وابسته (تقویت کارآفرینی) را پیش بینی می‌کنند. ضریب تعیین بیانگر این است که متغیرهای دیگری نیز در میزان تقویت کارآفرینی روستاییان تاثیر گذار بوده اند که در مطالعه حاضر بررسی نشده است. نتایج تحلیل واریانس یک طرفه نیز معنی دار بودن رگرسیون و رابطه خطی بین متغیرها را در گام نهایی نشان می‌دهد. جدول (۵) و (۶) اطلاعات مربوط به این تجزیه و تحلیل را نشان می‌دهند. به منظور برآورد معادله تخمین، با توجه به اطلاعات بدست آمده و معنی دار بودن مدل نهایی رگرسیون چند متغیره در این پژوهش، با معادله زیر می‌توان میزان سرمایه اجتماعی را با تقویت کارآفرینی در منطقه مورد مطالعه تخمین زد:

$$y = 34.2 + 2.66(X_1) + 6.43(X_2) + 6.69(X_3) + -1.82(X_4) + -1.89(X_5) + -2.12(X_6) + -1.9(X_7)$$

جدول ۵: ضرایب رگرسیون چند مرحله ای برای تبیین رابطه سرمایه اجتماعی و تقویت کارآفرینی

گام	نام متغیر	ضریب رگرسیون	ضریب تعیین $R^2$	ضریب تعیین تعدیل شده	مقدار F	مقدار (P)
۱	اعتماد اجتماعی	۰/۶۶۱	۰/۴۳۷	۰/۴۳۷	۱۵۳/۸۴	۰/۰۰۰
۲	ارتباطات اجتماعی	۰/۷۶۰	۰/۵۷۸	۰/۵۷۴	۱۳۵/۰۶	۰/۰۰۰
۳	مشارکت اجتماعی	۰/۸۳۶	۰/۶۹۹	۰/۶۹۴	۱۵۱/۷۷	۰/۰۰۰
۴	انسجام اجتماعی	۰/۸۶۰	۰/۷۴۰	۰/۷۳۴	۱۳۸/۴۲	۰/۰۰۰
۵	میزان آگاهی	۰/۸۷۳	۰/۷۶۲	۰/۷۵۶	۱۲۴/۲۸	۰/۰۰۰
۶	عضویت در نهادهای محلی	۰/۸۷۸	۰/۷۷۰	۰/۷۶۳	۱۰۷/۹۷	۰/۰۰۰
۷	مبادله اطلاعات و دانش	۰/۸۸۶	۰/۷۸۵	۰/۷۷۷	۹۹/۹۶	۰/۰۰۰

مأخذ: یافته‌های تحقیق

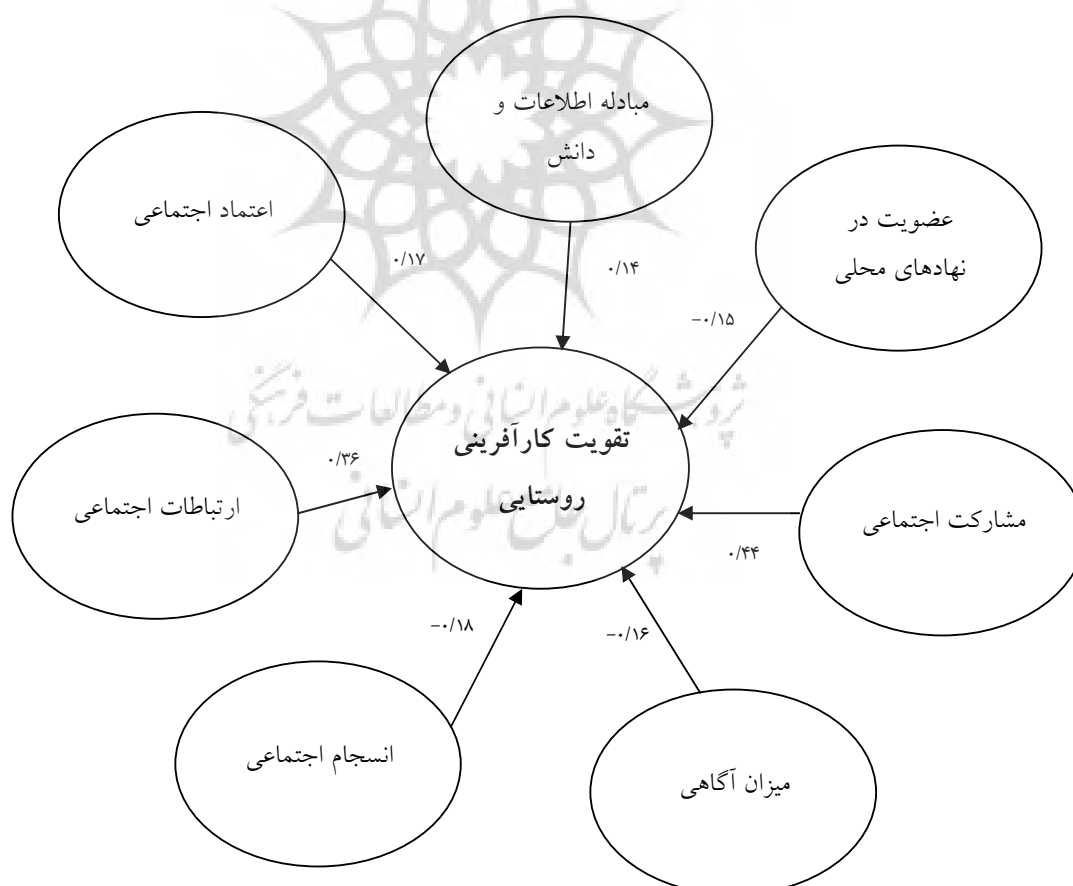
جدول ۶: ضرایب متغیرهای وارد شده در معادله رگرسیون نهایی برای تبیین رابطه سرمایه اجتماعی و تقویت کارآفرینی

مقدار (P)	ت محاسبه شده	ضرایب استاندارد نشده		متغیرهای پیش بین
		ضرایب استاندارد شده	خطای معیار	
۰/۰۰۰	۹/۴۶	-----	۳/۶۱	عدد ثابت (عرض از مبدأ)
۰/۰۰۰	۳/۷۴	۰/۱۷۰	۰/۷۱۱	اعتماد اجتماعی (X۱)
۰/۰۰۰	۹/۲۵	۰/۳۶۸	۰/۶۹۵	ارتباطات اجتماعی (X۲)
۰/۰۰۰	۹/۷۲	۰/۴۴۳	۰/۶۸۹	مشارکت اجتماعی (X۳)
۰/۰۰۰	-۵/۰۲	-۰/۱۸۶	۰/۳۶۳	انسجام اجتماعی (X۴)
۰/۰۰۰	-۴/۴۷	-۰/۱۶۴	۰/۴۲۴	میزان آگاهی (X۵)
۰/۰۰۰	-۳/۹۸	-۰/۱۵۶	۰/۵۳۳	عضویت در نهادهای محلی (X۶)
۰/۰۰۰	۳/۵۶	۰/۱۴۸	۰/۵۳۴	مبادله اطلاعات و دانش (X۷)

مأخذ: یافته‌های تحقیق

است و متغیرهای ارتباطات اجتماعی، اعتماد اجتماعی، مبادله اطلاعات و دانش، عضویت در نهادهای محلی، آگاهی و انسجام اجتماعی به ترتیب در اولویت بعدی قرار گرفتند.

در نهایت، اطلاعات مندرج در شکل ۲، نشان می‌دهد بر اساس نتایج حاصل از ضریب بتا، سهم و نقش متغیر «مشارکت اجتماعی» در تبیین متغیر وابسته «تقویت کارآفرینی روستایی» بیشتر از سایر متغیرها



شکل ۳: اهمیت نسبی متغیرهای مستقل در تبیین تقویت کارآفرینی روستایی.

## نتیجه گیری

همانطور که مطرح گردید نوشتار حاضر نقش سرمایه اجتماعی را در تقویت کارآفرینی روستایی مورد بررسی و تحلیل قرار داده است. تحلیل‌های آماری نشان داد سرمایه اجتماعی در تقویت کارآفرینی روستایی استان اردبیل تاثیر گذار بوده است. به طوریکه همبستگی تقویت کارآفرینی در تمامی مولفه‌های سرمایه اجتماعی به جز تعارضات و اختلافات و تمایل به عضویت در نهادهای محلی در قالب فرضیه تحقیق به اثبات رسید و در این ارتباط، میزان P محاسبه شده بین مولفه‌های اعتماد اجتماعی، مشارکت اجتماعی، انسجام اجتماعی، رضایتمندی، مبادله اطلاعات و دانش و روابط افقی بر پایه همکاری با متغیر تقویت کارآفرینی روستایی سطح معناداری کمتر از ۰/۰۱ و مولفه ارتباطات اجتماعی سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ را نشان داد. از طرف دیگر، نتایج آزمون یومن ویتنی نشان داد به جز مولفه میزان تعارضات و اختلافات تمامی مولفه‌های سرمایه اجتماعی روستاییان کارآفرین روستایی بیشتر از روستاییان غیر کارآفرین روستایی بوده است. هم چنین این آزمون نشان داد که بین روستاییان کارآفرین و غیر کارآفرین از نظر تعارضات و اختلافات اختلاف معنی داری وجود ندارد به عبارت دیگر سرمایه اجتماعی روستاییان کارآفرین و غیر کارآفرین در مورد مولفه تعارضات و اختلافات یکسان بوده است. مضاف بر این، نتایج تحلیل رگرسیون نشان داد که از

بین متغیرهای تحقیق، ۷ متغیر توسط کامپیوتر در معادله باقی ماندند و سایر متغیرها از معادله خارج گردیدند و این ۷ متغیر توانستند ۷۸ درصد از تغییرات را تبیین نمایند. افزون بر این، بر اساس نتایج حاصل از ضریب بتا، مشارکت اجتماعی، ارتباطات اجتماعی، اعتماد اجتماعی، مبادله اطلاعات و دانش، عضویت در نهادهای محلی، میزان آگاهی و انسجام اجتماعی در تبیین متغیر وابسته (تقویت کارآفرینی) به ترتیب در اولویت اول تا هفتم قرار گرفتند و نتایج تحقیق نشان داد سرمایه اجتماعی از مهمترین ارکان تقویت کارآفرینی روستایی از طریق خلق فرصت‌های جدید و تحت تاثیر قرار دادن کنش‌ها، خلق فعالیت‌های اقتصادی جدید، توانایی تشکیل شبکه، کشف کسب و کار جدید، ارتقاء دانش و مهارت روستاییان، تقلیل ابهام ذاتی در فرآیند کارآفرینی، ارتقاء خلاقیت، ابتکار، نوآوری، ابداع مدیریت منابع و فعالیت جدید، خلق دانش، ذخیره دانش، اشاعه دانش، مدیریت دانش، پذیرش مخاطرات، انعطاف پذیری، پایداری جهت تحقق ایده‌ها، اعتماد، از خود گذشتگی، نوع دوستی، روحیه استقلال طلبی، سخت کوشی، مداخله در تصمیم گیری، بهبود کارآیی و بروز استعداد درونی روستاییان و غیره است و تقویت کارآفرینی روستایی هم با افزایش سطح بهره وری، اشتغال زایی، ارزش افزوده، بهبود بخشی به کیفیت زندگی جوامع روستایی، توسعه کشاورزی، تحرک و به کارگیری فن آوری نو ظهور در بخش کشاورزی، تثبیت روستاییان

در مناطق روستایی خودشان و جلوگیری از مهاجرت آنها به شهر، کمک به افزایش ثروت، تحرک اجتماعی، ارتقای توانمندی، تنوع بخشی به فعالیت‌های اقتصادی، کاهش فقر، تامین سرمایه، منابع و عدالت اجتماعی به توسعه مناطق روستایی شتاب بیشتری می‌بخشد. علاوه بر این، با استناد به نتایج تحقیق می‌توان با آموزش لازم پیرامون مزایای نهادهای مدنی و مردمی و اثرات مثبت آن در زندگی خود آنها، دانش و آگاهی روستاییان را ارتقا بخشید نهادهای مردمی را در روستا تشویق و تقویت کرد آموزش عمومی را تقویت و غنی سازی نمود، باید روستاییان را برای کمک به حل مشکلات یکدیگر تشویق کرد مسئولیت پذیری، کارگروهی آنان را در تمامی زمینه‌های اجتماعی، فرهنگی و محیطی ارتقا داد. توسعه فرهنگ همکاری و مساعدت متقابل را ترویج نمود، روستاییان را ترغیب کرد تا دانش و اطلاعات خود را با همدیگر تسهیم کنند به ترویج فرهنگ و اعتماد به نفس و خود باوری در روستا با ایجاد برنامه‌های توسعه روستا جهت حصول به نهادینه شدن فرهنگ کارآفرینی در مناطق روستایی کمک کرد، باید اطلاعات را به طور یکسان در بین روستاییان و کشاورزان منطقه، از طریق نشریات، برنامه‌های رادیو و تلویزیون با گویش محلی به زبان محلی با هدف جلب اعتماد افراد روستایی به همدیگر و به مسئولین دولتی در راستای تقویت کارآفرینی توزیع کرد.

## منابع

پاتنام، روبرت (۱۳۸۰) دموکراسی و سنت‌های مدنی، ترجمه محمدتقی دلفروز، انتشارات غدیر تهران، ص ۱۲۴.

حیدری ساربان، وکیل (۱۳۹۲) بررسی عوامل موثر بر موفقیت کارآفرینان روستایی استان اردبیل، فصلنامه جغرافیا و توسعه، سیستان و بلوچستان.

رکن الدین افتخاری، عبدالرضا، طاهر خانی، مهدی، سجاسی قیداری، حمدالله (۱۳۸۷) تحلیل ابعاد و عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی کشاورزی مناطق روستایی، مطالعه موردی: روستاهای شهرستان خداآبنده، فصلنامه روستا و توسعه، سال ۱۲، شماره ۳، تهران، صص ۴۸-۴۷.

رکن الدین افتخاری، عبدالرضا، سجاسی قیداری، حمدالله (۱۳۸۹) توسعه روستایی با تاکید بر کارآفرینی، انتشارات سمت، تهران، ص ۱۸.

علی میری، مصطفی (۱۳۸۷) آموزش کارآفرینی، «پیدایش، توسعه، گرایش و چالش‌ها»؛ توسعه کارآفرینی، سال اول، شماره اول، تهران، ص ۲۲.

کلمن، جیمز (۱۳۷۷)، بنیادهای نظریه اجتماعی، ترجمه صبوری، چاپ اول، نشر نی، تهران.

Antonic, B., and Hisrich, R. D. (2005), "Clarifying the intrapreneurship concept", Journal of Small Business and Enterprise Development, Vol. 10, No. 1, pp: 7-10.

Baumol, W.J. (2004). Entrepreneurial cultures and countercultures. Academy of Management Learning and Education, Vol(3), pp:316-326

- Journal of Small Business Management, Vol( 43), No. 4, pp: 345–348 .
- Lin, S., and Huang Y., (2005), "The role of social capital in the relationship between human capital and career mobility", Journal of Intellectual Capital, Vol( 6), No. 2, pp: 191-193.
- Macke, Don, (2001), Situation analysis entrepreneurship & rural texas, Draft Report Rural Entrepreneurship Initiative.
- Markley, Deborah M., (2002), Entrepreneurship in rural america; prepared for the NCSL rural development task force, Center for Rural Entrepreneurship.
- Nahapiet, J., and Ghoshal S., (2003), "Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage", The Academy of Management Review, Vol(23), No. 2, pp: 242-246.
- Putnam. R, D (2000), Democracies in flux, the evolution of social capital in contemporary society, Oxford university press.
- Tiepoh, G, Reimer, B (2007), Social capital, information flows, and income creation in rural Canada: Across community analysis, Journal of Socio-economic, Vol(33)pp:426-427.
- Walter, J., Lechner, C., and Kellermanns, F. W. (2007), "Knowledge transfer between and within alliance partners: private versus collective benefits of social capital", Journal of Business Research, Vol( 60), pp:698–710.
- Wortman, M.S. (1990), "Rural entrepreneurship research: an integration into the entrepreneurship field", Agribusiness, Vol( 6) No. 4, pp: 329-332.
- Yamaokam, K (2007), applying the concept of social capital to agriculture and rural development policies
- Baron, R.A. & Ward, T.B. (2004). Expanding entrepreneurial cognition's toolbox: Potential contributions from the field of cognitive science. Entrepreneurship Theory and Practice, 28(6),pp: 553-555.
- Batjargal, B. (2007), "internet entrepreneurship: social capital, human capital, and performance of internet ventures in China", Research Policy, Vol. 36, pp: 605–607.
- Bock, B., (2004). Fitting in the multi-tasking: Dutch farm women strategies in rural entrepreneurship. Sociologia Ruralis 44 (3), 245-250.
- Driga, O., Lafuente, E., Vaillant, Y., (2008). "Reasons for the relatively lower entrepreneurial activity levels of rural women in Spain". Sociologia Ruralis, Vol (1),pp:72-80.
- Anand Singh, K. and Krishna, K.V.S.M., (2002), Agricultural entrepreneurship: The concept and evidence, the Journal of Entrepreneurship, New Delhi, Thousand, Oaks, London.
- Heritot, K, (2002), A new approach to rural entrepreneurship a case study of two rural electric cooperatives, Western Kentucky University, and Noel D. Campbell, North Georgia College & State University.
- Hoy, F. (1999), "A program of rural entrepreneurship from inception through implementation", Journal of Community Development, Vol( 14), pp: 33
- Krause, D. R.; Handfield, R. B., and Tyler, B. B. (2007), "The relationships between supplier development, commitment, social capital accumulation and performance improvement", Journal of Operations Management, Vol(.25), pp: 528–545.
- Liao, J., and Welsch H., (2005), "Roles of social capital in venture creation: key dimensions and research implications",

Caree, M.A. and Thurik, A.R. (2003), "The impact of entrepreneurship on economic Growth", Handbook of Entrepreneurship Research, Oxford University Press.

Nystrom, K. (2008), "Is entrepreneurship the salvation for enhanced economic growth?", Centre of Excellence for Science and Innovation Studies (CESIS), No(143), pp.1-2.

