



فصلنامه علمی برنامه‌ریزی منطقه‌ای

سال ۹، شماره پیاپی ۳۶، زمستان ۱۳۹۸

شاپای چاپی: ۶۷۳۵-۲۲۵۱ - شاپای الکترونیکی: ۷۰۵۱-۲۴۲۳

<http://jzpm.miau.ac.ir>

مقاله پژوهشی

توانمندسازی و ایجاد کارآفرینی روستایی در محیط‌های کسب و کار کوچک (مورد: دهستان آیسین - شهرستان بندرعباس)

علی شجاعی فرد^۱: استادیار گروه مدیریت کارآفرینی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

پذیرش: ۱۳۹۸ / ۴ / ۱۰

صص ۱۹۶-۱۸۵

دریافت: ۱۳۹۸/۱/۲۰

چکیده

در جهان امروز تفکر کارآفرینی و استفاده از آن در سازمان‌ها امری اجتناب ناپذیر است. اندیشمندان رواج دهنده‌ی توسعه‌ی روستایی، کارآفرینی را به منزله‌ی یک مداخله‌ی راهبردی می‌دانند که می‌تواند فرایند توسعه‌ی روستایی را تسریع بخشد، اما به نظر می‌رسد که همگی آنها بر نیاز به گسترش نگاه‌های اقتصادی روستایی نیز توافق دارند. امروزه با توجه به مشکلات موجود در این جوامع، توجه و تأکید بر کارآفرینی روستایی، اهمیت زیادی دارد؛ زیرا کارآفرینی می‌تواند با خلق فرصت‌های جدید اشتغال و درآمد، نقش مؤثری در بهبود وضع اقتصادی و معیشتی روستاها داشته باشد. به منظور توانمندسازی افراد مستعد برای کارآفرین شدن، باید فعالیت‌های کارآفرینانه را ترویج داد، روحیه کارآفرینی را پرورش داد و در نهایت محیطی کارآفرینانه حاکم گردانید. این امر مستلزم شناخت، تبیین و تشریح مفهوم و فرایند کارآفرینی روستایی در کسب و کار از طریق توانمندسازی افراد مستعد و دارای کمترین منابع مالی و اقتصادی می‌باشد. تحقیق حاضر از نوع اکتشافی و از نظر روش توصیفی-تحلیلی می‌باشد. جمع‌آوری اطلاعات از مطالعات کتابخانه‌ای و پیمایش میدانی (پرسشنامه، مصاحبه و مشاهده) استفاده شده است. مکان این تحقیق دهستان آیسین از توابع بخش مرکزی شهرستان بندرعباس می‌باشد. جامعه آماری سرپرستان خانوارهای این دهستان می‌باشد که تعداد ۱۸۴ خانوار از طریق فرمول کوکران به عنوان حجم نمونه برای تکمیل پرسشنامه تعیین گردید که به طور تصادفی در جامعه مورد مطالعه انتخاب شده‌اند. پرسشنامه تحقیق در ۴ مؤلفه و ۳۲ معرف مربوط به وضعیت گسترش کارآفرینی و اشتغال روستایی تدوین شد. به منظور تجزیه و تحلیل اطلاعات به دست آمده و پاسخ به سؤال تحقیق از آمار توصیفی و تحلیل عاملی به شیوه تحلیل مؤلفه‌های اصلی در نرم‌افزار SPSS استفاده گردید.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی روستایی، کارآفرینی در کسب و کار، توانمندسازی، توسعه روستایی، بندرعباس.

^۱ . نویسنده مسئول: ashojaeifard@yahoo.com ، ۰۹۱۷۸۸۶۱۳۸۳

مقدمه:

در عصر کنونی، توسعه روستایی جایگاه ویژه ای در تداوم حیات اقتصادی ملت ها دارد و به ویژه در کشورهای غیرصنعتی، محور برنامه های توسعه اقتصاد ملی به شمار می رود (Stiglitz, 2000:125). امروزه تردیدی وجود ندارد که توسعه روستایی به عنوان یکی از اولویت ها و البته چالش های مهم برنامه های کلان توسعه به ویژه در کشورهای غیر صنعتی دنیا، به چیزی فراتر از یک استراتژی ساده نیازمند است، چنانکه دستیابی به آن تنها در صورت برنامه ریزی دقیق نظام مند و از طریق عملکرد شایسته یک نظام کارآمد و کثرت گرا امکان پذیر خواهد بود (Tipple, 2006:45). مشکلات کمبود درآمد روستاییان و به دنبال آن عواقب و پیامدهای اجتماعی، فرهنگی و سیاسی ناشی از آن را نمی توان تنها با انتقال دانش فنی و فناوری ها و نیز انتقال سرمایه های مادی به مناطق روستایی، حل شده پنداشت، بلکه عنصر مهم تری که بایستی مورد توجه سیاست گذاران و کارشناسان توسعه روستایی قرار گیرد، تأکید بر توسعه کسب و کارهای کوچک روستایی به ویژه کسب و کارهای خانگی و فراهم ساختن بسترهای ضروری برای رشد و توسعه آنها می باشد (Fotovati, 2011:45). بالا بودن نرخ رشد بیکاری پنهان و آشکار در جامعه روستایی در مقایسه با جامعه شهری از یک طرف و عدم امکان سرمایه گذاری گسترده برای توسعه صنایع بزرگ از طرف دیگر، دولت مردان را به گسترش کسب و کارهای کوچک در جوامع روستایی وادار نموده است. افرادی که به استعدادهای خود اعتقاد زیادی دارند، غالباً تمایل دارند چیزهایی را ایجاد کنند که از خود آنها باشد. آنها خواهان مسئولیت، نیاز شدید به مطرح کردن خود و آزادی بیشتر هستند. هنگامی که آنها از چنین آزادی برخوردار نباشند و نیازهای آنان تامین نشود، ناکام شده و ناکامی باعث می شود که بهره وری فرد کاهش یافته و حتی فرد ممکن است؛ سرخورده شده و به دنبال کار مفید نباشد. اغلب کارآفرینان که مورد حمایت قرار نمی گیرند با تشویق و حمایت سرمایه گذاران مخاطره پذیر از دور اقتصادی خارج شده و تصمیم به انفعال یا خروج از بازار اقتصادی می گیرند. برای جلوگیری از بروز چنین مشکلاتی و حفظ منابع انسانی توانمند و خلاق، شیوه هایی برای ترویج روحیه کارآفرینی که می تواند مزیت رقابتی بسیار ارزشمندی داشته باشد مورد نظر است. (Nanduriker, 2003:60).

یکی از مشکلات اساسی کشور ما در سال های اخیر، عقب ماندگی روستاها و مهاجرت روستاییان به نواحی شهری بوده است که عامل اصلی آن، مسائل اقتصادی، بخصوص دسترسی به اشتغال می باشد. این امر مشکلات بسیار زیادی مانند حاشیه نشینی، کاهش کیفیت زندگی، کمبود اشتغال و افزایش جرم و جنایت را در شهرها به همراه داشته است؛ از سوی دیگر، کاهش رشد بخش کشاورزی در نواحی روستایی و کاهش ۳۳/۴ درصدی اشتغال، این واقعیت را نشان می دهد که در آینده، توسعه کشاورزی به تنهایی نمی تواند رشد اقتصادی را در روستاهای کشور تضمین کند و فقر را ریشه کن سازد؛ بنابراین توجه به سایر بخش ها نیز در کنار بخش کشاورزی ضرورت دارد (Najafi Kani et al, 2015:125). بر این اساس، یکی از عوامل مؤثر در توسعه روستایی، کارآفرینی است؛ زیرا کارآفرینی می تواند با خلق فرصت های اشتغال و درآمد، نقش مؤثری در بهبود وضع اقتصادی و معیشتی روستاها داشته باشد (Toussi et al, 2014:60). امروزه در اکثر کشورها توجه خاصی به کارآفرینی و کارآفرینان می شود و تقویت کارآفرینی و ایجاد بستر مناسب برای توسعه ی آن از ابزارهای پیشرفت اقتصادی کشورها، به ویژه کشورهای در حال توسعه به شمار می آید؛ زیرا فعالیت کارآفرینی با اثربخشی بالا به توسعه ی اقتصادی (ایجاد اشتغال، نوآوری در فعالیت ها و رقابت پذیری) منجر می شود (Najafi Kani et al, 2015:235). موضوع کارآفرینی و اشتغال در جوامع بشری بدان حد مهم و جدی است که به عنوان یک شاخص در سنجش توسعه یافتگی جوامع مد نظر قرار می گیرد و در اغلب موارد نداشتن شغل به منزله عبور از خط فقر تلقی می گردد. این مقاله سعی دارد ضمن تبیین مفهوم کارآفرینی فرایند مشاغل تحت حمایت کمیته امداد امام خمینی (ره) فرآیندی را برای ترویج و پرورش این مفهوم از طریق توانمندسازی در محیط کسب و کار ارائه دهد. به طوری که هدف مقاله طراحی یک فضا و فرآیند کاربردی برای توسعه کارآفرینی روستایی در محیط کسب و کار کوچک در روستاهای استان هرمزگان است.

پیشینه و مبانی نظری تحقیق:

کارآفرینی: تعاریف کارآفرینی که در مقالات و کتب مختلف و از دیدگاه صاحب نظران متعدد ارائه شده است، بطور قابل ملاحظه ای به هم شباهت دارند. (McKenzie and Dikambo, 1986:251). معتقدند که فعالیت کارآفرینانه می تواند شامل توسعه یک محصول جدید تا ایجاد یک فرآیند اثربخش باشد. (Jing and Yang, 1990:65) کارآفرینی را به عنوان فرایند توسعه محصولات یا بازارهای جدید تعریف می کنند. (Kuratko, Mantagno and Hornsby, 1990:27) کارآفرینی را به عنوان ایجاد کسب و کارهای جدید در درون چارچوب

شرکت‌های مادر توصیف می‌نمایند. *McGrath, Bollind and VanKataraman (78:1992)* کارآفرینی را بعنوان ابزار شرکت‌ها برای افزایش ثبات اقتصادی‌شان در بلندمدت تعریف می‌نمایند و *Arila (35:1996)* معتقد است که کارآفرینی دارای سه بعد می‌باشد که عبارتند از: نوآوری، توسعه محصولات، خدمات و فرآیندهای جدید و ریسک‌پذیری. همه تعاریفی که از کارآفرینی ارائه شده است تا حدود زیادی نامتناقض بوده‌اند و زاهرا با بررسی پیشینه کارآفرینی پی‌برد که بیشتر تعاریفی که در زمینه کارآفرینی مطرح شده است، آن را به عنوان یک فعالیت نوآورانه در محیط کسب و کار یا سازمان معرفی می‌نمایند (*Pierce, 2003, 2*).

اساس کارآفرینی را با دو عامل فرصت و تمایل به کارآفرین شدن تعیین می‌کنند. در بستر سازی توسعه کارآفرینی، عوامل مختلفی تأثیرگذار است. این عوامل را می‌توان به دو گروه کلی تقسیم کرد عوامل محیطی و عوامل فردی (*Hashemi et al, 2011: 26*). از دیدگاه لرد کیپانیدزه، توسعه کارآفرینی به عوامل فرهنگی-اجتماعی، محیطی، زیرساختی، اقتصادی و نهادی بستگی دارد که در ادامه به آنها اشاره می‌شود. عوامل فرهنگی-اجتماعی: از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر کارآفرینی در هر جامعه، فرهنگ حاکم بر آن جامعه است؛ فرهنگی که برای افراد کارآفرین، ارزش قائل است و افراد بیشتری را به کارآفرینی تشویق می‌کند. رابطه ای قوی بین فرهنگ مردم و تمایل به کارآفرینی وجود دارد بنابراین دولت‌ها با تدوین سیاست‌هایی که مشوق رفتار کارآفرینانه است می‌توانند فرهنگ کارآفرینی را تقویت کنند (*Farahani and Haji Hosseini, 2013: 146* عوامل اقتصادی: کمبود سرمایه در مناطق روستایی که ناشی از پایین بودن سطح درآمد و در نتیجه، اندک بودن پس‌انداز خانوارهاست، یکی از چالش‌های توسعه در چنین مناطقی قلمداد می‌شود. تلاش مردم مناطق روستایی برای دستیابی به پایداری اقتصادی می‌تواند با وجود کارآفرینان محلی افزایش یابد؛ زیرا تمرکز بر منابع اقتصادی محلی از طریق توسعه کارآفرینی محلی یکی از شیوه‌های توسعه اقتصادی این مناطق است (*Najafi Kani et al, 2015: 159*). عوامل محیطی: این عوامل به صورت زیرساخت‌های محیطی، درجه آشفستگی محیطی و تجربیات محیطی و شخصی افراد جامعه در کارآفرینی نقش دارند (*Rezvani and Najjarzadeh, 2008: 5*).

کارآفرینی روستایی: همانند کارآفرینی، کارآفرینی روستایی هم برای افراد مختلف معانی متفاوت دارد. اما بدون توجه به بعد معناشناسی، تعریف ساده کارآفرینی روستایی می‌تواند این باشد: کارآفرینی در نواحی روستایی. اما اگر قصد ارائه تعریف کامل‌تری داشته باشیم کارآفرینی روستایی عبارت است از تلاش برای خلق ارزش از طریق شناسایی فرصت کسب و کار، مدیریت خطرپذیری متناسب با آن فرصت، و بسیج کردن منابع انسانی، مادی و مالی لازم برای ایجاد کسب و کار در نواحی روستایی (*Saxena, 2012: 46*). مطابق با تعریف *Wertman (25:1990)* کارآفرینی روستایی عبارت است از "ایجاد سازمانی جدید که تولیدات جدیدی ارائه کند یا بازار جدیدی به وجود آورد، یا یک فناوری نوینی را در محیط روستایی به کار گیرد". همانگونه که ملاحظه می‌شود کارآفرینی شهری و روستایی از لحاظ مفهوم و فرایند تفاوت‌چندانی با هم ندارند. مثلاً نوآوری جزء لاینفک هر دونوع کارآفرینی می‌باشد. شاید بتوان گفت که این دو نوع کارآفرینی بیشتر در شیوه اجرا و محیط فعالیت با هم اختلاف دارند. در محیط روستایی چالش‌ها و فرصت‌های ویژه‌ای وجود دارند که در نهایت بازده تلاش‌های کارآفرینانه فرد را تحت تأثیر قرار می‌دهند. اما روستا ضرورتاً مانعی برای کارآفرینی محسوب نمی‌شود. جوامع روستایی در واقع یکسری مزیت‌های خاص هم برای کارآفرینی دارند. آنها می‌توانند محصولاتی را تولید کنند که به نوعی بازگوکننده طبیعت و فرهنگ روستایی باشند. همانطور که *McLowe and Atherton (68:2011)* بیان می‌کنند کارآفرینان روستایی برای کسب مزیت رقابتی بیشتر، باید بر بازار و ویژگی‌های جغرافیایی محلی تمرکز کنند. *Goldwin et al (254:1989)* دریافته‌اند که کارآفرینان روستایی بیشتر مشتری-محور هستند زیرا به جمعیت کمتری دسترسی دارند و بنابراین سعی می‌کنند تا مشتریان خود را از طریق ارائه تولیدات باکیفیت‌تر، راضی نگه دارند. اگرچه کارآفرینان روستایی هم مانند کارآفرینان شهری در زمینه‌های گوناگون صنعتی فعالیت می‌کنند اما فعالیت‌های مربوط به گردشگری، تولید و فراوری مواد غذایی، عمده فعالیت‌های کارآفرینان روستایی را تشکیل می‌دهند.

توسعه روستایی: از دهه ۱۹۷۰ که توسعه روستایی به عنوان یک مفهوم مطرح شد، بیشتر به معنای ارتقای استاندارد زندگی مردم روستا و پیش شرط کاهش فقر روستایی مد نظر قرار گرفته شده است. اما به طور کلی یک تعریف قابل قبول از این مفهوم که مورد پذیرش همگان باشد، وجود ندارد. *Wertman (78:1996)* بیان می‌کند که در واقع توسعه روستایی معادل صنعتی سازی روستایی (*Summers, 1986: 69*). توسعه اقتصادی روستایی (*Pullover, 1987: 21*). عمران روستایی قلمداد شده است. *Sears et al (15:1989)* معتقدند توسعه روستایی دربرگیرنده تمام شرایط و اقداماتی است که باعث افزایش رفاه مردم روستایی و بهبود جامعه آنان می‌شود. توسعه روستایی

فرایند همه جانبه و پایداری است که در چارچوب آن، توانایی های اجتماعات روستایی به منظور رفع نیازهای مادی، معنوی و کنترل مؤثر بر نیروهای شکل دهنده نظام سکونت محلی (اکولوژیکی، اجتماعی، اقتصادی، و نهادی) رشد و تعالی می یابد (Cartwright, 1987: 54).

توانمندسازی و فرهنگ کارآفرینی در روستاها: شرایط اجتماعی و کسب و کار وارد عرصه جدیدی شده است. این عصر، عصر کارآفرینی است. کارآفرینی به عنوان عامل کلیدی رشد و توسعه در عصر مدرن شناخته شده است. از جمله اقدامات لازم برای به کارگیری ابزار کارآفرینی، بستر سازی است و یکی از مهمترین جنبه های آن ایجاد بستر فرهنگ کارآفرینی است. بستر فرهنگی مهمترین عامل زیربنایی و یا حتی مبنا و اساس سایر بسترهای لازم برای کارآفرینی می باشد. فرهنگ، مجموعه ای از قوانین است که مشخص می کند، سازمان یا محیط کسب و کار چگونه وظایف را پیش ببرد، چگونه کارها انجام شود و چه چیز پسندیده و چه چیز ناپسند است. فرهنگ سنتی تصمیم گیری محافظه کارانه را مطلوب می داند، به عبارت دیگر؛ در چنین فرهنگی بر جمع آوری مقدار زیادی اطلاعات به عنوان مبنایی برای تصمیم گیری منطقی تاکید می شود و تصمیمات مخاطره آمیز غالباً تا وقتی که اطلاعات به اندازه کافی جمع آوری نشود به تعویق می افتد (Hystrich and Peters, 2011: 48-49).

جدول ۱ - خلاصه ای از مطالعات انجام شده در زمینه کارآفرینی روستایی

محقق	سال	موضوع	نتایج
Janet et al	۲۰۱۰	نقش کارآفرینی اجتماعی در میان کشاورزان	کارآفرینی و موفقیت در آن، تا حدودی با خود فرد و نهاد رهبری مرتبط است. آشنایی با فرهنگ و یادگیری گروهی نیز از جمله موفقیت های برنامه توسعه کارآفرینی بوده است.
Razvani and the najjarzadeh	۲۰۰۸	بررسی و تحلیل زمینه های کارآفرینی روستاییان در فرایند توسعه نواحی روستایی	آموزش کارآفرینی و آماده سازی محیط اجتماعی و اقتصادی روستاها برای جذب نیروی انسانی جوان، متخصص و ماهر به نواحی روستایی و فعالیت های کشاورزی می تواند به عنوان راهکار اصلی در ایجاد و تقویت کارآفرینی این نواحی در راستای توسعه پایدار بسیار مؤثر باشد.
Farahani et al	۲۰۱۱	نقش کارآفرینی در توسعه ی پایدار روستایی	از راهکارهای مهم توسعه و توسعه پایدار روستایی، ایجاد اشتغال و مهمترین ابزار آن، کارآفرینی است که باعث افزایش بهره وری افراد و منابع و در نتیجه، افزایش درآمد مردم می شود.
Faraji Lightbar et al	۲۰۱۱	الویت بندی توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی با استفاده از تکنیک پرومتری	کارآفرینی روستایی، راهکاری جدید در نظریه های توسعه برای توانمند سازی و ظرفیت سازی در مناطق روستایی با هدف کاهش شکاف بین شهر و روستا است.
Modi Langroudi et al	۲۰۱۲	عوامل مؤثر بر توانمندسازی روستاییان در توسعه کارآفرینی	وجود عوامل فردی و محیطی در افزایش توانمندسازی روستاییان برای ایجاد و توسعه کسب و کار تاثیر دارد.

منبع: مطالعات میدانی نویسنده، ۱۳۹۸.

مواد و روش تحقیق:

تحقیق حاضر از نوع اکتشافی و از نظر روش توصیفی - تحلیلی می باشد. به منظور جمع آوری اطلاعات از مطالعات کتابخانه ای و پیمایش میدانی (پرسشنامه، مصاحبه و مشاهده) در محدوده مورد مطالعه استفاده شده است. مکان این تحقیق دهستان آیسین از توابع بخش مرکزی بندرعباس می باشد و جامعه آماری تحقیق سرپرستان خانوارهای این دهستان می باشد که تعداد ۱۸۴ خانوار از طریق فرمول کوکران به عنوان حجم نمونه برای تکمیل پرسشنامه تعیین گردید که به طور تصادفی در جامعه مورد مطالعه انتخاب شده اند. پرسشنامه تحقیق در ۴ مؤلفه و ۳۲ معرف مربوط به وضعیت گسترش کارآفرینی و اشتغال روستایی تدوین شد. (جدول ۲). به منظور تجزیه و تحلیل اطلاعات به دست آمده و پاسخ به سؤال تحقیق از آمار توصیفی و تحلیل عاملی به شیوه تحلیل مؤلفه های اصلی در نرم افزار SPSS استفاده گردید.

جدول ۲- شاخص‌ها و معرف‌های تحقیق

مؤلفه‌ها	شاخص‌ها و معرف‌ها
اقتصادی	استفاده از تسهیلات و وام‌های اعتباری برای ایجاد کسب و کارهای جدید، امکان دریافت وام در زمینه کسب و کارهای مختلف، وجود منابع مالی لازم برای انجام فعالیتها و کسب و کار، تعدد شبکه تولیدی محلی در سطح روستا، اعطای تسهیلات ویژه و بلاعوض برای فعالین مناطق محروم، دسترسی به بازار مناسب برای عرضه تولیدات محلی و بومی به مصرف کنندگان، دسترسی به سرمایه‌های موجود، دسترسی به عوامل تولید (زمین، نیروی انسانی و سرمایه).
اجتماعی و فرهنگی	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، تمایل به مشارکت جهت سرمایه‌گذاری در کسب و کارهای جدید، میزان برگزاری کلاس‌های آموزشی و مشاوره‌های در زمینه کسب و کارهای خانگی، تمایل جهت به کارگیری افراد متخصص در زمینه کسب و کارهای جدید، میزان فعالیت دهیاری و شورا اسلامی روستا جهت ایجاد گسترش کارآفرینی، آشنایی با زمینه‌های کسب و کارهای جدید.
زیرساختی	وجود ساخت‌های عمومی مناسب روستا همچون آب و برق و گاز، وجود زیرساخت‌های فیزیکی مناسب همچون جاده و راه‌های ارتباطی روستایی، امکان استفاده زیرساخت‌های مناسب ارتباطی مخابرات، پست بانک، وجود وسیله نقلیه برای حمل کالا به بازار و مراکز فروش، وجود نیروی انسانی ماهر و باسواد و باتجربه برای شروع کسب و کارهای جدید در روستا، امکان استفاده مناسب سرمایه‌گذاران برای ایجاد کسب و کارهای جدید، توزیع بهینه منابع در سطح دهستان، توزیع بهینه خدمات دولتی در سطح روستاها
زمینه‌های فردی	تولید ابزارهای دسترسی برای تسهیل فعالیت در کارها، تنوع بخشی به محصولات روستایی، توانایی کشف و تلفیق راه و روش‌های جدید برای حل یک مشکل یافتن منابع جدید، داشتن ایده‌های جدید و متنوع، حاضر به مواجه شدن با چالش‌ها و سختی‌ها، ترجیح دادن روش‌های نو به جای روش‌های سنتی، نداشتن استرس در موقعیت‌های سخت و مشکل، انگیزه تغییر در کیفیت زندگی

منبع: مطالعات میدانی نویسنده، ۱۳۹۸.

یافته‌های تحقیق:

جمعیت کل دهستان در سال ۱۳۹۵ برابر با ۴۴۶۵ نفر بوده است که از این تعداد ۳۲۰۵ نفر در سن فعالیت یعنی ۱۵ تا ۶۴ سال قرار داشته‌اند. از این تعداد ۱۶۱۱ نفر مرد و ۱۵۹۴ نفر زن بوده‌اند و تعداد ۹۰۵ خانوار ساکن می‌باشند. در این دهستان جمعیت شاغل در بخش کشاورزی و خدمات فعالیت دارند که در مقایسه‌ی شاغلان ناحیه مورد مطالعه در بخش‌های مختلف نشان می‌دهد که درصد شاغلان بخش کشاورزی نسبت به بخش‌های دیگر بیشتر بوده است و این امر حاکی از آن است که توانمندی بالای این بخش نسبت به بخش‌های دیگر از جمله صنعت و خدمات است. همچنین تعداد بیکاران برابر ۶۰۲ نفر است که از این تعداد ۴۱۶ نفر مرد و ۱۸۶ نفر زن بوده‌اند. یافته‌های توصیفی تحقیق نشان داد، به لحاظ وضعیت تأهل از بین ۱۸۴ نفر پاسخگو ۱۱،۲ درصد مجرد و ۸۸،۸ درصد متأهل، از حیث جنسیت ۶۰،۳ درصد مرد و ۳۹،۷ درصد زن بوده‌اند. از نظر وضعیت سواد ۱۲،۶ درصد بیسواد، ۱۲،۶ درصد دارای سواد خواندن و نوشتن، ۱۱،۸ درصد دارای سواد دوره ابتدایی، ۴۵،۵ درصد دارای سواد دوره راهنمایی و دبیرستان، ۱۷،۵ درصد دیپلم و دیپلم به بالاتر تحصیلات داشته‌اند. از نظر شغل ۱۰،۶ درصد به فعالیت دولتی، ۴۴،۱ درصد کشاورزی، ۱۴،۲ درصد دارای شغل آزاد، ۱۳،۹ درصد خانه‌داری و ۱۷،۲ درصد در سایر مشاغل مشغول فعالیت بوده‌اند.

جدول ۳- آزمون بار تلت

مجموعه مورد تحلیل	مقدار KMO	مقدار بار تلت	درجه آزادی	سطح معنی
ارزیابی توسعه پایدار روستایی از منظر کارآفرینی و اشتغال روستایی	۰,۷۹۵	۳۹,۴۴,۵۹۴	۴۹۷	۰,۰۰۰

منبع: مطالعات میدانی نویسنده، ۱۳۹۸.

با بهره‌گیری از ۳۲ شاخص در جهت ارزیابی توسعه پایدار روستایی از منظر کارآفرینی با استفاده از مدل تحلیلی عاملی اقدام گردید. بدین ترتیب شاخص‌های بارگذاری شده در هر عامل که بالای ۰,۵ بوده است، یک عامل را شکل داده‌اند.

جدول ۴- دسته بندی متغیرهای مورد مطالعه (شناسایی عوامل)

ردیف	نام عامل	مقدار ویژه	درصد واریانس	درصد واریانس جمعی
۱	زیرساختی	۵۶۳۲	۱۸,۷۰	۱۷,۷۰
۲	اقتصادی	۴,۵۰	۱۵,۰۱	۳۲,۶۳
۳	دانش و آگاهی	۳,۲۳	۱۱,۰۷	۴۲,۷۰
۴	اعتماد به نفس	۲,۸۰	۸,۹۰	۵۰,۵۵
۵	خلاقیت فردی	۲,۰۲	۶,۳۵	۵۶,۹۶
۶	نوآوری و خلاقیت	۱,۹۰	۶,۰۲	۶۲,۹۴
۷	زیرساخت فیزیکی	۱,۶۵	۵,۰۱	۶۸,۰۶
۸	دسترسی به تسهیلات	۱,۴۴	۴,۵۰	۷۲,۵۱

منبع: مطالعات میدانی نویسنده، ۱۳۹۸.

عامل زیر ساختی: مقدار ویژه این عامل ۵۶۳۲ به دست آمده که ۱۸,۷۰ درصد واریانس را تبیین نموده است.

جدول ۵- متغیرهای بارگذاری شده در عامل اول

بار عاملی	متغیر
۰,۵۸۶	مشارکت در شناسایی افراد خلاق و نوآور
۰,۵۳۱	مشارکت زنان و دختران روستایی در فعالیتهای اقتصادی و اجتماعی
۰,۷۲۸	میزان برگزاری کلاسهای آموزشی و مشاورهای در زمینه کسب و کارهای خانگی
۰,۶۶۴	تمایل جهت بکارگیری افراد متخصص در زمینه کسب و کارهای که می خواهید ایجاد کنید
۰,۶۰۰	ایجاد زیر ساختهای عمومی مناسب روستا همچون آب و برق و گاز
۰,۷۱۹	امکان استفاده زیر ساختهای مناسب ارتباطی مخابرات، پست بانک
۰,۷۷۲	وجود وسیله نقلیه برای حمل کالا به بازار و مراکز فروش
۰,۷۵۰	وجود نیروی انسانی ماهر و باسواد و باتجربه برای شروع کسب و کارهای جدید در روستا
۰,۷۰۳	امکان استفاده مناسب سرمایه گذاران برای ایجاد کسب و کارهای جدید
۰,۶۵۵	توزیع بهینه منابع در سطح دهستان
۰,۶۹۴	توزیع بهینه خدمات دولتی در سطح روستاها

منبع: مطالعات میدانی نویسنده، ۱۳۹۸.

عامل اقتصادی: مقدار ویژه این عامل ۴,۵۰ بوده که به تنهایی قادر است ۱۵,۰۱ درصد واریانس را تبیین و توضیح دهد.

جدول ۶- متغیرهای بارگذاری شده در عامل دوم

بار عاملی	متغیر
۰,۷۲۵	استفاده از تسهیلات و وام های اعتباری برای ایجاد کسب و کارهای
۰,۶۳۱	امکان دریافت وام در زمینه کسب و کارهای مختلف
۰,۷۱۵	وجود منابع مالی لازم برای انجام فعالیتهای کسب و کار
۰,۷۹۰	تعداد شبکه تولیدی محلی در سطح روستا
۰,۸۰۱	اعطای تسهیلات ویژه و بلاعوض برای فعالین مناطق محروم
۰,۶۹۱	دسترسی به بازار مناسب برای عرضه تولیدات محلی و بومی به مصرف کنندگان
۰,۷۴۹	دسترسی به سرمایه های موجود

منبع: مطالعات میدانی نویسنده، ۱۳۹۸.

عامل دانش و آگاهی: مقدار ویژه این عامل ۳,۲۳ می باشد که درصد ۱۱,۰۷ واریانس را توضیح و تفسیر می نماید. در این عامل ۳ متغیر بارگذاری شده است.

جدول ۷- متغیرهای بارگذاری شده در عامل سوم

متغیر	بارعاملی
میزان فعالیت دهیاری و شورای اسلامی روستا جهت ایجاد و گسترش کارآفرینی	۰,۶۸۵
آشنایی با زمینه های کسب و کارهای جدید	۰,۸۰۷
ترجیح دادن روش های نو به جای روش های سنتی	۰,۷۴۵

منبع: مطالعات میدانی نویسنده، ۱۳۹۸

عامل اعتماد به نفس: در این عامل مقدار ویژه ۲,۸۰ می‌باشد و ۸,۹۰ درصد واریانس را محاسبه و توضیح می‌دهد. در این عامل ۳ متغیر بارگذاری شده است.

جدول شماره ۸- متغیرهای بارگذاری شده در عامل چهارم

متغیر	بارعاملی
حاضر به مواجه شدن با چالش ها و سختی ها	۰,۷۰۲
نداشتن استرس در موقعیت های سخت و مشکل	۰,۸۲۸
انگیزه تغییر در کیفیت زندگی	۰,۶۹۲

منبع: مطالعات میدانی نویسنده، ۱۳۹۸.

عامل خلاقیت فردی: مقدار ویژه این عامل ۲,۰۲ می‌باشد که ۶,۳۳ درصد واریانس را محاسبه و توضیح می‌دهد. در این عامل ۳ متغیر بارگذاری شده است.

جدول ۹- متغیرهای بارگذاری شده در عامل پنجم

متغیر	بارعاملی
مشارکت در تصمیم گیری و اجرای فعالیت های مختلف	۰,۳۹۵
تولید ابزارهای دسترسی برای تسهیل فعالیت در کارها	۰,۸۰۷
تنوع بخشی به محصولات روستایی	۰,۵۳۳

منبع: مطالعات میدانی نویسنده، ۱۳۹۸.

عامل نوآوری و خلاقیت: مقدار ویژه این عامل ۱,۹۰ می‌باشد که ۶,۰۲ درصد واریانس را تبیین می‌کند. در این عامل ۳ متغیر بارگذاری شده است.

جدول ۱۰- متغیرهای بارگذاری شده در عامل ششم

متغیر	بارعاملی
تمایل به مشارکت جهت سرمایه گذاری در کسب و کارهای جدید	۰,۳۷۵
توانایی کشف و تلفیق راه و روش های جدید برای حل یک مشکل یافتن منابع جدید	۰,۷۴۰
داشتن ایده های جدید و متنوع	۰,۷۹۲

منبع: مطالعات میدانی نویسنده، ۱۳۹۸.

عامل زیر ساخت فیزیکی: مقدار ویژه این عامل ۱,۶۵ می‌باشد که ۵,۰۱ درصد واریانس را تبیین می‌کند.

جدول ۱۱- متغیرهای بارگذاری شده در عامل هفتم

متغیر	بارعاملی
وجود زیرساخت های فیزیکی مناسب همچون جاده و راه های ارتباطی روستایی	۰,۸۲۵

منبع: مطالعات میدانی نویسنده، ۱۳۹۸.

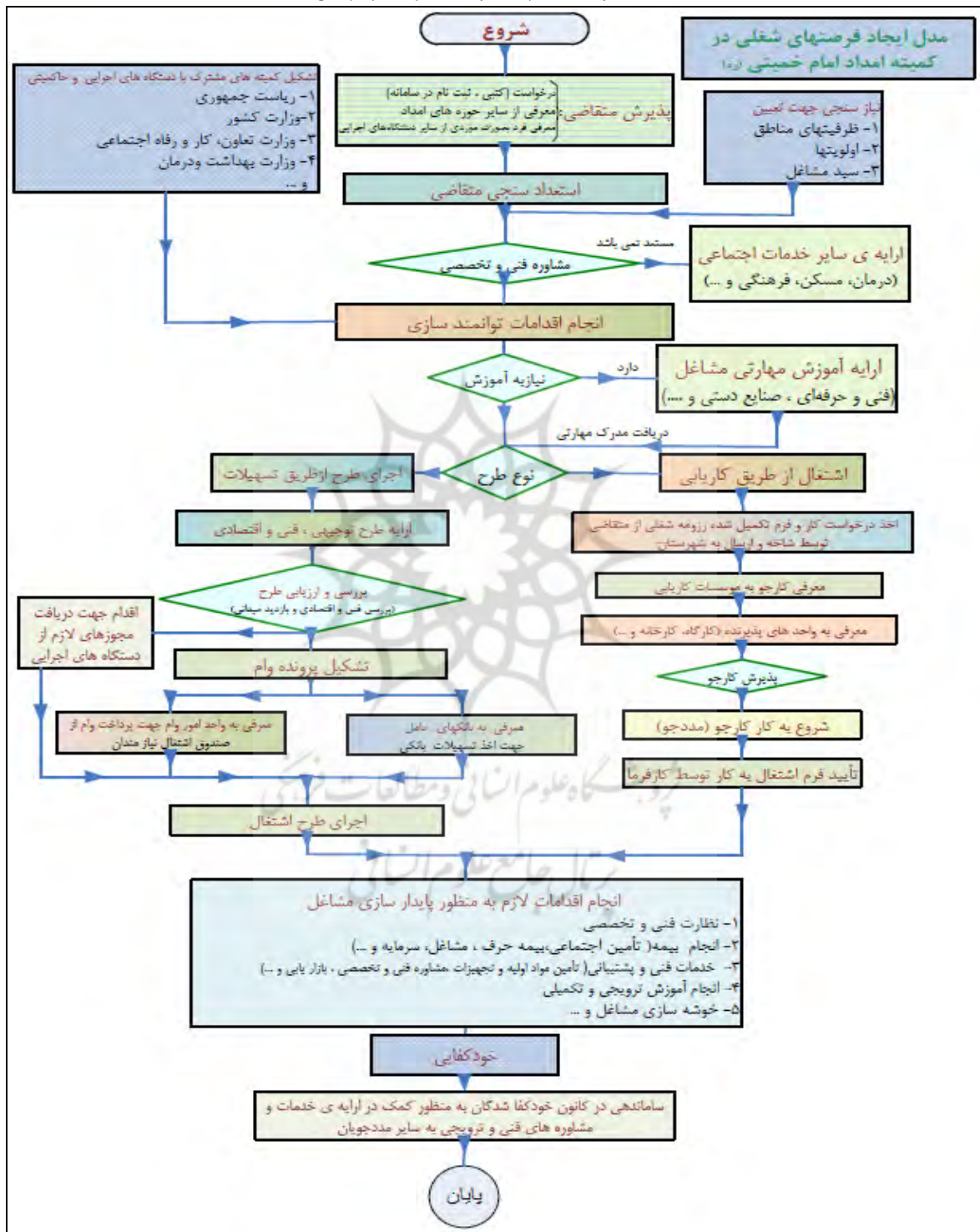
عامل دسترسی به تسهیلات اقتصادی: مقدار ویژه این عامل ۱,۴۴ می‌باشد که ۴,۵۰ درصد واریانس را محاسبه و توضیح می‌دهد.

جدول ۱۲- متغیرهای بارگذاری شده در عامل هشتم

متغیر	بارعاملی
دسترسی به عوامل تولید(زمین، نیروی انسانی، سرمایه) در روستا	۰,۷۶۸

منبع: مطالعات میدانی نویسنده، ۱۳۹۸.

جدول ۱۳- فرایند توانمندسازی کارآفرینان



(منبع: رضوانی، ۱۳۹۷: ۲۳).

نتیجه‌گیری:

بهبود و ایجاد زیرساخت‌های عمومی مناسب روستا همچون آب، برق، گاز، امکان استفاده زیرساخت‌های مناسب ارتباطی مخابرات، پست بانک، وجود وسیله‌ی نقلیه برای حمل کالا به بازار و مراکز فروش از نظر زیرساختی، وجود نیروی انسانی ماهر و با سواد و با تجربه برای شروع کسب و کارهای جدید در روستا، امکان استفاده مناسب سرمایه‌گذاران برای ایجاد کسب و کارهای جدید به لحاظ ظرفیت‌ها و توانمندی‌های فردی از اهمیت اساسی برخوردار است. توسعه اقتصادی در مناطق روستایی نیازمند راهبردهای جدید است که این امر با توسعه کارآفرینی و توانا سازی سیاست‌های محیطی ممکن می‌باشد. استفاده از تسهیلات وام‌های اعتباری برای ایجاد کسب و کارهای کوچک، امکان دریافت وام در زمینه کسب و کارهای مختلف، وجود منابع مالی لازم برای انجام فعالیت‌های کسب و کار، تعداد شبکه تولیدی محلی در سطح روستا، اعطای تسهیلات ویژه و بلاعوض برای فعالان مناطق محروم، دسترسی به بازار مناسب برای عرضه‌ی تولیدات محلی و بومی به مصرف‌کنندگان افزایش یافته است. از طریق توانمندسازی می‌توان بستر اولیه و مناسبی را برای ایجاد یک کسب و کار کوچک در مناطق روستایی استان هرمزگان و شروع بکار افراد مستعد آماده ساخت. البته باید فرآیند مناسب از شروع به کار تا پشتیبانی و پایدارسازی هر شغل را تعریف نمود که در فرآیند ارائه شده مشخص شده است. این برنامه‌ها به دلیل ایجاد تسهیلات و خدمات مالی مناسب برای گروه‌های فقیر جامعه، امکان توزیع مجدد درآمدها و افزایش خود اشتغالی و به تبع آن افزایش تولید، درآمد و کاهش بیکاری و جلوگیری از مهاجرت افراد از روستا به شهر را فراهم نمودند. به منظور توانمندسازی افراد مستعد برای کارآفرین شدن، باید فعالیت‌های کارآفرینانه را ترویج داد، روحیه کارآفرینی را پرورش داد و در نهایت محیطی کارآفرینانه حاکم گردانید. این امر مستلزم شناخت، تبیین و تشریح مفهوم و فرایند کارآفرینی روستایی در کسب و کار کوچک در روستاهای استان هرمزگان از طریق توانمندسازی افراد مستعد و دارای کمترین منابع مالی و اقتصادی می‌باشد.

References:

1. Pordariani, Ahmad, *Entrepreneurship, Mahmoud (definitions, theories, models)*. Pardis Company Co. Publications, 1996-2000.
2. Azizi, Mahmoud, *Entrepreneurship, Mohammad publishing the altar of pen*, 2004.
3. Islam, Ali Akbar, *Marketing Planning, Printing & Publishing Company*, 2003
4. Cheraghi, Ismail, *No. 22 Proceedings of the Poverty Reduction and Poverty Reduction Forum, Volume 1, Tehran: Program and Budget Organization, page 275*, 1996.
5. Hassanzadeh, Ali, *"The Role of Micro-Credit in Rural Development"*, *Proceedings of the 13th Conference on Monetary and Monetary Policy, Tehran, Central Banking and Banking Research Institute, 1*, 2003.
6. *Statistical Yearbook of Imam Khomeini Relief Committee*, 2010.
7. *Employment and Self-Sufficiency Guidelines of the Imam Khomeini Relief Committee, Zangouejinjad, May 2011 (2)*.
8. *Bank and Agriculture Research Quarterly, New Period, S2, Winter 2003*.
9. Karimi, Mozaffar et al., (2009), *Assessment of the Self-Employment Plans of Imam Khomeini Relief Committee Clients during the Years 2001-2007*, *Research Center of the Islamic Consultative Assembly, Office of Social Studies*.
10. *United Nations Poverty Reduction and Economic Development Group, Iran Newspaper, Internet article available at: <http://www.emdad.iramoozeshfilesfaghr.pdf>*.
11. *Deputy of Employment and Self-Sufficiency Imam Khomeini Relief Committee (RA) (2009), Draft Fifth Entrepreneurship and Employment Development Program (Second Edition)*.
12. *Asian Development Bank, Finance for the Poor: Microfinance development Strategy, ADB, 2000*.
13. Gomez. R and Santor. E, *"Do peer group members out perform individual borrowers? A test of peer group lending using Canadian Microcredit data"*, *working paper, 2003*.
14. Lavoic. M, *"Women and Microcredit in Vietnam"*, *Anthropology department, Laval university, June, 2002*.
15. Maclsaac. N, *The role of Microcredit in Poverty Reduction and promoting Gender Equity, South Asia Partnership Canada, June 12, 1997*.

16. Raj, B and Bltagi, B, *Panel data Analysis, Heidelberg: Physicaver tag, 1992.*
17. Schreiner. M, *A Framework for the discussion of the social Benefits of Mircofinance, Center for social development Washington University, June.*
18. Fuller, Brad, *Aprocess For Intrapreneurship, 2003.*
19. Willame, Francois, *Intrapreneurship, WWW. Francois. Willame.Com, 2002, P(1-4).*
20. Kautz, judith, *Intrapreneurship, Small Business Notes, 2003, p(1).*
21. Pearce, james W., *Western Carolina Univeraity, 2003 Vol1, NO2, P(2).*
22. Nandurikar, Milind, *Intrapreneurship, Forbes magazine, 2003, P(1).*
23. Hisrich, Robert D.& Peters, Michael P., *Entrepreneurship, TuTa mc Graw – Hill Publishing Company, Fifth Edition, 2002.*
24. Spilling, Olav R., *Entrepreneurship, 1998.*
25. Pinchot, G., *Intrapreneurship, New york: Haeper & Row Publisher, 1985.*
26. Bridge, Biz, *Entrepreneurship, WWW.bridge - biz.com, 2001, p(1-3).*
27. Stevenson, H.& Gumpert, D., *the heart of Entrepreneurship, Harvard Business Review, 1985 P(85-94).*





Islamic Azad University
Marvdash Branch



Research Paper

***Empowering and Creating Rural Entrepreneurship in Small Business
Environment Case Study of Bandar Abbas Towns of Hormozgan Province***

Ali Shojaefard¹ Assistant Proff of Entrepreneurship Management, Payam noor University, Tehran, Iran

Received: 2019/4/9

pp:195- 196

Accepted: 2019/6/22

Abstract

In today's world, entrepreneurial thinking and its use in organizations is inevitable. Just as the birth and death of organizations depend on the insights, insights, and abilities of their founders, their growth and survival depend on factors such as their ability, creativity and innovation. If the planners, decision makers and staff of an entrepreneurial organization are, they will better understand the economic opportunities and be able to use the resources available to innovate and thus grow faster and survive in the competitive arena. Rural development institutions and figures see entrepreneurship as a strategic intervention that can accelerate the rural development process, but they all seem to agree on the need to expand rural businesses. In order to empower individuals to become entrepreneurs, they must promote entrepreneurial activities, foster an entrepreneurial spirit, and ultimately establish an entrepreneurial environment. This requires understanding, explaining, and explaining the concept and process of rural entrepreneurship in business by empowering talented individuals with the least financial and economic resources. The present study is an exploratory and descriptive-analytic one. Librarian studies and field surveys (questionnaires, interviews and observations) were used to collect data in the study area. The location of this study is Aysin rural center of central Bandar Abbas and the statistical population of this study is household heads of households. The research questionnaire was compiled in Four components and thirty tow indicators related to the status of entrepreneurship development and rural employment. Descriptive statistics and factor analysis using SPSS software were used to analyze the data and to answer the research question.

Keywords: Rural Entrepreneurship, Entrepreneurship in Business, Empowerment, Business Environment,

Extended Abstract

Introduction:

Today, the role of the Internet in speeding up communication, information transfer and access to the information society of rural businesses has also changed. In general, some areas of entrepreneurship in small towns and cities include agriculture, livestock, food production, indigenous production, etc. By launching various businesses in these areas, you can create employment and meet the needs of the people in that small community. And, on the other hand, to earn an income commensurate with the services provided. Entrepreneurship is one of the important tools for planning and achieving the development of rural communities. Entrepreneurship can play an important role in improving the economic and livelihoods of villages by creating new employment and income opportunities. The important thing about entrepreneurship in small towns and cities is to consider the environmental conditions, capacities and characteristics of the people and the region. In fact, by examining such conditions it is possible to set up the right business according to the needs of the community. Working in industries such as apparel, apparel, and knitting can create jobs, meet the needs of residents, and make money. In addition, setting up agricultural-related businesses is also of

¹. Corresponding Author's: Email: ashojaiefard@yahoo.com , Tel: +989178861383

great importance and is considered as a source of supply for people's daily needs. In addition, training courses in production, agriculture and crop development have an important role to play in improving the rural business environment. On the other hand, animal husbandry is one of the main pillars of the rural economy and a very good option for entrepreneurship. It is also possible to create employment in rural areas by mechanizing treatment and adherence to animal health principles.

In the field of sport, entrepreneurship is also possible by launching the necessary facilities, and in addition to creating employment for some rural community residents, untapped talents in various branches of sport can be discovered. Planning for job creation in rural health, setting up health centers and supplying needed health care is another area that is considered as a field for entrepreneurship in the village. In fact, entrepreneurship in this field not only increases the level of health of the rural community, but also leads to economic prosperity in this area. The growing role of internet businesses is undeniable, so it is possible to implement different rural projects by providing the right infrastructure, utilizing startup spaces, and so on.

Methodology:

The present study is an exploratory and descriptive-analytic one. Librarian studies and field surveys (questionnaires, interviews and observations) were used to collect data in the study area. The location of this research is the Aysin village in central Bandar Abbas. The total population of the village was 4465 in 1395, of which 3205 were between 15 and 64 years of age. Of these, 1611 were men and 1594 were women, with 905 households residing. In this village there is a population working in agriculture and services which shows that the percentage of agricultural workers is higher than other sectors in comparison to the study area and this indicates that the The sector is comparable to other sectors including industry and services. The number of unemployed is 602, of which 416 are men and 186 women. The statistical population of the study is the heads of households in this village. 184 households were selected through Cochran formula as sample size to complete the questionnaire which were randomly selected in the study population.

Results and discussion:

Factors and variables of this study are: Infrastructure, Economics, Knowledge and Knowledge, Self-Confidence, Individual Creativity, Innovation and Creativity, Physical Infrastructure, and Facility Accessibility, which were determined by SPSS software. All of these have a positive and significant role in the success of rural entrepreneurship.

Conclusion:

Improvement and development of suitable public infrastructure in the village such as water, electricity, gas, use of appropriate telecommunication infrastructure, bank post, availability of vehicles for transport to market and sales centers infrastructure, skilled and knowledgeable manpower Experience in starting new businesses in the village, making it possible for investors to properly use new businesses in terms of individual capacities and capabilities is crucial. Economic development in rural areas requires new strategies that can be achieved by developing entrepreneurship and enabling environmental policies. Use of credit facilities for small businesses, access to loans for various businesses, availability of funds for doing business, number of local production networks at the village level, granting special facilities and grants to disadvantaged activists. Access to the right market for the supply of local and indigenous products to consumers has increased. Empowerment can provide a good starting point for establishing a small business in the rural areas of Hormozgan province and starting talented people. Of course, the proper process must be defined from the start to the support and stabilization of each job specified in the process presented. These programs have enabled the redistribution of income and increased self-employment and, consequently, increased production, income, and reduced unemployment and the prevention of migration from the countryside to the poor because of the provision of appropriate financial services and services to poorer groups of society. In order to empower individuals to become entrepreneurs, they must promote entrepreneurial activities, foster an entrepreneurial spirit, and ultimately establish an entrepreneurial environment. This requires understanding, explaining, and explaining the concept and process of rural entrepreneurship in small businesses in the villages of Hormozgan province through empowering talented individuals with the least financial and economic resources.