

طراحی مدل توسعه کارآفرینی در مناطق روستائی مبتنی بر مدیریت جهادی

مهدی جمال^۱، یونس وکیل الرعایا^۲

چکیده

کارآفرینی و توسعه آن در مناطق روستایی یک استراتژی مهم برای توسعه اقتصادی و برون رفت از بحران‌هایی مانند فقر، بیکاری، مهاجرت بی رویه از روستاها و کمبود کالاهای مصرفی اساسی بحساب می‌آید. توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی به دلیل مشکلات عدیده‌ای که بواسطه محدودیت‌های دسترسی به منابع استراتژیک، شرایط محیطی و تغییر در ساختارهای فرهنگی دارد، با دشواری زیادی همراه است. اما سوال اینجاست آیا رویکرد مدیریت جهادی می‌تواند مدلی بهینه از توسعه کارآفرینی روستایی ارائه دهد؟ لذا، این پژوهش به شناسایی و تبیین ابعاد توسعه مدل کارآفرینی روستائی با رویکرد مدیریت جهادی پرداخته است. پژوهش حاضر یک مطالعه با رویکرد کیفی و مبتنی بر نظریه داده‌بنیاد می‌باشد. تمرکز تحقیق بر کارآفرینی روستایی در استان سمنان بوده است. نمونه‌ها بر مبنای نمونه‌گیری غیراحتمالی، همچون نظری و هدفمند و گلوله‌برفی انتخاب و مطالعه شدند. داده‌ها با بهره‌گیری از سه ابزار مصاحبه و مشاهده‌های میدانی و مرور اسناد و مدارک آرشیوی، گردآوری شد و با استفاده از سازوکار کدگذاری، در سه مرحله کدگذاری باز و محوری و انتخابی تجزیه و تحلیل شد. برای این منظور، گروهی مشتمل بر ۱۲ شرکت‌کننده از سه گروه کارآفرینان روستایی و کارشناسان و مسئولان منطقه‌ای و خبرگان و صاحب‌نظران فرامنطقه‌ای انتخاب شده‌اند. یافته‌ها نشان می‌دهد که کارآفرینی جهادی شامل سه مؤلفه روحیه جهادی، انگیزه جهادی و حرکت جهادی بعنوان مقوله محوری کارآفرینی روستائی می‌باشد و مقوله‌های علی، زمینه‌ای، مداخله‌گر، راهبردی و پیامدها به نوعی با کارآفرینی جهادی همسو هستند.

کلمات کلیدی: توسعه، کارآفرینی روستائی، مدیریت جهادی، داده بنیاد

^۱ دانشجوی دکتری مدیریت دولتی، گرایش منابع انسانی، دانشکده علوم انسانی، گروه مدیریت، واحد فیروزکوه، دانشگاه آزاد اسلامی فیروزکوه، ایران؛ mahdijamal77@yahoo.com

^۲ مرکز تحقیقات کارآفرینی، ایده پردازی و تجاری سازی، واحد سمنان، دانشگاه آزاد اسلامی، سمنان، ایران (نویسنده مسئول)؛ y.vakil@semnaniau.ac.ir

۱. مقدمه و بیان مسأله

الگوها و سبک‌های مدیریت در کشورهای مختلف متناسب با مختصات بومی، ملی (فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و منابع انسانی) آنها طراحی و تدوین می‌شود و اساساً امکان پذیر نیست که یک الگوی مدیریتی را به صورت کامل از یک فرهنگ و کشوری خاص به صورت تقلیدی در یک فرهنگ و کشور دیگر استفاده نمود (تنهایی و همکاران، ۱۳۹۵). در سالهای اخیر یکی از مشکلات اساسی جامعه ایران، عقب‌ماندگی روستاها و مهاجرت روستاییان به نواحی شهری که عامل اصلی آن مسائل اقتصادی، به خصوص دسترسی به اشتغال بوده است که مشکلات بسیار زیادی مانند حاشیه نشینی، کاهش کیفیت زندگی، کمبود اشتغال، افزایش جرم و جنایت در شهرها به همراه داشته است. از سوی دیگر، کاهش رشد بخش کشاورزی در نواحی روستایی و نیز کاهش شاغلان (رضوانی، ۱۳۸۳) این واقعیت را نشان می‌دهد که در آینده، توسعه کشاورزی نمی‌تواند رشد اقتصادی را در روستاهای تضمین کرده و فقر را ریشه کن سازد (نجفی‌کانی و همکاران، ۱۳۹۴) و توجه به سایر بخشها نیز در کنار بخش کشاورزی ضروری به نظر می‌رسد (قاسمی سیانی، ۱۳۸۸). مطالعات نشان داده نواحی روستایی ایران در زمینه اشتغال با مشکلات عدیده ای روبرو بوده و از دیدگاه بسیاری از محققان، کمبود فرصت‌های کارآفرینی یکی از مهمترین موانع دستیابی به توسعه پایدار در این نواحی به شمار می‌رود (قدیری و همکاران، ۱۳۹۳). روستاها از گذشته به عنوان اجتماعات پایه، نقش اساسی در شکوفایی جوامع و تمدن‌ها داشته‌اند و با توجه به نقش‌های متعددی که در سالهای مختلف پس از انقلاب با حرکت‌های جهادی در قالب جهادهای سازندگی شد در فرایند توسعه ملی، به ویژه در زمینه تأمین غذایی اهمیت و ضرورت زیادی پیدا نمودند (حسینی، ۱۳۹۰). عدم تبیین صحیح نقش و جایگاه روستاها و مدیریت بهینه تحرکات جهادی در آن در فرایند توسعه اقتصادی، اجتماعی و سیاسی در مقیاس محلی، منطقه ای، ملی و بین المللی و پیامدهای توسعه نیافتگی این مناطق، همچون فقر گسترده، نابرابری فزاینده، رشد سریع جمعیت، بیکاری، مهاجرت و حاشیه نشینی شهری، موجب توجه به توسعه روستایی و حتی تقدم آن بر توسعه شهری شده است (مقیم، ۱۳۸۳).

عوامل اجتماعی و فرهنگی، از ابعاد فراموش شده کارآفرینی‌اند که تا به امروز ناشی از نگاه تک بعدی به کارآفرینی بوده است؛ زیرا فردی که به خلق ایده‌های نو می‌پردازد دارای زمینه‌های اجتماعی است که می‌تواند در دستیابی به موفقیت در فعالیت کارآفرینانه به روستاییان یاری رساند (قهرمانزاده و همکاران، ۱۳۹۸). پژوهش‌های مختلف نیز نشان داده است که از جمله مهمترین اهداف توسعه اقتصادی، چه در شهر و چه در روستا، ایجاد اشتغال و مهمترین ساز و کار آن، کارآفرینی است. کارآفرینی باعث کاهش بیکاری و افزایش بهره‌وری افراد و منابع و در نتیجه، افزایش درآمد مردم جامعه می‌شود و هرچند تنها راهکار اشتغال‌زایی و افزایش درآمد برای مردم روستایی نیست؛ اما قطعاً بهترین و بهره‌ورترین نوع آن است (قمبرعلی و زرافشانی، ۱۳۸۷). کارآفرینی روستایی، راهکاری جدید در نظریه‌های توسعه برای توانمندسازی و ظرفیت‌سازی در مناطق روستایی در جهت کاهش شکاف شهر- روستا و ایجاد فرصت‌های برابر اقتصادی، اجتماعی، نهادی و ... می‌باشد و ابزاری مهم برای رسیدن به توسعه پایدار است (فراهانی و حاجی حسینی، ۱۳۹۲).

بر این اساس، یکی از عوامل مؤثر در توسعه روستایی، کارآفرینی است؛ زیرا کارآفرینی می‌تواند با خلق فرصت‌های اشتغال و درآمد، نقش مؤثری در بهبود وضع اقتصادی و معیشتی روستاها داشته باشد؛ به همین دلیل، سنجش میزان کارآفرینی روستاییان و تلاش برای توسعه و تقویت کارآفرینی در فرایند توسعه روستایی از طریق فراهم کردن زمینه‌های اولیه آن از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است (طوسی و همکاران، ۱۳۹۳؛ قهرمانزاده و همکاران، ۱۳۹۸). در همین راستا پیش‌نیازهای توسعه کارآفرینی در روستاها را می‌توان به توسعه فرهنگ کارآفرینی، آموزش کارآفرینی و توسعه زیرساخت‌های کارآفرینی بخش‌بندی کرد. همین‌طور، استراتژی‌های اساسی توسعه کارآفرینی روستایی شامل: جذب کسب و کارها از مناطق دیگر، حفظ و توسعه‌ی کسب و کارهای موجود از طریق سیاست‌های حمایتی و حمایت از ایجاد کسب و کارهای جدید از دل مناطق روستایی می‌باشد (وکیل‌الرعا، ۱۳۹۸).

با وجود مفاهیم و ضرورت‌های ذکر شده در خصوص توسعه کارآفرینی در کشور و پژوهش‌های صورت گرفته، مدیریت جهادی در مقوله کارآفرینی علی‌الخصوص در بستر روستاها از اهمیت بسزایی در جهت توسعه کارآفرینی برخوردار است. زیرا ارتقا کارآفرینی

در مناطق توسعه نیافته همچون روستاها، صرفاً با دیدگاه‌های انتفاعی و کوتاه مدت اثرگذار نبوده و به نظر تلاش برگرفته از انگیزه‌های درونی و نگرش‌های معنوی در این امر می‌تواند بسیار موثر باشد که در این خصوص مبحثی همچون مدیریت جهادی را می‌توان از بارزترین رویکردها در این خصوص دانست. مدیریت جهادی، همان مدیریت اسلامی به شکل کاربردی و نوین است که مطابق با استانداردها و معیارهای به روز است (قربانی زاده و همکاران، ۱۳۹۴). با تشکیل نهادهایی همچون جهاد سازندگی، بنیان سبکی از مدیریت گذارده شد که مبنای آن را نظام ارزشی اسلامی تشکیل می‌دهد. این نوع از مدیریت باعث شد تا روشهای عملی مدیران، بار ارزشی گرفته، درک ضروریات و نیازهای جامعه توأم با روح معنوی، دینی و شعور انقلابی مورد نظر و عمل مدیران قرار گیرد (آرمند و ذبیحی طاری، ۱۳۸۸). بنا به تعبیر مقام معظم رهبری «اگر مدیریت جهادی یا همان کار و تلاش با نیت الهی و مبتنی بر علم و درایت حاکم باشد، مشکلات کشور در شرایط کنونی فشارهای خبیثت‌آمیزِ قدرتهای جهانی، قابل حل است و کشور حرکت رو به جلو را ادامه خواهد داد.» (حضرت آیت الله خامنه‌ای، ۱۳۹۲). این فرهنگ و مدیریت جدید، همراه خود شور، نشاط، خودباوری و عشق خدمت به مردم را در جامعه متبلور می‌سازد (الماسی، ۱۳۸۶). بزعم مطالعه بدری و همکاران (۱۳۹۸) ضعف بنیان‌های اندیشه‌ای و نظری سیاست‌گذاری روستایی در ایران و عدم یکپارچگی سیاست‌های تدوین شده از منظر نهادی و سرزمینی و نبود انسجام و هماهنگی در فرایند تدوین و اجرای برنامه‌های توسعه روستایی، از جمله چالش‌هایی است که ضرورت بازنگری در سیاست‌گذاری توسعه روستایی را در وضعیت کنونی نشان می‌دهد. با وجود تحولات حاصل از گذار پارادایمی و تجربه مدیریت مجاهدانه و مشارکتی در حال حاضر شواهد حاکی از غلبه مدیریت سنتی در نظام سیاست‌گذاری و مدیریت توسعه روستایی کشور در سطح کلان محلی می‌باشد.

۲. اهداف و سؤالات پژوهش

با توجه به مطالب ذکر شده فوق، هدف از این پژوهش معرفی مدیریت جهادی به عنوان مولفه‌ای تأثیرگذار بر توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی و بیابانی استان سمنان است. بعلاوه، این مطالعه به دنبال پاسخ به سؤال زیر است؛

طراحی مدل توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی مبتنی بر مدیریت جهادی

- شاخص‌ها، مؤلفه‌ها و ابعاد کلیدی اثرگذار بر توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی و بیابانی مبتنی بر مدیریت جهادی کدامند؟
و در نهایت، مطالعه حاضر تلاش نموده تا با تحقیقی موردی و میدانی در تعامل با صاحب‌نظران منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای، الگویی راهبردی و بومی برگرفته از مقتضیات منطقه را در خصوص کنش و واکنش عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی روستایی در پرتو مدیریت جهادی ارائه نماید.

۳. چهارچوب مفهومی

در این مقوله به ادبیات موضوع بالاخص با تمرکز به سه مفهوم کارآفرینی، کارآفرینی روستایی و مدیریت جهادی پرداخته شده است.
کارآفرینی: کارآفرینی مبتنی بر تجربه بمنظور بهره‌برداری از فرصت‌های شناسایی شده در جهت تصمیم‌گیری آگاهانه و از منابع مهم و پایان‌ناپذیر جوامع بشری است که با توان و خلاقیت انسان‌ها در ارتباط است (کایش و گیلا، ۱۹۹۱). اقتصاددانان آن را مهمترین عامل توسعه اقتصادی روستاها و سیاستمداران، آن را راهبردی کلیدی برای جلوگیری از اغتشاش و ناآرامی در روستاها می‌دانند. کشاورزان و روستاییان نیز آن را ابزاری برای بهبود درآمد خویش و زنان، آن را امکانی برای اشتغال در مجاورت محل سکونت خود به شمار می‌آورند که می‌تواند خودکفایی، استقلال و کاهش نیازهای اجتماعی آنان را در پی داشته باشد (لوخانن، ۲۰۰۳).
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 (نجفی کانی و همکاران، ۱۳۹۴). عوامل محیطی به صورت زیرساخت‌های محیطی، درجه آشفتنگی محیطی و تجربیات محیطی و شخصی افراد جامعه در کارآفرینی نقش دارند (رضوانی و نجارزاده، ۱۳۸۷).

کارآفرینی روستایی: کارآفرینی در نواحی بیابانی و روستایی، ارائه روشی جدید در فرایند تولیدی، گشایش بازاری تازه، یافتن منابع جدید و ایجاد هرگونه تشکیلات در صنعت، کشاورزی و خدمات در نواحی بیابانی می‌باشد. کارآفرینی روستایی می‌تواند در زمینه‌های گوناگون مانند تجارت، صنایع تبدیلی و کشاورزی صورت پذیرد که همه این زمینه‌ها می‌توانند به توسعه اقتصادی نیز کمک کنند (وکیل الرعایا و اقوامی، ۱۳۹۲). از دید مدیریت جهادی نیز کارآفرینی تلاش مبتنی بر مؤلفه‌های ارزشی با حداکثر توان جسمی، مادی و تخصصی برای کسب منافع حلال در جامعه می‌باشد که محیط کاری پویا، شاداب و خدایسندانه ایجاد می‌کند. بعبارتی، کارآفرینی در مناطق بیابانی فرایندی است که در طی آن فرد کارآفرین در نواحی منزوی و بیابانی با ایده‌های نو، خلاق و شناسایی فرصت‌های جدید این مناطق با بسیج منابع، به ایجاد کسب و شرکت‌های نو، سازمان‌های جدید و نوآور رشدیابنده مبادرت می‌ورزد (هدایت‌نژاد، ۱۳۹۲: ۳۱). سه استراتژی اساسی برای توسعه کارآفرینی بیابانی و روستایی وجود دارد: یکی جذب کسب و کارها از دیگر مناطق (به‌خصوص مناطق شهری) به روستاها که در مجموع و از نگاه ملی چندان مفید نیست. دوم حفظ و توسعه کسب و کارهای موجود از طریق سیاست‌های حمایتی که عموماً سیاست‌گذاران و مدیران کشور به آن توجهی نمی‌کنند. سوم حمایت از ایجاد و تولد کسب و کارهای جدید از دل خود مناطق روستایی، که معمولاً مدنظر می‌باشد اما نیازمند برنامه‌ریزی منسجم و بلندمدت است (مرشدی‌زاد، ۱۳۹۳: ۳۳). پترین و گنون (۱۹۹۷) و لویتاس (۲۰۰۰) در دو پژوهش جداگانه، بیان کرده‌اند که کارآفرینی روستایی اساساً با کارآفرینی شهری تفاوتی ندارد؛ جز اینکه باید آن را در فضای روستا تصور کرد. به عقیده کولاوزک (۱۹۹۹)، مفهوم کارآفرینی روستایی تنها به کشاورزی و فعالیت‌های مرتبط، مانند صنایع غذایی محدود نمی‌شود؛ بلکه توسعه صنعتی را نیز پوشش می‌دهد. این مفهوم تنها به روستاها محدود نمی‌شود و شهرهای کوچک و نواحی مجاور را نیز دربرمی‌گیرد.

داس (۲۰۱۴) نقش کارآفرینی روستایی در توسعه اقتصادی را در عواملی مانند توسعه متوازن منطقه‌ای، اشتغال عمومی، بهبود استانداردهای زندگی، افزایش درآمد سرانه، خوداتکایی ملی و توزیع متناسب قدرت اقتصادی برشمرده و معتقد است که کارآفرینی روستایی، این مزایا

و منافع مهم را دربردارد: فراهم‌آوری فرصت‌های شغلی، جلوگیری از مهاجرت روستاییان، رشد متوازن منطقه‌ای، ارتقای فعالیت‌های هنری، جلوگیری از آسیب‌های اجتماعی و هوشیارسازی جوانان.

مدیریت جهادی تلاش بی‌وقفه در به‌کارگیری مؤثر و کنترل فعالیت‌های افراد، مبتنی بر مبارزه در تمام عرصه‌های علمی، فرهنگی، سیاسی، اقتصادی و... با نیت الهی، جهت نیل به اهداف والای جامعه و رفع موانع موجود، «مدیریت جهادی» نام دارد. مدیریت جهادی مدیریتی است با عشق و ایمان به خدا، خستگی‌ناپذیر، با گام‌های بلند و دارای شتاب مدبرانه که با بصیرت و دشمن‌شناسی، از موانع پیش رو یکی پس از دیگری می‌گذرد و به‌سوی ایجاد تمدن اسلامی به‌پیش می‌رود (خان‌احمدی و خیبری، ۱۳۹۴). در این نوع مدیریت تاکید بر عقلانیت مکتبی به معنای بهره‌مندی از جدیدترین و به‌روزترین روش‌های مدیریت اما با جهت‌گیری ارزشی و انقلابی از دیگر مؤلفه‌های الگوی مدیریت جهادی است. از سوی دیگر توجه به مدیریت داوطلبانه و بی‌منت، تحول‌آفرین، پویا و انعطاف‌پذیر از دیگر مؤلفه‌هایی هستند که در بحث مدیریت جهادی از اهمیت بسزایی برخوردار می‌باشند. این نوع از مدیریت باعث شد تا روشهای عملی مدیران، بار ارزشی گرفته، درک ضروریات و نیازهای جامعه توأم با روح معنوی، دینی و شعور انقلابی مورد نظر و عمل مدیران قرار گیرد (آرمند و ذبیحی طاری، ۱۳۸۸).

۴. پیشینه پژوهش

در حوزه موضوعی مدیریت جهادی نیز پژوهشگران و اساتید رشته مدیریت در سال‌های اخیر تلاش کرده‌اند تا با پژوهش‌های علمی در قالب کتاب، مقاله، پایان‌نامه و ... مدیریت جهادی را تبیین کنند. این تلاش‌ها با برگزاری سلسله همایش‌های ملی فرهنگ و مدیریت جهادی توسط وزارت جهاد کشاورزی به‌ویژه در سال‌های ۱۳۸۶ و ۱۳۸۸ و نیز همایش علمی مدیریت جهادی در سال ۱۳۹۱ شروع شده است. در این سه مجموعه ۱۴۷ مقاله منتشر شده که به‌طور غالب در ۲ دسته زیر قابل تقسیم و تحلیل‌اند:

۱- شماری از مقاله‌ها به تحلیل فرهنگ و مدیریت جهادی و تبیین ابعاد و مؤلفه‌های آن پرداخته و با استفاده از مبانی دینی و قرآنی یا براساس سابقه فعالیت‌های جهادی یا انجام مطالعه تطبیقی و تکمیلی در حوزه دانش مدیریت و سازمان، آنها را تشریح کرده‌اند.

۲- محور اصلی برخی دیگر از مقاله‌ها، به آسیب‌شناسی و ارزیابی آثار فرهنگ و مدیریت جهادی اختصاص پیدا کرده و به‌طورکلی با تأکید بر عملکرد جهاد سازندگی به نقد و بررسی آن دوران پرداخته است.

با نام‌گذاری سال ۱۳۹۳ به نام «اقتصاد و فرهنگ با عزم ملی و مدیریت جهادی» تلاش‌های دیگری در این زمینه انجام شده است که از جمله آنها می‌توان به برگزاری همایش‌های مدیریت جهادی در سال‌های ۱۳۹۳ و ۱۳۹۵ توسط شهرداری تهران و همایش مدیریت دانش با رویکرد جهادی در سال ۱۳۹۳ توسط دانشگاه امام علی (علیه‌السلام) اشاره کرد که در مجموع منجر به تألیف ۲۵۸ مقاله شد. با بررسی‌های صورت گرفته تاکنون ۶۱ عنوان کتاب در حوزه مدیریت جهادی نگارش یافته‌اند که از این تعداد ۱۳ جلد به تبیین شعار اقتصاد و فرهنگ با عزم ملی و مدیریت جهادی، ۸ عنوان به تبیین مفهوم فرماندهی، مدیریت و زندگی جهادی از نگاه قرآن کریم، امام خمینی (رحمه‌الله‌علیه) و مقام معظم رهبری (مدظله)، ۹ جلد مجموعه مقالات همایش‌های جهادی، ۴ جلد تجربه‌نگاری مدیریت جهادی در جهاد سازندگی، ۱۵ جلد تبیین ابعاد و مؤلفه‌های فرهنگ و مدیریت جهادی و مابقی کتاب‌ها به بررسی تئوری‌های مشابه در کشورهای دیگر و کاربرد مدیریت جهادی در عرصه‌های کارآفرینی، سلامت دفاع مقدس، امنیت و صنعت نفت پرداخته است. برخی از مطالعات یافت شده مرتبط با زمینه تحقیق در جدول شماره ۱ آورده شده است.

با توجه به پیشینه تحقیق و مطالعه مقالات در زمینه موضوع روستا و مدیریت جهادی، بیشترین موارد به تحلیل فرهنگ و مدیریت جهادی و تبیین ابعاد و مؤلفه‌های آن پرداخته و با استفاده از مبانی دینی و قرآنی یا براساس سابقه فعالیت‌های جهادی یا انجام مطالعه تطبیقی و تکمیلی در حوزه دانش مدیریت و سازمان، آنها را تشریح کرده‌اند. محور اصلی برخی دیگر از مقاله‌ها، به آسیب‌شناسی و ارزیابی آثار فرهنگ و مدیریت جهادی اختصاص پیدا کرده و

به‌طورکلی با تأکید بر عملکرد جهادسازندگی به نقد و بررسی آن دوران پرداخته است. ولی در رابطه با توسعه کارآفرینی در مناطق روستائی مبتنی بر مدیریت جهادی محقق کار چندانی نیافت.

جدول ۱. مطالعات انجام شده در زمینه کارآفرینی روستایی و مقوله مدیریت جهادی

نویسنده	موضوع	نتیجه
ورمزیاری و همکاران (۱۳۹۹)	سیاستگذاری توسعه روستایی مبتنی بر سبک مدیریت جهادی	مولفه‌ها و ویژگی‌های مدیریت جهادی در قالب پنج بعد «ارزش‌ها و مبانی فکری و فلسفی سازمان»، «ساختار و فرهنگ سازمانی»، «ارزش‌های نگرشی کارکنان»، «ارزش‌های رفتاری کارکنان» و «مأموریت و چشم‌انداز سازمان»، دسته‌بندی شدند.
ثنایی پور (۱۳۹۸)	توسعه کارآفرینی در چارچوب گفتمان اقتصاد مقاومتی: رویکردی فراترکیب	حاصل تحقیق الگویی مشتمل بر پنج بُعد «توسعه‌ی هنجارهای فرهنگی-اجتماعی کارآفرینی ارزش‌مدار»، «بهبود فضای راه‌اندازی کسب‌وکار»، «حمایت‌های مالی برای راه‌اندازی کسب‌وکار»، «حمایت‌های قانونی برای راه‌اندازی کسب‌وکار» و «توانمندسازی کارآفرینان نوآور در ایجاد و تجاری سازی دانش» است.
قهرمانزاده و همکاران (۱۳۹۸)	توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی	این مطالعه بیان می‌دارد که، مهمترین گام‌های توسعه کارآفرینی روستایی شامل، اقتصاد مقاومتی، آموزش به روستاییان، استفاده از دانش نوین در عرصه مدیریت، استفاده از افراد خبره برای مدیریت و برنامه‌ریزی، بررسی موانع اقتصادی، اجتماعی و محیط زیست
حامی و همکاران (۱۳۹۸)	تبیین مدل کارآفرینی روستایی مبتنی بر مدیریت جهادی	یافته‌های این مطالعه بیانگر آنست که کارآفرینی جهادی شامل سه مؤلفه روحیه جهادی، انگیزه جهادی و حرکت جهادی در کارآفرینی روستائی می‌باشد
افتخاری و همکاران (۱۳۹۷)	مؤلفه‌های مدیریت جهادی در بیانات امام خامنه‌ای	مفهوم مدیریت جهادی را با ۳ زیرمؤلفه؛ الزامات مدیریت جهادی با ۱۰ زیرمؤلفه؛ ویژگی‌های مدیریت جهادی با ۶ زیرمؤلفه؛ دستاوردهای مدیریت جهادی با ۱۳ زیرمؤلفه تشریح داده‌اند
شکوری (۱۳۸۶)	بررسی نقش جهاد سازندگی در توسعه روستایی	مدیریت جهادی و بالخصوص جهاد سازندگی موجب توسعه هدفمند و بهره‌ور در روستاها می‌گردد

ادامه جدول ۱. مطالعات انجام شده در زمینه کارآفرینی روستایی و مقوله مدیریت جهادی

نویسنده	موضوع	نتیجه
استعلاجی (۱۳۹۱)	بررسی الگوی مدیریت روستایی در ایران با تاکید بر مدیریت محلی و مشارکتی دهیاری‌ها	ایجاد مدل نهایی مدیریت و توسعه روستایی با مشارکت جهادی مقیمان و دست اندرکاران روستا
خسروی پور و اسدی (۱۳۹۸)	نقش سازمان‌های مردم نهاد در توسعه پایدار روستایی	سازماندهی و بکارگیری مدیریت شده و جهادی ساکنین هر روستا رابطه مستقیمی با سرعت و کیفیت توسعه ماندگار و پایدار روستاها دارد
وکیل الرعایا و غریب (۱۳۹۷)	مدیریت جهادی: نقش و اثر عوامل پیش‌ران و پس‌ران توسعه کارآفرینی در مناطق بیابانی و روستایی	نتایج تحقیق نشان داد که رابطه بین عوامل جغرافیایی با ۳۶,۱ درصد اثر، و رابطه بین عوامل علمی-فناوری ۲۷,۲ درصد اثر، بر توسعه کارآفرینی در مناطق بیابانی معنادار شده اند. همچنین عوامل اجتماعی-فرهنگی و عوامل اقتصادی دارای اثرگذاری کمتر از ۵ درصد بر توسعه کارآفرینی بوده و روابط آنها با کارآفرینی در نواحی مورد مطالعه تحقیق نیز معنادار نشد.
فراهانی و همکاران (۱۳۹۳)	عوامل اثرگذار بر رشد کارآفرینی در نواحی روستایی (مورد مطالعه: دهستان جابر انصار در شهرستان آبدانان)	عوامل زیرساختی و اجتماعی، اثرگذارترین عوامل در ایجاد کارآفرینی و اشتغال در محدوده مورد مطالعه هستند.
رضوانی و نجارزاده (۱۳۸۷)	بررسی و تحلیل زمینه‌های کارآفرینی روستاییان در فرایند توسعه نواحی روستایی (مطالعه موردی: دهستان برآن جنوبی استان اصفهان)	آموزش کارآفرینی و آماده‌سازی محیط اجتماعی و اقتصادی روستاها متخصص و ماهر به نواحی روستایی، برای جذب نیروی انسانی جوان و فعالیتهای کشاورزی می‌تواند به عنوان راهکار اصلی در ایجاد و تقویت کارآفرینی این نواحی در راستای توسعه پایدار بسیار مؤثر باشد.
فراهانی و همکاران (۱۳۹۰)	نقش کارآفرینی در توسعه پایدار روستایی	از راهکارهای مهم توسعه و توسعه پایدار روستایی، ایجاد اشتغال و مهمترین ابزار آن، کارآفرینی است که باعث افزایش بهره‌وری افراد و افزایش درآمد مردم می‌شود

طراحی مدل توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی مبتنی بر مدیریت جهادی

ادامه جدول ۱. مطالعات انجام شده در زمینه کارآفرینی روستایی و مقوله مدیریت جهادی

نویسنده	موضوع	نتیجه
فرجی سبکبار و همکاران (۱۳۹۰)	اولویت‌بندی توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی با استفاده از تکنیک پرومتری (مطالعه موردی: دهستان حومه بخش مرکزی استان خدابنده استان زنجان)	راهکاری جدید در نظریه‌های توسعه، برای کارآفرینی روستایی توانمندسازی و ظرفیت‌سازی در مناطق روستایی با هدف کاهش شکاف بین شهر و روستاست.
رکن‌الدین افتخاری و همکاران (۱۳۸۸)	راهبردهای توسعه کارآفرینی کشاورزی در مناطق روستایی مطالعه موردی روستاهای شهرستان خدابنده	توانمندی‌ها و ظرفیت‌ها بالای منطقه، آستانه نوآوری و خلاقیت در بخش کشاورزی مناطق روستایی نیازمند بازنگری و ارائه سیاست‌های مناسب برای رفع محدودیت‌ها می‌باشد
علیدوست و همکاران (۱۳۹۱)	اولویت‌بندی موانع توسعه کارآفرینی زنان روستایی شهرستان گرمسار	موانع اقتصادی و آموزشی به ترتیب مهم‌ترین موانع در مسیر توسعه کارآفرینی این قشر از جامعه می‌باشد
قائد علی وعاشوری (۱۳۹۳)	فرهنگ سازمانی حاصل از مدیریت جهادی	این تحقیق نشان می‌دهد که فرهنگ جهادی یک نوع فرهنگ سازمانی است که در آن، کار عبادت محسوب می‌شود. عناصر این فرهنگ عبارتند از: ایمان، معنویت، آرمانگرایی و داشتن اهداف بلند و مقدس؛ زیر پا نهادن فرهنگ مادی و مادی-گرایی و در نتیجه خدمت به مردم، جو و تحرک ذاتی، اخلاص، ایثار، تعاون، تعهد، سادگی، پرهیز از اسراف، مشورت، مشارکت، سخت‌کوشی، حضور در مناطق محروم، جسارت، خطرپذیری و..
علیرضا زواره (۱۳۸۶)	آسیب‌شناسی و ارزیابی فرهنگ و مدیریت جهادی	در شرایط کنونی کشور بکارگیری فرهنگ و مدیریت جهادی ضرورت دارد و فرهنگ و مدیریت جهادی برای همه فعالیت‌های سازمانی مناسب است

ادامه جدول ۱. مطالعات انجام شده در زمینه کارآفرینی روستایی و مقوله مدیریت جهادی

نویسنده	موضوع	نتیجه
نگلر و نوادا (۲۰۱۶)	کارآفرینی غیرکشاورزی در روستاهای جنوب صحرای آفریقا: شواهد جدید تجربی	این مطالعه در ۶ کشور آفریقایی و کسب و کارهای غیر کشاورزی روستایی مبتنی بر بهره‌وری نیروی کار، بقا و خروج با استفاده از شاخص‌های استاندارد زندگی بانک جهانی انجام پذیرفت. مطالعات نشان داد که در روستاها کسب و کارهای اقتصادی خانگی کم هزینه، مانند فروش و تجارت، نسبت به فعالیتهایی که نیاز به هزینه‌های بالاتر دارند، همانند حمل و نقل یا سرمایه‌گذاری آموزشی بیشتر رونق دارد. بعلاوه نتایج بیانگر آنست که خدمات حرفه‌ای، بهره‌وری نیروی کار متفاوت است: بنگاه‌های اقتصادی روستایی در مقایسه با بنگاه‌های اقتصادی شهری و از بازده نیروی کار پایین‌تری برخوردارند. بعلاوه کسب و کارهای روستایی عمدتاً به دلیل عدم سودآوری یا امور مالی و به دلیل شوک‌های اقتصادی از بازار خارج می‌شوند.

۵. روش پژوهش

با بررسی مقالات و نظریات صاحب‌نظران مشخص شد که بیشتر روش‌های آماری مورد استفاده روش‌های کمی بوده و کمتر از روش‌های کیفی خصوصاً گرند تئوری استفاده شده است. در این مطالعه از روش کیفی داده بنیاد استفاده شده است. لذا، این پژوهش دارای "رویکرد کیفی" است و از روش نظریه داده بنیاد به عنوان روش پژوهش استفاده می‌شود. روش گراند تئوری^۱ یا "نظریه داده بنیاد"^۲، شیوه پژوهش کیفی است که به وسیله آن با استفاده از یک دسته داده‌ها، نظریه‌ای تکوین می‌یابد، به طوری که این نظریه در سطح وسیع، فرایند، عمل یا تعامل را تبیین می‌کند (بازرگان، ۱۳۸۸). در واقع در این روش، الگو به طور مستقیم از درون داده‌ها استخراج می‌شود و از بررسی ادبیات آشکار نمی‌شود؛ به عبارت دیگر چون این راهبرد نوعی پژوهش کیفی است، مسئله پژوهش دقیقاً در قالب متغیرهای

^۱ Grounded Theory Approach

^۲ Grounded theory

مستقل و وابسته بیان نمی‌شود؛ بلکه فقط سؤال یا سؤالات اصلی پژوهش مطرح می‌شود. محورهای کلیدی در این راهبرد مبتنی بر توالی، شناسه‌ها، مفاهیم و مقوله‌ها، اعم از فرعی و اصلی است (دانایی فرد، ۱۳۸۴).

۶. جامعه آماری

استان سمنان یکی از پهناورترین استان‌های کشور ایران است. مساحت این استان برابر با ۹۷۴۹۱ کیلومتر مربع که ۵/۹ درصد مساحت کل کشور را شامل می‌شود. این استان از نظر مساحت هفتمین استان ایران بوده و با جمعیتی بالغ بر ۷۲۰۰۰۰ نفر، رتبه ۳۰ از جمعیت کشور را دارا است. از این تعداد ۷۹ درصد در مناطق شهری و ۲۱ درصد در مناطق روستایی ساکن هستند. در طی سالیان گذشته میزان شهرنشینی در این استان رو به افزایش بوده و به همین نسبت مناطق روستایی خالی از سکنه شده است. اما میزان وسعت و پراکندگی جمعیت بین مناطق روستایی و شهری می‌تواند زمینه مساعدی برای کارآفرینی روستایی بوجود آورد، زیرا مردم بسیاری در این استان طی سالهای اخیر به سمت شهرنشینی روی آورده‌اند اما تعلقات محیطی آنها می‌تواند آنان را دوباره به سمت روستا و کارآفرینی روستایی متمایل نماید. از مهمترین دلایل این مهاجرت می‌توان به افزایش اشتغال افراد در واحدهای صنعتی و خدماتی اشاره کرد (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵). با عنایت به کاهش جمعیت روستایی و افزایش اشتغال روستاییان استان سمنان در واحدهای صنعتی شهری از جمله چالش‌های اصلی در توسعه روستایی استان سمنان می‌باشد؛ که از منظر اهمیت و ضرورت توسعه روستایی می‌توان بیان کرد که در فرایندهای توسعه اقتصادی، اجتماعی و سیاسی در مقیاس محلی، منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی، پیامدهای توسعه‌نیافتگی مناطق روستایی چون فقر گسترده، نابرابری فزاینده، رشد سریع جمعیت، بیکاری، مهاجرت، حاشیه‌نشینی شهری و غیره موجب توجه به توسعه روستایی و حتی تقدم آن بر توسعه شهری گردیده است.

این پژوهش با توجه به قلمرو موضوعی آن شامل نخبگان و کارآفرینان سرشناس استان سمنان و برخی از اساتید کارآفرینی روستایی هستند که از طریق روش نمونه‌گیری نظری (از روش‌های نمونه‌گیری هدفمند^۱) انتخاب شدند (جدول شماره ۲).

در نمونه‌گیری هدفمند، که در پژوهش کیفی به کار می‌رود (گال و همکاران، ۱۳۹۸) هدف پژوهشگر انتخاب مواردی است که با توجه به هدف پژوهش، سرشار از اطلاعات باشد و پژوهشگر را در شکل‌دادن الگوی نظری خود یاری دهد و اینکار تا جایی ادامه می‌یابد که طبقه‌بندی مربوط به داده‌ها و اطلاعات اشباع و نظریه مورد نظر با تمام جزئیات و با دقت تشریح شود (کراسول، ۲۰۰۷). در این پژوهش اطلاعات به روش مصاحبه ژرف نگر به صورت هدایت کلیات^۲ و نیمه ساختار یافته^۳ گردآوری شده است و مصاحبه شونده‌گان تعداد ۱۲ نفر بوده و زمان انجام مصاحبه‌ها از ۴۵ دقیقه تا دو ساعت بود که از مصاحبه دهم به بعد اطلاعات جدیدی دریافت نشد اما برای اطمینان تا مصاحبه دوازدهم ادامه یافت تا اشباع نظری محرز شود. ویژگی دموگرافیک مصاحبه شونده‌گان در جدول ذیل آمده است.

جدول ۲. مشخصه دموگرافیک مصاحبه شونده‌گان

شناسه	جایگاه شغلی	سن	تحصیلات	سابقه
P1	کارشناس ارشد جهاد کشاورزی	۵۷	کارشناس ارشد	۲۵
P2	استاد دانشکده کارآفرینی	۳۸	دکتری تخصصی	۱۶
P3	استاد دانشکده کارآفرینی	۴۲	دکتری تخصصی	۱۸
P4	مشاور کارآفرینی روستایی	۴۹	کارشناس ارشد	۲۲
P5	کارآفرین نمونه استان	۳۵	کارشناسی	۱۷
P6	کارآفرین نمونه استان	۳۳	کارشناس ارشد	۱۵
P7	کارآفرین نمونه استان	۳۹	کارشناسی	۲۱
P8	کارآفرین نمونه استان	۶۱	دکتری تخصصی	۳۹

¹ Purposeful Sampling

² The General Interview Guide Approach

³ Semi Structured Interview

۳۴	دکتری تخصصی	۵۵	کارآفرین نمونه استان	P9
۱۹	کارشناس ارشد	۳۹	کارشناس پژوهشگاه توسعه روستایی	P10
۱۹	دکتری تخصصی	۴۴	مشاور ایجاد کسب و کار	P11
۲۳	کارشناس	۴۷	کارشناس شهرک‌های صنعتی	P12

به منظور افزایش روایی، از ارزیابی درونی (مراجعه به مصاحبه‌شوندگان برای تأیید نتایج) و ارزیابی بیرونی (کدگذاری توسط استادان کارآفرینی) استفاده شد. برای دستیابی به پایایی نیز در تمام مراحل انجام تحقیق، محققان تلاش کردند دقت لازم را مبذول دارند و ضمن مستندسازی جزئیات تحقیق، از هرگونه سوگیری اجتناب ورزند.

۷. یافته‌های پژوهش

با استفاده از کدگذاری باز^۱ و محوری^۲، داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها، مشاهده‌ها و بررسی اسناد، مدارک و هر آنچه در مراحل جمع‌آوری داده‌ها به دست آمده بود، بررسی و تحلیل شدند. فرایند کدگذاری پس از انجام مصاحبه‌ها انجام گرفت و طی این مراحل مفاهیم و مقوله‌های اصلی و فرعی شناسایی شدند. در مرحله کدگذاری گزینشی^۳، پالایش و یکپارچه‌سازی مقوله‌ها و ارائه آنها با توجه به ویژگی‌ها و ابعاد مقوله‌های شناسایی شده، در قالب الگوی نهائی پژوهش انجام شد.

کدگذاری باز: روش کدگذاری باز در پژوهش حاضر، روش تحلیل سطر به سطر است. برای انجام این روش، داده‌های به دست آمده از هر مصاحبه تحلیل شدند و مفاهیم مرتبط با پژوهش مشخص شده و در دسته‌های کلی‌تری با عنوان مقوله‌ها قرار گرفتند. سپس برای پروراندن مقوله‌های به دست آمده که شامل کشف ابعاد، ویژگی مقوله‌ها و رسیدن به یکنواختی میان پاسخ‌هاست، نمونه‌های بعدی انتخاب شدند. مقوله‌های شناسایی شده در مرحله کدگذاری باز، بار

¹ Open Coding

² Axial Coding

³ Selecting Coding

دیگر در قالب کدگذاری محوری دسته‌بندی شدند. به طور کلی پس از تحلیل مصاحبه‌ها، ۶۰ مفهوم از تحلیل گزاره‌های موجود استخراج شد که در قالب کدگذاری محوری دسته‌بندی شدند. **کدگذاری محوری:** پس از کدگذاری باز داده‌ها، مشخص شدن مقوله‌های فرعی، ویژگیها و ابعاد مقوله‌ها، نوبت به دسته‌بندی مقوله‌ها در چارچوب الگوی کدگذاری محوری می‌رسد. مقوله‌های اصلی در شش دسته قرار گرفتند و "کارآفرینی جهادی" مقوله محوری نام گرفت که به گونه‌ای نماینده کل مقوله‌های شناسایی شده است. به طور کل، مصاحبه‌شوندگان به صورت مستقیم یا ضمنی، عواملی را بیان می‌کردند که سبب دستیابی به یک مدل توسعه کارآفرینی روستائی با رویکرد مدیریت جهادی می‌شود.

شرایط علی: طبق تعریف کوربین و استراس^۱ (۲۰۰۸) مقوله‌های علی به حوادث و اتفاقاتی اشاره می‌کنند که به وقوع و گسترش پدیده‌ای می‌انجامند. جدول ذیل کدگذاری محوری شرایط علی توسعه کارآفرینی روستائی با رویکرد مدیریت جهادی را نشان می‌دهد. **جدول ۳. کد گذاری شرایط علی توسعه الگوی کارآفرینی در مناطق روستائی با رویکرد جهادی**

مفاهیم	مقوله های فرعی	مقوله های اصلی
ایده های خلاقانه	خلاقیت	عوامل فردی
قوانین خلاقانه		
خلاقیت در استفاده از منابع روستا		
جذابیت نتایج	پذیرش ریسک	
جسارت جهادی		
درک منافع مهم		
علاقه به کارآفرینی در یک موضوع خاص	علاقتمندی	
احساس تعلق به محیط روستا و خانواده	تعلقات اجتماعی	
علاقه روستا به ثبات، آرامش و پیشرفت		
ارج و قرب کارآفرینان محلی نزد جامعه روستا		
تناسب با سنت‌های بومی منطقه		

¹ Corbin & Strauss

ادامه جدول ۳. کد گذاری شرایط علی توسعه الگوی کارآفرینی در مناطق روستایی با رویکرد جهادی

مفاهیم	مقوله های فرعی	مقوله های اصلی		
علاقه اجتماعات محلی به فعالیت های جدید	فرهنگ شورا و مشارکت			
ارتباطات و شبکه سازی روستائیان با یکدیگر				
حس مشارکت در سرمایه گذاری				
مشارکت و همکاری نهاد های اسلامی روستا				
زن یا مردسالاری در مشاغل روستا	فرهنگ کارآفرینی			
باور جوانان، زنان و زنان روستا				
ارتباط نزدیک با کارآفرینان موفق				
تشکیل جلسات حل مشکل با افراد موفق	انتقال تجربه کسب و کار			
شایسته سالاری در روستا				
کسب اطلاعات از طریق رسانه های ملی و بومی				
کسب اطلاعات از طریق اجتماعات محلی	اطلاعات به روز	دسترسی به اطلاعات		
ارتباطات سیار و اینترنت				
ارتباطات روستائی	منابع اطلاعاتی			
ارتباط با کارآفرینان موفق				
رسانه های محلی				
دسترسی به داده های اقتصادی و بازار کار				
سهولت در ایجاد کسب و کار در روستا	حمایت های محلی			
حمایت اجتماعات محلی در ترویج و بازاریابی				
ایجاد مراکز رشد کارآفرینی در روستا				
حمایت سرمایه گذاران محلی				
کلاسهای آموزشی مهارت های کارآفرینی روستایی	انتقال دانش و مهارت کارآفرینی روستایی	حمایتهای کارآفرینی		
آموزش فعالیت های گروهی				
دسترسی به منابع آموزشی				
آموزش کشف فرصتهای کارآفرینی روستایی	حمایت های مالی دولتی			
حمایت دولت و بالادستی ها بواسطه مدیریت جهادی				
وام های بدون بهره یا بدون بازگشت				
سهولت در دریافت خدمات مالی				
حمایت دولت از سرمایه گذاران غیر بومی در مناطق روستایی				
اهمیت افزایش کیفیت زندگی روستا		تلفیق اهداف مادی با اهداف معنوی		اهداف جهادی
اعتقاد به پاداش اخروی				

شرایط محوری: مقوله محوری مقوله‌ای است که همواره به مثابه هسته در داده‌ها ظاهر و همه مقولات اصلی دیگر به گونه‌ای به آن مرتبط می‌شود. نام این مقوله می‌تواند متناسب با موضوع مورد مطالعه انتخاب شود (کوربین و استراس، ۲۰۰۸). جدول شماره ۴ کدگذاری مقوله محوری را نشان می‌دهد.

جدول ۴. کدگذاری شرایط محوری توسعه الگوی کارآفرینی در مناطق روستایی با رویکرد جهادی

مفاهیم	مقوله های فرعی	مقوله های اصلی
نگرش مثبت، خود باوری، اعتماد بنفس، احساس تعهد	روحیه جهادی	کارآفرینی جهادی
اعتقاد به سخت‌کوشی بجای شانس		
روحیه جهادی در رهبری، مشاوره، مشارکت		
رضایت از درآمد مورد پیش بینی	انگیزه جهادی	
علاقه به کشور، روستا و خانواده		
مصمم به ایجاد تغییر در جامعه		
استفاده از امکانات موجود	حرکت جهادی	
کوچک شمردن موانع بواسطه اهداف الهی		

شرایط زمینه‌ای: این مقوله‌ها که شرایط زمینه‌ای نیز نامیده می‌شوند به سلسله شرایط محیطی اشاره دارد که راهبرد را تحت تأثیر قرار می‌دهند (کوربین و استراس، ۲۰۰۸). به طور کلی شرایط زمینه‌ای به عوامل برون‌زایی گفته می‌شود که نمی‌توان آنها را کنترل کرد، اما بر نحوه شکل‌گیری پدیده اثرگذار هستند. جدول شماره ۵ بیانگر این شرایط است.

جدول ۵. کدگذاری شرایط زمینه‌ای توسعه الگوی کارآفرینی در مناطق روستایی با رویکرد جهادی

مفاهیم	مقوله های فرعی	مقوله های اصلی
راه های ارتباطی	محیطی	زیرساخت‌های روستایی
وجود تکنولوژی و فناوری اطلاعات سازگار با کارآفرینی		
ظرفیت‌ها و منابع محیطی		
وجود نهادهای دولتی در روستا	اجتماعی	
قدرت مدیران جهادی روستا		
سیاست های تشویقی دولت در توسعه کارآفرینی روستایی		
تسهیل رویه های قانونی کسب و کار روستایی بواسطه مدیریت جهادی	سیاست ها	سیاست های جهادی دولت

طراحی مدل توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی مبتنی بر مدیریت جهادی

شرایط مداخله گر: کوربین و استراس (۲۰۰۸) مقوله‌های شرایط مداخله‌گر را زنجیره‌ای از شرایط ساختاری خاص می‌دانند که باعث کندی یا سهولت بخشی راهبرد می‌شود. در جدول شماره ۶ شرایط مداخله‌گر نمایش داده شده‌اند.

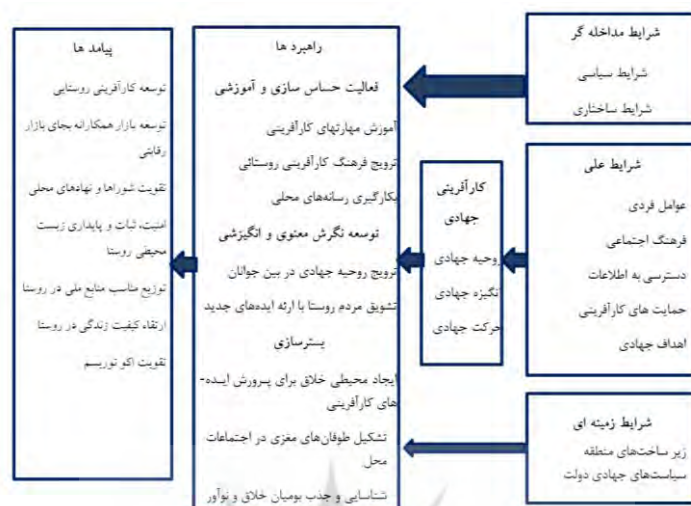
جدول ۶: کد گذاری شرایط مداخله گر توسعه الگوی کارآفرینی در مناطق روستایی با رویکرد

جهادی

مفاهیم	مقوله های فرعی	مقوله های اصلی
قدرت تحریم‌های اقتصادی	بی ثباتی سیاسی	شرایط سیاسی
جناحی‌گری مختل‌کننده فعالیت‌های جهادی		
فاصله‌گرفتن از ارزشهای انقلابی		
ضعف نگرش ساختاری به کارآفرینی روستایی با مدیریت جهادی	نگرش ساختاری	شرایط ساختاری

راهبردها و پیامدها: منظور از مقوله‌های راهبردی، استراتژی‌هایی است که برای کنترل، اداره و پیشبرد پدیده محوری ارائه می‌شوند و مقوله‌های پیامدی، نتیجه و حاصل راهبردها را برای اداره یا کنترل یا پیشبرد پدیده بیان می‌کنند (کوربین و استراس، ۲۰۰۸). راهبردها و پیامدها را در مدل نهایی شکل ۱ می‌توان مشاهده نمود.

کدگذاری گزینشی: مرحله آخر در نظام‌مند کردن داده‌ها، کدگذاری گزینشی است. پژوهشگر مقوله محوری را اختیار می‌کند و به طور نظام‌مند آن را به طبقات دیگر مرتبط می‌سازد (کرسول، ۱۳۹۴). در این مرحله ارتباط میان مقوله‌های پژوهش شامل شرایط علی، مقوله محوری، شرایط زمینه‌ای و مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها مشخص شد و الگوی نهایی در قالب شکل ۲ به دست آمد.



شکل ۱ الگوی نهایی کارآفرینی روستایی با رویکرد مدیریت جهادی

۸. نتیجه گیری و پیشنهادات

همانطور که در این تحقیق بحث گردید از جمله مهمترین اهداف توسعه اقتصادی، توسعه روستاها و ایجاد اشتغال است که مهمترین ساز و کار آن نیز کارآفرینی است. کارآفرینی باعث کاهش بیکاری و افزایش بهره‌وری افراد و منابع و در نتیجه، افزایش رفاه جامعه می‌شود؛ همچنین روشن است که ارتقا کارآفرینی در مناطق توسعه نیافته همچون روستاها، صرفاً با دیدگاه‌های انتفاعی و کوتاه مدت اثرگذار نبوده و به نظر تلاش برگرفته از انگیزه‌های درونی و نگرش‌های معنوی در این امر که می‌توان آن را در کارآفرینی با رویکرد مدیریت جهادی خلاصه کرد، می‌تواند بسیار موثر باشد. در این تحقیق که با هدف دستیابی به مدل توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی مبتنی بر مدیریت جهادی با رویکرد کیفی و متدولوژی گراندد تئوری بهره گرفته شد، که در مدل نهایی احصا شده در تحقیق نشان داد با روحیه، انگیزه و حرکت‌های جهادی می‌توان از طریق اتخاذ راهبردهای متناسب به دستاوردهای قابل توجهی دست یافت. این راهبردهای کلیدی در سه دسته کلی در مدلی توسعه یافته ارائه شدند: (۱) فعالیت‌های حساس‌سازی و آموزش (۲) توسعه نگرش معنوی و انگیزشی و (۳) بسترسازی

طراحی مدل توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی مبتنی بر مدیریت جهادی

یکی از عوامل مؤثر توسعه کارآفرینی روستایی فعالیت‌های حساس‌سازی و آموزشی است. این فعالیت‌ها می‌تواند شامل بکارگیری رسانه‌های محلی و آموزش و ترویج فرهنگ کارآفرینی روستایی باشد. در تحلیل کارکردی رسانه‌های محلی خبرگان اعلام داشتند که ایجاد انسجام، همبستگی و مشارکت اجتماعی به منزله یک رفتار اجتماعی مطلوب خودنمایی می‌کند؛ یعنی همان چیزی که از دید صاحب‌نظران از عوامل اساسی رسیدن به توسعه همه جانبه است. در ایفای نقش رسانه‌ها در جذب مردم و جلب همکاری آنان می‌توان به سه بعد مهم یعنی؛ آشنا کردن مردم با محتوا و اهداف توسعه، جلب مشارکت کارشناسان، صاحب‌نظران و نظارت عمومی و کمک به مسوولان محلی برای تحقق توسعه کارآفرینی روستایی اشاره کرد. بعلاوه، به زعم نظر خبرگان، فرهنگ کارآفرینی، خلاقیت و نوآوری مجموعه ارزش‌ها، نگرش‌ها، هنجارها و رفتارهایی است که هویت افراد کارآفرین را تشکیل می‌دهد. تقویت افراد کارآفرین و خلاق در روستا باعث می‌شود تا با نوع متمایز نگاهشان به پدیده‌های اطراف و شیوه‌ی متفاوت رفتارشان در مواجهه با پدیده‌های پیرامون خود، دست به فعالیت‌های کارآفرینانه بزنند و توسعه را به جامعه روستایی ارایه نمایند. نتایج این تحقیق در راستای تحقیقات دیگران است (رکن‌الدین افتخاری و همکاران، ۱۳۸۸؛ ورمزیاری و همکاران، ۱۳۹۹؛ شکوری، ۱۳۸۶؛ وکیل‌الرعایا و غریب، ۱۳۹۷؛ قائد علی و عاشوری، ۱۳۹۳). هر چند به ندرت می‌توان مطالعاتی همسو با رویکرد مدیریت جهادی و توسعه روستایی یافت.

عامل مؤثر راهبردی دیگر، توسعه نگرش معنوی و انگیزشی است این راهبرد شامل ترویج روحیه جهادی در بین جوانان و تشویق مردم روستا با ارائه ایده‌های جدید می‌باشد. صاحب‌نظران معتقدند تعداد افراد روستایی که از منافع نوآوری بهره می‌برند بسیار اندک است و آنچه بارز است شناسایی عوامل مؤثر بر فضای نوآوری از منظر کسب و کارهای کوچک و متوسط در روستا که از نخستین الزامات و قدمی سازنده در راستای افزایش میزان مشارکت مردم روستا در فعالیت‌های نوآورانه و بهره‌مندی از مزایای آن است. این راهبرد نیز همسو با مطالعات (فرجی سبکبار و همکاران، ۱۳۹۰؛ ورمزیاری و همکاران، ۱۳۹۹؛ قهرمانزاده و همکاران، ۱۳۹۸؛ استعلاجی، ۱۳۹۱؛ رضوانی و نجارزاده، ۱۳۸۷؛ حامی و همکاران، ۱۳۹۸) می‌باشد.

عامل موثر راهبردی سوم بسترسازی مناسب است. این راهبرد شامل شناسایی و جذب روستاییان خلاق و نوآور، ایجاد محیطی برای پرورش ایده‌های کارآفرینی و تشکیل طوفان‌های مغزی در اجتماعات محلی می‌باشد. بهره‌گیری از خلاقیت و نوآوری منجر به افزایش رشد اقتصادی، بهره‌وری، ایجاد تکنولوژی، کالاها و خدمات جدید می‌شود، به همین دلیل آموختن مفهوم خلاقیت و راه و روش‌های توسعه آن می‌تواند راه را برای تفکر بهتر و موفقیت بیشتر در زمینه‌های مختلف شغلی، تحصیلی و ... در روستا باز نماید. در خصوص چراجویی علت اهمیت این عامل صاحب نظران چنین توضیح می‌دهند که باورهای کارآفرینان در خصوص کارایی و اثربخشی مشارکت در فعالیت‌های نوآورانه و خلاق به شدت به موفقیت یا شکست تجربیات پیشین آنها وابسته است تا جاییکه چنانچه انتظارات آنها از نتایج مطلوب را برآورده نکند ممکن است منجر به شکل‌گیری نوعی تعصبات شناختی در مقابل برخی فعالیت‌های نوآوری می‌شوند. آنها معتقدند کسب تجربیات موفقیت‌آمیز از مشارکت در فعالیت‌های نوآوری باز در گذشته منجر به ایجاد خوشبینی و تمایل به مشارکت در این زمینه در آینده می‌شود. این عامل نیز همسو با مطالعات (ورمزیاری و همکاران ۱۳۹۹؛ وکیل الرعایا و غریب، ۱۳۹۷؛ قهرمانزاده و همکاران، ۱۳۹۸؛ فراهانی و همکاران، ۱۳۹۳؛ رضوانی و نجارزاده، ۱۳۸۷؛ قائد علی و عاشوری، ۱۳۹۳) بوده است.

به جهت تسریع در دستیابی به پیامدهای مطلوب توسعه کارآفرینی، مجموعه‌های آموزشی و فرهنگی استان سمنان همچون دانشگاه‌ها و پایگاه‌های فرهنگی می‌توانند با برنامه‌ریزی‌های دقیق کوتاه مدت و بلند مدت در وهله اول اقدامات فرهنگی و آموزشی را با بهره‌گیری از بسترهای رسانه‌ای و نهادهای آموزش اشاعه داده و در وهله بعدی نهادهایی همچون شهرداری‌ها، دهیاری‌ها و سازمان تبلیغات اسلامی می‌توانند با بهره‌گیری از اکران‌های محیطی شهری و رسانه‌ای ترویج نگرش معنوی به کارآفرینی و تشویق جامعه سمنان علی‌الخصوص با جامعه هدف جوانان، اقدامات مناسبی را به انجام رسانند؛ همچنین برنامه‌ریزی جدی و بهبود مدیریت دستگاه‌های اجرایی با نگاه جهادی در جهت شناسایی ظرفیت‌های کارآفرینی علی‌الخصوص در حوزه‌های پربازده در منطقه جغرافیایی استان همچون دامپروری اقدامات

شناسایی و ترویج صورت گرفته و تسهیل‌گری و ایجاد بسترهای کارآفرینی برای گروه‌های فرهنگی و جهادی نیز از دیگر اقدامات پیشنهادی هست که مطابق با تحقیق می‌توان به توسعه کارآفرینی روستایی، امنیت، ثبات و پایداری زیست محیطی روستا، توزیع مناسب و عادلانه منابع ملی در روستا، ارتقاء کیفی زندگی در روستا دست یافت.

با توجه به موضوعات مطرح شده و نتایج این مطالعه، پیشنهاد می‌شود که دسته‌ای از تحقیقات آتی به اندازه‌گیری وضعیت شاخص‌ها و زیر شاخص‌های راهبردهای پژوهش حاضر در روستاهای استان سمنان که پیامدهای مدیریت جهادی را تجربه کرده‌اند، پرداخته و میزان انطباق خروجی این تحقیق را با آنچه در واقعیت روستاها وجود دارد، ارزیابی و اندازه‌گیری کنند.

از محدودیت‌های این پژوهش تعداد اندک مطالعه در زمینه توسعه کارآفرینی روستایی مبتنی بر مدیریت جهادی است. هرچند در زمینه کارآفرینی روستایی می‌توان به مطالعات قابل توجهی دست یافت ولی مدیریت جهادی که بر خواسته از آموزه‌های دینی است در مطالعات خارجی مشابهی توسط پژوهشگر یافت نشد. بطوریکه نوظهوری این نظریه حتی در مطالعات داخل نیز سهم اندکی در توسعه روستایی بخود تخصیص داده است. در هر صورت پژوهشگران تلاش نمودند تا مطالعاتی نزدیک و همسو و دارای اعتبار علمی قابل قبول انتخاب کنند.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

منابع

۱. ارمند، پیمان و ذبیحی طاری، رضا (۱۳۸۸). «بررسی سبک مدیریت جهادی و سایر سبک‌های مدیریتی»، دومین همایش ملی فرهنگ و مدیریت جهادی، تهران، وزارت جهاد کشاورزی.
۲. استعلاجی، علیرضا (۱۳۹۱). «بررسی الگوی مدیریت روستایی در ایران با تاکید بر مدیریت محلی و مشارکتی دهیاری‌ها»، فصلنامه جغرافیا، ۱۰(۳۲): ۲۳۹-۲۵۸.
۳. افتخاری، اصغر؛ زرگرزاده، محمد علی و شمشیری، مهدی (۱۳۹۷). «مؤلفه‌های مدیریت جهادی در بیانات امام خامنه‌ای (مدظله‌العالی)»، فصلنامه مدیریت نظامی، ۱۸(۷۰): ۵۳-۸۷.
۴. بازرگان، عباس (۱۳۸۸). مقدمه‌ای بر روشهای تحقیق کیفی و آمیخته، رویکردهای متداول در علوم رفتاری، تهران: دیدار.
۵. بدری، سیدعلی؛ رضوانی، محمدرضا و خدادادی، پروین (۱۳۹۸). «طراحی الگوی چالش‌های تدوین سیاستگذاری فضایی مناطق روستایی کشور»، مجلس و راهبرد، ۲۶(۹۹): ۵-۳۴.
۶. پورکریمی، بهاره و صبوری، محمدصادق (۱۳۹۰). «نقش کارآفرینی در توسعه پایدار روستایی»، اولین همایش ملی راهبردهای دستیابی به کشاورزی پایدار، اهواز، دانشگاه پیام نور استان خوزستان.
۷. ثنائی پور، هادی (۱۳۹۸). «توسعه‌ی کارآفرینی در چارچوب گفتمان اقتصاد مقاومتی: رویکردی فراترکیب»، دوفصلنامه الگوی پیشرفت اسلامی ایرانی، ۷(۱۴): ۴۲-۷۷.
۸. تنهایی، علیرضا؛ رحمانی ساعد، هادی و صبوری فر، قربان (۱۳۹۵). «عوامل مؤثر در توسعه مدیریت جهادی در ناجای آینده»، نشریه علمی مطالعات راهبردی ناجا، ۱(۲): ۲۵-۵۳.
۹. حسینی، اسماعیل (۱۳۹۰). نقش کارآفرینی در توسعه مناطق روستایی بخش کاکلی استان دشتی، پایان نامه کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه سیستان و بلوچستان.

۱۰. حامی، سید محمد مهدی؛ قاضی، علی؛ پاسبان، امیر و جاجرمی، محمد (۱۳۹۸). «تبیین مدل کارآفرینی روستایی»، همایش ملی مطالعات جدید در کارآفرینی و مدیریت کسب و کار، سمنان، دانشگاه آزاد اسلامی واحد سمنان.
۱۱. خامنه ای، سید علی (۱۳۹۲/۱۰/۲۳). بیانات ایشان در دیدار رئیس و اعضای شورای اسلامی، شهردار، معاونین و شهرداران مناطق مختلف تهران.
۱۲. خان احمدی، اسماعیل و خیبری، سپهر (۱۳۸۴). «منشور مدیریت جهادی در اندیشه دفاعی امام خامنه ای (مدظله)»، فصلنامه مدیریت فراگیر ۱(۱): ۷۰-۸۲.
۱۳. خسروی پور، بهمن و اسدی، زینب (۱۳۹۸). «نقش سازمان‌های مردم نهاد در توسعه پایدار روستایی»، فصلنامه جغرافیا و روابط انسانی، ۳۰(۲): ۳۵-۴۸.
۱۴. دانایی فرد، حسن (۱۳۸۴). تئوری پردازی با استفاده از رویکرد استقرایی: استراتژی مفهوم سازی تئوری بنیاد. مجله دانشور رفتار. ۱۲(۱۱): ۵۷-۷۰.
۱۵. رضوانی، محمدرضا و نجارزاده، محمد (۱۳۸۷). «بررسی و تحلیل زمینه های کارآفرینی روستاییان در فرایند توسعه نواحی روستایی (مطالعه موردی: دهستان برآن جنوبی استان اصفهان)»، توسعه کارآفرینی، سال اول، شماره دوم.
۱۶. رضوانی، محمدرضا (۱۳۸۳). مقدمه ای بر برنامه ریزی توسعه روستایی در ایران، نشر قومس.
۱۷. رکن الدین افتخاری، عبدالرضا؛ طاهرخانی، مهدی و سجاسی قیداری، حمدالله (۱۳۸۸). «تحلیل ابعاد و عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی کشاورزی مناطق روستایی (مطالعه موردی: روستاهای شهرستان خدابنده)»، فصلنامه روستا و توسعه، دوره ۱۲، شماره ۳.
۱۸. شکوری، علی (۱۳۸۶). «بررسی نقش جهاد سازندگی در توسعه روستایی»، اولین همایش ملی فرهنگ و مدیریت جهادی، تهران، وزارت جهاد کشاورزی.
۱۹. طوسی، رمضان؛ جمشیدی، علیرضا و تقدیسی، احمد (۱۳۹۳). «کارآفرینی روستایی و تعیین عوامل مؤثر بر آن (مطالعه موردی: روستاهای استان مینودشت)»، پژوهش و برنامه‌ریزی روستایی، ۳(۸): ۲-۱۱.

۲۰. فراهانی، حسین؛ رسولی نیا، زکیه، و اصدقی سراسکانرود، زهرا (۱۳۹۳). «عوامل اثرگذار بر رشد کارآفرینی در نواحی روستایی مورد: دهستان جابرانصار در شهرستان آبدانان»، اقتصاد فضا و توسعه روستایی. ۳ (۹): ۱-۱۶.
۲۱. فراهانی، حسین و حاجی حسینی، سمیرا (۱۳۹۲). «ارزیابی ظرفیت های نواحی روستایی جهت توسعه کارآفرینی و توانمندسازی روستاییان مطالعه موردی: روستاهای بخش بخش شال شهرستان بوئین زهرا». پژوهشهای روستائی ۴(۴): ۷۴۸-۷۱۵.
۲۲. فرجی سبکیار، حسنعلی؛ بدری، سیدعلی؛ سجاسی قیداری، حمدالله؛ صادقلو، طاهره و شهدادی خواجه عسگر، علی (۱۳۹۰). «اولویت بندی توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی با استفاده از تکنیک پرموتی (مطالعه موردی: دهستان حومه بخش مرکزی شهرستان خدابنده استان زنجان»، پژوهش های جغرافیای انسانی، ۷۵، ۵۳-۶۸.
۲۳. قاسمی سیانی، محمد (۱۳۸۸). «کارآفرینی و نقش آن در توسعه اقتصادی روستاهای ایران، مجله مسکن و محیط روستا»، شماره ۱۲۸: ۲۸-۴۳.
۲۴. قائد علی، حمید رضا و عاشوری مهدی (۱۳۹۳). «مدیریت جهادی شیوهای تحقق یافته از مدیریت اسلامی»، فصلنامه مهندسی فرهنگی، ۸۲(۳): ۶۲-۷۴.
۲۵. قدیری معصوم، مجتبی؛ چراغی، مهدی؛ کاظمی، نسرین و زارع، زهره (۱۳۹۳). «تحلیل موانع توسعه کارآفرینی در نواحی روستایی مورد: دهستان غنی بیگلر، شهرستان زنجان»، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، دوره ۳ شماره ۷، صص ۳-۱۷.
۲۶. قربانی زاده، وجه الله؛ الوانی، سیدمهدی و علی اصغرزاده رومیانی، حسین، (۱۳۹۴). «تحلیل محتوای متون سبک مدیریت جهادی»، مطالعات مدیریت انتظامی، ۲: ۲۱۹-۲۵۰.
۲۷. قمبر علی، رضوان و زرافشانی، کیومرث (۱۳۸۷). «شناسایی شاخص های موفقیت کارآفرینان روستایی با استفاده از تحلیل مقیاس بندی چند بعدی»، توسعه کارآفرینی، ۱(۲): ۱۳۱-۱۶۰.

۲۸. قهرمانزاده، نسترن؛ نظری قزوینی، سمیرا و رحیمی جعفری، حسین (۱۳۹۸). «توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی»، همایش ملی مطالعات جدید در کارآفرینی و مدیریت کسب و کار، سمنان، دانشگاه آزاد اسلامی واحد سمنان.
۲۹. کرسول، جولیت (۱۳۹۴). پوشش کیفی و طرح پژوهش، انتخاب از میان پنج رویکرد روایت پژوهی، پدیدارشناسی، نظریه داده‌بنیاد، قوم‌نگاری، مطالعه موردی. ویرایش دوم ترجمه حسن دانایی فرد و حسن کاظمی. تهران: انتشارات صفار.
۳۰. لیدوست، سمیه؛ لشگرآرا، فرهاد و فرج اله حسینی، سیدجمال (۱۳۹۱). «اولویت‌بندی موانع توسعه کارآفرینی زنان روستایی شهرستان گرمسار»، کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان، بابلسر، شرکت پژوهشی طرود شمال
۳۱. گال، مردیت؛ بورگ، والتر و گال، جویس (۱۳۹۸). روشهای تحقیق کمی و کیفی در علوم تربیتی و روانشناسی، ترجمه جمعی از مؤلفان زیر نظر دکتر احمدرضا نصر اصفهانی، تهران: انتشارات سمت.
۳۲. مرشدی‌زاد، فاطمه (۱۳۹۳). «ارتباط مدیریت اسلامی و مدیریت جهادی و نقش آن در فرهنگ کارآفرینی»، اولین کنفرانس ملی تحقیق و توسعه در هزاره سوم، علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علی آباد کتول.
۳۳. مرکزآمار ایران (۱۳۹۵). نتایج تفصیلی سرشماری نفوس و مسکن. <https://www.amar.org.ir>
۳۴. مقیمی، سید محمد (۱۳۸۳). «کار آفرینی و عوامل محیطی موثر بر آن»، مجله مدیریت فرهنگ سازمانی، شماره ۵.
۳۵. نجفی کانی، علی اکبر؛ حسام، مهدی و آشور، حدیثه (۱۳۹۴). «سنجش وضعیت توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی (مورد مطالعه: دهستان استرآباد جنوبی در استان گرگان)»، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال چهارم، شماره ۱۰.
۳۶. هدایت‌نژاد، علی اصغر (۱۳۹۲). «تبیین ویژگی‌های مدیریت جهادی»، همایش فرهنگ و مدیریت جهادی، حوزه نمایندگی ولی فقیه در وزارت جهاد کشاورزی.

۳۷. ورمزیاری، حجت؛ بابایی، محسن و کلانتری، خلیل (۱۳۹۹). «تبیین استلزامات ارتقاء نظام سیاست‌گذاری توسعه روستایی و عشایری ایران مبتنی بر سبک مدیریت جهادی» پژوهش‌های روستائی ۱۱(۲۹): ۲۱۴-۲۳۳.

۳۸. وکیل‌الرعی، یونس و اقوامی، فرشاد (۱۳۹۲). اصول کارآفرینی، سمنان، انتشارات دانشگاه آزاد.

۳۹. وکیل‌الرعی، یونس (۱۳۹۸). توسعه کارآفرینی، تهران، انتشارات ترمه.

۴۰. وکیل‌الرعی، یونس و غریب، نرگس (۱۳۹۷). «مدیریت جهادی: نقش و اثر عوامل پیش‌ران و پس‌ران توسعه کارآفرینی در مناطق بیابانی و روستایی»، همایش بین‌المللی ظرفیت انقلاب اسلامی، کارآمدی و کارنامه نظام جمهوری اسلامی ایران، تهران، دانشگاه آزاد اسلامی.

41. Laukkanen, M. (2003). Exploring academic entrepreneurship: drivers and tensions of university-based business. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 10(4):372-382 · DOI: 10.1108/14626000310504684
42. Petrin, T., & Gannon, A. (1997). *Rural development through entrepreneurship*. Rome: REU Technical Series (FAO).
43. Kaish, S. & Gilad, B. (1991). Characteristics of opportunity search of entrepreneurs versus executive sources, interests, general alertness, *Journal of Business Venturing*, 6(1): 45-61.
44. Levitas, R. (2000). Community, utopia and new labour. *Local Economy*, 15(3): 188-97.
45. Creswell, J.W. (2007). *Qualitative inquiry and research design, choosing among five approaches*. 2nd Edition. California: Sage Publication.
46. Corbin, J.M., & Strauss, A.L. (2008). *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory*. 3rd Edition. Los Angeles: SAGE Publications.