

بررسی و تحلیل فرصت‌های کارآفرینانه در روستاها

بهمن خسروی پور^{۱*}، مهین اسداله پور^۲، ناهید فرندپور^۳

۱. دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی خوزستان، دانشکده مهندسی زراعی و عمران روستایی، استاد گروه ترویج و آموزش

کشاورزی، ملائانی، ایران، khosravipour@asnrukh.ac.ir و b.khosravipour@gmail.com

۲. دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی خوزستان، دانشکده مهندسی زراعی و عمران روستایی، کارشناس ارشد ترویج کشاورزی و

منابع طبیعی، ملائانی، ایران، anazanin52@yahoo.com

۳. دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی خوزستان، دانشکده مهندسی زراعی و عمران روستایی، دانشجوی کارشناسی ارشد آموزش

کشاورزی، n.farandpur1370@gmail.com

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۳/۱۵

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۲/۳۱

چکیده

جنگ واقعی کشورها در دهه‌های آینده نه بر سر انرژی خواهد بود و نه بر سر بازارها، بلکه جنگ واقعی برای سرمایه‌های انسانی است. از این رو، کشورها بیش از پیش به افرادی نیاز دارند که استعدادها و قابلیت‌های وجودی‌شان به گونه‌ای پرورش یافته باشد که از دانش، تخصص، مهارت و تفکر خلاق به خوبی برخوردار باشند. کارآفرینان در مسیر خود با دو فرآیند مهم یعنی کشف و بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه درگیر هستند. در این راستا یکی از عوامل موثر در توسعه روستایی که توسعه ملی و شکوفایی اقتصادی را بدنبال دارد، کارآفرینی است. در واقع کارآفرینی و تشخیص فرصت به یکدیگر گره خورده‌اند و یکی از بخش‌های مهم در فرآیند کارآفرینی، تشخیص فرصت است. ناتوانی افراد در تشخیص این فرصت‌ها، یکی از دلایل کاهش اشتغال در بخش کشاورزی بوده است این مهم در روستاها نیز که نیمی از جمعیت کشور را تشکیل داده‌اند می‌تواند نقش بسزایی داشته باشد چرا که سرمایه‌گذاری و ایجاد اشتغال و کارآفرینی در بخش‌های زراعی و غیر زراعی در روستاها، علاوه بر بهبود معیشت روستاییان و مقرون به صرفه بودن زندگی روستایی می‌تواند با ایجاد انگیزه برای عدم مهاجرت آنان به شهرها، موجب توسعه بخش کشاورزی، کاهش فشار اقتصادی ناشی از بیکاری فصلی در روستاها، آبادانی روستاها و شکوفایی اقتصادی کشور شود به عبارتی اولین گام در توسعه روستایی می‌تواند ایجاد کارآفرینی، تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه در مناطق روستایی باشد. در نتیجه این مقاله که به صورت مروری تهیه شده تلاش دارد با تحلیل فرصت‌های کارآفرینی در روستاها و چالش‌های موجود راهکارهایی ارائه نماید.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی، فرصت‌های کارآفرینی، روستا، توسعه روستایی

مقدمه

جنگ واقعی کشورها در دهه‌های آینده نه بر سر انرژی خواهد بود و نه بر سر بازارها، بلکه جنگ واقعی برای سرمایه‌های انسانی است. از این رو، کشورها بیش از پیش به افرادی نیاز دارند که استعدادها و قابلیت‌های وجودی-شان به گونه‌ای پرورش یافته باشد که از دانش، تخصص، مهارت و از همه مهمتر، توانایی تفکر خلاق به خوبی برخوردار باشند. در سازمان‌های پژوهشی و صنعتی حفظ مزیت رقابتی منوط به نوآوری است (کاظمی و شکیبا، ۱۳۹۲). فرآیند نوآوری چیزی متفاوت و دارای ارزش مربوط است که با اختصاص زمان و تلاش لازم که با ریسک‌های اجتماعی، مالی و روانی همراه است، حاصل می‌شود و نتایج مالی و رضایت فردی را در پی خواهد داشت و کارآفرینی باید پذیرای نوآوری و دیدگاه‌های جدید به عنوان یک فرصت باشد و نه تهدید. باید به گونه‌ای سازماندهی گردد که خواهان شرایط چالش برانگیز و نیز سخت‌کوش باشد (ملکزاده و رهنما، ۱۳۹۵). بدون شک شرایط محیطی از قبیل تحصیلات، فرهنگ، نظام حمایت اجتماعی فناوری و تئوری‌های موجود در هر منطقه نقش مهمی در تغییر شرایط کارآفرینی دارد (ایکارد، ۲۰۰۳). مقوله "کارآفرینی" به عنوان مؤثرترین نیروی بالقوی اقتصادی در تاریخ جهان، به صورت بحث برانگیزی از حدود سه دهه‌ی گذشته تاکنون ظهور یافته و مطرح شده است (علی میری، ۱۳۸۷).

در نواحی روستایی فرصت‌های مناسبی به صورت کشف نشده یا بلااستفاده وجود دارد که در صورت توجه به کارآفرینی می‌تواند منجر به توسعه فرصت‌های شغلی، شکوفایی اقتصادی و توسعه روستایی گردد. فرصت یک عنصر محوری در فرآیند کارآفرینی است که خود به عنوان یک موضوع محوری، باعث جامعیت در کارآفرینی خواهد شد (بخشی و همکاران، ۱۳۹۶). 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 (طوسیو همکاران، ۱۳۹۳، نقل از زیودار، ۱۳۹۶).

در اقتصاد رقابتی و مبتنی بر بازار دنیای کنونی که با تحولات و تغییرات سریع و شتابان محیط بین‌المللی و گذر از جامعه صنعتی به جامعه اطلاعاتی و تغییر اقتصاد ملی به اقتصادی جهانی همراه است از کارآفرینی به عنوان "موتور توسعه اقتصادی" یاد می‌شود که می‌تواند در رشد و توسعه اقتصادی کشورها که منجر به افزایش بهره‌وری، ایجاد اشتغال و رفاه اجتماعی می‌شود نقش مهمی را ایفا نماید (شیخان و رضا زاده، ۱۳۸۴). این مهم در روستاها

نیز که نیمی از جمعیت کشور را تشکیل داده‌اند می‌تواند نقش بسزایی داشته باشد چرا که سرمایه‌گذاری و ایجاد اشتغال و کارآفرینی در بخش‌های زراعی و غیر زراعی در روستاها، علاوه بر بهبود معیشت روستاییان و مقرون به صرفه بودن زندگی روستایی می‌تواند با ایجاد انگیزه برای عدم مهاجرت آنان به شهرها، موجب توسعه بخش کشاورزی، کاهش فشار اقتصادی ناشی از بیکاری فصلی در روستاها، آبادانی روستاها و شکوفایی اقتصادی کشور نیز شود. بنابراین افزایش توان اقتصادی و تولیدی روستاییان، نقش مهمی در بهبود اقتصاد جامعه خواهد داشت. اما تلاش برای بهبود وضعیت کارآفرینی و اشتغال در روستاها، علاوه بر مساعد بودن عوامل محیطی و ساختاری، مستلزم شناسایی موانع و چالش‌های موجود بر سر راه توسعه آن است (اشراقی سامانی و همکاران، ۱۳۹۵). از آنجایی که کارآفرینی پیوند کارآفرین و فرصت‌های ارزشمند است. کارآفرینان در دو فرآیند مهم، کشف و بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه درگیرند (زالی و همکاران، ۱۳۹۲). فرصت کارآفرینی به هر نوع موقعیتی اطلاق می‌شود که در آن موقعیت بتوان محصولات، خدمات، مواد خام، بازار و شیوه‌های سازماندهی جدیدی را ارائه کرد (مطهری و همکاران، ۱۴۰۰). اهمیت تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه به عنوان یکی از عناصر حیاتی رفتار کارآفرینانه و همچنین به عنوان یکی از مفاهیم محوری تعریف کارآفرینی، در بسیاری از تحقیقات حوزه کارآفرینی ذکر شده و از آن به عنوان قلب کارآفرینی نام می‌برند (tang et al, 2012).

این مقاله تلاش دارد به روش مروری و با استفاده از مطالعات و تحقیقات انجام شده تحلیل فرصت‌های کارآفرینی و چالش‌های موجود را بررسی و در این زمینه راهکارهای مناسب را ارائه کنند.

کارآفرینی

کارآفرینی به عنوان یک رشته تحقیق علمی، حیاتی است و کارآفرینان به عنوان موتورهای اقتصاد عمل می‌کنند (کراسن و دوتا، ۲۰۰۵). بنابر تعریف واژه‌نامه دانشگاهی و بستر، کارآفرینی عبارت از فرآیند ایجاد ارزش از راه تشکیل مجموعه منحصراً به فردی از منابع به منظور بهره‌گیری از فرصت‌ها است (حجازی و همکاران، ۱۳۹۲). می‌توان گفت کارآفرینی فرآیند نوآوری و بهره‌گیری از فرصت‌ها با تلاش و پشتکار بسیار و همراه با پذیرش مخاطره‌های مالی، روانی و اجتماعی که البته با انگیزه‌ی کسب سود مالی، توفیق طلبی، رضایت شخصی و استقلال صورت می‌پذیرد است. و کارآفرین فردی است که اهل ایجاد کار و اشتغالزایی است؛ به عبارت دیگر

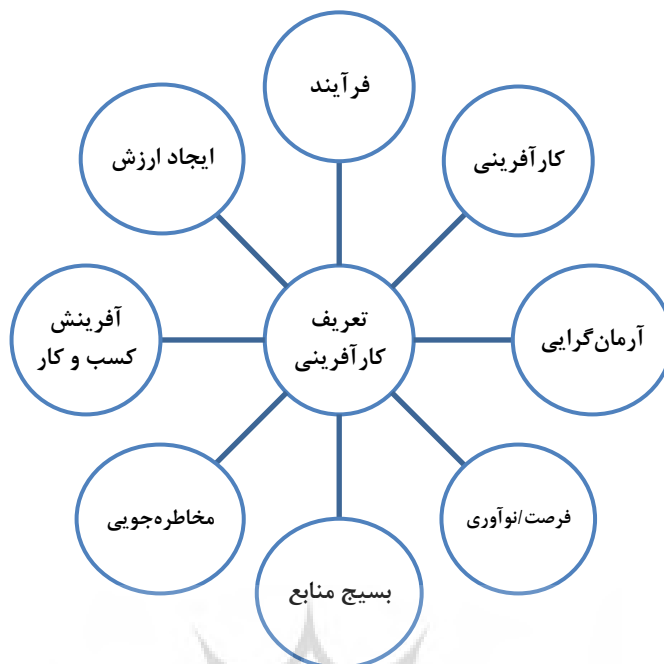
کارآفرین برای خود و دیگران موقعیت و فرصت‌های شغلی ایجاد میکند (صفوی و مرادی، ۱۳۹۲). در واقع کارآفرین کسی است که با کشف و شناخت فرصت‌های محیطی و بهره‌گیری مناسب از منابع بتواند در شرایط پر ابهام و مخاطره‌آمیز به ابتکارات و نوآوری و ایجاد کسب و کار بپردازد (مخبردزفولی، ۱۳۹۸، نقل از خسروی‌پور و شعبی، ۱۴۰۱).

کارآفرینی فرآیند ایجاد ارزش از راه تشکیل مجموع منحصر بفردی از منابع، به منظور بهره‌گیری از فرصت‌ها می‌باشد و هدف اصلی‌اش سودآوری و رشد است (عباس‌نژاد و همکاران، ۱۳۹۸). هیسریچ و پیترز^۱ (2005) کارآفرینی را فرایند خلق هر چیز نو و با ارزش، با صرف وقت و تلاش با فرض همراه داشتن خطرات مالی، روحی و اجتماعی و به دست آوردن پاداش‌های مالی و غیرمالی می‌داند تامپسون^۲ کارآفرینی را موقعیت‌یابی و بهره‌برداری از فرصت‌ها می‌داند (احمدپور داریانی، ۱۳۹۱). به عبارت دیگر، کارآفرینی فرآیندی پویا است که در آن فردی آرمان‌گرا و نوآور با شناسایی فرصت‌ها، بسیج منابع و قبول مخاطرات حساب‌شده، کسب و کاری جدید را برای عرضه‌ی محصولات و یا خدمات به بازار با هدف کسب سود و یا موفقیت راه‌اندازی و اداره می‌کند و یا کسب و کار موجود را توسعه می‌دهد (میرمیران، ۱۳۸۴). هنسن و همکاران (۲۰۱۱) در مطالعه خود اظهار داشته‌اند که می‌توان به کارآفرینی به عنوان کشف و استفاده از فرصت‌ها برای تولید کالاها و خدمات قابل ارائه در آینده نگریست (خسروی‌پور و رحمانی، ۱۳۹۶). کارآفرینی به عنوان یک نیروی پویا بررسی رشد، اشتغال‌زایی و بهبود کیفیت زندگی به مثابه یکی از عناصر کلیدی توسعه پایدار روستایی، بطور اعم و توسعه اقتصادی بطور اخص مورد ملاحظه قرار می‌گیرد (Petrin, 1994، نقل از موسوی و همکاران، ۱۴۰۰)

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

¹ Hisrich & Peters

² Thompson



شکل ۱- تعریف کارآفرینی (حسینی نیا و همکاران، ۱۳۹۶)

ضرورت کارآفرینی و نقش آن در مناطق روستایی

امروزه بسیاری از نواحی روستایی در سطح جهانی، به ویژه در کشورهای در حال توسعه، در حال تجربه کردن مشکلات ناشی از رکود، ایستایی و کساد اقتصادی هستند که از جمله دلایل آن کاستی در تنوع اقتصادی، نبود نگاه کارآفرینی و همانند آن است. در نتیجه هر روز مناطق روستایی با چالش‌های راهبردی افزایش فاصله‌ی توسعه‌ای بین شهر و روستا (کمبود منابع انسان ساخت، بیکاری، درآمد کم، بهره‌وری پایین، فقر، افزایش مهاجرت روستایی، پسرقت‌های زیست محیطی و غیره) مواجه هستند (رکن الدین افتخاری و همکاران، ۱۳۹۳). با توجه به این مشکلات، 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 (علوی زاده، ۱۳۹۶). ریگان (۲۰۰۲) معتقد است کارآفرینی روستایی، فراهم کننده زمینه اشتغال، افزایش درآمد و تولید ثروت، بهبود دهنده کیفیت زندگی و کمک کننده به افراد محلی برای مشارکت در اقتصاد می‌باشد. با توجه به اهمیت کارآفرینی، بررسی‌های وضعیت اقتصادی گویای این مهم است که توسعه و رشد کارآفرینی در امور روستایی، یکی از مهم‌ترین راه‌های بهبود مشکلات اقتصادی کشورهای در حال توسعه و

پیش‌گیری از تسریع شدن آنها در آینده می‌باشد بدین منظور برای رسیدن به توسعه ملی در کارآفرینی زیر ساختی، مناسب لازم و ضروری است (ولائی و همکاران، ۱۳۹۴). از این رو حفظ جمعیت روستایی و رونق بخشیدن به رشد آن به منظور رسیدن به ابعاد مختلف توسعه اقتصادی نیازمند کارآفرینی کوچک و متوسط مقیاس است (اسلام، ۲۰۰۹) به طوری که در نظریه های اقتصادی به فعالیت‌های خودجوش اقتصادی در قالب کارآفرینی در مناطق روستایی توجه ویژه می‌شود در همین زمینه ورتمن اشاره میکند که توسعه اقتصادی روستایی و کارآفرینی با یکدیگر ارتباط تنگاتنگ دارند (هریوت و همکاران، ۲۰۰۲) بنابراین، کارآفرینی روستایی راهکاری جدید در نظریه‌های توسعه برای توانمندسازی و ظرفیت‌سازی مناطق روستایی در کشورهای در حال توسعه مانند ایران و همین طور راهکاری برای دستیابی به توسعه پایدار به شمار می‌رود (ولائی و همکاران، ۱۳۹۴). کشاورزی یکی از مهم‌ترین ظرفیت‌های مناطق روستایی که استفاده کامل و درست از این ظرفیت‌ها با شناسایی فرصت‌های کارآفرینی کشاورزی، راهکاری برای اشتغال‌زایی جلوگیری از مهاجرت روستائیان است (حسینی نیا و همکاران، ۱۳۹۹).

فعالیت‌های کارآفرینانه به عنوان پاسخی به رکود و مشکلات موجود در بخش کشاورزی و همچنین به عنوان یک استراتژی بقا برای خانوار روستایی در نظر گرفته می‌شود. کارآفرینان بخش کشاورزی با مهارتی که در تشخیص فرصت‌ها و موقعیت‌ها و ایجاد حرکت در توسعه این موقعیت‌ها دارند، پیشگامان حقیقی تغییر در اقتصاد تولید و تحولات اجتماعی بخش کشاورزی محسوب می‌شوند. یک کارآفرین در بخش کشاورزی، باید فرصت‌ها را به خوبی تشخیص داده و نیازهای مشتری را به درستی بشناسد (معصومی و زمانی، ۱۳۹۳، نقل از کلاگرو آقایی، ۲۰۱۴). کارآفرینی روستایی که به منزله بکارگیری نوآورانه منابع و امکانات روستا در راستای حصول فرصت‌های کسب و کاری است، علاوه بر ایجاد اشتغال برای قشر عظیم روستائیان گامی در راستای توسعه روستایی محسوب می‌شود (شهبازی، ۱۴۰۱).

تشخیص فرصت

کارآفرینی حول این پرسش می‌چرخد که چرا، چه وقت و چگونه فرصت‌ها برای خلق کالا و خدمات آینده ایجاد می‌شوند (کوربت، ۲۰۰۷). به عبارتی دیگر، کارآفرینی به عنوان کارآفرینی در واقع همان یافتن منشاء فرصت‌ها و دخیل شدن در فرآیند شناسایی، کشف، ارزیابی و بهره‌برداری از آنها می‌باشد، آن دسته از افرادی که

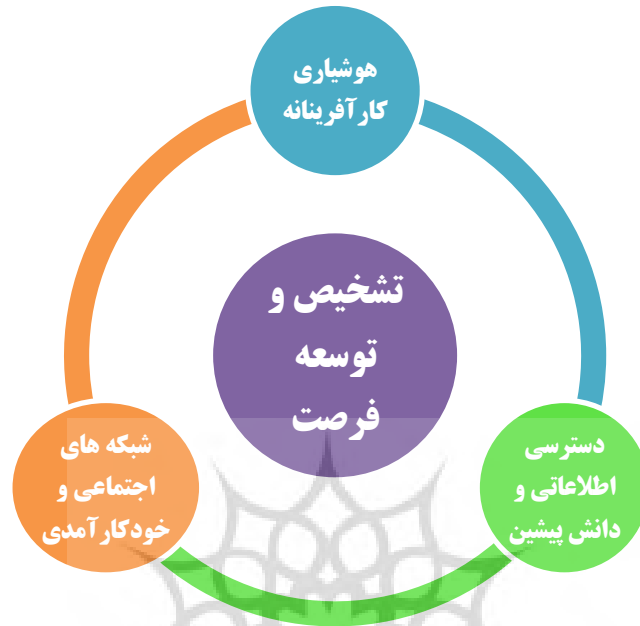
به شناسایی، کشف، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌ها می‌پردازند، کارآفرین نام دارند (رمضانی و همکاران، ۱۴۰۰). فرصت کسب و کار به موقعیتی اطلاق می‌گردد که در آن فرد بر این باور است که با ترکیبی نو از منابع می‌تواند به سودی نائل گردد (لومپکین و هیل 2004). شناسایی فرصت مولفه کلیدی فرایند کارآفرینی به شمار می‌رود. بسیاری از تعاریف معروف و پرکاربرد کارآفرینی، فرصت را کلید فهم و مولفه اصلی فرایند کارآفرینی دانسته‌اند بنابراین علاقه مندی و توجه به علت چگونگی و زمان دستیابی افراد به یک فرصت، کاملاً طبیعی به نظر می‌رسد (مشدئی، ۱۳۹۰). در واقع می‌توان گفت فرصت‌های کارآفرینی به شرایطی اشاره دارند که طی آن افراد به این باور می‌رسند که قادرند از ساختارهای جدیدی در کسب و کارهای خود استفاده کنند تا به واسطه آن منابع را به شیوه نوینی برای کسب سود به کار گیرند (قدیری معصوم و همکاران، ۱۳۹۷). پوهاکا (puhaka, 2010) تشخیص فرصت را متشکل از ابعادی مانند پوشش رقابتی (جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل اطلاعات)، جست و جوی پیشگام فرصت از ارزش‌های آینده (تصویری خلاصه از آینده) و ایجاد راهکار نوآورانه خلق فرصت می‌داند که در ارتباط با فعالیت‌های مختلف اقتصادی است (خوش‌مرام و همکاران، ۱۳۹۶).

دو دیدگاه رایج در رابطه با مقوله تشخیص فرصت وجود دارد، اولین دیدگاه شناسایی فرصت‌های موجود در محیط و دومین دیدگاه، خلق فرصت از طریق یک پدیده است. دیدگاه اول در ادبیات کارآفرینی به رویکرد کشف فرصت و دیدگاه دوم به رویکرد خلق فرصت مشهور است (رستمی و فیض‌بخش، ۱۳۹۲، نقل از میر واحدی و همکاران، ۱۳۹۶). ریشه‌های فکری خلق فرصت در آثار شومپتر و رویکرد کشف فرصت در آثار کرزنر مشهود است. جدول (۱) ماهیت و منشاء فرصت را در دو رویکرد خلق و کشف فرصت نشان می‌دهد.

جدول ۱- مقایسه دو دیدگاه مرتبط با مقوله تشخیص فرصت (میرواحدی و همکاران، ۱۳۹۶).

ماهیت فرصت	منشاء فرصت		رویکرد
عینی	محیط و تغییرات آن	بیرونی	کشف فرصت
ذهنی	ذهن خلاقانه فرد	درونی	خلق فرصت

عوامل متعددی وجود دارند که فرآیند تشخیص و توسعه فرصت را تحت تأثیر قرار می‌دهند، مهم‌ترین این عوامل را می‌توان بر اساس مطالعه عبدی جمایران و همکاران (۱۳۹۶) در شکل (۲) نشان داد:



شکل ۲- عوامل مؤثر در تشخیص فرصت

فرصت‌های کارآفرینی در بخش کشاورزی و روستایی ایران

برای جامعه اقتصادی، بسیاری از دستاوردهای روستائیان نقشی راهبردی دارد و اهرم قابل اتکایی در پشتیبانی از نظام اقتصادی کشور در عرصه جهانی از طریق صادرات و ورود کالاهای ملی به بازارهای پرفریت جهانی است (سالارزهی و همکاران، ۱۳۹۵). فرانسیوکنه و نیکلاس بودو زمین را یگانه سرچشمه ثروت می‌دانند و کشاورزان را کارآفرین می‌خوانند و برای کارآفرینان جایگاهی ویژه قائل‌اند (هزارجریبی، ۱۳۸۴).

در حال حاضر، ایجاد فرصت‌های شغلی جدید در مناطق روستایی کشور از اهمیت دوچندانی برخوردار است. زیرا علاوه بر آمار بالای بیکاری در روستاها، کشور با معضل مهاجرت روستائیان مواجه است که این موضوع پیامدهای

منفی زیادی دارد. در اینجاست که نقش کارآفرینی و استفاده از فرصت‌های کارآفرینانه در نواحی روستایی بیشتر احساس می‌شود. (سالارزهی و همکاران، ۱۳۹۵).

تقویت بخش کشاورزی و ایجاد تغییر در تولیدات کشاورزی و منابع طبیعی به ایجاد اشتغال‌های غیرکشاورزی، افزایش در کار و افزایش تقاضا برای کشاورزی محلی و تولیدات غیرکشاورزی منجر خواهد شد. امروزه کارآفرینی کشاورزی اهمیت زیادی پیدا کرده است. نقش کارآفرینان کشاورز برای توسعه نواحی روستایی می‌تواند بسیار حیاتی باشد. کارآفرینان کشاورز، در حوزه‌های مختلف می‌توانند اشتغالزایی کنند و باعث رونق منطقه شوند (ایمنی قشلاق و هاشمی، ۱۳۸۸). خوش‌مرام و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهش خود در استان کرمانشاه عوامل تأثیرگذار بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در بخش کشاورزی را شامل: هوشیاری کارآفرینانه، سرمایه اجتماعی، سرمایه انسانی، ویژگی‌های روان‌شناختی، حمایت‌های محیطی و تلاطم‌های شخصی ذکر نمودند. کارآفرینان بخش کشاورزی با بهره‌گیری از نیرویی که در خود برای حل خلاقانه مسائل، مخاطره‌پذیری، تحمل مشکلات و نکاتی از این دست که سراغ دارند، می‌توانند به زیرکی و ظرافت و با سرعت هر چه تمام‌تر، تهدیدات و تنگناهای محیطی را به فرصت تبدیل و در شرایطی سخت و پیچیده مانند توسعه پرشتاب فناوری، جهانی‌شدن و اقتصاد چند ملیتی، به کشف و بهره‌برداری فرصت‌هایی جدید بپردازند که نفع خود آنها و سرانجام رفع تنگناهای جامعه روستایی را در پی خواهد داشت. (رکن‌الدین افتخاری و همکاران، ۱۳۸۴)



شکل ۳- عوامل تعیین‌کننده (فرصت‌های) کارآفرینی در بخش کشاورزی (سالارزهی و همکاران، ۱۳۹۵)

باید در نظر داشت که موفقیت کارآفرینی در بخش کشاورزی مناطق روستایی مستلزم پیوند ناگسستنی با بخش صنعت است و یا به عبارتی صنعتی کردن کشاورزی است. توسعه هر کدام از این بخش‌ها در گرو توسعه بخش دیگر است، اما باید به طور توالی در توسعه بخش‌های اقتصادی رعایت شود، یعنی روند توسعه باید از بخش کشاورزی شروع و سپس به بخش صنعت کشیده شود و در پایان به بخش خدمات توسعه یابد. (سالارزهی و همکاران، ۱۳۹۵).

عوامل تأثیرگذار در تشخیص فرصت

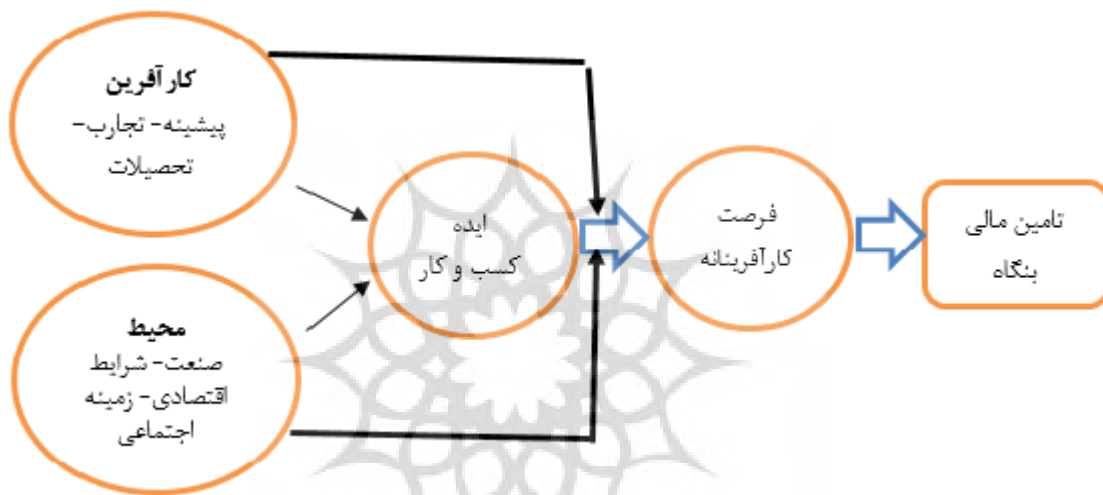
مهرمنش و همکاران (۱۳۹۶) در مطالعه خود عوامل اصلی که فرآیند تشخیص و توسعه فرصت را تحت تأثیر قرار می‌دهند را می‌توان در شکل (۴) نشان داد:



شکل ۴- عوامل تأثیرگذار بر تشخیص فرصت (مهرمنش، ۱۳۹۶)

مدل‌ها و دیدگاه‌های تشخیص فرصت

مدل سینگ و همکارانش، ترکیبی از مدل تیمونز و مک مولان است. این مدل تاثیر ویژگی‌های شخصیتی و عوامل محیطی را بر فرآیند کارآفرینی از ایده کسب و کار تا فرصت کارآفرینی نشان می‌دهد. در این مدل نیز زمان از اهمیت زیادی برخوردار است. به ویژه زمانی که یک ایده کسب و کار به فرصت کارآفرین آن‌های تبدیل شده و زمانی که پس از تشخیص فرصت کارآفرینی باید سپری شود تا منابع مالی برای بنگاه کسب شود (سینگ و همکاران، ۱۹۹۹، به نقل از عبدی جمایران و همکاران، ۱۳۹۶).



شکل ۵- مدل سینگ و همکاران (۱۹۹۹)

در مدل سینگ، مراحل فرآیند تشخیص فرصت به صورت زیر بیان شده است:

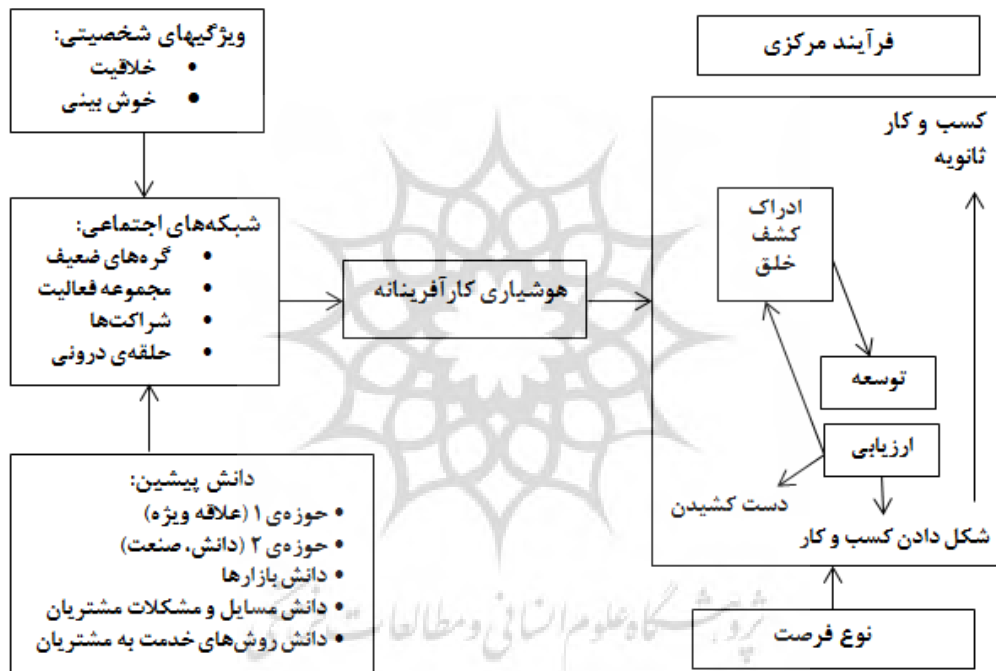
- در مرحله اول برخی از افراد با فرصت‌هایی مواجه می‌شوند (ایده)؛
- در مرحله بعد پس از تفکر و ارزیابی بیشتر ممکن است به این نتیجه برسند که ایده، یک فرصت

بالمقوه کسب و کار جدید است (فرصت)؛

با تفکر بیشتر ممکن است تصمیم به ادامه این فرصت بگیرند (عبدی جمایران، ۱۳۹۶).

مدل آردیچویلی و همکاران (۲۰۰۳)

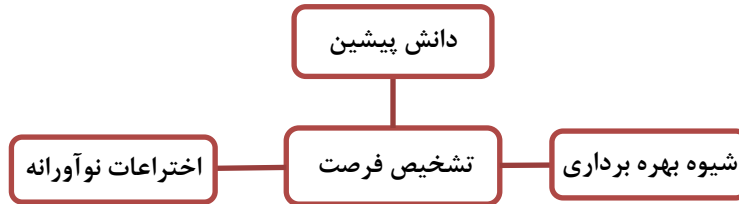
از نظر آردیچویلی و همکاران (۲۰۰۳) اکثر تحقیقات کارآفرینی در گذشته، جستجوی سیستماتیک و منظم برای فرصت‌های موجود را پیش‌نیاز شناسایی فرصت دانسته‌اند. اما از نظر این محققان جستجوی منظم نمی‌تواند یک تعیین‌کننده قوی برای شناسایی فرصت باشد. طبق مدل آنها که در شکل ۶ نمایش داده شده است، عوامل مؤثر در شناسایی و توسعه فرصت عبارتند از: هوشیاری کارآفرینان، دانش پیشین، شبکه‌های اجتماعی، ویژگی‌های فردی شامل خلاقیت، خوش بینی و نوع فرصت.



شکل ۶- مدل تشخیص و توسعه‌ی فرصت (منبع: آردیچویلی و همکاران، ۲۰۰۳)

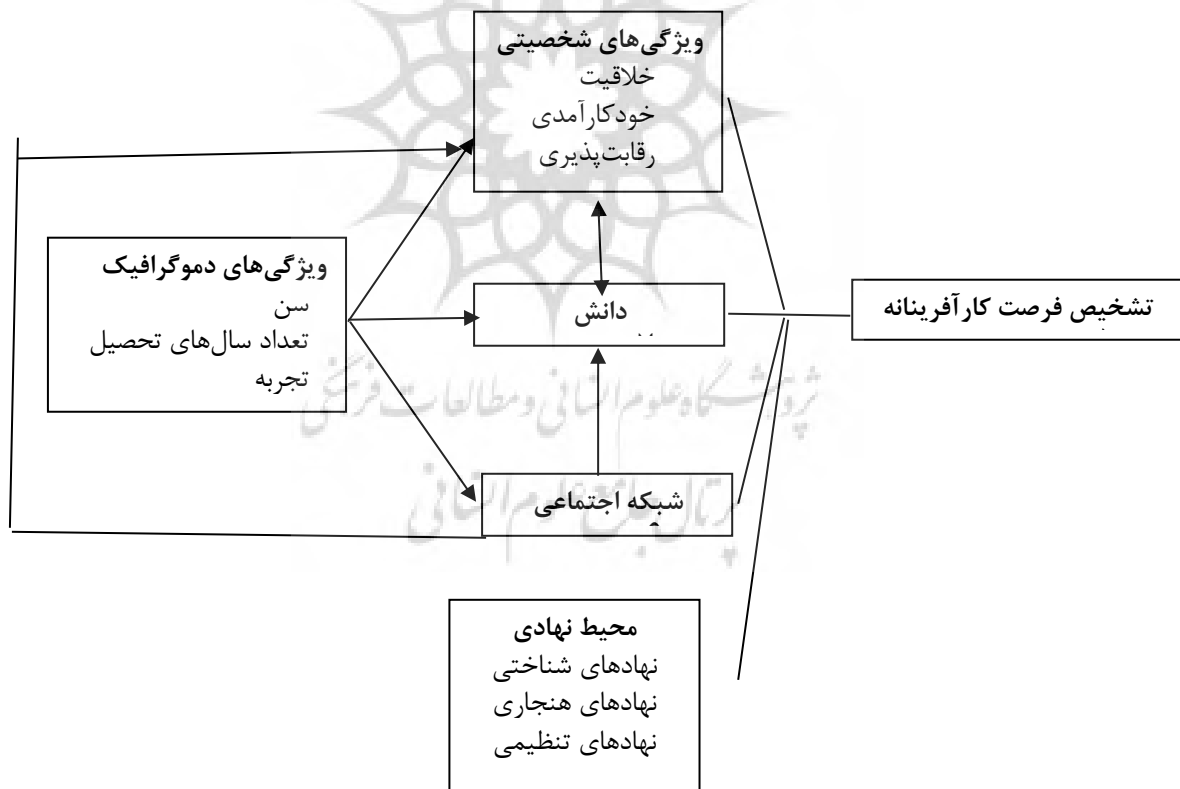
مدل شین (۲۰۰۰) معتقد است به دلیل اینکه دانش پیشین کارآفرینان ارزش اطلاعات جدید را تعیین می‌کند لذا کارآفرینان فرصت‌ها را کشف کرده و آن را تبدیل به مزیت رقابتی برای خود و سازمانشان می‌کنند. او بیان می‌کند که مجموعه دانش‌های پیشین هر فردی به شخص اجازه می‌دهد، فرصت‌های خاصی را که دیگران قادر به دیدن

آن نیستند، شناسایی کند. شین، سه بعد از دانش پیشین را در فرآیند تشخیص فرصت شناسایی نموده که در شکل (۷) نشان داده شده است: (خسروی پور و بازگیر، ۱۳۹۸).



شکل ۷- مدل شین (۲۰۰۰)

معصومی و زمانی (۱۳۹۳) در پژوهش خود بر اساس داده‌های میدانی، مدل ذکر شده در شکل (۸) را به عنوان مدل تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه در بخش کشاورزی را ارائه نمودند.



شکل ۸- مدل تشخیص فرصت کارآفرینانه در بخش کشاورزی

نتیجه گیری

برای رونق به بخش‌های مختلف اقتصادی از جمله کشاورزی و حرکت به سمت توسعه روستایی که مقدمه توسعه ملی کشور به شمار می‌رود یکی از گام‌های اساسی شناسایی فرصت‌ها با رویکردهای کارآفرینانه و برنامه‌ریزی بر مبنای این فرصت‌ها و اجرای صحیح و کامل برنامه تا تحقق پیامدهای آن می‌باشد. محور توسعه روستایی، توسعه بخش کشاورزی است و این امر با تقویت بخش کشاورزی و ایجاد اشتغال، توسعه فناوری، جهانی شدن و افزایش امر با تقاضا در بخش و حرکت به سمت صنعتی شدن کشاورزی میسر و شدنی است. باید زمینه‌های توانمندسازی و ظرفیت‌سازی بین ساکنان روستا فراهم شود و این مهم در نگاه و رویکرد کارآفرینانه امکان‌پذیر است. بنابراین توسعه روستایی با اشتغال‌زایی و توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی با کشف و بهره‌برداری از فرصت‌ها و بهره‌گیری از ایده‌های نو امکان‌پذیر است.

پیشنهادها:

- ۱- برگزاری مستمر دوره‌های آموزشی برای کارشناسان و روستائیان (آموزش‌های کسب و کار مبانی کارآفرینی، آموزش‌های فنی و حرفه‌ای)
- ۲- تشویق و حمایت‌های لازم از بخش کشاورزی و کارآفرینان این بخش (وام، بیمه، توسعه و در اختیار قرار دادن شبکه‌های اطلاعاتی، ایجاد و توسعه زیرساخت‌ها)
- ۳- حمایت و آموزش در زمینه بازاریابی، مشاوره‌های تخصصی و اطلاعاتی
- ۴- حمایت و آموزش در زمینه بکارگیری شیوه‌های جدید در تولیدات کشاورزی و غیر کشاورزی
- ۵- برنامه‌ریزی تولیدی با توجه به تقاضا و تنوع در تولیدات بخش کشاورزی در روستاها
- ۶- آموزش و بکارگیری تکنولوژی‌ها نو و به روز و تخصصی و اطلاعاتی در کشاورزی
- ۷- توجه و برنامه‌ریزی جهت فعالیت‌های صنایع تبدیلی کشاورزی، صنایع دستی و

منابع

- ۱- احمدپور داریانی، محمود. ۱۳۹۱. کتاب جامع کارآفرینی، کتابخانه فرهنگ، چاپ دوم، تهران

- ۲- اشرفی سامانی، رویا؛ کریمی، طیبه؛ واحدی، مرجان و صیده، طیبه. ۱۳۹۵. چالش‌های کارآفرینی روستایی در استان ایلام. فصلنامه راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی، سال سوم، شماره ۵، صص ۶۳-۵۷.
- ۳- ایمنی قشلاق، سیاوش و هاشمی، سید سعید. ۱۳۸۸. نقش کارآفرینی در توسعه پایدار گردشگری، ماهنامه علمی، اجتماعی و اقتصادی کار و جامعه، شماره ۱۰۷-۱۰۶.
- ۴- بازگیر، مریم و خسروی پور، بهمن. ۱۳۹۸. تحلیل مدل‌ها و الگوهای تشخیص فرصت، همایش ملی صنعت و تجاری سازی کشاورزی، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی خوزستان، ملاثانی.
- ۵- حجازی، ا.س.د؛ نوه ابراهیم، عبدالرحیم؛ بهرنگی، صمد و زین‌آبادی، حسن‌رضا. ۱۳۹۲. آموزش کارآفرینی در آموزش عالی: چالش‌ها و راهبردها. نشریه مهارت آموزی، دوره ۱، شماره ۲، صص ۶۵-۵۳.
- ۶- حسینی نیا، غلامحسین؛ مقدس فریمانی، شهرام؛ جلالوند، شهرام. ۱۳۹۹. شناسایی و اولویت بندی فرصت‌های کارآفرینی در بخش کشاورزی (مورد مطالعه: شهرستان گلباف از توابع استان کرمان)، نشریه کارآفرینی در کشاورزی، جلد ششم، شماره اول، صص ۶۸-۵۳.
- ۷- حسینی نیا، غلامحسین؛ موسوی، سیدشمس‌الدین. (۱۳۹۶). آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها، روش‌ها و چالش‌ها، نامه آموزش عالی، دوره جدید، سال یازدهم، شماره ۴، صص ۸۸-۵۹.
- ۸- خسروی پور، بهمن و رحمانی، صادق. ۱۳۹۶. شناخت فرصت‌های کارآفرینانه دانشجویان رشته‌های کشاورزی، ماهنامه علمی اقتصادی کار و جامعه، شماره ۲۱۳، صص ۹-۴.
- ۹- خسروی پور، بهمن و شعبی، عبدالحسین. (۱۴۰۱). نقش و ضرورت کارآفرینی در توسعه روستایی و کشاورزی، فصلنامه جغرافیا و روابط انسانی، دوره پنجم، شماره ۳، صص ۲۲۰-۲۰۵.
- ۱۰- خوش مرام، مژگان؛ زرفشانی، کیومرث؛ میرک زاده، علی اصغر و علی بیگی، امیرحسین. ۱۳۹۶. طراحی و تبیین الگویی برای تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در بخش کشاورزی استان کرمانشاه: کاربرد نرم افزار Nvivo. فصلنامه پژوهش‌های روستایی، دوره ۸ شماره، پاییز، ۱۳۹۶.
- ۱۱- رضایی منش. جزوه درس کارآفرینی و پروژه (کاردانی صنایع شیمیایی).
- ۱۲- رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا؛ پورطاهری، مهدی و فضل‌ی، نفیسه. ۱۳۹۳. تحلیل عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی. مجله‌ی برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری سال سوم، شماره‌ی ۸، صص ۱۰۸-۸۷.

- ۱۳- رکن‌الدین افتخاری، علی و سجاسی قیداری، حمداله. ۱۳۸۹. توسعه روستایی با تأکید بر کارآفرینی (تعاریف، دیدگاه‌ها، تجربیات)، انتشارات سمت، چاپ اول، تهران.
- ۱۴- زالی، محمدرضا؛ رضایی، سعید و عیوضی، فاطمه. ۱۳۹۲. تأثیر اشتیاق کارآفرینانه بر تصمیم به بهره برداری از فرصت های کارآفرینانه. فصلنامه راهبرد، سال بیست و دوم، شماره ۹۶، زمستان ۱۳۹۲، صص ۲۱۴-۱۹۵.
- ۱۵- سالارزهی، حبیب‌اله؛ میرزاده؛ آرمیتا و ولی نفس، عبدالعزیز. ۱۳۹۵. تشخیص و توسعه فرصت‌های کارآفرینی کشاورزی در مناطق روستایی بخش زرآباد، فصلنامه مطالعات مدیریت و کارآفرینی، دوره ۲، شماره ۲، بهار ۱۳۹۵. صص ۱۱۱-۱۳۰.
- ۱۶- شهبازی، حسین‌رضا. (۱۴۰۱). کارآفرینی کشاورزی راهبردی رد توسعه پایدار روستایی، فصلنامه جغرافیا و روابط انسانی، دوره پنجم، شماره ۱، صص ۲۴۸-۲۳۸.
- ۱۷- شیخان، ناهید و رضازاده، حجت‌اله. ۱۳۸۴. دسترسی کارآفرینان به نتایج تحقیق ونوآوری درکشورهای منتخب. رهیافت، شماره ۳۵، صص ۱۱۱-۱۰۳.
- ۱۸- صفوی؛ زینب و مرادی؛ خدیجه. ۱۳۹۲. چالش‌ها و موانع ترغیب دانش‌آموختگان رشته‌ی کتابداری و اطلاع‌رسانی به ایجاد کارآفرینی و اشتغال‌زایی. فصلنامه نظام‌ها و خدمات اطلاعاتی، سال دوم، شماره ۲، پیاپی ۶، بهار ۱۳۹۲، صص ۵۵-۶۶.
- ۱۹- عباس‌نژاد، علی؛ حسینی، محمدرضا؛ سعیدی، پرویز؛ مستقیمی، محمودرضا. ۱۳۹۸. عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی با رویکرد اشتغال‌دانش‌آموختگان دانشگاهی (مورد مطالعه: اداره کل آموزش فنی و حرفه‌ای گلستان)، نشریه مهارت آموزی، سال هفتم، شماره ۲۷، صص ۲۰-۷.
- ۲۰- عبدی جمایران، علی؛ حسینی، الهه؛ مقدم، عاطفه و قاسملو، محمدامین. ۱۳۹۶. عوامل فردی مؤثر بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه، نشریه علمی تخصصی شباک، سال سوم، شماره ۲، صص ۱۱۵-۱۰۵.
- ۲۱- علوی‌زاده، سیدامیرمحمد. ۱۳۹۶. کارآفرینی و نقش آن در توسعه پایدار روستایی (مطالعه موردی: استان ایلام). نشریه فرهنگ ایلام، دوره هیجدهم، شماره ۵۶، پیاپی ۵۷، صص ۱۷۰-۱۵۴.
- ۲۲- علی میری، مصطفی. ۱۳۸۷. آموزش کارآفرینی: پیدایش، توسعه، گرایشها و چالش‌ها. توسعه کارآفرینی، سال اول، شماره اول، صص ۲۹۸-۱۳۱.

- ۲۳- قدیری معصوم، مجتبی؛ محمدزاده لازیجانی، فاطمه و غلامی، علی. ۱۳۹۷. مقدمه‌ای بر کارآفرینی روستایی، انتشارات دانشگاه تهران، چاپ اول، تهران
- ۲۴- کاظمی، علیرضا و شکبیا، علیرضا. ۱۳۹۲. بررسی عوامل تأثیرگذار در ایجاد نوآوری، خلاقیت و کارآفرینی، تحقیق مورد: شرکت هپکو.
- ۲۵- مشدئی، علی. ۱۳۹۰. تحلیل اثرات شبکه‌های اجتماعی بر شناسایی فرصت‌های کارآفرینی. فصلنامه مدیریت صنعتی دانشکده علوم انسانی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد سنندج، سال ششم، ش ۱۵، صص ۸۲-۶۹.
- ۲۶- مطهری، محدثه؛ حسینی، سیدمحمدرضا؛ سمیعی، روح‌اله؛ اشرفی، مجید. ۱۴۰۰. شناسایی و رتبه بندی مؤلفه‌های مؤثر بر خلق فرصت‌های کارآفرینانه از دیدگاه توسعه پایدار مناطق روستایی (مطالعه موردی: صنایع دستی استان گلستان)، فصلنامه جغرافیا و برنامه‌ریزی منطقه‌ای، سال یازدهم، شماره ۲، صص ۸۰۵-۷۸۴.
- ۲۷- معصومی، احسان؛ زمانی، ناصر. ۱۳۹۳. مدل تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه در بخش کشاورزی نشریه کارآفرینی در کشاورزی، جلد اول، شماره چهارم، صص ۱۸-۱.
- ۲۸- ملک‌زاده، غلامرضا و رهنما، سیده نرگس. ۱۳۹۵. کارآفرینی و ارتباط با نوآوری، دومین کنفرانس بین المللی مدیریت و فناوری اطلاعات، تهران، مرداد ۱۳۹۵.
- ۲۹- مهرمنش، حسن. ۱۳۹۶. کارآفرینی و تشخیص فرصت‌ها، انتشارات جهاد دانشگاهی، چاپ اول، تهران، ص ۱۱۲.
- ۳۰- موسوی، سید ابوالفضل؛ یارمحمدی توسکی، مریم؛ مشهدی میغانی، ژیللا. ۱۴۰۰. نقش کارآفرینی در توسعه پایدار روستایی، فصلنامه جغرافیا و برنامه‌ریزی منطقه‌ای، سال یازدهم، شماره ۴، صص ۲۲۴-۲۱۱.
- ۳۱- میرمیران، سید جلیل. ۱۳۸۴. کارآفرینی جامع، مؤسسه نشر کلمه، چاپ اول، تهران.
- ۳۲- میرواحدی، سیدسعید؛ طغرای، محمدتقی؛ سنجریان، زهرا. ۱۳۹۶. بررسی عوامل مؤثر بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه، نشریه کارآفرینی در کشاورزی، جلد چهارم، شماره ۱، صص ۷۴-۵۳.
- ۳۳- هزارجریبی، جعفر. ۱۳۸۴. کارآفرینی، انتشارات پژوهشکده امور اقتصادی، چاپ اول، تهران.

۳۴- هیستریج، رابرت. و پیترز، پیترز. ۱۳۸۵. کارآفرینی ترجمه فیض بخش، سید علیرضا و تقی یاری، حمیدرضا، تهران: مؤسسه علمی انتشارات دانشگاه صنعتی شریف.

۳۵- ولائی، محمد؛ عبدالمهی، عبدالله؛ منافی آذر، رضا و صفری، نوید. ۱۳۹۴. تحلیل عوامل موثر بر توسعه پایدار روستایی با تاکید بر کارآفرینی مطالعه موردی: دهستان مرحمت آباد شمالی-شهرستان میاندوآب. فصلنامه برنامه ریزی منطقه‌ای، سال پنجم، شماره ۱۹، ص ۱۶۲-۱۴۹.

- 36- Corbett, A. C. (2007). learning a Symmetries and the Discovery of Entrepreneurial Opportunities. *Journal of Business Venturing*, 22, 97-118.
- 37- Crossan, m., & Dutta, D. (2005). The Nature of Entrepreneurial Opportunities: Understanding the Process Using the 4I Organizational Learning Framework. 1042-2587, Copyright 2005 by Baylor University.
- 38- Davidsson, p. (2015). Entrepreneurial opportunities and the entrepreneurship nexus: A re-conceptualization. *Journal of Business Venturing* 30 (2015) 674-695.
- 39- Eckhardt, J. T., & Shane, S. A. (2003). Opportunities and Entrepreneurship. *Journal of Management*, 29(3), 333-349.
- 40- Eshraqhi Samani, R., T. Karimi, M. Vahedi and T. Saydeh. 2016. Challenges of rural Entrepreneurship in Ilam Province. *Journal of Entrepreneurial Strategies in Agriculture*, 3 (5): 57-63.
- 41- Heriot, Kirk C. and Campbell, Noel D. (2002): "A new approach to rural entrepreneurship: a case study of two rural electric cooperatives". Available on: http://usasbe.org/knowledge/proceedings/proceedingsDocs/USASBE2_005PROCEEDINGS-hERIOT%2030.pdf
- 42- Islam, K. Baharul ,M.(2009): Rural Entrepreneurship for Women: A Case for Wealth Creation by Africas Rural Poor amidst Global Financial Financial Aand Economic Crises, African Economic Conference 2009 Fostering Development In An Era Of Financial And Economic Crises 11- 13 November 2009, United Nations Conference Centre, Addis Ababa, Ethiopia.
- 43- Lumpkin, G & Hills. G, (2004) Opportunity recognition, *Entrepreneurship: the way a head*, Pp. 73-90. Routledge. London.
- 44- Reagan, B.(2002), Area Highgrowth Entrepreneurs Building the Rural Economy?, Center for the Stud of Rural America , Kansas City, Mo: Federal Reserve bank of Kansas City.