

مطالعات جغرافیایی مناطق خشک

دوره دوازدهم، شماره چهل و پنجم، پاییز ۱۴۰۰

دریافت مقاله: ۱۳۹۸/۱۰/۱۵ تأیید نهایی: ۱۴۰۰/۰۲/۱۳

صص ۷۷-۵۸

تحلیل اثرگذاری عوامل ساختاری نوآوری بر فرآیند کارآفرینی روستایی (نمونه‌ی مورد مطالعه: شهرستان فاروج)

محمدرضا دربان آستانه، دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی-دانشگاه فردوسی، مشهد

حمید شایان^{*}، استاد جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی-دانشگاه فردوسی، مشهد

علی اکبر عنابستانی، استاد جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی-دانشگاه فردوسی، مشهد

حمداله سجاسی قیداری، استادیار جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی-دانشگاه فردوسی، مشهد

چکیده

امروزه نوآوری اهمیت روزافزونی در توسعه و کارآفرینی جهان دارد و عامل مهمی در تولید ثروت و درآمد خصوصاً در کشورهای توسعه‌یافته محسوب می‌شود. نوآوری، نیروی محرکه‌ی کارآفرینی و عامل ایجاد اشتغال مولد، بهره‌وری منابع انسانی، رفاه اجتماعی و توسعه است. هدف از این پژوهش، تحلیل میزان اثرگذاری عوامل مؤثر بر نوآوری در فرآیند کارآفرینی شهرستان فاروج است تا با شناخت و تقویت عوامل اثرگذار گامی در مسیر توسعه‌ی مناطق روستایی برداشته شود. برای رسیدن به هدف تحقیق، از روش تحقیق ترکیبی (توصیفی-تحلیلی) استفاده شده است. جامعه‌ی آماری، کلیه‌ی کارآفرینان و افراد نمونه و موفق در روستاهای شهرستان است که طی ۱۰ سال به‌عنوان باغدار و کشاورز نمونه بوده‌اند و به تعداد ۶۳ نفر به صورت تمام‌شماری انتخاب شده‌اند. روایی ابزار پژوهش با بهره‌گیری از نظرات کارشناسان و پایایی آن با ضریب آلفای کرونباخ ($\alpha=0/898$) تأیید شد. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها در دو سطح آمار توصیفی و استنباطی از نرم‌افزار SPSS و متناسب با مقیاس متغیرها از آزمون‌های خی دو، فریدمن، همبستگی پیرسون و تحلیل مسیر استفاده شد. نتایج آمارهای توصیفی پژوهش مشخص می‌کنند که شاخص ویژگی‌های فردی با آماره‌ی ۳,۳۷ و شاخص فرهنگی و قانون‌گذاری با آماره‌ی ۳,۲۹ بالاترین میانگین را به‌عنوان شاخص‌های ساختاری نوآوری روستایی دارد. نتایج آزمون فریدمن به منظور مقایسه‌ی میزان تأثیر و اولویت‌بندی هر یک از شاخص‌های مؤثر در نوآوری نشان می‌دهد که ویژگی‌های فردی (با میانگین رتبه‌ای ۵,۸۶) بالاترین اولویت و شاخص خارجی، کم‌ترین اولویت را دارد. با توجه به نتایج همبستگی پیرسون مشخص شد بین شاخص‌های فردی، آموزش و پژوهش، اقتصادی و زیرساختی با سطح کارآفرینی آن‌ها رابطه‌ی مثبت و معناداری وجود دارد. همچنین بر اساس نتایج حاصل از تحلیل مسیر شاخص فردی با ضریب تأثیر ۰,۳۳۴ و در مرتبه‌ی بعد شاخص آموزش و پژوهش با ضریب تأثیر ۰,۲۳۸ و شاخص اقتصادی با ضریب تأثیر ۰,۱۳۱ بیش‌ترین تأثیر را بر شکل‌گیری کارآفرینی روستایی دارند.

واژگان کلیدی: عوامل ساختاری، ویژگی‌های فردی، نوآوری، کارآفرینی روستایی، شهرستان فاروج.

* Email:shayan34@yahoo.com

۱. نویسنده‌ی مسئول:

این مقاله برگرفته از رساله‌ی دکتری محمدرضا دربان آستانه است.

۱- مقدمه

با ورود به هزاره‌ی جدید و با توجه به تغییرات سریع در صنعت فناوری در سراسر دنیا، رقابت‌پذیری و بقای نهایی یک سازمان به توانایی آن در توسعه و تولید محصولات و خدمات جدید و نوآورانه وابسته است (سعیداردکانی، ۱۳۹۲: ۱۳۶). اقتصاددانان، محققان و مدیران می‌دانند که لازمه‌ی سعادت و سلامت پایدار در هر جامعه، نوآوری است؛ چراکه معیاری برای تمایز جوامع و ایجاد رقابت میان آن‌هاست. سرمایه‌گذاری در نوآوری، برای استفاده‌ی مفید از منابع، افزایش بهره‌وری، گسترش تجارت جهانی و بالا بردن سطح رفاه فردی و اجتماعی و یا به عبارت دیگر سطح استانداردهای زندگی لازم است.

در ایران تفاوت نگاه به کارآفرینی با سایر کشورها خصوصاً کشورهای توسعه‌یافته است که خود موجب توسعه‌نیافتگی شده است و آن راه‌اندازی هر شغل و فعالیتی به نام کارآفرینی است، در صورتی‌که اکثر این فعالیت‌ها نوعی اشتغال‌زایی و تکرار فعالیت‌های رایج بدون نوآوری در محصول است که باعث ایجاد نوعی آفت در روند تولید ایجاد شده و به مرور تقاضا برای آن محصول نه تنها افزایش نیافته، بلکه کاهش یافته نیز یافته است و غیرقابل رقابت می‌شود. همچنین امروزه شاهد منسوخ شدن و از بین رفتن بسیاری از فعالیت‌ها و شغل‌ها در سطح کشور و منطقه هستیم که موجب بیکار شدن بخش عظیمی از نیروهای فعال در بخش سنتی شده است. از سوی دیگر، دولت تفاوت چندانی بین آغازگران یک فعالیت تکراری و نوآوران خصوصاً در دریافت مشوق‌های مالی قائل نیست؛ بنابراین باید مفهوم کارآفرینی با تأکید بیش‌تر بر مقوله‌ی نوآوری دوباره تبیین و القا شود.

نبود تفکر نوآورانه و تمایل به تولید سنتی از یک‌سو و اتکا به اقتصاد تک‌محصولی نفت و نوسانات قیمت آن و تحریم‌ها از سوی دیگر موجب شده تا سهم ایران در تجارت جهانی بسیار ناچیز باشد. سهم ایران در صادرات جهانی از رقم ۱/۹۶ درصد در ۳۸ سال قبل به کم‌تر از ۰/۳٪ در حال حاضر رسیده است. اگر سهم ۱/۴ درصد از جمعیت جهان در ۲۰ سال آینده را به ایران اختصاص دهیم، ۱/۴ درصد از صادرات جهانی نیز باید مربوط به ایران باشد؛ بنابراین باید نرخ رشد صادرات کشور در این ۱۸ سال به‌طور مستمر بالای ۱۸ درصد باشد تا بتوانیم در آن موقع به صادراتی به میزان ۲۰۰ میلیارد دلار که سهم واقعی کشورمان است، دست یابیم (میرقربانی گنجی، ۱۳۹۲: ۱۵۱).

در حال حاضر روستاهای کشور توان تأمین و پاسخ‌گویی به نیازهای کشور، خصوصاً در بخش تولید مواد غذایی موردنیاز را ندارند و با افزایش روزافزون جمعیت کشور به‌خصوص جمعیت شهرنشین، نیاز به مواد غذایی و محصولات تولیدی روستا بیش‌تر شده و نیاز به افزایش روزافزون میزان کمی و کیفی تولیدات روستای است. متأسفانه طی سال‌های بعد انقلاب بارها شاهد شدت یافتن تحریم‌های خارجی بر کشور بوده‌ایم، خصوصاً در سال‌های اخیر تحریم‌های نفتی نیز بر آن افزوده شده است. از سوی دیگر سطح نوآوری در تولیدات روستایی در کشورهای جهان، خصوصاً توسعه‌یافته بسیار افزایش یافته و تولیدات روستایی داخلی توان رقابت با محصولات مشابه خارجی را نداشته، حتی در بعضی محصولات استراتژیک توان تأمین نیاز داخلی را ندارد. تنها مسیر برون‌رفت از شرایط دشوار فعلی در تأمین نیاز داخلی و تأمین ارز موردنیاز جایگزین نفت تحریمی، اتکا به نوآوری در تولید به نسبت شرایط هر منطقه است.

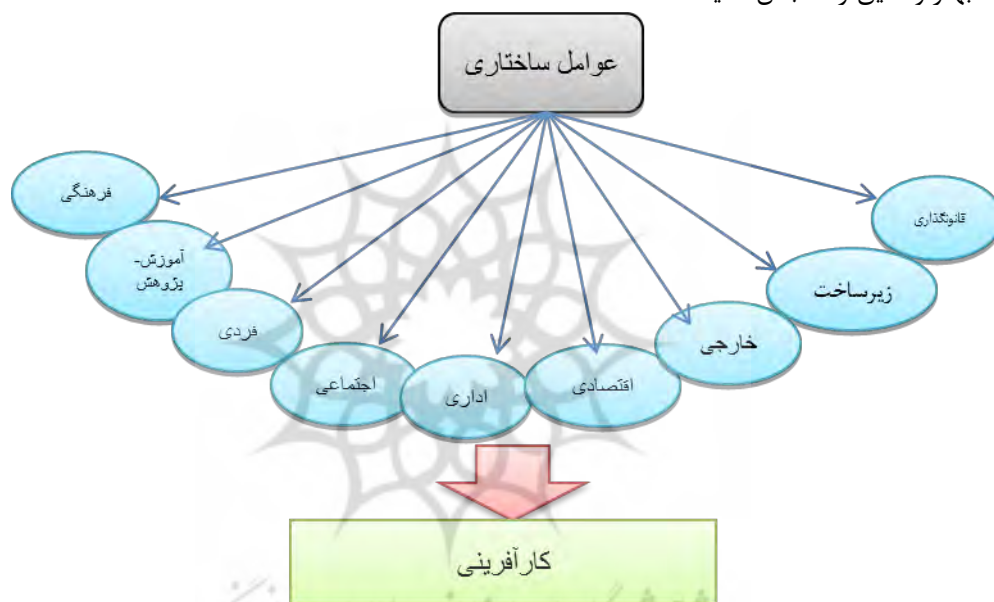
نرخ پایین اشتغال به صنعت و نرخ بالای بیکاری در شهرستان و کاهش شدید جمعیت بعضی از روستاها طی دوره‌ی سرشماری ۱۳۸۵ تا ۱۳۹۵ را می‌توان دلیل اهمیت درک چالش‌های فراروی نوآوری روستایی دانست. کل جمعیت شهرستان فاروج طبق سرشماری ۱۳۹۰ معادل ۵۲۳۶۴ نفر بوده است که از این تعداد جمعیت شهری ۱۵۵۵۸ نفر و جمعیت روستایی ۳۶۸۰۶ نفر بوده است. در آخرین سرشماری انجام‌شده در سال ۱۳۹۵ متأسفانه جمعیت کل شهرستان ۴۹۲۷۱ نفر ثبت شده است؛ یعنی جمعیت طی ۵ سال ۲۹۹۳ نفر کاهش داشته است و با توجه به میزان جمعیت روستایی که ۷۴٫۶ درصد کل جمعیت شهرستان را شامل می‌شود، این موضوع از دو جنبه می‌تواند گویای اهمیت مسئله باشد. اول اینکه جمعیت شهرستان طی دو دوره‌ی سرشماری به فاصله‌ی زمانی پنج سال کلاً رشد منفی داشته و این نشان از ناتوانی شهرستان در اشتغال‌زایی و جذب نیروی کار است که موجب افزایش بیکاری، مهاجرت و

رشد منفی جمعیت شده است. نکته‌ی دوم جمعیت بسیار بالای روستایی شهرستان و وجود پتانسیل‌های محیطی خصوصاً کشت سه محصول صادراتی از جمله زعفران، انگور بی‌دانه (کشمش) و گردو است که نشان‌دهنده‌ی اهمیت موضوع نوآوری در توسعه و اشتغال‌زایی است. تحقیق حاضر با هدف تحلیل اثرگذاری عوامل ساختاری نوآوری در فرآیند کارآفرینی روستایی شهرستان فاروج تدوین شده است و درصدد پاسخ‌گویی به سؤال زیر است:

- عوامل ساختاری مؤثر بر نوآوری به چه میزان بر سطح کارآفرینی روستاییان شهرستان فاروج تأثیرگذار بوده است؟

۱-۱- عوامل ساختاری مؤثر بر نوآوری در کارآفرینی

عوامل ساختاری مؤثر بر نوآوری در کارآفرینی در ۹ شاخص و ۵۸ گویه طبق چهارچوب زیر استخراج گردیده است. اگرچه در سطح کشوری با توجه به نگاه کلی قابل‌بررسی است، لیکن در سطح شهرستان مورد مطالعه بعضی شاخص‌ها کاربردی نبوده، لذا چارچوب خاص از این چارچوب کلی توسط پژوهشگر استخراج گردیده است تا مسائل را به نسبت منطقه بهتر و دقیق‌تر سنجش نماید.



شکل ۱: مدل مفهومی تحقیق

۲- پیشینه‌ی تحقیق

مطالعه‌ی پژوهش‌های قبلی می‌تواند برای محقق جهت شناخت موضوع و تطبیق اهداف مطالعه مؤثر واقع شود. در این خصوص به بخشی از آثار داخلی و خارجی که در روند تهیه و تکمیل این پژوهش نقش داشته‌اند، اشاره می‌شود. اگرچه در خصوص عوامل ساختاری مؤثر بر نوآوری در فرآیند کارآفرینی روستایی در ایران تحقیق خاصی صورت نگرفته است، در مورد نوآوری‌های روستایی نیز پژوهشی به صورت سیستمی انجام پذیرفته است. پژوهش‌های انجام‌شده در زمینه‌ی کارآفرینی و نوآوری روستایی در جدول (۱) آمده است.

جدول ۱: تحقیقات انجام‌شده در ارتباط با نوآوری و کارآفرینی روستایی

نویسنده	عنوان	نتایج
رکن‌الدین افتخاری و سجاسی (۱۳۸۹)	توسعه‌ی روستایی با تأکید بر کارآفرینی	کارآفرینی را به‌عنوان موتور حرکت توسعه و از جمله توسعه‌ی اقتصادی روستا دانسته‌اند و کارآفرینان را عامل انرژی بخش و به

نویسنده	عنوان	نتایج
		جریان انداختن حرکت و ایجادکننده‌ی خلاقیت و نوآوری دانسته‌اند.
فراهانی و همکاران (۱۳۹۰)	نقش کارآفرینی روستایی در توسعه‌ی پایدار روستایی (مطالعه‌ی موردی: دهستان زین‌آباد)	ایجاد اشتغال و مهم‌ترین ابزار آن کارآفرینی است که باعث کاهش بیکاری، افزایش بهره‌وری افراد و منابع و در نتیجه سبب افزایش درآمد مردم می‌شود.
علیدوست و همکاران (۱۳۹۱)	اولویت‌بندی موانع توسعه‌ی کارآفرینی زنان روستایی گرمسار	موانع اقتصادی و آموزشی مهم‌ترین موانع در مسیر توسعه‌ی کارآفرینی است
سعید اردکانی (۱۳۹۲)	شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه‌ی نوآوری فردی	عوامل هفت‌گانه‌ی شامل تعامل، رهبری، ارتباطات، دانش، یکپارچگی، حمایت سازمانی و انگیزش اثر معنی‌داری بر نوآوری دارند. از بین این عوامل متغیر دانش، تأثیر بیش‌تری بر نوآوری می‌گذارد.
قدیری و همکاران (۱۳۹۳)	موانع توسعه‌ی کارآفرینی روستایی در دهستان غنی بیگلو زنجان	مهم‌ترین موانع پایین بودن احساس تعلق میان جوانان روستا، نبود فرصت‌های کاری مناسب در روستا، فقر روستایی و پایین بودن سرمایه‌ی مالی، نبود تجربه‌ی ایجاد کسب‌وکار جدید و پایین بودن تجربه‌ی کاری در واحدهای تولیدی، پایین بودن ریسک‌پذیری شغل جدید و عدم امکان تغییر شغل در محیط روستا
حیدری ساربان (۱۳۹۳)	مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار بر موفقیت کارآفرینان روستایی	شش مؤلفه مؤثر بر موفقیت کارآفرینان توانمندسازی، تقویت زیرساخت‌های اقتصادی، قانونی و اطلاع‌رسانی، تقویت انگیزش و تجاری‌سازی کشاورزی، نهادسازی و ظرفیت‌سازی و تقویت مشارکت اجتماعی و تجمیع روستاهای پراکنده دانسته که عامل توانمندسازی و تقویت زیرساخت اقتصادی مهم‌ترین عامل بوده است
شهبازی و همکاران (۱۳۹۳)	بررسی تأثیر کارآفرینی و نوآوری بر رشد اقتصادی	تأثیر توسعه‌ی فعالیت‌های کارآفرینانه و همچنین پیشرفت در زمینه‌ی نوآوری‌های فنی بر عملکرد اقتصادی را تأیید و به این نتیجه دست یافتند که تأثیر مثبت و معنی‌داری بین کارآفرینی و نوآوری با رشد اقتصادی دارد
رضوان و همکاران (۱۳۹۴)	شناسایی چالش‌های بازاریابی کارآفرینی کشاورزی شهرستان کرمانشاه	موانع سیاسی، اقتصادی و فنی به‌عنوان چالش‌های مهم بازاریابی کارآفرینان شناسایی شدند. چالش‌هایی همچون ضعف نظام قیمت‌گذاری، نامناسب بودن سامانه اطلاعات، کمبود امکانات زیرساختی و...
قادرمرزی و همکاران (۱۳۹۴)	شناسایی موانع توسعه کارآفرینی زنان روستایی در دهستان شلیل شهرستان اردل	سه متغیر عدم پشتوانه‌ی مالی و پس‌انداز کافی، نداشتن وثیقه‌ی ضامن برای استفاده از اعتبارات دولتی و عدم توانایی در رقابت با مردان در عرصه‌ی اقتصاد و تجارت را به ترتیب مهم‌ترین موانع توسعه‌ی کارآفرینی زنان شناسایی کرده‌اند.
patel and charda (2013)	موانع و چالش‌های کارآفرینی روستایی هند	مهم‌ترین موانع روستایی را به ترتیب مشکلات مالی، بازار، مدیریت و پایین بودن سطح مهارت منابع انسانی می‌داند.
Martin (2010)	نقش کارآفرینی اجتماعی در بین کشاورزان مطالعه‌ی موردی کشاورزان کنیا	موفقیت کارآفرینی تا حدودی مرتبط به خود فرد و نهاد رهبری است اما آشنایی فرهنگ و یادگیری گروهی نیز در برنامه توسعه‌ی کارآفرینی مؤثر بوده است
Poon (2012)	نقش سرمایه‌ی اجتماعی در	وجود سرمایه اجتماعی، تمایل زنان از کارآفرینی خانوادگی را به

نویسنده	عنوان	نتایج
	کارآفرینی زنان در مناطق روستایی (مطالعه‌ی موردی: کشور ویتنام)	کارآفرینان سازمانی افزایش می‌دهد و دسترسی و فاصله تا بازار نیز در آن تأثیر دارد
Saxena (2012)	موانع واقعی پیشروی کارآفرینی روستایی	راهکارهای توسعه‌ی کارآفرینی را تأمین مالی و دادن تسهیلات به کارآفرینان، ایجاد انگیزه کارآفرینی در جوانان، آموزش مهارت‌های کارآفرینی و حمایت دولت از کارآفرینان می‌داند.
Santhi & Kumar (2011)	کارآفرینی، چالش‌ها و فرصت‌ها	مهم‌ترین موانع کارآفرینی را موانع خانوادگی، اجتماعی، فن‌آوری، مالی و سیاسی می‌داند.
Rosa preis (2016)	هوشمندسازی تخصصی و نوآوری در مناطق روستایی	بعد نوآوری‌های روستایی در رشد اقتصادی و توسعه‌ی مناطق و در ارتباط با منابع و عوامل انسانی نادیده گرفته شده است

منبع: (یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۸)

همان‌طور که به صورت مختصر نشان داده شد، هر یک از محققان از جنبه یا بعد خاصی به عوامل مؤثر در توسعه‌ی کارآفرینی مناطق روستایی توجه کرده‌اند و مهم‌تر از همه اینکه به عامل نوآوری که کلید اصلی کارآفرینی است یا اشاره نشده و یا به‌طور سطحی مورد مطالعه قرار گرفته است و اولین بار در این تحقیق به‌طور جامع مورد مطالعه و بررسی قرار گرفته است.

۳- مبانی نظری

۳-۱- نقش و اهمیت نوآوری و کارآفرینی در توسعه‌ی روستایی

توسعه‌ی کارآفرینی روستایی به معنای افزایش حمایت و ایجاد کارآفرینی بیش‌تر است و این مستلزم ایجاد جوامع کارآفرین و ایجاد تغییرات فرهنگی در مردم نواحی روستایی است که پتانسیل‌های کارآفرینان را بپذیرند (1495- Radulescu, Mariana, Moicaa:2014). به‌طور کلی یکی از عوامل مؤثر در توسعه‌ی روستایی، کارآفرینی است؛ زیرا کارآفرینی می‌تواند با خلق فرصت‌های جدید اشتغال و درآمد، نقش مؤثری در بهبود اقتصادی و معیشتی روستاها داشته باشد. به همین دلیل، سنجش میزان کارآفرینی روستاییان و تلاش برای توسعه و تقویت کارآفرینی در فرآیند توسعه‌ی روستایی از طریق فراهم کردن زمینه‌های اولیه‌ی آن از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است (حیدری مکرر و محبی، ۱۳۹۱: ۸). نوآوری عمل مختص کارآفرین است. نوآوری فرآیندی است که کارآفرینان توسط آن فرصت‌ها را به ایده‌های قابل‌عرضه تبدیل می‌کنند و به کمک این ابزار به تغییرات شتاب می‌بخشند. کارآفرینان ایده‌های خلاق را با فرصت‌های بازار ترکیب کرده و با فعالیت مستمر و پیگیر به یک فرصت کارآفرینانه تبدیل می‌کنند.

زمینه‌های استفاده از نوآوری در نواحی روستایی بسیار گسترده و متنوع است. در واقع این نواحی، محیط بکری برای بروز نوآوری محسوب می‌شوند. فعالیت‌های مربوط به بخش کشاورزی از جمله زراعت، باغداری، پرورش انواع دام و طیور، زنبور عسل و فعالیت‌های جنگل‌داری، آبخیزداری و حفظ منابع طبیعی، حفظ محیط زیست، توسعه‌ی صنایع روستایی (صنایع دستی، خانگی، کارگاهی و کارخانه‌ای)، گردشگری روستایی، مسکن روستایی و بهسازی محیط روستاها مهم‌ترین زمینه‌های بروز نوآوری در نواحی روستایی است. در واقع کلیه‌ی اقدامات و فعالیت‌هایی که می‌تواند به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم به ایجاد اشتغال و افزایش درآمد و بهره‌برداری مطلوب و پایدار و به‌طور کلی به بهبود کیفیت زندگی در نواحی روستایی یاری رسانند، در قلمرو نوآوری روستایی قرار می‌گیرند. افراد کارآفرینی که نوآور هستند، در فرآیند ایجاد خلاقیت با تحمل و ریسک‌پذیری در یک فضای نامعین و عدم قطعیت موفق‌تر هستند (Giulia Faggio & Olmo Silva-2014-68). از دیدگاه شومپیتر کارآفرین، نیروی محرکه‌ی اصلی توسعه‌ی اقتصادی است و

نقش وی عبارت است از؛ نوآوری یا ایجاد ترکیب تازه‌ی مواد. وی در کتاب نظریه‌ی اقتصاد پویا اشاره می‌کند که تعادل پویا از طریق نوآوری و کارآفرینی ایجاد می‌گردد و این دو مشخصه‌ی یک اقتصاد سالم هستند (احمدپور داریانی، ۱۳۸۱: ۱۰). روستا به‌عنوان مکانی با ویژگی‌های اقتصادی خاص خود از نظر کارآفرینی جایگاه خاصی را در دانش اقتصادی بر عهده دارد؛ زیرا اکثر صاحب‌نظران توسعه‌ی روستایی یکی از عمده مشکلات روستایی را پایین بودن نرخ بهره‌وری، کمبود سرمایه و منابع مالی، بیکاری و اشتغال ناقص، مهاجرت، فقر و تنگدستی می‌دانند؛ بنابراین کارآفرینان در اجتماع روستایی باعث پویایی و افزایش بهره‌وری می‌شوند (رکن‌الدین افتخاری و سجاسی، ۱۳۸۹: ۷۳).

نوآوری و توسعه‌ی تکنولوژی، نتیجه‌ی مجموعه‌ی پیچیده‌ای از روابط میان عناصر فعال در نظامی است که آن را نظام نوآوری می‌نامند. از دید نظام‌های نوآوری برای داشتن یک نوآوری موفق، تعامل بین عامل‌های متفاوت درگیر در فرآیند نوآوری مهم است، هرگز بنگاه‌ها در انزوا نوآوری نمی‌کنند. شبکه‌های نوآوری یک قاعده می‌باشند و بیش‌ترین فعالیت نوآورانه در میان نقش‌آفرینان چندگانه است. برای نوآوری موفق، شرکت‌ها به دانش مکمل و دانش فنی موجود در شرکت‌ها و سازمان‌های غیر از خودشان وابسته هستند. نوآوری، فرآیند جستجوی فعال برای وصل شدن به منابع جدید دانش و فناوری جدید در محصولات و فرآیند جدید است (بدای، ۱۳۸۸: ۳).

از آنجایی که قرن حاضر نویدبخش تغییر و تحولات، پیچیدگی و رقابت بسیار است، هر سازمانی نیازمند بهبود مستمر و یا بنیادی برای دستیابی به رشد و مزیت رقابتی است. لذا رهبران سازمان‌های امروزی باید نوآوری را به کیفیت و بهره‌وری و نیز به‌عنوان یک اصل راهبردی در سراسر یک سازمان نهادینه سازند (سعید اردکانی و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۳۵). کارآفرینان، خلاقیت و نوآوری را از طریق یک فرآیند ساخت‌یافته و منظم به نیازها و فرصت‌های بازار پیوند می‌دهند. نوآوری از اعمال کلیدی در فرآیند کارآفرینی به شمار می‌رود. شومپیتر معتقد است که با فرآیند تخریب خلاق، سازمان‌های کهنه و کم‌تحرک و با بهره‌وری پایین تخریب می‌شوند و سازمان جدید جای آن‌ها را می‌گیرد (احمدی و درویش، ۱۳۸۷: ۶۵).

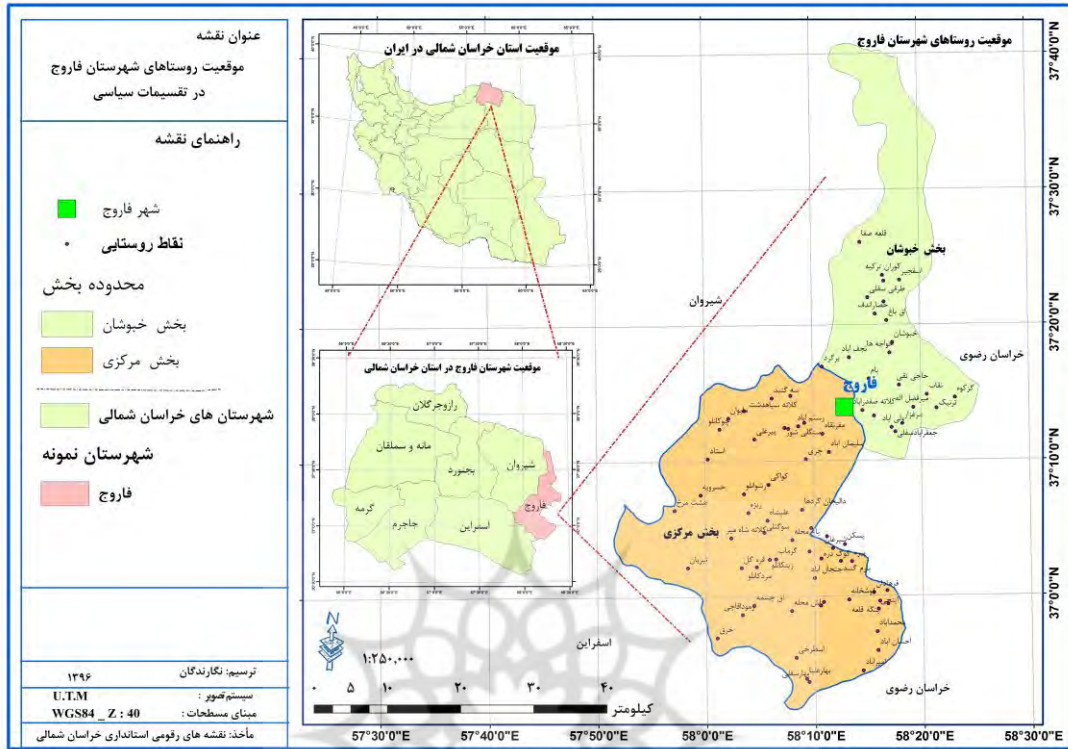
شاخص نوآوری جهانی یک پروژه‌ی رو به رشد و بهبود است. این شاخص به دو زیر شاخص تقسیم می‌شود. بخش ورودی شامل پنج رکن نهاده‌ها، سرمایه‌ی انسانی و تحقیقات، زیرساخت، پیچیدگی بازار و پیچیدگی کسب و کارورزی است و شاخص خروجی شامل دو رکن خروجی دانش و فناوری و خروجی خلاقانه است. در جدول فوق وضعیت شاخص نوآوری از سال ۲۰۱۲ بررسی شده است.

مؤسسه‌ی لگاتوم^۲ از سال ۲۰۰۹ میلادی تاکنون برای ارزیابی و مقایسه‌ی میزان رفاه کشورها با تنظیم شاخص ترکیبی رفاه که بر اساس فاکتورهای گوناگونی نظیر ثروت، رشد اقتصادی و کیفیت زندگی تنظیم می‌شود، سالانه در سطحی جهانی به رتبه‌بندی کشورها می‌پردازد. متأسفانه ایران رتبه‌ی ۱۱۹ را در بین ۱۶۷ کشور در سال ۲۰۱۹ کسب نموده است و در فرصت‌های کارآفرینی رتبه‌ی ۱۴۹ را داراست که به نسبت وسعت و جمعیت می‌بینیم که ایران در جایگاه بسیار پایین قرار گرفته است (Legatum prosperity Index: 2019). هدف از این تحقیق، تأکید بر رویکرد نوآورانه است. با توجه به اهمیت نوآوری و کارآفرینی در جهان و جایگاه ایران در عرصه‌های بین‌المللی می‌توان به اهمیت موضوع تحقیق پی برد. لذا در ادامه مبانی نظری به عوامل ساختاری مؤثر بر نوآوری اشاره و توضیح مختصری ارائه گردیده است.

۴- محدوده‌ی مورد مطالعه

شهرستان فاروج واقع در شرق استان خراسان شمالی با ۱۶۱۵ کیلومتر مربع وسعت، ۶ درصد از مساحت کل استان را به خود اختصاص داده است. این شهرستان بین مدارهای ۳۶ درجه و ۵۳ دقیقه تا ۳۸ درجه و ۱۵ دقیقه عرض شمالی و ۵۷ درجه و ۵۸ دقیقه تا ۵۸ درجه و ۲۰ دقیقه طول شرقی از نصف‌النهار گرینویچ واقع است. از سمت شرق

به شهرستان قوچان، از شمال به کشور ترکمنستان و بخش باجگیران در خراسان رضوی، از جنوب به شهرستان‌های اسفراین، سبزوار و نیشابور و از غرب به شهرستان شیروان محدود است. ارتفاع متوسط آن از سطح دریا، ۱۱۹۶ متر است (سالنامه‌ی آماری خراسان شمالی، ۱۳۹۲).



شکل ۲: تقسیمات سیاسی و موقعیت شهرستان فاروج (منبع: مرکز آمار ایران)

۵- روش‌شناسی تحقیق

روش تحقیق در این نوشتار بر اساس هدف از نوع کاربردی و بر اساس ماهیت، توصیفی-تحلیلی است. جامعه‌ی آماری تحقیق، کلیه‌ی کارآفرینان و افراد موفق در روستاهای شهرستان فاروج می‌باشند که به‌عنوان باغدار و کشاورز نمونه انتخاب شده‌اند که آمار آن‌ها را از ادارات صنعت و معدن، تعاون، جهاد کشاورزی و فرمانداری اخذ گردیده است که با توجه به معلوم بودن حجم جامعه‌ی هدف که تعداد آن‌ها ۶۳ نفر است و با توجه به اینکه تعداد آن‌ها نیز زیاد نیست، جامعه‌ی آماری تمام شماری می‌گردد و با مراجعه به آن‌ها پرسشنامه تحقیق تکمیل می‌گردد. ابزار گردآوری داده‌ها در بخش میدانی، پرسشنامه‌ای با ۵۸ سؤال است که برای تحلیل عوامل ساختاری مؤثر بر نوآوری در فرآیند کارآفرینی در قالب طیف پنج‌درجه‌ای لیکرت تهیه شد. برای معتبرسازی پرسشنامه‌ی پژوهش، پرسشنامه‌ی طراحی‌شده، ابتدا در اختیار متخصصان و اساتید صاحب‌نظر و همچنین کارشناسان جهاد کشاورزی قرار گرفت و پس از اخذ نظریات اصلاحی و تعدیل برخی موارد، مرحله‌ی پیش‌آزمون پرسشنامه با دو نفر از اساتید و کارشناسان به‌عنوان نمونه‌ی مقدماتی انجام شد. یکی از روش‌های موجود به‌منظور تعیین قابلیت اعتماد (پایایی) ابزار اندازه‌گیری، روش سنجش سازگاری درونی آن است که در این پژوهش با ضریب آلفای کرونباخ اندازه‌گیری شد و با ضریب آلفای ۰/۸۹۸ پایایی پرسشنامه تأیید شد. جدول شماره‌ی (۲) ضریب آلفای کرونباخ در متغیرهای پژوهش را نشان می‌دهد. درنهایت ۶۳ مصاحبه با نوآوران و کارآفرینان نمونه انجام شد.

در مرحله‌ی بعد با استفاده از نرم‌افزار SPSS و انجام شیوه‌های مختلف آماری (آمار توصیفی و استنباطی) به تجزیه و تحلیل داده‌های کمی پرداخته شده است. جهت بررسی نرمال بودن توزیع داده‌ها از آزمون کولموگروف-

اسمیرنوف استفاده شد. سپس برای اولویت‌بندی عوامل ساختاری نوآوری و سطح کارآفرینی روستایی با توجه به نوع داده‌ها از آزمون‌های خی دو و فریدمن، همبستگی پیرسون و تحلیل مسیر با رگرسیون چندگانه استفاده گردید.

جدول ۲: ضریب آلفای کرونباخ شاخص‌های ساختاری نوآوری و کارآفرینی روستایی

شاخص	گویه	تعداد سوالات	ضریب آلفا کرونباخ
قانون‌گذاری	درک و شناخت نمایندگان مجلس از ظرفیت مناطق روستایی، دسترسی روستاییان به فناوری‌های سایر کشورها با سیاست‌گذاری‌های دولتی، تأمین منافع نوآوری روستایی با قوانین مالکیت فکری و معنوی کشور، شفافیت قوانین ثبت نوآوری روستایی کشور، واگذاری‌های امور دولت به شرکت‌های تابعه دولت، روند خصوصی‌سازی، وجود قوانین نظارتی مجلس، نقش نمایندگان مجلس به‌عنوان ناظر بر اجرای قوانین	۸	۰,۸۰۷
زیرساختی	دسترسی روستاییان به سوخت‌های فسیلی از جمله نفت، گازوئیل و بنزین، سهولت دسترسی روستاییان به جاده و راه‌آهن و بندرها، هزینه‌های حمل کالاهای تولیدی روستاییان در کشور، دسترسی روستاییان به منابع انرژی از جمله آب، برق و گاز و غیره، هزینه‌های انرژی مصرفی (آب، برق و گاز)، دسترسی روستاییان به پهنای باند اینترنت خوب و پوشش شبکه باکیفیت، اهمیت دسترسی به تلفن، موبایل و پوشش شبکه (آنتن‌دهی)	۷	۰,۷۶۱
آموزشی	موفقیت آموزش و پرورش در کسب مهارت و توانمندسازی افراد، تأثیر دوره‌های آموزشی ترویجی و یا کارگاهی، تأثیر ارتباط دانشگاه با صنعت در افزایش توانمندی افراد، هماهنگی رشته‌های تحصیلی دانشگاهی با آموزش نوآوران در محیط روستایی، نقش دانشگاه در خلق دانش و تکنولوژی و حمایت از نوآوران روستایی، وجود شرایط دسترسی سریع به دانش‌های نوآورانه برای کارآفرینان روستایی، وجود دستاوردهای پژوهش و فنی در جهت ارتقاء تولید و کاهش هزینه‌ها، تعامل و رابطه با کشورهای پیشرو در نوآوری‌های روستایی	۸	۰,۷۲۳
اقتصادی	ارائه تسهیلات و اعتبارات بانکی در جهت تسهیل نوآوری روستایی، کاهش سطح نوآوری‌ها در تولید در نتیجه تورم، تأثیر تورم در اختلال فضای رقابتی و نوآوری، استقبال بانک‌ها از سرمایه‌گذاری در بخش نوآوری‌های روستاییان، نقش قوانین دریافت مالیات از مشاغل در تقویت فعالیت‌های نوآورانه، صرف درآمدهای نفتی در بخش نوآوری‌های روستاییان	۶	۰,۷۴
اداری و مدیریتی	توانمندی‌های مدیران سازمان مرتبط در نوآوری روستایی، فرآیند انجام امور اداری در تسهیل‌کننده نوآوری روستایی، تعدد دستگاه‌های دولتی و موازی کاری، انجام امور اداری با فناوری‌های جدید، سیاست‌های تشویقی ترغیب‌کننده بیش‌تر فعالیت‌های نوآورانه، تأثیر وجود آشنایی در سیستم اداری در تسریع انجام امور اداری	۶	۰,۷۵۸
خارجی	وجود نامنی در کشورهای همسایه و افزایش ریسک تجاری، آثار تحریم‌ها در کاهش نوآوری روستایی، جایگاه محصولات ایرانی در دنیای رقابت جهانی، سفرهای خارجی و داخلی کارآفرینان روستایی جهت اطلاع از آخرین فناوری، نقش رقابت‌پذیری با کشورهای جهان در افزایش نوآوری روستایی، طولانی بودن روند صادرات و واردات و همچنین نقش قاچاق کالا در کاهش انگیزه نوآورانه روستایی، عدم عضویت ایران در پیمان‌های تجاری در جهان در کاهش نوآوری، نقش تغییرات سریع در بهبود کیفیت محصولات تولیدی در جهان در نوآوری	۹	۰,۷۸۱
فردی	تأثیر پایگاه اجتماعی فرد در جامعه روستایی در افزایش انگیزه نوآوری، تأثیر موقعیت خانواده در محیط روستایی در نوآوری، تأثیر جنسیت (زن یا مرد) در نوآوری روستایی، تأثیر سطح تحصیلات در نوآوری روستایی، تأثیر استعداد و خلاقیت ذاتی در نوآوری افراد روستایی	۵	۰,۶۸۷
اجتماعی	نقش دیدگاه جامعه نسبت به نوآوران در ارتقاء انگیزه، اثرات تجربیات نوآوران پیشین در تشویق	۴	۰,۶۹

شاخص	گویه	تعداد سؤالات	ضریب آلفا کرونباخ
	جامعه به سمت نوآوری‌ها جدید، انجام گروهی امور و یا تبادل اطلاعات در بالا بردن انگیزه‌های نوآوری، تأثیر شغل و حرفه والدین در نوآوری افراد		
فرهنگی	نقش پیشینه‌ی فرهنگی و سنت‌ها در توسعه‌ی نوآوری، نقش دین و اعتقادات مذهبی در نوآوری روستایی، نقش ارزش‌های جامعه‌ی روستایی در توسعه‌ی نوآوری محیط‌های روستایی، نقش اعتماد به سرنوشت و تقدیر در نوآوری محیط روستایی، نگاه منفی جامعه روستایی به ثروت‌اندوزی در کاهش انگیزه‌ی نوآوری	۵	۰,۷۱۲
	عوامل ساختاری نوآوری روستایی	۵۸	۰,۸۹۸
متغیر سطح کارآفرینی روستایی	میزان موفقیت در شناسایی و ورود به بازارهای جدید محصولات، میزان موفقیت در رشد سطح درآمد سالیانه، میزان افزایش بهره‌وری و افزایش راندمان سالانه محصولات، میزان استفاده از روش‌ها و شیوه‌های جدید تولید، میزان توجه به تولید و ارائه‌ی محصولات جدید و متنوع، میزان جذب سرمایه و منابع گوناگون مالی، میزان استفاده از شیوه‌های خلاقانه و متفاوت‌تر از دیگران در حرفه خود، میزان ایجاد فرصت‌های شغلی جدید، میزان استفاده از روش‌های متنوع و جدید در توزیع و فروش، میزان استفاده از ابزار و فناوری جدید در تولید	۱۰	۰,۶۵۸

منبع: (یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۸)

۶- یافته‌های تحقیق

۶-۱- ویژگی‌های فردی پاسخ‌گویان

بر اساس نتایج به‌دست‌آمده، از ۶۳ نفر نوآوران روستایی، حدود ۴۶ درصد پاسخ‌گویان دارای سن ۲۱ تا ۳۰ سال می‌باشند و از نظر جنسیت ۷۶/۲ درصد از پاسخ‌گویان مردان هستند که ۷۲/۱۱ درصد آن‌ها متأهل بوده‌اند. از نظر سطح تحصیلات، فقط ۷,۹ درصد پاسخ‌گویان بی‌سواد و ۵۵,۶ درصد نیز دارای مدرک دیپلم و لیسانس و بالاتر هستند. همچنین با بررسی زمینه‌ی نوآوری روستاییان، از میان ۶۳ کارآفرین روستایی ۳۱/۷ درصد در کشاورزی، ۱۴/۳ درصد در صنایع تبدیلی و ۳۰/۲ درصد در فعالیت‌های صنعتی صورت گرفته است.

اکثریت کارآفرینان روستایی مورد مطالعه، بدون الگوگیری از اشخاص موفق در حوزه‌ی فعالیت فعلی، کار خود را شروع کرده‌اند. میزان رضایت اکثر افراد مورد مطالعه از وضعیت اقتصادی گذشته خود (قبل از راه‌اندازی کسب‌وکار فعلی)، در حد متوسط و ضعیف بوده است. بر اساس یافته‌های پژوهش، تنها ۴۳ درصد از افراد، سابقه فعالیت در شغل دیگری را پیش از شروع کسب‌وکار فعلی خود داشته‌اند.

۶-۲- تجزیه و تحلیل عوامل مؤثر بر نوآوری در فرآیند کارآفرینی روستایی

عوامل مربوط به قانون‌گذاری: بر اساس یافته‌های پژوهش، میانگین رتبه‌ای شاخص‌های قانون‌گذاری مورد مطالعه پایین‌تر از مقدار متوسط است و تنها شاخص‌های درک و شناخت نمایندگان مجلس از ظرفیت مناطق روستایی دارای میانگین بالاتر از ۳ است. بر اساس شاخص ضریب تغییرات شاخص‌های نقش نمایندگان مجلس به‌عنوان ناظر بر اجرای قوانین، واگذاری‌های امور دولت به شرکت‌های تابعه دولت و روند خصوصی‌سازی اولویت اول تا سوم را دارند و بیش‌ترین تأثیر را بر نوآوری در کارآفرینی روستایی داشته‌اند. شاخص دسترسی روستاییان به فناوری‌های سایر کشورها با سیاست‌گذاری‌های دولتی نیز اولویت آخر را گرفته و کم‌ترین تأثیر را بر نوآوری روستاییان دارد.

عوامل زیرساختی: بر اساس یافته‌های پژوهش، میانگین رتبه‌ای شاخص‌های زیرساختی مورد مطالعه بالاتر از مقدار متوسط است و تنها شاخص دسترسی روستاییان به سوخت‌های فسیلی از جمله نفت، گازوئیل و بنزین دارای

میانگین پایین‌تر از ۳ است و شاخص دسترسی روستاییان به پهنای باند اینترنت خوب و پوشش شبکه با کیفیت و هزینه‌های حمل کالاهای تولیدی روستاییان در کشور با میانگین ۳,۵۸ بالاترین میانگین را در تأثیر امکانات زیرساختی در نوآوری روستایی داشته است. بر اساس شاخص ضریب تغییرات شاخص‌های دسترسی روستاییان به منابع انرژی از جمله آب، برق و گاز و غیره، سهولت دسترسی روستاییان به جاده و راه‌آهن و بندرها و هزینه‌های حمل کالاهای تولیدی روستاییان در کشور اولویت اول تا سوم را گرفته است و بیش‌ترین تأثیر را بر نوآوری در کارآفرینی روستایی داشته‌اند. شاخص دسترسی روستاییان به سوخت‌های فسیلی از جمله نفت، گازوئیل و بنزین نیز اولویت آخر و کم‌ترین تأثیر را بر نوآوری روستاییان دارد.

عوامل مربوط به آموزش: بر اساس یافته‌های پژوهش، میانگین رتبه‌ای شاخص‌های آموزش و پژوهش مورد مطالعه بالاتر از مقدار متوسط است و شاخص تأثیر دوره‌های آموزشی ترویجی و یا کارگاهی با میانگین ۳,۸۶ بالاترین میانگین را در تأثیر امکانات زیرساختی در نوآوری روستایی داشته است. بر اساس شاخص ضریب تغییرات شاخص‌های هماهنگی رشته‌های تحصیلی دانشگاهی با آموزش نوآوران در محیط روستایی، تأثیر دوره‌های آموزشی ترویجی و یا کارگاهی و نقش دانشگاه در خلق دانش و تکنولوژی و حمایت از نوآوران روستایی اولویت اول تا سوم و بیش‌ترین تأثیر را بر نوآوری در کارآفرینی روستایی داشته‌اند. گویه موفقیت آموزش و پرورش در کسب مهارت و توانمندسازی افراد نیز اولویت آخر را گرفته و کم‌ترین تأثیر را بر نوآوری روستاییان دارد.

عوامل اقتصادی: میانگین رتبه‌ای شاخص‌های اقتصادی مورد مطالعه بالاتر از مقدار متوسط است و تنها استقبال شاخص بانک‌ها از سرمایه‌گذاری در بخش نوآوری‌های روستاییان دارای میانگین پایین‌تر از ۳ است. بر اساس شاخص ضریب تغییرات شاخص صرف درآمدهای نفتی در بخش نوآوری‌های روستاییان، نقش قوانین دریافت مالیات از مشاغل در تقویت فعالیت‌های نوآورانه و ارائه‌ی تسهیلات و اعتبارات بانکی در جهت تسهیل نوآوری روستایی اولویت اول تا سوم را گرفته است و بیش‌ترین تأثیرگذاری را بر نوآوری در کارآفرینی روستایی داشته‌اند.

عوامل اداری-مدیریتی: میانگین رتبه‌های شاخص اداری مورد مطالعه بالاتر از مقدار متوسط است و تنها فرآیند شاخص انجام امور اداری در تسهیل نوآوری روستایی دارای میانگین پایین‌تر از ۳ است و از نظر پاسخ‌گویان تأثیر کم‌تری در نوآوری و کارآفرینی روستایی دارد. بر اساس شاخص ضریب تغییرات شاخص‌های توانمندی‌های مدیران سازمان مرتبط در نوآوری روستایی، تعدد دستگاه‌های دولتی و موازی کاری و سیاست‌های تشویقی ترغیب‌کننده بیش‌تر فعالیت‌های نوآورانه اولویت اول تا سوم را از نظر تأثیر را بر نوآوری در کارآفرینی روستایی داشته‌اند.

عوامل خارجی: بر اساس یافته‌های پژوهش، میانگین رتبه‌های شاخص‌های خارجی مورد مطالعه بالاتر از مقدار متوسط است و تنها شاخص وجود ناامنی در کشورهای همسایه و افزایش ریسک تجاری با میانگین ۲,۷۶ دارای میانگین پایین‌تر از ۳ است و از نظر پاسخ‌گویان تأثیر کم‌تری در نوآوری و کارآفرینی روستایی دارد و در مقابل مؤلفه‌ی نقش قاچاق کالا در کاهش انگیزه‌ی نوآوری روستایی با آماره ۳,۷۶ بالاترین تأثیر را در نوآوری روستایی داشته است. بر اساس ضریب تغییرات نیز شاخص‌های نقش قاچاق کالا در کاهش انگیزه‌ی نوآوری روستایی، نقش رقابت‌پذیری با کشورهای جهان در افزایش نوآوری روستایی و نقش تغییرات سریع در بهبود کیفیت محصولات تولیدی در جهان در نوآوری اولویت‌های اول تا سوم را داشته‌اند. سفرهای خارجی و داخلی کارآفرینان روستایی جهت اطلاع از آخرین فناوری نیز اولویت آخر را دارد.

عوامل فردی: میانگین رتبه‌های شاخص فردی بالاتر از مقدار متوسط است و شاخص تأثیر جنسیت (زن یا مرد) در نوآوری روستایی با میانگین ۳,۲۴ دارای پایین‌ترین مقدار و نشان از تأثیر پایین شاخص جنسیت در نوآوری روستایی دارد. بر اساس ضریب تغییرات شاخص‌های تأثیر سطح تحصیلات در نوآوری روستایی، تأثیر، پایگاه اجتماعی فرد در جامعه‌ی روستایی در افزایش انگیزه نوآوری و استعداد و خلاقیت ذاتی در نوآوری افراد روستایی اولویت اول تا سوم و تأثیر شاخص موقعیت خانواده در محیط روستایی نیز اولویت آخر را دارد.

عوامل اجتماعی: بر اساس یافته‌های پژوهش، میانگین رتبه‌های شاخص‌های اجتماعی مورد مطالعه بالاتر از مقدار متوسط است. بر اساس ضریب تغییرات شاخص‌های اثرات تجربیات نوآوران پیشین در تشویق جامعه به سمت نوآوری‌ها جدید و تأثیر شغل و حرفه والدین در نوآوری افراد اولویت اول و دوم را داشته است.

عوامل فرهنگی: بر اساس یافته‌های پژوهش، میانگین رتبه‌های شاخص‌های فرهنگی مورد مطالعه بالاتر از مقدار متوسط است. بر اساس ضریب تغییرات شاخص‌های نقش اعتماد به سرنوشت و تقدیر در نوآوری محیط روستایی و نقش پیشینه‌ی فرهنگی و سنت‌ها در توسعه‌ی نوآوری اولویت اول و دوم را داشته‌اند. در مقابل نیز گویه‌ی نقش دین و اعتقادات مذهبی در نوآوری روستایی نیز اولویت آخر را دارد.

۶-۳- اولویت‌بندی شاخص‌های مؤثر بر نوآوری روستایی

به‌منظور مقایسه‌ی میزان تأثیر و اولویت‌بندی هر یک از شاخص‌های مؤثر در نوآوری روستایی از دیدگاه پرسش‌شوندگان از آزمون فریدمن استفاده شد. این آزمون بیان می‌کند که بین شاخص‌ها، آیا شاخصی از نظر پاسخ‌دهندگان مهم‌تر است یا همه‌ی شاخص‌ها از نظر آن‌ها از درجه‌ی اهمیت یکسانی برخوردارند. در این آزمون فرض صفر H_0 یکسان بودن میانگین رتبه‌ها و فرض H_1 عدم یکسان بودن میانگین رتبه‌ی شاخص‌ها بوده است. جدول (۳) نشانگر آمار توصیفی شاخص‌های تحقیق است که بر این اساس، شاخص ویژگی‌های فردی بالاترین میانگین را داراست.

جدول ۳: آمار توصیفی مربوط به شاخص‌های نوآوری روستایی

شاخص	قانون‌گذاری	زیرساخت	آموزشی	اقتصادی	اداری	خارجی	اجتماعی	فرهنگی	فردی
میانگین	۳,۲۹	۳,۲۵	۳,۱۷	۳,۱۰	۲,۹۸	۲,۸۱	۳,۳۳	۳,۲۹	۳,۳۷
انحراف معیار	۰,۹۹۱	۰,۷۰۴	۰,۶۸۰	۰,۶۶۲	۰,۴۵۳	۰,۵۷۱	۰,۷۷۰	۰,۶۶۲	۰,۶۹۷

منبع: (یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۸)

جدول شماره‌ی (۴) طبق آزمون فریدمن در کل جامعه آماری، مقدار آماره χ^2 دو را با درجه آزادی ۸ و معنی‌داری ۰,۰۰۰ نشان از تأیید شدن فرض صفر مبنی بر یکسان نبودن میانگین رتبه‌ها دارد. در نتیجه ویژگی‌های فردی بالاترین اولویت و شاخص فرهنگی کم‌ترین اولویت را دارد.

جدول ۴: نتایج آزمون فریدمن

تعداد	۶۳
کای اسکوئر	۳۸,۷۶۰
درجه‌ی آزادی	۸
سطح معناداری	۰,۰۰۰

بر اساس نظر نوآوران روستایی ویژگی‌های فردی و فرهنگی به ترتیب بالاترین اولویت و عوامل خارجی کم‌ترین اولویت را داشته‌اند. جدول (۵) اولویت‌بندی شاخص‌ها بر اساس آزمون فریدمن را در جامعه‌ی پاسخ‌گو نشان می‌دهد.

جدول ۵: اولویت‌بندی شاخص‌های مؤثر بر نوآوری روستایی طبق آزمون فریدمن

شاخص	قانون‌گذاری	زیرساخت	آموزشی	اقتصادی	اداری	خارجی	اجتماعی	فرهنگی	فردی
میانگین رتبه‌ای	۵,۴۹	۵,۳۶	۴,۵۷	۴,۹۴	۴,۳۹	۳,۴۴	۵,۴۱	۵,۵۳	۵,۸۶
اولویت	۳	۵	۷	۶	۸	۹	۴	۲	۱

منبع: (یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۸)

۴-۶- سطح کارآفرینی نوآوران روستایی

در این پژوهش به منظور سنجش سطح کارآفرینی نوآوران روستایی از شاخص‌هایی نظیر رشد (اقتصادی)، نوآوری در محصول و فرایند و اشتغال‌زایی در قالب ۱۰ گویه استفاده شده است. میانگین رتبه‌ای متغیرهای تعیین‌کننده سطح کارآفرینی نوآوران روستایی مبین آن است که تقریباً نوآوران مورد مطالعه از سطح کارآفرینی نسبتاً بالایی برخوردارند. جدول (۶) نشانگر وضعیت هر یک از شاخص‌های مورد استفاده برای سنجش سطح کارآفرینی زنان روستایی است.

جدول ۶: اولویت‌بندی گویه‌های تعیین‌کننده سطح کارآفرینی نوآوران روستایی

اولویت	ضریب تغییرات (C.V)	انحراف معیار	میانگین *	
۵	۰,۳۰۹	۰,۸۸۹	۲,۸۷	میزان موفقیت در شناسایی و ورود به بازارهای جدید محصولات
۴	۰,۲۷۴	۰,۹۴۷	۳,۴۶	میزان موفقیت در رشد سطح درآمد سالیانه
۳	۰,۲۵۲	۰,۸۰۶	۳,۲۱	میزان افزایش بهره‌وری و افزایش راندمان سالانه‌ی محصولات
۶	۰,۳۲۴	۱,۰۸۸	۳,۳۵	میزان استفاده از روش‌ها و شیوه‌های جدید تولید
۹	۱,۳۵۴	۵,۰۹۵	۳,۷۶	میزان توجه به تولید و ارائه‌ی محصولات جدید و متنوع
۷	۰,۳۴۷	۰,۹۱۹	۲,۶۵۱	میزان جذب سرمایه و منابع گوناگون مالی
۲	۰,۲۲۷	۰,۷۷۷	۳,۴۲۹	میزان استفاده از شیوه‌های خلاقانه و متفاوت‌تر از دیگران در حرفه خود
۸	۱,۰۹۵	۳,۷۶۲	۳,۴۳۵	میزان ایجاد فرصت‌های شغلی جدید
۱	۰,۱۹۹	۰,۷۱۲	۳,۵۷۱	میزان استفاده از روش‌های متنوع و جدید در توزیع و فروش
۱۰	۱,۴۸۱	۵,۱۸۴	۳,۵۰۰	میزان استفاده از ابزار و فناوری جدید در تولید

* مقیاس: خیلی کم: ۱، کم: ۲، متوسط: ۳، زیاد: ۴، خیلی زیاد: ۵

همان‌طور که در جدول (۶) نشان داده شده است، گویه‌ی تولید و ارائه‌ی محصولات جدید و متنوع با میانگین ۳,۷۶ باوجود اینکه بالاترین میانگین را داشته و مورد توجه بیش‌تر کارآفرینان بوده است، اما با توجه به دیدگاه کارآفرینان و ضریب تغییرات ۱,۳۵۴ اولویت نهم را در ایجاد کارآفرینی روستایی داشته است. شاخص استفاده از ابزار و تکنولوژی جدید در تولید نیز با وجود استفاده‌ی زیاد (میانگین ۳,۵) در ایجاد کارآفرینی اولویت نداشته و رتبه‌ی آخر را دارد؛ اما شاخص استفاده از روش‌های متنوع و جدید در توزیع و فروش با میانگین ۳,۵۷ و ضریب تغییرات ۰,۱۹۹ از نظر نوآوران، اولویت اول را در کارآفرینی آن‌ها داشته است و شاخص استفاده از شیوه‌های خلاقانه و متفاوت‌تر از دیگران نیز در اولویت دوم برای ایجاد کارآفرینی قرار دارد.

۴-۵- تعیین سطح کارآفرینی نوآوران روستایی

به منظور طبقه‌بندی سطح کارآفرینی نوآوران روستایی از روش فاصله‌ی انحراف معیار از میانگین استفاده شد. در این روش، چگونگی تبدیل امتیازهای به‌دست‌آمده به چهار سطح به شرح زیر برآورد می‌شود:

ضعیف $A < \text{Mean} - \text{St.d}$ متوسط $\text{Mean} - \text{St.d} < B < \text{Mean}$ خوب $\text{Mean} < C < \text{Mean} + \text{St.d}$ عالی $\text{Mean} + \text{St.d} < D$

جدول ۷: توزیع فراوانی سطح کارآفرینی نوآوران روستایی با توجه به امتیاز کسب شده

سطح کارآفرینی	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
کمتر از ۲,۸۵	۸	۱۲,۷	۱۲,۷
بین ۲,۸۶ تا ۳,۱۶	۲۶	۴۱,۳	۵۴,۰
بین ۳,۱۷ تا ۳,۴۶	۱۹	۳۰,۲	۸۴,۱
بیشتر از ۳,۴۶	۱۰	۱۵,۹	۱۰۰
جمع	۶۳	۱۰۰	
میانگین = ۳,۱۵۶	انحراف معیار = ۰,۳۰۷	کمترین = ۲,۴	بیشترین = ۳,۸

منبع: (یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۸)

بر اساس نتایج جدول (۷)، سطح کارآفرینی ۱۲,۷ درصد از نوآوران روستایی ضعیف و ۳۰,۲ درصد خوب و ۱۵,۹ درصد عالی است.

۶-۶- همبستگی بین متغیرهای مستقل و سطح کارآفرینی

برای بررسی نرمال بودن متغیرها از آزمون کلموگروف-اسمیرنوف استفاده شده است که با توجه به نتایج این آزمون عمده‌ی داده‌ها نرمال بوده است؛ بنابراین برای تعیین رابطه‌ی همبستگی بین متغیرهای پژوهش از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد. نتایج حاصل بیان‌کننده‌ی آن است که بین شاخص‌های فردی، آموزش و پژوهش و متغیر نوآوری با سطح کارآفرینی آن‌ها رابطه‌ی مثبت و معناداری در سطح ۱٪ وجود دارد. در واقع می‌توان بیان داشت که با اطمینان ۹۹٪، بالا بودن سطح ویژگی‌های فردی و بهبود وضعیت آموزشی روستایی، افزایش سطح کارآفرینی آن‌ها را به دنبال خواهد داشت. همچنین بین شاخص‌های اقتصادی و زیرساختی و سطح کارآفرینی روستایی رابطه‌ی مثبت و معناداری در سطح ۵٪ وجود دارد که نشان‌دهنده‌ی تأثیرگذاری شرایط اقتصادی و زیرساختی روستایی بر سطح کارآفرینی آن‌هاست. بر اساس نتایج به‌دست‌آمده، سایر شاخص‌های زیرساختی نوآوری بر سطح کارآفرینی آن‌ها تأثیر معناداری نداشته است.

جدول ۸: نتایج آزمون همبستگی پیرسون بین سطح کارآفرینی و متغیرهای مستقل تحقیق

نتیجه‌ی آزمون	سطح کارآفرینی روستایی		وابسته
	مقدار آماره‌ی پیرسون	سطح معناداری	مستقل
رابطه‌ی معنی‌دار با کارآفرینی روستایی ندارد	-۰,۰۳۷	۰,۷۷۳	شاخص قانون‌گذاری
رابطه‌ی معنی‌دار با کارآفرینی روستایی دارد	۰,۲۵۷*	۰,۰۰۷	شاخص زیرساخت
رابطه‌ی معنی‌دار با کارآفرینی روستایی دارد	۰,۳۳۸**	۰,۰۴۲	شاخص آموزش و پژوهش
رابطه‌ی معنی‌دار با کارآفرینی روستایی دارد	۰,۲۵۹*	۰,۰۰۰	شاخص اقتصادی
رابطه‌ی معنی‌دار با کارآفرینی روستایی ندارد	۰,۰۹۱	۰,۴۸۰	شاخص اداری
رابطه‌ی معنی‌دار با کارآفرینی روستایی ندارد	-۰,۰۳۸	۰,۷۷۰	شاخص خارجی
رابطه‌ی معنی‌دار با کارآفرینی روستایی ندارد	۰,۰۸۱	۰,۵۲۹	شاخص اجتماعی
رابطه‌ی معنی‌دار با کارآفرینی روستایی ندارد	-۰,۰۵۱	۰,۶۹۲	شاخص فرهنگی
رابطه‌ی معنی‌دار با کارآفرینی روستایی دارد	۰,۶۹۱**	۰,۰۴۰	شاخص فردی
رابطه‌ی معنی‌دار با کارآفرینی روستایی دارد	۰,۵۶۲**	۰,۰۰۰	متغیر عوامل ساختاری نوآوری

* همبستگی در سطح ۰,۰۵ معنادار است ** همبستگی در سطح ۰,۰۱ معنادار است

۶-۷- بررسی اثرگذاری شاخص‌های نوآوری بر کارآفرینی روستایی

به منظور بررسی اثر شاخص‌های زیرساختی نوآوری بعد از ثابت شدن رابطه‌ی معنادار از رگرسیون چندمتغیره و تحلیل مسیر استفاده شده است. در رگرسیون متغیر مستقل، شاخص‌های قانون‌گذاری، زیرساخت، آموزش و پژوهش، اقتصادی، اداری، خارجی، اجتماعی، فرهنگی و فردی و متغیر وابسته، کارآفرینی روستایی است. در مرحله اول نتایج به دست آمده از نظر روستاییان نشان می‌دهد که سطح کارآفرینی روستایی با شاخص‌های نوآوری با میزان ۰,۵۸۵ دارای رابطه‌ای مثبت با شدتی متوسط است. همچنین مقدار ضریب تعیین تعدیل شده برابر با ۰,۴۶۴ است که حاکی از توانایی بالای ابعاد متغیرهای مستقل در تبیین واریانس متغیر وابسته می‌باشند؛ یعنی متغیرهای مستقل ۴۶ درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین می‌کند و مابقی این تغییرات که به مجذور کمیت خطا معروف است، تحت تأثیر متغیرهای خارج از مدل می‌باشند.

جدول ۹: مقدار همبستگی، ضریب تعیین تعدیل شده و خطای استاندارد برآورد اثر نوآوری در کارآفرینی روستایی

مرحله اول	ضریب همبستگی چندگانه‌ی R	ضریب تعیین R	ضریب تعیین تعدیل شده‌ی R	خطای استاندارد
۱	۰,۵۸۵	۰,۴۸۷	۰,۴۶۴	۰,۳۱

منبع: (یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۸)

همان‌گونه که در جدول (۱۰) مشخص است، مقدار F برابر است با ۷۱,۶۴ و میزان معناداری آن هم برابر با ۰,۰۰۰ است که کوچک‌تر از ۰,۰۵ و معنادار است؛ بدین معنی که ابعاد متغیر مستقل قادر است به خوبی تغییرات متغیر وابسته را توضیح دهد؛ بنابراین بر اساس مقدار محاسبه شده برای F در سطح اطمینان ۹۹ درصد می‌توان گفت که ترکیب خطی متغیرهای مستقل به شیوه‌ی معنی‌داری قادر به تبیین و پیش‌بینی تغییرات متغیر وابسته‌ی کارآفرینی روستایی از دیدگاه روستاییان است.

جدول ۱۰: ضریب همبستگی چندگانه در مدل تحلیل مسیر اثر شاخص‌های نوآوری در کارآفرینی روستایی

مدل	مجموع مربعات	درجه‌ی آزادی	میانگین مربعات	F	سطح معناداری
۱	رگرسیون	۹	۰,۰۹۶	۷۱,۶۴	۰,۰۰۰
	باقی‌مانده	۵۳	۰,۰۹۴		
	مجموع	۶۲			

منبع: (یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۸)

در نهایت بر اساس ضریب استاندارد شده‌ی تأثیر متغیرهای مستقل (قانون‌گذاری، زیرساخت، آموزش و پژوهش، اقتصادی، اداری، خارجی، اجتماعی، فرهنگی و فردی) بر متغیر وابسته، نتایج نشان می‌دهد که تأثیر آماری معناداری بر کارآفرینی روستایی دارند. همچنین از نظر ضریب تأثیر متغیرها بر کارآفرینی روستایی، شاخص فردی با ضریب تأثیر ۰,۳۳۴ بیش‌ترین میزان اثر بر کارآفرینی روستایی دارد. بر این اساس، یک انحراف استاندارد افزایش در شاخص ویژگی‌های فردی، میزان کارآفرینی روستایی را به میزان ۰,۳۳۴ انحراف استاندارد افزایش می‌دهد و برعکس. همچنین شاخص‌های اقتصادی، آموزش و پژوهش و زیرساختی به ترتیب با ضریب تأثیر ۰,۰۹۳، ۰,۱۷۵ و ۰,۰۸۷ بر کارآفرینی روستایی تأثیر دارد. سایر متغیرهای مستقل (تبعات منفی اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی) دارای تأثیر معنی‌دار بر کارآفرینی روستایی نیستند.

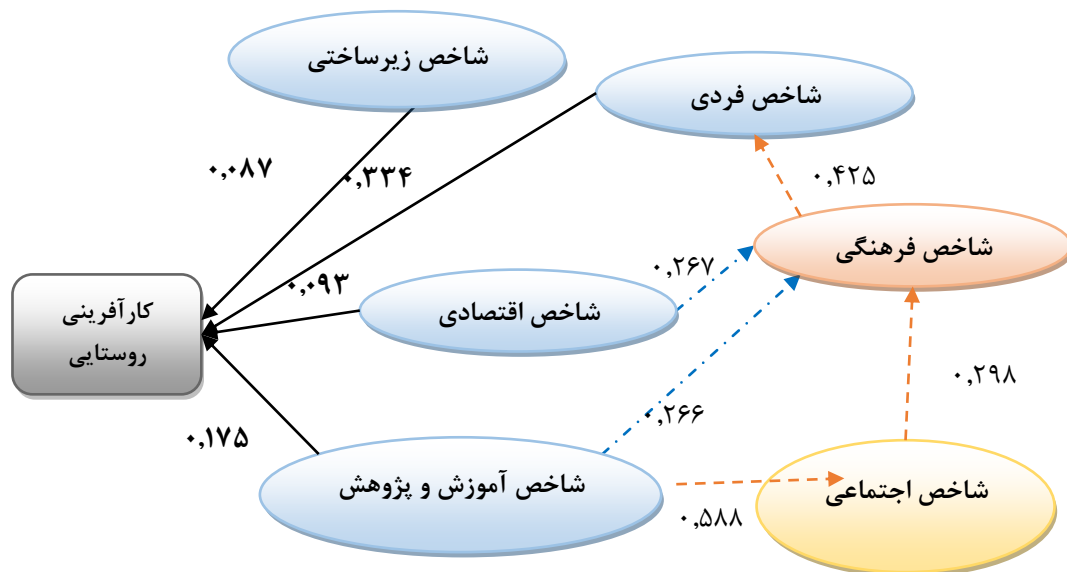
جدول ۱۱: مقادیر ثابت و متغیرهای مستقل

معناداری	مقدار T	ضریب بتای استاندارد (Beta)	ضریب غیراستاندارد		مقادیر ثابت و متغیرهای مستقل	مدل
			خطای استاندارد	ضریب بتای (B)		
۰,۰۰۰	۷,۱۵۱		۰,۴۲۶	۳,۰۴۸	ضریب ثابت	مرحله اول
۰,۹۲۶	-۰,۰۹۴	۰,۰۱۴-	۰,۰۴۶	-۰,۰۰۴	قانون گذاری	
۰,۰۴۷	۰,۶۰۶	۰,۰۸۷	۰,۰۶۲	۰,۰۳۸	زیرساخت	
۰,۰۰۲	۱,۲۸۳	۰,۱۷۵	۰,۰۹۲	۰,۱۱۸	آموزش و پژوهش	
۰,۰۰۶	۰,۴۷۱	۰,۰۹۳	۰,۰۷۹	۰,۰۳۷	اقتصادی	
۰,۶۳۷	-۰,۴۷۵	-۰,۰۸۶	۰,۰۸۲	-۰,۰۳۹	اداری	
۰,۵۰۶	-۰,۶۶۹	-۰,۱۰۲	۰,۰۸۲	-۰,۰۵۵	خارجی	
۰,۶۴۰	-۱,۸۷۴	-۰,۲۷۷	۰,۰۶۸	-۰,۱۲۸	اجتماعی	
۰,۳۲۴	-۰,۹۹۶	-۰,۱۹۵	۰,۰۹۱	-۰,۰۹۰	فرهنگی	
۰,۰۰۷	۱,۸۵۲	۰,۳۳۴	۰,۰۷۹	۰,۱۴۷	فردی	

منبع: (یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۸)

در مرحله دوم برای دستیابی به مدل نهایی و مشخص نمودن ضرایب تأثیر متغیرهای مستقل بر هم و نیز مشخص شدن ضرایب تأثیر غیرمستقیم متغیرهای مستقل و محاسبه ضرایب تأثیر کل متغیرها و رسم دیاگرام مسیر بر پایه اولین خروجی تحلیل رگرسیونی که نتایج آن ارائه گردید. در این مرحله شاخص فردی که بیشترین ضریب تأثیر خروجی تحلیل رگرسیونی را داشت، به‌عنوان متغیر وابسته وارد مدل شد؛ بنابراین ضریب تعیین تعدیل‌شده نشان می‌دهد که ۵۰ درصد تغییرات شاخص فردی از طریق ترکیب خطی شاخص‌های قانون‌گذاری، زیرساخت، آموزش و پژوهش، اقتصادی، اداری، خارجی، اجتماعی و فرهنگی تبیین شده است.

به همین ترتیب در مراحل بعدی نیز سایر متغیرها به ترتیب اهمیت فرهنگی، اجتماعی و آموزش و پژوهش به‌عنوان متغیر وابسته وارد مدل شده و ضریب تأثیر هرکدام از شاخص‌ها بر سایر شاخص‌ها مشخص گردید که در مرحله پایانی با وارد نمودن شاخص آموزش و پژوهش به‌عنوان متغیر وابسته مشخص گردید که شاخص‌های قانون‌گذاری، زیرساخت، اقتصادی، اداری و خارجی با توجه به عدم معنادار بودن رابطه و بالا بودن sig از میزان ۰,۰۵ فاقد تأثیرگذاری بر روی شاخص آموزش و پژوهش می‌باشند؛ بنابراین به علت حجیم بودن محاسبات در مراحل پنج‌گانه، فقط نتایج و یافته‌های حاصل از ضریب تأثیر هر یک از این شاخص‌ها در مدل زیر ارائه می‌شود.



شکل ۳: مدل تجربی تأثیر شاخص‌های نوآوری بر شکل‌گیری کارآفرینی روستایی

در ادامه به محاسبه ضرایب غیرمستقیم متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته اصلی در مراحل پنج‌گانه‌ی تحلیل مسیر پرداخته شده است که مشخص شد که شاخص‌های فردی، اقتصادی، زیرساختی و آموزش و پژوهش با چهار مسیر مستقیم بر شکل‌گیری کارآفرینی روستایی تأثیر داشته است، البته شاخص فردی چون این متغیر بلافاصله بعد از متغیر کارآفرینی روستایی وارد معادله شده، به‌عنوان متغیر وابسته میانی (درونی) در نظر گرفته شده است؛ بنابراین تأثیر غیرمستقیم بر روی شکل‌گیری کارآفرینی روستایی نداشته است. میزان تأثیر شاخص‌های مستقیم بر روی کارآفرینی روستایی در شکل بالا مشخص شده است؛ مثلاً میزان تأثیر شاخص فردی بر کارآفرینی برابر ۰,۳۳۴ بوده است که نشان می‌دهد به ازای یک واحد تغییر در شاخص فردی، میزان کارآفرینی روستایی در بین نوآوران به میزان ۰,۳۳۴ واحد تغییر خواهد یافت.

پس از مشخص شدن میزان اثرات غیرمستقیم شاخص‌ها، به محاسبه کل اثرات مستقیم و غیرمستقیم پرداخته شد که در نتیجه آن شاخص فردی با ضریب تأثیر ۰,۳۳۴ و در مرتبه‌ی بعد شاخص آموزش و پژوهش با ضریب تأثیر ۰,۲۳۸ و شاخص اقتصادی با ضریب تأثیر ۰,۱۳۱ بیش‌ترین تأثیر را بر شکل‌گیری کارآفرینی روستایی دارند. لازم به ذکر است که متغیرهای اداری، قانون‌گذاری و خارجی بر متغیر کارآفرینی روستایی تأثیر ندارد و از مدل تجربی پژوهش حذف شده است.

جدول ۱۲: اثرات مستقیم و غیرمستقیم شاخص‌های مستقل بر شاخص وابسته کارآفرینی روستا

شاخص‌های مستقل	اثرات مستقیم	اثرات غیرمستقیم	کل
شاخص فردی	۰,۳۳۴	-	۰,۳۳۴
شاخص آموزش و پژوهش	۰,۱۷۵	۰,۰۳۸	۰,۲۳۸
شاخص اقتصادی	۰,۰۹۳	۰,۰۳۸	۰,۱۳۱
شاخص زیرساخت	۰,۰۸۷	-	۰,۰۸۷
شاخص اجتماعی	-	۰,۰۴۲	۰,۰۴۲
شاخص فرهنگی	-	۰,۱۴۲	۰,۱۴۲

منبع: (یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۸)

۷- بحث و نتیجه گیری

اهمیت کارآفرینی به خاطر ارزش‌هایی است که به اشکال گوناگون ایجاد می‌شود. این ارزش ممکن است کشف دانشی جدید، ایجاد تکنولوژی جدید، بهبود تولیدات یا خدمات موجود، پیدا کردن راه‌های گوناگون برای تولید کالا یا خدمات با صرف منابع کم‌تر و... باشد. در واقع پیدا کردن راه‌های جدید در ارضاء نیازهای افراد و ایجاد نگرشی جدید نسبت به تولیدات و خدمات موجود، از مهم‌ترین دستاوردهای کارآفرینان محسوب می‌شود. یکی از سیاست‌های اجرایی که می‌تواند در تحقق بخشی به توسعه پایدار روستایی نقش ایفا کند، مسئله‌ی تأمین اشتغال و بهبود درآمد روستاییان خواهد بود. با بررسی‌های انجام‌شده به لحاظ نظری این نتیجه به دست می‌آید که با وجود مطالعات و تجربیات جهانی موجود در زمینه کارآفرینی، هر یک تنها عوامل خاصی را در توسعه کارآفرینی مؤثر می‌دانند. بر این اساس و با در نظر گرفتن رویکرد ترکیبی در این مقاله ۵۸ گویه برای تعیین عوامل ساختاری نوآوری و کارآفرینی روستاییان شهرستان فاروج مورد بررسی قرار گرفت.

بر اساس نتایج توصیفی مشخص شد که شاخص ویژگی‌های فردی با میانگین ۳,۴۴ و شاخص آموزشی با میانگین ۳,۳۷ بالاترین اهمیت را به عنوان عوامل ساختاری نوآوری روستایی دارند و شاخص‌های نقش نمایندگان مجلس به عنوان ناظر بر اجرای قوانین در بحث قانون‌گذاری، دسترسی روستاییان به منابع انرژی از جمله آب، برق و گاز و غیره در بحث زیرساختی، هماهنگی رشته‌های تحصیلی دانشگاهی با آموزش نوآوران در محیط روستایی در زمینه آموزشی، صرف درآمدهای نفتی در بخش نوآوری‌های روستاییان در زمینه اقتصادی، توانمندی‌های مدیران سازمان مرتبط در نوآوری روستایی در زمینه اداری و مدیریتی، نقش قاچاق کالا در کاهش انگیزه‌ی نوآوری روستایی در بین عوامل خارجی، تأثیر سطح تحصیلات در نوآوری روستایی در بین عوامل فردی، اثرات تجربیات نوآوران پیشین در تشویق جامعه به سمت نوآوری‌های جدید در زمینه عوامل اجتماعی و نقش اعتماد به سرنوشت و تقدیر در نوآوری محیط روستایی در بین عوامل فرهنگی مهم‌ترین اولویت‌های تأثیرگذار بر نوآوری روستاییان در فرآیند کارآفرینی شناسایی شدند.

به منظور مقایسه‌ی میزان تأثیر و اولویت‌بندی هر یک از شاخص‌های مؤثر در نوآوری روستایی از آزمون فریدمن استفاده شد. در کل جامعه، مقدار آماره‌ی χ^2 دو نشان از رد فرضیه‌ی صفر مبنی بر یکسان بودن میانگین رتبه‌ها دارد؛ در نتیجه از نظر نوآوران روستایی، ویژگی‌های فردی و فرهنگی به ترتیب بالاترین اولویت و عوامل خارجی کم‌ترین اولویت را دارند. این بخش از نتایج تحقیق با یافته‌های حیدری ساربان (۱۳۹۳)، سعید اردکانی (۱۳۹۲)، رکن‌الدین افتخاری و سجاسی (۱۳۸۹)، پاتل و چاود (۲۰۱۳) و لوور و همکاران (۲۰۰۲) همخوانی دارد.

نتایج حاصل از بررسی سطح کارآفرینی روستایی نشان می‌دهد که اکثریت افراد (۴۱,۳ درصد) از سطح کارآفرینی متوسطی بهره‌مند هستند. همچنین بررسی وضعیت متغیرهای تعیین‌کننده‌ی سطح کارآفرینی روستایی مبین آن است که در زمینه تولید و ارائه‌ی محصولات جدید و متنوع با میانگین ۳,۷۷ موفق‌تر عمل کرده‌اند، اما با توجه به دیدگاه کارآفرینان و ضریب تغییرات ۱,۳۵۴، این شاخص اولویت نهم را در ایجاد کارآفرینی روستایی داشته است. شاخص استفاده از ابزار و تکنولوژی جدید در تولید نیز با وجود استفاده زیاد (میانگین ۳,۵)، در ایجاد کارآفرینی اولویت نداشته است و رتبه‌ی آخر را دارد؛ اما شاخص استفاده از روش‌های متنوع و جدید در توزیع و فروش با میانگین ۳,۵۷ و ضریب تغییرات ۰,۱۹۹ از نظر نوآوران، اولویت اول را در کارآفرینی آن‌ها داشته است و شاخص استفاده از شیوه‌های خلاقانه و متفاوت‌تر از دیگران نیز در اولویت دوم برای ایجاد کارآفرینی قرار دارد. این موضوع ممکن است به دلیل آشنایی با شیوه‌های جدید تولید، دسترسی به شرایط و امکانات لازم برای استفاده از این روش‌ها یا تمایل نوآوران در به‌کارگیری روش‌های متفاوت و تجربه‌نشده در سایر کسب‌وکارها و پذیرفتن ریسک از دست دادن موقعیت و جایگاه فعلی در کسب‌وکار آن‌ها باشد. نوآوران در زمینه شناسایی و ورود به بازارهای جدید محصولات خود با میانگین ۲,۷۷ موفق عمل نکرده‌اند. نتایج پژوهش حاکی از آن است که ویژگی‌های فردی بر سطح کارآفرینی آن‌ها تأثیرگذار بوده و

رابطه‌ی مثبت و معناداری در سطح ۱٪ بین این دو متغیر وجود ($r = ۰,۶۹۱$, $Sig = ۰,۰۰۰$) دارد. رضوان و همکاران (۱۳۹۴)، قادرمرزی و همکاران (۱۳۹۴)، رکن‌الدین افتخاری و سجاسی (۱۳۸۹)، شهبازی و همکاران (۱۳۹۳)، ساکسنا (۲۰۱۲) و مارتین و همکاران (۲۰۱۰) نیز در مطالعات خود به تأثیر مثبت ویژگی‌های شخصیتی زنان بر سطح کارآفرینی آن‌ها اشاره کرده‌اند.

در گذشته پژوهشگران بر این اعتقاد بودند که این ویژگی‌ها ارثی است و با فرد متولد می‌شود و نمی‌توان کارآفرینان را پرورش داد، اما نتایج پژوهش‌ها نشان می‌دهد که کارآفرینی همانند دیگر حرفه‌ها از طریق برنامه‌های آموزشی پرورش می‌یابد و آموزش و پژوهش بر سطح کارآفرینی تأثیرگذار بوده و رابطه‌ی مثبت و معناداری در سطح ۱٪ بین این دو متغیر وجود ($r = ۰,۳۳۸$, $Sig = ۰,۰۴۲$) دارد؛ یعنی افراد از طریق آموزش کارآفرینی توانایی ایجاد و اداره‌ی یک خطر جدید و توانایی تفکر خلاق و انتقادی را در خود رشد می‌دهند. این نتایج نیز با یافته‌های فراهانی و همکاران (۱۳۹۰)، افتخاری و همکارانش (۱۳۸۹) و پون و همکاران (۲۰۱۲) همخوانی دارد.

بر اساس نتایج پژوهش و معناداری همبستگی بین سطح کارآفرینی با متغیرهای میزان بهره‌مندی از زیرساخت‌ها ($r = ۰,۲۵۷$, $Sig = ۰,۰۰۷$) و شرایط اقتصادی ($r = ۰,۲۵۹$, $Sig = ۰,۰۰۰$) می‌توان چنین برداشت کرد که وجود شرایط مطلوب‌تری از این متغیرها می‌تواند سطح کارآفرینی بالاتری را برای روستاییان به همراه داشته باشد. نتایج به‌دست‌آمده از این پژوهش در این زمینه با نتایج مطالعات افتخاری و همکارانش (۱۳۸۸)، فراهانی و همکاران (۱۳۹۰)، سعیداردکانی (۱۳۹۲) و ساندی و کومار (۲۰۱۱) همخوانی دارد. نتایج تحلیل مسیر نیز نتایج قبلی پژوهش حاضر را تأیید کرده است و در مرحله‌ی اول نتایج به‌دست‌آمده از نظر روستاییان نشان می‌دهد که سطح کارآفرینی روستایی با شاخص‌های نوآوری با میزان ۰,۵۸۵ دارای رابطه‌ی مثبت با شدتی متوسط است. همچنین با توجه به مقدار ضریب تعیین تعدیل‌شده مشخص شد که متغیرهای مستقل ۴۶ درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین می‌کنند.

درنهایت پس از پنج مرحله و مشخص شدن میزان اثرات غیرمستقیم شاخص‌ها و محاسبه‌ی کل اثرات مستقیم و غیرمستقیم، شاخص فردی با ضریب تأثیر ۰,۳۳۴؛ در مرتبه‌ی بعد شاخص آموزش و پژوهش با ضریب تأثیر ۰,۲۳۸ و شاخص اقتصادی با ضریب تأثیر ۰,۱۳۱ بیش‌ترین تأثیر را بر شکل‌گیری کارآفرینی روستایی دارند. لازم به ذکر است که متغیرهای اداری، قانون‌گذاری و خارجی بر متغیر کارآفرینی روستایی تأثیر ندارند و از مدل تجربی پژوهش حذف شده‌اند. با توجه به مباحث مطرح‌شده پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود:

- توجه به کارآفرینی به‌عنوان اساسی‌ترین عامل توسعه با اتکا به نوآوری در مناطق روستایی و مدنظر قرار دادن آن در برنامه‌ریزی‌های توسعه‌ی روستایی؛
- تفکیک دو مقوله‌ی اشتغال‌زایی و کارآفرینی از یکدیگر و پی بردن به اینکه موتور محرکه‌ی کارآفرینی، نوآوری است؛
- توجه اساسی به اینکه کارآفرینی تنها مرحله‌ی آغازین یک فعالیت نیست، بلکه میزان تداوم آن به کمک نوآوری معنا پیدا می‌کند و بقای آن متکی ارتقا مداوم سطح نوآوری است؛
- کاهش مداوم هزینه‌های تولید به کمک افزایش بهره‌وری و فناوری نوین؛
- تلاش مداوم دولت و ایجاد بسترهای مناسب در کاهش هزینه‌های نوآوران کارآفرین در تمامی زمینه‌ها از جمله تأمین نیازهای تولیدی تا عرضه‌ی محصولاتشان به تمامی نقاط جهان؛
- برگزاری دوره‌ها و کارگاه‌های آموزشی در زمینه‌های متنوع و موردنیاز در زمان‌هایی متناسب با فعالیت‌های آن‌ها. همچنین انجام اطلاع‌رسانی مناسب در خصوص نوع، زمان و مکان برگزاری دوره‌ها؛
- با تمهیدات لازم امکان دسترسی آسان‌تر به شرایط و امکانات اقتصادی موردنیاز کسب‌وکارهای روستایی (مانند ابزار و تجهیزات، منابع مالی، مواد اولیه و نهاده‌ها و غیره) و ارائه‌ی تسهیلاتی برای تأمین منابع

- مالی لازم برای روستاییان کارآفرین از طریق تخصیص اعتباراتی با بهره‌ی کم در سیستم بانکی کشور و سایر مؤسسات اعتباری و نیز امکان سرمایه‌گذاری در کسب‌وکارهای پربازده و ایجاد امنیت سرمایه‌گذاری از طریق بیمه‌ی سرمایه و تولیدات زنان فراهم شود؛
- رفع مشکلات موجود در روستاها، از جمله کمبود امکانات اجتماعی (ضعف زیرساخت) و کمبود درآمد (ضعف اقتصادی)؛
 - هنجارسازی فرهنگ کارآفرینی به‌عنوان بستر نوآوری پایدار در مناطق روستایی؛
 - شناسایی توانمندی‌ها و قابلیت‌های افراد در مناطق روستایی و استفاده‌ی شایسته از آن‌ها؛
 - کاهش تبعیض جنسیتی جهت حضور بیشتر زنان در تقویت کارآفرینی و ارتقاء بهره‌وری؛
 - افزایش سطح آگاهی و تحصیلات خانواده و اثرات مستقیماً آن بر افزایش سطح تحصیلات فرد و تخصص و نوآوری؛
 - ارتقاء کیفیت محصولات تولیدی و افزایش توان رقابت‌پذیری با محصولات خارجی؛
 - شناخت عوامل فرهنگی مؤثر بر توسعه‌ی نوآوری و ایجاد انگیزه‌های نوآورانه و کاهش اثرات بازدارنده‌ی فرهنگی.

۸- منابع

- ۱- احمدپور داریانی، محمود، عزیزی، محمد (۱۳۸۱). مبانی کارآفرینی، تهران، انتشارات محراب قلم.
- ۲- احمدی، علی‌اکبر، درویش، حسن (۱۳۹۲). مبانی کارآفرینی. ویراستار، رضا نجاری، تهران: انتشارات دانشگاه پیام نور.
- ۳- استانداری خراسان شمالی (۱۳۹۲). آخرین تقسیمات کشوری شهرستان فاروج، بجنورد: استانداری خراسان شمالی.
- ۴- حیدری ساریان، وکیل (۱۳۹۴). بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینان روستایی استان اردبیل، مجله‌ی جغرافیا و توسعه، دوره‌ی ۱۳، شماره‌ی ۳۸، صص ۱۶۸-۱۵۱.
- ۵- حیدری مکرر، حمید، محبی، زهرا (۱۳۹۱). بررسی عوامل مؤثر بر توسعه‌ی کارآفرینی در مناطق روستایی. کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب‌وکارهای دانش‌بنیان، بابلسر، مازندران، صص ۱۹-۱.
- ۶- رضوان، قنبر، علی، آگهی، حسین، علی بیگی، امیر، حسین، زرافشانی، کیومرث (۱۳۹۴). شناسایی چالش‌های بازاریابی کارآفرینان کشاورزی شهرستان کرمانشاه، فصلنامه‌ی پژوهش‌های روستایی، دوره‌ی ۶، شماره‌ی ۱، صص ۶۴-۴۷.
- ۷- رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا، سجاسی قیداری، حمداله (۱۳۸۹). توسعه‌ی روستایی با تأکید بر کارآفرینی، تهران: انتشارات سمت، چاپ اول.
- ۸- سعیداردکانی، سعید، کنجکاو منفرد، امیررضا، حکاکی، سیدمسعود، رضایی دولت‌آبادی، حسین (۱۳۹۲). شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه‌ی نوآوری فردی، فصلنامه‌ی مدیریت توسعه‌ی فناوری، دوره‌ی ۱، شماره‌ی ۲، صص ۱۵۵-۱۳۳.
- ۹- شهبازی، کیومرث، حسن‌زاده، اکبر، جعفرزاده، بهروز (۱۳۹۳). بررسی تأثیر کارآفرینی و نوآوری بر رشد اقتصادی: رهیافت داده‌های تابلویی، فصلنامه‌ی نوآوری و ارزش‌آفرینی، ۲ (۵)، صص ۵۶-۴۳.
- ۱۰- علیدوست، سمیه، لشگرآرا، فرهاد، فرج‌اله حسینی، سیدجمال (۱۳۹۱). اولویت‌بندی موانع توسعه‌ی کارآفرینی زنان روستایی شهرستان گرمسار، کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب‌وکارهای دانش‌بنیان، صص ۴۵-۳۱.
- ۱۱- فراهانی، حسین، حاجی حسینی، سمیرا (۱۳۹۰). نقش کارآفرینی روستایی در توسعه‌ی پایدار روستا، اولین همایش جغرافیا و برنامه‌ریزی توسعه‌ی روستایی، دانشگاه فردوسی، مشهد.
- ۱۲- قادرمرزی، حامد، جمشیدی علیرضا، جمینی، داوود، نظری سرمازه، حمید (۱۳۹۴). شناسایی موانع توسعه کارآفرینی زنان روستایی (مطالعه‌ی موردی: دهستان شلیل شهرستان اردل)، نشریه‌ی برنامه‌ریزی منطقه‌ای، دوره‌ی ۵، شماره‌ی ۱۷، صص ۱۱۸-۱۰۳.
- ۱۳- قدیری معصوم، مجتبی، چراغی، مهدی، کاظمی، نسربین، زارع، زهره (۱۳۹۳). تحلیل موانع توسعه‌ی کارآفرینی در نواحی روستایی (مورد مطالعه: دهستان غنی بیگلو، شهرستان زنجان)، اقتصاد فضا و توسعه‌ی روستایی، دوره‌ی ۳، شماره‌ی ۷، صص ۳۳-۱۷.

- ۱۴- مرکز آمار ایران (۱۳۹۰). سرشماری نفوس مسکن. شهرستان فاروج، برگرفته از سایت: www.amar.org.ir.
- ۱۵- میرقربانی گنجی، سیدموسی (۱۳۹۲). بررسی موانع توسعه صادرات غیر نفتی و شناسایی عوامل تقویت‌کننده صادرات، مجله‌ی مدیریت صنعت هوشمند، سال ۱۶، شماره ۱۰، پیاپی ۱۵۱، صص ۲۹-۲۳.
- 16- Giulia Faggio a,d, Olmo Silva. (2014). Self-employment and entrepreneurship in urban and rural labour markets, *Journal of Urban Economics* 84 (2014) 67–85.
- 17- Martin, J. S, & Novicevic, M. (2010). Social entrepreneurship among Kenyan farmers: A case example of acculturation challenges and program successes. *International journal of intercultural relations*, 34 (5), 482-492.
- 18- Patel, B. & Chavda, K. (2013). Rural entrepreneurship in India: Challenge and problems. *International Journal of Advance Research in Computer Science and Management Studies*, 1(2).
- 19- Poon, J. P, Thai, D. T. & Naybor, D. (2012). Social capital and female entrepreneurship in rural regions: Evidence from Vietnam. *Applied Geography*, 35(1), 308-315.
- 20- Santhi, N. & Kumar, S. R. (2011). Entrepreneurship Challenges and Opportunities in India. *Bonfring International Journal of Industrial Engineering and Management Science*, 1, 14.
- 21- Saxena, S. (2012). Problems faced by rural entrepreneurs and remedies to solve it. *IOSR Journal of Business and Management (IOSRJBM)*, 3(1), 23-29.

