فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روسیه، سال ششم، شماره ۲، تابستان ۱۳۹۶. یوپایی ۲۰
صفحات ۹۷-۱۱۸

تحلیل عوامل زمینه‌ساز ایجاد و رشد گزارآفرینی روسیه
مورد: بخش دهده در شهرستان ایذه

مسعود صفری علی‌اکبری; استادیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روسیه، دانشگاه بیام، نور، ایران.
حجت اله صادقی؛ دانشجوی دکتری و عضو باشگاه پژوهشگران جوان و تخیگیان دانشگاه آزاد اسلامی، واحد ایذه، ایران.

درجات مقاله: ۲۸/۱۰۱/۱۳۹۵

چکیده
توجه به توسعه گزارآفرینی در مناطق روسیه با توجه به شرایط موجود از اهمیت بسزایی زیادی برخوردار است. بر این اساس بررسی زمینه‌ها و عوامل تأثیرگذار سکوکه‌ها در روسیه در راستای توسعه این نوع نگرش اقتصادی در روسیه از ضرورت یافته اولیه محصول می‌شود. هدف این مقاله تحلیل عوامل اقتصادی، اجتماعی و ویژگی‌های گزارآفرینی موجود در سکوکه‌ها روسیه بخش دهده شهرستان ایذه در راستای کمک به ایجاد گزارآفرینی بوده است. روش تحقیق از نظر ماهیت توصیفی-تخمینی و از نظر هدف کاربردی است. روش گردآوری اطلاعات، کتابخانه‌ای و میدانی بوده و برای گروه آماری داده‌های میدانی از پژوهش‌نامه محقق ساخته استفاده شده است. نتایج محقق در مورد تسهیلات اقتصادی و اجتماعی دهده بوده که با استفاده از فریول کوران ۳۱۵۰۰ نفر به صورت تصادفی در سن فعالیت (۲۰ تا ۶۵ سال)، با داوطلبی سودا پنج ایجاد برسی شده‌اند. نتایج نشان داد که عوامل اقتصادی در سکوکه‌ها روسیه برای ایجاد انواع گزارآفرینی مبتنی بر این ایجاد متفاوت می‌باشد. عوامل اقتصادی-اجتماعی و ویژگی‌های گزارآفرینی بر اساس ضرایب همبستگی (بی‌ترتیب با ۴۴/۷ و ۳۷/۱) اشاره دارد. همچنین بررسی خصوصیات مردم از نظر گزارآفرینی نشان می‌دهد که سه شاخص خلاقیت، ریسک‌پذیری و استقلال در بین مردم از وضعیت خوبی برخوردار بوده و سه شاخص انگیزه بیشتر. تولید محصولات جدید و تبدیل ایجاد خلاقیت به ثورت در سطح متوسط هستند. بر اساس اقتصادی-اجتماعی و همچنین ویژگی‌های مردم بروز ایجاد انواع گزارآفرینی می‌باشد. است و به یک برنامه‌ریزی مطلوب برای این هدف نیاز است.

واژگان کلیدی: عوامل اقتصادی-اجتماعی، ویژگی‌های گزارآفرینی، سکوکه‌ها، روسیه، ایذه

* h_sgeo@yahoo.com
1) مقدمه

به طورکلی وازه کارآفرینی ترجمه فرانسوی «انترپریندر» به معنای «متعهدنشدن» است. استراتفکارآفرینی به کسی اطلاق می‌شود که متعهد می‌شود مخاطره‌های یک فعالیت اقتصادی را سازمان‌دهی و تقبل کند. کارآفرینی وازه‌ای است یعنی از معنی‌ای که نمی‌توان به مفهوم واقعی آن دست پیدا کرد و این نظر نیز کارآفرینی تعیین متفاوتی دارد. وجود تفاوت‌ها در تعریف کارآفرینی، از سویی نشان‌دهنده گسترده‌گی و اهمیت موضوع است که می‌تواند از زوایای مختلف مورد بررسی قرار گیرد و از سوی دیگر نشان‌دهنده‌ی پویایی موضوع است که زمینه‌ای ارائه مدل‌ها، تغییر‌ها و متفاوتی را فراهم می‌آورد (کورتکو، 2001: 1). هیسبریج و همکاران (2005) فاقدی، کارآفرینی را خلق جایی نو می‌دانند که تأمین ما مصرف وقت و تلاش بسیار و یدپارست خانواده مالی، روحی و اجتماعی برای بی‌توجهی به دست آوردن منابع مالی، رضایت شخصی و استقلال است (62، 2005، Hisrich et al).؛ به عبارت دیگر، کارآفرینی عئی تیم‌سازی به اعمال ریسک‌های حساب‌شده هم در زمینه‌های شغلی و هم مالی و سپس انجام هر کاری که برای ایجاد مزیت و امتیاز ممکن است (2، 2004، Ashomre).

بدرین سان، کارآفرینی به یک نوع تدریجی مبتنی بر داشته‌ای موجود منجر می‌شود؛ همچنین که شومپریت‌ها از آن به عنوان محرک رشد اقتصادی وابسته به ترویج به خانواده مبتنی بر اثربخشی با یک تجهیزات. در حالی که ترویج به مفهوم عادی و ترویج اقتصادی روستایی است که مورد توجه قرار دادن آن در برنامه‌ریزی‌های جدید و آینده‌گذاری و تعریف مفاهیم و ساختارهای آن، اهمیت آن را دوچندان می‌کند. علاوه بر این، شناخت و جارچوب‌نیز مطلوب کارآفرینی با توجه به توأم‌های موجود محیطی، تحقیق ترویج روستایی مؤثر است. یکی از عوامل مؤثر در ترویج روستایی در حال حاضر، کارآفرینی است؛ زیرا کارآفرینی می‌تواند با خلق فرصت‌های جدید اشتغال و درآمد، نقد مؤثری در بهبود وضع اقتصادی و معیشتی روستاهای داشته باشد.

امروزه، تلاش‌های م рядом مناطق روستایی برای دستیابی به پایداری اقتصادی می‌تواند با استفاده از کارآفرینی محلی افزایش یابد؛ زیرا تمرکز بر منابع اقتصادی محلی از طریق ترویج کارآفرینی محلی یکی از شیوه‌های ترویج اقتصادی در مناطق است (1: 2005، Heaton). کارآفرینی برای اینکه بتواند باعث تحول در جامعه روستایی شود، نیاز به یکسری تغییر و تحولات در ساختارهای دهینه و اجتماعی روستایی‌انداز (5: 2006، Markely) حال برای اینکه زمینه ترویج کارآفرینی در روستاهای تحقیق یابد.

1 Entreprendre
2 Schumpeter
با استرس و درمان‌های محدودیت‌ها موجود در این زمینه از نظر ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و سیاسی، شناختی شناسایی شده که توسعت کارآفرینی در نواحی روسیه مبتنی بر منابع محلی انجام می‌گردد. بنابراین با استرس مقدماتی‌های روسیه از نظر ابعاد ذکر شده را شامل و مورد بررسی قرار داد.

سکونتگاه‌های روسیه بخش ده‌ده شرکت‌های ایجاد اقتصادی مبتنی بر کشاورزی و در برخی موارد صنعتی و فعالیت‌های خدمت‌های است. با وجود آنکه فعالیت‌های اقتصادی در روسیه این منطقه کمبیش متنوع بوده است، اما از یک اقتصاد قوی برخوردار نمی‌باشد. دلايل مختلفی در این زمینه وجود دارد که می‌تواند به مواردی ازجمله ضعف کشاورزی منطقه، خشکسالی‌های اخیر، ضعف فعالیت‌های خدمت‌های و غیره اشاره نمود. به صورت کلی عامل اصلی در این زمینه عدم یکپارچه‌سازی منابع محلی است.

روسیه‌ای‌های محدوده مورد مطالعه با توجه تأثیرات تاریخی بر روی روند و هستند و بیشتر، گذشته از حکماز از این های تولیدی خود از جمله زراعت، دامداری و صنایع دستی نمی‌تواند به اثر تاثیرات از جمله شناسایی کمک‌گذاری که در این راه اکثر فعالیت‌های تولیدی یا اقتصادی جهت تأمین نیازهای فردی و خانوادگی است و کمتر محصولات و تولیدات برای عرضه به بازار بهره‌وری می‌شوند. بر این اساس با توجه به این نوع نگرش حاکم و فضایی به وجود آمد باستی به صورت علمی و دقیق بگنگان شود و زمینه برای تغییر شرایط کنونی فراهم کرد.

رویکدهای مختلف برای مربوط‌سازی این موضوع در منطقه مطالعه وجود دارد که روبروی کارآفرینی از مهم‌ترین آنها است. برای اینکه روبروی کارآفرین در روسیه تاکید شود، باید با استرس و وضعیت سکونتگاه‌های روسیه از نظر ابعاد مختلف از جمله عوامل اقتصادی-اجتماعی مورد توجه قرار گیرد. با این توجه، مشخص می‌گردد که اگر زمینه و استراتژی‌های لازم برای ایجاد تغییر کارآفرینی در روسیه وجود دارد ولی از این نکته به این باستی ویژگی‌های مردمی روسیه را نیز مورد تأکید قرار داد که مردم به عنوان کارآفرینان محصول می‌شوند و در صورت وجود شرایط لازم برای ایجاد کارآفرینی، آنها با استرس اقتصادی برای توسعه و تواضع از زمینه کارآفرینی اقدام نمی‌کنند. از این روز در کاربرسی چگونگی عوامل اقتصادی-اجتماعی روسیه، ویژگی‌های کارآفرینانه مردم نیز تحلیل می‌شود. با توجه به آنچه که بیان شد، استفاده درست از منابع اقتصادی روسیه و به‌مزیتی از آنها نیاز به تحولات گسترش‌دهنده که در این تحقیق با توجه به موضوع مورد بررسی، به تحلیل عوامل یا استراتژی‌های اقتصادی-اجتماعی سکونتگاه‌های روسیه و همچنین ویژگی‌های کارآفرینانه مردم به عنوان جامعه میزان جهت ایجاد کارآفرینی تأکید شده است؛ چرا که تحلیل گیری و توسعه در هر زمینه به‌ویژه در سکونتگاه‌های روسیه برای این که تحلیل اولیه مسائلی بستگی دارد ( Lewis, 2003: 99)
38. علاوه بر این در تحقیق سعی شده که وضعیت گروهی عمومی اقتصادی، اجتماعی با خصوصیات کارآفرینانه مردم از نظر کارآفرینی نیز مورد شناسه و بررسی قرار گیرد تا مشخص گردد تأثیر و رابطه آنها با توجه به شرایط گروهی چگونه است.

2) مبانی نظری

دامنه تأثیرات کارآفرینی بر جامعه بسیار وسیع است؛ از تغییر در ارزش‌های اجتماعی تا رشد شتابان اقتصادی. محققین تغییرات مختلفی که رواج فرهنگ کارآفرینی در یک جامعه ایجاد می‌کند را بررسی کرده و آن را از دیدگاه‌های متداول موردبحث قرار داده‌اند. برخی از تأثیرات ذکر شده عبارتند از: ایجاد تغییرات فرهنگی، ایجاد پیشرفت فنی، ترغیب و تشوق سرمایه‌گذاری، شناخت، ایجاد و گسترش بازارهای جدید، افزایش رفاه و ساماندهی و استفاده از منابع (صدایی و صادقی)، 1392: همچنین ویلکن (1992) چهار دسته از عوامل را برای ظهور کارآفرینی مهم می‌شمارد: 1- عوامل اقتصادی: مزیت‌های بازار، فراهم بودن سرمایه؛ 2- عوامل غیراقتصادی: مقبولیت کارآفرینی (از نظر فرهنگی)، تحکایت اجتماعی، امنیت و عوامل همچون طبقه اجتماعی، قدرت و کنترل؛ 3- عوامل روان‌شناسی: نیاز به توفرکن، انگیزه‌ها و مخاطرات آبزیری؛ 4- ترکیب عوامل تولیدی: به‌منظور ایجاد تغییر در تولید محصولات و خدمات (26: McElwee, 2005).

علاوه بر این با جارچوب و توسعه کارآفرینی از دیدگاه‌های مختلفی اشاره‌نشده است. بر اساس دیدگاه جامعه‌شناسی، طرفداران این دیدگاه از دیدگاه سعی بر آن دارند تا برای تبعین پیده‌های کارآفرینی از مدل‌های جامعه‌شناسی استفاده نمایند. در این دیدگاه محتوی نقش مهمی در شکل‌گیری رفتار کارآفرینانه دارد. بر اساس نظر وبر، جامعه و ارزش‌های آن نقش مهمی در ایجاد کارآفرین دارد و همچنین کارآفرینان نیز نقش بسیار مؤثری در ایجاد تحولات ارزش‌شناسی ایفا می‌نمایند (سعیدی کیانی، 1385: 33). جامعه‌شناسی کارآفرینی را عاملان اشتغال‌زا، انتقال فناوری، تعادل در اقتصاد‌های بیشتر، کاهش بورگرگرایی ادوار، ساماندهی منابع می‌دانند (Alison, 1990). نظریه‌های رفتارگرایان (روان‌شناسان) برای توصیع کارآفرینی، وزیگ های رفتاری، روان‌شناسی کارآفرینی را مورد توجه قرار داده و وزیگ‌های مشخص از جمله مخاطراتسازی، میل به استقلالطلیب، تحمل ایهام، اعتماده‌بینی، مرکزیت‌کننده‌تازه، خلاقت و ایده‌سازی، اعتماده‌بینی، آرمان‌رگاهی، آینده‌نگری، خودمحوری، پیش‌گام بودن، فرصت‌گرایی، نتیجه‌گیری‌هایی از این مدل‌ها، این آن‌ها را از ویژگی‌های روانی کارآفرینی و همچنین، از شروط لازم برای تحقق توسعه کارآفرینی می‌دانند (Hrivnak & Sherman, 2010: 34). در نظریه رفتاری، کارآفرینی یکی از اساس‌ترین و مسئله ارشد از اشتغال‌زا شناخته‌شده است. طرفداران نظریه رفتاری، درآیند
کارآفرینی را یک فرآیند پیچیده دانسته که مشتاق تحت تأثیر محیط و زمینه‌های (Forter, 2006).

در نظریه‌های اقتصادی نیز به بحث نوآوری در تولید محصول و جلب سرمایه‌گذاری، ایجاد تعادل بین عرضه و نیاز، ایجاد مبادله و گردش بول در اقتصاد، فراهم ایجاد ازار و تولید محصولات جدید قابل توجه با بازار، تجربه عدم قطعیت، داشتن مهارت‌های مدیریتی، جابجایی منابع اقتصادی بر اساس اصول بهره‌وری، آگاهی از فرصت‌های سوداور و کشف نشده اشاره کردند.

از نظر انديشمندان توسه‌روستایی، توسه کارآفرینی در نقطه رستا‌یا، یکی از مهم‌ترین استراتژی‌های توسه و رستایی است که می‌تواند در رشد و توسه اقتصادی رستاها نقش بسزایی داشته باشد. از نظر آنها کارآفرینی و سیل‌زدگی برای بهبود کیفیت زندگی، ایجاد فرصت‌های شغلی، افزایش بازدهی و بهره‌وری تولیدات رستا، افزایش درآمد رستا، کاهش فقر و کاهش مهاجرت رستاها در نواحی رستایی است (صیدایی و صادقی، 1393: 69).

کارآفرینی در محیط رستا‌یا دارای گستره‌ای زیادی است و به دلیل تسلط خشک کشاورزی در اغلب مناطق رستا، تأکید عمده بر کارآفرینی کشاورزی است. بنابراین، توسه کارآفرینی رستایی بنا بر نیازهای مقیاسی برای کمک به توزیعی بیشتر به درآمد و میزان تولیدات کشاورزی و غیر کشاورزی است که فرصت‌های مناسبی را برای کاهش مخاطره می‌شود و افزایش امکاناتی پایدار در مناطق رستا، را فراهم می‌کند. کارآفرینی رستا‌یا می‌تواند یکی از زمینه‌های مناسب برای ایجاد اشتغال در خصوص کشاورزی و غیر کشاورزی باشد. کارآفرینی رستا‌یا دارای عنصر بازیابی است که افزایش عمده آنها بر فرآیند کردن زیرساخت‌های اساسی رستایی (سخت‌افزاری و نرم‌افزاری) و خدماتی است که موجب کاهش فقر و تسریع رشد اقتصادی رستا می‌شود (همان منبع، 1996).

عوامل مهمی که در یافتن کارآفرینی رستا‌یا را شامل می‌شوند و توسه‌رو را می‌دهند عبارت‌اند از: زیرساخت‌های اجتماعی، کیفیت نیروی انسانی (رک‌الملی‌در اختراع و سوسیال، 1389: 93)، کیفیت مدیریت، دانش فنی، آموزش و ترکیب (هژاربندی، 1384: 134). در توسه کارآفرینی رستایی عوامل مختلفی تأثیرگذارند که این عوامل را می‌توان به دو گروه کلی تقسیم کرد. 1- عوامل فردی و 2- عوامل محیطی.

از دیدگاه الیسون۱ فعالیت کارآفرینی تحت تأثیر عوامل گوناگونی مانند ویژگی‌ها و انگیزه‌های فردی، آموزش، فرهنگ و آداب و رسوم، قوانین، سیاست‌ها و دانش فنی است که می‌تواند آثار و نتایج مختلفی را به لحاظ گروهی، رفتاری، اقتصادی، اجتماعی و چجی‌یان در برداشتی باشد (Alison, 1990).

۱ Alison
دیدگاه لورد کیپانیدزه رقم توسعه کارآفرینی روستایی به عامل فرهنگی-اجتماعی، محيطی و زیرساختی، اقتصادی و نهایی بستگی دارد(صدایی و صادقی،1393:132).

بر اساس آنچه که بیان شد، تقویت کارآفرینی در جامعه روستایی اهمیت زیادی داشته و بر منابعی این پژوهشها، این رویکرد می تواند عامل بسیار مهمی برای رشد اقتصادی باشد. هرچند کارآفرینی می تواند آثار منفی متعددی در جوامع روستایی داشته باشد، ولی خوب نیز بعنوان یک پدیده اقتصادی اجتماعی و فرهنگی واستانه و مستمر از زمینه ها، عوامل و مهارت های مختلفی است. در واقع ظهور کارآفرینی در یک جامعه واستانه به زمینه ها و عواملی است که در شکل گیری آن تاثیر ویژه دارد که در شکل بالا ذکر گردید. اما می توان بهطور خلاصه این عوامل را به طریق زیر بیان نمود. اصناف اقتصادی و بازار مالی و تسویلات سرمایه گذاری، نیروی کار، تسهیلات فیزیکی، منابع و زیرساخت های اقتصادی، خدمات تخصصی و محیط اقتصادی کلان، ساختار و بونیت صنعت(اندازه، رشد و ساختار بازار و صنعت و استراتژی شرکت های بزرگ)، چارچوب قانون و مقررات(سیستم مالیاتی، سیستم حقوقی و سیاست های حمایتی دولت)، سرمایه های اجتماعی، فرهنگ مشوق کارآفرینی، نهادهای پشتیبان سیستم اموالی، شبکه کارآفرینی؛ جنبه های شخصی(تجربه کاری، تحصیلات، تماس به مخاطره و کار سخت، انعطاف پذیری، میزان دارایی، سن و جنسیت(سعیدی کیا،1385،پ. 26).}

1 Lord kipanidze
در مجموع بحث‌های نظری اینگونه استخراج شد که دو عامل اقتصادی و اجتماعی به عنوان شاخص های مهم در زمینه استرس‌زایی روسخ‌ها در راستای کارآفرینی مدیر تأکید است. در سوی دیگر این چارچوب، بحث ویژگی‌های کارآفرینی در جامعه بین ویژگی‌های کارآفرینی‌های مدیر روسخ‌یابی قرار می‌گیرد. 

دو شاخص اقتصادی و اجتماعی از نمایه‌های مختلفی متشکل شده‌اند که از جمله می‌توان به پشتونه مالی خانوادگی، رضایت از درآمد حاصل از کار، دسترسی به عوامل تولید، وجود شبکه‌های گوناگون تعاونی روسخ‌یابی، شرکت زنان در فعالیت‌ها و آگاهی نسبت به خرید اشیاره نمود. این نمایه‌ها وضعیت هر کدام از شاخص‌های اقتصادی-اجتماعی را در زمینه وجود یا عدم وجود بستر جهت ایجاد کارآفرینی مشخص می‌نمایند. در سوی دیگر نیز ویژگی‌های کارآفرینی‌ها با نمایه‌های خلاقیت، ریسک‌برداری، استقلال، انگیزه پیشرفت، تولید محصولات جدید و تبدیل ایده‌های خلاق به نتایج سنجش میزان عمل یا آمادگی ذهنی مردم در هر کدام از این خصوصیات برای ایجاد کارآفرینی مورد تأکید است; چرا که یک کارآفرین معمولاً دارای این چندین خصوصیاتی است نوع رابطه بین شاخص‌های اقتصادی-اجتماعی با کارآفرینی و ویژگی‌های آن به این صورت است که وضعیت اقتصادی-اجتماعی، در جنگی مشابه‌تر باشد، به ایجاد کارآفرینی و خلق‌های آن کمک می‌نماید و خصوصیات یا ویژگی‌های کارآفرینی را نیز می‌توانند شکوفا نمایند. در واقع وجود بسترها یا عوامل اقتصادی و اجتماعی در بروز ویژگی‌های کارآفرینی‌های ایجاد کارآفرینی در روسخ‌ها مؤثر است و آنها را به وضعیت مطلوبی می‌تواند ارتفا دهد.

شکل شماره (۲): ضروریات کارآفرینی توسهه روسخ‌یابی مبتنی بر پژوهش حاضر
فلومار، همکاران (2010). در مقاله‌ای عوامل مؤثر بر کارآفرینی صنعتی روستایی در بین کشاورزان را بررسی نموده است. نتایج حاکی از آن دارد که همه کارآفرینان از حمایت مالی خانواده برخوردار نیستند و بزار سرمایه می‌تواند شکاف را پر کند که این امر از طریق راهاندازی موسسات مالی و همچنین ارتباط برنامه‌های آموزشی و سرمایه‌گذاری در روستاها امکان‌پذیر است. دابسون (2009) در مطالعه‌ی خود برای طریقی فعالیت‌های کارآفرینی در مناطق روستایی به این نتیجه رسید که ایجاد فعالیت‌های مناسب با ناب‌زای شناسایی شده جامعه محلی، تولیدات کافی مناسب با مقیاس، منابع و مهارت‌های محلی و تمرکز بر کارآفرینی و پایداری مداوم از مهم‌ترین عوامل اصلی در حیات‌خشی و ایجاد فضای کارآفرینی در مناطق روستایی است. جاتنگی کاوا، (2004) عوامل اقتصادی مؤثر در رونق کارآفرینی را در دو سطح موقعیت‌های ساختاری و موقعیت‌های شخصی بررسی می‌کند. موقعیت‌های ساختاری شاخص کالا و خدمات دسترسی به سرمایه، وجود بزار دقیق و نظریه مالیاتی می‌شود. موقعیت‌های شخصی نیز عوامل نیروی کار ماهر، سرمایه‌ای انسانی و سطح درآمد را در بر می‌گیرد. سینگ (2002) به بررسی نهادیشنی شدن کارآفرینی روستایی از طریق سازمان‌های غیردولتی پرداخته و معتقد است که مشکلات

1. Folmar
2. Dabson
3. Jancikova
4. Singh
همچنین باقر و عبدالله‌پور (1396) در پژوهشی به این نتیجه رسیده‌اند که متغیرهای توأم‌سازی زنان و دختران روستایی استان و توسعه فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات در روسیه‌ها با توسعه کارآفرینی روستایی ارتباط معنی‌داری ندارند اما متغیر ایجاد مراکز رشد روستایی در روستاهای منطقه با توسعه کارآفرینی روستایی رابطه معنی‌داری دارد. رضوی و نجارزاده (1387) به بروز و تحلیل زمینه‌های کارآفرینی روستاییان در فرآیند توسعهٔ نواحی روستایی برداخته‌اند و به این نتیجه رسیده‌اند که زمینه‌های اقتصادی و اجتماعی در روستاهای ماهی است. آموزش کارآفرینی و آمادگی‌های محیط اجتماعی و اقتصادی روستایی از جمله نیروی انسانی جوان، متخصص و ماهر به نواحی روستایی و فعالیت‌های کشاورزی می‌تواند به عنوان راهکار اصلی در ایجاد و تقویت کارآفرینی این نواحی در راستای توسعه پایدار بسیار مؤثر باشد. گلر (1384) در تحقیق خود با هدف بررسی عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی زنان نتیجه‌گیری کرد که وزیگی‌های شخصیتی و سرمایه انسانی در بچه فردی و وزیگی ارتباط با دوستان نزدیک و مجرب در بعد از فرهنگ و محیطی، از مهم‌ترین عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی زنان محصول می‌شود.

علاوه بر موارد ذکر شده می‌توان به تحقیقات دیگری از جمله پژوهش‌های همکاران (1390) تبیین نقش دهخداگری و نگاه‌های اسلامی در توسعه کارآفرینی روستایی؛ ازدواج و عطالی (1390) نقش کارآفرینی روستایی و نقش اجتماعی و آموزش کشاورزی در توسعه آن؛ کیانپور و خرم‌پور (1391) نقش کارآفرینی در توسعه پایدار گردشگری در مناطق روستایی با تکیه بر کارآفرینی سازمانی؛ کلاگر و آقائی (1393) بررسی نقش کارآفرینی کشاورزی در توسعه روستایی؛ رضایی (1393) بررسی نقش و جایگاه کارآفرینی در توسعه تعاونی‌های روستایی، منطقه و همکاران (1396) سنجش وضعیت توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی جهت مطالعه به‌بشر موضوع اشاره نمود.

3 تحقیق تطابق

تحقیق حاضر به‌لحاظ هدف کاربردی و از جهت ماهیت و روش توصیفی- تحلیلی است. برای یک اورآی اطلاعات از دو روش مطالعات کتابخانه‌ای- استادی و مطالعات میدانی (پیماشی) استفاده شده.

1 Hornsby
است. مطالعات میدانی مبتنی بر پرسشنامه محقق ساخته است که جهت تکمیل آن از مردم روستاییان
منطقه استفاده شده است. با توجه به تعداد روستاهای منطقه دارای سکنه که بالغ بر 101 روستا بوده,
تعداد 30 روستا به عنوان نمونه برای پرسشنامه تعيین شده است. از دلایل انتخاب این تعداد نمونه
صمع الیور، بودن منطقه، عدم دسترسی به تمامی روستاهای هزینه بودن تحقیق، در نظر گرفتن
روستاهای باتبیش بیشتر، جمعیت با تعداد خانوار زیاد، شرایط توپوگرافی رعایت توزیع شرایط طبیعی بین
روستاهای با پایین و زیاد، مراجعه روستاهای نمونه، معروف دیگر روستاهای است. جامعه
آماری پژوهش، تعداد 1361 نفر بوده که توجه به حجم جامعه آماری و عدم دسترسی و زمان گیر
بودن، نمی توان تمامی جامعه را مورد پرسش قرار داد. از این رو، بر اساس فرمول کوکرمن نمونه آماری
مناسب تعداد 315 نفر انتخاب و پرسشنگری در سطح افراد روستایی در صورتی (20 تا 65 سال) با
حداقل سوابق سنجی انجام شد. در نهایت داده‌های سنجش در نظر گرفته، داده‌های استفاده از نرم‌افزار آماری
Mordex تجزیه و تحلیل و استنتاج قرار گرفته است. با استفاده از آزمون t یک نمونه‌ای و
AMOS و SPSS مدل‌سازی معادلات ساختاری به روش تحلیل و بررسی موضوع پرداخته شد.

مدل‌سازی معادلات ساختاری یک روش در آمار مورد استفاده در زمینه‌های مختلف روابط بین
متغیرهای مشاهده شده و پنهان است که گاه تحلیل ساختاری کواریانس IA 'مدل بایگانی علی'
نتایج نمایه
می‌شود. متغیر پنهان متغیر است که به طور مستقیم اندازه‌گیری نمی‌شود، بلکه با استفاده از دو یا
تعداد بیشتری از متغیرهای مشاهده شده در نقد معروف سنجش می‌شود؛ مدل‌های معادله ساختاری به
طور معمول ترکیبی از مدل‌های اندازه‌گیری و مدل‌های ساختاری ند. متغیرهای مشاهده که در نقد
معروف در مدل اندازه گیری هستند، همراه با خطای اندازه گیری در نظر گرفته می‌شود (فاسمی،1389:
42). به این ترتیب مدل سازی معادلات ساختاری این مطلب را که آیا معروف‌هایی که برای متغیر پنهان
انتخب شده واقعاً معروف آن هستند یا نه، می‌آزماید و مشخص می‌کند که معروف‌های اندازه‌گیری با چه دقیقه
معرف یا پرآورده ترکیبی پنهان هستند (فاسمی،1389: 43 و همین، 1389: 44) اساس تمامی محاصلات
و پرآورده در روش‌های مدل سازی معادلات ساختاری به زبانی کواریانسی بین متغیرهای مشاهده
شده و ترکیبی‌زایی این کواریانس‌ها به می‌گردد. در تحقیق حاضر نیز از طریق مدل سازی معادلات
ساختاری، مشخص می‌گردد که وضعیت مشخص‌های اقتصادی-اجتماعی روستاهای منطقه براي
کارآفرینان چه شرایطی دارد و آیا شرایط براي ایجاد کارآفرینی می‌باشد است؟ همچنین تأثیر و رابطه
این شاخص‌ها با ویژگی‌های کارآفرینانه یا کارآفرینی مردم روستایی مورد سنجش قرار گرفته است.

داده‌های پژوهش به خوبی وضعیت تبیین مدل مفاهیم پژوهش را نشان می‌دهند.

همان‌طور که سازگاری درونی و روابط پرسشنامه گویه‌های مطرح شده، از ضریب‌های گفته به استفاده
شد. برای این منظور تعداد 30 پرسشنامه تکمیل و پیش آزمون انجام گرفت، که ضریب گفته‌های کرون باخ...
برای تمامی شاخص‌ها مناسب است. انداده‌گیری شاخص‌ها به این صورت است که میانگین‌ها (گویه‌ها) برای هر شاخص جمع شده و سپس تقسیم بر تعداد آنها شده است. در نهایت نیز عدد به دست آمده به عنوان میانگین ان شاخص در نظر گرفته شد. سطح تقسیم بندی گویه‌ها نیز بر اساس طیف لیکری (بنج سطحی) بوده است. علاوه بر این گویه‌ها در جدول (۱) مشخص شده است. نتایج جدول (۱) نشان داده است که شاخص اقتصادی (با میانگین ۰/۱۱ و انحراف معیار ۰/۴۹) و ویژگی‌های کارآفرینی (با میانگین ۰/۸۰ و انحراف معیار ۰/۵۶) و شاخص اجتماعی (با میانگین ۰/۹۹ و انحراف معیار ۰/۵۵) به ترتیب بیشترین تأثیر را دارد.

جدول شماره (۱): وضعیت کلی شاخص‌های مورد ارزیابی

<table>
<thead>
<tr>
<th>شاخص</th>
<th>اقتصادی</th>
<th>اجتماعی</th>
<th>ویژگی‌های کارآفرینی</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>میانگین</td>
<td>۰/۱۱</td>
<td>۰/۹۹</td>
<td>۰/۸۰</td>
</tr>
<tr>
<td>انحراف معیار</td>
<td>۰/۴۹</td>
<td>۰/۵۶</td>
<td>۰/۵۵</td>
</tr>
</tbody>
</table>

منبع: یافته‌های پژوهش. ۱۳۹۵.

شاخص‌ها در دو نوع اقتصادی و اجتماعی خلاصه شده‌اند. در همین راستا نمایگرها اقتصادی و ویژگی‌های کارآفرینی استفاده نمایندگان، پشتیبانی باید مالی خانوادگی، خدمات و رضایت از درآمد حاصل از کار، درستی در اعتبارات و سرمایه‌گذاری، شبکه‌های کارا و مناسب، بهره‌گیری از واحدهای کم‌بهره، درستی در اطلاعات اقتصادی، تشویقی سرمایه‌گذاران مالی، درستی در عوامل تولید و درستی در سرمایه‌های موجود، همچنین نمایگرها اقتصادی عبارتند از شناسایی افراد خلاق و نوآور، برگزاری کلاس‌ها در کسب‌وکار خانگی، تشویق به استقبال از طرح‌ها و ایده‌های نو، شرکت در کارهای گروهی و تعاوی، داشتن و مهارت جهت روان شغل جدید، و وجود شبکه‌های گوناگون تولید روستایی، شرکت در کناره‌های گروهی و تعاوی، آگاهی نسبت به خرید و فروش محصولات، نگرش مثبت نسبت به سیاست‌های کارآفرینی، آگاهی نسبت به مشتریان، هر دو در همین راستا به بانک‌های جدید و فعالیت شرکت‌ها و دهیاران جدید کارآفرین‌ها، علاوه بر تمام شاخص‌های کارآفرین‌ها مورد روستایی عبارتند از: خلاقیت، ریسک‌پذیری، استقلال، انجیه‌پروری، تبدیل ایده‌ها به خلق، ثروت، تولید محصولات جدید، و توجه این جدول با استیل بان نمود که سطح شاخص و نمایگر (گویه‌ها) منظور بوده است. به عبارت دیگر، شاخص اقتصادی تشکیل شده از سوالات یا همان گویه‌ها و سطح سوم دیگری وجود ندارد.
جدول شماره (2): معرفی شاخص و نماگرهای مورد استفاده در تحقیق

<table>
<thead>
<tr>
<th>نماگر</th>
<th>شاخص</th>
<th>نشانه‌های اقتصادی</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>وجود بارز رقابتی، پشتیبانی مالی خانوادگی، حمایت مالی، رضایت از درآمد حاصل از کار، دسترسی به اعتبارات و سرمایه، شرکت با کار، مناسب، بهره‌گیری از وابستگی کیفیتی، دسترسی به اطلاعات</td>
<td>شاخص اقتصادی</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>شناسایی افراد خلاق و نوآور، برگزاری کلاس‌ها در کمپکت‌ها، تشویق به استقبال از طرح‌ها و ایده‌های جدید، شرکت در کارهای گروهی و تعاونی، دانش و مهارت جهت روان شغل جدید</td>
<td>شاخص اجتماعی</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>گوناگونی نماهای شمالی، مشترکت زنان و دختران در فعالیت‌ها، آگاهی نسبت به خریدن و فروش محصولات، تثبیت نسبت به سیاست کارآفرینی، آگاهی نسبت به مرور کنندگان به برتری‌های جدید و فعالیت شوراها و دهه در توسعه کارآفرینی</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>خلاقیت، ریسک‌پذیری، استقلال، اگزه، پیشرفته، تبدیل ایده خلاق به تکنولوژی، تولید محصولات جدید</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

منبع: بافت‌های پژوهش، 1395.

بخش دهده شهرستان ایذه در شمال شرقی استان خوزستان، در عرض ۳۱ درجه و ۲۰ دقیقه تا ۳۱ درجه و ۴۹ دقیقه و ارتفاع خاوری نسبت به سطح دریا و درد متوسط ۷۵۰ متر و متوسط درجه حرارت نیز ۲۴ درجه سانتی‌گراد است. بخش دهده شمال سدهستان مرکزی دنیباله رود شمالی و دنیباله رود جنوبی است (میکانیکی و صادقی، ۱۳۹۱: ۴۵). بر اساس سرشماری نفس و مسکن سال ۱۳۹۰، دارای جمعیت میلیون نفر بوده است که از این تعداد ۲۵۶۷ نفر در نقطه شهیر دهده و ۲۰۰۴ نفر در نقاط روستایی سکونت دارند (مركز آمار ایران، ۱۳۹۰).
شکل شماره (۲): نقشه موقعیت منطقه موردطالعه

۲) یافته‌های تحقیق

ابتدا برای بررسی تکثیر نماگرهای پژوهش از آزمون T تکنومنیا استفاده شده است. هدف اصلی این آزمون، مقایسه نماگرهای موردنظر با حد وسط است. از آنجایکه نماگرهای شاخص با طیف وسیعی از سنجده شده است، با ترتیب ترکیب نماگرهای و ساختن شاخص، عدد ۳ بهعنوان حد متوسط در نظر گرفته شده و داده‌ها در هریک از شاخص‌ها با این عدد سنجیده شده است.

نتایج حاصل از آزمون T تکنومنیا در جدول (۲) حاکی از آن دارد که در بین نماگرهای شاخص اقتصادی، دسترسی به سرمایه موجود ضعیف و نماگرهای تشویق سرمایه‌گذاران محیط و رضایت حاصل از درآمدها کار، وضعیت متوسط و سایر نماگرهای شرایط خوبی داشته است. همچنین در بین نماگرهای شاخص اجتماعی، مشارکت زنان و دختران در فعالیت‌های اجتماعی و اقتصادی از وضعیت خوبی برخوردار هستند و سایر نماگرهای شاخص اجتماعی در وضعیت متوسط و روبه ضعیف بوده است. در بین نماگرهای خشت‌های کارآفرینی، نماگرهای نظیر خلاقیت، ریسک‌پذیری و استقلال در سطح خوب و سایر نماگرها در سطح متوسط ارزیابی شده است. به عبارتی، در بخش اقتصادی، بیشتر نماگرهای تکنومنیا مناسب، در بخش اجتماعی، عمدب نماگرهای دارای وضعیت مناسب تا متوسط و در بخش خصوصی کارآفرینی نیز وضعیت متوسط یا مناسب وجود داشته است. با توجه به نتایج جدول (۲) و همچنین در نظر گرفتن میانگین شاخص کل و نماگرها، عوامل اقتصادی و اجتماعی روسنهای بروز ایجاد کارآفرینی مساعده است؛ حاکی که وضعیت این نماگرهای بیانگر سه سطح ضعیف، متوسط و خوب ارزیابی شده است و این نشان می-
دیده که وضعیت در شرایط متوسط و روبه‌بالا است. بنابراین به‌طور مجموعی می‌توان گفت که عوامل و
بسترها اقتصادی-اجتماعی برای ایجاد کارآفرینی در مناطق روساتی مطلوب است.

جدول شماره (۳): سنجه شاخص‌های اقتصادی، اجتماعی و خصوصی‌های کارآفرینانه

<table>
<thead>
<tr>
<th>شاخص</th>
<th>نمادگرها</th>
<th>مقدار T</th>
<th>سطح معنای داری (Sig)</th>
<th>میانگین</th>
<th>فاصله اطمینان (95٪)</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>وجود بازار قابلیت</td>
<td>4/24</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
</tr>
<tr>
<td>پشتونه مالی خانوادگی</td>
<td>3/27</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
</tr>
<tr>
<td>حمایت مالی</td>
<td>3/15</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
</tr>
<tr>
<td>رضایت از رابطه حاصل از کار</td>
<td>1/55</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
</tr>
<tr>
<td>دسترسی به اعضا و سرمایه</td>
<td>4/04</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
</tr>
<tr>
<td>شکی بانکی کار و منابع</td>
<td>2/50</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
</tr>
<tr>
<td>بهره‌وری از وام‌های کمیته</td>
<td>5/91</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
</tr>
<tr>
<td>دسترسی به اطلاعات اقتصادی</td>
<td>2/30</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
</tr>
<tr>
<td>تشویق سرمایه گذاران محیط</td>
<td>1/23</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
</tr>
<tr>
<td>دسترسی به عوامل تولید</td>
<td>3/27</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
</tr>
<tr>
<td>دسترسی به سرمایه موجود</td>
<td>2/52</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
</tr>
<tr>
<td>شناسایی افراد خلاق و نوآور</td>
<td>1/17</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
</tr>
<tr>
<td>برگزاری کلاس‌ها در کسب‌وکار خانگی</td>
<td>7/12</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
</tr>
<tr>
<td>تشویق به استقبال از طرح‌ها و ایده‌های نو</td>
<td>2/44</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
</tr>
<tr>
<td>شرکت در کاراهای ورودی و تعاونی</td>
<td>0/00</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
</tr>
<tr>
<td>داشت و مهارت در راه رفاه جدید</td>
<td>0/00</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
</tr>
<tr>
<td>وجود شکیب‌های تعاونی در روستایی</td>
<td>0/00</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
</tr>
<tr>
<td>مشترک‌زادان و دختران در فعالیت‌ها</td>
<td>1/11</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
</tr>
<tr>
<td>آگاهی نسبت به خرید و فروش محصولات</td>
<td>1/50</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
</tr>
<tr>
<td>درک مثبت نسبت به سیاست کارآفرینی</td>
<td>2/29</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
</tr>
<tr>
<td>آگاهی تیز مصرف کنندگان به آواره‌های جدید</td>
<td>2/44</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
</tr>
<tr>
<td>فعالیت‌ها و دهوا در توسعة کارآفرینی</td>
<td>1/50</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
</tr>
<tr>
<td>خلاقیت</td>
<td>3/16</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
</tr>
<tr>
<td>ریسک‌پذیری</td>
<td>2/36</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
</tr>
<tr>
<td>استقلال</td>
<td>2/42</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
</tr>
<tr>
<td>انگیزه پرورش‌های</td>
<td>0/84</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
</tr>
<tr>
<td>تبدیل ایده‌های وارون به نرو</td>
<td>0/40</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
</tr>
<tr>
<td>تولید محصولات جدید</td>
<td>0/56</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
<td>0/000</td>
</tr>
</tbody>
</table>

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۵.
برای انجام تحلیل عاملی تاییدی و سنجش اعتبار مقیاس‌ها، ابتدا سه مدل تحلیل عاملی تاییدی (CFA) یک عاملی برای ایجاد و سنجش اعتبار سه مقياس اقتصادی، اجتماعی و خصوصی کارآفرینانه با استفاده از نرم‌افزار Amos Graphics در محیط نرم‌افزارات براوردگر مشاهده شده مربوط به جدول (۴)، همراه با براوردگر استاندارد ضرایب رگرسیونی، شاخص کای اسکوئر و سطح معنی‌داری آن نشان داده است. جدول (۴)، نیز براوردگر استاندارد ضرایب مسیر، همراه با نسبت بحرانی، خطای استاندارد (SE) و سطح معنی‌داری (P-value) آنها را نشان داده است. لازم به ذکر است که در روند تحقیق به دلیل نداشتن بار عاملی مناسب بعضاً گویه‌ها یا نمادها از رود تحقیق حذف شده و گویه‌ها باقی بمانده که در جدول (۴) نشان داده شده است. گویه‌ها و معنی‌های مدل‌سازی مدل‌سازی ساختاری هستند. مشاهده شده است که تمامی متغیرهای مشاهده شده در این ضرایب تأثیر رگرسیونی مثبت و معنی‌داری بر مقياس‌های خود هستند و بزرگی این ضرایب (تأثیرات عاملی) نیز نسبتاً برای همه موارد در حد خوبی است.

(شکل شماره (۵): برآوردگر استاندارد مدل‌های عاملی تاییدی برای ابزاررسنجی مقیاس‌ها)

همان‌طور که ملاحظه می‌شود، در جدول (۴) سطح معنی‌داری ضرایب رگرسیونی استاندارد سه نمگر مشاهده شده X1 گزارش نشده است. این امر به این دلیل است که این نمادها به ترتیب به عنوان نمگرها مرجع (معنی‌های نشانگر) برای سه بخش اقتصادی، اجتماعی و خصوصی کارآفرینانه در نظر گرفته شده است تا بدین وسیله بدون مقیاس بودن این نمادها بپنی و به عبارتی، بدون ریشه و واحد انداده گیری بودن آنها بر طرف شود (قلمسوی، ۱۳۸۹). به همین دلیل است که در
تحلیل عوامل زمین‌ساز

دیاگرام‌های مسیر اولیه برای پویش‌های غیراستاندارد ضرایب و واریانس‌ها و کوواریانس‌ها (که البته در
اینجا این مدل‌های غیراستاندارد برای جلوگیری از افزایش حجم مقاله گزارش شدند)، رودی پیکان- های مربوط به مسیرهای این اتمگرهای مشاهده‌شده با تماشای پهنای مربوط مقایر 1 باعث ضرایب غیراستاندارد در نظر گرفته می‌شود تا بیش از چهار نمایش نمایش‌های مشاهده‌شده مربوط به البته، معنی‌داری ضرایب این مسیرها نیز با توجه به مقادیر استاندارد آنها و مقایسه با ضرایب معنی‌داری

دیگر محرز است.

جدول شماره (4): برآوردهای استاندارد و سطح معنی‌داری پاره‌های عامی‌گویی‌های مقیاس‌های سنجش شده

<table>
<thead>
<tr>
<th>شاخص‌ها</th>
<th>نمایش‌های</th>
<th>نمایش‌های</th>
<th>نمایش‌های</th>
<th>نمایش‌های</th>
<th>نمایش‌های</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>X1</td>
<td>پشتونه‌های مالی‌های مالام</td>
<td>1000</td>
<td>1/17</td>
<td>1/204</td>
<td>0/27</td>
</tr>
<tr>
<td>X2</td>
<td>رضایت از ذهن‌العمل</td>
<td>1000</td>
<td>1/17</td>
<td>1/204</td>
<td>0/27</td>
</tr>
<tr>
<td>X3</td>
<td>امکان دسترسی به احتمال اقتصادی</td>
<td>1000</td>
<td>1/17</td>
<td>1/204</td>
<td>0/27</td>
</tr>
<tr>
<td>X4</td>
<td>تشییع سرمایه‌های دارای الحقیقی</td>
<td>1000</td>
<td>1/17</td>
<td>1/204</td>
<td>0/27</td>
</tr>
<tr>
<td>X5</td>
<td>دسترسی به عوامل تولید</td>
<td>1000</td>
<td>1/17</td>
<td>1/204</td>
<td>0/27</td>
</tr>
<tr>
<td>X6</td>
<td>وجود شکوه‌های گوناگون</td>
<td>1000</td>
<td>1/17</td>
<td>1/204</td>
<td>0/27</td>
</tr>
<tr>
<td>X7</td>
<td>مشترکت زمان و دلخواهی</td>
<td>1000</td>
<td>1/17</td>
<td>1/204</td>
<td>0/27</td>
</tr>
<tr>
<td>X8</td>
<td>اگهی نسبت به خریداری اتاق مالی</td>
<td>1000</td>
<td>1/17</td>
<td>1/204</td>
<td>0/27</td>
</tr>
<tr>
<td>X9</td>
<td>تهران میلیون نسبت به سیاست‌های کارآفرینی</td>
<td>1000</td>
<td>1/17</td>
<td>1/204</td>
<td>0/27</td>
</tr>
<tr>
<td>X10</td>
<td>اگهی درباره تیتر مصرف</td>
<td>1000</td>
<td>1/17</td>
<td>1/204</td>
<td>0/27</td>
</tr>
<tr>
<td>X11</td>
<td>نویسه‌های مالی‌های مالام</td>
<td>1000</td>
<td>1/17</td>
<td>1/204</td>
<td>0/27</td>
</tr>
<tr>
<td>X12</td>
<td>ریسک‌پذیر</td>
<td>1000</td>
<td>1/17</td>
<td>1/204</td>
<td>0/27</td>
</tr>
<tr>
<td>X13</td>
<td>استقلال</td>
<td>1000</td>
<td>1/17</td>
<td>1/204</td>
<td>0/27</td>
</tr>
<tr>
<td>X14</td>
<td>انگیزه پیش‌بینی</td>
<td>1000</td>
<td>1/17</td>
<td>1/204</td>
<td>0/27</td>
</tr>
<tr>
<td>X15</td>
<td>تبدیل اتمسفر خلاف</td>
<td>1000</td>
<td>1/17</td>
<td>1/204</td>
<td>0/27</td>
</tr>
</tbody>
</table>

منبع: یافته‌های بزرگترین. 1395.

آخرین بخش خروجی‌های تحلیل مدل‌های عامی‌گویی برای ارزیابی اعتبار مقیاس‌ها، برآورده‌های مدل- هاست. جدول (5)، مقادیر برخی از مهم‌ترین شاخص‌های برآورده‌های همراه با مقادیر معنی‌دار آنها برای تصمیم-گیری نشان داده است. این شاخص‌ها در واقع معیارهایی برای تایید مدل‌های نظری تدوین شده با استفاده از داده‌های گردآوری شده هستند. بنابراین به دقت کم‌تری از شاخص‌های فوق بردی‌زمینین، تبعی به این نکته بسته به کمیت که این شاخص‌ها در سه گروه شاخص‌های برآورده مطلق (CMIN، نهایی، RMR و GFI) شاخص نیکویی برآورده) دیده شده است.
<table>
<thead>
<tr>
<th>RMSEA</th>
<th>PRATIO</th>
<th>CFI</th>
<th>NFI</th>
<th>GFI</th>
<th>RMR</th>
<th>Sig</th>
<th>df</th>
<th>CMIN</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>&lt;0.05</td>
<td>≈</td>
<td>0.998</td>
<td>1.00</td>
<td>0.99</td>
<td>0.00</td>
<td>&gt;0.10</td>
<td>5</td>
<td>&lt;0.01</td>
</tr>
</tbody>
</table>

جدول شماره ۱: شاخص‌های برآورده‌ی اندازه‌گیری ابعاد تحقق

مدل نهایی سنجش و برآورد متغیر پهنای کارآفرینی به عنوان متغیر و استیل تحقیق اساس دو شاخص اقتصادی و اجتماعی و بر اساس ۱۵ متغیر مشاهده‌شده مشخص از گروهی متفاوت در قسمت قبل برآورد و اندازه‌گیری شده در محیط Amose Graphics قابل برآورد و اندازه‌گیری شده با محدودیت ضرایب مسری و وابستگی متغیرهای پهنای نشان می‌دهد. همان‌گونه که در شکل دیده می‌شود، جدیدترین برآورد کوواریانس خطا برای بهبود بیشتر شاخص‌های برآورده‌ی مد به عنوان یک پارامتر آزاد در نظر گرفته‌شده‌اند که هیچگونه مفهومی نظری نیز ندارند. این بار نیز برآورد واریانس‌های خطا و نیز کوواریانس‌های تعیین‌شده بین خطاهای کوچک‌هستند و

منبع: Lai and Lin, 2008; هومدن، 1384، قاضی، 1399.
بعلاوه ارتباط‌های متغیرهای پنهان خطأ و نیز متغیرهای پنهان اصلی نیز در همه موارد مقداری مثبت هستند که خود دلیل بر استفاده مدل است. به‌طور کلی، هرچه واریانس مشترک بین متغیر پنهان با یک متغیر مشاهده بیشتر باشد، از خطای اندازه‌گیری آن کاسته می‌شود.

![شکل شماره (۲): مدل تحلیل ساختاری همبستگی با پرآوردیهی غیراستاندارد ضرایب سبب و واریانس‌های متغیرهای پنهان](image)

شکل (۶) مدل ساختاری برای با رآورد را غیراستاندارد از نشان داد. در ادامه، ضرایب استاندارد یکسان و زمان‌های پنهان با کمک و متغیرهای مشاهده‌شده بین متغیرهای پنهان که در واقع قسمت اصلی و مهم تحلیل‌های انجام شده است، به چاپ آنکه در قالب جدول آورده شد. روزی شکل شماره (۷) نشان می‌دهد تا اهمیت و پرورش امکان مقایسه آنها بهتر فراهم باشد.

همان‌طور که ملاحظه می‌شود، تمامی ضرایب مسیر استاندارد به‌جز یکی با دو مورد مقدار بالایی را نشان می‌دهند و این مرحله با یک نشان اولیه متغیرهای مشاهده‌شده خصوصیات کارآفرینی و اجتماعی از شدت مشاهده می‌باشد، با اکثراً هم‌گرایی در روابط و معادلات ساختاری، ضرایب تأثیر زیادی خصوصیات کارآفرینی از دو مؤلفه اقتصادی و اجتماعی و به عبارتی، ضرایب همبستگی بین خصوصیات کارآفرینی و هرکدام از دو مؤلفه، به‌ترتیب برای یک 0.42 و 0.24 به‌دست آمده است. مراجعه به پرآوردیهی خصوصیات استاندارد، نسبت‌های بحرانی و سطح معنی‌داری نیز نشان داده است که تمامی این پرآوردیه‌های استاندارد در سطح 99 درصد معنی‌دار هستند.

به‌عبارت دیگر همانند نتایج شاخص‌های اجتماعی و اقتصادی بر اساس آزمون تک نمونه‌ای که شاخص اقتصادی وضعیت مناسبی در زمینه خصوصیات کارآفرینی داشته، اما شاخص اجتماعی وضعیت ضعیف‌تری را دارا بوده است، بررسی این شاخص‌ها بر اساس مدل‌سازی معادلات ساختاری نیز چینی مطالعه‌ریا داشته که چراکه شاخص اقتصادی بیش از 0.40 و شاخص اجتماعی 0.34 روند خصوصیات کارآفرینی در روش‌ها را تبين مي‌کند.
نهایناً شاخص‌های برافراز این مدل نیز همراه با مقادیر پیشنهادشده برای ارزیابی آنها، در جدول شماره (۶) آمده است. مقادیر کاهشکور این مدل در مقایسه با مدل‌های اندیه‌گری بیشین پیشتر شد است. این امر ناشی از تفاوت بیشتر ماتریس واریانس-کوواریانس شده بر اساس پارامترهای برآورد شده با ماتریس واریانس-کوواریانس مشاهده شده در این مدل در مقایسه با مدل‌های اندیه‌گری بیشین است، ولی این اختلاف هر گزینه دار نیست (P-value=0/63 و کلیت مدل تأیید می‌شود. افزایش پارامترهای آزاد پیشتری به مدل (اغلب کوواریانس‌های بین خطاهای مانند آنچه بین 0 و 20 و موارد مشابه دیگر تعریفشده) باعث بهبود پیشتر این شاخص شده است؛ اما با این توجه داشته که با افزودن هر پارامتر آزاد، یک واحد از درجه آزادی مدل کاسته می‌شود و این خود باعث فاصله گرفتن پیشتر برخی دیگر از شاخص‌های برافراز با مقادیر معیار مربوطه خواهد گردید؛ گرچه در مدل موردبیت حاضر تمامی شاخص‌های دیگر نیز در مقایسه با مقادیر معیاری از وضعیت خیلی خوبی برخوردند و همگی اعتبار مدل را تأیید می-کنند.

با توجه به عدم معناداری شدن شاخص RMSEA که برای با ۶/۳۰ است و همچنین شاخص Sig که برای با ۰/۰۴۸ است و چون معنادار و کمتر از ۰/۰۵، به‌دستآمده و وضعیت مناسب عوامل اجتماعی-اقتصادی روستاهای منطقه در راستای خصوصیات کارآفرینی و وجود دارد. علاوه بر این میزان نشان می‌دهد که دائرة پژوهش به خوبی توانستهان مدل مفهومی پژوهش را تبیین کند. در واقع پردازش مدل ارائه شده به این مطلب اشاره دارد که سکوت‌گذاری روستایی برای فرآیند نمودن زیرساخت‌های ایجاد کارآفرینی و رشد خصوصیات کارآفرینی شرایط بسیار یافته و به‌صورت متوسط دارا است؛ منظور از گزینه متوسط این است که برخی ضعف‌ها در شاخص‌های اقتصادی و اجتماعی وجود دارد که با استناد به رفتار شود.
توجه به ایجاد کارآفرینی در مناطق روستایی با توجه به شرایط موجود، از اهمیت بسیاری زیاد برخوردار است. بنابراین تأییدگر صفت روستایی و مدل ایجاد این نوع نگرش اقتصادی در روستاهای دارای اهمیت است. این مقاله به دنبال تحلیل عوامل اجتماعی-اقتصادی سکونتگاه‌های روستایی برای ایجاد کارآفرینی، تحلیل ویژگی‌ها و خصوصیات کارآفرینانه در جامعه روستایی و در نهایت رابطه این عوامل ذکر شده در خصوصیات به دست آمده است.

از نظر مقایسه شاخص‌های اقتصادی و اجتماعی در ایجاد کارآفرینی، زمینه و بسترها در روستاهای مورد مطالعه وجود دارد، در نهایت عوامل اقتصادی در این موضوع نسبت به عوامل اجتماعی در روستاهای دارای نگرش مناسبتری بوده، به گونه‌ای که نمادهای اقتصادی از جمله وجود رابط رقابتی پشتیبانی مالی خانوادگی، حمایت مالی، دسترسی به اعتبارات و سرمایه به نظر مرمده در روستاهای از شرایط خوبی در روستاهای برای ایجاد کارآفرینی و بستری‌تری در این زمینه برخوردار است. در این تحقیق، نیز می‌توانند مشترکت زنان و دختران و وجود شبکه‌های گوناگونی توانسته یا عنوان مهم‌ترین پتانسیل‌ها و نمادهای شناخته شده بستر را برای فعالیت و تأکید بر روی کارآفرینی در سکونتگاه‌های روستایی تأیید می‌نمایند. از نظر ویژگی‌های کارآفرینانه، زمینه این خصوصیات خود روستایی و در میان مردم وجود دارد، چرا که خصوصیات از جمله خلاقیت، ریسک‌پذیری و استقلال که بایستی در یک فرد کارآفرین باشد در مردم روستایی وجود دارد و این زمینه را برای توسعه عوامل اقتصادی و اجتماعی موجود به طور کلی مناسبانسانی و طبیعی منطقه فراهم می‌نماید. دیگر خصوصیات کارآفرینانه (انگیزه پیشرفت، تولید محصولات جدید و تبدیل ایده خلاق به تروتو) در مردم روستایی بیشتر در سطح متوسطی بوده است.

بررسی عوامل اقتصادی-اجتماعی و ویژگی‌های کارآفرینانه قابل مدل معادلات ساختاری با توجه به شاخص‌های مختلف برخوردار شده که برای با ۰/۴۸، ۰/۸۰ است از وضعیت مطلوب این شاخص‌ها RMSEA در روستاهای حکایت دارد. علاوه بر این شاخص اقتصادی ۰/۴۴ درصد و شاخص اجتماعی ۰/۳۴ درصد از روند تأثیرگذاری رونق و تبادل خصوصیات کارآفرینانه در روستاهای را تبیین می‌نماید و شرایط
اقتصادی راستها برای تأکید بر روند کارآفرینی در رستوران و برنامه‌ریزی در این زمینه بیشتر از عوامل اجتماعی است. بنابراین با استفاده از تقویت عوامل اجتماعی در این زمینه تأکید نمود تا بستر متعادل و برای اطمینان عوامل در شکل گیری کارآفرینی اختیاری پیدا کنند. از این مدل ساختاری، عوامل اقتصادی-اجتماعی سکوئگاهی رستورانی بر رشد و بروز ویژگی‌های کارآفرینی می‌تواند تأثیرگذار باشد و در صورتی که برنامه‌ریزی برای ایجاد کارآفرینی انجام گردد این خصائص ها به مرور رشد و بروز خواهد پایید.

با توجه به نتایج، جنگ پیشنهاد ارائه می‌شود: 1- اولویت قرار دادن عوامل اجتماعی رواستا جهت تقویت آنها در راستای ایجاد کارآفرینی با توجه به ضعف‌های موجود؛ 2- کارگیری طرف‌های محيطی در راستای تقویت بعد از اقتصادی منطقه به هدف کارآفرینی؛ 3- با توجه به شرایط کنونی عوامل اجتماعی و اقتصادی و تأثیرگذاری آنها بر رشد ویژگی‌های کارآفرینی، با استفاده از این مزیت در راستای روند کارآفرینی در رستوران استفاده نمود؛ 4- برخی خصائص حاکی کارآفرینی در مردم رستوران می‌باشد: شفافیت یا شرایط مناسبی دارند. بنابراین با استفاده از تقویت چندین خصائص هایی کمک کرد تا زمینه شکوفایی خلاقیت‌های کارآفرینی مهیا شود.

6- منابع

- باقر، کریم و ابتینه عبداللهی (۱۳۹۲)، بررسی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی رستورانی در استان سیستان و بلوچستان (با تمرکز بر توسعه مراکز رستورانی، توسعه فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطات و توسعه‌سازی زنان رستورانی)، فصلنامه ژغوری و توسعه، شماره ۲۲، صفحه ۱۴-۲۱.
- رضوی، محمد رضا و محمد ناجی‌زاده (۱۳۸۷)، بررسی و تحلیل زمینه‌های کارآفرینی رستورانیان در فرآیند توسعه نواحی رستورانی (مطالعه موردی دهستانی در آن گنوی اصفهان)، مجله توسعه کارآفرینی، شماره ۲، صفحه ۱۲۳-۱۸۲.
- رکن الدین افتخاری، عبدالرضا و حمیدالله سعیدی، تدوین‌سازی، ترجمه کیا، چاب‌چهار، زمینه، صفحه ۱۶۳-۱۶۱.
- سعیدی کیا، مهدی (۱۳۸۷). اصول و مبانی کارآفرینی، انتشارات کیا، چاب‌چهار، زمینه، صفحه ۱۶۳-۱۶۱.
- صدیقی، اسکندر و حجت اله صادقی، (۱۳۹۲)، برنامه‌ریزی توسعه کارآفرینی در نواحی رستورانی، انتشارات دارخوری، چاب‌چاب اصفهان.
- فلفیا، سید اشمیت، وراثه کارآفرینی، انتشارات جامعه شناسان، جلد چهارم، تهران.
- انتشارات سازمان انرژی کاربرد، انتشارات جامعه شناسان، جلد چهارم، تهران.
- Amos Graphics، نشر جامعه شناسان، جلد چهارم، تهران.
- جواد نیا، اکبر دل‌نام و پیام اردکانی، (۱۳۸۷)، نگرش معاصر بر کارآفرینی، ترجمه ابراهیم علی‌نژاد، انتشارات دانشگاه فردوسی مشهد، چاب اول، پاییز.
- گلر، حمید (۱۳۸۲)، عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی نواحی ایران، فصلنامه پژوهش زبان، شماره ۳، صفحه ۱۸۳-۱۸۱.

- مرکز آمار ایران (۱۳۹۰)، سرشماری نوسی و مسکن ۱۳۹۰، نشر مرکز آمار ایران، چاب اول.
- Alison, Morrison (1990), 
  Entrepreneurship: An International Perspective, Oxford
  Publication, First Edit, spring.
- Ashomre, Cati (2004), 
  Criteria for youth entrepreneurship, Education, Columbus, Rutage
  press, Second Edit, summer.
- Dabson, Bernad (2002), 
  Supporting rural entrepreneurship. Retrieved September,
- Folmer, Henk. Dutta, Subrata (2010), 
- Forter, Marian (2006), 
- Heaton, James (2005), 
- Hisrich, Robert. Hisrich, Peters. Shepherd, Dean (2005), 
- Hrivnak, George., Sherman,Cynthia (2010), 
- Jancikova, Heri (2004), 
- Lewis, James (2003), 
- Markley, Deborah (2006), 
- McElwee, Gerard (2005), 
  A Literature review of entrepreneurship in agriculture, published by University of Lincoln and ESOF, First Edit.
- Mohapatra, Sandeep., Rozelle, Scot., Goodhue, Rachael (2006), 
- Singh,Naresh (2002),
- Stathopoulou, Sophia. Psaltopoulos, Demetrios (2006), 
- Verheul, Ingrid. Wennekers, Sander (2001), 