فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال ششم، شماره ۲، تابستان ۱۳۹۶، پیاپی ۲۰
صفحات ۱۱۸-۹۷

تحلیل عوامل زمینه‌ساز ایجاد و رشد کارآفرینی روستایی
مورد: بخش دهدز در شهرستان ایذه

مسعود صفری علی‌اکبری؛ استادیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه پیام نور، ایران.
حجت اله صادقی*؛ دانشجوی دکتری و عضو باشگاه پژوهشگران جوان و نخبگان دانشگاه آزاد اسلامی، واحد ایذه، ایران.

دریافت مقاله: ۱۳۹۵/۵/۱۹ پذیرش نهایی: ۱۳۹۵/۱۰/۲۸

چکیده

توجه به توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی با توجه به شرایط موجود از اهمیت بسیاری زیادی برخوردار است. بر این اساس بررسی زمینه‌ها و عوامل تأثیرگذار سکونتگاه‌های روستایی در راستای توسعه این نوع نگرش اقتصادی در روستاها از ضرورت‌های اولیه محسوب می‌شود. هدف این مقاله تحلیل عوامل اقتصادی-اجتماعی و ویژگی‌های کارآفرینی موجود در سکونتگاه‌های روستایی بخش دهدز شهرستان ایذه در راستای کمک به ایجاد کارآفرینی بوده است. روش تحقیق از نظر ماهیت، توصیفی-تحلیلی و ازنظر هدف کاربردی است. روش گردآوری اطلاعات، کتابخانه‌ای و میدانی بوده و برای جمع‌آوری داده‌های میدانی از پرسش‌نامه محقق ساخته استفاده شده است. جامعه آماری پژوهش تعداد ۱۳۱۶۱ نفر بوده که با استفاده از فرمول کوکران ۳۱۵ نفر به‌صورت تصادفی در سن فعالیت (۲۰ تا ۶۵ سال) با حداقل سواد پنج ابتدایی بررسی شده‌اند. نتایج نشان داد که عوامل اقتصادی در سکونتگاه‌های روستایی برای ایجاد انواع کارآفرینی از جنبه‌های مختلف نسبت به عوامل اجتماعی وضعیت بهتری داشته است. معادلات ساختاری نیز از معناداری بین عوامل اقتصادی-اجتماعی با ویژگی‌های کارآفرینی براساس ضرایب همبستگی (به ترتیب برابر با ۰/۴۴ و ۰/۳۷) اشاره دارد. همچنین بررسی خصوصیات مردم از نظر کارآفرینی نشان می‌دهد که سه شاخص خلاقیت، ریسک‌پذیری و استقلال در بین مردم از وضعیت خوبی برخوردار بوده و سه شاخص انگیزه پیشرفت، تولید محصولات جدید و تبدیل ایده خلاق به ثروت در سطح متوسطی هستند. بستر اقتصادی-اجتماعی و همچنین ویژگی‌های مردم برای ایجاد انواع کارآفرینی روستایی مهیا است و به یک برنامه‌ریزی مطلوب برای این هدف نیاز است.

واژگان کلیدی: عوامل اجتماعی-اقتصادی، ویژگی‌های کارآفرینی، سکونتگاه‌های روستایی.

* h_sgeo@yahoo.com

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-07-27]
[DOI: 10.18869/acadpub.serd.6.20.97]

۱)مقدمه

به‌طورکلی واژه کارآفرینی ترجمه فرانسوی «انترپرندر[1]» به معنای «متعهدشدن» است. اصطلاح کارآفرین به کسی اطلاق می‌شود که متعهد می‌شود مخاطره‌های یک فعالیت اقتصادی را سازمان‌دهی و تقبل کند. کارآفرینی واژه‌ای است نو و از معنای آن نمی‌توان به مفهوم واقعی آن دست پیدا کرد و از این نظر نیز کارآفرینی تعاریف متفاوتی دارد. وجود تفاوت‌ها در تعریف کارآفرینی، از سویی نشان‌دهنده گستردگی و اهمیت موضوع است که می‌تواند از زوایای مختلف موردبررسی قرار گیرد و از سوی دیگر نشان‌دهنده پویایی موضوع است که زمینه ارائه مدل‌ها، تئوری‌ها متفاوتی را فراهم می‌آورد (کوراتکو، ۲۰۰۱: ۱). هیسریچ و همکاران (۲۰۰۵) فرآیند کارآفرینی را خلق چیزی نو می‌دانند که توأم با صرف وقت و تلاش بسیار و پذیرش خطرات مالی، روحی و اجتماعی برای به دست آوردن منابع مالی، رضایت شخصی و استقلال است(Hisrich et al,2005: 62)؛ به‌عبارت‌دیگر، کارآفرینی یعنی تمایل به اعمال ریسک‌های حساب‌شده هم در زمینه‌های شغلی و هم مالی و سپس انجام هر کاری که برای ایجاد مزیت و امتیاز ممکن است(Ashomre,2004: 2).

بدین‌سان، کارآفرینی به یک توسعه تدریجی مبتنی بر داشته‌های موجود منجر می‌شود؛ همچنان که شومپیتر[2] از آن به‌عنوان محرک رشد اقتصادی وپایه توسعه یاد می‌کند(Mohapatra et al,2006: 5). تقویت کارآفرینی و ایجاد بستر مناسب برای توسعه، از ابزارهای پیشرفت کشورها به‌ویژه کشورهای درحال‌توسعه است؛ زیرا فعالیت با اثربخشی بالا به توسعه اقتصادی منجر می‌شود (Verheul,2004: 4). بر این اساس، کارآفرینی از ضروریات توسعه اقتصاد در مفهوم عام و توسعه اقتصاد روستایی است که موردتوجه قرار دادن آن در برنامه‌ریزی‌های جدید و آینده‌نگر و تعریف مفاهیم و ساختارهای آن، اهمیت آن را دوچندان می‌کند. علاوه بر این، شناخت و چارچوب‌بندی مطلوب کارآفرینی با توجه به توانمندی‌های موجود محیطی، در تحقق توسعه پایدار روستایی مؤثر است. یکی از عوامل مؤثر در توسعه روستایی در حال حاضر، کارآفرینی است؛ زیرا کارآفرینی می‌تواند با خلق فرصت‌های جدید اشتغال و درآمد، نقش مؤثری در بهبود وضع اقتصادی و معیشتی روستاها داشته باشد.

امروزه تلاش‌های مردم مناطق روستایی برای دستیابی به پایداری اقتصادی می‌تواند با استفاده از کارآفرینان محلی افزایش یابد؛ زیرا تمرکز بر منابع اقتصادی محلی از طریق توسعه کارآفرینی محلی یکی از شیوه‌های توسعه اقتصادی این مناطق است (Heaton,2005: 1). کارآفرینی برای اینکه بتواند باعث تحول در جامعه روستایی شود، نیاز به یکسری تغییر و تحولات در ساختارهای ذهنی و اجتماعی روستاییان دارد(Markely,2006: 5). حال برای اینکه زمینه توسعه کارآفرینی در روستاها تحقق یابد،

[1] Entreprendre
[2] Schumpeter

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-07-27]
[DOI: 10.18869/acadpub.serd.6.20.97]

بایستی ظرفیت‌ها و محدودیت‌های موجود در این زمینه از نظر ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی، زیست‌محیطی شناسایی شود؛ چراکه توسعه کارآفرینی در نواحی روستایی مبتنی بر منابع محلی انجام می‌گیرد. بنابراین بایستی مقتضیات مکانی-زمانی روستاها از نظر ابعاد ذکر شده را شناخت و موردبررسی قرارداد.

سکونتگاه‌های روستایی بخش دهدز شهرستان ایذه دارای اقتصاد متکی بر کشاورزی و در برخی موارد صنعتی و فعالیت‌های خدماتی است. با وجود آنکه فعالیت‌های اقتصادی در روستاهای این منطقه کمابیش متنوع بوده است، اما از یک اقتصاد قوی برخوردار نمی‌باشند. دلایل مختلفی در این زمینه وجود دارد که می‌تواند به مواردی ازجمله ضعف کشاورزی منطقه، خشکسالی‌های اخیر، ضعف فعالیت‌های خدماتی و غیره اشاره نمود. به‌صورت کلی عامل اصلی در این زمینه عدم یکپارچه‌سازی منابع محلی است.

روستاهای محدوده مورد مطالعه با توجه تأثیرات درونی و بیرونی با مشکلات اقتصادی زیادی روبه رو هستند و برخلاف گذشته از هر کدام از بخش های تولیدی خود از جمله زراعت، دامداری و صنایع دستی نمی‌توانند بهره‌وری لازم را داشته باشند و در واقع یک اقتصاد معیشتی کوچک شکل گرفته است؛ به گونه ای که اکثر فعالیت‌های تولیدی یا اقتصادی جهت تأمین نیازهای فردی و خانوادگی است و کمتر محصولات و تولیدات برای عرضه به بازار تهیه می‌شوند. بر این اساس با توجه به این نوع نگرش حاکم و فضای به وجود آمده بایستی به صورت علمی و دقیق به آن نگاه شود و زمینه را برای تغییر شرایط کنونی فراهم کرد.

رویکردهای مختلف برای مرتفع‌سازی این موضوع در منطقه مطالعه وجود دارد که رویکرد کارآفرینی از مهم‌ترین آنها است. برای اینکه رویکرد کارآفرینی در روستاها تأکید شود، ابتدا بایستی وضعیت سکونتگاه‌های روستایی از نظر ابعاد مختلف از جمله عوامل اقتصادی-اجتماعی مورد سنجش و بررسی قرار گیرد. با این بررسی مشخص می‌گردد که آیا زمینه و بسترهای لازم برای ایجاد تفکر کارآفرینی در روستاها وجود دارد؟ علاوه بر این بایستی ویژگی‌های مردم روستایی را نیز مورد تأکید قرار داد؛ چرا که مردم به عنوان کارآفرینان محسوب می‌شوند و در صورت وجود شرایط لازم برای انواع کارآفرینی، آنها بایستی اقدام به انواع فعالیت‌ها و خلاقیت‌ها در زمینه کارآفرینی اقدام نمایند. از این رو، در کنار بررسی چگونگی عوامل اقتصادی-اجتماعی روستاها، ویژگی‌های کارآفرینانه مردم نیز تحلیل می‌شود. با توجه به آنچه که بیان شد، استفاده درست از منابع اقتصادی روستاها و بهره‌برداری از آنها نیاز به تحولات گسترده‌ای دارد که در این تحقیق با توجه به موضوع مورد بررسی، به تحلیل عوامل یا بسترهای اقتصادی-اجتماعی سکونتگاه‌های روستایی و همچنین ویژگی‌های کارآفرینانه مردم به عنوان جامعه میزبان جهت ایجاد کارآفرینی تأکید شده است؛ چرا که تصمیم‌گیری و توسعه در هر زمینه، به‌ویژه در سکونتگاه‌های روستایی، پیش از هر چیزی به شناخت و تحلیل اولیه مسائل بستگی دارد (Lewis, 2003:

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-07-27]

[DOI: 10.18869/acadpub.serd.6.20.97]

38). علاوه بر این در این تحقیق سعی شده که وضعیت کنونی عوامل اقتصادی-اجتماعی با خصوصیات کارآفرینانه مردم از نظر کارآفرینی نیز مورد سنجش و بررسی قرار گیرد تا مشخص گردد تأثیر و رابطه آنها با توجه به شرایط کنونی چگونه است.

۲) مبانی نظری

دامنه‌ی 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 آثار آن را از دیدگاه‌های متفاوت موردبحث قرار داده‌اند. برخی از تأثیرات ذکرشده عبارت‌اند از: ایجاد ثروت، اشتغال‌زایی، ایجاد و توسعه فناوری، ترغیب و تشویق سرمایه‌گذاری، شناخت، ایجاد و گسترش بازارهای جدید، افزایش رفاه و ساماندهی و استفاده اثربخش از منابع(صیدایی و صادقی،۱۳۹۳: ۵۱). همچنین ویلکن (۱۹۹۲) چهار دسته از عوامل را برای ظهور کارآفرینی مهم می‌شمارد:

۱- عوامل اقتصادی: مزیت‌های بازار، فراهم بودن سرمایه؛ ۲- عوامل غیراقتصادی: مقبولیت کارآفرینی (از نظر فرهنگی)، تحرکات اجتماعی، امنیت و عواملی همچون طبقه اجتماعی، قدرت و کنترل؛ ۳- عوامل روان‌شناختی: نیاز به توفیق، انگیزه‌ها و مخاطره‌پذیری؛ ۴- ترکیب عوامل تولید: به‌منظور ایجاد تغییر در تولید محصولات و خدمات(McElwee,2005: 26).

علاوه بر این، به چارچوب و توسعه کارآفرینی از دیدگاه‌های مختلفی اشاره‌شده است. بر اساس دیدگاه جامعه‌شناسی، طرفداران این دیدگاه سعی بر آن دارند تا برای تبیین پدیده کارآفرینی از مدل‌های جامعه‌شناسانه استفاده نمایند. در این دیدگاه محیط 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 ارزشمند ایفا می‌نمانید (سعیدی کیا، ۱۳۸۵: ۴۳). جامعه‌شناسان کارآفرینان را عاملان اشتغال‌زایی، انتقال فناوری، تعادل در اقتصادهای پویا، کاهش بوروکراسی اداری، ساماندهی منابع می‌دانند (Alison,1990: 304). نظریه‌های رفتارگرایان(روانشناسان) برای توسعه کارآفرینی، ویژگی‌های رفتاری- روان‌شناختی کارآفرینان را موردتوجه قرار داده و ویژگی‌های مشخص از جمله مخاطره‌پذیری، میل به استقلال‌طلبی، تحمل ابهام، اعتمادبه‌نفس بالا، مرکز کنترل درونی، خلاقیت و ایده‌سازی، اعتمادبه‌نفس، آرمان‌گرایی، آینده‌نگری، خودمحوری، پیش‌گام بودن، فرصت‌گرایی، نتیجه-گرایی، اهل کار و عمل بودن، ثبات و استحکام کامل در برابر هیجان‌ها، امید به موفقیت، توانایی بالا در تشخیص الگوها، خلق ایده‌های جدید و توسعه آنها را از ویژگی‌های روانی کارآفرینان و همچنین، از شروط لازم برای تحقق توسعه کارآفرینی می‌دانند(Hrivnak & Sherman,2010: 34). در نظریه رفتاری، کارآفرینی یکی از اساسی‌ترین وسیله ارزش‌آفرینی شناخته‌شده است. طرفداران نظریه رفتاری، فرآیند

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-07-27]
[DOI: 10.18869/acadpub.serd.6.20.97]

کارآفرینی را یک فرآیند پیچیده دانسته که به‌شدت تحت تأثیر محیط و زمینه‌هاست(Forter,2006: 60). در نظریه‌های اقتصادی بیش‌تر به بحث نوآوری در تولید محصول و جلب سرمایه‌گذاری، ایجاد تعادل بین عرضه و تقاضا، ایجاد مبادله و گردش پول در اقتصاد، فراهم آوردن ابزار و تولید محصولات جدید قابل‌عرضه با بازار، تحمل عدم قطعیت، داشتن مهارت‌های مدیریتی، جابجایی منابع اقتصادی بر اساس اصول بهره‌وری، آگاهی از فرصت‌های سودآور و کشف نشده اشاره‌کرده‌اند.

از نظر اندیشمندان توسعه روستایی، توسعه کارآفرینی در نقاط روستایی یکی از مهم‌ترین استراتژی‌های توسعه روستایی است که می‌تواند در رشد و توسعه اقتصادی روستاها نقش بسزایی داشته باشد. از نظر آنها کارآفرینی وسیله‌ای برای بهبود کیفیت زندگی، ایجاد فرصت‌های شغلی، افزایش بازدهی و بهره‌وری تولیدات روستایی، افزایش درآمد روستاییان، کاهش فقر و کاهش مهاجرت روستاییان در نواحی روستایی است(صیدایی و صادقی، ۱۳۹۳: ۶۹).

کارآفرینی در محیط روستایی دارای گستردگی زیادی است و به دلیل تسلط بخش کشاورزی در اغلب مناطق روستایی، تأکید عمده بر کارآفرینی کشاورزی است. بنابراین، توسعه کارآفرینی روستایی پتانسیلی برای کمک به تنوع‌بخشی به درآمد و میزان تولیدات کشاورزی و غیر کشاورزی است که فرصت‌های مناسبی را برای کاهش مخاطره معیشتی و افزایش امنیت غذایی پایدار در مناطق روستایی فراهم می‌کند. کارآفرینی روستایی می‌تواند یکی از زمینه‌های مناسب برای ایجاد اشتغال در بخش‌های کشاورزی و غیر کشاورزی باشد. کارآفرینی روستایی دارای عناصر پایه‌ای است که تمرکز عمده آنها بر فراهم کردن زیرساخت‌های اساسی روستا(سخت‌افزاری و نرم‌افزاری) و خدماتی است که موجب کاهش فقر و تسریع رشد اقتصادی روستا می‌شود(همان منبع، ۱۹۶).

عوامل مهمی که فرآیند کارآفرینی روستایی را شکل مؤثری می‌بخشند و توسعه می‌دهند عبارت‌اند از: زیرساخت‌های اجتماعی، کیفیت نیروی انسانی (رکن‌الدین افتخاری و سجاسی، ۱۳۸۹: ۹۳). کیفیت مدیریت، دانش فنی، آموزش و ترویج(هزارجریبی، ۱۳۸۴: ۱۴۳). در توسعه کارآفرینی روستایی عوامل مختلفی تأثیرگذارند که این عوامل را می‌توان به دو گروه کلی تقسیم کرد.۱-عوامل فردی و ۲-عوامل محیطی.

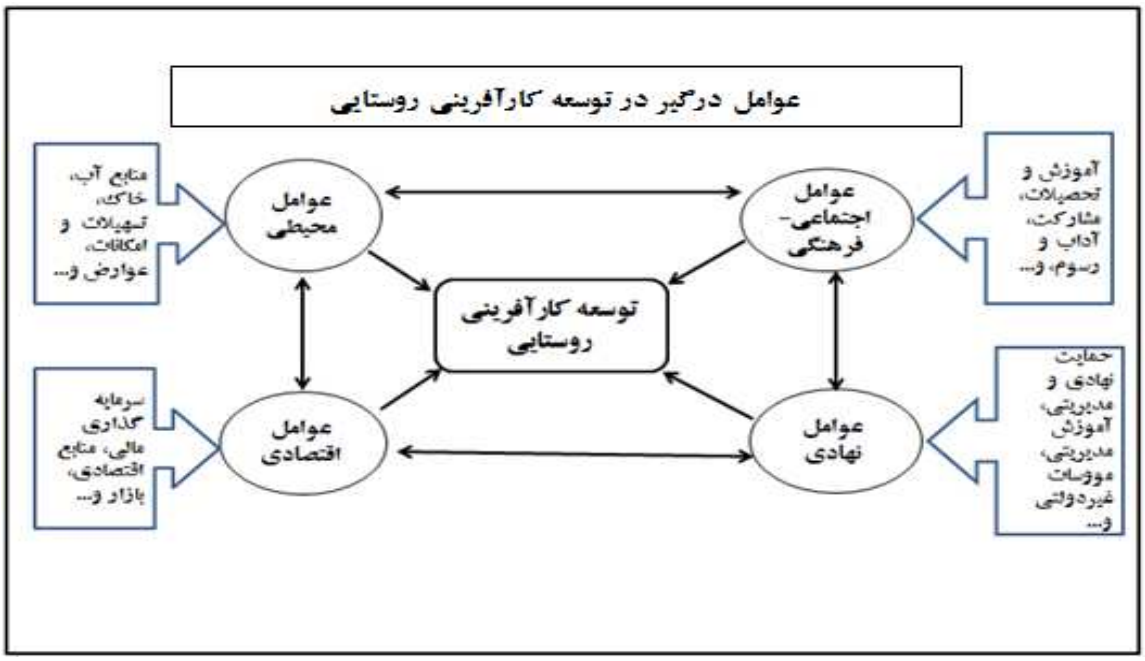
از دیدگاه آلیسون[1] فعالیت کارآفرینی تحت تأثیر عوامل گوناگونی مانند ویژگی‌ها و انگیزه‌های فردی، آموزش، فرهنگ و آداب‌ورسوم، قوانین، سیاست‌ها و دانش فنی است که می‌تواند آثار و نتایج مختلفی را به لحاظ الگوهای رفتاری، اقتصادی، اجتماعی و جز این‌ها در برداشته باشد(Alison,1990: 1990). از

[1] Alison

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-07-27]

[DOI: 10.18869/acadpub.serd.6.20.97]

دیدگاه لورد کیپانیدزه[1] توسعه کارآفرینی روستایی به عامل فرهنگی-اجتماعی، محیطی و زیرساختی، اقتصادی و نهادی بستگی دارد(صیدایی و صادقی،۱۳۹۳: ۱۳۳).

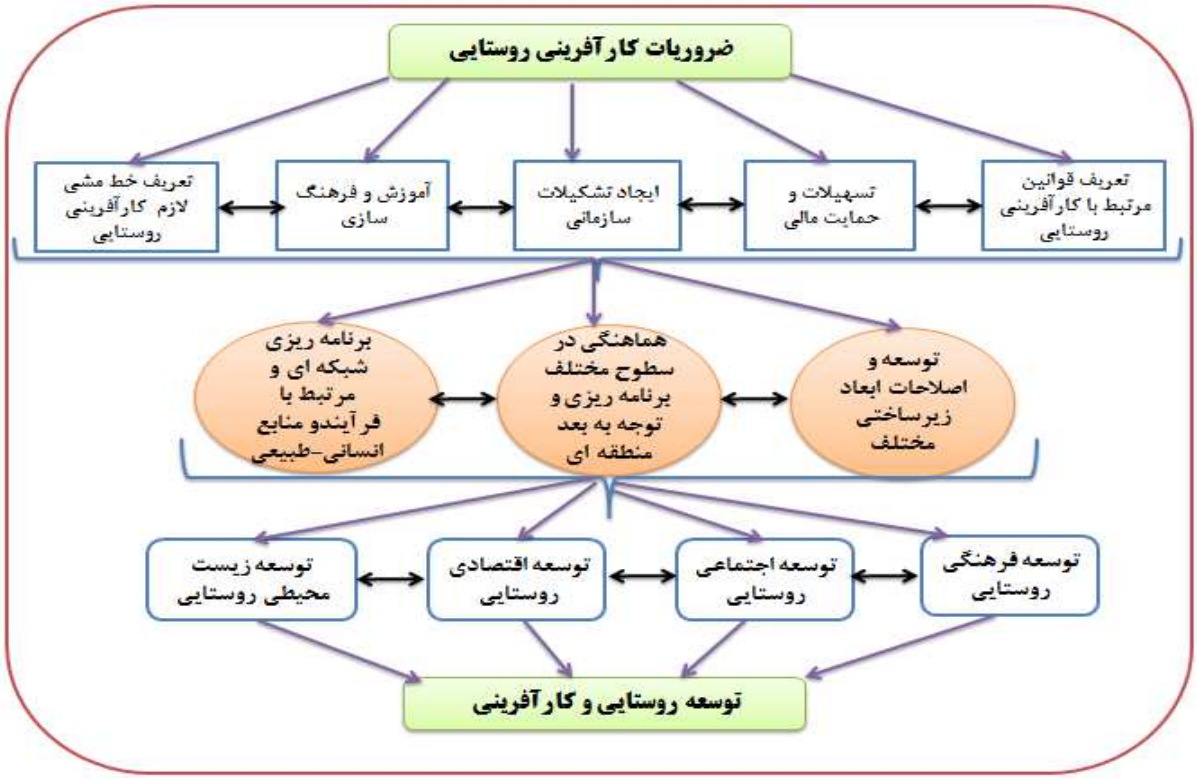


شکل شماره(۱): عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی روستایی

بر اساس آنچه که بیان شد، تقویت کارآفرینی در جامعه روستایی اهمیت زیادی داشته و بر مبنای این پژوهش‌ها، این رویکرد می‌تواند عامل بسیار مهمی برای رشد اقتصادی باشد. هرچند کارآفرینی می‌تواند آثار مثبت متعددی در جوامع روستایی داشته باشد، ولی خود نیز به‌عنوان یک پدیده اقتصادی-اجتماعی و فرهنگی وابسته، متأثر از زمینه‌ها، عوامل و مهارت‌های مختلفی است. در واقع ظهور کارآفرینی در یک جامعه وابسته به زمینه‌ها و عواملی است که در شکل‌گیری آن تأثیر ویژه دارد که در شکل بالا ذکر گردید. اما می‌توان به‌طور خلاصه‌تر این عوامل را به طریق زیر بیان نمود. شرایط اقتصادی و بازار منابع مالی و تسهیلات سرمایه‌گذاری، نیروی کار، تسهیلات فیزیکی، منابع و زیرساخت‌های اقتصادی، خدمات تخصصی و محیط اقتصادی کلان؛ ساختار و پویایی صنعت(اندازه، رشد و ساختار بازار و صنعت و استراتژی شرکت‌های بزرگ)؛ چارچوب قانون و مقررات(سیستم مالیاتی، سیستم حقوقی و سیاست‌های حمایتی دولت)؛ سرمایه‌های اجتماعی، فرهنگ مشوق کارآفرینی، نهادهای پشتیبان، سیستم آموزشی، شبکه کارآفرینی؛ جنبه‌های شخصیتی(تجربه کاری، تحصیلات، تمایل به مخاطره و کار سخت، انعطاف‌پذیری، میزان دارایی‌ها، سن و جنسیت)(سعیدی کیا،۱۳۸۵: ۲۴).

[1] Lord kipanidze

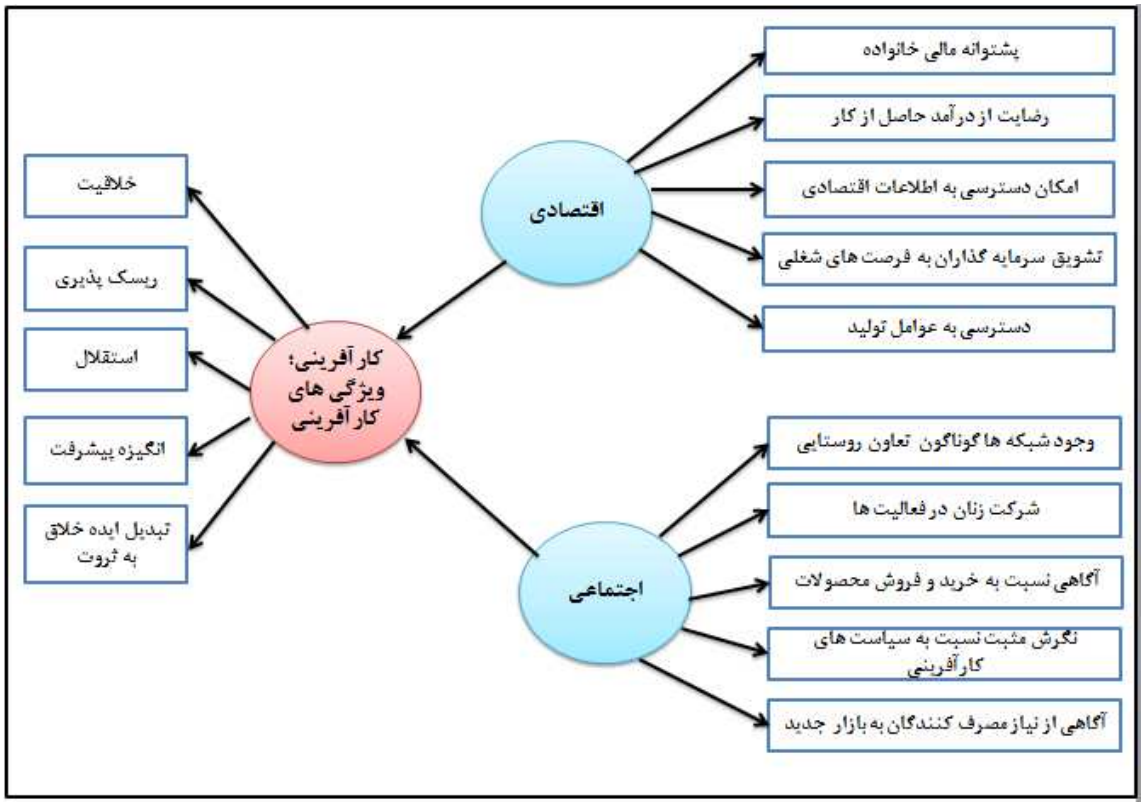
[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-07-27]
[DOI: 10.18869/acadpub.serd.6.20.97]



شکل شماره(۲): ضروریات کارآفرینی توسعه روستایی مبتنی بر پژوهش حاضر

در مجموع بحث‌های نظری اینگونه استخراج شد که دو عامل اقتصادی و اجتماعی به عنوان شاخص های مهم در زمینه بسترسازی روستاها در راستای کارآفرینی مورد تأکید است. در سوی دیگر این چارچوب، بحث ویژگی‌های کارآفرینی در جامعه یعنی ویژگی‌های کارآفرینانه مردم روستایی قرار می‌گیرد. دو شاخص اقتصادی و اجتماعی از نماگرهای مختلفی متشکل شده‌اند که از جمله می‌توان به پشتوانه مالی خانوادگی، رضایت از درآمد حاصل از کار، دسترسی به عوامل تولید، وجود شبکه‌های گوناگون تعاونی روستایی، شرکت زنان در فعالیت‌ها و آگاهی نسبت به خرید اشاره نمود. این نماگرها وضعیت هر کدام از شاخص‌های اقتصاد-اجتماعی را در زمینه وجود یا عدم وجود بستر جهت ایجاد کارآفرینی مشخص می‌نمایند. در سوی دیگر نیز ویژگی‌های کارآفرینانه با نماگرهای خلاقیت، ریسک‌پذیری، استقلال، انگیزه پیشرفت، تولید محصولات جدید و تبدیل ایده خلاق به ثروت برای سنجش میزان تمایل یا آمادگی ذهنی مردم در هر کدام از این خصوصیات برای ایجاد کارآفرینی مورد تأکید است؛ چرا که یک کارآفرین معمولاً دارای این چنین خصوصیاتی است. نوع رابطه بین شاخص‌های اقتصادی- اجتماعی با کارآفرینی و ویژگی‌های آن به این صورت است که وضعیت اقتصادی-اجتماعی، هر چند که مناسب‌تر باشد، به ایجاد کارآفرینی و خصلت های آن کمک می نماید و خصوصیات یا ویژگی‌های کارآفرینی را نیز می‌توانند شکوفا نمایند. در واقع وجود بسترها یا عوامل اقتصادی و اجتماعی در بروز ویژگی‌های کارآفرینانه و ایجاد کارآفرینی در روستاها مؤثر است و آنها را به وضعیت مطلوبی می‌تواند ارتقاء دهد.

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-07-27]
[DOI: 10.18869/acadpub.serd.6.20.97]



شکل شماره(۳): مدل نظری-مفهومی پژوهش مبتنی بر ارتباط شاخص ها و نماگرها

فلومار[1] و همکاران(۲۰۱۰)، 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 بازار سرمایه می‌تواند شکاف را پر کند که این امر از طریق راه‌اندازی موسسات مالی و همچنین ارتقاء برنامه‌های آموزشی و سرمایه‌گذاری در روستاها امکان‌پذیر است. دابسون[2] (۲۰۰۹) در مطالعه خود برای طراحی فعالیت‌های کارآفرینی در مناطق روستایی به این نتیجه رسید که ایجاد فعالیت‌های متناسب با نیازهای شناسایی‌شده جامعه محلی، تولیدات کافی متناسب با مقیاس، منابع و مهارت‌های محلی و تمرکز بر کارآفرینی و یادگیری مداوم از مهم‌ترین عوامل اصلی در حیات‌بخشی و ایجاد فضای کارآفرینی در مناطق روستایی است. جانکی کوا[3] ۲۰۰۴(عوامل اقتصادی مؤثر در رونق کارآفرینی را در دو سطح موقعیت های ساختاری و موقعیت‌های شخصی بررسی می‌کند. موقعیت‌های ساختاری شامل کالا و خدمات، دسترسی به سرمایه، وجود بازار رقابتی و نرخ‌های مالیاتی می‌شود. موقعیت‌های شخصی نیز عوامل نیروی کار ماهر، سرمایه انسانی و سطح درآمد را در بر می‌گیرد. سینگ[4] (۲۰۰۲) به بررسی نهادینه شدن کارآفرینی روستایی از طریق سازمان‌های غیردولتی پرداخته و معتقد است که مشکلات

[1] Folmar
[2] Dabson
[3] Jancikova
[4] Singh

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-07-27]
[DOI: 10.18869/acadpub.serd.6.20.97]

جمیعتی و بیکاری در روستاهای هند، نهادینه کردن فرآیند و مفهوم کارآفرینی روستایی را مطرح ساخته است. سازمان‌های غیردولتی و تجربه موسسه توسعه کارآفرینی با استفاده از آموزش به‌عنوان یک استراتژی، نتایج بسیار مثبتی به همراه داشته و برای دستیابی به آن، توسعه سرمایه‌گذاری روستایی را یک‌راه حل اساسی می‌داند. هورنزنی و همکاران[1] (۱۹۹۳) به نقل از هرندی زاده(۱۳۸۹)، مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار بر موفقیت کارآفرینی را تشویق به نوآوری، توسعه تیم‌های کارآفرینی، حمایت مدیریت ذکر نموده‌اند.

همچنین باقر و عبدالعزیز(۱۳۹۲) در پژوهشی به این نتیجه رسیده‌اند که متغیرهای توانمندسازی زنان و دختران روستایی استان و توسعه فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات در روستاها با توسعه کارآفرینی روستایی ارتباط معنی‌داری ندارند اما متغیر ایجاد مراکز رشد روستایی در روستاهای منطقه با توسعه کارآفرینی روستایی رابطه معنی‌داری دارد. رضوانی و نجارزاده(۱۳۸۷) به بررسی و تحلیل زمینه‌های کارآفرینی روستاییان در فرآیند توسعه‌ی نواحی روستایی پرداخته‌اند و به این نتیجه رسیدند که زمینه اقتصادی و اجتماعی در روستاها مهیا است. آموزش کارآفرینی و آماده‌سازی محیط اجتماعی و اقتصادی روستاها برای جذب نیروی انسانی جوان، متخصص و ماهر به نواحی روستایی و فعالیت‌های کشاورزی می‌تواند به‌عنوان راه‌کار اصلی در ایجاد و تقویت کارآفرینی این نواحی در راستای توسعه‌ی پایدار بسیار مؤثر باشد. گلرد(۱۳۸۴) در تحقیق خود با هدف بررسی عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی زنان نتیجه گرفت که ویژگی‌های شخصیتی و سرمایه انسانی در بعد فردی و ویژگی ارتباط با دوستان نزدیک و مجرب در بعد فرهنگی و محیطی، از مهم‌ترین عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی زنان محسوب می‌شوند.

علاوه بر موارد ذکر شده می‌توان به تحقیقات دیگری از جمله پژوهش‌هاشمی و همکاران(۱۳۹۰) تبیین نقش دهیاری‌ها و شوراهای اسلامی در توسعه کارآفرینی روستایی؛ ایزدی و عطائی(۱۳۹۰) کارآفرینی روستایی و نقش ترویج و آموزش کشاورزی در توسعه آن؛ کیاکجوری و خرمیان(۱۳۹۱) نقش کارآفرینی در توسعه‌ی پایدار گردشگری در مناطق روستایی با تکیه برکارآفرینی سازمانی؛ کلاگر و آقائی(۱۳۹۳) بررسی نقش کارآفرینی کشاورزی در توسعه روستایی؛ رضایی(۱۳۹۳) بررسی نقش و جایگاه کارآفرینی در توسعه تعاونی‌های روستایی، نجفی و همکاران(۱۳۹۳) سنجش وضعیت توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی جهت مطالعه بیشتر موضوع اشاره نمود.

۳) روش تحقیق

تحقیق حاضر به لحاظ هدف کاربردی و از حیث ماهیت و روش توصیفی– تحلیلی است. برای جمع‌آوری اطلاعات از دو روش مطالعات کتابخانه‌ای- اسنادی و مطالعات میدانی(پیمایشی) استفاده شده

[1] Hornsby

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-07-27]

[DOI: 10.18869/acadpub.serd.6.20.97]

است. مطالعات میدانی مبتنی بر پرسش‌نامه محقق ساخته است که جهت تکمیل آن از مردم روستایی منطقه استفاده شده است. با توجه به تعداد روستاهای منطقه دارای سکنه که بالغبر ۱۰۱ روستا بوده، تعداد ۳۰ روستا به‌عنوان نمونه برای پرسشگری تعیین شده است. از دلایل انتخاب این تعداد نمونه صعب‌العبور بودن منطقه، عدم دسترسی به‌تمامی روستاها، هزینه بر بودن تحقیق، در نظر گرفتن روستاهای باثبات بیشتر، جمعیت با تعداد خانوار زیاد، شرایط توپوگرافی، رعایت توازن شرایط طبیعی بین روستاها، پراکندگی و توزیع آنها بوده است. درواقع روستاهای نمونه، معرف دیگر روستاها است. جامعه آماری پژوهش، تعداد ۱۳۱۶۱ نفر بوده که با توجه به حجم جامعه آماری و عدم دسترسی و زمان‌گیر بودن، نمی‌توان تمامی جامعه را مورد پرسش قرارداد. از این رو، بر اساس فرمول کوکران نمونه آماری مناسب به تعداد ۳۱۵ نفر انتخاب و پرسشگری در سطح افراد روستایی در سن فعالیت(۲۰ تا ۶۵) سال با حداقل سواد پنج ابتدایی انجام گرفت. در نهایت داده‌ها پس از جمع‌آوری با استفاده از نرم‌افزار آماری SPSS و AMOS مورد تجزیه‌وتحلیل و استنتاج قرار گرفته است. با استفاده از آزمون t یک نمونه‌ای و مدل‌سازی معادلات ساختاری به ارائه تحلیل و بررسی موضوع پرداخته شد.

مدل سازی معادلات ساختاری یک رویکرد آماری جامع برای آزمون فرضیه‌هایی درباره روابط بین متغیرهای مشاهده شده و پنهان است که گاه تحلیل ساختاری کواریانس یا "مدل یابی علی" نیز نامیده می‌شود. متغیر پنهان متغیری است که به طور مستقیم اندازه‌گیری نمی شود، بلکه با استفاده از دو یا تعداد بیشتری از متغیرهای مشاهده شده در نقش معرف سنجش می‌شود؛ مدل‌های معادله ساختاری به طور معمول ترکیبی از مدل‌های اندازه‌گیری و مدل‌های ساختاری‌اند. متغیرهای مشاهده نیز که در نقش معرف در مدل اندازه گیری هستند، همراه با خطای اندازه گیری در نظر گرفته می‌شود (قاسمی،۱۳۸۹: ۴۲). به این ترتیب مدل‌سازی معادلات ساختاری این مطلب را که آیا معرف‌هایی که برای متغیر پنهان انتخاب شده، واقعاً معرف آن هستند یا نه، می‌آزماید و مشخص می‌کند که معرف‌های انتخابی با چه دقتی معرف یا برازنده متغیر پنهان هستند (قاسمی، ۱۳۸۹: ۴۳؛ و هومن، ۱۳۸۴: ۵۶). اساس تمامی محاسبات و برآوردها در رویکرد مدل‌سازی معادلات ساختاری به ماتریس کوواریانس‌های بین متغیرهای مشاهده شده و ترکیب‌زدایی این کوواریانس ها بر میگردد. در تحقیق حاضر نیز از طریق مدل‌سازی معادلات ساختاری، مشخص می‌گردد که وضعیت شاخص‌های اقتصادی-اجتماعی روستاهای منطقه برای کارآفرینی چه شرایطی دارد و آیا شرایط برای ایجاد کارآفرینی مهیا بوده است؟ همچنین تأثیر و رابطه این شاخص ها با ویژگی های کارآفرینانه یا کارآفرینی مردم روستایی مورد سنجش قرار گرفته است. داده‌های پژوهش به خوبی وضعیت تبیین مدل مفهومی پژوهش را نشان می دهند.

به‌منظور سازگاری درونی و روایی پرسشنامه گویه‌های مطرح‌شده، از ضریب آلفای کرون باخ استفاده شد. برای این منظور تعداد ۳۰ پرسشنامه تکمیل و پیش‌آزمون انجام گرفت. که ضریب آلفای کرون باخ

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-07-27]

[DOI: 10.18869/acadpub.serd.6.20.97]

برای تمامی شاخص‌ها مناسب است. اندازه‌گیری شاخص‌ها به این صورت است که میانگین نماگرها (گویه‌ها) برای هر شاخص جمع شده و سپس تقسیم بر تعداد آنها شده است. در نهایت نیز عدد به دست آمده به عنوان میانگین آن شاخص در نظر گرفته شد. سطح تقسیم بندی گویه‌ها نیز بر اساس طیف لیکرت (پنج سطحی) بوده است. علاوه بر این گویه‌ها در جدول (۲) مشخص شده است. نتایج جدول(۱) نشان داده است که شاخص اقتصادی (با میانگین ۳/۱۱ و انحراف معیار ۰/۴۹۶) و ویژگی‌های کارآفرینی (با میانگین ۳/۰۸ و انحراف معیار ۰/۵۶۱) و شاخص اجتماعی (با میانگین ۲/۹۹ و انحراف معیار ۰/۵۵۵) به ترتیب بیشترین تأثیر را دارد.

جدول شماره(۱): وضعیت کلی شاخص‌های موردمطالعه

شاخص	میانگین	انحراف	ضریب	آلفای
اقتصادی	۳/۱۱۶	۰/۴۹۶	۱۵/۹۱۷	۰/۷۹
اجتماعی	۲/۹۹	۰/۵۵۵	۱۸/۵۶۱	۰/۷۳
ویژگی‌های کارآفرینانه	۳/۰۸	۰/۵۶۱	۱۸/۲۱۴	۰/۷۵

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۵.

شاخص‌ها در دو نوع اقتصادی و اجتماعی خلاصه‌شده‌اند. در همین راستای نماگرهای اقتصادی عبارتند از: وجود بازار رقابتی، پشتوانه مالی خانوادگی، حمایت مالی، رضایت از درآمد حاصل از کار، دسترسی به اعتبارات و سرمایه، شبکه بانکی کارا و مناسب، بهره‌گیری از وام‌های کم‌بهره، دسترسی به اطلاعات اقتصادی، تشویق سرمایه گذران محلی، دسترسی به عوامل تولید و دسترسی به سرمایه موجود؛ همچنین نماگرهای اجتماعی عبارتند از شناسایی افراد خلاق و نوآور، برگزاری کلاس‌ها در کسب‌وکار خانگی، تشویق به استقبال از طرح‌ها و ایده نو، شرکت در کارهای گروهی و تعاونی، دانش و مهارت جهت رواج شغل جدید، وجود شبکه‌های گوناگون تعاون روستایی، مشارکت زنان و دختران در فعالیت‌ها، آگاهی نسبت به خریدوفروش محصولات، نگرش مثبت نسبت به سیاست کارآفرینی، آگاهی نیاز مصرف‌کنندگان به بازارهای جدید و فعالیت شوراها و دهیار در ایجاد کارآفرینی؛ به علاوه نماگرهای خصلت‌های کارآفرینانه مردم روستایی عبارتند از: خلاقیت، ریسک‌پذیری، استقلال، انگیزه پیشرفت، تبدیل ایده خلاق به ثروت، تولید محصولات جدید. در توضیح این جدول بایستی بیان نمود که دو سطح شاخص و نماگر(گویه) مدنظر بوده است. به عبارت دیگر شاخص اقتصادی تشکیل شده از سوالات یا همان گویه‌ها و سطح سوم دیگری وجود ندارد.

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-07-27]

[DOI: 10.18869/acadpub.serd.6.20.97]

جدول شماره(۲): معرفی شاخص و نماگرها مورد استفاده در تحقیق

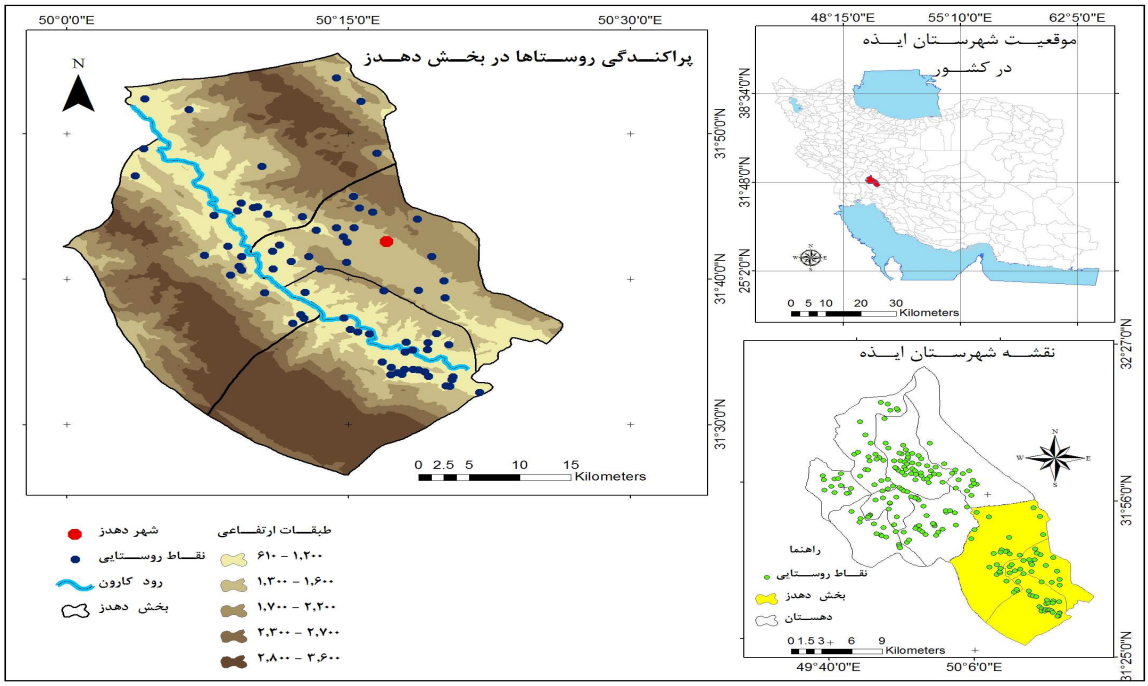
شاخص	نماگر
شاخص اقتصادی	وجود بازار رقابتی، پشتوانه مالی خانوادگی، حمایت مالی، رضایت از درآمد حاصل از کار، دسترسی به اعتبارات و سرمایه، شبکه بانکی کارا و مناسب، بهره‌گیری از وام‌های کم‌بهره، دسترسی به اطلاعات اقتصادی، تشویق سرمایه گذران محلی، دسترسی به عوامل تولید و دسترسی به سرمایه موجود؛
شاخص اجتماعی	شناسایی افراد خلاق و نوآور، برگزاری کلاس‌ها در کسب‌وکار خانگی، تشویق به استقبال از طرح‌ها و ایده نو، شرکت در کارهای گروهی و تعاونی، دانش و مهارت جهت رواج شغل جدید، وجود شبکه‌های گوناگون تعاون روستایی، مشارکت زنان و دختران در فعالیت‌ها، آگاهی نسبت به خریدوفروش محصولات، نگرش مثبت نسبت به سیاست کارآفرینی، آگاهی نیاز مصرف‌کنندگان به بازارهای جدید و فعالیت شوراها و دهیار در توسعه کارآفرینی؛
ویژگی‌های کارآفرینانه	خلاقیت، ریسک‌پذیری، استقلال، انگیزه پیشرفت، تبدیل ایده خلاق به ثروت، تولید محصولات جدید.

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۵.

بخش دهدز شهرستان ایذه در شمال شرقی استان خوزستان، در عرض ۳۱ درجه و ۲۰ دقیقه تا ۳۱ درجه و ۵۰ دقیقه پهنای شمالی و ۴۹ درجه و ۲۵ دقیقه تا ۵۰ درجه و ۲۰ دقیقه درازای خاوری نسبت به گرینویچ واقع‌شده است که از شرق و شمال شرق به شهرستان‌های فارسان و کوهرنگ و از شمال و شمال غرب به شهرستان مسجدسلیمان، از جنوب و جنوب غرب به استان کهگیلویه و بویراحمد و شهرستان باغ‌ملک منتهی می‌شود. مرکز این بخش در دامنه کوه‌های زاگرس با ارتفاع ۱۶۴۱ متری از سطح دریا و در ۱۵۶ کیلومتری از مرکز استان خوزستان قرار دارد. میزان باران سالانه بخش دهدز به‌طور متوسط ۶۵۶ میلی‌متر و متوسط درجه حرارت نیز ۲۴ درجه سانتی‌گراداست. بخش دهدز شامل سه دهستان مرکزی، دنباله رود شمالی و دنباله رود جنوبی است (میکانیکی و صادقی، ۱۳۹۱: ۵۴). بر اساس سرشماری نفوس و مسکن سال ۱۳۹۰، دارای جمعیتی معادل ۲۳۷۴۵ نفر بوده است که از این تعداد ۳۵۶۷ نفر در نقطه شهری دهدز و ۲۰۰۳۴ نفر در نقاط روستایی سکونت دارند (مرکز آمار ایران،۱۳۹۰).

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-07-27]

[DOI: 10.18869/acadpub.serd.6.20.97]



شکل شماره(۴): نقشه موقعیت منطقه موردمطالعه

۴) یافته‌های تحقیق

ابتدا برای بررسی تک‌تک نماگرهای پژوهش از آزمون t تک‌نمونه‌ای استفاده شده است. هدف اصلی این آزمون، مقایسه نماگرهای موردنظر با حد وسط است. ازآنجاکه نماگرهای هر شاخص با طیف لیکرت سنجیده شده است، بنابراین ترکیب نماگرها و ساختن شاخص، عدد ۳ به‌عنوان حد متوسط در نظر گرفته‌شده و داده‌ها در هریک از شاخص‌ها با این عدد سنجیده شده است.

نتایج حاصل از آزمون t تک‌نمونه‌ای در جدول (۳) حاکی از آن دارد که در بین نماگرهای شاخص اقتصادی، دسترسی به سرمایه موجود ضعیف و نماگرهای تشویق سرمایه‌گذاران محلی و رضایت حاصل از درآمد کار، وضعیت متوسط و سایر نماگرها 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 رو به ضعیف بوده است. در بین نماگرهای خصلت‌های کارآفرینی، نماگرهایی نظیر خلاقیت، ریسک‌پذیری و استقلال در سطح خوب و سایر نماگرها در سطح متوسط ارزیابی شده است. به عبارتی، در بخش اقتصادی، بیشتر نماگرها دارای وضعیت مناسب، در بخش اجتماعی، عمده نماگرها دارای وضعیت نامناسب تا متوسط و در بخش خصلت‌های کارآفرینانه نیز وضعیت متوسط تا مناسب وجود داشته است. با توجه به نتایج جدول(۳) و همچنین در نظر گرفتن میانگین شاخص کل و نماگرها، عوامل اقتصادی و اجتماعی روستاهای برای ایجاد کارآفرینی مساعد است؛ چرا که وضعیت این نماگر ها بیانگر سه سطح ضعیف، متوسط و خوب ارزیابی شده است و این نشان می-

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-07-27]
[DOI: 10.18869/acadpub.serd.6.20.97]

دهد که وضعیت در شرایط متوسط و روبه بالا است. بنابراین به‌طور مجموع می‌توان گفت که عوامل و بسترهای اقتصادی-اجتماعی برای ایجاد کارآفرینی در مناطق روستایی مطلوب است.

جدول شماره(۳): سنجش شاخص‌های اقتصادی، اجتماعی و خصلت های کارآفرینانه

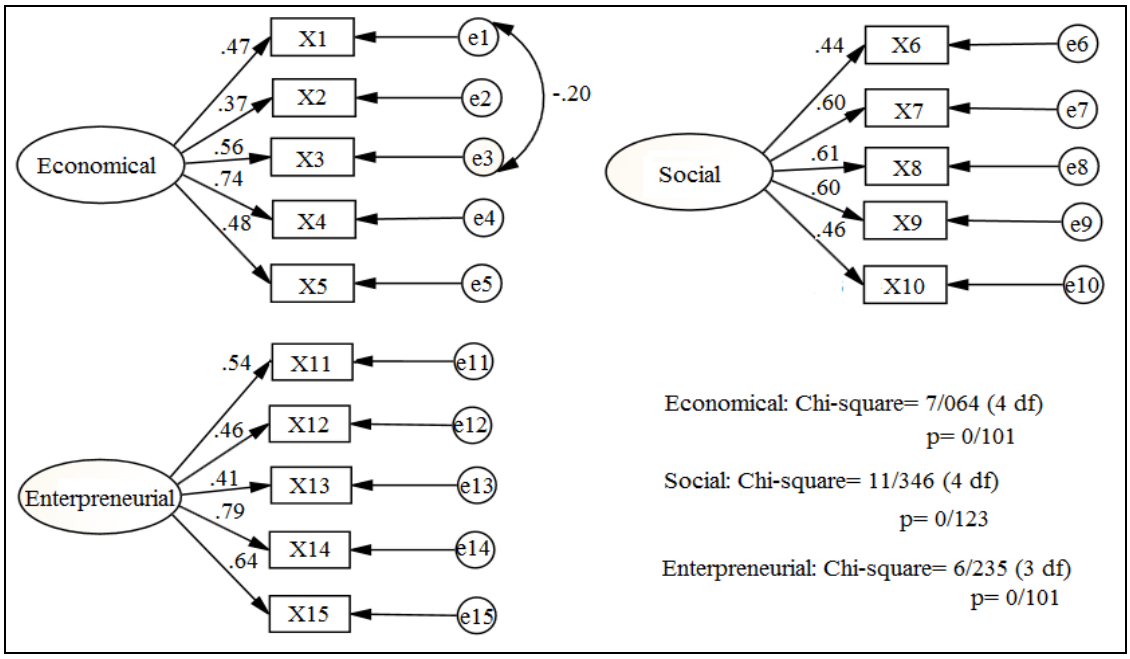
شاخص	نماگرها	Test Value= 3					وضعیت
		مقدار T	سطح معنی‌داری (Sig)	میانگین	فاصله اطمینان ۰/۹۵		
					حد پایین	حد بالا	
اقتصادی (میانگین ۳/۱۲)	وجود بازار رقابتی	۴/۲۴	۰/۰۰۰	۳/۲۳	۰/۱۲۷	۰/۳۴۸	خوب
	پشتوانه مالی خانوادگی	۳/۵۲	۰/۰۰۰	۳/۱۹	۰/۰۸۴	۰/۲۹۶	خوب
	حمایت مالی	۲/۰۹	۰/۰۳۷	۳/۱۱	۰/۰۰۷	۰/۲۱۵	خوب
	رضایت ازدرآمد حاصل از کار	۱/۳۵	۰/۱۷۸	۳/۰۷	-۰/۰۳۳	۰/۱۷۹	متوسط
	دسترسی به اعتبارات و سرمایه	۴/۰۴	۰/۰۰۰	۳/۲۱	۰/۱۱۰	۰/۳۲۰	خوب
	شبکه بانکی کارا و مناسب	۲/۸۹	۰/۰۰۴	۳/۱۴	۰/۰۴۷	۰/۲۵۰	خوب
	بهره‌گیری از وام‌های کم‌بهره	۵/۹۱	۰/۰۰۰	۳/۳۵	۰/۲۳۹	۰/۴۷۸	خوب
	دسترسی به اطلاعات اقتصادی	۲/۲۰	۰/۰۲۸	۳/۱۲	۰/۰۱۳	۰/۲۳۴	خوب
	تشویق سرمایه گذران محلی	۰/۲۳۳	۰/۸۱۶	۳/۰۱	-۰/۰۹۴	۰/۱۲۰	متوسط
	دسترسی به عوامل تولید	۳/۳۷	۰/۰۰۱	۳/۱۸	۰/۰۷۸	۰/۲۹۶	خوب
	دسترسی به سرمایه موجود	-۳/۲۰۳	۰/۰۰۲	۲/۷۸	-۰/۳۴۸	-۰/۰۸۳	ضعیف
اجتماعی (میانگین ۲/ ۹۸)	شناسایی افراد خلاق و نوآور	۱/۰۷	۰/۲۸۳	۳/۰۶	-۰/۰۵۵	۰/۱۸۸	متوسط
	برگزاری کلاس‌ها در کسب‌وکار خانگی	-۰/۷۱۲	۰/۴۷۷	۲/۹۵	-۰/۱۵۵	۰/۰۷۲	متوسط
	تشویق به استقبال از طرح‌ها و ایده نو	-۲/۳۴۲	۰/۰۲۰	۲/۸۶	-۰/۲۵۷	-۰/۰۲۲	ضعیف
	شرکت در کارهای گروهی و تعاونی	۰/۱۰۵	۰/۹۱۷	۳/۰۰	-۰/۱۱۳	۰/۱۲۵	متوسط
	دانش و مهارت جهت رواج شغل جدید	۰/۶۳۷	۰/۵۲۴	۳/۰۳	-۰/۰۷۹	۰/۱۵۵	متوسط
	وجود شبکه‌های گوناگون تعاون روستایی	۰/۳۴۳	۰/۷۳۲	۳/۰۱	-۰/۰۹۰	۰/۱۲۸	متوسط
	مشارکت زنان و دختران در فعالیت‌ها	۲/۱۱۱	۰/۰۳۶	۳/۱۳	۰/۰۰۹	۰/۲۵۷	خوب
	آگاهی نسبت به خریدوفروش محصولات	۲/۵۲۰	۰/۰۱۲	۳/۱۳	۰/۰۳۰	۰/۲۴۸	خوب
	نگرش مثبت نسبت به سیاست کارآفرینی	-۲/۲۲۹	۰/۰۲۷	۲/۸۷	-۰/۲۳۹	-۰/۰۱۴	ضعیف
	آگاهی نیاز مصرف‌کنندگان به بازارهای جدید	۱/۹۴۴	۰/۰۵۳	۳/۱۱	-۰/۰۰۱	۰/۲۲۳	متوسط
	فعالیت شوراها و دهیار در توسعه کارآفرینی	-۴/۳۰۰	۰/۰۰۰	۲/۷۲	-۰/۴۰۷	-۰/۱۵۱	ضعیف
خصلت‌های کارآفرینانه (میانگین ۳/۰۷)	خلاقیت	۳/۰۷	۰/۰۰۲	۳/۱۶	۰/۰۶۰	۰/۲۷۵	خوب
	ریسک‌پذیری	۳/۳۲۶	۰/۰۲۱	۳/۱۲	۰/۰۱۹	۰/۲۳۴	خوب
	استقلال	۲/۳۳۳	۰/۰۲۰	۳/۱۲	۰/۰۱۹	۰/۲۳۴	خوب
	انگیزه پیشرفت	۰/۳۶۲	۰/۷۱۸	۳/۰۱	-۰/۰۸۴	۰/۱۲۲	متوسط
	تبدیل ایده خلاق به ثروت	۱/۷۲۰	۰/۰۸۶	۳/۰۹	-۰/۰۱۳	۰/۲۰۴	متوسط
	تولید محصولات جدید	-۰/۵۴۰	۰/۵۸۹	۲/۹۶	-۰/۱۴۷	۰/۰۸۳	متوسط

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۵.

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-07-27]

[DOI: 10.18869/acadpub.serd.6.20.97]

برای انجام تحلیل عاملی تأییدی و سنجش اعتبار مقیاس‌ها، ابتدا سه مدل تحلیل عاملی تأییدی (CFA) یک عاملی برای ایجاد و سنجش اعتبار سه مقیاس اقتصادی، اجتماعی و خصلت های کارآفرینانه یا کارآفرینی در محیط نرم‌افزار Amos Graphics ترسیم شده است. شکل(۵) نمودارهای مسیر این سه مقیاس را بر اساس معرف‌ها یا نماگرهای مشاهده‌شده مربوط به جدول(۴)، همراه با برآوردهای استاندارد ضرایب رگرسیونی، شاخص کای‌اسکوئر و سطح معنی‌داری آن نشان داده است. جدول (۴)، نیز برآوردهای 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 بعضی گویه‌ها یا نماگرها از روند تحقیق حذف شده و گویه‌های باقیمانده که در جدول(۴) نشان داده‌شده است، گویه‌ها و معرف‌های مدلسازی ساختاری هستند. مشاهده‌شده است که تمامی متغیرهای مشاهده‌شده دارای ضرایب تأثیر رگرسیونی مثبت و معنی‌داری با مقیاس‌های خود هستند و بزرگی این ضرایب (تأثیرات عاملی) نیز نسبتاً برای همه موارد در حد خوبی است.



شکل شماره(۵): برآوردهای استاندارد مدل‌های عاملی تأییدی برای اعتبارسنجی مقیاس‌ها

همان‌طور که ملاحظه می‌شود، در جدول(۴) سطح معنی‌داری یا ضرایب رگرسیونی استاندارد سه نماگر مشاهده‌شده X1، X6، X11 گزارش نشده است. این امر به این دلیل است که این نماگرها به ترتیب به‌عنوان نماگرهای مرجع (معرف‌های نشانگر) برای سه بخش اقتصادی، اجتماعی و خصلت‌های کارآفرینانه در نظر گرفته‌شده است تا بدین‌وسیله بدون مقیاس بودن این نماگرهای پنهان و به عبارتی، بدون ریشه و واحد اندازه‌گیری بودن آنها برطرف شود (قاسمی، ۱۳۸۹). به همین دلیل است که در

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-07-27]
[DOI: 10.18869/acadpub.serd.6.20.97]

دیاگرام‌های مسیر اولیه برای برآوردهای غیراستاندارد ضرایب و واریانس‌ها و کوواریانس‌ها (که البته در اینجا این مدل‌های غیراستاندارد برای جلوگیری از افزایش زیاد حجم مقاله گزارش نشده‌اند)، روی پیکان-های مربوط به مسیرهای بین این نماگرهای مشاهده‌شده با نماگر پنهان مربوط مقایر ۱ به‌عنوان ضرایب غیراستاندارد در نظر گرفته می‌شود تا مقیاس آنها همان مقیاس نماگرهای مشاهده‌شده مربوطه باشد. البته، معنی‌داری ضرایب این مسیرها نیز با توجه به مقادیر استاندارد آنها و مقایسه با ضرایب معنی‌داری دیگر محرز است.

جدول شماره(۴): برآوردهای استاندارد و سطح معنی‌داری بارهای عاملی گویه‌های مقیاس‌های سنجش شده

شاخص‌ها		نماگرها	وزن رگرسیونی	نسبت بحرانی	خطای استاندارد	سطح معنی-داری
اقتصادی	X1	پشتوانه مالی خانوادگی	۱/۰۰۰			
	X2	رضایت از درآمد حاصل از کار	۰/۷۸۸	۴/۵۰۳	۰/۱۷۵	۰/۰۰
	X3	امکان دسترسی به اطلاعات اقتصادی	۱/۲۳۳	۵/۳۴۳	۰/۲۳۱	۰/۰۰
	X4	تشویق سرمایه گذران محلی برای ایجاد فرصت‌های شغلی	۱/۵۸۹	۵/۵۸۸	۰/۲۸۴	۰/۰۰
	X5	دسترسی به عوامل تولید	۱/۰۳۹	۵/۲۲۳	۰/۱۹۹	۰/۰۰
اجتماعی	X6	وجود شبکه‌های گوناگون تعاون روستایی	۱/۰۰۰			
	X7	مشارکت زنان و دختران در فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی	۱/۶۵۷	۵/۲۰۶	۰/۳۱۸	۰/۰۰
	X8	آگاهی نسبت به خریدوفروش محصولات	۱/۶۴۸	۴/۷۴۶	۰/۳۴۷	۰/۰۰
	X9	نگرش مثبت نسبت به سیاست‌های کارآفرینی	۱/۷۴۸	۴/۷۵۶	۰/۳۶۷	۰/۰۰
	X10	آگاهی درباره نیاز مصرف‌کنندگان به بازارهای جدید	۱/۲۷۰	۴/۳۶۷	۰/۲۹۱	۰/۰۰
خصلت های کارآفرینانه	X11	خلاقیت	۱/۰۰۰			
	X12	ریسک‌پذیری	۱/۶۲۹	۲/۷۶۴	۰/۵۸۹	۰/۰۰۶
	X13	استقلال	۲/۰۱۹	۲/۶۰۲	۰/۷۷۶	۰/۰۰۹
	X14	انگیزه پیشرفت	۴/۶۰۶	۲/۶۶۷	۱/۷۲۷	۰/۰۰۸
	X15	تبدیل ایده خلاق به ثروت	۳/۴۷۳	۲/۷۸۹	۱/۲۴۵	۰/۰۰۵

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۵.

آخرین بخش خروجی‌های تحلیل مدل‌های عاملی برای ارزیابی اعتبار مقیاس‌ها، برازش این مدل-هاست. جدول (۵)، مقادیر برخی از مهم‌ترین شاخص‌های برازش همراه با مقادیر معیار آنها برای تصمیم-گیری نشان داده است. این شاخص‌ها در واقع معیارهایی برای تأیید مدل‌های نظری تدوین‌شده با استفاده از داده‌های گردآوری‌شده هستند. بی‌آنکه به مفهوم ضمنی هرکدام از شاخص‌های فوق بپردازیم، تنها به این نکته بسنده می‌کنیم که این شاخص‌ها در سه گروه شاخص‌های برازش مطلق (CMIN یا کای‌اسکوئر، RMR: ریشه دوم مربعات باقیمانده و GFI: شاخص نیکویی برازش)، شاخص‌های برازش تطبیقی (NFI:

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-07-27]

[DOI: 10.18869/acadpub.serd.6.20.97]

شاخص نرمال‌شده بنتلر- بونت و CFI: برازش تطبیقی) و شاخص‌های برازش مقتصد (PRATIO: نسبت صرفه‌جویی و RMSEA: ریشه میانگین مربعات خطای برآورد) تقسیم‌بندی می‌شوند. همان‌گونه که ملاحظه می‌شود تمامی شاخص‌های فوق اعتبار و برازش بسیار خوب هر سه مدل اندازه‌گیری را با داده-های گردآوری شده تأیید می‌کنند. به این ترتیب زمینه برای تدوین و ارزیابی مدل اصلی تحقیق فراهم است. مهم‌ترین شاخص از این میان شاید کای‌اسکوئر است که هرچه کوچکتر باشد، نشانه برازش بیشتر مدل با داده‌ها است. مبنای محاسبه این شاخص تفاوتی است که بین ماتریس واریانس- کوواریانس نمونه‌ای حاصل از متغیرهای مشاهده‌شده و ماتریس واریانس-کوواریانس باز تولیدشده بر مبنای پارامترهای برآورده شده در مدل تدوین شده وجود دارد (قاسمی، ۱۳۸۹). ماتریس اول در واقع برآوردی از واریانس-کوواریانس‌های متغیرهای پژوهش در جامعه آماری مورد مطالعه تلقی می‌شود و ماتریس دوم برآوردی از ساختار واریانس-کوواریانس این متغیرها در یک جامعه آماری نامحدود است. بنابراین بیشتر بودن سطوح معنی‌داری مقادیر کای‌اسکوئر از ۰/۰۵ (چه در مدل‌های اندازه‌گیری و چه در مدل‌های ساختاری) به معنی عدم تفاوت معنی‌دار یا نزدیکی مقادیر این دو ماتریس است و نشانه مطلوبیت و اعتبار مدل تدوین شده بر مبنای داده‌های جمع‌آوری‌شده تلقی می‌شود. همچنین میزان شاخص RMSEA، نیز برای هر سه بعد اقتصادی، اجتماعی و خصلت های کارآفرینانه کمتر از حد مناسب یعنی(۰/۰۵) است. بر این اساس وضعیت داده‌های هر سه شاخص برای بررسی و ارزیابی مدل نهایی مطلوب است.

جدول شماره(۵): شاخص‌های برازش مدل‌های اندازه‌گیری ابعاد تحقیق

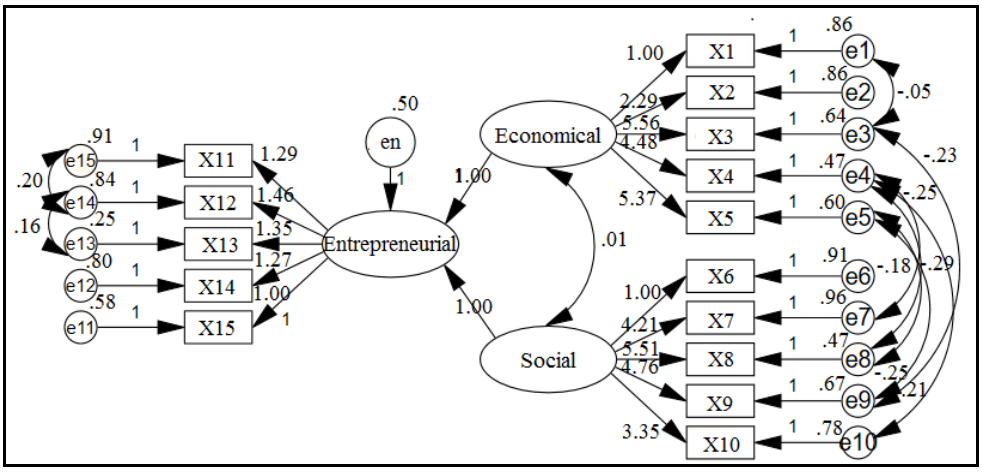
شاخص	شاخص‌های برازش								
	CMIN	df	Sig	RMR	GFI	NFI	CFI	PRATIO	RMSEA
اقتصادی	۷/۰۶	۴	۰/۱۳	۰/۰۲	۰/۹۹	۰/۹۶	۰/۹۸	۰/۴	۰/۰۴
اجتماعی	۱۱/۳	۴	۰/۱۲	۰/۰۳	۰/۹۸	۰/۹۴	۰/۹۶	۰/۴	۰/۰۳
خصلت های کارآفرینانه	۶/۲	۳	۰/۱۰	۰/۰۳	۰/۹۹	۰/۹۷	۰/۹۸	۰/۳	۰/۰۵
مقادیر معیار پیشنهادی	-	-	>۰/۰۵	≈۰	>۰/۹	>۰/۹	>۰/۹	۰-۱	<۰/۰۵

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۵؛ Lai and Lin, 2008؛ هومن، ۱۳۸۴؛ قاسمی، ۱۳۸۹

مدل نهایی سنجش و برآورد متغیر پنهان کارآفرینی به‌عنوان متغیر وابسته اصلی تحقیق بر اساس دو شاخص اقتصادی و اجتماعی و بر اساس ۱۵ متغیر مشاهده‌شده متشکل از گویه‌های مختلف در قسمت قبل برآورد و اندازه‌گیری شده، در محیط Amose Graphics تدوین گردید. شکل(۶) این مدل را که یک مدل ساختاری است، همراه با برآوردهای غیراستاندارد ضرایب مسیر و واریانس‌های متغیرهای پنهان نشان می‌دهد. همان‌گونه که در شکل دیده می‌شود، چندین برآورد کوواریانس خطا نیز برای بهبود بیشتر شاخص‌های برازش مدل به‌عنوان یک پارامتر آزاد در نظر گرفته‌شده‌اند که هیچ‌گونه مفهوم نظری نیز ندارند. این بار نیز برآورد واریانس‌های خطا و نیز کوواریانس‌های تعریف‌شده بین خطاها کوچک هستند و

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-07-27]
[DOI: 10.18869/acadpub.serd.6.20.97]

بعلاوه واریانس‌های متغیرهای پنهان خطا و نیز متغیرهای پنهان اصلی نیز در همه موارد مقادیری مثبت هستند که خود دلیلی بر اعتبار مدل است. به‌طورکلی، هرچه واریانس مشترک بین متغیر پنهان با یک متغیر مشاهده بیشتر باشد، از خطای اندازه‌گیری آن کاسته می‌شود.

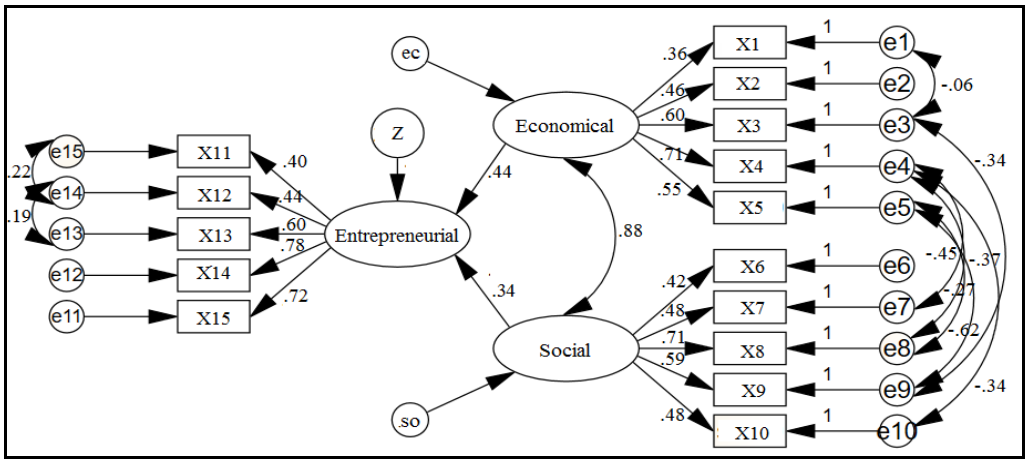


شکل شماره(۶): مدل تحلیل-ساختاری همراه با برآوردهای غیراستاندارد ضرایب مسیر و واریانس‌های متغیرهای پنهان

شکل (۶) مدل ساختاری برای برآورد و تحلیل کارآفرینی با برآوردهای غیراستاندارد را نشان داد. در ادامه، ضرایب استاندارد مسیر بین متغیرهای پنهان با یکدیگر و متغیرهای مشاهده‌شده با متغیرهای پنهان که در واقع قسمت اصلی و مهم تمامی تحلیل‌های انجام‌شده است، به‌جای آنکه در قالب جدول آورده شود، روی شکل شماره(۷) نشان می‌دهیم تا اهمیت و به‌ویژه امکان مقایسه آنها بهتر فراهم باشد.

همان‌طور که ملاحظه می‌شود، تمامی ضرایب مسیر استاندارد به‌جز یکی یا دو مورد مقادیر بالایی را نشان می‌دهند و این امر در رابطه با بارهای عاملی متغیرهای مشاهده‌شده خصلت‌های کارآفرینانه و اجتماعی از شدت بیشتری در مقایسه با عامل اقتصادی برخوردار است. به‌طورکلی، با حذف اثرهای خطای اندازه‌گیری در رویکرد معادلات ساختاری، ضریب تأثیرپذیری خصلت‌های کارآفرینانه از دو مؤلفه اقتصادی و اجتماعی و به عبارتی، ضرایب همبستگی بین خصلت‌های کارآفرینانه و هرکدام از دو مؤلفه، به ترتیب برابر با ۰/۴۴ و ۰/۳۴ به‌دست‌آمده است. مراجعه به برآوردهای خطای استاندارد، نسبت‌های بحرانی و سطوح معنی‌داری نیز نشان داده است که تمامی این برآوردهای استاندارد در سطح ۹۹ درصد معنی‌دار هستند. به‌عبارت‌دیگر همانند نتایج شاخص‌های اجتماعی و اقتصادی بر اساس آزمون تی تک نمونه‌ای که شاخص اقتصادی وضعیت مناسبی در زمینه خصلت‌های کارآفرینانه داشته، اما شاخص اجتماعی وضعیت ضعیف‌تری را دارا بوده است، بررسی این شاخص‌ها بر اساس مدلسازی معادلات ساختاری نیز چنین مطلبی را نشان می‌دهد؛ چراکه شاخص اقتصادی بیش از ۰/۴۴ و شاخص اجتماعی ۰/۳۴ روند خصلت-های کارآفرینانه در روستاها را تبین می‌کند.

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-07-27]
[DOI: 10.18869/acadpub.serd.6.20.97]



شکل شماره(۷): برآوردهای استاندارد ضرایب مسیر در مدل ساختاری نهایی خصلت های کارآفرینی

نهایتاً شاخص‌های برازش این مدل نیز همراه با مقادیر پیشنهادشده برای ارزیابی آنها، در جدول شماره(۶) آمده است. مقدار کای‌اسکوئر این مدل در مقایسه با مدل‌های اندازه‌گیری پیشین بیشتر شده است. این امر ناشی از تفاوت بیشتر ماتریس واریانس- کوواریانس شده بر اساس پارامترهای برآورده شده با ماتریس واریانس- کوواریانس مشاهده‌شده در این مدل در مقایسه با مدل‌های اندازه‌گیری پیشین است، ولی این اختلاف هرگز معنی‌دار نیست (P-value= 0/63) و کلیت مدل تأیید می‌شود. افزایش پارامترهای آزاد بیشتری به مدل (اغلب کوواریانس‌های بین خطاها مانند آنچه بین e_1 و e_3 و موارد مشابه دیگر تعریف‌شده) باعث بهبود بیشتر این شاخص شده است؛ اما باید توجه داشت که با افزودن هر پارامتر آزاد، یک واحد از درجه آزادی مدل کاسته می‌شود و این خود باعث فاصله گرفتن بیشتر برخی دیگر از شاخص‌های برازش با مقادیر معیار مربوطه خواهد شد؛ گرچه در مدل موردبحث حاضر تمامی شاخص‌های دیگر نیز در مقایسه با مقادیر معیار از وضعیت خیلی خوبی برخوردارند و همگی اعتبار مدل را تأیید می-کنند.

با توجه به عدم معنادار شدن شاخص Sig که برابر با ۰/۶۳ است و همچنین شاخص RMSEA که برابر با ۰/۰۴۸ است و چون معنادار و کمتر از ۰/۰۵ به‌دست‌آمده، وضعیت مناسب عوامل اجتماعی-اقتصادی روستاهای منطقه در راستای خصلت‌های کارآفرینانه وجود دارد. علاوه بر این میزان RMSEA، نشان می‌دهد که داده‌های پژوهش به خوبی توانسته‌اند مدل مفهومی پژوهش را تبیین کند. در واقع پردازش مدل ارائه‌شده به این مطلب اشاره دارد که سکونتگاه‌های روستایی برای فراهم نمودن زیرساختارهای ایجاد کارآفرینی و رشد خصلت‌های کارآفرینانه شرایط لازم را به‌صورت متوسط دارا است؛ منظور از گزینه متوسط این است که برخی ضعف‌ها در شاخص‌های اقتصادی و اجتماعی وجود دارد که بایستی مرتفع شود.

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-07-27]
[DOI: 10.18869/acadpub.serd.6.20.97]

جدول شماره(۶): آزمون ساختاری نهایی کارآفرینی از روی مقیاس سه‌گانه و متغیرهای مشاهده‌شده آنها

مدل ساختاری نهایی کارآفرینی	شاخص‌های برازش								
	CMIN	df	Sig	RMR	GFI	NFI	CFI	PRATIO	RMSEA
مقادیر تجربی مدل	۸۸/۷۲	۸۰	۰/۶۳	۰/۰۸	۰/۹۱	۰/۹۲	۰/۹۰	۰/۷۶	۰/۰۴۸
مقادیر معیار پیشنهادی	-	-	>۰/۰۵	≈۰	>۰/۹	>۰/۹	>۰/۹	۰-۱	<۰/۰۵

منبع: (Lai and Lin, 2008؛ هومن، ۱۳۸۴، قاسمی، ۱۳۸۹)

۵) نتیجه‌گیری

توجه به ایجاد کارآفرینی در مناطق روستایی با توجه به شرایط موجود، از اهمیت بسیاری زیاد برخوردار است. بر این اساس بررسی بسترها و عوامل تأثیرگذار در سکونتگاه‌های روستایی در راستای ایجاد این نوع نگرش اقتصادی در روستاها دارای اهمیت است. این مقاله به دنبال تحلیل عوامل اجتماعی-اقتصادی سکونتگاه‌های روستایی برای ایجاد کارآفرینی، تحلیل ویژگی‌ها و خصلت‌های کارآفرینانه در جامعه روستایی و در نهایت رابطه و اثرات عوامل ذکر شده در خصلت‌های بوده است.

از نظر مقایسه شاخص‌های اقتصادی و اجتماعی در ایجاد کارآفرینی، زمینه و بسترهای لازم در روستاهای مورد مطالعه وجود دارد، هر چند عوامل اقتصادی در این موضوع نسبت به عوامل اجتماعی در روستاها دارای شرایط مناسب‌تری بوده؛ به گونه‌ای که نماگرهای اقتصادی از جمله وجود بازار رقابتی، پشتوانه مالی خانوادگی، حمایت مالی، دسترسی به اعتبارات و سرمایه به نظر مردم در روستاها از شرایط خوبی در روستاهای برای ایجاد کارآفرینی و بسترسازی در این زمینه برخوردار است. در بعد اجتماعی نیز متغیر مشارکت زنان و دختران و وجود شبکه‌های گوناگون تعاون روستایی به عنوان مهم‌ترین پتانسیل‌ها و نماگرهای شناخته شده، بستر را برای فعالیت و تأکید بر رویکرد کارآفرینی در سگونتگاه‌های روستایی تأیید می‌نمایند. از نظر ویژگی‌های کارآفرینانه، زمینه این خصلت‌ها در جامعه روستایی و در میان مردم وجود دارد؛ چرا که خصلت‌هایی 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 و به طور کلی منابع انسانی و طبیعی منطقه فراهم می‌نماید. دیگر خصلت‌های کارآفرینانه (انگیزه پیشرفت، تولید محصولات جدید و تبدیل ایده خلاق به ثروت) در مردم روستایی نیز در سطح متوسطی بوده است.

بررسی عوامل اقتصادی-اجتماعی و ویژگی‌های کارآفرینانه در قالب مدل معادلات ساختاری با توجه به شاخص‌های مختلف برازش از جمله RMSEA که برابر با ۰/۰۴۸ است از وضعیت مطلوب این شاخص‌ها در روستاها حکایت دارد. علاوه بر این شاخص اقتصادی ۰/۴۴ درصد و شاخص اجتماعی ۰/۳۴ درصد از روند و تأثیرگذاری در رونق و بروز خصلت‌های کارآفرینانه در روستاها را تبیین می‌نماید و شرایط

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-07-27]

[DOI: 10.18869/acadpub.serd.6.20.97]

اقتصادی روستاها برای تأکید بر رویکرد کارآفرینی در روستاها و برنامه‌ریزی در این زمینه بیشتر از عوامل اجتماعی است. بنابراین بایستی به تقویت عوامل اجتماعی در این زمینه تأکید نمود تا بستر متعادل و برابر از تمامی عوامل در شکل‌گیری کارآفرینی اتفاق بیفتد. بر اساس مدل ساختاری، عوامل اقتصادی-اجتماعی سکونتگاه‌های روستایی بر رشد و بروز ویژگی‌های کارآفرینانه می‌توانند تأثیرگذار باشند و در صورتی که برنامه‌ریزی برای ایجاد کارآفرینی انجام گیرد این خصلت‌ها به مرور رشد و بروز خواهند یافت.

با توجه به نتایج، چند پیشنهاد ارائه می‌شود: ۱-اولویت قرار دادن عوامل اجتماعی روستاها جهت تقویت آنها در راستای ایجاد کارآفرینی با توجه به ضعف‌های موجود؛ ۲-به‌کارگیری ظرفیت‌های محیطی در راستای تقویت بعد اقتصادی منطقه باهدف کارآفرینی؛ ۳- با توجه به شرایط کنونی عوامل اجتماعی و اقتصادی و تأثیرگذاری آنها بر رشد ویژگی‌های کارآفرینانه، بایستی از این مزیت در راستای رویکرد کارآفرینی در روستاها استفاده نمود؛ ۴-برخی خصلت های کارآفرینانه در مردم روستاها ضعیف یا شرایط متوسطی دارند، بنابراین بایستی به تقویت چنین خصلت‌هایی کمک کرد تا زمینه شکوفایی خلاقیت‌ها و کارآفرینی مهیا شود.

۶) منابع

- باقر، کرد و آبتین عبدالعزیز، (۱۳۹۲)، **بررسی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی روستایی در استان سیستان و بلوچستان (با تمرکز بر توسعه مراکز رشد روستایی، توسعه فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات و توانمندسازی زنان روستایی)**، فصلنامه جغرافیا و توسعه، شماره ۳۲، صص ۱۴-۱.
- رضوانی، محمدرضا و محمد نجارزاده، (۱۳۸۷)، **بررسی و تحلیل زمینه‌های کارآفرینی روستاییان در فرآیند توسعه‌ی نواحی روستایی(مطالعه موردی دهستان براآن جنوبی-اصفهان**، مجله توسعه کارآفرینی، شماره ۲، صص ۱۸۲-۱۶۱.
- رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا و حمداله سجاسی قیداری، (۱۳۸۹)، **توسعه روستایی با تأکید بر کارآفرینی**، نشر سمت، چاپ اول، پاییز.
- سعیدی کیا، مهدی. (۱۳۸۵)، **اصول و مبانی کارآفرینی**، انتشارات کیا، چاپ چهارم، زمستان.
- صیدایی، اسکندر و حجت اله صادقی، (۱۳۹۳)، **برنامه‌ریزی توسعه کارآفرینی در نواحی روستایی**، انتشارات دارخوین، چاپ اول، تابستان.
- قاسمی، وحید، (۱۳۸۹)، **مدل‌سازی معادله ساختاری با کاربرد Amos Graphics**، انتشارت جامعه شناسان، چاپ سوم، زمستان.
- کوراتکو، دانلد اف و ریچاردام هاجتس، (۱۳۸۱)، **نگرش معاصر بر کارآفرینی**، ترجمه ابراهیم عامل مهرابی، انتشارات دانشگاه فردوسی مشهد، چاپ اول، پاییز.
- گلرد، پروانه، (۱۳۸۴)، **عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی زنان ایرانی**، فصلنامه پژوهش زنان، شماره ۳، صص ۱۲۳-۱۰۱.
- مرکز آمار ایران (۱۳۹۰)، **سرشماری نفوس و مسکن ۱۳۹۰**، نشر مرکز آمار ایران، چاپ اول.

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-07-27]

[DOI: 10.18869/acadpub.serd.6.20.97]

- میکانیکی، جواد و حجت اله صادقی، (۱۳۹۱)، **تعیین الگوی مراکز خدمات روستایی با رویکرد تناسب اراضی به روش** AHP، فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی روستایی، شماره ۲، صص ۶۷-۴۹.
- هرندی زاده، الهه، (۱۳۸۹)، **بررسی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در تعاونی‌های تولید کشاورزی استان اصفهان**، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، به راهنمای غلامرضا پزشکی‌راد، دانشکده کشاورزی، گروه اقتصاد کشاورزی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران.
- هزارجریبی، جعفر، (۱۳۸۴)، **کارآفرینی**، نشر پژوهشکده امور اقتصادی، چاپ اول، تابستان.
- هومن، حیدرعلی، (۱۳۸۴)، **مدل یابی معادلات ساختاری باکاربرد نرم افزار لیزرل**، نشر سمت، چاپ اول، بهار.
- 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**, www.nercrd.psu.edu/entrepreneur_What_Works.../SinghKnights.pdf.
- Folmer, Henk. Dutta, Subrata (2010), **Determinants of Rural Industrial Entrepreneurship of Farmers in West Bengal: A Structural Equations Approach**, International Journal of Regional Science Review, 33(4), pp 367-396.
- Forter, Marian (2006), **Entrepreneurs and Their Social Network: Motivation, Expectations and Outcomes**, Journal of Dissertation, Vol28, pp1557-1575.
- Heaton, James (2005), **Developing Entrepreneurs: An Examination of Systematic Approach's to Entrepreneurial Development for Rural Areas**, published by the IIlinois Institute for Rural Affairs, Rural Research Report, Volume16, Fall.
- Hisrich, Robert. Hisrich, Peters. Shepherd, Dean (2005), **Entrepreneurship**, MC Grow Hill press, First Edit, summer.
- Hrivnak, George., Sherman,Cynthia (2010), **The Power of Nascence: Realizing the Potential of Service-learning in an Unscripted Future,** International Journal of Organizational Analysis, 18(2), PP 198-215.
- Jancikova, Heri (2004), **the entrepreneurial factor in economic growth**, Journal of Organization Studies, 20(6), pp 1011-1033.
- Lai, J.U., and Lin, C.T (2008), **what factors drive corporate customer satisfaction with e-banking services?** PACIS Proceeding press.
- Lewis, James (2003), **Housing construction in earthquake prone places: Perspectives, priorities and projections for development,** The Australian Journal of Emergency Management, 18(2), pp 35-44.
- Markley, Deborah (2006), **A Framework for Developing Rural Entrepreneurship, Economic Development America, in this Issue: Rural Entrepreneurship and Innovative Leadership**, Publication by Economic development America.
- 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), **the risk of self-employment in rural china: Development or Disaster?** Journal of World Development, 35(1), pp1-19.
- Singh,Naresh (2002),**Institutionalisation of Rural Entrepreneurship through NGOs: Introspection from the Case Studies,** Journal of Entrepreneurship,Vol 11, pp 55-73
- Stathopoulou, Sophia. Psaltopoulos, Demetrios (2006), **Rural entrepreneurship in Europe: A research framework and agenda,** International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research,10(6), pp 404-425.
- Verheul, Ingrid. Wennekers, Sander (2001), **an eclectic theory of entrepreneurship, Tinbergen Institute Discussion Paper. Indianapolis: Institute for Development Strategies,** Indiana University press.

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-07-27]

[DOI: 10.18869/acadpub.serd.6.20.97]