

ارائهی مدل کارآفرینی روستایی به عنوان استراتژی توسعهی مناطق روستایی

محسن حجازی^۱، فرزانه گلیزاده^۲

۱- دانشآموختهی کارشناسی ارشد مدیریت صنعتی، گرایش پژوهش عملیاتی، دانشگاه علامه طباطبایی m.hejazi.85@gmail.com

۲- دانشآموختهی کارشناسی مهندسی کشاورزی، مؤسسه آموزش عالی دیلمان، لاهیجان f.golzade88@yahoo.com

چکیده:

امروزه، تمام برنامه‌ریزی از جمله اقتصاددانان برنامه‌ریز روستایی بدین نتیجه رسیده‌اند که تشویق روستاییان برای گرایش به کارآفرینی مناسب‌ترین استراتژی برای پاسخگویی به چالش‌های بهویژه اقتصادی و کاهش فقر در مناطق روستایی است. این پژوهش، توسعهی کارآفرینی در مناطق روستایی را به عنوان یک استراتژی در توسعه و کاهش فقر مناطق روستایی مورد بررسی قرار می‌دهد و در جهت ارتقاء آن با استفاده از مهم‌ترین متغیرهای تأثیرگذار، مدلی را ارائه می‌کند. در این مدل منابع فکری و انسانی (شامل تحصیلات و دانش و برنامه‌های آموزشی) و همچنین محیطی (شامل دسترسی به مشارکت و شرکت‌های تعاونی روستایی) با توجه به در نظر گرفتن شرایط کارآفرینی در سطح ملی (دسترسی به منابع مالی و توسعهی زیرساخت‌ها) به تشخیص فرستادهای کارآفرینی در مناطق روستایی مرتبط می‌نماید.

وازگان کلیدی: کارآفرینی روستایی، کارآفرینی، توسعه روستایی، استراتژی توسعه

آورد. همچنین می‌توان ادعا نمود که از بین رویکردهای مختلفی که برای این امر متصور است، عنصر کارآفرینی آن چنان که اندیشمندان و صاحب‌نظران عرصه‌های اجتماعی و اقتصادی یادآور گردیدند، می‌تواند به عنوان یکی از مهم‌ترین و بهترین استراتژی‌های توسعه تلقی گردد.

امروزه کارآفرینی به عنوان یک استراتژی در توسعه و شکوفایی و رشد جوامع انسانی به جایگزین بیدلی تبدیل گشته است که از طریق آن همه‌ی عوامل و منابع و امکانات یک جامعه به صورت خودجوش و از راه قرارگرفتن در یک روند تکاملی در جهت نیل به آرمان‌های بلند اجتماعی بسیج گردیده تا منشاء بسیاری از آثار و پیامدهای مثبت اقتصادی-اجتماعی گردد. همچنین در نظریه‌های اقتصادی، به فعالیت‌های خودجوش اقتصادی در قالب کارآفرینی در مناطق روستایی توجه ویژه می‌شود به گونه‌ای که توسعهی اقتصادی و کارآفرینی با یکدیگر ارتباط تنگاتنگ دارند [۳] بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که کارآفرینی روستایی راهکاری جدید در نظریه‌های توسعه برای توانمندسازی و ظرفیتسازی در مناطق روستایی در راستای دستیابی به توسعهی پایدار است.

کارآفرینی روستایی در اصل هیچ تفاوتی با مفهوم عام کارآفرینی ندارد. فقط شرایط خاص مناطق روستایی از جمله

۱. مقدمه

بر طبق گزارش «فقر روستایی» سال ۲۰۱۱، حدود ۷۰ درصد از مردم فقیر دنیا، در نواحی روستایی کار و زندگی می‌کنند و این اکثریت برای چندین دهه باقی خواهد ماند. [۱] در کشور ما نیز بر اساس آمار رسمی اعلام شده حدود ۹/۲ میلیون نفر زیر خط فقر شدید و مطلق هستند که حدود ۱۰/۵ درصد از شهری‌ها و ۱۱ درصد از روستاییان زیر خط مطلق فقر هستند. مهم‌ترین شاخص‌های فقر شامل شاخص نرخ فقر (درصد خانوارهای زیر خط فقر)، شاخص شکاف فقر (شاخص تعیین فاصله‌ی فقر از خط فقر) و شاخص حساسیت توزیع (شاخص اندازه‌گیری فاصله فقر از غیرفقر (غنى)) همه نشان‌دهنده وضعیت نامناسب اقتصادی روستاییان در کشور می‌باشد. [۲]

با توجه به شرایط مناطق روستایی در کشور، در حال حاضر برای رسیدن به کاهش فقر در نواحی روستایی باید پژوهش‌ها و برنامه‌ها را به گونه‌ای سازگار نمود که به ارتقای رشد و توسعهی اقتصادی کمک نماید. اما یکی از پرسش‌های اساسی این است که این توسعه چگونه باید اتفاق بیفتد؟ در پاسخ به این پرسش باید گفت بدون وجود یک استراتژی کلان توسعه و توسعه اقتصادی مشخص، نمی‌توان توفیق فراوانی در امر توسعه روستایی به دست

نقش حیاتی و مهمی در توسعه‌ی اقتصادی و بهبود وضعیت اقتصادی ایفا می‌کنند. [۶]

کارآفرینی از سالیان قبل در محیط شهرها به وقوع پیوسته اما محیط روستایی شاهد چنین تحولی به صورت ملموس نبوده است. کارآفرینی روستایی در مناطقی که از نظر اقتصادی و اجتماعی در تنگنا هستند، رخ می‌دهد که این تنگناها شامل زیرساخت‌های کم و نامناسب، رکود اقتصادی، سطح پایین تحصیلات، کارگران غیرماهر، درآمد پایین و فرهنگی که از کارآفرینی حمایت نمی‌کند، می‌باشند. [۷] ترویج و توسعه‌ی کارآفرینی، عاملی بسیار مهم و انرژی‌بخش به اقتصاد روستایی [۸] در مناطق روستایی فقیر و توسعه‌نیافرته می‌باشد، زیرا کارآفرینی باعث تولید ثروت و ایجاد اشتغال می‌شود که بر روی کیفیت زندگی جمعیت روستایی تأثیر اساسی دارد. [۹]

می‌توان کارآفرینی روستایی را پیش‌قرابول توسعه جدید در محیط روستا دانست. صنایع تبدیلی از جمله مهمترین زمینه‌های مربوط به توسعه کشاورزی، توسعه روستایی و توسعه اشتغال‌زایی در روستاهای این صنایع، فراوری محصولات کشاورزی و دامی روستا و تبدیل آنها به کالاهایی نهایی تر و بالرزش‌تر است. این امور اکثرًا در صنایع و کارخانه‌های شهری انجام می‌شود.

با مطالعه و بررسی ادبیات پژوهش، مشخص می‌گردد که تاکنون، به تشخیص فرصت‌ها در کارآفرینی روستایی توجه چندانی نشده است، بنابراین به نظر می‌رسد مطالعه در زمینه‌های تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در مناطق روستایی، بسیار به موقع و مفید باشد.

کارآفرینان در جوامع روستایی برای شکل‌دادن به فعالیت‌های خود و خلق یا رشد این فعالیت‌ها نیاز به حمایت دارند، اما بیشتر این جوامع از آمادگی لازم برای تأمین نیازهای ضروری مانند سرمایه، فناوری و اطلاعات برخوردار نیستند. در نتیجه، برای کمک به جوامع روستایی در توسعه، یک مدل نظری‌های کارآفرینی لازم است که خود نیازمند شناخت متغیرهای وابسته و رابطه‌ی میان آنهاست. [۱۰] به طور کلی، امید است ایده‌های ارائه شده در این پژوهش، دیدگاه مفید و مناسبی را در مورد پژوهش و برنامه‌های کارآفرینی آتی در جهت ارائه استراتژی‌های اثربخش برای بهبود جامعه‌های روستایی ارائه دهد.

بالاترین ریسک، کمبود امکانات و ضعف مدیریت در این نواحی باعث می‌شود که زمینه‌های کارآفرینی در این نواحی متفاوت با سایر نواحی و فعالیت‌ها باشد. به هر حال کارآفرین روستایی به دنبال شناسایی فرصت‌های جدید، نوآوری و خلاقیت در فعالیت‌های کشاورزی و غیرکشاورزی، کاربری اراضی و استفاده‌ی بهینه، متنوع و نوآورانه در راستای توسعه‌ی روستایی است. به طور کلی یکی از عوامل مؤثر در توسعه‌ی روستایی، کارآفرینی است، زیرا کارآفرینی می‌تواند با خلق فرصت‌های جدید اشتغال و درآمد، نقش مؤثری در بهبود وضع اقتصادی و معیشتی روستاهای داشته باشد، به همین دلیل تلاش برای توسعه و تقویت کارآفرینی در فرایند توسعه‌ی روستایی از طریق فراهم کردن زمینه‌های اولیه‌ی آن از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

این پژوهش، کارآفرینی روستایی را به عنوان یک استراتژی اثربخش در توسعه و کاهش فقر در نواحی روستایی پیشنهاد می‌کند و بر تشخیص فرصت‌های موجود در زمینه‌ی کارآفرینی روستایی در کشورهای در حال توسعه تمرکز می‌نماید.

۲. کارآفرینی روستایی

امروزه روستاهای محیط مناسبی برای رشد بخش‌های غیرکشاورزی و فعالیت شرکت‌های تولیدی و خدماتی شناخته شده است. این موضوع در واقع نوعی حرکت از کسبوکارهای مبتنی بر منابع طبیعی به سمت کسبوکارهای مبتنی بر دانش است. وضعیت جامعه روستایی ایران نشان می‌دهد که با افزایش سطح سواد، دانش و مهارت‌های علمی و عملی، گرایش به اشتغال در بخش‌های سنتی اقتصاد کمتر شده و میل برای اشتغال در بخش‌های مدرن و خدماتی بیشتر است. این در حالی است که روستاهای ایران نیز همچون شهرها، مملو از فرصت‌های جدید و کشف‌نشده هستند که کشف و بهره‌برداری به موقع از این فرصت‌ها و ایجاد کسبوکارهای جدید و رقابت‌پذیر می‌تواند مزایای اقتصادی چشمگیری به همراه آورد.

کارآفرینی، مؤلفه‌ای مهم در بهره‌وری و رشد است. [۴] پژوهش‌های بسیاری همبستگی مثبت و قوی بین سطح فعالیت‌های اقتصادی و عملکرد کلی فعالیت‌های اقتصادی را نشان داده‌اند. با شروع یک بنگاه اقتصادی، نرخ ملی رشد تولید ناخالص داخلی و نرخ اشتغال افزایش می‌یابد. [۵] بنابراین، کارآفرینان

۳. پیشینه‌ی تجربی و نظری

سرمایه‌ی فکری و انسانی مورد بررسی در این پژوهش شامل دانش، تحصیلات و آموزش کارآفرینی می‌باشد.

۳.۱.۱. تحصیلات و دانش

سطح پایین تحصیلات در مناطق روستایی، یکی از مهم‌ترین عوامل افزایش‌دهنده‌ی نرخ اختلاف و شکاف‌های اجتماعی و اقتصادی بین مناطق روستایی و شهری می‌باشد. تحصیلات به افزایش کیفیت سرمایه‌ی انسانی کمک می‌کند که این امر، بخش ضروری و اساسی یک جامعه‌ی کارآفرین است.^[۱۸] سرمایه‌گذاری بر روی افراد ماهر و توسعه‌ی سرمایه‌ی انسانی^[۱۹] و آموزش جوامع محلی برای مشارکت در فعالیت‌های کارآفرینانه، یک بخش اساسی در توسعه روستایی است. آموزش به ساکنان مناطق روستایی موجب تسريع در به کارگیری منابع محلی در سرمایه‌گذاری‌ها و بالتبع بهبودبخشیدن به معیشت افراد فقیر در مناطق روستایی می‌شود. به دلیل این که تحصیلات برای توسعه و کارآفرینی روستایی، بسیار مهم است، می‌توان گفت باسوسادکردن و آموزش به جامعه‌ی روستایی در مورد مبانی کارآفرینی و هدایت و راهنمایی آن‌ها از طریق فراهم‌آوردن منابع درآمدی برای خودشان، موجب افزایش تشخیص فرصت کارآفرینی در مناطق روستایی می‌شود. این منطق منجر به ارائه‌ی این قضیه گردید.

قضیه ۱: هر چه میزان تحصیلات و دانش کارآفرینان روستایی در زمینه‌ی فرایند کارآفرینی بیشتر باشد، احتمال کشف فرصت‌های جدید برای سرمایه‌گذاری و اقدامات کارآفرینانه در مناطق روستایی بیشتر است.

۳.۱.۲. برنامه‌های آموزشی

برنامه‌های آموزشی و یادگیری‌های پیشین باعث به وجود آمدن دانش و شکل‌دهی چهارچوب فکری افراد می‌شود که این امر بر روی ادراک فرد از جهان بیرون تأثیرگذار است.^[۱۴] برنامه‌های آموزشی شامل توسعه‌ی کارآفرینی روستایی می‌تواند هم در بخش کشاورزی و هم غیرکشاورزی مورد توجه باشد. آموزش در بخش کشاورزی می‌تواند با هدف کاربرد فن‌آوری‌ها و روش‌های مناسب کشاورزی باشد. از آنجا که آموزش کشاورزان در مورد روش‌های متعدد تولید و روش‌های کشاورزی، تولید محصولات کشاورزی را افزایش می‌دهد، ممکن است به منجر به تشخیص فرصت در مناطق روستایی برای کارآفرینان بیشتری

تشخیص فرصت‌های کارآفرینی، یکی از پایه‌های و مهم‌ترین موضوعات در پژوهش‌های کارآفرینی می‌باشد.^[۱۱] مطالعات پیشین بیان کرده‌اند که تشخیص فرصت دارای کارکرد متصل‌کننده‌ی محیط فردی و بیرونی می‌باشد.^[۱۲] تعامل کارآفرینان با محیط، تکامل تدریجی ایده‌ها را شکل می‌دهد.^[۱۳] به عبارت دیگر، عامل‌های شخصی، بین‌شخصی و اجتماعی، نقش اصلی را در تشخیص فرصت‌های کارآفرینی ایفا می‌نماید.^[۱۴] تشخیص فرصت کارآفرینی، فرایندی است که توسط بسیاری از متغیرهای زمینه‌ای در محیط بیرونی تحت تأثیر قرار می‌گیرد که مهم‌ترین آن‌ها، منابع در دسترس^[۱۵]، ویژگی‌های خلاقانه‌ی افراد^[۱۶] نظیر مهارت‌های شناختی^[۱۳] و دانش قبلی در رابطه با موضوع ویژه‌ای می‌باشد.^[۱۷]

اصل‌اً برای ایجاد کارآفرینی مؤثر روستایی باید به ترکیبی از عوامل مؤثر توجه کرد تا تأثیرگذاری آن در محیط روستا بیشتر نمود یابد. به همین علت، امروزه، نگاه کل‌گرا و یکپارچه در برنامه‌ریزی‌ها نشان می‌دهد که نگاه چرخشی در توسعه کارآفرینی روستایی بیش از نگاه خطی تک‌بعدی مؤثر است.

بر اساس پژوهش‌های تجربی پیشین و نظریه‌هایی که نقش یک فرد را با محیط بیرونی در تشخیص فرصت‌ها ترکیب می‌کند، مدلی را برای تشخیص فرصت‌های کارآفرینی روستایی ارائه می‌گردد. این مدل پیشنهاد می‌کند که سرمایه‌فکری و انسانی (تحصیلات و دانش و برنامه‌های آموزش) و شرایط محیطی (دسترسی به مشارکت و گسترش شرکت‌های تعاونی) نقشی کلیدی برای تشخیص فرصت‌ها در مناطق روستایی ایفا می‌کند. هم‌چنین بیان می‌گردد که مقداری که کارآفرینی در معرض و تحت تأثیر این متغیرها قرار می‌گیرد، دارای همبستگی مثبت با احتمال کشف فرصت‌های کارآفرینی در مناطق روستایی دارد.

این مدل پیشنهاد می‌کند که تأثیر این متغیرها بر روی تشخیص فرصت‌ها در مناطق روستایی به طور نسبی با شرایط کارآفرینی در سطح ملی (میزان در دسترس بودن منابع مالی برای بنگاه‌های اقتصادی جدید در مناطق روستایی و گسترش زیرساخت‌ها) تعديل می‌شود.

سازمان‌های متعدد، باعث توسعهٔ جوامع روستایی و تقویت ساختارهای حمایتی نهادی و ایجاد روابط مستحکم و پایدار بین دولت و بخش خصوصی در مناطق روستایی خواهد شد و از طریق تلاش‌ها و اقدامات مشترک، طرح‌های متعددی را با تأکید بر توسعهٔ کسب‌وکار و جامعه‌ی روستایی شروع خواهد. با توجه به این موارد، قضیهٔ بعدی بدین گونه مطرح می‌شود:

قضیهٔ ۳: هر قدر کارآفرینان به مشارکت بیشتری دسترسی داشته باشند، احتمال کشف فرصت‌ها در مناطق روستایی بیشتر است.

۲.۲.۲. توسعهٔ شرکت‌های تعاونی روستایی

حضور و نقش کارآفرین در عرصهٔ تصمیم‌گیری و استفاده از خدمات، می‌تواند منابع مالی تعاونی را به سمت فعالیت‌های کارآفرینانه سوق داده دهد. در عین حال بر عهدهٔ گرفتن مدیریت تعاونی توسط کارآفرینان موجب می‌شود که در روستا روحیهٔ کارآفرینی گسترش یافته و دیگران که خواهان استفاده از منابع تعاونی هستند، به فعالیت‌های کارآفرینانه ترغیب شوند. مشخص است کارآفرینی روستایی باید بتواند باعث فقرزدایی، توانمندسازی مردم و بهویژهٔ فقرای روستایی و اشتغال‌زایی شود. در این راستا ارتباط مستقیم و موثر آن با تعاونی‌های اعتباری ضرورت دارد.

توسعهٔ کارآفرینی روستایی نیاز به بهبود و افزایش ساختارهای حمایتی^[۸] برای فراهم‌آوردن مشاوره در زمینهٔ کسب‌وکار، دستیاری و کمک، ایجاد محیط سالم و فرهنگ کارآفرینانه در بین جامعه می‌باشد. شرکت‌های تعاونی روستایی در توسعهٔ مفاهیم جدید سرمایه‌گذاری، مشاوره و ارزیابی سرمایه‌گذاری جدید و فراهم‌آوردن کمک‌های فنی و مشاوره برای کسب‌وکارهای کوچک در مناطق روستایی به عنوان یک مربی و یاری‌رسان، ایفای نقش می‌کند. علاوه بر این، شرکت‌های تعاونی می‌توانند برنامه‌های مربی‌گری کارآفرینان موفق برای جلسات بحث و گفتگو با کارآفرینان روستایی در جهت کشف فرصت‌های جدید تشکیل دهند. کارآفرینان با گرفتن مشاوره، دانش و راهنمایی از شرکت‌های تعاونی روستایی و شرکت در برنامه‌های مربی‌گری و آموزش، احتمال تشخیص فرصت‌ها بیشتر می‌شود که این امر، منجر به قضیهٔ ۴ می‌شود.

قضیهٔ ۴: هر چه کارآفرینان کمک‌های بیشتری از شرکت‌های تعاونی دریافت کنند، احتمال کشف فرصت‌های بیشتری در مناطق روستایی، افزایش می‌یابد.

شود. آموزش در بخش غیرکشاورزی به ساکنان مناطق روستایی، راههای متعدد برای توسعهٔ و متنوع ساختن حیطه‌ی کسب‌وکارشان را یاد می‌دهد و هم‌چنین انتخاب‌هایشان در زمینهٔ کارآفرینی را افزایش می‌دهد. با توجه به این موارد، می‌توان قضیهٔ ۲ را بدین گونه مطرح نمود:

قضیهٔ ۲: هر چه کارآفرینان روستایی در بخش کشاورزی و هم‌چنین غیرکشاورزی، آموزش بیشتری دریافت کنند، احتمال کشف فرصت‌های بیشتر برای سرمایه‌گذاری در مناطق روستایی برای آنان بیشتر است.

۲.۳. ابعاد محیطی

بررسی و پایش محیط بیرونی برای دست‌یابی به اطلاعات، منجر به فرصت‌های کارآفرینانه می‌شود، بنابراین کارآفرینان فرصت‌ها را با تحلیل محیط شناسایی می‌کنند.^[۲۰] در مدل ارائه‌شده، ابعاد محیطی شامل توسعهٔ و گسترش مشارکت و دسترسی به شرکت‌های تعاونی روستایی می‌باشد.

۲.۳.۱. دسترسی به مشارکت

به دلیل بسترهای و قابلیت‌هایی که در محیط روستایی وجود دارند، توانایی تشکیل و سازمان‌دهی نهادهای مردمی در زمینه‌ها و موضوعات متعدد کاملاً فراهم است. سازمان‌ها و تشکلهای غیردولتی (چه سمنهای ملی و چه سمنهای محلی) به عنوان نهادهایی که نمایندهٔ بهره‌برداران و آحاد مختلف مردم در بخش روستایی و کشاورزی هستند، ابزار بسیار مؤثری برای اعمال سیاست‌های توسعهٔ کارآفرینی به حساب می‌آیند و می‌توانند در زمینهٔ رعایت حقوق شهروندی و پاسخ‌گویی به نیازها و مطالبات و انتظارات برآورده‌نشده‌ی اقشار مختلف، زمینهٔ نوآوری و کارآفرینی را در بخش‌های مختلف ایجاد کنند.^[۲۱]

بر طبق نظریهٔ شبکه‌ی اجتماعی، گرههای اجتماعی کارآفرینان، بر روی تشخیص و پیگیری فرصت‌های کارآفرینانه تأثیرگذار است. برای توسعهٔ نظام حمایتی کارآفرینی روستایی، بایستی محیطی حمایت‌کننده یا شبکه‌ای اجتماعی به وجود آید که از طریق ایجاد مشارکت‌ها منجر به رشد و شکوفایی این محیط کارآفرینانه شود.^[۲۲] توسعهٔ مشارکت‌ها شامل تلاش‌های هماهنگ دولت، استانداری‌ها، شهرداری‌ها، دانشگاه‌ها و سازمان‌های غیردولتی برای انگیزش فعالیت‌های کارآفرینی در آن مناطق می‌باشد.^[۷] مشارکت با مؤسسات، دانشگاه‌ها و

خصوصی، مانند خدمات تجاری، تمرکز بر کارآفرینان، ایجاد محیط و زیرساخت مثبت، ایجاد شبکه‌ها و تشکیل گروه‌های مشاور به منظور حمایت از کارآفرینان می‌شود. در خصوص زیرساخت‌های کارآفرینانه، باید نیازهای خاص کارآفرینی که برای کارآفرین مهم هستند، تأمین شود.^[۲۴]

در این پژوهش، توسعه‌ی زیرساخت‌ها مربوط به زیرساخت‌های در حال توسعه و ادامه و مناسب در مناطق روستایی می‌باشد. پژوهش‌های پیشین دریافت‌هایی که اگر نیازی در جامعه وجود داشته باشد، صرف هزینه بر روی بهبود آن زیرساخت، در ترغیب به کارآفرینی مؤثر خواهد بود.^[۲۵]

تقویت زیرساخت در یک منطقه بر روی توانایی ایجاد ظرفیت، کاهش موانع اجتماعی و اقتصادی و افزایش توانایی‌های بالقوه و امکانات منطقه تأثیرگذار خواهد بود.^[۵] بنابراین صرف هزینه بر روی توسعه‌ی زیرساخت در مناطق روستایی منجر به تغییر در ساختار صنعتی منطقه و ایجاد منحنی عرضه و تقاضای جدید برای ایده‌ها و منابع جدید خواهد شد که این امر بر روی فرصت‌های در دسترس تأثیرگذار خواهد بود. بنابراین قضیه‌ی بعدی بدین گونه مطرح می‌شود:

قضیه‌ی ع: هر قدر کارآفرینان به زیرساخت‌های روستایی توسعه‌یافته دسترسی بیشتری داشته باشند، احتمال کشف فرصت‌های جدید در مناطق روستایی بیشتر خواهد بود.

سطح شرایط ملی کارآفرینی، می‌تواند رشد یک بخش کارآفرینی در کشور را تسهیل نماید.^[۵] از آن جا که توسعه‌ی زیرساخت‌های اساسی کارآفرینی و قابلیت تأمین مالی، برای هر اقدام کارآفرینانه بسیار ضروری است.^[۷] بدین گونه فرض می‌شود که وضعیت کشور در زمینه‌ی شرایط ملی کارآفرینی، ممکن است یک ارتباط حیاتی و مهم بین ابعاد متنوع و متعدد اجتماعی، فکری و محیطی و تشخیص فرصت‌ها در مناطق روستایی یک کشور باشد. از آن جا که کشورها، سطوح متفاوتی از شرایط کارآفرینانه ملی را دارند تأثیر منابع فکری، انسانی و محیطی بر روی تشخیص فرصت‌ها، نسبتاً با شرایط چهارچوب کارآفرینانه ملی، تعديل می‌گردد. در این جا، قضیه‌ی ۷ و ۸ بدین گونه بیان می‌گردد:

قضیه‌ی ۷: تأثیر منابع فکری، انسانی و محیطی بر روی فرصت‌های تشخیص، نسبتاً با میزان دسترسی به منابع مالی تعديل می‌گردد.

۳.۳.۳. متغیرهای تعديل‌گر شرایط کارآفرینی در سطح ملی میزان در دسترس بودن منابع مالی برای شرکت‌های جدید و تقویت زیرساخت‌ها با میزان سطح فعالیت‌های کارآفرینانه در سطح کشور دارای همبستگی معنادار و بالایی می‌باشد.

۳.۳.۱. دسترسی به منابع مالی

ارتقای کارآفرینی روستایی نیاز به منابع مالی نظری بودجه برای وام، سرمایه‌گذاری و کمک فنی برای شرکت‌های کوچک می‌باشد. در این پژوهش، منظور از منابع مالی، به طور ویژه، وام‌های دولتی با نرخ بهره‌ی پایین، مشاوره‌ی اعتباری و کمک فنی به کارآفرینی روستایی می‌باشد. حمایت‌های مالی، نقش مهمی در مشاهده‌ی فرصت‌ها و ایجاد انگیزه به افراد برای بهره‌برداری از این فرصت‌ها می‌باشد.^[۵] بنابراین، منطقی است که فرض کنیم با افزایش بودجه برای مناطق روستایی، ساکنان روستاها قادر خواهند بود به کسب و کارهای جدید بپردازنند. با توجه به این امر، قضیه‌ی ۵ بدین گونه مطرح می‌گردد:

قضیه‌ی ۵: هر چه کارآفرینان روستایی به منابع تأمین مالی کسب و کار، دسترسی بیشتری داشته باشند، احتمال کشف فرصت‌های سرمایه‌گذاری در مناطق روستایی بیشتر می‌شود.

۳.۳.۲. توسعه‌ی زیرساخت‌ها

تقویت و توسعه‌ی زیرساخت‌ها، نقش کلیدی در توسعه‌ی کارآفرینی روستایی ایفا می‌کند. توسعه‌ی زیرساخت‌ها دارای همبستگی بالا و معناداری با سطح فعالیت‌های کارآفرینی در کشورهای مختلف می‌باشد.^[۵]

با افزایش توجه به منابع زیستی و نیازهای نسل‌های آتی در قالب نظریه‌ی توسعه‌ی پایدار، از دهه‌ی ۱۹۸۰ به بعد، لزوم درنظر گرفتن این بعد از توسعه و عوامل مؤثر آن در فرایند توسعه اهمیت بالایی یافت. کارآفرینی در محیط‌های روستایی نیز نمی‌تواند از این امر مستثنی باشد، زیرا جوامع روستایی به دلیل ماهیت وجودی و کارکردی و ساختاری خود، ارتباط تنگانگی با محیط پیرامون دارند.^[۲۳] فضای کارآفرینانه، محیط عمومی را که کارآفرینان در آن جا فعالیت می‌کنند، فراهم می‌آورد. زیرساخت‌های کارآفرینانه عناصری همچون تسهیلات و امکانات زندگی (آب، برق و...) خدمات، عوارض (مالیات) و قوانین و مقررات را فراهم می‌کند که برای کارآفرینان بسیار مهم است. حمایت‌های کارآفرینانه، شامل هدایت فعالیت‌های عمومی و

نمود. کارآفرینی روستایی، استراتژی ای چندبعدی است که شامل تحصیلات، آموزش، شبکه‌های کسب‌وکار و حمایت و ایجاد زیرساخت‌های مناسب و کافی برای کمک به کارآفرینی روستایی در شناسایی فرصت‌های کسب‌وکار روستایی و توسعه‌ی کسب‌وکارهای جدید است. هم‌چنین ایده و مدل مطرح شده در این پژوهش، گام رو به جلویی در جهت پژوهش‌های آتی در زمینه‌ی کارآفرینی در مناطق روستایی ارائه می‌گردد. هم‌چنین باید گفت، تشخیص فرصت‌ها در کارآفرینی روستایی، موضوعی پیچیده و دارای ابعاد متعدد است و نیاز به پژوهش‌های بیشتر در زمینه‌ی کارآفرینی و هم‌چنین خطمشی گذاری‌های مناسب می‌باشد.

۶ منابع

[۱] IFAD. *Rural Poverty Report: The challenge of ending Rural Poverty*. Rome : International Fund for Agricultural Development, ۲۰۱۱. <http://www.ifad.org/rpr%2011/report/e/rpr%2011.pdf>.

[۲] میرافضلی، سید محمود. وضعیت فقر در ایران و جهان از بعد بین المللی در حد فاصل ۱۹۸۱ تا ۲۰۰۵ بر اساس گزارش سال ۲۰۱۰ بانک جهانی. چشم‌انداز ۱۴۰۴. [تاریخ دسترسی: ۱۳۹۱/۳/۳]. <http://vision1404.ir/fa/internationalpoverty.aspx>

[۳] Heriot, Kirk C و Campbell, Noel D .A new approach to rural entrepreneurship: a case study of two rural electric cooperatives .United States Association for Small Business and Entrepreneurship. ۲۰۰۲. [تاریخ دسترسی: ۱۳۹۱/۳/۳]. <http://usasbe.org/knowledge/proceedings/proceedingsDocs/USASBE%2005proceedings-Heriot/.2030.pdf>.

[۴] Baumol, W .*Entrepreneurship, Management and the structure of Payoffs* .Massachusetts: The MIT Press. Cambridge, ۱۹۹۳.

[۵] Zacharakis, A, Bygrave, W D and Reynolds, P. D .*Global Entrepreneurship Monitor: National Entrepreneurship Assessment* : United States of America Executive Report, ۱۹۹۹.

[۶] Schumpeter, J A .*The Theory of Economic Development* .New York: Oxford University Press, ۱۹۶۱.

[۷] Kulawczuk, P. The development of entrepreneurship in rural areas J D Kimball .*The Transfer of Power: Decentralization in Central and Eastern Europe* .Budapest: The Local Government and Service Form Initiative, ۱۹۹۸, pp۹۷-۱۰۹

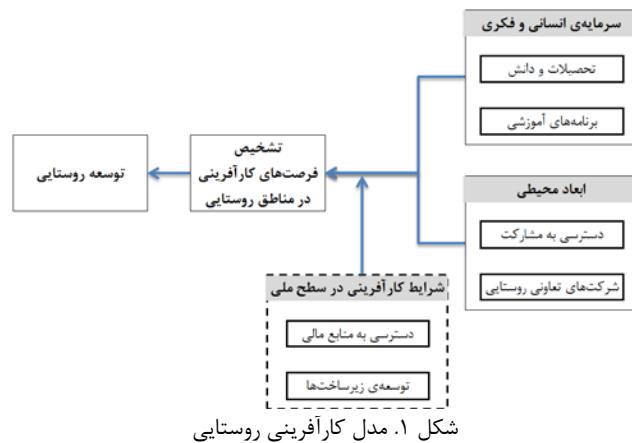
[۸]. Petrin, T and Gannon, A. *Rural development through entrepreneurship*. Rome (Italy) : Regional Office for Europe, ۱۹۹۷.

[۹] FAO .*Document Repository* Food and Agriculture Organization of the United Nations, ۱۹۹۷.

قضیه ۱: تأثیر منابع فکری، انسانی و مالی بر روی فرصت‌های تشخیص با میزان توسعه‌ی زیرساخت‌های کشور تعديل می‌گردد.

۴. ارائه‌ی مدل

با توجه به آن‌چه از ادبیات پژوهش در قالب ۸ قضیه‌ی مطرح گردید، مدل پیشنهادی ما در شکل ۱ ارائه می‌گردد. همان‌طور که پیش‌تر گفته شد و از شکل ۱ مشخص است، ابعاد سرمایه‌ی انسانی و فکری شامل تحصیلات و دانش و برنامه‌های آموزشی و ابعاد محیطی شامل دسترسی به مشارکت و شرکت‌های تعاونی روشی‌های مستقل هستند که بر روی تشخیص فرصت‌های کارآفرینی در مناطق روستایی به عنوان متغیر وابسته تأثیرگذار است. با توسعه‌ی فرصت‌های کارآفرینی، مناطق روستایی نیز توسعه‌ی می‌بابند. در مدل، علاوه بر متغیرهای مستقل و وابسته، شرایط کارآفرینی در سطح ملی به عنوان متغیرهای تعديل‌گر این مدل مد نظر قرار گرفتند که بر روی رابطه‌ی متغیرهای مستقل و وابسته، تأثیرگذار است.



۵. نتیجه‌گیری

تقویت نظام کارآفرینی روستایی، موجب تسريع در ایجاد جامعه‌های روستایی خودنگهدارنده، افزایش منابع درآمد، حمایت و پشتیبانی از توسعه‌ی زیرساخت‌ها، ایجاد ظرفیت، احیای جوامع روستایی و ایجاد یک تأثیر معنادار بر کاهش فقر خواهد شد. با توجه به مدل ارائه شده در این پژوهش، می‌توان پیشنهادهایی برای ارائه استراتژی و خطمشی گذاری و هم‌چنین ارائه‌ی دیدگاه برای پژوهش‌های در زمینه‌ی توسعه کارآفرینی روستایی ارائه

[۱۵] Bruinsma, F, Nijkamp, P and Rietwald, P, *Regional economic transformation & social overhead investment*, Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie, vol۸۳, pp۳-۱۲, ۱۹۹۲

[۱۶] Busenitz, L.W., and Barney, J.B. *Differences between entrepreneurs and managers in large organizations: Biases and heuristics in strategic decision-making.*, ۱۲, ۹-۳۰, Journal of Business Venturing, ۱۹۹۷.

[۱۷] Allen, J C et al *Examination of Community Action Field Theory Model for Locality Based Entrepreneurship* .Montreal (Canada), ۲۰۰۳, Annual Rural Sociological Society Meeting.

[۱۸] The promise of entrepreneurship as a field of research. Shane, S and Venkataraman, S. ۲۰۰۰, Academy of Management Review, Vol. ۲۵, pp. ۲۱۷-۲۲۶.

[۱۹] Singh, R *Entrepreneurial Opportunity Recognition through Social Networks* .Chicago : University of Illinois at Chicago, ۲۰۰۰.

[۲۰] De Koning, A J. *Opportunity Formation From A Socio-Cognitive Perspective* .Wellesley, Frontiers of Entrepreneurship Research, ۱۹۹۹.

[۲۱] Baron, R R. *Opportunity Recognition: Insights from a cognitive perspective* .Research in Entrepreneurship and Management, PP۴۷-۷۳, ۲۰۰۴

[۲۲] Timmons, J A *New Venture Creation: Entrepreneurship For The ۲۱st Century*. ۴th .Irwin : Homewood, ۱۹۹۴.

[۲۳] Hills, G E, Shrader, R C and Lumpkin, G T, *Opportunity recognition as a creative process*. Wellesley,Frontiers of Entrepreneurship Research, pp۲۱۶-۲۲۷, ۱۹۹۹

[۲۴] Shane, S A, *Prior knowledge and the discovery of entrepreneurial opportunities*, Organization Science, vol ۱۱(۴), pp۴۴۸-۴۶۹, ۲۰۰۰.

[۲۵] Florida, R *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*, Perseus Books Group, ۲۰۰۲.

[۲۶] Malecki, E J. *Technology and Economic Development: the Dynamics of Local, Regional, and National Competitiveness* .Essex, England: Longman, ۱۹۹۷.

[۲۷] Busenitz, L W and Barney, J B *Differences between entrepreneurs and managers in large organizations: Biases and heuristics in strategic decision-making*, Journal of Business Venturing. vol۱۲, pp۹-۳۰, ۱۹۹۷.

[۲۸] هاشمی, سیدسعید و همکاران, تبیین نقش دهیاری ها و شوراهای اسلامی در توسعه کارآفرینی روستایی (مطالعه موردی: بهباد استان یزد). پژوهش‌های روستایی, جلد ۲ (۱)، صص. ۱۳۹۰-۹۳.

[۲۹] Dabson, B *The Big Picture Context for Rural Entrepreneurship* Iowa : Iowa Community, ۲۰۰۵.

[۳۰] افتخاری, عبدالرضا و همکاران, تحلیل ابعاد و عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی کشاورزی مناطق روستایی: مطالعه شهرستان خدابنده، فصلنامه روستا و توسعه, جلد ۳, ص. ۱۳۸۸-۷۲-۴۳.

[۳۱] ایمنی, سیاوش و هاشمی, سیدسعید, نقش کارآفرینی در توسعه پایدار گردشگری, مجله کار و جامعه, جلد ۱۰۷-۱۰۶, ص. ۸۵-۱۰۶.