

جغرافیا و توسعه شماره ۳۸ بهار ۱۳۹۴

وصول مقاله : ۱۳۹۱/۹/۱۸

تأیید نهایی : ۱۳۹۳/۴/۸

صفحات : ۱۶۸ - ۱۵۱

بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینان روستایی استان اردبیل

دکتر وکیل حیدری ساریان^۱

چکیده

کارآفرینی به عنوان یک فرآیند، پدیده، نظام و راهبرد نه تنها برای جامعه‌ی گسترده‌ی روستا در پهنه‌ی سرزمین، تولید شغل می‌کند، بلکه با تقویت مهارت‌ها و ظرفیت اجتماع محلی، چرخش درآمد در روستاها را تغییر و شکل جدید می‌دهد. هدف این مقاله بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینان روستایی در استان اردبیل می‌باشد. این تحقیق از نوع توصیفی-تحلیلی می‌باشد که با استفاده از روش پیمایش انجام شده است. کارآفرینان روستایی استان اردبیل جامعه‌ی آماری این پژوهش را تشکیل می‌دهند که با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده، تعداد ۹۰ کارآفرین روستایی انتخاب شدند. روایی صوری پرسش‌نامه با کسب نظرات صاحب‌نظران در دانشگاه و کارشناسان اجرایی مربوطه به دست آمد. آزمون مقدماتی نیز برای به‌دست آوردن پایایی ابزار پژوهش انجام گرفت و ضرایب آلفای کرونباخ (α) برای بخش‌های مختلف پرسش‌نامه بین ۰/۸۱ الی ۰/۸۷ محاسبه شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از مدل تحلیل عاملی استفاده شد و نتایج این مدل نشان داد مهمترین عوامل تأثیرگذار بر موفقیت کارآفرینان روستایی شامل شش مؤلفه (توانمندسازی و تقویت زیرساخت اقتصادی، تقویت زیرساخت قانونی و اطلاع‌رسانی، تقویت انگیزش و تجاری سازی کشاورزی، نهادسازی و ظرفیت‌سازی و تقویت مشارکت اجتماعی و تجمیع روستاهای پراکنده) است که مقدار واریانس و واریانس تجمعی تبیین شده توسط این شش عامل ۸۸/۰۷ می‌باشد.

کلیدواژه‌ها: کارآفرینی، کارآفرینی روستایی، توسعه‌ی روستایی، توسعه‌ی کشاورزی، استان اردبیل.

مقدمه

امروزه کارآفرینی به عنوان یک پدیده‌ی نوین اقتصادی در توسعه و پیشرفت اقتصادی کشورها نقش مؤثر و کلیدی یافته و به عنوان یکی از مقولات مهم و تحول-آفرین آغاز هزاره‌ی سوم مورد توجه و عنایت خاص قرار گرفته است (میرسپاسی و همکاران، ۱۳۸۷: ۳۹). همچنین، کارآفرینی یکی از ابعاد شخصیتی فرد کارآفرین است که شامل اراده، ریسک‌پذیری، هوشیاری و نوآوری است (حقیقی، ۱۷۳: ۱۷۳-۱۷۰). علاوه بر این، کارآفرینی به فرآیند ایجاد ارزش از طریق فراهم کردن ترکیب منحصر به فردی از منابع برای بهره‌گیری از یک فرصت اشاره دارد (حق‌شناس و همکاران، ۱۳۸۶: ۳۱). افزون بر این، کارآفرینی جهت خلق فضای سالم و مساعد اقتصادی و رشد ملی یک ضرورت محسوب می‌شود و نقش کارآفرینی در پایداری و ثبات اقتصادی به اثبات رسیده است (Henry, 2003: 4-5). همچنین در بررسی ارتباط کارآفرینی و توسعه‌ی نواحی روستایی، امروزه در نظریه‌های اقتصادی، توجه ویژه‌ای به فعالیت‌های خودجوش اقتصادی با عنوان کارآفرینی در مناطق روستایی می‌شود. در این رابطه ورتمن در سال ۱۹۹۰، اشاره می‌کند که توسعه‌ی اقتصادی و کارآفرینی ارتباط تنگاتنگی با یکدیگر دارند. چنانچه در گزارش سالانه بخش مدیریت تجاری صنایع آمریکا نیز آمده است، دو سوم شغل‌های ایجاد شده در طول سال توسط کارآفرینان بوده است. بنابراین توسعه‌ی روستایی و توسعه‌ی اقتصاد روستایی ارتباط تنگاتنگی با کارآفرینی روستایی دارد (رکن‌الدین/فتخاری و همکاران، ۱۳۸۸: ۴۷). چون که برای دستیابی به کیفیت زندگی بهتر، محیط زیست و اقتصاد سالم کارآفرینی اولین محرک توسعه است از این رو در کشورهای مختلف تجربه‌های بسیاری در زمینه‌ی کارآفرینی در روستاها به انجام رسیده است که با استفاده از آن می‌توان کارآفرینی را در نواحی روستایی گسترش داد (رضوانی، ۱۳۸۳: ۲۵۴) و

کارآفرینی روستایی به کارگیری نوآورانه منابع و امکانات روستا در راستای شکار فرصت‌های کسب و کار می‌باشد (Berg, 2008: 259-262). به عبارت دیگر، کارآفرینی در نواحی روستایی، به معنای به کارگیری خلاقیت و نوآوری در فعالیت‌های مربوط به کشاورزی و غیرکشاورزی است (حیدری‌ساربان، ۱۳۹۰: ۲۱۸). در این تحقیق، کارآفرین روستایی به کسانی اطلاق شده است که با داشتن ویژگی‌های روان‌شناختی منحصر به فرد مانند احساس نیاز به انجام کارهای بزرگ، بهره‌مند از هوش کافی، تأثیرگذار بر دیگران، عمل‌گرا، تمایل به انجام کارهای ابداعی و نه انطباقی، واقع‌گرا، مقاومت در برابر شکست، مسئولیت‌پذیر، اعتماد به نفس، زمان‌شناس، امیدواری دائمی به کسب موفقیت و تمایل نسبی به پذیرش ریسک اقدام به تولید ارزش در مناطق روستایی می‌کند. نتایج سرشماری عمومی نفوس و مسکن سال ۱۳۹۰ نشان می‌دهد، تعداد جمعیت در سن کار و فعالیت روستایی (شامل جمعیت غیرساکن) استان اردبیل بالغ بر ۴۳۱۱۴۱ نفر است که متشکل از ۱۸۴۴۸۸ نفر جمعیت فعال و ۲۴۶۶۵۳ نفر جمعیت غیرفعال است. به همین ترتیب، از ۴۲۸۴۵۳ نفر جمعیت در سن کار و فعالیت روستایی استان در سال ۱۳۹۰ تعداد ۱۵۵۷۳۶ نفر جمعیت فعال و ۲۶۷۵۵۱ نفر جمعیت غیرفعال هستند. مقایسه کمیته‌های متناظر در مقطع زمانی مورد نظر حاکی از رشد متوسط سالیانه بسیار اندک (۰/۰۵ درصد) برای کل جمعیت در سن کار و فعالیت، ۱/۷ درصد برای جمعیت فعال و کاهش ۰/۸ درصدی در سال برای جمعیت غیرفعال جامعه روستایی استان می‌باشد که حاکی از افزایش نسبی بسیار سریع‌تر جمعیت فعال روستایی در قیاس با جمعیت غیرفعال روستایی استان است. افزایش اندازه‌ی میزان فعالیت عمومی جمعیت روستایی از ۳۶/۳ درصد در سال ۱۳۸۵ به حدود ۴۲/۸ درصد در سال ۱۳۹۰ بازتاب این تحول است و با عنایت به جوان بودن جمعیت

- ۱- موتور توسعه‌ی اقتصادی است و رشد و توسعه‌ی اقتصادی کشورها را تقویت می‌کند؛
- ۲- میزان بهره‌وری جوامع را افزایش می‌دهد؛
- ۳- فن‌آوری، محصولات و خدمات جدید را خلق می‌کند (کردنائیچ و همکاران، ۱۳۸۳: ۲۰).

گفتنی است با نگاه به توسعه‌ی پایدار، کارآفرینی در محیط روستایی از جنبه‌های اقتصادی (کمک به ایجاد اشتغال، بهره‌گیری از منابع مالی محدود با کمترین میزان ارزشبری و کسب درآمد برای خانوارهای فاقد درآمد یا کم‌درآمد) اجتماعی-نهادی (بهبود عدالت اجتماعی، ارتقای زمینه‌ی مشارکت، هدایت تغییرات اجتماعی، برانگیختن نیروها و استعدادهای بالقوه افراد برای سازندگی و ایجاد انگیزه در جهت خود کفایی، اتکاء به خود، تعالی فردی و اجتماعی و کمک به گروه‌های خاص جامعه) و محیطی (رعایت حقوق مکان‌ها، مدیریت منابع، بهره‌برداری بهینه از محیط، کاهش مخاطرات محیطی، حفظ منابع، اکوسیستم سالم و تنوع زیستی) در سیاست‌گذاری‌های کارآفرینی مطرح است (رکن‌الدین افتخاری، سجاسی قیداری، ۱۳۸۹: ۱۶-۱۵). علاوه بر این، حفظ جمعیت روستایی و رونق بخشیدن به رشد آن به منظور رسیدن به ابعاد مختلف توسعه‌ی اقتصادی نیازمند کارآفرینی کوچک و متوسط مقیاس است (ایمانی جاجرمی و پوررجب، ۱۳۸۸: ۲۵). و اگرچه کارآفرینی تنها راه اشتغال‌زایی و افزایش درآمدهای مردم روستایی نیست، اما قطعاً می‌توان گفت بهترین و بهره‌ورترین نوع آن است و امروزه توسعه‌ی روستایی پیوند تنگاتنگی با کارآفرینی دارد و کارآفرینی می‌تواند روند توسعه را در روستاها تسریع نماید و درآمدکشاورزان و سایر شاغلان را بهبود بخشد. در این ارتباط، جک^۱ بر این باور است بین توسعه‌ی کارآفرینی و مدیریت بهینه‌ی منابع در نواحی روستایی رابطه معنادار وجود دارد (Jack et al, 2008: 125-132).

روستایی استان و ضرورت ایجاد اشتغال برای این جمعیت جوان و تنوع‌بخشی به فعالیت‌های اقتصادی ضرورت توسعه‌ی کارآفرینی بیش از پیش احساس می‌گردد. به علاوه جوامع روستایی استان به نوعی با معضل بیکاری دست به گریبان هستند و ابعاد این معضل، بخش‌های اقتصادی، اجتماعی و حتی سیاسی را نیز متأثر ساخته است و این معضل به عنوان یکی از مهمترین مشکلات اقتصادی و اجتماعی روستاهای استان مطرح می‌باشد که رفع این مشکل تا حدود بسیار زیادی به تقویت کارآفرینی و موفقیت کارآفرینان در نواحی روستایی استان بستگی دارد. پژوهش‌های کارآفرینی در نواحی روستایی نشان داده است که عوامل مختلفی مانند عوامل اقتصادی، محیطی، اجتماعی، روان‌شناختی و آموزشی تأثیر بسزایی در موفقیت و عدم موفقیت کارآفرینان روستایی داشته است و هدف این مقاله بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینان روستایی است به این خاطر، این مطالعه به دنبال آن است که این سؤال را مورد بررسی و کاوش قرار دهد. آیا بین عوامل محیطی، اجتماعی، روان‌شناختی و اقتصادی با موفقیت کارآفرینان روستایی ارتباط معنادار وجود دارد؟ در این ارتباط ابتدا مبانی نظری کارآفرینی روستایی مورد بحث قرار گرفته سپس با ارائه‌ی مدل مفهومی عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینان روستایی بررسی گردیده است.

مبانی نظری

روند توسعه‌ی اقتصادی در کشورهای توسعه‌یافته بیانگر این واقعیت است که اقتصاد تحت تأثیر کارآفرینی است. به گونه‌ای که کارآفرینان سرمایه کشورها را کشف و از آن بهره‌برداری می‌کنند و از این طریق در توسعه‌ی کشورها نقش محوری دارند (یداللهی، ۱۳۸۴: ۲۴). همچنین، کارآفرینی در هر جامعه سه نقش اصلی بر عهده دارد:

اقتصادی، واگذاری امکانات کسب و کار از جمله تسهیلات مالی، و تشکیل شبکه‌های محلی، منطقه ای و ملی اشاره می‌کند. فلاح جلودار و همکاران (۱۳۸۶) در تحقیقی با عنوان "عوامل مؤثر بر میزان موفقیت کارآفرینی زنان روستایی شمال کشور" دریافتند با میزان موفقیت زنان کارآفرین با انگیزه‌ی کسب درآمد بیشتر و کمک به بهبود شرایط زندگی خانواده همبستگی مثبت و معنی‌دار، با ویژگی منفعت‌طلبی و خودرأیی همبستگی منفی و معنی‌دار و با میزان استفاده از رادیو، تلویزیون، اینترنت همبستگی مثبت و معنی‌دار بوده است. به باور سعیدی (۱۳۸۸) موفقیت کارآفرینی روستایی تابعی از ارائه خدمات مشاوره‌ای، تکنولوژی، حمایت‌های اطلاعاتی، پیوندهای درون‌بخشی، ظرفیت‌سازی علمی، وام و اعتبارات و آموزش می‌باشد. طبق پژوهش‌های میدانی اولسون^۵ (۲۰۰۷) از عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینی در نواحی روستایی می‌توان به توانمندسازی نیروی انسانی از طریق ارتقای آموزش، کسب‌مهارت و تغییر نگرش، ایجاد شبکه‌های اطلاعاتی، تخصیص بودجه، رفع موانع و چالش‌های فراروی توسعه کارآفرینی، حذف مقررات زیاد و دست و پاگیر، مشاوره در زمینه‌های تولید، توزیع و مصرف و ایجاد انگیزه و غیره اشاره کرد. اوبرهاuser^۶ (۲۰۰۲) در مطالعات خود دریافت کلید موفقیت کارآفرینان روستایی، یافتن روش خلاقانه‌ای است که با به‌کارگیری فن‌آوری جدید و بازاریابی بهتر، سریع‌تر و کم‌هزینه‌تر محصولات تولیدی، خواسته‌های جمعیت روستایی را به‌بهترین نحو برآورده نماید.

استیارت^۷ (۲۰۰۴) را عقیده بر این است موفقیت کارآفرینان روستایی منوط به بهبود مهارت‌های ضروری روستاییان، تجمیع روستاهای پراکنده، حذف مراجع

به باور اسپس^۱ آثار کارآفرینی در نواحی روستایی، بسترسازی جهت تعدیل مضرات و ناهنجاری‌های اجتماعی به دلیل اشتغال‌زایی بالا، کاهش فقر، تسریع رشد اقتصادی، افزایش تقاضا برای کشاورزی محلی و تولیدات غیر کشاورزی می‌باشد (Aspass, 2004: 281-285).

به زعم زاگرافوس^۲ با توسعه‌ی کارآفرینی در نواحی روستایی شاخص‌های اقتصادی، اجتماعی و محیطی بهبود پیدا کرده و توسعه‌ی پایدار مناطق روستایی محقق می‌شود (Zagrafos, 2009: 25-29). واکاوی اسناد و مدارک نشان می‌دهد آثار کارآفرینی در نواحی روستایی در برگیرنده‌ی کاهش بیکاری، افزایش امنیت غذایی پایدار، بهبود کیفیت زندگی، ارتقای بهره‌وری جمعیت روستایی و منابع و افزایش درآمد و ثروت آنان می‌باشد (Bruin and et al, 2007: 225-230).

به باور نیومن^۳ توسعه‌ی کارآفرینی در نواحی روستایی به ترکیب بهینه‌ی سرمایه، افزایش سطح بهره‌وری، نیروی انسانی، افزایش کارآیی و اثربخشی، توسعه‌ی کشاورزی و افزایش میزان محصولات تولیدی می‌انجامد (Newman, 2009: 250-256). هاردینگ^۴ بر این عقیده است تقویت کارآفرینی روستایی در نواحی روستایی به ارتقای سطح بهره‌وری، خلق فرصت‌های جدید، اشتغال‌زایی و به‌کارگیری کامل عوامل اقتصادی منجر می‌شود (Harding, 2007: 60-67). شایان ذکر است مطالعات متعددی در ایران و جهان در مورد عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینان روستایی صورت گرفته است که در ذیل به چند مورد آن اشاره می‌شود.

صابر (۱۳۸۱) در تحقیق خود پیرامون "راههای توسعه‌ی کارآفرینی زنان در ایران" به چهار راهکار قابلیت کار آفرینی از طریق افزایش دانش و مهارت، ایجاد فرصت‌های کسب و کار در بخش‌های مختلف

5-Olson
6-Oberhauser
7-Steyert

1-Aspass
2-Zagrafos
3-Newman
4-Harding

روستایی ارتباط معنادار وجود دارد. در نهایت چارچوب نظری تحقیق با توجه به مرور ادبیات و پیش‌نگاشته‌های موضوع و بر اساس اهداف پژوهش، در شکل (۱) ارائه شده است.

منطقه‌ی مورد مطالعه

استان اردبیل در شمال غربی فلات ایران، با بیش از ۱۸ هزار و ۵۰ کیلومترمربع، یک درصد مساحت کل کشور را تشکیل می‌دهد و این استان بر اساس تازه‌ترین تقسیمات کشوری، دارای ۹ شهرستان، ۲۵ بخش، ۶۶ دهستان و ۲۱۹۳ آبادی است.

شهرهای اردبیل، نمین، نیر، بيله‌سوار، پارس‌آباد، خلخال، کوثر، مشگین‌شهر و گرمی شهرهای آن را تشکیل می‌دهند. که نقشه‌ی شماره‌ی ۱ محدوده‌ی منطقه‌ی مورد مطالعه را در سطح کشور نشان می‌دهد

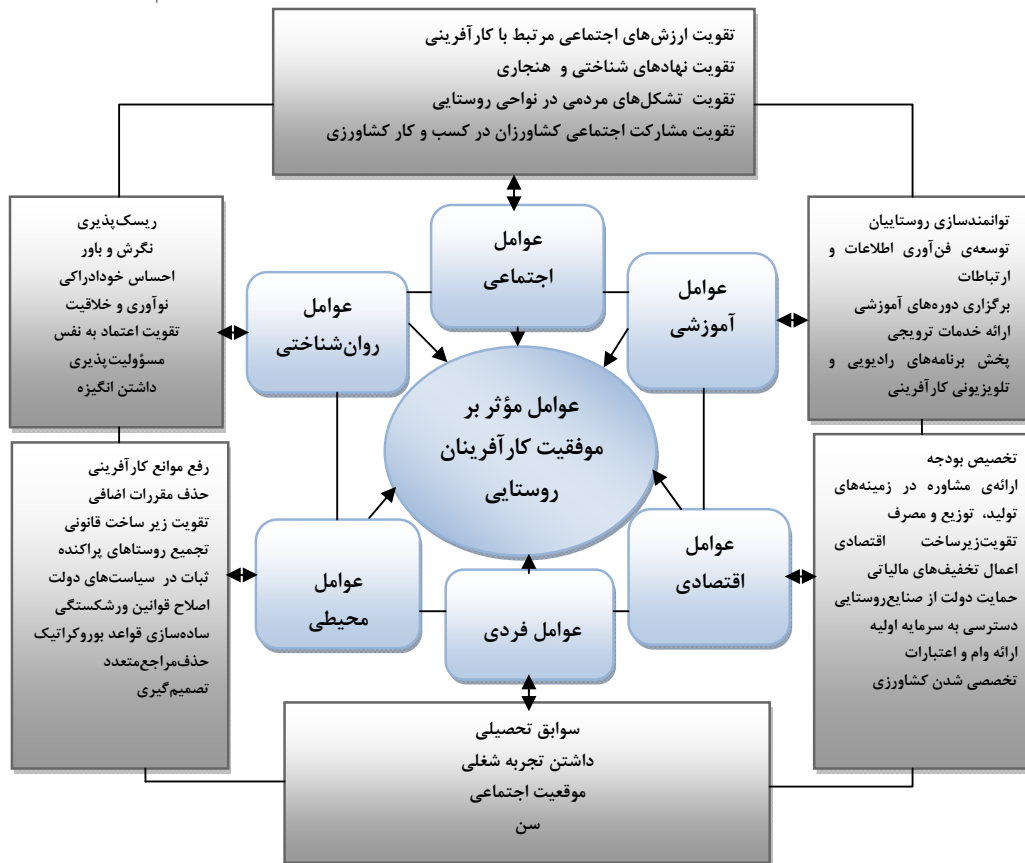
متعدد تصمیم‌گیری و تقویت خلاقیت می‌باشد. میرکا^۱ (۲۰۰۵) در مطالعات میدانی خود به این نتیجه رسید که تقویت زیرساخت‌های قانونی، اقتصادی و ارزش‌های اجتماعی و فرهنگی مرتبط با کارآفرینی از عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینان روستایی محسوب می‌شوند.

مطالعات اوستین^۲ و همکاران (۲۰۰۶) نشان داد که اعطای تخفیف‌های مالیاتی، حمایت از صنایع کوچک و مدرن برای مدرنیزه شدن، بسترسازی برای تربیت کارآفرینان روستایی، مداخله‌ی سازمان‌های دولتی و غیردولتی در حمایت از کارآفرینان، اعمال مدیریت صحیح، تقویت نهادهای شناختی و هنجاری، تخصصی شدن کار و فعالیت کشاورزی از متغیرهای تأثیرگذار در روند توسعه‌ی کارآفرینی در مناطق روستایی است.

نتایج مطالعات کوراتکو^۳ (۲۰۰۴) نشان داد که بین بین وضعیت اقتصادی در دوران زندگی، میزان امنیت سرمایه‌گذاری، دسترسی به سرمایه‌ی اولیه و برخورداری از آموزش‌های لازم، استفاده از فن‌آوری و شیوه‌های مدیریتی، دیوان‌سالاری با موفقیت کارآفرینان روستایی رابطه‌ی معناداری وجود دارد. با استناد به یافته‌های هیدن^۴ (۲۰۰۱) احساس خود ادراکی، ریسک‌پذیری، ارائه‌ی وام و اعتبارات، داشتن تجربه‌ی شغلی و موقعیت اجتماعی کلید موفقیت کارآفرینان روستایی تلقی می‌شود.

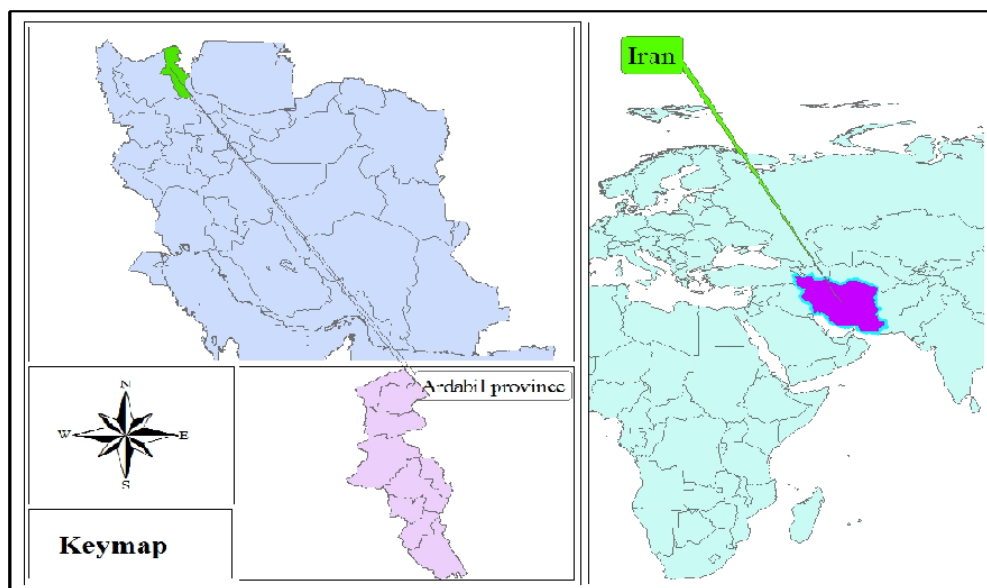
ریردون و اسکوبار^۵ (۲۰۰۸) دریافتند بین عضویت در نهادهای مردمی، دسترسی به کانال‌های ارتباطی، اجرای فضای مدیریت مشارکتی در روستاها، تقویت روحیه‌ی مشارکت‌جویی، داشتن تجربه‌ی مدیریت تجاری، برخورداری از حمایت‌های مالی و شبکه‌های اطلاعاتی و محیط مناسب با توسعه‌ی کارآفرینی

1-Mirka
2-Austin
3-Kuratko
4-Hyden
5-Reardon & Escobar



شکل ۱: چارچوب نظری پژوهش

مأخذ: مطالعات میدانی نگارندگان، ۱۳۹۲



نقشه ۱: محدوده‌ی مورد مطالعه در سطح کشور و به تفکیک شهرستان

مأخذ: سازمان نقشه‌برداری کشور، ۱۳۹۲

مواد و روش‌ها

این تحقیق از نوع توصیفی-تحلیلی می‌باشد که با استفاده از روش پیمایش انجام شده است. کارآفرینان روستایی استان اردبیل جامعه آماری این پژوهش را تشکیل می‌دهند که با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده، تعداد ۹۰ کارآفرین روستایی انتخاب شدند. روایی صوری پرسش‌نامه با کسب نظرات صاحب‌نظران در دانشگاه و کارشناسان اجرایی مربوطه به دست آمد. آزمون مقدماتی نیز برای به‌دست آوردن پایایی ابزار پژوهش انجام گرفت و ضرایب آلفای کرونباخ (α) برای بخش‌های مختلف پرسش‌نامه بین ۰/۸۱ الی ۰/۸۷ محاسبه شد. متغیرهای مستقل این تحقیق شامل ویژگی‌های فردی روستاییان کارآفرین (سوابق تحصیلی، داشتن تجربه‌ی شغلی، داشتن سابقه‌ی فعالیت و سن و موقعیت اجتماعی) ویژگی‌های اقتصادی (تخصیص بودجه، ارائه‌ی مشاوره در زمینه‌های تولید، توزیع و مصرف، تقویت زیرساخت اقتصادی، اعمال تخفیف‌های مالیاتی، حمایت دولت از صنایع روستایی، دسترسی به سرمایه‌ی اولیه، ارائه‌ی وام و اعتبارات و تخصصی شدن کسب و کار و فعالیت کشاورزی)، ویژگی‌های اجتماعی (تقویت ارزش‌های اجتماعی مبتنی بر کارآفرینی، تقویت نهادهای شناختی و هنجاری، تقویت نهادها و تشکل‌های مردمی در نواحی روستایی، تقویت مشارکت اجتماعی کشاورزان در کسب و کار کشاورزی) ویژگی‌های محیطی (رفع موانع و چالش‌های فراروی کارآفرینی، حذف مقررات دست و پاگیر، تقویت زیرساخت قانونی، تجمع روستاهای پراکنده، ثبات در سیاست‌های دولت، اصلاح قوانین ورشکستگی، ساده‌سازی قواعد بوروکراتیک و حذف مراجع متعدد تصمیم‌گیری) ویژگی‌های روان‌شناختی (ریسک‌پذیری، وضعیت

نگرش و باور، احساس خودادراکی، خلاقیت و نوآوری، تقویت اعتماد به نفس، مسؤولیت‌پذیری و داشتن انگیزه) و ویژگی‌های آموزشی (توانمندسازی روستاییان، توسعه فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات، رایج شدن برنامه‌های آموزشی و عمومی کارآفرینی، ارائه خدمات ترویجی و پخش برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی کارآفرینی) می‌باشند. متغیر وابسته‌ی تحقیق نیز میزان موفقیت کارآفرینان روستایی است. ابزار گردآوری داده‌ها در این مطالعه پرسش‌نامه‌ای بوده است که با توجه به اهداف تحقیق طراحی شد. تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش حاضر در دو بخش آمار توصیفی و استنباطی و با استفاده از نرم‌افزار SPSS انجام شد. در بخش توصیفی با استفاده از آماره‌هایی نظیر فراوانی، میانگین، انحراف معیار و ضریب تغییرات به توصیف داده‌های پژوهش پرداخته شد و در بخش استنباطی مهم‌ترین روش آماری به‌کار رفته در این پژوهش تحلیل عاملی است. تحلیل عاملی تحلیل آماری از روش‌های چندمتغیره است که در آن متغیرهای مستقل و وابسته مطرح نیست. زیرا این روش، از شیوه‌های به هم وابسته است که در آنها همه‌ی متغیرها نسبت به هم وابسته شمرده می‌شود و تلاش می‌شود متغیرهای بسیاری در چند عامل خلاصه شود. به سخن دیگر، تحلیل عاملی شمار فراوانی از متغیرها را برحسب شمار کمی از ابعاد یا سازه‌ها بیان می‌کند که این سازه‌ها عامل یا فاکتور نامیده می‌شود. این روش برای شناسایی سازه‌ها یا عناصر سازنده یک پدیده به‌کار می‌رود. بنابراین، هدف اصلی شیوه‌ی تحلیل عاملی، کوتاه‌سازی و سودمند ساختن داده‌های به‌دست آمده از متغیرهای فراوان و تبدیل آنها به دسته‌ی کوچکتر از سازه‌های ترکیبی تازه (عامل‌ها) با کمترین میزان از دست رفتن داده‌ها است. در نهایت

یافته‌ها

الف- نتایج توصیفی

ویژگی‌های فردی کارآفرینان روستایی

یافته‌های تحقیق حاکی از آن است که بیشترین پاسخ‌گویان در محدوده‌ی سنی ۳۱ الی ۴۰ سال قرار دارند و همان‌طوری‌که جدول شماره ۱ نشان می‌دهد و پاسخ‌گویان در گروه سنی زیر ۲۰ سال در پایین‌ترین سطح قرار دارد. بررسی وضعیت تأهل نیز نشان داد ۷۸ درصد (۷۸ نفر) متأهل و ۲۲ درصد (۲۲ نفر) در تحقیق حاضر مجرد هستند.

در پژوهش حاضر فرضیه‌های زیر مورد استفاده قرار گرفته است.

- ۱- بین عامل محیطی و موفقیت کارآفرینان روستایی رابطه‌ی معنی‌داری وجود دارد؛
- ۲- بین عامل اجتماعی و موفقیت کارآفرینان روستایی رابطه معنی‌داری وجود دارد؛
- ۳- بین عامل روان‌شناختی و موفقیت کارآفرینان روستایی رابطه معنی‌داری وجود دارد؛
- ۴- بین عامل اقتصادی و موفقیت کارآفرینان روستایی رابطه معنی‌داری وجود دارد.

جدول ۱: مشخصات فردی کارآفرینان روستایی

گروه سنی	فراوانی	درصد
۲۰ سال و کمتر	۸	٪۸
۳۰ - ۲۱	۲۶	٪۲۶
۴۰ - ۳۱	۴۱	٪۴۱
۴۱ سال و بالاتر	۲۵	٪۲۵
وضعیت تأهل		
مجرد	۲۲	٪۲۴
متأهل	۷۸	٪۷۸
جمع	۱۰۰	٪۱۰۰

مأخذ: مطالعات میدانی نگارندگان، ۱۳۹۲

در مقطع ابتدایی تحصیل کرده‌اند و ۱۸ نفر (۱۸ درصد) در مقطع راهنمایی و ۲۷ نفر (۲۷ درصد) در مقطع متوسطه تحصیل کرده‌اند. ۲۶ نفر (۲۶ درصد) نیز مدرک دیپلم و بالاتر دارند.

همان‌طوری که جدول شماره ۲ نشان می‌دهد که از میان ۹۰ نفر نمونه آماری مورد مطالعه، ۵ نفر بی‌سوادند (۵ درصد)، ۸ درصد با آموزش نهضت سوادآموزی، توانایی خواندن و نوشتن دارند. ۱۶ نفر (۱۶ درصد)

جدول ۲: میزان تحصیلات روستاییان کارآفرین

سطح تحصیلات	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
بی‌سواد	۵	٪۵	٪۵
خواندن و نوشتن	۸	٪۸	٪۱۳
ابتدایی	۱۶	٪۱۶	٪۲۹
راهنمایی	۱۸	٪۱۸	٪۴۷
متوسطه	۲۷	٪۲۷	٪۷۴
دیپلم و بالاتر	۲۶	٪۲۶	٪۱۰۰
جمع کل	۱۰۰	٪۱۰۰	

مأخذ: مطالعات میدانی نگارندگان، ۱۳۹۲

اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینان روستایی

به منظور تعیین مهمترین عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینان روستایی از دیدگاه خودشان، میانگین رتبه‌ای نظر آنها محاسبه و اولویت‌بندی گردید. برای اولویت‌بندی از ضریب تغییرات (CV) استفاده شده است که یک شاخص نسبی است و امکان مقایسه‌ی متغیرهای مختلف را فراهم می‌آورد. همان‌طور که در جدول شماره ۳ مشاهده می‌شود تقویت زیر ساخت قانونی، توانمندسازی روستاییان و تقویت زیر ساخت اقتصادی جزو مهمترین عوامل اولویت‌بندی شده است.

ب- نتایج استنباطی

برای تعیین مهمترین عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینان روستایی استان اردبیل، از تحلیل عاملی استفاده شد. محاسبات انجام شده در جدول شماره ۴ نشان می‌دهد که جهت تعیین انسجام درونی داده‌ها برای بهره‌گیری از تکنیک تحلیل عاملی از آزمون^۱ KMO و بارتلت^۲ استفاده گردید و در این بخش مقدار KMO برابر ۰/۹۲ و نیز آماره بارتلت برای عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینان روستایی نیز برابر با ۱/۱۷۶ به دست آمد که در سطح یک ۰/۰۰۰ معنی‌دار می‌باشد. بنابراین داده‌های موجود برای تحلیل عاملی مناسب تشخیص داده شدند.

جدول ۳: اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینان روستایی

نمره	گویه	میانگین	انحراف معیار	ضریب تغییرات	رتبه
۱	تقویت زیرساخت اقتصادی	۳/۵۷	۰/۸۴	۲۷/۳	۱
۲	توانمندسازی روستاییان	۳/۵۴	۰/۹۱	۲۸/۱	۲
۳	تقویت زیرساخت قانونی	۳/۳۵	۰/۸۲	۲۸/۴	۳
۴	ارائه‌ی وام و اعتبارات	۳/۲۴	۱/۰۳	۲۹/۳	۴
۵	ارائه‌ی خدمات ترویجی	۳/۱۱	۰/۸۱	۳۰/۴	۵
۶	بهبود نوآوری و خلاقیت	۳/۱۱	۱/۰۱	۳۲/۱	۶
۷	تخصیص بودجه	۳/۰۹	۰/۹۰	۳۲/۸	۷
۸	داشتن تجربه‌ی شغلی	۳/۰۵	۰/۶۸	۳۳/۱	۸
۹	برگزاری دوره‌های آموزشی	۳/۰۵	۰/۹۶	۳۳/۶	۹
۱۰	تقویت ارزش‌های اجتماعی مبتنی بر کارآفرینی	۳/۰۴	۰/۸۷	۳۴/۲	۱۰
۱۱	ساده‌سازی قواعد بوروکراتیک	۳/۰۳	۱/۱۲	۳۴/۸	۱۱
۱۲	پخش برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی کارآفرینی	۳/۰۲	۱/۰۸	۳۴/۹	۱۲
۱۳	ریسک‌پذیری	۲/۹۸	۰/۸۳	۳۸/۱	۱۳
۱۴	حذف مراجع متعدد تصمیم‌گیری	۲/۹۱	۰/۵۱	۳۸/۵	۱۴
۱۵	تقویت اعتماد به نفس	۲/۸۵	۰/۸۳	۳۹/۳	۱۵
۱۶	ارائه‌ی مشاوره در زمینه‌های تولید، توزیع و مصرف	۲/۸۳	۰/۶۸	۳۹/۹	۱۶
۱۷	رفع چالش‌ها و موانع کارآفرینی	۲/۷۷	۰/۷۹	۴۰/۷	۱۷
۱۸	تقویت نهادهای شناختی و هنجاری	۲/۷۶	۰/۵۵	۴۱/۲	۱۸
۱۹	تقویت مشارکت اجتماعی	۲/۷۴	۱/۰۹	۴۲/۳	۱۹
۲۰	داشتن انگیزه	۲/۷۳	۰/۷۶	۴۲/۸	۲۰

ادامه جدول ۳

نمره	گویه	میانگین	انحراف معیار	ضریب تغییرات	رتبه
۲۱	سوابق تحصیلی	۲/۷۲	۰/۵۳	۴۲/۶	۲۱
۲۲	توسعه‌ی فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات	۲/۶۹	۰/۷۹	۴۲/۵	۲۲
۲۳	دسترسی به مواد اولیه	۲/۶۲	۰/۸۸	۴۳	۲۳
۲۴	ثبات در سیاست‌های دولت	۲/۶۰	۰/۹۶	۴۴	۲۴
۲۵	تجمیع روستاهای پراکنده	۲/۵۹	۰/۹۲	۴۵/۵	۲۵
۲۶	تقویت‌نهادها و تشکل‌های مردمی در نواحی روستایی	۲/۵۳	۰/۷۹	۴۶/۲	۲۶
۲۷	سن	۲/۴۸	۰/۸۶	۴۶/۷	۲۷
۲۸	تخصصی شدن کشاورزی	۲/۳۸	۰/۷۹	۴۶/۹	۲۸
۲۹	حمایت دولت از صنایع روستایی	۲/۳۷	۰/۹۰	۴۷/۱	۲۹
۳۰	حذف مقررات اضافی و دست و پاگیر	۲/۳۷	۰/۷۶	۴۸	۳۰
۳۱	وضعیت موقعیت اجتماعی	۲/۳۷	۰/۹۰	۴۹	۳۱
۳۲	احساس خود ادراکی	۲/۳۷	۰/۷۶	۵۰/۳	۳۲
۳۳	اصلاح قوانین ورشکستگی	۲/۲۱	۰/۹۰	۵۰/۹	۳۳
۳۴	اعمال تخفیف‌های مالیاتی	۲/۰۲	۰/۷۳	۵۱/۳	۳۴
۳۵	بهبود باور و نگرش	۱/۷	۰/۹۰	۵۱/۶	۳۵
۳۶	مسئولیت‌پذیری	۱/۵۴	۰/۸۴	۵۱/۴	۳۶

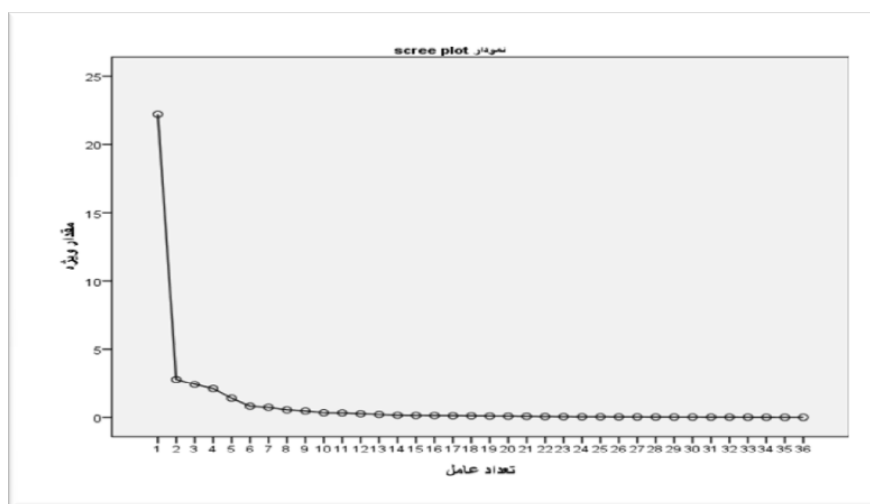
مأخذ: مطالعات میدانی نگارندگان، ۱۳۹۲

پس از آن همان‌طوری که شکل شماره ۲ نشان می‌دهد برای تعیین عوامل از نمودار (Scree Plot) مقدار ویژه و درصد واریانس استفاده گردید. بر این اساس ۶ عامل شناسایی شدند که در مجموع (۸۸/۰۷) درصد از واریانس کل را تبیین می‌کند.

جدول ۴: مقدار KMO و آزمون بارتلت

Sig	Bartlett Test	تحلیل عاملی KMO
۰/۰۰۰	۱/۱۷۶	عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینان روستایی ۰/۹۲

مأخذ: مطالعات میدانی نگارندگان، ۱۳۹۲



شکل ۲: نمودار Scree Plot برای تعیین تعداد عوامل

مأخذ: مطالعات میدانی نگارندگان، ۱۳۹۲

پس از چرخش عاملی به روش وریماکس^۱، متغیرهای مربوط به عوامل مؤثر در موفقیت کارآفرینان روستایی در ۶ عامل طبقه‌بندی شدند.

همچنین همان طوری که در جدول شماره ۵ ملاحظه می‌شود در این تحقیق، با توجه به ملاک کیسر، ۶ عامل دارای مقدار ویژه بالاتر از یک برای عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینان روستایی استخراج شد.

جدول ۵: عوامل استخراج شده با مقادیر ویژه و درصد واریانس قبل از چرخش

عوامل	مقدار ویژه	درصد واریانس	درصد تجمعی
عامل اول	۲۱/۰۰۸	۶۱/۷۸	۶۱/۷۸
عامل دوم	۲/۷۳	۸/۰۳	۶۹/۸۲
عامل سوم	۲/۲۱	۶/۵۱	۷۶/۳۴
عامل چهارم	۲/۰۶	۶/۰۸	۸۲/۴۲
عامل پنجم	۱/۱۰۷	۳/۲۵	۸۵/۶۷
عامل ششم	۰/۸۱۳	۲/۳۹	۸۸/۰۷

مأخذ: مطالعات میدانی نگارندگان، ۱۳۹۲

مقادیر ویژه و درصد واریانس را بعد از چرخش نشان می‌دهد. همان طوری که ملاحظه می‌شود عامل اول بیشترین سهم (۲۱/۰۰۸ درصد) و عامل ششم کمترین سهم (۰/۸۱۳) را در تبیین واریانس کل متغیرها دارا می‌باشد.

چرخش عامل‌ها و نام‌گذاری آنها (تحلیل عاملی عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینان روستایی) همان طوری که گفته شد در این پژوهش برای تسهیل در تفسیر عامل‌ها و ساده کردن ساختار آنها از چرخش عاملی از نوع وریماکس استفاده شده است. جدول شماره ۶ شش عامل استخراج شده همراه با

جدول ۶: عوامل استخراج شده با مقادیر ویژه و درصد واریانس بعد از چرخش

عوامل	مقدار ویژه	درصد واریانس	درصد تجمعی
عامل اول	۱۱/۶۷	۳۴/۲۵	۳۴/۲۵
عامل دوم	۹/۱۴	۲۶/۸۸	۶۱/۲۱
عامل سوم	۲/۷۹	۸/۲۲	۶۹/۴۳
عامل چهارم	۲/۴۴	۷/۱۸	۷۶/۶۱
عامل پنجم	۲/۲۴	۶/۵۹	۸۳/۲۱
عامل ششم	۱/۶۵	۴/۸۵	۸۸/۰۷

مأخذ: مطالعات میدانی نگارندگان، ۱۳۹۲

براساس نتایج جدول شماره ۷، متغیرهایی که در هر یک از چهار عامل مذکور قرار می‌گیرند، عبارتند از:^۱
عامل اول: متغیر تقویت زیرساخت اقتصادی، اعمال تخفیف‌های مالیاتی، ارائه‌ی مشاوره در زمینه‌های تولید،

همچنین برای تعیین سطح معنی‌داری و بیان نقش هر متغیر در عامل مربوط، در پژوهش حاضر متغیرهایی که بار عاملی بیش از ۰/۴ داشتند مدنظر قرار گرفت. نتایج حاصل نشان می‌دهد که تمام متغیرهای وارد شده، دارای بار عاملی بیشتر از ۰/۴ بوده‌اند. در نهایت

توزیع و مصرف، ارائه‌ی وام و اعتبارات، رفع چالش‌ها و موانع فراروی کارآفرینی، توانمندسازی، تخصیص بودجه و حمایت از صنایع روستایی در این عامل قرار دارند. بار عاملی این متغیرها نشان می‌دهد که همه‌ی آنها با این عامل همبستگی مثبت و بالایی دارند که با توجه به متغیرهایی که در این عامل قرار گرفته‌اند، عنوان "توانمندسازی و تقویت زیرساخت اقتصادی" برای این عامل برگزیده شد. این عامل با توجه به مقدار ویژه‌ی آن (۱۱/۶۷) که از همه‌ی عامل‌های دیگر بیشتر است، بیش از ۳۴/۲۵ درصد از کل واریانس را تبیین می‌کند.

عامل دوم: متغیرهای قرار گرفته در این عامل شامل: برگزاری دوره‌های آموزشی، ثبات در سیاست‌های دولت، پخش برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی مرتبط با کارآفرینی، ریسک‌پذیری، اصلاح قوانین و رشکستگی، تقویت زیرساخت قانونی و ارائه‌ی خدمات ترویجی می‌باشند. همان‌طور که ملاحظه می‌گردد بار عاملی این متغیرها بین ۰/۸۴ تا ۰/۹۵ متغیر است و تمامی متغیرها با عامل دوم همبستگی مثبت دارند. با توجه به ماهیت متغیرهای تشکیل‌دهنده، نام "تقویت زیرساخت قانونی و اطلاع‌رسانی" برای این عامل انتخاب گردید که با مقدار ویژه (۹/۱۴)، در مجموع (۲۶/۸۸) درصد از واریانس کل را تبیین می‌کند.

عامل سوم: متغیرهای داشتن انگیزه، تقویت احساس خود ادراکی، تقویت اعتماد به نفس، تخصیص بودجه، بهبود نگرش و باور نسبت به کسب و کار و تخصصی شدن کشاورزی در این عامل جای می‌گیرند که با توجه به ماهیت متغیرهای تأثیرگذار، عامل سوم تحت عنوان عامل "تقویت انگیزش و تجاری‌سازی کشاورزی"

نامیده می‌شود. که این عامل با مقدار ویژه (۲/۷۹)، در مجموع (۸/۲۲) درصد از واریانس کل را تبیین می‌کند.

عامل چهارم: متغیرهایی که در این عامل قرار می‌گیرند، شامل: تقویت نهادهای شناختی و هنجاری، توسعه فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات، تقویت تشکل‌های مردمی در نواحی روستایی، ساده‌سازی قواعد بوروکراتیک، داشتن تجربه شغلی، تقویت نهادهای اجتماعی مرتبط با کارآفرینی می‌باشد که بر اساس آنها، عنوان عامل "نهادسازی و ظرفیت‌سازی" برای این عامل برگزیده شده است که این عامل با مقدار ویژه (۲/۴۴)، در مجموع (۷/۱۸) درصد از واریانس کل را تبیین می‌کند.

عامل پنجم: متغیرهایی که در این عامل قرار می‌گیرند، شامل: حذف مراجع متعدد تصمیم‌گیری، حذف مقررات اضافی و دست‌وپاگیر، بهبود موقعیت اجتماعی، تجمیع روستاهای پراکنده و تقویت مشارکت اجتماعی کشاورزان در کسب و کار کشاورزی می‌باشد که بر اساس آنها، عنوان عامل "تقویت مشارکت اجتماعی و تجمیع روستاها" برای این عامل برگزیده شده است. که این عامل با مقدار ویژه (۲/۲۴)، در مجموع (۶/۵۹) درصد از واریانس کل را تبیین می‌کند.

عامل ششم: متغیرهایی که در این عامل قرار می‌گیرند، شامل: تقویت نوآوری و خلاقیت، سوابق تحصیلی، سن و مسؤولیت‌پذیری می‌باشد که بر اساس آنها، عنوان عامل "بهبود خلاقیت و تقویت مسؤولیت‌پذیری" برای این عامل برگزیده شده است. که این عامل با مقدار ویژه (۱/۶۵)، در مجموع (۴/۸۵) درصد از واریانس کل را تبیین می‌کند.

توزیع و مصرف، ارائه‌ی وام و اعتبارات، رفع چالش‌ها و موانع فراروی کارآفرینی، توانمندسازی، تخصیص بودجه و حمایت از صنایع روستایی در این عامل قرار دارند. بار عاملی این متغیرها نشان می‌دهد که همه‌ی آنها با این عامل همبستگی مثبت و بالایی دارند که با توجه به متغیرهایی که در این عامل قرار گرفته‌اند، عنوان "توانمندسازی و تقویت زیرساخت اقتصادی" برای این عامل برگزیده شد. این عامل با توجه به مقدار ویژه‌ی آن (۱۱/۶۷) که از همه‌ی عامل‌های دیگر بیشتر است، بیش از ۳۴/۲۵ درصد از کل واریانس را تبیین می‌کند.

عامل دوم: متغیرهای قرار گرفته در این عامل شامل: برگزاری دوره‌های آموزشی، ثبات در سیاست‌های دولت، پخش برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی مرتبط با کارآفرینی، ریسک‌پذیری، اصلاح قوانین و رشکستگی، تقویت زیرساخت قانونی و ارائه‌ی خدمات ترویجی می‌باشند. همان‌طور که ملاحظه می‌گردد بار عاملی این متغیرها بین ۰/۸۴ تا ۰/۹۵ متغیر است و تمامی متغیرها با عامل دوم همبستگی مثبت دارند. با توجه به ماهیت متغیرهای تشکیل‌دهنده، نام "تقویت زیرساخت قانونی و اطلاع‌رسانی" برای این عامل انتخاب گردید که با مقدار ویژه (۹/۱۴)، در مجموع (۲۶/۸۸) درصد از واریانس کل را تبیین می‌کند.

عامل سوم: متغیرهای داشتن انگیزه، تقویت احساس خود ادراکی، تقویت اعتماد به نفس، تخصیص بودجه، بهبود نگرش و باور نسبت به کسب و کار و تخصصی شدن کشاورزی در این عامل جای می‌گیرند که با توجه به ماهیت متغیرهای تأثیرگذار، عامل سوم تحت عنوان عامل "تقویت انگیزش و تجاری‌سازی کشاورزی"

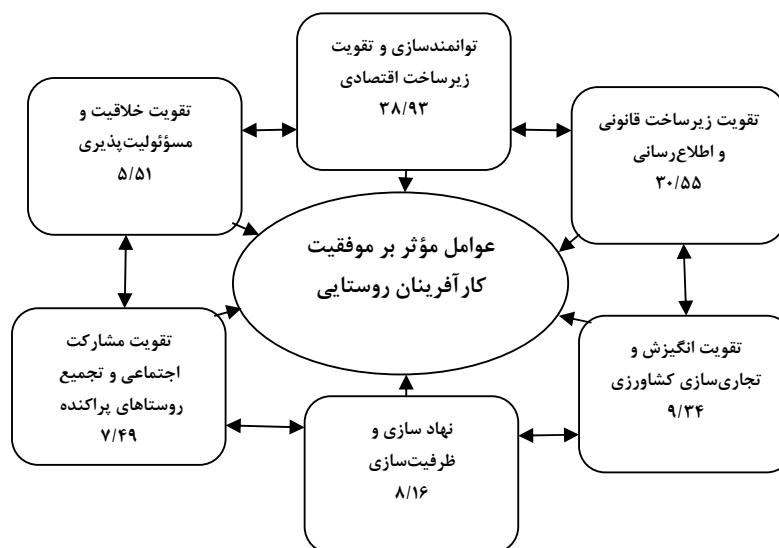
جدول ۷: متغیرهای مربوط به هر یک از عوامل و بار عاملی به دست آمده از ماتریس دوران یافته

نام عامل	متغیرها	بار عاملی
توانمندسازی و تقویت زیرساخت اقتصادی	تقویت زیرساخت اقتصادی	۰/۹۱
	اعمال تخفیف‌های مالیاتی	۰/۹۳
	ارائه مشاوره در زمینه‌های تولید، توزیع و مصرف	۰/۹۰
	رفع چالش‌ها و موانع فراروی کارآفرینی	۰/۹۵
	توانمندسازی	۰/۷۷
	تخصیص بودجه	۰/۸۶
	حمایت از صنایع روستایی	۰/۹۳
	ارائه وام و اعتبارات	۰/۷۹
تقویت زیرساخت قانونی و اطلاع‌رسانی	برگزاری دوره های آموزشی	۰/۹۲
	ثبات در سیاست های دولت	۰/۸۴
	ریسک پذیری	۰/۸۷
	اصلاح قوانین ورشکستگی	۰/۹۵
	تقویت زیرساخت قانونی	۰/۹۱
	ارائه خدمات ترویجی	۰/۸۵
تقویت انگیزش و تجاری‌سازی کشاورزی	پخش برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی مرتبط با کارآفرینی	۰/۸۸
	تقویت حس خودادراکی	۰/۹۳
	بهبود انگیزش	۰/۸۵
	تقویت اعتماد به نفس	۰/۷۴
	بهبود نگرش و باور نسبت به کسب و کار کشاورزی	۰/۸۰
	تخصیص شدن کشاورزی	۰/۸۶
	تقویت ارزش‌های اجتماعی مبتنی بر کارآفرینی	۰/۶۸
نهادسازی و ظرفیت‌سازی	تقویت نهادهای شناختی و هنجاری	۰/۷۹
	توسعه فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات	۰/۸۶
	داشتن تجربه شغلی	۰/۵۵
	ساده‌سازی قواعد بوروکراتیک	۰/۸۷
	تقویت نهادهای اجتماعی مرتبط با کارآفرینی	۰/۹۵
	تقویت تشکل‌های مردمی در نواحی روستایی	۰/۹۳
تقویت مشارکت اجتماعی و تجمیع روستاهای پراکنده	حذف مراجع متعدد تصمیم‌گیری	۰/۶۰
	تقویت مشارکت اجتماعی کشاورزان	۰/۸۶
	بهبود موقعیت اجتماعی	۰/۶۱
	تجمیع روستاهای پراکنده	۰/۸۰
	حذف مقررات اضافی و دست و پاگیر	۰/۵۸
تقویت خلاقیت و مسؤولیت‌پذیری	مسؤولیت‌پذیری	۰/۹۳
	سن	۰/۵۶
	سوابق تحصیلی	۰/۴۹
	تقویت نوآوری و خلاقیت	۰/۸۷

مأخذ: مطالعات میدانی نگارندگان، ۱۳۹۲

زیرساخت قانونی و اطلاع‌رسانی، تقویت انگیزش و تجاری‌سازی کشاورزی، نهادسازی و ظرفیت‌سازی، تقویت مشارکت اجتماعی و تجمیع روستاهای پراکنده ارتباط دارد.

در نهایت با توجه به نتایج فوق، عوامل موجود بر موفقیت کارآفرینان روستایی در شکل ۳ نشان داده شده است که بر اساس آن موفقیت کارآفرینان روستایی با توانمندسازی و تقویت زیرساخت اقتصادی، تقویت



شکل ۳: مدل نهایی پژوهش؛ عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینان روستایی و درصد تبیین هر یک از آنها
مأخذ یافته‌های تحقیق

نتیجه

نتایج نشان داد تقویت زیرساخت اقتصادی، تقویت زیرساخت قانونی، ارائه‌ی وام و اعتبارات، ارائه‌ی خدمات ترویجی، بهبود نوآوری و خلاقیت، تخصیص بودجه، داشتن تجربه شغلی، برگزاری دوره‌های آموزشی، تقویت ارزش‌های اجتماعی مبتنی بر کارآفرینی، ساده‌سازی قواعد بوروکراتیک، پخش برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی مرتبط با کارآفرینی، ریسک‌پذیری، حذف مراجع متعدد تصمیم‌گیری، ارائه‌ی مشاوره در زمینه‌های تولید، توزیع و مصرف، رفع چالش‌ها و موانع کارآفرینی، تقویت نهادهای شناختی و هنجاری، تقویت مشارکت اجتماعی، داشتن انگیزه، سوابق تحصیلی، دسترسی به مواد اولیه، ثبات در سیاست‌های دولت، تقویت نهادها و تشکلهای مردمی در نواحی روستایی، سن، تخصصی شدن

کشاورزی، حمایت دولت از صنایع روستایی، حذف مقررات اضافی و دست و پاگیر، وضعیت موقعیت اجتماعی، احساس خودادراکی، اصلاح قوانین ورشکستگی، اعمال تخفیف‌های مالیاتی و مسؤولیت‌پذیری در موفقیت کارآفرینان روستایی نقش ایفا می‌نمایند. این مقاله عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینان روستایی را مورد بحث و بررسی قرار داده است و همان طوری که نتایج توصیفی تحقیق نشان داد بیشترین تعداد نمونه در گروه سنی ۳۱ الی ۴۰ سال بوده است. در مورد وضعیت تأهل ۷۸ درصد متأهل و ۲۲ درصد مجرد بوده‌اند. در مورد وضعیت سواد بیشتر پاسخگویان از تحصیلات در مقطع متوسطه برخوردار بودند. در این تحقیق جهت شناخت عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینان روستایی (۳۶) شاخص به کار گرفته شد و

تقویت مشارکت اجتماعی و تجمیع روستاهای پراکنده و بهبود خلاقیت و مسؤلیت‌پذیری می‌باشد.

پیشنهادات

در نهایت، با توجه به نتایج تحقیق حاضر و اهمیت تأثیر عوامل مختلف در موفقیت کارآفرینان روستایی، پیشنهادهای زیر ارائه می‌گردد:

۱- بایستی امکان مشاهده‌ی رفتارهای کارآفرینانه در رسانه‌ها نظیر؛ رادیو و تلویزیون، مطبوعات و غیره به عبارتی ایجاد فرهنگ‌سازی از طریق نهادهای فرهنگی برای روستاییان فراهم شود.

۲- دولت باید با اقدامات مداخله‌ای خود نظیر بخش‌های مالیاتی در یک محدوده‌ی زمانی، تسهیل فرآیند ثبت شرکت‌ها، طراحی و ایجاد مراکز رشد فعالیت‌های کارآفرینی روستاییان در پارک‌های علم و فن‌آوری استان‌ها، قرار دادن مشوق‌های مختلف برای اقدامات کارآفرینانه و تدوین قوانین و مقررات از کارآفرینان روستایی حمایت جدی به عمل آورد.

۳- دولت باید جهت موفقیت هر چه بیشتر کارآفرینان روستایی سرمایه‌گذاری بیشتری را در زمینه شیوه‌های پرورش خلاقیت و کارآفرینی، تحقیق و توسعه، از میان برداشتن موازی کاری دستگاه‌های دولتی، تشویق کارآفرینی به منظور نهادینه‌سازی کارآفرینی، آموزش و بستر سازی برای ایجاد بسترهای لازم، تقویت اقتصاد روستا از طریق توسعه‌ی اشتغال، تأمین سرمایه، گسترش مکانیزاسیون، یکپارچه‌سازی اراضی، تقویت منابع و زیرساختها و غیره اقدامات مقتضی به عمل آورد.

در نهایت، نتیجه این تحقیق می‌تواند برای کلیه سازمان‌ها و نهادهایی که در عرصه‌ی تولید و اشتغال فعالیت دارند، مفید واقع شود. اداره‌ی تعاون، کار و امور اجتماعی استان با استفاده از نتایج این تحقیق می‌تواند در سیاست‌های کلان خودبازنگری کند و مسائل و

داده‌ها با استفاده از مدل تحلیل عاملی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند و با توجه به ملاک کیسر، ۶ عامل دارای مقدار ویژه بالاتر از یک برای عوامل مؤثر در موفقیت کارآفرینان روستایی استخراج شد. پس از چرخش عاملی به روش وریماکس، متغیرهای مربوط به عوامل مؤثر در موفقیت کارآفرینان روستایی در ۶ عامل طبقه‌بندی شدند.

عامل اول با عنوان "توانمندسازی و تقویت زیرساخت اقتصادی" با مقدار ویژه (۱۱/۶۷) بیش از ۳۴/۲۵ درصد از کل واریانس را تبیین کرد. عامل دوم با عنوان "تقویت زیرساخت قانونی و اطلاع‌رسانی" با مقدار ویژه (۹/۱۴) در مجموع (۲۶/۸۸) درصد از واریانس کل را تبیین کرد. عامل سوم با عنوان "تقویت انگیزش و تجاری‌سازی کشاورزی" با مقدار ویژه (۲/۷۹) در مجموع (۸/۲۲) درصد از کل واریانس را تبیین کرد. عامل چهارم با عنوان "نهادسازی و ظرفیت‌سازی" با مقدار ویژه (۲/۴۴) در مجموع (۷/۱۸) درصد از کل واریانس را تبیین کرد. عامل پنجم با عنوان "تقویت مشارکت اجتماعی و تجمیع روستاهای پراکنده" با مقدار ویژه (۲/۲۴) در مجموع (۶/۵۹) درصد از کل واریانس را تبیین کرد. و عامل ششم با عنوان "بهبود خلاقیت و مسؤلیت‌پذیری" با مقدار ویژه (۱/۶۵) در مجموع (۴/۸۵) درصد از کل واریانس را تبیین کرد. که در این میان عامل "توانمندسازی و تقویت زیرساخت اقتصادی" در بالاترین رده و عامل "بهبود خلاقیت و مسؤلیت‌پذیری" در پایین‌ترین رده قرار گرفتند و مقدار واریانس و واریانس جمعی تبیین شده توسط این چهار عامل ۸۸/۰۷ برآورد گردید. علاوه بر این، با استناد به نتیجه‌ی تحقیق می‌توان گفت موفقیت کارآفرینان در مناطق روستایی استان اردبیل منوط به توانمندسازی و تقویت زیرساخت اقتصادی، تقویت زیرساخت قانونی و اطلاع‌رسانی، تقویت انگیزش و تجاری‌سازی کشاورزی، نهادسازی و ظرفیت‌سازی،

- سعیدی، پرویز (۱۳۸۸). نقش مدیریت نوین روستایی در کارآفرینی و ایجاد اشتغال روستاها، فصلنامه راهبرد یاس. شماره ۱۹. صص ۸۹-۹۰.
- صابر، فیروزه (۱۳۸۱). راههای توسعه کارآفرینی زنان در ایران: راهکارهای تواناسازی زنان در راستای برابری اقتصادی، اجتماعی و سیاسی در ایران، تهران. روشنگران و مطالعات زنان.
- فلاح جلودار، ربیع؛ فرج‌الله؛ سیدجمال حسینی سیدمحمود حسنی؛ سیدمهدی میردامادی (۱۳۸۶). عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینی زنان روستایی شمال کشور، فصلنامه روستا و توسعه. شماره ۴. صص ۸۷-۱۱۵.
- کردنائیچ، احمد؛ محمود پورداریانی؛ شهاب‌الدین شمس (۱۳۸۳). طراحی ساختار سازمانی مراکز و آموزشگاه‌های کارآفرینی در کشور، مجله پژوهش مدیریت در ایران. صص ۱۵۶-۱۱۹.
- میرسپاسی، ناصر؛ محمود احمدپورداریانی؛ سوسن علایی (۱۳۸۷). طراحی مدل توسعه کارآفرینی در صنایع فرهنگی، فصلنامه بصیرت. شماره ۴۰. صص ۷۰-۳۰.
- یداللهی‌فارس، جهانگیر (۱۳۸۴). مدل برنامه‌ریزی توسعه‌ی کارآفرینی، مجموعه مقالات همایش ملی کارآفرینی. دانشگاه آزاد اسلامی. رودهن.
- Aspaas, H (2004). Minority women's microenterprises in rural areas of the United States of America: African American, Hispanic American and Native American case studies. *Geo journal* 61, PP. 281-285.
- Austin, J. Stevenson, H., Wei-Skillern, J (2006). Social and commercial entrepreneurship: same, different, or both? *Entrepreneurship Theory and Practice* 30 (1), PP. 18-22.
- Berg, M (2008). it takes a Village: rural entrepreneurship, resource Networks and Place. *Entrepreneurship and Regional Development*, 2 (9), PP. 259-262.
- Bruin, A., Brush, C., Welter, F (2007). Advancing a framework for coherent research on rural women's entrepreneurship. *Entrepreneurship: Theory and Practice* 31, PP. 225-259.
- Harding, R (2007). State of rural women's enterprise in the UK. *Delta Economics*. ProwessLimited, Norwich, 12 (4), PP. 60-67.

مشکلات ساختاری حاکم بر فضای تولید را در برنامه‌های خود جدی بگیرد و آنها را به مراجع ذیربط انعکاس دهد. همچنین نتایج این تحقیق می‌تواند برای سازمان‌هایی چون کار و آموزش فنی و حرفه‌ای، بانک‌ها، شورای اشتغال، مراکز کارآفرینی و سازمان‌های مردم‌نهادی که در زمینه‌ی اشتغال فعالیت می‌نمایند، مثمر ثمر واقع گردد؛ بدین‌گونه که مسائل و مشکلات رفتاری، سازمانی و ساختاری کارآفرینی روستایی را در برنامه‌های اشتغال‌زایی در نظر بگیرند و برای رفع این مشکلات اقدامات عملی برگزینند.

منابع

- ایمانی‌ججرمی، حسین؛ پیمان پوررجب میان‌دوآب (۱۳۸۸). سنجش و تحلیل ویژگی‌های کارآفرینی دهیاران با تأکید بر عوامل زمینه‌ای مؤثر بر آن. فصلنامه پژوهش‌های روستایی. سال ۴. صص ۶۷-۹۹.
- حق شناس، اصغر؛ مهدی جمشیدیان؛ علی شامی؛ آرش شاهین؛ مهدی یزدان‌شناس (۱۳۸۶). الگوی کارآفرینی در بخش دولتی ایران، فصلنامه علوم مدیریت ایران. سال دوم. شماره ۸. صص ۷۳-۳۱.
- حیدری‌ساربان، وکیل (۱۳۹۰). نقش توانمندسازی روان‌شناختی در تقویت کارآفرینی روستایی، مطالعه موردی؛ استان اردبیل. فصلنامه جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای. شماره بیستم. بهار و تابستان. صص ۲۳۷-۲۱۷.
- رضوانی، محمدرضا (۱۳۸۳). مقدمه‌ای بر برنامه‌ریزی روستایی در ایران، تهران. نشر قومس.
- رکن‌الدین‌افتخاری، عبدالرضا؛ مهدی طاهرخانی؛ حمداله سجاسی‌قیداری (۱۳۸۸). تحلیل ابعاد و عوامل مؤثر بر توسعه‌ی کارآفرینی کشاورزی مناطق روستایی، مطالعه موردی: روستاهای شهرستان خدابنده، فصلنامه روستا و توسعه. سال ۱۲. شماره ۳. صص ۷۲-۴۳.
- رکن‌الدین‌افتخاری، عبدالرضا؛ حمداله سجاسی‌قیداری (۱۳۸۹). توسعه‌ی روستایی با تأکید بر کارآفرینی، تهران. انتشارات سمت. صص ۱۶-۱۵.

- Henry, C., et al (2003). Developing a coherent enterprise support policy: a new challenge for governments. *Government and Policy Journal*, 9, PP.4-5.
- Hyden, G (2001). rural poverty, risk and development. *Elgar Publication*, 6(8) PP. 124-127.
- Jack, S., Drakopoulou Dodd, S., Anderson, A (2008). Change and the development of entrepreneurial networks over time: a procession perspective. *Entrepreneurship and Regional Development* 20, PP. 125-132.
- Kuratko, D (2004). Entrepreneurship education: Emerging trends and challenges for 21 century, *Coleman White Paper Series*, 2(11), PP. 235-239.
- Mirka, MR (2005). *Agri business & entrepreneurship*. GDC Rural Research Foundation, Vol (6), pp: 30.
- Newman, S (2009). Changing places through rural entrepreneurship. *Economic Geography* 85, PP. 245-267.
- Oberhauser, A (2002). Relocating gender and rural economic strategies. *Environment and Planning A* 34, PP. 1222-1227.
- Olson, D. E (2007). The role of entrepreneurial personality characteristics on entry decisions in a simulated market. *United States Association of Small Business & Entrepreneurship (USASBE) / Small Business Institute Director's Association (SBIDA) Conference*, 12 September 2007, PP.140.
- Reardon, T. Escobar, G (2008). Rural landform employment and income in Latin America, overview and policy implication, *World Development*, Vol(5), PP.395-400.
- Steyaert, C., Katz, J (2004). Reclaiming the space of entrepreneurship in society: geographical, discursive and social dimensions. *Entrepreneurship and Regional Development* 16, PP. 184-189.
- Zografos, C (2009). Rurality discourse and the role of social enterprise in regenerating rural Scotland, *Journal, of rural studies*, PP. 25-29.

