فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال ششم، شماره ۳، پاییز ۱۳۹۶، پیاپی ۲۱
صفحات ۱۶۴-۱۳۹

الگوی توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی شهرستان خوی با رویکرد الگوسازی ساختاری تفسیری

مجتبی قدیری معصوم؛ استاد و عضو قطب علمی برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.
علی غلامی*؛ دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.
فاطمه محمدزاده لاریجانی؛ دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.
حجت رضایی؛ دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

دریافت مقاله: ۱۳۹۴/۷/۲۵ پذیرش نهایی: ۱۳۹۵/۱۲/۱۸

چکیده

تحقیق حاضر به طراحی و تبیین مدل کارآفرینی مستقل روستایی برای مناطق روستایی شهرستان خوی با استفاده از تکنیک الگوسازی ساختاری تفسیری پرداخته و برای دستیابی به این هدف از روش تحقیق آمیخته استفاده شده است. به این ترتیب که ابتدا با روش دلفی از طریق نظرخواهی از ۱۸ تن از خبرگان کارآفرینی محلی طی سه مرحله، عوامل مؤثر در کارآفرینی مستقل روستایی شناسایی و طبقه‌بندی گردید، سپس پرسشنامه طراحی شده در اختیار ۸۳ تن از دهیاران و شوراهای اسلامی روستاها با توجه به آگاهی، قابلیت دسترسی و تمایل به مشارکت قرار گرفت و در ادامه با استفاده از نرم‌افزار SmartPLS روایی و پایایی مدل اولیه محاسبه شد و در انتها با استفاده از نظرات ۱۰ تن از کارشناسان محلی در زمینه کارآفرینی در محیط نرم افزار ISM مدل کارآفرینی مستقل روستایی منطقه مورد مطالعه ترسیم گردید. نتایج به دست آمده نشان داد که از میان عوامل زیرساختی، اقتصادی، نهادی، مشارکتی، فردی و نظام‌های حمایتی شناسایی شده، *"عوامل زیرساختی"* مستقل‌ترین عنصر (زیربنایی‌ترین عنصر) و عوامل فردی و مشارکت روبنایی‌ترین عنصر (وابسته‌ترین عنصر) در مدل کارآفرینی مستقل روستایی منطقه است. این مدل علاوه بر اینکه دید کلی از عوامل تشکیل دهنده سیستم کارآفرینی مستقل روستایی در اختیار مسئولین ذیربط قرار می‌دهد، توالی و اولویت اقدامات لازم در زمینه توسعه کارآفرینی روستایی را نیز در اختیار آنها می‌گذارد. نتایج این تحقیق می‌تواند به عنوان الگویی برای برنامه‌ریزی‌های آتی در زمینه کارآفرینی روستایی در منطقه مورد مطالعه باشد که در صورت استفاده از یافته‌های تحقیق در زمینه منابع و زمان صرفه‌جویی‌های زیادی را برای ارگان‌های تصمیم‌گیرنده خواهد داشت.

واژگان کلیدی: کارآفرینی، کارآفرینی مستقل روستایی، اقتصاد روستایی، شهرستان خوی.

* gholami@ut.ac.ir

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2024-10-12]

۱) مقدمه

نقش و جایگاه روستاها در فرایندهای توسعهٔ اقتصادی، اجتماعی و سیاسی در مقیاس‌های محلی، منطقه‌ای، ملی و بین المللی و پیامدهای توسعه‌نیافتگی مناطق روستایی، چون فقر گسترده، نابرابری فزاینده، رشد سریع جمعیت، بیکاری، مهاجرت و حاشیه‌نشینی شهری موجب توجه به توسعهٔ روستایی و حتی تقدم آن بر توسعهٔ شهری شده است (ازکیا و غفاری، ۱۳۸۳: ۱۶). از جمله دلایل توسعه نیافتگی روستایی کاستی در تنوع اقتصاد روستایی، نبود نگاه کارآفرینی و همانند آن است. در نتیجه هر روز مناطق روستایی با چالش‌های راهبردی افزایش فاصله‌ی توسعه‌ای بین شهر و روستا (کمبود منابع انسان ساخت، بیکاری، درآمد کم، بهره‌وری پایین، فقر، افزایش مهاجرت روستایی، پس‌رفت‌های زیست‌محیطی) مواجه هستند (هزارجریبی، ۱۳۸۴: ۱۴۸)، که زمینهٔ نارضایتی اکثریت روستاییان از شرایط زندگی و زیست اقتصادی در روستاها است. این در حالی است که روستاها نیز همچون شهرها، مملو از فرصت‌های جدید و کشف نشده هستند که کشف و بهره‌برداری به موقع از این فرصت‌ها و ایجاد کسب و کارهای جدید و رقابت‌پذیر بر مبنای آن، می‌تواند مزایای اقتصادی چشمگیری برای روستاییان به همراه آورد.

تقویت کارآفرینی و ایجاد بستر مناسب برای توسعه، از ابزارهای پیشرفت کشورهای در حال توسعه است (صفری‌علی‌اکبری و صادقی،۱۳۹۶: ۹۸). کارآفرینی با شناسایی فرصت‌های مختلف در زمینه‌های متفاوت و با ایجاد و توسعه بنگاه‌های کوچک و متوسط زمینه را برای متنوع سازی اقتصاد روستایی هموار می‌سازد (کریم زاده و همکاران، ۱۳۹۳: ۲۷۰). توسعه فعالیت‌های کارآفرینی در مناطق روستایی می-بایست بر اساس ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های موجود در روستاها صورت گیرد تا به موفقیت دست یابد و موجبات پایداری روستاها را فراهم نماید (فراهانی و همکاران، ۱۳۹۳: ۲). برای دستیابی به این مهم نیز، پرورش ایده‌های خلاق و کارآفرینانی که بتوانند خود را پیوسته با دنیای جدید هماهنگ و سازگار کنند، ضروری به نظر می‌رسد (رضایی و همکاران،۱۳۹۶: ۶۰). پیش‌شرط این موضوع، ارزیابی دقیق محیط در زمینه پتانسیل‌ها، ظرفیت‌ها و نیز شناخت کمبودها و تنگناهای آن است تا بتوان با تدوین و اجرای برنامه‌ریزی دقیق در جهت بهره‌برداری بهینه از این امکانات و رفع همهٔ مشکلات در جهت توسعهٔ نواحی روستایی، گام برداشت.

اولویت‌بندی عوامل تأثیرگذار در به وجود آمدن فرصت‌های کارآفرینی شامل لحاظ نمودن مجموعه‌ای از ابعاد و مؤلفه‌های فردی، نهادی، زیرساختی و تعامل میان آنها را در بر می‌گیرد. پیوند ابعاد در جهت شناسایی ظرفیت‌های محیطی، اقتصادی و اجتماعی هر منطقه در این راستا، مسئله مهمی در هر ارزیابی محسوب می‌شود که اثر قابل توجهی بر موفقیت برنامه‌ریزی بر جای می‌گذارد. از این رو، اتخاذ رویکردی نظام‌مند به مباحث محیطی، اقتصادی و اجتماعی در برنامه‌ریزی امری حیاتی تلقی می‌گردد. این تحقیق به دنبال شناسایی عوامل تأثیرگذار در به وجود آمدن فرصت‌های شکل‌گیری کارآفرینی مستقل در نواحی

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2024-10-12]

روستایی مورد مطالعه بوده است که طبق آمار اشتغال ارائه شده از سوی مرکز آمار ایران در سال ۱۳۹۰ فعالیت‌های اشتغال‌زا عمدتاً در زمینه کسب و کارهای خانگی و خانوادگی در بخش‌های خدمات (۳۳۹۹۶ نفر)، کسب و کارهای خانگی غیر کشاورزی (۱۳۳۱ نفر) و کشاورزی (۳۵۳۸۸ نفر) است.

بدین‌سان، با گردآوری، طبقه‌بندی و تجزیه و تحلیل اطلاعات مرتبط با کارآفرینی رایج در منطقه، با استفاده از مطالعات کتابخانه‌ای، مصاحبه با کارشناسان و خبرگان منطقه مورد مطالعه و مدل‌سازی معادلات ساختاری با استفاده از اسمارت پی ال اس[1] برای سنجش اعتبار عوامل تأثیرگذار در شکل‌گیری کارآفرینی روستایی این مهم میسر می‌گردد. سؤالی که در اینجا مطرح می‌شود این است که: آیا می‌توان شرایطی در روستاها ایجاد کرد تا روحیه کارآفرینی را در آنها تقویت شده و روستاییان راهِ کارآفرین شدن را انتخاب کنند؟ روستاهای شهرستان خوی در استان آذربایجان غربی نیز همچون سایر مناطق کشور با مشکلاتی همانند بیکاری، مهاجرت‌های روستا- شهری، حاشیه‌نشینی و فقر مواجه هستند که با برنامه‌ریزی اصولی و ایجاد اشتغال و کارآفرینی روستایی در این منطقه، می‌توان از نظر کشاورزی، صنعت و خدمات موجبات شکوفایی همه‌جانبه و بیش از پیش آن را فراهم ساخت. با در نظر گرفتن آمارهای موجود در این زمینه، اهمیت این موضع در مناطق روستایی شهرستان خوی کاملاً آشکار می‌گردد؛ بنابراین، تحقیق حاضر با هدف ارائهٔ الگوی مناسب برای توسعهٔ روستایی و بهره‌گیری از فرصت‌های شغلی و توجه به کارآفرینی، برای رسیدن به پاسخ علمی به سؤالات زیر انجام می‌شود:

- عوامل و مؤلفه‌های توسعه کارآفرینی مستقل در نواحی روستایی کدامند؟
- تأثیر هر کدام از این عوامل در توسعه کارآفرینی روستایی تا چه میزان است؟
- زیربنایی‌ترین (مستقل) و وابسته‌ترین عنصر در سیستم کارآفرینی مستقل روستایی در منطقه مورد مطالعه را کدام عناصر تشکیل می‌دهند؟
- مدل مطلوب برای توسعه کارآفرینی روستایی در منطقه مورد مطالعه کدام است؟

۲) مبانی نظری

در اکثر کشورها توجه خاصی به کارآفرینی و کارآفرینان می‌شود و تقویت کارآفرینی و ایجاد بستر مناسب برای توسعهٔ آن از ابزار پیشرفت و توسعهٔ کشورها به ویژه کشورهای در حال توسعه به‌شمار می‌آید (Verheul, 2002: 4). سائر[2] (۱۹۸۶)، با در نظر گرفتن کارآفرینی به عنوان الگوی توسعه اقتصادی، توسعه روستایی را فرایند تشویق، کمک و مساعدت مدیریتی و تکنیکی کارآفرینان روستایی، حمل و نقل روستایی، خدمات ارتباطی و اطلاعاتی روستایی و مدیریت منابع طبیعی تعریف می‌کند (Heriot, 2002: 2). از نظر ریگان

[1] . Smart Pls
[2] . Saer

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2024-10-12]

(۲۰۰۲)، کارآفرینی روستایی فراهم کننده زمینه اشتغال، افزایش درآمد و تولید ثروت، بهبود دهنده کیفیت زندگی و کمک کننده به افراد محلی برای مشارکت در اقتصاد است (Reagan, 2002: 8). بنابراین، توسعه کارآفرینی روستایی پتانسیلی برای کمک به تنوع بخشی به درآمد و میزان تولیدات کشاورزی و غیرکشاورزی روستاییان است و فرصت های مناسبی را برای کاهش ریسک معیشتی و افزایش امنیت غذایی پایدار در مناطق روستایی فراهم می‌کند (دربان آستانه و همکاران، ۱۳۹۳: ۳۹).

برخی صاحب‌نظران شرایط اقتصادی را زمینه ساز کارآفرینی برمی‌شمارند و معتقدند که در عین حال کارآفرینی نیز نیروی اصلی توسعهٔ اقتصادی است و تغییر و نوآوری، رشد و تولید خدمات را به همراه دارد (Lordkipanidze et al., 2005: 787). در مقابل، روان شناسان به بررسی ویژگی های روان شناختی و فردی کارآفرینان می پردازند. از مهم‌ترین ویژگی‌های مورد توافق آنان می‌توان به ریسک‌پذیری، تحمل ابهام، رضایت‌مندی، دانش و آگاهی، استقلال طلبی، انرژی زیاد، انگیزه و تعهد اشاره کرد (گلرد، ۱۳۸۴: ۱۰۶-۱۰۲).

اساساً کارآفرینی را با دو عامل فرصت و تمایل به کارآفرین شدن تعیین می‌کنند. در بسترسازی توسعه کارآفرینی، عوامل مختلفی تأثیرگذار است. این عوامل را می توان به دو گروه کلی تقسیم کرد: ۱- عوامل فردی و ۲- عوامل محیطی (هاشمی و همکاران، ۱۳۹۰: ۹۹). همچنین، فعالیت کارآفرینی تحت تأثیر عوامل گوناگونی مانند ویژگی‌ها و انگیزه‌های فردی، آموزش، فرهنگ و آداب و رسوم، قوانین، سیاست‌ها و دانش فنی است که می‌تواند آثار و نتایج مختلفی را به لحاظ الگوهای رفتاری، اقتصادی و اجتماعی در برداشته باشد (Alison, 1990: 166). از دید اقتصادی، تمایل فردی، از راه محرّک‌های بازار که در دسترس کارآفرین هستند، از جمله سود و منافع اقتصادی تأثیر پذیرفته است. بنابراین، کارآفرینی به عوامل فردی و شرایط اقتصاد عمومی وابسته است.

یکی از تعابیر قدیمی دربارهٔ محرّک های کارآفرینی، نیاز به موفّقیّت است. مک کللند[1] (۱۹۳۵) به این نکته پی برد که افراد نیازمند به موفّقیّت بیشتر، نسبت به آنهایی که نیاز به موفّقیّت در آنها کمتر است، بسیار حسّاس هستند تا فرصت های اقتصادی را تغییر دهند. این حسّاسیّت به آنها کمک می کند تا فرصت‌ها را بشناسند و کسب و کارهایی را شروع کنند. از دیگر محرک‌های کارآفرینی، میل به استقلال است. طبق یافته های هاگن[2] (۱۹۶۲)، کارآفرینان تحمّل قدرت بالاسری ندارند و به دنبال استقلال هستند. بسیاری از مطالعات گذشته اشاره می کنند که عدم رضایت شغلی از جمله محرّک هایی است که باعث می شود کارآفرینان کسب و کار جدیدی را شروع کنند. وجود نقش کارآفرینانه نیز از عوامل دیگری است که کارآفرینان را به شروع کسب و کاری ترغیب می کند. همچنین، عموماً درصد زیادی از کارآفرینان، پدران کارآفرین داشتند.

[1] . McClelland
[2] . Hagen

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2024-10-12]

از این رو، توسعهٔ کارآفرینی روستایی به عوامل فرهنگی – اجتماعی، محیطی و زیرساختی، اقتصادی و نهادی بستگی دارد. از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر کارآفرینی در هر جامعه، فرهنگ حاکم بر آن است. فرهنگی که برای افراد کارآفرین ارزش قائل است، افراد بیشتری را به کارآفرینی تشویق می کند (Lordkipanidze et al., 2005: 47). عوامل اجتماعی و فرهنگی از ابعاد فراموش شدهٔ کارآفرینی‌اند که ناشی از نگاه تک بعدی به کارآفرینی است، در حالی که کسی که به خلق ایده های نو می‌پردازد، زمینه-های اجتماعی می‌توانند در دستیابی به موفقیت او را یاری کنند (بهکیش، ۱۳۸۰: ۲۴۸-۲۴۱).

جوامع روستایی به دلیل ماهیت وجودی و کارکردی و ساختاری‌شان ارتباط تنگاتنگی با محیط پیرامون دارند. از آنجا که کشاورزی به عنوان مهم‌ترین فعالیت روستایی در فضای باز و متأثر از عوامل طبیعی، مانند نوع خاک و اقلیم انجام می‌شود، توجه به عوامل محیطی در توسعهٔ کارآفرینی روستایی و کشاورزی برای کاهش مخاطرات محیطی، استفادهٔ مناسب از منابع و مواردی از این دست، اهمیت بسزایی دارد (افتخاری و همکاران، ۱۳۸۹: ۴۶). مایا و ماک[1] در مطالعه شان دربارهٔ کارآفرینی با تأکید بر زیرساختها و عوامل محیطی، به عواملی همچون روستای سالم و خاک حاصل‌خیز اشاره کرده‌اند (Lordkipanidze, 2002: 30). سه ویژگی مهم محیط فیزیکی به شدت بر کارآفرینی تأثیر می‌گذارند: موقعیت، منابع طبیعی و منظره. موقعیت مربوط به فاصله از بازارهای اصلی و قابلیت دسترسی به مشتری‌ها، تولیدکننده‌ها، منابع اطلاعاتی و سازمان‌ها است. دوری و نزدیکی به مراکز اصلی شهری بر هزینه‌های حمل ونقل ورودی‌ها و خروجی تأثیر می‌گذارد و در پخش اطلاعات و اشاعهٔ نوآوری‌ها مؤثر است. دورافتادگی منطقهٔ روستایی بر جنبه های نوآوری تجاری و به ویژه بر رشد تجارت روستایی و ایجاد اشتغال تأثیر می‌گذارد. وجود منابع طبیعی، شرایط اقلیمی مناسب و توپوگرافی منطقه و حتی منظره‌ها با ارائهٔ فرصت‌هایی برای استفاده و بهره‌برداری محیط زیستی از منابع، بر فعالیت کارآفرینانه تأثیر می-گذارند. زیرساخت‌هایی همچون تسهیلات و امکانات زندگی (آب و برق)، خدمات، عوارض (مالیات) و قوانین و مقررات مناسب می‌توانند برای کارآفرینان بسیار مهم باشند (ایمنی و هاشمی، ۱۳۸۸: ۹۷).

امروز تلاش‌های روستاییان برای دستیابی به پایداری اقتصادی می‌تواند با کمک کارآفرینان محلی افزایش یابد، زیرا تمرکز بر منابع اقتصادی محلی از طریق توسعهٔ کارآفرینی محلی یکی از شیوه‌های توسعهٔ اقتصادی این مناطق است (Heaton, 2005: 1).کارآفرینی نمی تواند بدون در نظر گرفتن نقش سازمان‌ها و نهادهای گوناگون انجام شود، زیرا هرگونه فعالیتی به سازمان‌دهی و تشکیلات در سطوح مختلف ملی و محلی نیاز دارد. دولت، سازمان‌ها و نهادهای غیردولتی ذی‌ربط از جملهٔ این نهادها هستند تأثیر زیادی در رشد و گسترش فعالیت‌های کارآفرینی دارند (Lordkipanidze, 2002: 30). برخی از مطالعات صورت گرفته خارجی و داخلی در زمینه کارآفرینی روستایی به صورت جدول ارائه می‌گردد (جدول ۱).

[1] . Maya and Mack

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2024-10-12]

جدول شماره (۱): مطالعات داخلی و خارجی انجام شده در زمینه کارآفرینی

محقق	سال	نتایج
حسین فراهانی، زکیه رسولی نیا، زهرا اصدقی سراسکانرود	۱۳۹۳	در دهستان جابرانصار هشت عامل زیرساختی، اقتصادی، دانش آگاهی، اعتماد به نفس، خلاقیت فردی، نوآوری و خلاقیت، زیرساخت فیزیکی و دسترسی به تسهیلات اثرات مهمی بر توسعه پایدار از منظر کارآفرینی دارد. مهمترین عامل تأثیرگذار عامل زیرساختی و اجتماعی بوده، دومین عامل تأثیرگذار عامل اقتصادی بود. کم ترین تأثیر را دسترسی به تسهیلات اقتصادی داشته است.
عبدالرضا رکن الدین افتخاری، مهدی پورطاهری، نفیسه فضلی	۱۳۹۳	در توسعهٔ کارآفرینی گردشگری در کنار ویژگی های فردی و اجتماعی، عامل اقتصادی مثل وجود سرمایهٔ مالی کافی، وام های کم بهره، یارانه های دولتی و... از پایه های اساسی برای شکل گیری کارآفرینی بوده و به دنبال آن فراهم بودن شرایط محیطی و نهادی نیز می تواند تقویت کنندهٔ این امر باشد.
حسین فراهانی و سمیرا حاجی حسینی	۱۳۹۳	زمینه های زیرساختی و فردی بیشترین تأثیر را بر کارآفرینی دارند. اگرچه روستاهای منطقه در هیچ یک از زمینه ها در حد مطلوب نیستند، ولی با تقویت زمینه های فردی و زیرساختی می توان امید داشت که کارآفرینی در روستاها افزایش یابد و مشکل بیکاری و مهاجرت حل شود.
بریژه و چاودا[1]	۲۰۱۳	کارآفرینی روستایی در حال حاضر فرصت بزرگی برای افرادی که از مناطق روستایی مهاجرت و یا بصورت نیمه به مناطق شهری مهاجرت کردند. در مقابل این نیز یک واقعیت است که اکثر کارآفرینان روستایی با مشکلات زیادی به دلیل در دسترس نبودن امکانات و تسهیلات اولیه در کشورهای در حال توسعه مواجه هستند. فقدان آموزش، مشکلات مالی و فقدان مهارت های فنی و ادراکی کافی کارآفرینان روستایی را برای ایجاد صنایع در نواحی روستایی بسیار دشوار کرده است.
ساکسنا[2]	۲۰۱۲	کارآفرین روستایی با استفاده از منابع کمیاب و با کارآمدترین شیوه موجب افزایش سود و کاهش هزینه می شود. با توجه به فقدان آموزش، اکثریت مردم روستایی از توسعه فناوری و بازاریابی و غیره بی اطلاع هستند.کمبود منابع مالی و موادخام مهمترین مشکلات روبروی کارآفرینان روستایی می باشد. توسعه کارآفرینی روستایی کلیدی برای توسعه مناطق روستایی و شهرهای عقب مانده است.
مارتینا و نویزویچ[3]	۲۰۱۰	موفقیت کارآفرینی تا حدودی مرتبط به خود فرد و نهاد رهبری است اما آشنایی با فرهنگ و یادگیری گروهی نیز از جمله موفقیت در برنامه توسعه کارآفرینی بوده است.

با توجه به مطالب ذکر شده در ادبیات نظری تحقیق می‌توان نتیجه گرفت که متخصصان رشته‌های مختلف از ابعاد متفاوتی به بحث کارآفرینی و عوامل مؤثر در توسعه آن پرداخته‌اند. در حالی که اقتصاددانان شرایط اقتصادی را زمینه‌ساز توسعه کارآفرینی برمی‌شمارند در مقابل روانشناسان بر ویژگی-های روانشناختی و فردی کارآفرینان تأکید دارند. بنابراین عوامل تأثیرگذار در توسعه کارآفرینی را به دو دسته عوامل فردی و محیطی می‌توان تقسیم کرد که در مقاله حاضر عناصر تشکیل دهنده این دو گروه

[1] . Brijesh and chavda
[2] . Saxena
[3] . Martina & Novicevicb

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2024-10-12]

عوامل (محیطی و فردی) با استفاده از ادبیات نظری و نظر کارشناسان محلی در زمینه کارآفرینی در جدول (۲) استخراج و نمایش داده شده است.

۳) روش تحقیق

تحقیق حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر راهبرد از نوع تحقیق آمیخته است. برای دست یافتن به اهداف تحقیق دو گام اساسی پیموده شد. در گام نخست برای گردآوری اطلاعات در ابتدا با استفاده از روش دلفی و طی سه نوبت از ۱۸ تن از خبرگان کارآفرینی روستایی[۱] در منطقه مورد مطالعه نظرخواهی شد و عوامل تأثیرگذار در کارآفرینی مستقل روستایی شناسایی گردید (جدول ۲). سپس بعد از جمع-بندی و مطابقت اطلاعات به دست آمده با ادبیات نظری تحقیق، از ۴ تن از کارشناسان محلی (کارشناسان دانشگاهی) خواسته شد تا عوامل شناسایی شده را دسته‌بندی نمایند. در ادامه با طراحی پرسشنامه، این پرسشنامه‌ها در اختیار ۸۳ تن از دهیاران و شوراهای اسلامی روستاهای منطقه[۲] با معیار آگاهی، امکان دسترسی و تمایل به مشارکت در تحقیق قرار گرفت. اطلاعات به دست آمده از پرسشنامه‌ها در محیط نرم افزار SmartPLS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت که اطلاعات تفصیلی در این ارتباط در بخش مربوطه ارائه گردیده است. در گام دوم از ۱۰ تن از کارشناسان و خبرگان کارآفرینی روستایی محلی خواسته شد تا ارتباط میان متغیرهای شناسایی شده در گام نخست را مشخص نمایند. سپس در محیط نرم افزار ISM و طی مراحل الگوسازی ساختاری تفسیری مدل کارآفرینی مستقل روستایی طراحی گردید. از آنجایی که در بخش یافته‌های استنباطی مراحل و روش تجزیه و تحلیل اطلاعات تشریح گردیده است در این بخش تحقیق حاضر تنها دیدی کلی از روش‌های استفاده شده ارائه می‌گردد.

[۱]. شامل برخی اساتید دانشگاه های محلی که در زمینه جغرافیای روستایی، روانشناسی و مدیریت فعال می‌باشند، بخشداران فعال در زمینه توسعه کارآفرینی روستایی، برخی دهیاران فعال در زمینه کارآفرینی و توسعه آن و تعدادی از مسئولان ارگان های دولتی فعال در زمینه کارآفرینی روستایی مانند جهاد کشاورزی و فرمانداری بوده است که در این باره تعداد ۱۸ نفر از آنها با توجه به تمایل به مشارکت و امکان دسترسی انتخاب شدند.

[۲]. دهیاران و شوراهای اسلامی که پرسشنامه در اختیار آنها قرار گرفت مربوط به روستاهای: پیرکندی، بیزند، ولدیان، زارعان، قانی‌قیه، آغشلو، باغ‌درق، ویشلق‌سفلی، مهلزان، بایرام‌کندی، خاکمردان، سیدتاج‌الدین، اسمعیل‌کندی، فنایی، قراجلو، آغچه‌قشلاق، عذاب، شوربلاغ، خنجرخان، گروک‌کندی، حشه‌رود، کیاجیک، گوهران، سعیدآباد، قره‌شعبان، آغدره، حاجت‌کوه، خانگاه، عزت‌آباد، قزقلعه، استران، بابکان، حصارقره‌تپه، بویلاپوش، بزگوش، هندوان، آغداش، قوروق، گنبد، چاوشقلی، بدلان، حصار، صوفی‌کندی، شیوان‌کندی، قشلاق، زاویه‌حسن‌خان، پسک‌سفلی، احمدآباد و عزت‌آباد.

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2024-10-12]

جدول شماره (۲): شاخص‌ها و گویه‌های شناسایی شده در مرحله اول تحقیق

شاخص	گویه
عوامل فردی (ریسک‌پذیری و تحمل ابهام خلاقیت و نوآوری اعتماد به نفس دانش و آگاهی)	- حاضر به مواجه شدن با چالش ها و سختی ها - تمایل به انجام ریسک های حساب شده - لذت بردن از ریسک مالی و شخصی - توانایی و علاقه‌مندی به رویارویی با موقعیت هایی که نتایج مبهم و نامعلوم دارند - توانایی کشف و تلفیق راه و روش های جدید برای حل یک مشکل - همواره به فکر شروع کارهای جدید بودن - داشتن ایده های جدید و متنوع - اطمینان به انجام موفقیت‌آمیز کارها در موقعیت های سخت و مشکل - ممکن دانستن چیزی که دیگران آن را مشکل می دانند - میزان سواد و تحصیلات - آشنایی با رایانه و میزان استفاده از اینترنت - میزان آگاهی فرد در زمینه بازاریابی و اقتصادی
عوامل اقتصادی	- میزان سرمایه گذاری های خصوصی برای ایجاد کسب و کارهای مختلف در روستا - بازارهای سرمایه دولتی - سرمایه خصوصی، دوستان، خانواده
نظام‌های حمایتی	- حمایت قانونی(دولتی) از ایجاد و توسعهٔ سازمان های غیردولتی فعال مرتبط با کارآفرینی - حمایت دهیاری و شورای اسلامی از افراد سرمایه گذار در کسب و کارهای جدید - حمایت‌های مالی به صورت وام ها و اعتبارات خرد از سوی بانک ها و مؤسسات برای ایجاد کسب و کار - مشوق های قانونی مانند معافیت های مالیاتی و ...
مشارکت	- مشارکت در شناسایی فرصت های سرمایه گذاری در روستا - مشارکت در شکل گیری و ایجاد تشکل ها، اتحادیه ها و اصناف در حوزه های کسب و کارها - مشارکت در انتقال تجربه های شخصی در مورد کسب و کارهای جدید - سابقه فعالیت در کسب و کارهای کوچک و خانگی روستایی - تمایل روستاییان به عضویت در تعاونی ها و صنف های صنعتی و کشاورزی
عوامل نهادی	- برگزاری کلاس های آموزشی و مشاوره ای در زمینهٔ کسب و کارهای خانگی - میزان فعالیت دهیاری و شورای اسلامی روستا برای ایجاد و گسترش کارآفرینی - وجود سازمان های محلی (نظیر صندوق قرض الحسنه) در روستا - وجود افراد متخصص در زمینهٔ راه اندازی کسب و کارهای جدید - حضور مروجان برای ترویج کسب و کارهای جدید - ترویج کارآفرینی غیرانتفاعی
عوامل زیرساختی و زمینه ساز	- وجود زیرساخت های ارتباطی مناسب در روستا (همچون جاده ها و راه های ارتباطی روستا) - وجود زیرساخت های تکنولوژیکی مناسب در روستا (مثلITو ICT در روستا) - وجود زیرساخت های عمومی مناسب در روستا (همچون آب، برق، و گاز روستا) - وجود بازارهای محلی برای ارائه محصولات - سیستم حمل و نقل و تدارکات - وجود مناطق و مراکز رشد
کارآفرینی مستقل روستایی	- دسترسی به منابع مالی(خانواده، تسهیلات مالی دولتی و بخش خصوصی) - وجود سیاست‌های دولتی حامی کارآفرینی روستایی در منطقه(قوانین حمایتی و مشوق کارآفرینی) - وجود برنامه‌های آموزشی در زمینه کارآفرینی روستایی - دسترسی کسب و کارهای روستایی به تکنولوژی‌های جدید و مساعدت‌های دولت در این زمینه - وجود زیرساخت‌های تجاری و قانونی مانند: وجود مشاوران، مربیان و پیمانکاران - دسترسی صاحبان کسب و کارهای روستایی به بازارهای محلی، منطقه‌ای و ملی - وجود زیرساخت‌های فیزیکی مناسب و مدت زمان دسترسی روستاییان به این خدمات مانند اینترنت، تلفن - وجودهنجارهای اجتماعی حامی کارآفرینی در روستا

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2024-10-12]

تکنیک الگوسازی ساختاری تفسیری (ISM) فرایند یادگیری تعاملی است. در این تکنیک مجموعه‌ای از عناصر مختلف که به صورت مستقیم و غیرمستقیم با موضوع مورد نظر در ارتباط هستند تحت قالب یک مدل سیستماتیک جمع‌آوری می‌شوند (Warfield, 1974: 83). این روش را "وارفیلد" در سال ۱۹۷۳ معرفی کرد (ابراهیم‌زاده پزشکی و همکاران،۱۳۹۳: ۶۸). در این تکنیک با بهره‌گیری از تجربیات عملی و دانش کارشناسان یک سیستم پیچیده به زیر سیستم‌هایی تقسیم می‌شود که ساخت مدل را راحت می‌نماید (Sindhu et al., 2016: 78). به عبارت دیگر، تکنیک مدلسازی ساختاری تفسیری روش خوبی برای شناسایی روابط میان عناصری می‌باشند که موضوع یا مسئله خاصی را تعریف می‌کنند (Jharkharia and Shankar, 2005 12). از این روش زمانی استفاده می‌شود که بخواهیم از یک تفکر نظام‌مند و منطقی برای نزدیک شدن به مشکل و یا مشکلات پیچیده استفاده کنیم (رضایی‌زاده و همکاران،۱۳۹۲: ۹۶) که این امر باعث می‌شود دید و درک کلی از مساله یا موضوع حاصل شود. این تکنیک با شناسایی متغیرهای مربوط به مسئله یا مشکل موردنظر که توسط گروهی از کارشناسان انجام می‌پذیرد، شروع شده و با تعیین ارتباط میان متغیرهای مورد بررسی که از مقایسه زوجی آنها حاصل می-گردد، ماتریس خودتعاملی ساختاری (SSIM[1]) تشکیل می‌شود؛ در مرحله بعد ماتریس خود تعاملی ساختاری به یک ماتریس دستیابی (RM[2]) تبدیل شده و از طریق آن عناصر مورد نظر سطح‌بندی شده و در انتها الگوی ساختاری تفسیری طراحی می‌گردد (Attari et al., 2013: 3). مراحل تکنیک الگوسازی ساختاری تفسیری به شرح زیر است:

۱-۳) تشکیل ماتریس خودتعاملی ساختاری (SSIM)

این ماتریس یک ماتریس، به ابعاد متغیرها است که در سطر و ستون اول آن متغیرها به ترتیب ذکر می‌شود. آنگاه روابط دو به دو متغیرها به وسیله نمادهایی مشخص می‌گردد. این نمادها عبارتند از (آذر و همکاران، ۱۳۸۹: ۸):

V : یعنی i منجر به j می‌شود؛

X : یعنی بین i و j تأثیر متقابل و دو طرفه وجود دارد؛

A : یعنی j بر i تأثیر یکطرفه دارد؛ و

O : یعنی هیچ رابطه‌ای میان دو شاخص وجود ندارد.

[1] . Structural Self-Interaction Matrix
[2] . reachability matrix

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2024-10-12]

۳-۲) تشکیل ماتریس دسترسی اولیه و نهایی (RM)

ماتریس دسترسی با استفاده از ماتریس ساختاری خود تعاملی توسعه داده می‌شود و این ماتریس به منظور تسری بودن بررسی می‌شود. تسری رابطه محتوایی یک فرضیه اساسی در مدلسازی ساختاری تفسیری می‌باشد. تسری یعنی اگر متغیر «الف» با متغیر «ب» در ارتباط باشد، و متغیر «ب» با متغیر «ج» در ارتباط باشد در نتیجه متغیر «الف» با متغیر «ج» در ارتباط است. سپس بر اساس روابطی که در ماتریس دسترسی تعیین شده‌اند، یک گراف جهت‌دار رسم می‌شود و روابط تسری حذف می‌شوند.

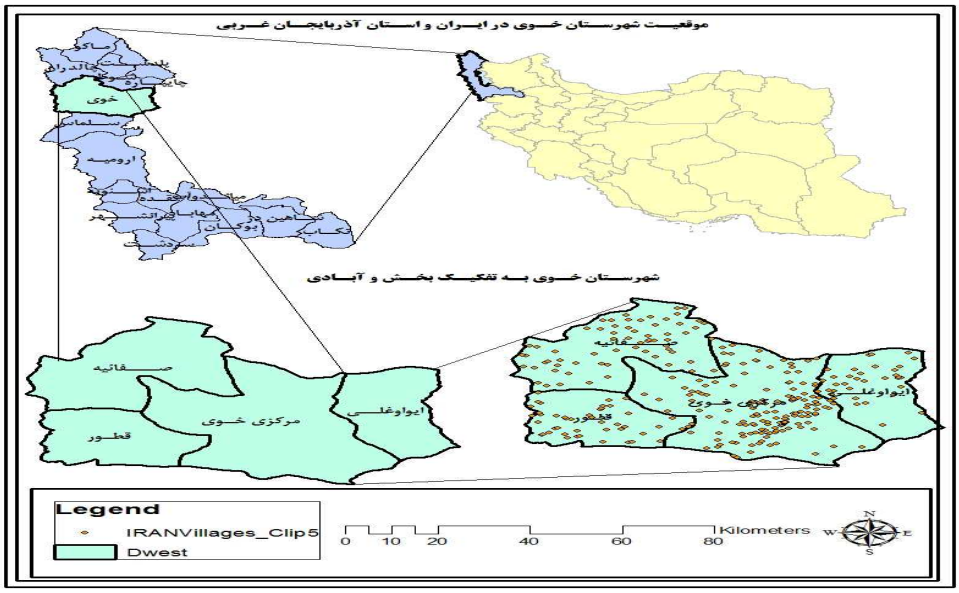
۳-۳) تعیین روابط پسین، پیشین و سطح‌بندی شاخص‌ها

برای تعیین روابط وسطح بندی ابعاد و شاخص‌ها باید مجموعه خروجی‌ها و مجموعه ورودی‌ها را برای هر بعد/شاخص از ماتریس دریافتی استخراج نمود. مجموعه خروجی‌ها شامل خود بعد/شاخص وابعاد/شاخص‌هایی که از آن تأثیر می‌پذیرد. مجموعه ورودی‌ها شامل خود بعد/شاخص و مجموعه ابعاد/شاخص‌هایی که بر آن تأثیر می‌گذارند. سپس مجموعه روابط دو طرفه هر یک از بعد/شاخص‌ها مشخص می‌شود. یعنی تعداد بعد/شاخص‌های که در دو مجموعه ورودی و خروجی تکرارشده است. ابعاد/شاخص‌ها بر اساس مجموعه‌های حاصله سطح‌بندی می‌شوند. به طور معمول، ابعاد/شاخص‌هایی که مجموعه خروجی و مجموعه روابط دو طرفه یکسان داشته باشند، ابعاد /شاخص‌های سطح بالایی سلسله مراتب را تشکیل می‌دهند. بنابراین ابعاد/شاخص های سطح بالایی منشأ هیچ بعد/شاخص دیگری نخواهند بود. هنگامی که سطح بالایی تعریف گردید، از دیگر ابعاد/شاخص‌ها تفکیک می‌شود. سپس به‌واسطه یک فرآیند همسان، سطوح بعدی مشخص می‌شود (آذر و بیات،۱۳۸۷: ۱۲).

۳-۴) ترسیم شبکه تعاملات عوامل مؤثر در کارآفرینی روستایی

در این مرحله با استفاده از روابط پسین و پیشین و امتیاز سطح هر شاخص موقعیت آن در تعامل با دیگر شاخص‌ها مشخص شده و شبکه تعاملات آنها ترسیم می‌گردد. شهرستان خوی یکی از شهرستان‌های استان آذربایجان غربی است که شهر خوی مرکز این شهرستان است. دارای چهار بخش قطور، مرکزی(خوی)، ایواوغلی و زرآباد (صفائیه) بوده و دارای ۲۱۸ آبادی است. جمعیت این شهرستان طبق سرشماری سال ۱۳۹۰ برابر با ۳۵۴/۳۰۹ نفر بوده‌است که از این تعداد ۲۲۶/۷۶۰ نفر آنان در نقاط شهری و ۱۲۷/۵۴۹ نفر آنان در نقاط روستایی ساکن می‌باشند. زراعت، باغداری، پرورش زنبور عسل و دامداری بخش عمده‌ای از کسب و کارهای روستاییان این شهرستان را تشکیل می‌دهد. از نظر فرهنگی مردم شهرستان خوی به زبان ترکی آذربایجانی تکلم می‌کنند و مسلمان و شیعه مذهب هستند و آداب و رسوم آنان تلفیقی از آیین‌های پیش از اسلام و اسلامی است.

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2024-10-12]



شکل شماره (۱): نقشه موقعیت منطقه مورد مطالعه

۴) یافته‌های تحقیق

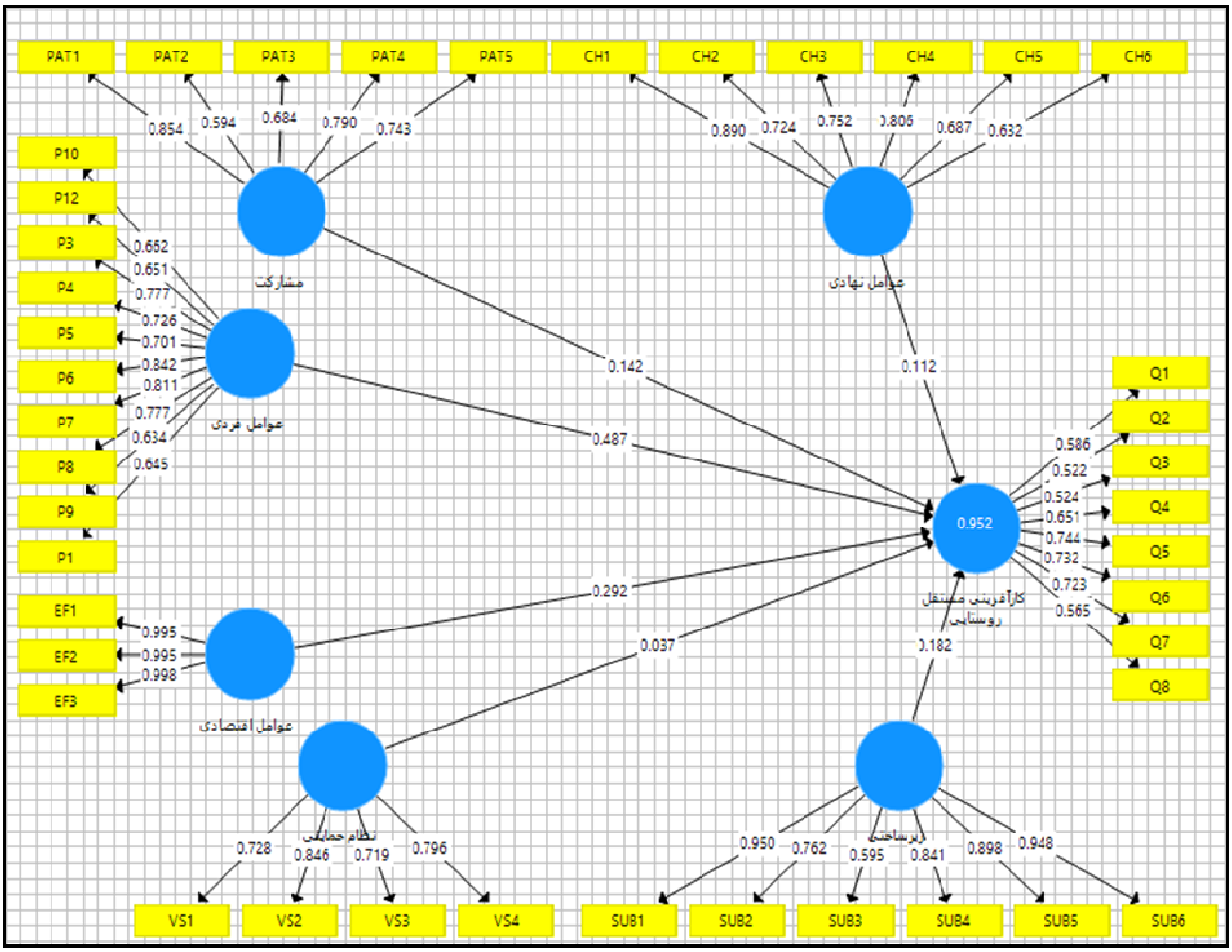
۱-۴) گام اول : شناسایی، دسته‌بندی و تحلیل عاملی مرتبه دوم

همانطور که در بخش روش‌شناسی تحقیق نیز توضیح داده شد؛ برای شناسایی عوامل مؤثر در کارآفرینی مستقل روستایی با استفاده از روش دلفی طی سه مرحله از ۱۸ تن از خبرگان کارآفرینی روستایی استفاده شد. نتایج به دست آمده از نظرات خبرگان محلی بعد از جمع‌بندی و تطبیق با ادبیات نظری تحقیق، توسط ۴ تن از کارشناسان دسته‌بندی گردید و در قالب پرسشنامه در اختیار ۸۳ تن از دهیاران و شوراهای اسلامی روستاهای منطقه مورد مطالعه قرار گرفت. معیار انتخاب و نمونه‌گیری از دهیاران و شوراهای اسلامی نیز آگاهی، امکان دسترسی به این افراد و تمایل آنها به همکاری بوده است. سپس نتایج به دست آمده از پرسشنامه‌ها طی مراحل زیر مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

شکل (۲) تصویری از نمودار تحلیل عاملی است و مدل تحلیل عاملی تأییدی دو مرتبه‌ای را در حالت تخمین ضرایب استاندارد نشان می‌دهد. در این مدل عامل کارآفرینی مستقل روستایی متغیر وابسته و شش عامل، عوامل فردی، عوامل اقتصادی، نظام‌های حمایتی، مشارکت، عوامل نهادی و عوامل زیرساختی متغیرهای مستقل است که توسط متغیرهای آشکار ارزیابی می‌شود. برای آگاهی از ساختار مناسب پرسشنامه و همچنین همبستگی میان عوامل اصلی و متغیرها از بارهای عاملی استفاده شده است. اگر نمره بار عاملی برای هریک از متغیرها کمتر از ۰/۵ باشد، لازم است که آن متغیر از مدل کنار گذاشته شود (شیخی نژاد،۱۳۹۲: ۱۵۴) .

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2024-10-12]

اعداد روی خطوط در این مدل نشانگر امتیاز بار عاملی متغیرهای تحقیق است. با توجه به نمرات به دست آمده برای متغیرها، بجز دو متغیر P2 و P11 که مربوط به شاخص عوامل فردی است. سایر متغیرها از بار عاملی قابل قبول برخوردار هستند. به عبارت دیگر، امتیاز بار عاملی همه متغیرها بجز دو متغیر یاد شده بالاتر از امتیاز ۰/۵ است. بدین‌سان، دو متغیر یاد شده از مدل حذف شده و بار دیگر مدل بدون در نظر گرفتن آنها اصلاح و برآورد گردید.



شکل شماره (۲): مدل اصلاح شده تحقیق در حالت تخمین ضرایب استاندارد برای عناصر تأثیرگذار در توسعه کارآفرینی روستایی

برای آزمون مدل اولیه تحقیق ابتدا ضرایب تأثیر هر یک از متغیرهای مدل (متغیرهای پنهان) بر روی متغیر کارآفرینی مستقل روستایی محاسبه شد. همان طور که در جدول (۳) نیز مشاهده می‌شود. متغیرهای مستقل عوامل فردی و اقتصادی به ترتیب با امتیاز ۰/۴۸ و ۰/۲۹ بیشترین ضریب تأثیر و متغیر مستقل نظام حمایتی با امتیاز ۰/۰۳ کمترین ضریب تأثیر را بر کارآفرینی مستقل روستایی دارند.

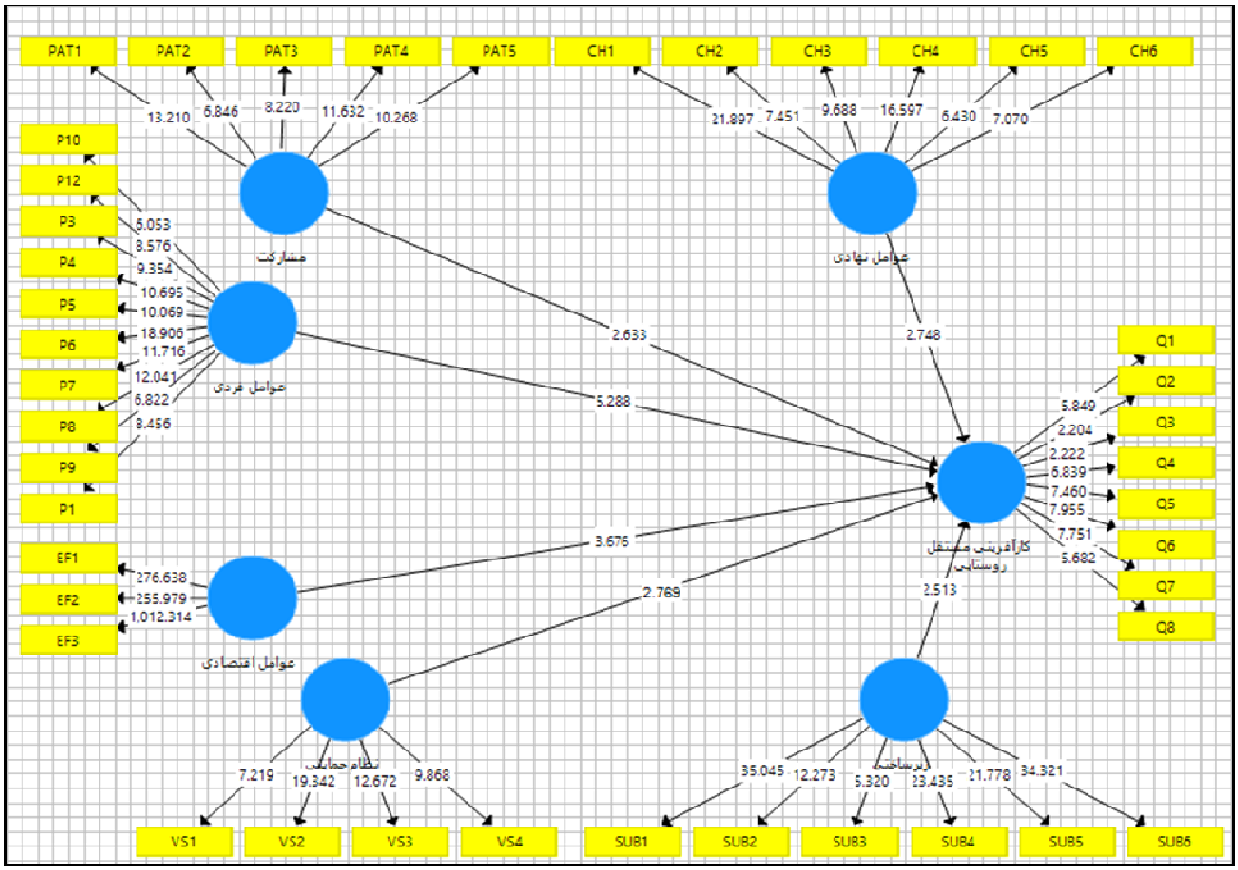
[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2024-10-12]

جدول شماره (۳): ضریب مسیر عوامل شناسایی شده در کارآفرینی مستقل روستایی

نوع تأثیر			جهت تأثیر	ضریب مسیر
عوامل فردی	مؤثر در	کارآفرینی مستقل روستایی	مستقیم	۰/۴۸
عوامل اقتصادی	مؤثر در	کارآفرینی مستقل روستایی	مستقیم	۰/۲۹
نظام‌های حمایتی	مؤثر در	کارآفرینی مستقل روستایی	مستقیم	۰/۰۳
مشارکت	مؤثر در	کارآفرینی مستقل روستایی	مستقیم	۰/۱۴
عوامل نهادی	مؤثر در	کارآفرینی مستقل روستایی	مستقیم	۰/۱۱
عوامل زیرساختی	مؤثر در	کارآفرینی مستقل روستایی	مستقیم	۰/۱۸

منبع: مطالعات پژوهش، ۱۳۹۵.

در ادامه، قدر مطلق معناداری متغیرها (معناداری بارهای عاملی- معناداری مسیرها) با استفاده از ضرایب T-Value اندازه گیری شد که هدف از آن آزمون معادلات اندازه‌گیری و معادلات ساختاری با استفاده از آماره t است. اعداد روی خطوط مسیر و نیز خطوط مربوط به بارهای عاملی، مقادیر t را نشان می‌دهد. بر طبق این مدل، اگر مقدار آماره t از ۱/۹۶ بیشتر باشد، ضریب مسیر در سطح اطمینان ۹۵٪ معنادار است. همان طور که در شکل (۳) مشاهده می‌شود، مقادیر T-Value به دست آمده برای تمامی مسیرها از میزان استاندارد قدر مطلق ۱/۹۶ بالاتر است و نشانگر این است که عوامل و مؤلفه‌های ساخته شده اولیه مدل، قابلیت تأثیر گذاری بر کارآفرینی مستقل روستایی را خواهند داشت.



شکل شماره (۳): مدل تحقیق در حالت قدر مطلق معناداری (T-Value) عناصر تأثیرگذار در توسعه کارآفرینی مستقل روستایی روستایی

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2024-10-12]

در تحقیق حاضر برای بررسی پایایی متغیرهای مدل از ضریب آلفای کرونباخ به همراه شاخص پایایی ترکیبی (CR) و میانگین واریانس استخراج شده (AVE) استفاده شده است. امتیاز قابل قبول برای ضریب آلفای کرونباخ و شاخص پایایی ترکیبی بالا بودن امتیاز هریک از متغیرها از ۰/۷ و برای میانگین واریانس استخراج شده نیز بالاتر از ۰/۵ است که با توجه به امتیازات به دست آمده متغیرهای مدل از پایایی لازم برخوردار است (جدول ۴).

جدول شماره (۴): پایایی محاسبه شده برای متغیرهای مدل تحقیق

عوامل	ضریب آلفای کرونباخ	CR	AVE
عوامل اقتصادی	۰/۷۸	۰/۸۸	۰/۷۲
عوامل زیرساختی	۰/۸۴	۰/۸۷	۰/۵۹
عوامل فردی	۰/۸۹	۰/۹۱	۰/۵۳
عوامل نهادی	۰/۸۴	۰/۸۸	۰/۵۶
مشارکت	۰/۷۸	۰/۸۵	۰/۵۴
نظام‌های حمایتی	۰/۷۷	۰/۸۵	۰/۶۰
کارآفرینی مستقل روستایی	۰/۹۳	۰/۹۴	۰/۵۴

منبع: مطالعات پژوهش، ۱۳۹۵.

برای سنجش روایی واگرا نیز بار تقاطعی گویه‌ها و همبستگی بین متغیرهای پنهان مورد سنجش قرار گرفت. در سنجش بار تقاطعی گویه‌ها، بار عاملی هر گویه بر سازه خود باید حداقل ۰/۱ بیشتر از بار عاملی آن بر دیگر سازه‌ها باشد. با توجه نتایج به دست آمده، گویه‌های مدل تحقیق از بار عاملی حداقل ۰/۱ بیشتر نسبت به بارعاملی بر دیگر سازه‌ها بوده است. برای بررسی همبستگی بین متغیرهای پنهان مدل نیز لازم است که مجذور میانگین واریانس استخراج شده $(\sqrt{AVE})$ برای هر متغیر از امتیاز همبستگی آن متغیر نسبت به سایر متغیرها بیشتر باشد. جدول(۵) ضریب همبستگی پیرسون را برای هر یک از متغیرهای مدل محاسبه کرده است. براساس این همبستگی، ضریب مثبت نشان دهنده رابطه مثبت و مستقیم و ضریب منفی نشانگر رابطه منفی و معکوس بین دو متغیر مدل تحقیق است. همان طور که مشاهده می‌شود تمامی ضرایب مثبت بوده که نشانگر وجود رابطه مستقیم و مثبت بین متغیرها است. همچنین امتیاز مجذور میانگین واریانس استخراج شده برای هر متغیر از امتیاز همبستگی آن با سایر متغیرها بیشتر است، از این رو می‌توان گفت که مدل از روایی لازم نیز برخوردار است.

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2024-10-12]

جدول شماره (۵): روایی واگرا و ضریب همبستگی محاسبه شده برای متغیرهای مدل تحقیق

متغیرهای پنهان	عوامل اقتصادی	مشارکت	عوامل نهادی	عوامل فردی	عوامل زیرساختی	نظام‌های حمایتی		$\sqrt{AVE}$	$\sqrt{AVE}$
عوامل اقتصادی	۱							۰/۸۴	۰/۸۸
مشارکت	۰/۵۰	۱						۰/۷۶	
عوامل نهادی	۰/۳۴	۰/۸۱	۱					۰/۷۲	
عوامل فردی	۰/۶۵	۰/۶۸	۰.۵۰	۱				۰/۷۴	
عوامل زیرساختی	۰/۳۴	۰.۴۷	۰/۳۷	۰/۶۹	۱			۰/۷۳	
نظام‌های حمایتی	۰/۳۳	۰/۵۹	۰/۴۲	۰/۶۳	۰/۴۴	۱		۰/۷۷	
کارآفرینی مستقل روستایی	۰/۶۵	۰/۸۵	۰/۷۲	۰/۹۳	۰/۷۰	۰/۷۲	۱	۰/۷۳	

منبع: مطالعات پژوهش، ۱۳۹۵.

پس از بررسی کیفیت مدل اندازه‌گیری (اعتبار اشتراک) مشخص شد، مجموع مجذورات مشاهدات برای هر متغیر (SSO)، مجموع مجذورات خطاهای پیش‌بینی برای هر متغیر (SSE) و شاخص وارسی اعتبار اشتراک (1-SSE/SSO) محاسبه گردید. براساس این برآورد مدل اندازه‌گیری زمانی کیفیت مناسب را دارا است که شاخص وارسی اعتبار اشتراک متغیرها مثبت باشد. نتایج به دست آمده از محاسبه شاخص وارسی اعتبار اشتراک برای متغیرهای مدل تحقیق نشانگر این است که این متغیرها دارای امتیازات مثبت می‌باشند که مناسب بودن کیفیت مدل اندازه‌گیری را تأیید می‌کند (جدول۶).

جدول شماره (۶): شاخص وارسی اعتبار اشتراک متغیرهای مدل تحقیق

عوامل	SSO	SSE	1-SSE/SSO
عوامل اقتصادی	۳۰۰۰۰۰	۲۱۰/۰۹	۰/۳۰۰
عوامل زیرساختی	۵۰۰۰۰۰	۴۰۹/۲۹	۰/۱۸۱
عوامل فردی	۱۰۰۰۰۰۰	۵۵۷/۴۸	۰/۴۴۳
عوامل نهادی	۶۰۰۰۰۰	۴۲۵/۵۸	۰/۲۹۱
مشارکت	۵۰۰۰۰۰	۳۰۴/۲۱	۰/۳۹۲
نظام‌های حمایتی	۴۰۰۰۰۰	۲۷۹/۹۱	۰/۳۰۰
کارآفرینی مستقل روستایی	۳/۵۰۰۰۰۰	۲/۳۳۷	۰/۳۳۰

منبع: مطاعات پژوهش، ۱۳۹۵.

در گام دیگر از آزمون مدل تحقیق، جهت آگاهی از درصد تغییرات پیش‌بینی شده توسط هرکدام از متغیرهای مدل میزان واریانس تبیین شده (R Square) برای هر یک از آنها محاسبه گردید. به عبارت دیگر، مقدار ضریب R Square نشان دهنده این موضوع است که چه مقدار از متغیر وابسته به کمک متغیر مستقل تبیین می‌شود. ضریب به دست آمده برای هر متغیر مستقل اگر نزدیک به ۰/۶۷باشد

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2024-10-12]

مطلوب، نزدیک به ۰/۳۳ باشد معمولی و نزدیک به ۰/۱۹ باشد ضعیف به حساب می‌آید. با توجه به نتایج به دست آمده متغیر عوامل اقتصادی ۴۳ درصد، متغیر عوامل زیرساختی ۵۰ درصد، متغیر عوامل فردی ۸۷ درصد، متغیر عوامل نهادی ۵۳ درصد، متغیر مشارکت ۷۴ درصد و متغیر نظام‌های حمایتی ۵۲ درصد توانایی پیش‌بینی تغییرات مربوط به متغیر وابسته (کارآفرینی مستقل روستایی) را دارد و در مجموع ۹۵ درصد توانایی تبیین متغیر وابسته را دارد (شکل ۲). با توجه به ضرایب به دست آمده برای هر یک از متغیرهای مستقل مدل تحقیق، متغیر عوامل فردی، مشارکت، حمایتی، نهادی و زیرساختی در پیش بینی تغییرات مربوط به متغیر وابسته عملکرد متوسط به بالا و متغیر عوامل اقتصادی دارای توان مطلوب و بالایی از پیش‌بینی تغییرات متغیر وابسته است. بنابراین در حالت کلی می‌توان گفت که تمامی متغیرهای مدل تحقیق از توانایی مناسب برای سنجش تغییرات متغیر وابسته برخوردار هستند (جدول۷).

جدول شماره (۷): درصد تغییرات پیش‌بینی شده توسط متغیرهای مدل تحقیق

عوامل	ضریب تأثیر (R Square)	$\sqrt{R}$	$\sqrt{\overline{R^2}}$
عوامل اقتصادی	۰/۴۳	۰/۶۵	۰/۷۶
عوامل زیرساختی	۰/۵۰	۰/۷۰	
عوامل فردی	۰/۸۷	۰/۹۳	
عوامل نهادی	۰/۵۳	۰/۷۲	
مشارکت	۰/۷۴	۰/۸۶	
نظام‌های حمایتی	۰/۵۲	۰/۷۲	

منبع: مطالعات پژوهش، ۱۳۹۵.

شاخص GOF یا همان شاخص نیکویی برازش مدل سازش بین کیفیت مدل ساختاری و مدل اندازه-گیری شده را نشان می‌دهد. چنانچه شاخص GOF بالاتر از ۰/۴ باشد نشانگر برازش مدل است که از طریق رابطه زیر محاسبه می‌گردد.

$$GOF = \sqrt{\overline{AVE}} \times \sqrt{\overline{R^2}} \quad \rightarrow \quad GOF = 0.88 \times 0.76 = 0.66$$

در این رابطه $\overline{AVE}$ و $\overline{R^2}$ میانگین میزان واریانس تبیین شده (R Square) برای هر یک از متغیرها و مجذور میانگین واریانس استخراج شده $(\sqrt{AVE})$ برای هر یک از آنها است که در جداول (۵) و (۷) نشان داده شده‌اند. مقدار شاخص GOF به دست آمده برای مدل تحقیق برابر ۰/۶ است که از میزان ۰/۴ بیشتر است. بنابراین داده‌های تحقیق حاضر با ساختار عاملی و زیربنای نظری تحقیق برازش مناسبی دارد که نشانگر همسو بودن سوال‌های تحقیق با سازه‌های نظری است.

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2024-10-12]

۲-۴) گام دوم: طراحی مدل کارآفرینی مستقل روستایی

همانطور که در بخش روش‌شناسی تحقیق نیز اشاره شد، در این مرحله از نظرات ۱۰ نفر از کارشناسان و خبرگان کارآفرینی روستایی محلی برای تعیین روابط میان شاخص‌های تحقیق استفاده شده است. اطلاعات به دست آمده از نظرات کارشناسان محلی بعد از انجام جمع‌بندی‌های لازم در محیط نرم‌افزار الگوسازی ساختاری – تفسیری (ISM) وارد شد و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت و در تشکیل ماتریس خود – تعاملی ساختاری که اساس طراحی مدل کارآفرینی مستقل روستایی است، مورد استفاده قرار گرفت (جدول ۸).

جدول شماره (۸): ماتریس خود – تعاملی ساختاری شاخص‌های تحقیق[1]

شاخص‌ها J / I		۲	۳	۴	۵	۶
۱	عوامل فردی	A	X	A	A	A
۲	عوامل زیرساختی		V	V	V	V
۳	مشارکت			X	A	A
۴	عوامل نهادی				X	V
۵	نظام‌های حمایتی					X
۶	عوامل اقتصادی					

منبع: مطالعات پژوهش، ۱۳۹۵.

برای تشکیل ماتریس دستیابی در محیط نرم‌افزار الگوسازی ساختاری – تفسیری داده‌های ماتریس خود – تعاملی ساختاری به یک ماتریس دو ارزشی صفر و یک (۰ و ۱) تبدیل شد. برای تبدیل داده‌ها به صفر و یک به اینگونه عمل می‌شود که در هر سطر عدد یک را جایگزین علامت‌های X و V و عدد صفر را جایگزین علامت‌های A و O می‌کنیم. این عمل در محیط نرم افزار که با تعریف روابط شاخص‌ها با یکدیگر به صورت مقایسه تأثیرات زوجی است؛ برآورد می‌شود. به این ترتیب از اعداد نشانگر هرکدام از شاخص‌ها در محور X و Y استفاده می‌شود که به ازای هر پاسخ «بله» که نشانگر وجود رابطه بین دو متغیر است، نرم افزار عدد ۱ و به ازای هر پاسخ «نه» که نشانگر عدم وجود رابطه میان دو شاخص در حال مقایسه است، عدد صفر (۰) قرار داده می‌شود. نتیجه به دست آمده در این مرحله ماتریس دست-یابی اولیه است. در ماتریس دستیابی اولیه صرفا روابط مستقیم بین شاخص‌ها در نظر گرفته می‌شود. بنابراین روابط غیرمستقیم آنها برآورد نمی‌گردد. به همین دلیل در ادامه روابط ثانویه بین شاخص‌ها مورد ارزیابی قرار گرفت. منظور از روابط ثانوی میان شاخص‌ها این است که اگر شاخص ۱ بر شاخص ۲ تأثیرگذار باشد و شاخص ۲ بر شاخص ۳ تأثیر بگذارد، در این صورت شاخص یک بر شاخص ۳ تأثیرگذار

[1] .V: یعنی i منجر به j می‌شود؛ X : یعنی بین i و j تاثیر متقابل و دو طرفه وجود دارد؛A : یعنی j بر i تاثیر یکطرفه دارد؛ وO : یعنی هیچ رابطه‌ای میان دو شاخص وجود ندارد.

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2024-10-12]

است. همچنین در این مرحله امتیاز قدرت نفوذ و میزان تأثیرپذیری شاخص‌ها ارزیابی گردید. برای به دست‌یابی به امتیاز نفوذ هر شاخص اعداد مربوط به سطر و برای به دست آوردن میزان تأثیرپذیری هر شاخص اعداد ستون مربوط به آن شاخص در ماتریس دستیابی نهایی جمع شده است، به عبارت بهتر، اعداد مربوط به سطر هر شاخص نشانگر میزان تأثیر آن شاخص بر سایر شاخص‌ها و اعداد ستون مربوط به هر شاخص نشانگر میزان تأثیرپذیری آن شاخص از سایر شاخص‌ها است، بنابراین جمع جبری امتیازات سطر و ستون مربوط به هر شاخص به ترتیب نشانگر تأثیرگذاری و تأثیرپذیری آن شاخص است که نتیجه آن در جدول (۹) مشاهده می‌شود.

جدول شماره (۹): ماتریس دستیابی نهایی و قدرت نفوذ و میزان وابستگی شاخص‌ها

ردیف	ابعاد	۱	۲	۳	۴	۵	۶	قدرت نفوذ
۱	عوامل فردی	۱	۰	۱	۰	۰	۰	۲
۲	عوامل زیرساختی	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۶
۳	مشارکت	۱	۰	۱	۰	۰	۰	۲
۴	عوامل نهادی	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۵
۵	نظام‌های حمایتی	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۵
۶	عوامل اقتصادی	۱	۰	۱	۰	۰	۱	۳
	میزان وابستگی	۶	۱	۶	۳	۳	۴	

منبع: مطالعات پژوهش، ۱۳۹۵.

در این مرحله امتیازات پسینه و پیشینه برای هر کدام از شاخص‌ها برآورد گردید. امتیاز پسینه شاخص‌ها نشانگر این است که هر شاخص بر روی چند شاخص دارای تأثیرگذاری است. همچنین امتیاز پیشینه مربوط به هر شاخص نشان دهنده این موضوع است که شاخص مورد نظر از چند شاخص تأثیر می‌پذیرد. هدف از محاسبه امتیازات پسینه و پیشینه مشخص کردن جهت تأثیرات هر شاخص در ساختار است. (جداول ۱۰ و ۱۱)

جدول شماره (۱۰): روابط شاخص‌های کارآفرینی مستقل روستایی

شاخص	پیشینه	پسینه	مشترک
عوامل فردی	۱و۲و۳و۴و۵و۶	۱و۳	۱و۳
عوامل زیرساختی	۲	۲و۱و۳و۴و۵و۶	۲
مشارکت	۳و۱و۲و۴و۵و۶	۱و۳	۱و۳
عوامل نهادی	۴و۲و۵	۴و۱و۳و۵و۶	۴و۵
نظام‌های حمایتی	۵و۲و۴	۵و۱و۳و۴و۶	۵و۴
عوامل اقتصادی	۶و۲و۴و۵	۶و۱و۳	۶

منبع: مطالعات پژوهش، ۱۳۹۵.

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2024-10-12]

همانطور که ذکر شد امتیازات پیسینه و پیشینه هر شاخص از تعداد شاخص‌هایی که بر آن تأثیر می-گذارند و یا تأثیر می‌پذیرند، به دست می‌آید. علاوه بر امتیاز پیسنه و پیشینه امتیاز نقش هر شاخص که از مجموع امتیازات پیشینه و پسینه هر یک از شاخص‌ها به دست می‌آید نشانگر میزان فعالیت و یا به عبارت دیگر میزان نقشی است که هر شاخص در ساختار مدل فارغ از تأثیر گذاری یا تأثیر پذیری (بدون در نظر گرفتن جهت تأثیرها) بر شاخص‌های دیگر ایفا می‌کند. همچنین خالص امتیاز پسینه و پیشینه نیز برای هر شاخص محاسبه شد. این امتیاز از اختلاف امتیاز پسینه هر شاخص با امتیاز پیشینه آن محاسبه می‌گردد. به عنوان مثال در جدول (۱۰) امتیاز پسینه شاخص عوامل فردی برابر با عدد ۱ است که نشان می‌دهد عوامل فردی بر روی هیچ کدام از شاخص‌ها تأثیرگذار نیستند و در مقابل امتیاز پیشینه ۵ نشان می‌دهد که این شاخص از تمامی شاخص‌ها تأثیر می‌پذیرد. بنابراین اگر امتیاز پسینه این شاخص را از امتیاز پیشینه آن کم کنیم این عدد برابر با ۴- می‌شود که امتیاز خالص پیشینه و پسینه به حساب می‌آید که نشان دهنده تأثیرپذیری این شاخص در ساختار مدل تحقیق است. مجموع امتیاز خالص برای هر شاخص نیز از تفاوت امتیاز خالص پسینه و پیشینه هر شاخص با امتیاز سطح آن شاخص به دست می‌آید.

جدول شماره (۱۱): سطح بندی شاخص‌های کارآفرینی مستقل روستایی

شاخص	امتیاز پیشینه	امتیاز پسینه	امتیاز نقش	خالص امتیاز پسینه و پیشینه	مجموع امتیاز خالص	سطح
عوامل فردی	۵	۱	۶	-۴	-۳	۱
عوامل زیرساختی	۰	۵	۵	۵	۹	۴
مشارکت	۵	۱	۶	-۴	-۳	۱
عوامل نهادی	۲	۴	۶	۲	۵	۳
نظام‌های حمایتی	۲	۴	۶	۲	۵	۳
عوامل اقتصادی	۳	۲	۵	-۱	۱	۲

منبع: مطالعات پژوهش، ۱۳۹۵.

در ادامه برای ترسیم مدل کارآفرینی مستقل روستایی، اقدام به تشکیل ماتریس قدرت نفوذ – وابستگی برای شاخص‌های تشکیل دهنده مدل گردید. برای این کار شاخص ها براساس امتیاز قدرت و امتیاز نفوذی که به دست آورده‌اند، به چهار طبقه زیر تقسیم شده است (شکل ۵):

طبقه ۱ : شاخص‌هایی که قدرت نفوذ و تأثیرپذیری چندانی نسبت به دیگر شاخص‌ها ندارد؛

طبقه ۲ : شاخص‌هایی که وابستگی زیادی به دیگر شاخص‌ها دارد (امتیاز وابستگی بالا)؛

طبقه ۳ : شاخص‌هایی که با دیگر شاخص‌ها رابطه دو طرفه دارد؛

طبقه ۴: شاخص‌هایی که بر روی شاخص‌های دیگر تأثیر قابل توجهی دارد (امتیاز نفوذ بالا)؛

به توضیحات مربوط به ماترس نفوذ – تأثیرپذیری در قسمت نتایج پرداخته خواهد شد.

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2024-10-12]

۶	۲					
۵		IV	۴و۵		III	
۴						
۳				۶		
۲		I			II	۱و۳
۱						
	۱	۲	۳	۴	۵	۶

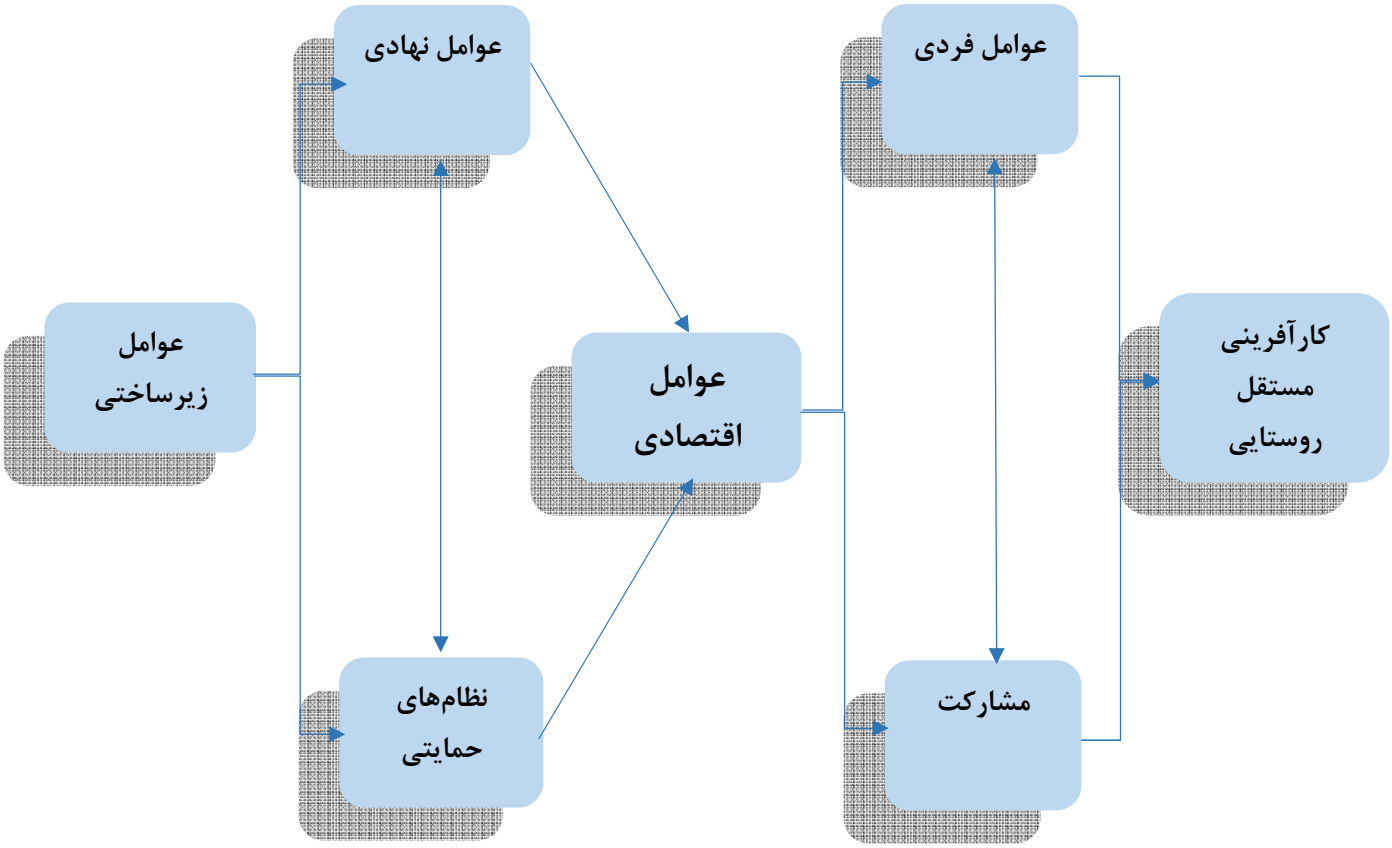
قدرت نفوذ

تأثیرپذیری

کم تأثیرپذیری زیاد

شکل شماره (۵): ماتریس قدرت نفوذ – تأثیرپذیری

بعد از تشکیل ماتریس قدرت و نفوذ که مشخص کننده وضعیت هرکدام از شاخص‌ها در مدل کارآفرینی مستقل روستایی است، مدل نهایی تحقیق به شکل زیر ترسیم گردید (شکل ۶).



شکل شماره (۶): مدل کارآفرینی مستقل روستایی

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2024-10-12]

۵) نتیجه‌گیری

کارآفرینی مانند هر پدیده‌ی اقتصادی – اجتماعی دیگری در بستر محیطی ایجاد و پروش پیدا می-کند. برای پرورش کارآفرینی در هر منطقه‌ای لازم است تا عوامل و ذی‌نفع‌های آن شناسایی و عملکرد و روابط آنها بررسی و مهندسی گردد. تحقیق حاضر نیز این دو هدف مهم را دنبال کرده است. در گام اول تحقیق، پس از شناسایی عوامل تأثیرگذار در کارآفرینی روستایی منطقه مورد مطالعه، ساختار و عملکرد آنها بررسی شد و مشخص گردید که الگوی توسعه کارآفرینی بیشتر وابسته به ویژگی‌های شخصی کارآفرینان است. این موضوع نشانگر این است که در مناطق روستایی مورد مطالعه، محیط فرهنگی این جوامع تا حدود زیادی ایجاد و توسعه کسب و کارهای جدید را به عنوان هنجار پذیرفته است، اما در صورتی این فرهنگ در زمینه کارآفرینی به رشد و بالندگی خواهد رسید که با آموزش‌های کارآفرینی و دیگر برنامه‌های حمایتی از کارآفرینان همراه باشد. این موضوع با دیگر یافته‌های تحقیق ثابت می‌گردد؛ چراکه نتایج بررسی‌ها نشان می‌دهد، نظام حمایتی از کارآفرینی روستایی در شهرستان خوی بسیار ضعیف عمل می‌کند.

نبود حمایت‌های قانونی و برنامه‌های مشوق کارآفرینی از جمله مشکلات کارآفرینی روستایی منطقه است. همچنین نبود برنامه‌های آموزشی و ترویجی کارآفرینی، نبود سازمان‌های محلی حامی کارآفرینی و یا عدم آشنایی کافی آنها با فعالیت‌های کارآفرینانه و نبود افراد متخصص در زمینه کارآفرینی که لازمه مشارکت روستاییان در فعالیت‌های کارآفرینانه را فراهم می‌کنند، از دیگر موانع محیطی در جوامع یاد شده است که در این زمینه مسئولیت وضعیت موجود بر عهده دولت ملی و محلی است. نکته قابل تأمل دیگر در زمینه یافته‌های گام اول، پایین بودن تأثیر عوامل زیرساختی در ایجاد و توسعه کارآفرینی روستایی بود. با اینکه در سال‌های اخیر فعالیت‌های زیرساختی – فیزیکی مناسبی در مناطق روستایی انجام شده است، ولی تا زمانی که سایر شرایط محیطی مانند توسعه زیرساخت‌های نرم، محیط اقتصادی، نظام‌های حمایتی، زمینه‌های مشارکتی، محیط نهادی و برخی عوامل فردی مانند تقویت آستانه ریسک-پذیری روستاییان و دانش مدیریتی آنها در زمینه مدیریت مالی – حسابداری و مدیریت کسب و کار تقویت نشود، این زیرساخت‌ها (فیزیکی) نقش قابل توجهی در توسعه کارآفرینی نخواهند داشت که این موضوع از عملکرد سیستمی کارآفرینی ناشی می‌گردد.

مورد دیگر در ارتباط با یافته‌های بخش نخست تحقیق، مسائل مالی کارآفرینان روستایی بود. جوامع روستایی مورد مطالعه ضمن اینکه از درآمد پایینی برخوردار است؛ به دلیل عدم دسترسی و یا عدم توان مالی کافی برای باز پرداخت، امکان استفاده از اندک تسهیلات مالی ارائه شده توسط بانک‌ها و برخی ارگان‌های دولتی را نیز ندارد. در این مناطق سرمایه لازم برای راه‌اندازی کسب و کارهای جدید عمدتاً توسط شخص مالک کسب و کار و یا خانواده وی تأمین می‌شود که این موضوع با توجه به ماهیت این

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2024-10-12]

کسب و کارها که به منابع مالی زیاد نیاز ندارند قابل توجیه است، اما در بسیاری از موارد پرسش‌شوندگان عدم دسترسی به تسهیلات مالی را بزرگترین مشکل در ایجاد کسب و کارهای جدید روستایی عنوان کردند.

پس از مشخص شدن شرایط حاکم بر محیط کارآفرینی روستایی در منطقه مورد مطالعه، این سوال مطرح شد که چگونه می‌توان در جهت پویاسازی این محیط عمل کرد؟ و در صورت عمل، کدام جنبه‌های محیطی در اولویت قرار دارند؟

برای این منظور از کارشناسان دانشگاهی محلی آگاه به مسائل کارآفرینی با تأکید بر نتایج بخش نخست تحقیق، استفاده گردید. نتایج به دست آمده که به عنوان پیشنهادهای تحقیق است، گویای این بوده که عوامل زیرساختی و زمینه‌ساز (زیرساخت‌های فیزیکی و زیرساخت‌های نرم)، زیربنایی‌ترین عنصر در مدل توسعه کارآفرینی روستایی در منطقه به حساب می‌آید. در واقع توسعه مناسب عوامل زیرساختی - فیزیکی در اکثر روستاهای منطقه که البته نیازمند توجه بیشتر به زیر ساخت‌های نرم مانند IT و ICT است؛ نقطه قوتی برای شروع برنامه‌ها در زمینه کارآفرینی به حساب می‌آید.

با وجود زیرساخت‌های ارتباطی - فیزیکی مناسب در منطقه، که علاوه براینکه دسترسی مناسب روستاییان به بازارها را ممکن می‌نماید، توسعه زیرساخت‌های نرم نیز علاوه بر تقویت دسترسی به بازارها، زمینه ایجاد و توسعه شبکه‌ها که امروزه یکی از مهم‌ترین عناصر اکوسیستم کارآفرینی را تشکیل می‌دهد، را فراهم خواهند ساخت. دسترسی روستاییان به اینترنت و سایر امکانات ارتباطی، می‌تواند در زمینه‌هایی مانند آموزش از راه دور روستاییان، شناسایی فرصت‌های کارآفرینی در منطقه و خارج از منطقه و حتی خارج از کشور توسط آنها، ایجاد و توسعه کارآفرینی دیجیتالی، دسترسی به بازارهای خارج از منطقه و کشور و امکان بازاریابی، تبلیغات و معرفی محصولات روستایی در بازارهای جدید فرا منطقه‌ای مؤثر باشد. با ایجاد این شرایط زمینه برای پویایی محیط نهادی و حمایتی از طریق ترویج کارآفرینی، تشکیل انجمن‌های کارآفرینی، تشکیل صندوق‌های مالی محلی از طریق آشنایی با زمینه‌ها و فرصت‌های کارآفرینی و تأمین مالی، برگزاری کلاس‌های آموزشی توسط خود روستاییان برای سایر افراد روستایی و یا استفاده از برنامه‌های آموزش از راه دور و آشنایی با جنبه‌های قانونی و حقوقی در زمینه ایجاد کسب و کارهای جدید مانند یارانه‌های دولتی، طرح‌های توسعه کارآفرینی و سایر مشوق‌های قانونی توسط روستاییان و عوامل اجرایی در روستاها، فراهم خواهد شد. با فراهم شدن شرایط فوق، از یک سو زمینه برای جذب سرمایه‌گذاری‌های مخاطره‌پذیر و فرشتگان سرمایه‌گذار فراهم شده و از سوی دیگر، با فعالیت-های نهادی و زیرساختی صورت گرفته، بازار سرمایه‌های دولتی نیز به روی روستاییان گشوده می‌شود. همچنین با بالا رفتن سطح آگاهی و دانش روستاییان، سرمایه‌های شخصی و خانوادگی بیشتری نیز در زمینه کارآفرینی به کار گرفته خواهد شد که این موارد باعث پویایی محیط اقتصادی روستاهای منطقه

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2024-10-12]

خواهد گردید. با عملکرد مناسب چهار محیط حیاتی ذکر شده، شرایط برای پویایی دو عنصر روبنایی مدل تحقیق (عوامل فردی و مشارکت)، فراهم می‌گردد. با تشکیل نهادهای حامی کارآفرینی، وجود پشتوانه-های مالی و خدماتی و آموزش‌های ارائه شده به روستاییان که باعث تقویت و پرورش توان شناسایی فرصت‌های کارآفرینی، بالا رفتن آستانه تحمل ریسک و عدم قطعیت، پرورش خلاقیت و نوآوری، افزایش اعتماد به نفس، آشنایی با اصول مدیریت کسب و کارهای جدید و افزایش دانش کارآفرینی روستاییان و در حالت کلی شکوفایی ویژگی‌های شخصیتی روستاییان می‌شود، زمینه برای مشارکت بیشتر آنها در شناسایی فرصت‌های کارآفرینی در مناطق روستایی، تشکیل نهادها و اتحادیه‌های کارآفرینی، ایجاد شبکه‌های کارآفرینان روستایی که در تشخیص فرصت، بهره‌برداری و عرضه محصولات تولید شده آنها نقش بسیار زیادی دارد، فراهم خواهد گردید.

در انتها نکته‌ای که قابل تأکید است، نقش دولت در تحقق کارآفرینی روستایی در منطقه مورد مطالعه به طور خاص و کشور به طور عام است. با توجه به ویژگی‌ها و شرایط روستاها در ایران، ابتکار عمل کارآفرینی روستایی در دست دولت است و رد پای دولت را می‌توان در تمامی مراحل مدل تحقیق مشاهده کرد. بنابراین ورود جدی دولت به مسائل کارآفرینی روستایی شرط اساسی موفقیت مدل ارائه شده است.

۶) منابع

- ابراهیم‌زاده پزشکی، رضا، نگار جلیلیان و سیدحیدر میرفخرالدینی، (۱۳۹۳)، **ارائه ی مدلی برای کنترل و کاهش آسیب های ناشی از وقوع زلزله با رویکرد مدل یابی ساختاری-تفسیری**، دوفصلنامه علمی‌پژوهشی مدیریت بحران، شماره پنجم، ص ۷۷-۶۵.
- ازکیا، مصطفی و غلامرضا غفاری، (۱۳۸۳)، **بررسی رابطهٔ بین اعتماد و مشارکت اجتماعی در نواحی روستایی شهر کاشان**، نامهٔ علوم اجتماعی، شماره ۱۷، ص ۳۱- ۳.
- ایمنی، سیاوش و سیدسعید هاشمی، (۱۳۸۸)، **نقش کارآفرینی در توسعهٔ پایدار گردشگری**، مجلهٔ کار و جامعه، شمارهٔ ۱۰۶-۱۰۷، ص ۱۰۶-۹۵.
- آذر، عادل، علی تیزرو، عباس مقبل‌باعرض و علی‌اصغر انواری رستمی، (۱۳۸۹)، **طراحی مدل چابکی زنجیره تأمین رویکرد مدلسازی تفسیری ساختاری**، پژوهشهای مدیریت در ایران، دوره ۱۴، شماره ۴، ص ۱-۲۵.
- آذر، عادل و کریم بیات، (۱۳۸۷)، **طراحی مدل فرآیند محوری کسب و کار با رویکرد مدلسازی ساختاری تفسیری (ISM)**، نشریه مدیریت فناوری اطلاعات، دوره ۱، شماره ۱، ص ۳-۱۸.
- بهکیش، محمدمهدی، (۱۳۸۰)، **اقتصاد ایران در بستر جهانی شدن**، نشر نی،چاپ اول، تهران.
- دربان استانه، علیرضا، نادر ملایی و بهرام هاجری، (۱۳۹۳)، **نقش کارآفرینی در عملکرد دهیاری‌ها (مطالعه موردی: شهرستان فاریاب)**، همایش علمی مدیریت روستایی و توسعه پایدار، تهران.

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2024-10-12]

- رضایی، بیژن، هدا نجف‌پور و نادر نادری، (۱۳۹۶)، **موانع و راهکارهای تسعه کارآفرینی سبز در شهرستان کرمانشاه**، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال ششم، شماره ۲، پیاپی ۲۰، ص ۷۸-۵۹.
- رضایی‌زاده، مرتضی، محسن انصاری، ایمون مورفی(۱۳۹۲)، **راهنمای کاربردی روش تحقیق مدیریت تعاملی (IM) و نرم‌افزار الگوسازی ساختاری تفسیری (ISM)**، انتشارات جهاد دانشگاهی، چاپ اول، تهران.
- رکن الدین افتخاری، عبدالرضا، مهدی پورطاهری، و نفیسه فضلی، (۱۳۹۳)، **تحلیل عوامل مؤثر در توسعهٔ کارآفرینی گردشگری روستایی**، مجله برنامه ریزی و توسعه گردشگری، سال سوم، شمارهٔ، ص ۱۰۷-۸۷.
- شیخی‌نژاد، فاطمه، (۱۳۹۲)، **طراحی مدلی برای تبیین رفتار سیاسی کارکنان در بخش دولتی (مورد مطالعه صنعت آب ایران)**، پایان‌نامه دکتری، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه تربیت‌مدرس، تهران.
- صفری‌علی‌اکبری، مسعود و حجت‌اله صادقی، (۱۳۹۶)، **تحلیل عوامل زمینه‌ساز ایجاد و رشد کارآفرینی روستایی (مورد مطالعه بخش دهدز در شهرستان ایذه)**، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال ششم، شماره ۲، پیاپی ۲۰، ص ۱۱۸-۹۷.
- فراهانی، حسین و سمیرا حاجی‌حسینی، (۱۳۹۲)، **ارزیابی ظرفیت های نواحی روستایی برای توسعهٔ کارآفرینی و توانمندسازی روستاییان (مطالعهٔ موردی روستاهای بخش شال شهرستان بوئین زهرا)**، پژوهش‌های روستایی، دورهٔ ۴، شمارهٔ ۴، ص ۷۴۸-۷۱۵.
- فراهانی، حسین، زکیه رسولی نیا و زهرا اصدقی‌سراسکانرود، (۱۳۹۳)، **عوامل اثرگذار بر رشد کارآفرینی در نواحی روستایی (مورد مطالعه دهستان جابرانصار در شهرستان آبدانان)**، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال سوم، شماره ۳، پیاپی ۹، ص ۱۶-۱.
- کریم‌زاده، حسین، محمدرضا نیکجو، میرستار صدرموسوی و حسین کوهستانی، (۱۳۹۳)، **شناسایی عوامل مؤثر در ایجاد فرصت‌های کارآفرینی در بخش گردشگری نواحی روستایی با استفاده از مدل معادلات ساختاری (SME)**، مجله جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی، سال ۲۵، پیاپی ۵۴، شماره ۲، ص ۲۹۰-۲۶۹.
- گلرد، پروانه، (۱۳۸۶)، **عوامل مؤثر در کارآفرینی زنان**، اطلاعات سیاسی- اقتصادی، شمارهٔ ۲۴۰-۲۳۹، ص ۲۱۳-۲۰۴.
- هاشمی، سیدسعید، سیدحسن مطیعی‌لنگرودی، مجتبی قدیری‌معصوم، محمدرضا رضوانی و سیدمحمد مقیمی، (۱۳۹۰)، **تبیین نقش دهیاری‌ها و شوراهای اسلامی در توسعهٔ کارآفرینی روستایی (مطالعهٔ موردی بهاباد استا یزد)**، پژهش‌های روستایی، سال دوم، شمارهٔ یکم، بهار ۱۳۹۰، ص ۹۳- ۱۱۴.
- هزارجریبی، جعفر، (۱۳۸۴)، **کارآفرینی**، نشر پژوهشکده ی امور اقتصادی، چاپ اول، تهران.
- Alison, M., (1990), **Entrepreneurship: An International Perspective**. Morrison. Routledge.
- Attri, R., Nikhil Dev, N., & Sharma, V., (2013), **interpretive structural modelling (ISM) approach**: an overview. Res J Manag Sci 2 (2): 3–8.
- Heaton, J., (2005), **Developing Entrepreneurs: An Examination of Systematic Approach's to Entrepreneurial Development for Rural Areas**, Illinois Institute for Rural Affairs, Rural Research Report.
- Heritot. K., (2002), **A New Approach to Rural Entrepreneurship a Case Study of Two Rural Electric Cooperatives**, Western Kentucky University, and Noel D. Campbell, North Georgia College & State University.

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2024-10-12]

- Jeanette S. Martina, M. N., (2010), **Social entrepreneurship among Kenyan farmers: A case example of acculturation challenges and program successes**, International Journal of Intercultural Relations 34 482–492.
- Jharkharia, S., & Shankar, R., (2005), **IT-enablement of supply chains: understanding the barriers**. Journal of Enterprise Information Management,18(1), 11-27.
- Lordkipanidze, M., Brezet, H., Backman, M., (2005), **The Entrepreneurship Factor in Sustainable Tourism Development**, Journal of Cleaner Production, PP. 787-798.
- Lordkipanidze. M., (2002), **Enhancing entrepreneurship in rural tourism for sustainable regional development**. The case of Söderslätt region, Sweden, The International Institute for Industrial Environmental Economics, IIIEE, Lund University.
- Patel, B., Chavda, K., (2013), **Rural Entrepreneurship in India: Challenge and Problems**, International Journal of Advance Research in Computer Science and Management Studies Kirit Chavda Volume 1, Issue 2, July 2013 pg. 28-37.
- Reagan B., (2002), **Are High-growth Entrepreneurs Building the Rural Economy?**, Center for the Study of Rural America. Kansas City, Mo.: Federal Reserve Bank of Kansas City.
- Saxena, S.,(2012), **Problems Faced By Rural Entrepreneurs and Remedies to Solve It**, IOSR Journal of Business and Management (IOSRJBM), Volume 3, Issue 1 (July-Aug. 2012), PP 23-29.
- Sindhu, S., Nehra, V., & Luthra, S., (2016), **Identification and analysis of barriers in implementation of solar energy in Indian rural sector using integrated ISM and fuzzy MICMAC approach**. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, *62*, 70-88.
- Verheul، I.,(2002), **An Eclectic Theory of Entrepreneurship**, Tinbergen Institute Discussion Paper Institute for Development Strategies University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship.
- Warfield, J. N., (1974), **developing interconnection matrices in structural modeling**. *Systems, Man and Cybernetics, IEEE Transactions on*, (1), 81-87.

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2024-10-12]