

## تحلیل عوامل زمینه‌ساز ایجاد و رشد کارآفرینی روستایی

### مورد: بخش دهدز در شهرستان ایذه

مسعود صفری علی‌اکبری؛ استادیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه پیام نور، ایران.

حجت اله صادقی\*؛ دانشجوی دکتری و عضو باشگاه پژوهشگران جوان و نخبگان دانشگاه آزاد اسلامی، واحد ایذه، ایران.

پذیرش نهایی: ۱۳۹۵/۱۰/۲۸

دریافت مقاله: ۱۳۹۵/۵/۱۹

#### چکیده

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

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

\* h\_sgeo@yahoo.com

## (۱) مقدمه

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

بدین‌سان، کارآفرینی به یک توسعه تدریجی مبتنی بر داشته‌های موجود منجر می‌شود؛ همچنان که شومپتر<sup>۲</sup> از آن به‌عنوان محرک رشد اقتصادی و پایه توسعه یاد می‌کند (Mohapatra et al, 2006: 5). تقویت کارآفرینی و ایجاد بستر مناسب برای توسعه، از ابزارهای پیشرفت کشورها به‌ویژه کشورهای در حال توسعه است؛ زیرا فعالیت با اثربخشی بالا به توسعه اقتصادی منجر می‌شود (Verheul, 2004: 4). بر این اساس، کارآفرینی از ضروریات توسعه اقتصاد در مفهوم عام و توسعه اقتصاد روستایی است که مورد توجه قرار دادن آن در برنامه‌ریزی‌های جدید و آینده‌نگر و تعریف مفاهیم و ساختارهای آن، اهمیت آن را دوچندان می‌کند. علاوه بر این، شناخت و چارچوب‌بندی مطلوب کارآفرینی با توجه به توانمندی‌های موجود محیطی، در تحقق توسعه پایدار روستایی مؤثر است. یکی از عوامل مؤثر در توسعه روستایی در حال حاضر، کارآفرینی است؛ زیرا کارآفرینی می‌تواند با خلق فرصت‌های جدید اشتغال و درآمد، نقش مؤثری در بهبود وضع اقتصادی و معیشتی روستاها داشته باشد.

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

<sup>1</sup> Entreprenre

<sup>2</sup> Schumpeter

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

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

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

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

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

## ۲) مبانی نظری

دامنه‌ی تأثیرات کارآفرینی بر جامعه بسیار وسیع است: از تغییر در ارزش‌های اجتماعی تا رشد شتابان اقتصادی. محققین تغییرات مختلفی که رواج فرهنگ کارآفرینی در یک جامعه ایجاد می‌کند را بررسی کرده و آثار آن را از دیدگاه‌های متفاوت مورد بحث قرار داده‌اند. برخی از تأثیرات ذکر شده عبارت‌اند از: ایجاد ثروت، اشتغال‌زایی، ایجاد و توسعه فناوری، ترغیب و تشویق سرمایه‌گذاری، شناخت، ایجاد و گسترش بازارهای جدید، افزایش رفاه و ساماندهی و استفاده اثربخش از منابع (صیادی و صادقی، ۱۳۹۳: ۵۱). همچنین ویلکن (۱۹۹۲) چهار دسته از عوامل را برای ظهور کارآفرینی مهم می‌شمارد:

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

علاوه بر این، به چارچوب و توسعه کارآفرینی از دیدگاه‌های مختلفی اشاره شده است. بر اساس دیدگاه جامعه‌شناسی، طرفداران این دیدگاه سعی بر آن دارند تا برای تبیین پدیده کارآفرینی از مدل‌های جامعه‌شناسانه استفاده نمایند. در این دیدگاه محیط نقش مهمی در شکل‌گیری رفتار کارآفرینانه دارد. بر اساس نظر وبر، جامعه و ارزش‌های آن نقش مهمی در ایجاد کارآفرین دارد و همچنین کارآفرینان نیز نقش بسیار مؤثری در ایجاد تحولات ارزشمند ایفا می‌نمایند (سعیدی کیا، ۱۳۸۵: ۴۳). جامعه‌شناسان کارآفرینان را عاملان اشتغال‌زایی، انتقال فناوری، تعادل در اقتصادهای پویا، کاهش بوروکراسی اداری، ساماندهی منابع می‌دانند (Alison, 1990: 304). نظریه‌های رفتارگرایان (روانشناسان) برای توسعه کارآفرینی، ویژگی‌های رفتاری- روان‌شناختی کارآفرینان را مورد توجه قرار داده و ویژگی‌های مشخص از جمله مخاطره‌پذیری، میل به استقلال‌طلبی، تحمل ابهام، اعتماد به نفس بالا، مرکز کنترل درونی، خلاقیت و ایده‌سازی، اعتماد به نفس، آرمان‌گرایی، آینده‌نگری، خودمحموری، پیش‌گام بودن، فرصت‌گرایی، نتیجه-گرایی، اهل کار و عمل بودن، ثبات و استحکام کامل در برابر هیجان‌ها، امید به موفقیت، توانایی بالا در تشخیص الگوها، خلق ایده‌های جدید و توسعه آنها را از ویژگی‌های روانی کارآفرینان و همچنین، از شروط لازم برای تحقق توسعه کارآفرینی می‌دانند (Hrivnak & Sherman, 2010: 34). در نظریه رفتاری، کارآفرینی یکی از اساسی‌ترین وسیله ارزش‌آفرینی شناخته شده است. طرفداران نظریه رفتاری، فرآیند

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

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

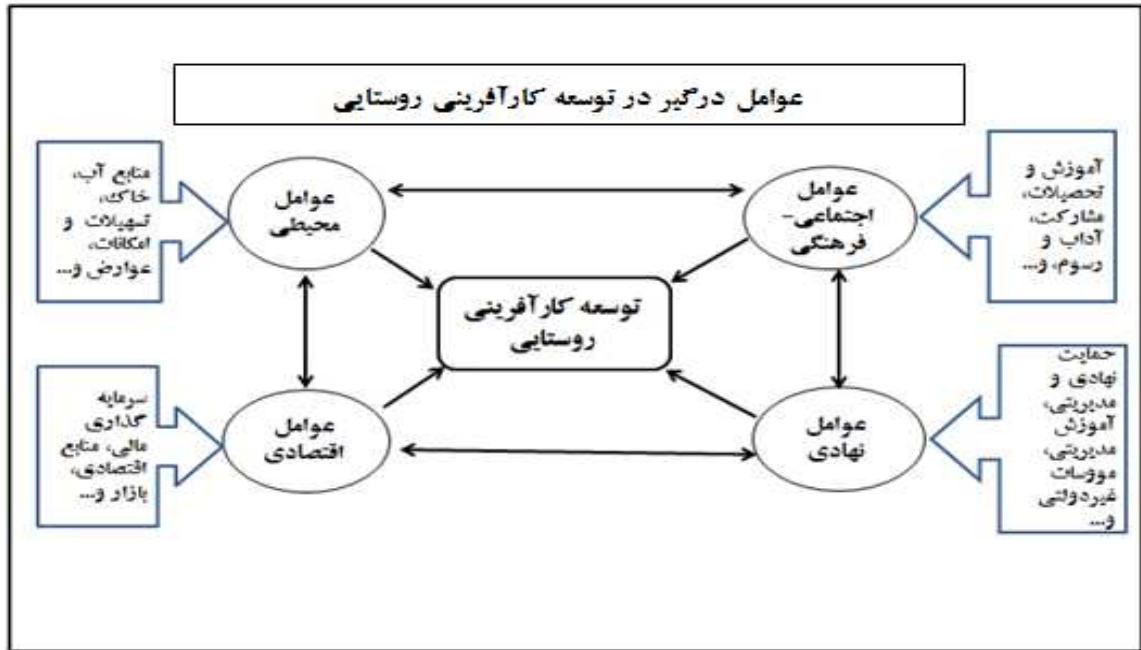
کارآفرینی در محیط روستایی دارای گستردگی زیادی است و به دلیل تسلط بخش کشاورزی در اغلب مناطق روستایی، تأکید عمده بر کارآفرینی کشاورزی است. بنابراین، توسعه کارآفرینی روستایی پتانسیلی برای کمک به تنوع‌بخشی به درآمد و میزان تولیدات کشاورزی و غیر کشاورزی است که فرصت‌های مناسبی را برای کاهش مخاطره معیشتی و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

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

از دیدگاه آلیسون<sup>۱</sup> 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، اجتماعی و جز این‌ها در برداشته باشد (Alison, 1990: 1990).

<sup>۱</sup> Alison

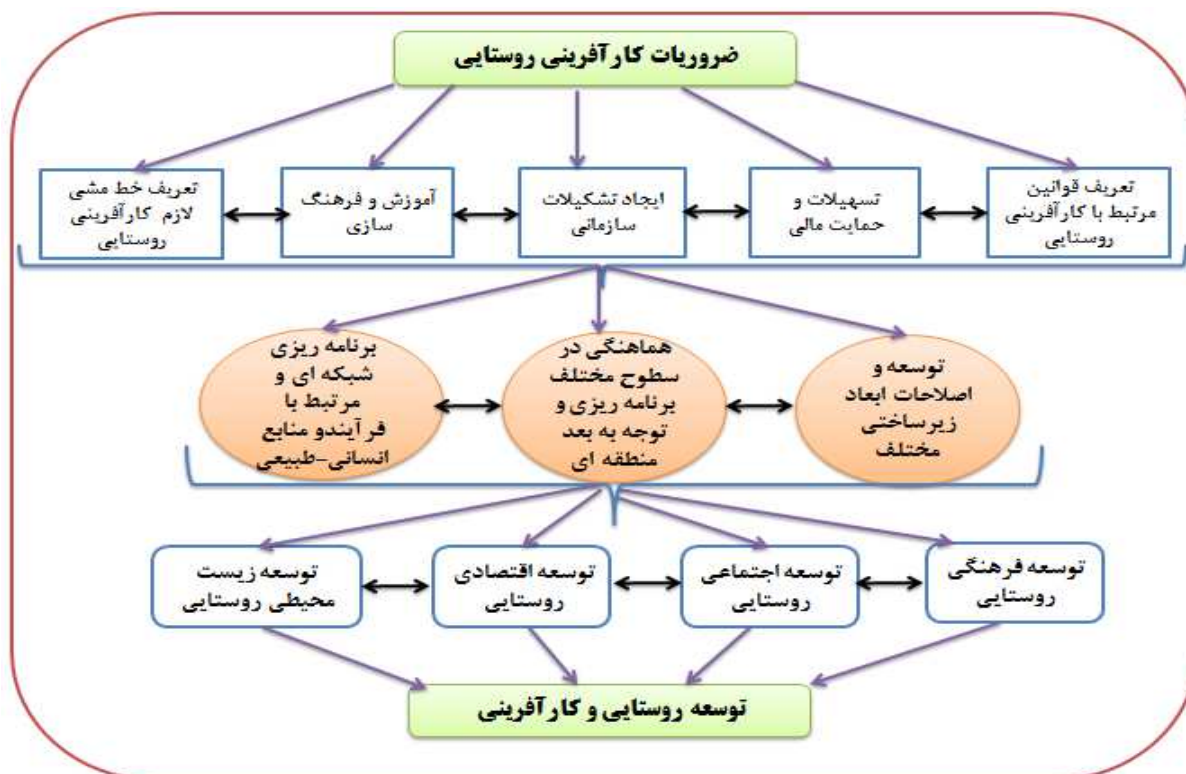
دیدگاه لورد کیپانیدزه<sup>۱</sup> توسعه کارآفرینی روستایی به عامل فرهنگی-اجتماعی، محیطی و زیرساختی، اقتصادی و نهادی بستگی دارد (صدایی و صادقی، ۱۳۹۳: ۱۳۳).



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

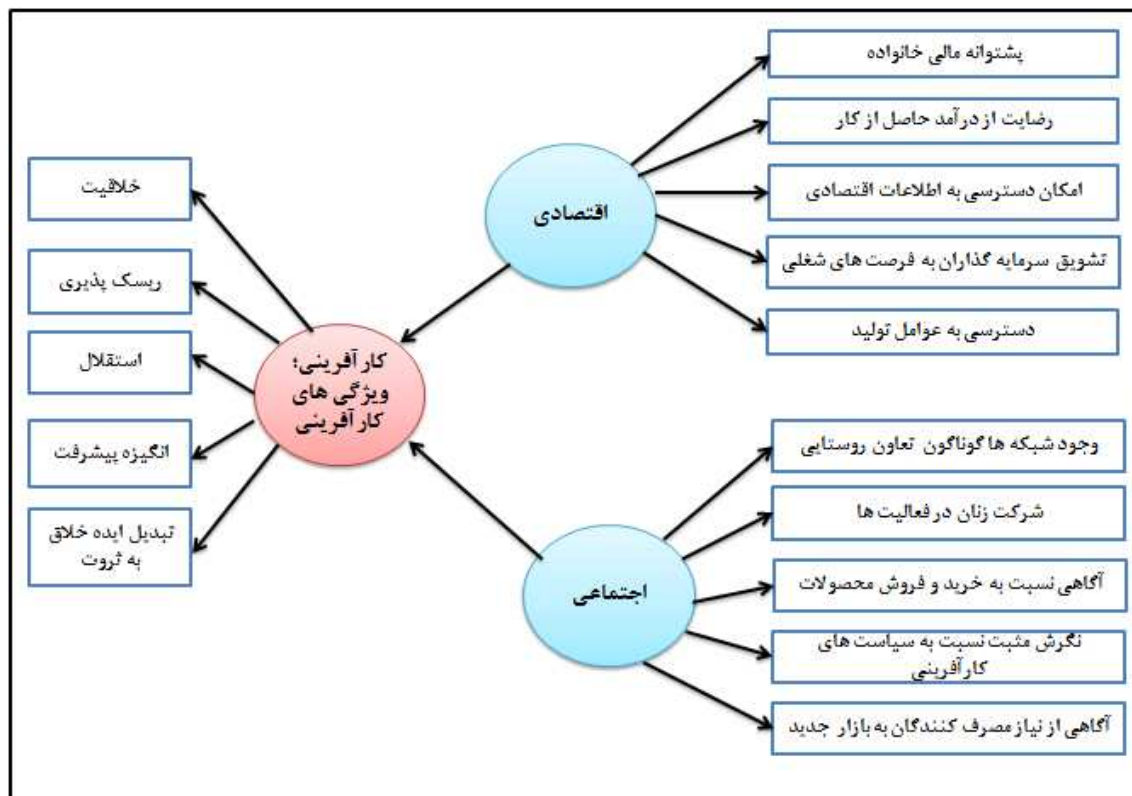
بر اساس آنچه که بیان شد، تقویت کارآفرینی در جامعه روستایی اهمیت زیادی داشته و بر مبنای این پژوهش‌ها، این رویکرد می‌تواند عامل بسیار مهمی برای رشد اقتصادی باشد. هرچند کارآفرینی می‌تواند آثار مثبت متعددی در جوامع روستایی داشته باشد، ولی خود نیز به‌عنوان یک پدیده اقتصادی-اجتماعی و فرهنگی وابسته، متأثر از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

<sup>1</sup> Lord kipanidze



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

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



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

فلومار<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۱۰)، در مقاله‌ای عوامل مؤثر بر کارآفرینی صنعتی روستایی در بین کشاورزان را بررسی نموده است. نتایج حاکی از آن دارد که همه کارآفرینان از حمایت مالی خانواده برخوردار نیستند و بازار سرمایه می‌تواند شکاف را پر کند که این امر از طریق راه‌اندازی موسسات مالی و همچنین ارتقاء برنامه‌های آموزشی و سرمایه‌گذاری در روستاها امکان‌پذیر است. دابسون<sup>۲</sup> (۲۰۰۹) در مطالعه خود برای طراحی فعالیت‌های کارآفرینی در مناطق روستایی به این نتیجه رسید که ایجاد فعالیت‌های متناسب با نیازهای شناسایی شده جامعه محلی، تولیدات کافی متناسب با مقیاس، منابع و مهارت‌های محلی و تمرکز بر کارآفرینی و یادگیری مداوم از مهم‌ترین عوامل اصلی در حیات‌بخشی و ایجاد فضای کارآفرینی در مناطق روستایی است. جانکی کوا<sup>۳</sup> (۲۰۰۴) عوامل اقتصادی مؤثر در رونق کارآفرینی را در دو سطح موقعیت‌های ساختاری و موقعیت‌های شخصی بررسی می‌کند. موقعیت‌های ساختاری شامل کالا و خدمات، دسترسی به سرمایه، وجود بازار رقابتی و نرخ‌های مالیاتی می‌شود. موقعیت‌های شخصی نیز عوامل نیروی کار ماهر، سرمایه انسانی و سطح درآمد را در بر می‌گیرد. سینگ<sup>۴</sup> (۲۰۰۲) به بررسی نهادینه شدن کارآفرینی روستایی از طریق سازمان‌های غیردولتی پرداخته و معتقد است که مشکلات

<sup>1</sup> Folmar

<sup>2</sup> Dabson

<sup>3</sup> Jancikova

<sup>4</sup> Singh



جمیعی و بیکاری در روستاهای هند، نهادینه کردن فرآیند و مفهوم کارآفرینی روستایی را مطرح ساخته است. سازمان‌های غیردولتی و تجربه موسسه توسعه کارآفرینی با استفاده از آموزش به‌عنوان یک استراتژی، نتایج بسیار مثبتی به همراه داشته و برای دستیابی به آن، توسعه سرمایه‌گذاری روستایی را یک‌راه حل اساسی می‌داند. هورنزی و همکاران<sup>۱</sup> (۱۹۹۳) به نقل از هرندی زاده (۱۳۸۹)، مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار بر موفقیت کارآفرینی را تشویق به نوآوری، توسعه تیم‌های کارآفرینی، حمایت مدیریت ذکر نموده‌اند.

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

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

### ۳) روش تحقیق

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

<sup>۱</sup> Hornsby

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

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

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

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

جدول شماره (۱): وضعیت کلی شاخص‌های مورد مطالعه

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

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۵.

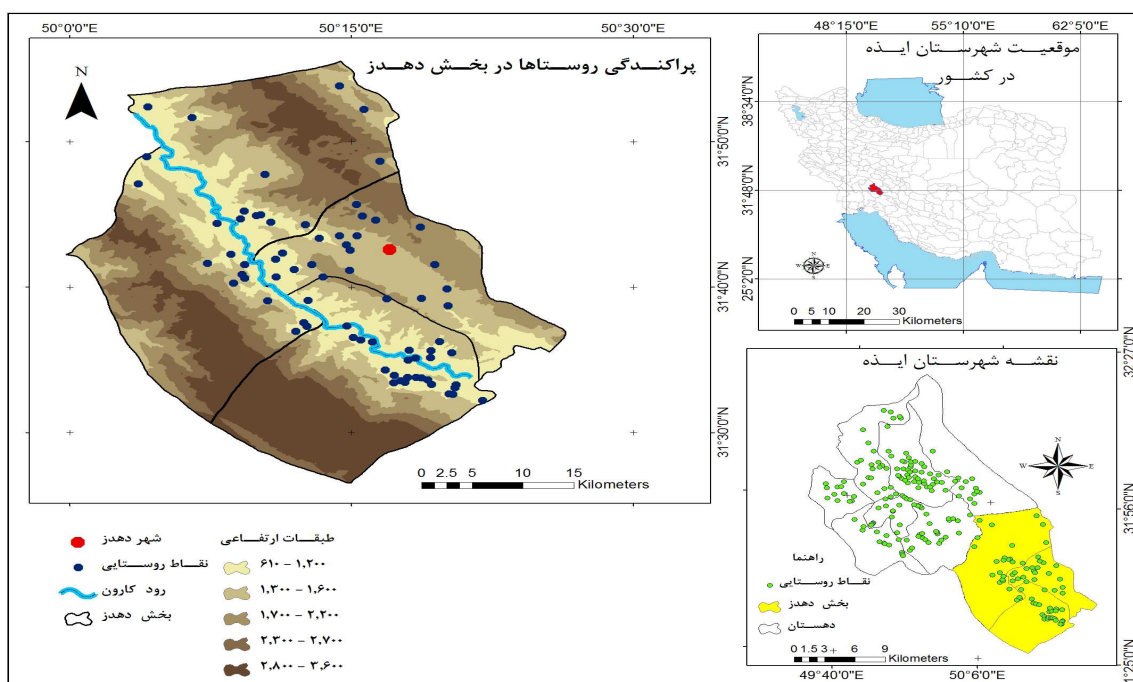
شاخص‌ها در دو نوع اقتصادی و اجتماعی خلاصه شده‌اند. در همین راستای نماگرهای اقتصادی عبارتند از: وجود بازار رقابتی، پشتوانه مالی خانوادگی، حمایت مالی، رضایت از درآمد حاصل از کار، دسترسی به اعتبارات و سرمایه، شبکه بانکی کارا و مناسب، بهره‌گیری از وام‌های کم‌بهره، دسترسی به اطلاعات اقتصادی، تشویق سرمایه‌گذاران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

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

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

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۵.

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



شکل شماره (۴): نقشه موقعیت منطقه مورد مطالعه

#### ۴ یافته‌های تحقیق

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

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

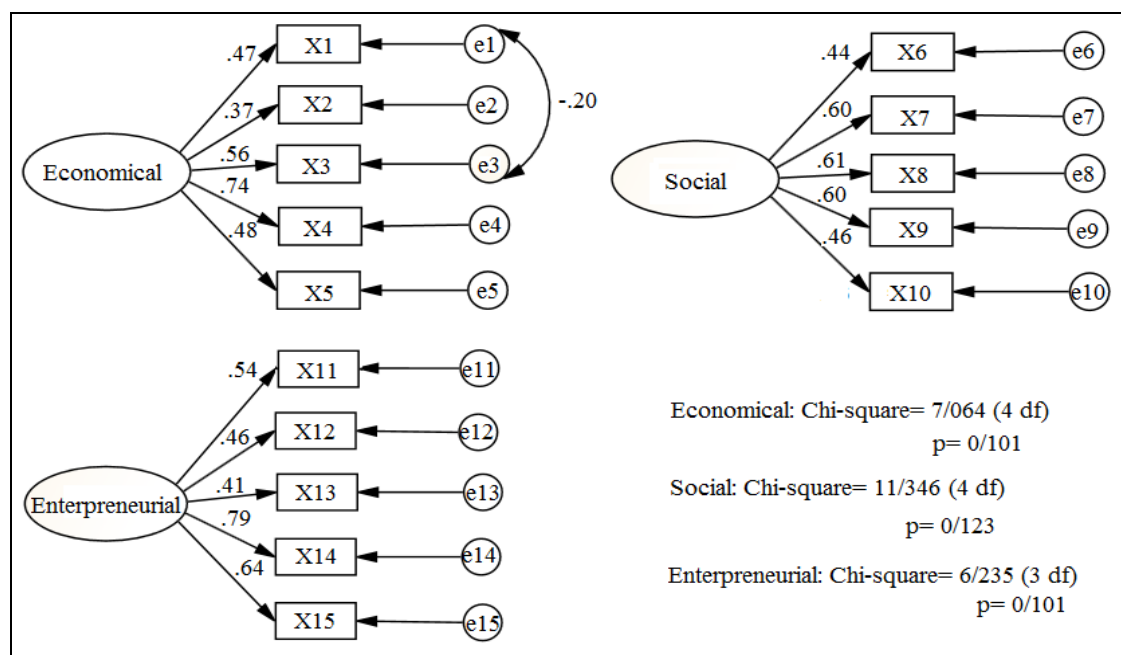
دهد که وضعیت در شرایط متوسط و روبه بالا است. بنابراین به‌طور مجموع می‌توان گفت که عوامل و بسترهای اقتصادی-اجتماعی برای ایجاد کارآفرینی در مناطق روستایی مطلوب است.

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

وضعیت	Test Value= 3				مقدار T	نماگرها	شاخص
	فاصله اطمینان ۰/۹۵		میانگین	سطح معنی‌داری (Sig)			
	حد بالا	حد پایین					
خوب	۰/۳۴۸	۰/۱۲۷	۳/۲۳	۰/۰۰۰	۴/۲۴	وجود بازار رقابتی	اقتصادی (میانگین ۳/۱۲)
خوب	۰/۲۹۶	۰/۰۸۴	۳/۱۹	۰/۰۰۰	۳/۵۲	پشتوانه مالی خانوادگی	
خوب	۰/۲۱۵	۰/۰۰۷	۳/۱۱	۰/۰۳۷	۲/۰۹	حمایت مالی	
متوسط	۰/۱۷۹	-/۰۳۳	۳/۰۷	۰/۱۷۸	۱/۳۵	رضایت از درآمد حاصل از کار	
خوب	۰/۳۲۰	۰/۱۱۰	۳/۲۱	۰/۰۰۰	۴/۰۴	دسترسی به اعتبارات و سرمایه	
خوب	۰/۲۵۰	۰/۰۴۷	۳/۱۴	۰/۰۰۴	۲/۸۹	شبکه بانکی کارا و مناسب	
خوب	۰/۴۷۸	۰/۲۳۹	۳/۳۵	۰/۰۰۰	۵/۹۱	بهره‌گیری از وام‌های کم‌بهره	
خوب	۰/۲۳۴	۰/۰۱۳	۳/۱۲	۰/۰۲۸	۲/۲۰	دسترسی به اطلاعات اقتصادی	
متوسط	۰/۱۲۰	-/۰۹۴	۳/۰۱	۰/۸۱۶	۰/۲۳۳	تشویق سرمایه‌گذاران محلی	
خوب	۰/۲۹۶	۰/۰۷۸	۳/۱۸	۰/۰۰۱	۳/۳۷	دسترسی به عوامل تولید	
ضعیف	-/۰۰۸۳	-/۰۳۴۸	۲/۷۸	۰/۰۰۲	-۳/۲۰۳	دسترسی به سرمایه موجود	
متوسط	۰/۱۸۸	-/۰۰۵۵	۳/۰۶	۰/۲۸۳	۱/۰۷	شناسایی افراد خلاق و نوآور	
متوسط	۰/۰۷۲	-/۰۱۵۵	۲/۹۵	۰/۴۷۷	-/۷۱۲	برگزاری کلاس‌ها در کسب‌وکار خانگی	
ضعیف	-/۰۰۲۲	-/۰۲۵۷	۲/۸۶	۰/۰۲۰	-۲/۳۴۲	تشویق به استقبال از طرح‌ها و ایده نو	
متوسط	۰/۱۲۵	-/۰۱۱۳	۳/۰۰	۰/۹۱۷	۰/۱۰۵	شرکت در کارهای گروهی و تعاونی	
متوسط	۰/۱۵۵	-/۰۰۷۹	۳/۰۳	۰/۵۲۴	۰/۶۳۷	دانش و مهارت جهت رواج شغل جدید	
متوسط	۰/۱۲۸	-/۰۰۹۰	۳/۰۱	۰/۷۳۲	۰/۳۴۳	وجود شبکه‌های گوناگون تعاون روستایی	
خوب	۰/۲۵۷	۰/۰۰۹	۳/۱۳	۰/۰۳۶	۲/۱۱۱	مشارکت زنان و دختران در فعالیت‌ها	
خوب	۰/۲۴۸	۰/۰۳۰	۳/۱۳	۰/۰۱۲	۲/۵۲۰	آگاهی نسبت به خرید و فروش محصولات	
ضعیف	-/۰۰۱۴	-/۰۲۳۹	۲/۸۷	۰/۰۲۷	-۲/۲۲۹	نگرش مثبت نسبت به سیاست کارآفرینی	
متوسط	۰/۲۲۳	-/۰۰۰۱	۳/۱۱	۰/۰۵۳	۱/۹۴۴	آگاهی نیاز مصرف‌کنندگان به بازارهای جدید	
ضعیف	-/۰۱۵۱	-/۰۴۰۷	۲/۷۲	۰/۰۰۰	-۴/۳۰۰	فعالیت شوراها و دهیار در توسعه کارآفرینی	
خوب	۰/۲۷۵	۰/۰۶۰	۳/۱۶	۰/۰۰۲	۳/۰۷	خلاقیت	خصلت‌های کارآفرینانه (میانگین ۳/۰۷)
خوب	۰/۲۳۴	۰/۰۱۹	۳/۱۲	۰/۰۲۱	۳/۳۲۶	ریسک‌پذیری	
خوب	۰/۲۳۴	۰/۰۱۹	۳/۱۲	۰/۰۲۰	۲/۳۳۳	استقلال	
متوسط	۰/۱۲۲	-/۰۰۸۴	۳/۰۱	۰/۷۱۸	۰/۳۶۲	انگیزه پیشرفت	
متوسط	۰/۲۰۴	-/۰۰۱۳	۳/۰۹	۰/۰۸۶	۱/۷۲۰	تبدیل ایده خلاق به ثروت	
متوسط	۰/۰۸۳	-/۰۱۴۷	۲/۹۶	۰/۵۸۹	-/۰۵۴۰	تولید محصولات جدید	

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۵.

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



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

همان‌طور که ملاحظه می‌شود، در جدول (۴) سطح معنی‌داری یا ضرایب رگرسیونی استاندارد سه نماگر مشاهده‌شده  $X_{11}$ ،  $X_6$ ،  $X_1$  گزارش نشده است. این امر به این دلیل است که این نماگرها به ترتیب به‌عنوان نماگرهای مرجع (معرف‌های نشانگر) برای سه بخش اقتصادی، اجتماعی و خصلت‌های کارآفرینانه در نظر گرفته شده است تا بدین وسیله بدون مقیاس بودن این نماگرهای پنهان و به عبارتی، بدون ریشه و واحد اندازه‌گیری بودن آنها برطرف شود (قاسمی، ۱۳۸۹). به همین دلیل است که در

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

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

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

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۵.

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



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

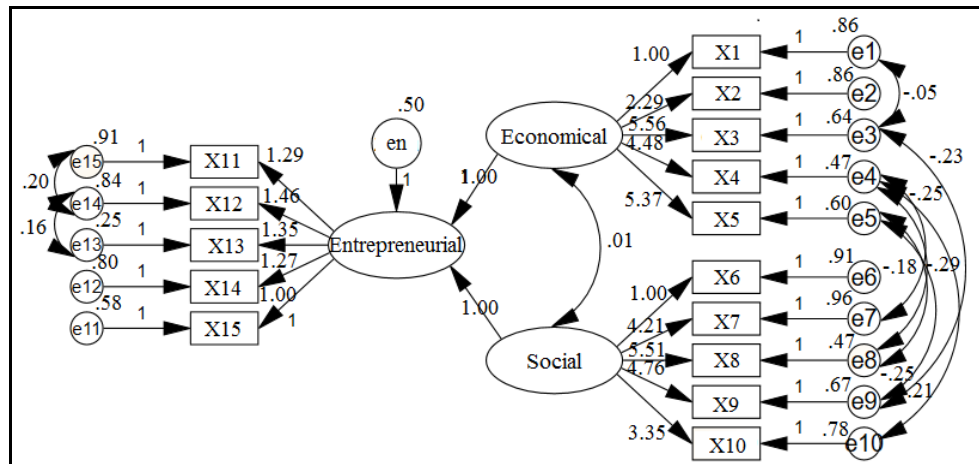
جدول شماره (۵): شاخص‌های برازش مدل‌های اندازه‌گیری ابعاد تحقیق

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

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

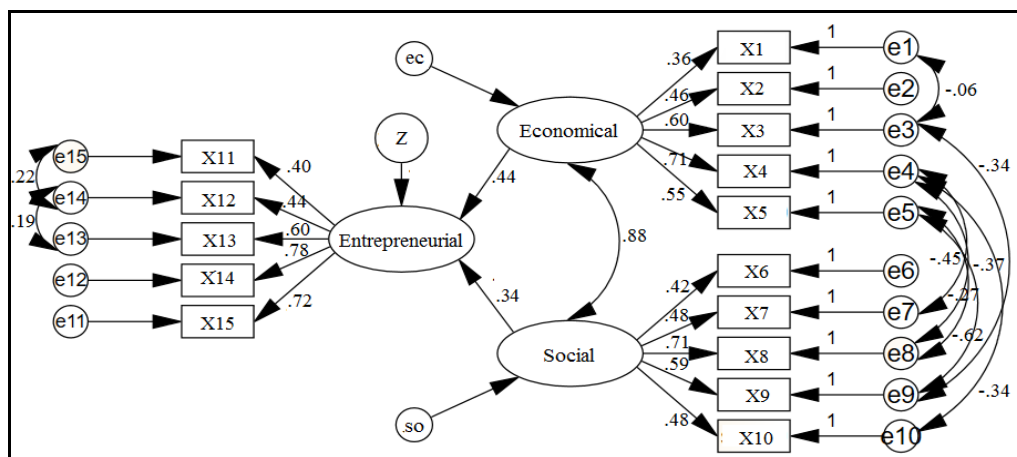
مدل نهایی سنجش و برآورد متغیر پنهان کارآفرینی به‌عنوان متغیر وابسته اصلی تحقیق بر اساس دو شاخص اقتصادی و اجتماعی و بر اساس ۱۵ متغیر مشاهده‌شده متشکل از گویه‌های مختلف در قسمت قبل برآورد و اندازه‌گیری شده، در محیط Amose Graphics تدوین گردید. شکل (۶) این مدل را که یک مدل ساختاری است، همراه با برآوردهای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

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



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

شکل (۶) مدل ساختاری برای برآورد و تحلیل کارآفرینی با برآوردهای غیراستاندارد را نشان داد. در ادامه، ضرایب استاندارد مسیر بین متغیرهای پنهان با یکدیگر و متغیرهای مشاهده‌شده با متغیرهای پنهان که در واقع قسمت اصلی و مهم تمامی تحلیل‌های انجام‌شده است، به‌جای آنکه در قالب جدول آورده شود، روی شکل شماره (۷) نشان می‌دهیم تا اهمیت و به‌ویژه امکان مقایسه آنها بهتر فراهم باشد. همان‌طور که ملاحظه می‌شود، تمامی ضرایب مسیر استاندارد به‌جز یکی یا دو مورد مقادیر بالایی را نشان می‌دهند و این امر در رابطه با بارهای عاملی متغیرهای مشاهده‌شده خصلت‌های کارآفرینانه و اجتماعی از شدت بیشتری در مقایسه با عامل اقتصادی برخوردار است. به‌طور کلی، با حذف اثرهای خطای اندازه‌گیری در رویکرد معادلات ساختاری، ضریب تأثیرپذیری خصلت‌های کارآفرینانه از دو مؤلفه اقتصادی و اجتماعی و به عبارتی، ضرایب همبستگی بین خصلت‌های کارآفرینانه و هرکدام از دو مؤلفه، به ترتیب برابر با ۰/۴۴ و ۰/۳۴ به‌دست‌آمده است. مراجعه به برآوردهای خطای استاندارد، نسبت‌های بحرانی و سطوح معنی‌داری نیز نشان داده است که تمامی این برآوردهای استاندارد در سطح ۹۹ درصد معنی‌دار هستند. به‌عبارت‌دیگر همانند نتایج شاخص‌های اجتماعی و اقتصادی بر اساس آزمون تی تک نمونه‌ای که شاخص اقتصادی وضعیت مناسبی در زمینه خصلت‌های کارآفرینانه داشته، اما شاخص اجتماعی وضعیت ضعیف‌تری را دارا بوده است، بررسی این شاخص‌ها بر اساس مدلسازی معادلات ساختاری نیز چنین مطلبی را نشان می‌دهد؛ چراکه شاخص اقتصادی بیش از ۰/۴۴ و شاخص اجتماعی ۰/۳۴ روند خصلت‌های کارآفرینانه در روستاها را تبیین می‌کند.



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

نهایتاً شاخص های برازش این مدل نیز همراه با مقادیر پیشنهادشده برای ارزیابی آنها، در جدول شماره (۶) آمده است. مقدار کای اسکوتر این مدل در مقایسه با مدل های اندازه گیری پیشین بیشتر شده است. این امر ناشی از تفاوت بیشتر ماتریس واریانس- کوواریانس شده بر اساس پارامترهای برآورده شده با ماتریس واریانس- کوواریانس مشاهده شده در این مدل در مقایسه با مدل های اندازه گیری پیشین است، ولی این اختلاف هرگز معنی دار نیست ( $P\text{-value} = 0/63$ ) و کلیت مدل تأیید می شود. افزایش پارامترهای آزاد بیشتری به مدل (اغلب کوواریانس های بین خطاها مانند آنچه بین  $e_1$  و  $e_3$  و موارد مشابه دیگر تعریف شده) باعث بهبود بیشتر این شاخص شده است؛ اما باید توجه داشت که با افزودن هر پارامتر آزاد، یک واحد از درجه آزادی مدل کاسته می شود و این خود باعث فاصله گرفتن بیشتر برخی دیگر از شاخص های برازش با مقادیر معیار مربوطه خواهد شد؛ گرچه در مدل مورد بحث حاضر تمامی شاخص های دیگر نیز در مقایسه با مقادیر معیار از وضعیت خیلی خوبی برخوردارند و همگی اعتبار مدل را تأیید می کنند.

با توجه به عدم معنادار شدن شاخص Sig که برابر با  $0/63$  است و همچنین شاخص RMSEA که برابر با  $0/48$  است و چون معنادار و کمتر از  $0/05$  به دست آمده، وضعیت مناسب عوامل اجتماعی- اقتصادی روستاهای منطقه در راستای خصلت های کارآفرینانه وجود دارد. علاوه بر این میزان RMSEA، نشان می دهد که داده های پژوهش به خوبی توانسته اند مدل مفهومی پژوهش را تبیین کند. در واقع پردازش مدل ارائه شده به این مطلب اشاره دارد که سکونتگاه های روستایی برای فراهم نمودن زیرساخت های ایجاد کارآفرینی و رشد خصلت های کارآفرینانه شرایط لازم را به صورت متوسط دارا است؛ منظور از گزینه متوسط این است که برخی ضعفها در شاخص های اقتصادی و اجتماعی وجود دارد که بایستی مرتفع شود.

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

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

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

## (۵) نتیجه‌گیری

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

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

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

اقتصادی روستاها برای تأکید بر رویکرد کارآفرینی در روستاها و برنامه‌ریزی در این زمینه بیشتر از عوامل اجتماعی است. بنابراین بایستی به تقویت عوامل اجتماعی در این زمینه تأکید نمود تا بستر متعادل و برابر از تمامی عوامل در شکل‌گیری کارآفرینی اتفاق بیفتد. بر اساس مدل ساختاری، عوامل اقتصادی-اجتماعی سکونتگاه‌های روستایی بر رشد و بروز ویژگی‌های کارآفرینانه می‌توانند تأثیرگذار باشند و در صورتی که برنامه‌ریزی برای ایجاد کارآفرینی انجام گیرد این خصلت‌ها به مرور رشد و بروز خواهند یافت. با توجه به نتایج، چند پیشنهاد ارائه می‌شود: ۱- اولویت قرار دادن عوامل اجتماعی روستاها جهت تقویت آنها در راستای ایجاد کارآفرینی با توجه به ضعف‌های موجود؛ ۲- به‌کارگیری ظرفیت‌های محیطی در راستای تقویت بعد اقتصادی منطقه باهدف کارآفرینی؛ ۳- با توجه به شرایط کنونی عوامل اجتماعی و اقتصادی و تأثیرگذاری آنها بر رشد ویژگی‌های کارآفرینانه، بایستی از این مزیت در راستای رویکرد کارآفرینی در روستاها استفاده نمود؛ ۴- برخی خصلت‌های کارآفرینانه در مردم روستاها ضعیف یا شرایط متوسطی دارند، بنابراین بایستی به تقویت چنین خصلت‌هایی کمک کرد تا زمینه شکوفایی خلاقیت‌ها و کارآفرینی مهیا شود.

#### ۶) منابع

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

- میکائیکی، جواد و حجت اله صادقی، (۱۳۹۱)، **تعیین الگوی مراکز خدمات روستایی با رویکرد تناسب اراضی به روش AHP**، فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی روستایی، شماره ۲، صص ۴۹-۶۷.
- هرندی زاده، الهه، (۱۳۸۹)، **بررسی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در تعاونی‌های تولید کشاورزی استان اصفهان**، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، به راهنمای غلامرضا پزشکی‌راد، دانشکده کشاورزی، گروه اقتصاد کشاورزی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران.
- هزارجریبی، جعفر، (۱۳۸۴)، **کارآفرینی**، نشر پژوهشکده امور اقتصادی، چاپ اول، تابستان.
- هومن، حیدرعلی، (۱۳۸۴)، **مدل یابی معادلات ساختاری با کاربرد نرم افزار لیزرل**، نشر سمت، چاپ اول، بهار.
- Alison, Morrison (1990), **Entrepreneurship: An International Perspective**, Oxford Publication, First Edit, spring.
- Ashomre, Cati (2004), **Criteria for youth entrepreneurship, Education, Columbus**, Rutage press, Second Edit, summer.
- Dabson, Bernad (2002), **Supporting rural entrepreneurship**. Retrieved September, [www.nercrd.psu.edu/entrepreneur\\_What\\_Works.../SinghKnights.pdf](http://www.nercrd.psu.edu/entrepreneur_What_Works.../SinghKnights.pdf).
- Folmer, Henk. Dutta, Subrata (2010), **Determinants of Rural Industrial Entrepreneurship of Farmers in West Bengal: A Structural Equations Approach**, International Journal of Regional Science Review, 33(4), pp 367-396.
- Forter, Marian (2006), **Entrepreneurs and Their Social Network: Motivation, Expectations and Outcomes**, Journal of Dissertation, Vol28, pp1557-1575.
- Heaton, James (2005), **Developing Entrepreneurs: An Examination of Systematic Approach's to Entrepreneurial Development for Rural Areas**, published by the Illinois Institute for Rural Affairs, Rural Research Report, Volume16, Fall.
- Hisrich, Robert. Hisrich, Peters. Shepherd, Dean (2005), **Entrepreneurship**, MC Grow Hill press, First Edit, summer.
- Hrivnak, George., Sherman, Cynthia (2010), **The Power of Nascence: Realizing the Potential of Service-learning in an Unscripted Future**, International Journal of Organizational Analysis, 18(2), PP 198-215.
- Jancikova, Heri (2004), **the entrepreneurial factor in economic growth**, Journal of Organization Studies, 20(6), pp 1011-1033.
- Lai, J.U., and Lin, C.T (2008), **what factors drive corporate customer satisfaction with e-banking services?** PACIS Proceeding press.
- Lewis, James (2003), **Housing construction in earthquake prone places: Perspectives, priorities and projections for development**, The Australian Journal of Emergency Management, 18(2), pp 35-44.
- Markley, Deborah (2006), **A Framework for Developing Rural Entrepreneurship, Economic Development America, in this Issue: Rural Entrepreneurship and Innovative Leadership**, Publication by Economic development America.
- McElwee, Gerard (2005), **A Literature review of entrepreneurship in agriculture**, published by University of Lincoln and ESOF, First Edit.
- Mohapatra, Sandeep., Rozelle, Scot., Goodhue, Rachael (2006), **the risk of self-employment in rural china: Development or Disaster?** Journal of World Development, 35(1), pp1-19.
- Singh, Naresh (2002), **Institutionalisation of Rural Entrepreneurship through NGOs: Introspection from the Case Studies**, Journal of Entrepreneurship, Vol 11, pp 55-73
- Stathopoulou, Sophia. Psaltopoulos, Demetrios (2006), **Rural entrepreneurship in Europe: A research framework and agenda**, International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, 10(6), pp 404-425.
- Verheul, Ingrid. Wennekers, Sander (2001), **an eclectic theory of entrepreneurship, Tinbergen Institute Discussion Paper. Indianapolis: Institute for Development Strategies**, Indiana University press.