



Sociological Study of the Effects of Entrepreneurship on the Formation of the Development Process (With Emphasis on the Concept of Rural Development in Iran)

Mansour Vosoughi¹

1. Professor of Sociology, University of Tehran, Iran. E-mail: MVosoughi1320@gmail.com

Article Info	ABSTRACT
Article type Research Article	Objective: The main objective of this article is to sociologically study the effects of entrepreneurship on the formation of the development process with emphasis on the concept of rural development in Iran. In this regard, the evolution of the concept of entrepreneurship and entrepreneurial strategy in rural development has been used.
Article history Received: 03 January 2025 Accepted: 08 February 2025 Published: 26 February 2025	Method: This article uses the documentary research method. Findings: About sixty years have passed since the beginning of development planning in Iran, but these plannings have not yet been able to reduce the manifestations of backwardness in many sectors and in local communities, especially rural ones. The dominance of the oil economy, along with numerous other factors that have historical and structural roots, have prevented the achievement of balance in development planning and resource allocation. One of the areas where the imbalance in development planning may be more evident and where ignoring it may have far more harmful consequences is the difference and conflict between urban and rural communities.
Keywords: Entrepreneurship, development, rural development, Iran.	Conclusion: If we accept that development means the continuous improvement of the entire society and social system towards a better or more humane life, then it is also obvious that the necessity of any type of development in society is the existence of public participation in various dimensions and, in fact, without participation, real, comprehensive, all-round and sustainable development cannot be achieved. One of the ways to increase people's participation in the decision-making process, planning and implementation of programs, as well as increasing the capacities and empowerment of villagers, which has attracted a lot of attention in recent years, is the discussion of entrepreneurship.

Cite this article: Vosoughi, M. (2024). Sociological Study of the Effects of Entrepreneurship on the Formation of the Development Process (With Emphasis on the Concept of Rural Development in Iran). *Journal of Sociological Studies of Sustainable Development*, 1(1), 47-62.



©The Author(s).

Publisher: West Tehran Branch

بررسی جامعه شناختی اثرات کار آفرینی بر شکل گیری فرایند توسعه (با تاکید بر مفهوم توسعه روستایی در ایران)

منصور وثوقی^۱

^۱ استاد جامعه شناسی، دانشگاه تهران، ایران MOVosoughi1320@gmail.com

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله پژوهشی	هدف: هدف اصلی این مقاله بررسی جامعه شناختی اثرات کارآفرینی بر شکل گیری فرایند توسعه با تاکید بر مفهوم توسعه روستایی در ایران است. در همین راستا سیر تکاملی مفهوم کارآفرینی و راهبرد کارآفرینی در توسعه روستایی مورد استفاده قرار گرفته است.
تاریخچه دریافت: ۱۴۰۳/۱۰/۱۴ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۱/۲۰ انتشار: ۱۴۰۳/۱۲/۰۸	مواد و روش‌ها: در این مقاله از روش پژوهش اسنادی استفاده شده است.
کلیدواژه‌ها کارآفرینی، توسعه، توسعه روستایی، ایران.	یافته‌ها: از آغاز برنامه‌ریزی‌های توسعه در ایران، چیزی حدود شصت سال می‌گذرد، اما این برنامه‌ریزی‌ها هنوز نتوانسته‌اند مظاهر عقب ماندگی را در بسیاری از بخش‌ها و در اجتماعات محلی، بویژه روستایی، کاهش دهند. غلبه اقتصاد نفتی در کنار عوامل عدیده دیگری که دارای ریشه‌های تاریخی و ساختاری هستند، مانع از دستیابی به تعادل در برنامه‌ریزی‌های توسعه و تخصیص منابع شده‌اند. یکی از عرصه‌هایی که ممکن است عدم تعادل در برنامه‌ریزی‌های توسعه در آن مشهودتر بوده و بی‌توجهی به آن نیز عواقبی به مراتب زیانبارتر به دنبال داشته باشد، تفاوت و تعارض اجتماعات شهری و روستایی است.
	نتیجه‌گیری: اگر بپذیریم که توسعه یعنی ارتقای مستمر کل جامعه و نظام اجتماعی به سوی زندگی بهتر و یا انسانی‌تر، آنگاه این امر نیز بدیهی می‌نماید که لازمه هر نوع توسعه در جامعه وجود مشارکتهای مردمی در ابعاد مختلف است و در واقع بدون مشارکت نمی‌توان به توسعه واقعی، فراگیر، همه جانبه و پایدار دست یافت. یکی از راه‌های افزایش مشارکت مردم در فرآیند تصمیم‌سازی، برنامه‌ریزی و اجرای برنامه‌ها و نیز افزایش ظرفیت‌ها و توانمندسازی روستائیان که در سال‌های اخیر توجه زیادی را به خود معطوف داشته است، بحث کارآفرینی است.
استناد: وثوقی، م. (۱۴۰۳). بررسی جامعه شناختی اثرات کارآفرینی بر شکل گیری فرایند توسعه (با تاکید بر مفهوم توسعه روستایی در ایران). <i>مطالعات جامعه شناختی توسعه پایدار</i> ، ۱(۱)، ۶۲-۴۷.	
ناشر: دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران غرب	
© نویسندگان.	



Extended Abstract

Purpose

Employment, as one of the most important national economic problems of the country, has occupied the minds of many researchers, planners and the general public today. Possession of very rich natural resources and young human resources reflects the existence of sufficient potential to attract the country's human resources to work and economic activity. The economic system, like any other system, consists of five parts: environment, components, goal, management and resources. What is missing in this chain, as a missing link, prevents the crystallization of the dynamics of the economic system and the mobility of resources in the country, is efficient and effective economic management. Over the more than 300 years since the invention of the word entrepreneurship by the French Bernard Dubelleur, it has been constantly changing and evolving in various fields and dimensions. It must be acknowledged that entrepreneurship and entrepreneurs are the source of very valuable works (Fazelbeigi & Yavari, 2009: 5). We can imagine three sides to development planning: the government and government institutions in charge of development planning, the people who are the subject of planning and the target of development and for whom the programs are implemented, and the third, the part between the government and the people, namely private organizations, local managers, and entrepreneurs. Research in the field of development planning can be carried out from the perspective of each of these three sides. But what is certain is that so far, not much research has been done on the third side, namely entrepreneurs and local managers. This is while today in most countries of the world, the importance of the third part, and especially entrepreneurs, in the development process is considered more important than any other part. The importance of this part is that in addition to this part's awareness of the specific conditions and requirements of each region, they are also highly prepared to accept risk and invest in unknown and undiscovered areas. Therefore, strengthening this part is one of the main solutions for realizing development programs. But this depends on having accurate information about their perspectives, problems, obstacles, and interests, as well as sufficient knowledge of the social, administrative, and institutional environment in which they operate. The present study was designed in this direction and seeks to examine the effects of entrepreneurship on rural development from the perspective of entrepreneurs, local officials, and informants, as well as to identify the opportunities and challenges of entrepreneurship development in the study area and, based on them, to provide practical solutions for use by organizations and planners.

Method

Documentary research is the use of external sources and documents to support a theory or point of view in academic research. Many times, the term library research is used instead of documentary research, which is not considered to be an accurate and correct term. Because library studies refer to studies in which the subjects under study are not available to the researcher. These sources often relate to the distant or recent past. The researcher uses documents and records from previous times that are available in libraries. The documentary research method has been considered both as a comprehensive method and a technique to strengthen other qualitative methods in social science research. In this method, the researcher collects his research data about actors, facts, and social phenomena from sources and documents. A significant part of theoretical research in sociology, willingly or unwillingly, uses the documentary method. The documentary method can provide the necessary implementation methods for examining the research background. Despite the importance of this method and the efforts of researchers to apply it, a coherent and systematic policy has not been adopted in using this method. Therefore, the documentary research method has been used in this article.

Findings

About sixty years have passed since the beginning of development planning in Iran, but these plans have not yet been able to reduce the manifestations of backwardness in many sectors and in local communities, especially rural ones. The dominance of the oil economy, along with numerous other factors that have historical and structural roots, have prevented the achievement of balance in development planning and resource allocation. One of the areas where the imbalance in development planning may be more evident and where ignoring it may have far more harmful consequences is the difference and conflict between urban and rural communities. Paying attention to rural development in development planning is important from several aspects:

First, currently, there are about 65,000 villages, places and farms that are alive and active, as well as thousands of villages, places and farms that have been destroyed, evacuated or are in the process of being destroyed, and rural areas contain 95 percent of the basic production resources in the agricultural sector and therefore have the majority of these resources.

Second, Iranian villagers, by producing more than 85 percent of crops, horticulture, livestock and aquatic products, are the main supplier of vital products and, in fact, have always been responsible for the food security of the society.

Third, despite the rapid growth of urbanization in the past decades and the migration of a large number of villagers to cities, a large part of the country's population still lives in villages. According to the 2006 general population and housing census, 22,227,771 people of the country's population live in villages, which constitutes 31.5 percent of the total population of the country. Also, "the limit of rural population maintenance in the development horizon (1400) is estimated to be about 25 million people, and those involved in large-scale development planning expect that by adopting appropriate measures to utilize environmental and natural resources, they will be able to maintain this population in the villages" (Yadgar, 2004: 82).

Accordingly, rural development should be one of the main priorities of development planning in developing countries like Iran.

Conclusion

If we accept that development means the continuous improvement of the entire society and social system towards a better or more humane life, then it is also obvious that any type of development in society requires public participation in various dimensions, and in fact, without participation, real, comprehensive, all-round and sustainable development cannot be achieved. One of the ways to increase people's participation in the decision-making process, planning and implementation of programs, as well as increasing the capacities and empowerment of villagers, which has attracted a lot of attention in recent years, is the discussion of entrepreneurship. In fact, it can be said that rural entrepreneurship is a new strategy in development theories for empowerment and capacity building in rural areas in order to reduce the urban-rural gap, create equal economic, social, environmental and institutional opportunities, and is an important tool for achieving sustainable development. Sustainable development does not only mean protecting the environment, but also a new concept of economic growth that has chosen justice and life opportunities for all people in the world. Sustainable development means not imposing economic, social or environmental harm on future generations. Achieving such a goal is not possible with a top-down and authoritarian management approach, but requires involving people in the planning process, relying on local capabilities, and paying attention to regional and local differences in development plans.

مقدمه

اشتغال به عنوان یکی از مهمترین مشکلات اقتصادی ملی کشور، امروز ذهن بسیاری از پژوهشگران، برنامه‌ریزان و عامه مردم را به خود مشغول کرده است. برخورداری از منابع بسیار غنی طبیعی و نیروی انسانی جوان، منعکس کننده وجود پتانسیل‌های کافی برای جذب نیروی انسانی کشور به کار و فعالیت اقتصادی است. نظام اقتصادی نظیر هر نظام دیگر متشکل از پنج بخش محیط، اجزاء، هدف، مدیریت و منابع است. آنچه در این زنجیره به عنوان حلقه گم شده، مانع از تبلور پویایی نظام اقتصادی و تحرک منابع در کشور می‌شود، مدیریت اقتصادی کارآ و اثربخش است. در طی بیش از ۳۰۰ سال که از ابداع واژه کارآفرینی^۱ توسط برنارد دوبیلدور فرانسوی می‌گذرد، در زمینه‌های مختلف و ابعاد آن صورت گرفته مرتب در حال تغییر و تکامل است. باید اذعان کرد کارآفرینی و کارآفرینان منشاء آثار بسیار ارزشمندی هستند (Fazelbeigi & Yavari, 2009: 5).

در این میان کارآفرینی روستایی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. کارآفرینی روستایی تنها به معنای ایجاد اشتغال برای قشر عظیم روستاییان نیست. بلکه می‌تواند گامی باشد در راستای توسعه روستایی که به گفته بسیاری از صاحب نظران امر توسعه، هم‌ارزش با توسعه اقتصادی است. بنابراین پرداختن به تأسیس شرکت‌های روستایی، توسعه صنایع تبدیلی و توسعه و ترویج تعاونی‌ها و خدمات کشاورزی اقدام مطلوبی در جهت نیل به هدف توسعه روستایی و کارآفرینی است. تجربه بسیاری از کشورهای فقیر پرجمعیت که طیف وسیعی از جمعیت آنان را روستاییان و کشاورزان تشکیل می‌دهند بیانگر این نکته است که توجه به مقوله کارآفرینی و توسعه روستایی می‌تواند از میزان مهاجرت روستاییان به شهرها بکاهد و زمینه‌های اشتغال، رفاه و پیشرفت آنان را در همان روستای محل سکونتشان فراهم آورد. بررسی‌ها و مطالعات نشان داده اگر در سطح کلان جامعه به این مقوله بها داده شود و بسیاری از امکانات رفاهی و خدماتی فراهم آمده برای شهرنشینان در اختیار روستاییان نیز قرار گیرد از مهاجرت روستاییان به شهرها کاسته خواهد شد. شاید به جرات بتوان گفت یکی از مهم‌ترین ریشه‌های بیکاری، رشد بی‌رویه جمعیت و افزایش فقر و فساد در جامعه امروز مهاجرت روستاییان به شهرهاست. از طرفی، جوان روستایی بیکاری که به امید یافتن شغلی مناسب راهی شهر می‌شود پس از رویارویی با مشکلات شهرنشینی دچار سرخوردگی می‌شود و ممکن است برای تأمین معیشت خود به مشاغل کاذب و نامناسب رو بیاورد. بنابراین در شرایط فعلی پرداختن به توسعه کشاورزی، حمایت از کشاورزان و تولیدکنندگان روستایی به شیوه‌های متعدد (از قبیل حمایت مالی و اعطای وام‌های کم‌بهره طولانی مدت)، تشویق و تجلیل از تولیدکنندگان برتر و نمونه در سطح جامعه و معرفی آنها به روستاییان، افزایش تعداد تعاونی‌ها و تشویق روستاییان برای عضویت در تعاونی‌ها و بهره‌مندی از تسهیلات این نهادها و حمایت از کارآفرینان روستایی (که در حوزه‌های مختلف از جمله دامداری، باغداری، کشاورزی و خدماتی دست به نوآوری زده و فرصت‌های بیشماری را از نظر شغلی و غیره برای جوانان روستایی فراهم می‌کنند) گامی است که تبعات اقتصادی و اجتماعی ناشی از آن در آینده‌ای نزدیک نمود می‌یابد و می‌تواند زمینه خودکفایی در تولید بسیاری از محصولات، کاهش بیکاری و بهبود وضعیت اقتصادی کشور را فراهم آورد. توسعه شرکت‌های روستایی و حمایت از راهاندازی آنها و افرادی که قادرند در این بخش‌ها سرمایه‌گذاری کنند یا طرح‌های نو و سودمندی دارند، فرصت‌های شغلی بسیاری برای جوانان روستایی و نیز جوانان شهری به وجود می‌آورد. این راهکار نه تنها در توسعه کارآفرینی روستایی بلکه مهم‌تر از آن در توسعه پایدار کشور تأثیری شگرف خواهد داشت.

بی‌گمان چنانچه قرار باشد در یک منطقه روستایی مسیر رو به رشدی در جهت توسعه در پیش گرفته شود و کلیه مراتب و مراحل آن با سرعت پشت سر نهاده شود باید همه امکانات و عوامل ملی آن منطقه بسیج گردیده تا هم با صرف کمترین هزینه و هم در ابعاد گسترده‌تر بتواند از همه مواهب و نتایج آن منتفع گردند. در این راستا کارآفرینی روستایی به عنوان یک رویکرد اساسی و موازی با اهداف توسعه روستایی می‌تواند کمک شایانی به این امر بنماید. لذا شناسایی و استفاده از همه ارکان، پتانسیل‌ها، ظرفیت‌ها و توانایی‌های این مناطق در جهت تحقق اهداف توسعه‌ای بخصوص توسعه کارآفرینی روستایی به عنوان اولین و مهمترین ضروری به نظر می‌رسد. که در این بین نقش عوامل و عناصر انسانی و جمعیتی از یک سو و بهره‌جویی از تمامی اجزا و ظرفیت‌های محیطی، اجتماعی و فرهنگی، زیرساخت‌ها و عوامل حمایتی از دگرسوی بسیار مهم می‌باشند. مطمئناً شناسایی این ظرفیت‌ها هم کمک

^۱ Entrepreneurship

شایانی به برنامه ریزان و دست‌اندرکاران امر توسعه می‌نماید و هم در تشخیص راه‌اندازی نوع فعالیت‌های کسب و کار در هر منطقه روستایی با توجه به ظرفیت‌های آن به عنوان گام‌های اولیه بسیار موثر است (Fazelnia & Mousavi, 2009: 4).

بر اساس اصول توسعه پایدار، یکی از ابعاد بسیار مهم نظریه توسعه پایدار روستایی، توجه به توسعه اقتصادی در کنار توسعه اجتماعی و بوم‌شناختی و همپوشانی با آن می‌باشد، زیرا هم‌افزایی با استفاده مطلوب از توانایی و استعداد روستاییان یکی از شیوه‌های مناسب برای رسیدن بدین هدف است. کارآفرینی می‌تواند چارچوبی برای این امر فراهم کند. در برنامه کارآفرینی، موضوعات سه‌گانه مشخصی تحت عنوان توسعه اقتصاد محلی مطرح می‌شود.

۱. ایجاد این آگاهی در اذهان مردم که اقتصاد محلی آنها متعلق به خود آنهاست و آنان در این اقتصاد مشارکت دارند.
۲. تجزیه و تحلیل نظام‌مند راه‌هایی که به مدد آنها می‌توان اقتصادهای محلی را تقویت کرد.
۳. ضروری است ساختارهای نهادی اقتصاد محلی توسعه پیدا کند. در این چارچوب لیونز معتقد است که تاکنون اندیشه‌های اقتصادی به کار گرفته شده در توسعه اقتصادی مناطق روستایی چندان موثر نبوده است.

بنابراین، امروزه در نظریه‌های اقتصادی، توجه ویژه‌ای به فعالیت‌های خودجوش اقتصادی با عنوان کارآفرینی در مناطق روستایی می‌شود. در این رابطه، ورتمن در سال ۱۹۹۰، اشاره می‌کند که توسعه اقتصادی و کارآفرینی ارتباط تنگاتنگی با یکدیگر دارند. چنانچه در گزارش سالانه بخش مدیریت صنایع تجاری کوچک آمریکا نیز آمده است، دوسوم شغل‌های ایجاد شده در طول سال توسط کارآفرینان بوده است. بنابراین، توسعه روستایی و توسعه اقتصادی روستا ارتباط تنگاتنگی با کارآفرینی روستایی دارند. بر این اساس، کارآفرینی در بخش روستایی می‌تواند نظمی نوین را برای کار در مناطق روستایی پیش‌بینی کند که از چندین جنبه دارای اهمیت است: نخست اینکه عاقلانه است، یعنی افراد و گروه‌های کاری در محیط روستا توانایی کنترل بیشتری بر کار خود خواهند داشت و برای استفاده از آن در جهت رفع نیازهای خود، از جمله نیاز به رشد و توسعه سالم، فرصت‌های بیشتری به دست خواهند آورد. دوم اینکه انسانی‌تر است، یعنی کار افراد و گروه‌ها نه تنها در زمینه‌های اموری که با اهداف آنان بیگانه است مورد استفاده قرار نمی‌گیرد بلکه موجب استثمار و زیان دیگران نیز نخواهد شد و سوم اینکه با محیط سازگارتر است و بدین ترتیب، کار با محیط طبیعی و زیست‌انسانی هماهنگ خواهد بود و طبیعت را تخریب نخواهد کرد. در نتیجه، با نگاه توسعه پایدار، کارآفرینی در محیط روستایی دارای جنبه‌های مختلفی است:

۱. جنبه اقتصادی: کمک به ایجاد اشتغال، بهره‌گیری از منابع مالی محدود با کمترین میزان ارزشبری، کسب درآمد برای خانوارهای فاقد درآمد یا کم‌درآمد از مهم‌ترین جنبه‌های اقتصادی در سیاست‌گذاری کارآفرینی است.
۲. جنبه‌های اجتماعی - نهادی: از مهم‌ترین مباحث در این زمینه می‌توان به بهبود عدالت اجتماعی، ارتقای زمینه مشارکت (به ویژه زنان و جوانان)، هدایت تغییرات اجتماعی، برانگیختن نیروها و استعدادها بالقوه افراد برای سازندگی و ایجاد انگیزه در جهت خوداتکایی، تعالی فردی و اجتماعی، کمک به گروه‌های خاص جامعه که دارای مشکلات بیشتری در زمینه اشتغال هستند، مبانی فرهنگی، طبقه اجتماعی، موقعیت جغرافیایی، وضع اقتصادی، تغییرات صنفی، دین، جنسیت، تجارب شخصی، والدین، اقوام و دوستان و ... اشاره کرد.
۳. جنبه‌های محیطی: رعایت حقوق مکان‌ها، مدیریت منابع، بهره‌برداری بهینه از محیط، حفظ منابع، کاهش مخاطرات، زیست بوم سالم، تنوع زیستی و ...

بنابراین می‌توان نتیجه گرفت کارآفرینی روستایی راهکاری جدید در نظریه‌های توسعه برای توانمندسازی و ظرفیت‌سازی در مناطق روستایی در جهت کاهش شکاف شهر-روستا، ایجاد فرصت‌های برابر اقتصادی، اجتماعی، محیطی و نهادی می‌باشد و ابزاری مهم برای رسیدن به توسعه پایدار است. در این میان، کشاورزی نیز از بخش‌های اساسی اقتصاد کشور و زمینه ساز رشد و توسعه به شمار می‌رود. رشد و توسعه بخش کشاورزی می‌تواند زمینه را برای رشد و توسعه سایر بخش‌ها، از جمله صنعت، خدمات، حمل و نقل و انرژی فراهم سازد. در واقع، تجربیات جهانی نشان می‌دهد بدون رشد و توسعه کشاورزی، عوامل و نهاده‌های لازم برای فعالیت سایر بخش‌های اقتصادی فراهم نمی‌شود. از سوی دیگر، در شرایط امروز ایران، اهمیت توجه به اشتغال و نیروی انسانی در مسائل اقتصادی کشور و دستیابی به رشد و توسعه اقتصادی با تکیه بر کاهش بیکاری و افزایش اشتغال زایی در بخش کشاورزی از جایگاه ویژه‌ای برخوردار می‌باشد. از همین رو، اتخاذ راهبرد اشتغال برای مردم روستایی با

حمایت از سیاست‌های عمومی بر مبنای سوق دادن سرمایه‌گذاری، اشتغال و خدمات به سمت مناطق روستایی در مقابل راهبرد مردم برای اشتغال که از مهاجرت‌های روستایی حمایت می‌کند، از ضروریات توسعه روستایی است. در این چارچوب، اهمیت مفهوم کارآفرینی و توسعه آن در روستا و بخش کشاورزی بیش از پیش روشن می‌شود (Iftkhari et al., 2009: 47). می‌توان برای برنامه‌ریزی توسعه سه ضلع را تصور نمود: دولت و نهادهای دولتی متولی امر برنامه‌ریزی توسعه، مردمی که موضوع برنامه‌ریزی و هدف توسعه هستند و برنامه‌ها برای آنها اجرا می‌شود و سوم، بخش میان دولت و مردم یعنی سازمان‌های خصوصی، مدیران محلی و کارآفرینان. پژوهش در عرصه برنامه‌ریزی توسعه می‌تواند از منظر هر کدام از این اضلاع سه گانه صورت پذیرد. اما آنچه که مسلم است این است که تاکنون در خصوص ضلع سوم یعنی کارآفرینان و مدیران محلی پژوهش‌های چندانی صورت نگرفته است. این در حالی است که امروزه در اکثر کشورهای دنیا، اهمیت بخش سوم و بویژه کارآفرینان در فرایند توسعه از هر بخش دیگری مهم‌تر پنداشته می‌شود. اهمیت این بخش از آنروست که علاوه بر آگاهی این بخش از شرایط و مقتضیات خاص هر منطقه، برای پذیرش ریسک و سرمایه‌گذاری در عرصه‌های ناشناخته و کشف نشده نیز آمادگی بالایی دارند. بنابراین، تقویت این بخش یکی از راه کارهای اصلی تحقق برنامه‌های توسعه است. اما این مهم در گرو آن است که اطلاعات دقیق از دیدگاه‌ها، مشکلات، موانع و علاقه‌مندی‌های آنها و نیز شناخت کافی از محیط اجتماعی، اداری و نهادی‌ای که در آن فعالیت می‌کنند داشته باشیم. تحقیق حاضر در همین راستا طراحی شده و درصدد است تا ضمن بررسی تأثیرات کارآفرینی بر توسعه روستایی از دید کارآفرینان و مسئولین و مطلعین محلی، فرصت‌ها و چالش‌های توسعه کارآفرینی در منطقه مورد مطالعه را نیز شناسایی نموده و بتواند بر اساس آنها راه کارهایی عملی جهت استفاده سازمان‌ها بدست اندرکاران برنامه ریزی ارائه نماید.

مفهوم کارآفرینی

کارآفرینی از سوئی نشان دهنده گستردگی و اهمیت موضوع است که می‌تواند از زوایای مختلف مورد بررسی قرار گیرد و از سوی دیگر نشان دهنده پویایی موضوع است که زمینه ارائه مدل‌ها، تئوریها و نظرات متفاوتی را فراهم می‌آورد. واژه کارآفرینی از کلمه فرانسوی *Entreprendre* به معنای متعهد شدن نشأت گرفته است. بنابر تعریف واژه نامه دانشگاهی وبستر: کارآفرین کسی است که متعهد می‌شود مخاطره‌های یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی، اداره و تقبل کند. واژه کارآفرینی دیر زمانی پیش از آنکه مفهوم کلی کارآفرینی به زبان امروزی پدید آید، در زبان فرانسه ابداع شد. در اوایل سده شانزدهم میلادی کسانی را که در امر هدایت ماموریت‌های نظامی بودند، کارآفرین می‌خواندند. از آن پس درباره دیگر انواع مخاطرات نیز همین واژه با محدودیت‌هایی مورد استفاده قرار می‌گرفت. از حدود سال ۱۷۰۰ میلادی به بعد، فرانسویان درباره پیمانکاران دولت که دست اندرکار ساخت جاده، پل، بندر و تاسیسات بودند، به کرات لفظ کارآفرین را بکار برده‌اند (Ahmadpour Dariani, 2010: 4).

انواع کارآفرینی

۱. کارآفرینی مستقل: حالتی است که فردی کسب و کار مستقلی را ایجاد می‌کند یا نمایندگی آن را از طریق شناسایی فرصت و بسیج منابع و امکانات لازم به دست می‌آورد و تمرکز او بر نوآوری، توسعه فرآیند، ایجاد محصولات یا خدمات جدید است.
۲. کارآفرینی سازمانی یا درون سازمانی: شامل پرورش رفتار کارآفرینانه در سازمانی است که قبلاً تاسیس شده و فرآیندی است که محصولات (خدمات) یا فرآیندهای نوآورانه با خلق فرهنگ کارآفرینانه در یک سازمان ایجاد می‌شود. در این نوع کارآفرینی، یک شرکت یا سازمان، محیطی را فراهم می‌سازد تا اعضا بتوانند در امور کارآفرینی مشارکت کنند و طی آن، محصولات، خدماتی یا فرآیندی نوآورانه از طریق ایجاد فرهنگ کارآفرینانه به ظهور می‌رسند. (احمدپور، مقیمی، ۱۳۸۸: ۵۱)
۳. کارآفرینی شرکتی: کارآفرینی شرکتی به مفهوم تعهد شرکت به ایجاد و معرفی محصولات جدید، فرآیندهای جدید و نظام‌های سازمانی نوین است (Ahmadpour Dariani, 2010: 140).

اشباهاتی که در درک و استنباط از مفهوم کارآفرینی وجود دارد

با توجه به اینکه کارآفرینی پدیده‌ای چند بعدی و میان رشته‌ای می‌باشد، علاوه بر آن که تعریف جامع و مانعی از آن به عمل نیامده است؛ در درک و تبیین آن نیز اشتباهات مختلفی مشاهده گردیده است که مهم‌ترین آنها به شرح زیر است:

۱- کارآفرین فکر نمی‌کند بلکه فقط عمل می‌کند

این دیدگاه صحیح است که کارآفرینان عمل می‌کنند اما تفکر از عمل آنها جدا نیست. آنها برای اجرای طرح‌های خود بسیار با دقت می‌اندیشند. امروزه آنان بر روی خلق طرح‌های واضح و کامل بسیار تاکید می‌کنند. به همان اندازه که تفکر مهم است عمل به آن اندیشه نیز اهمیت دارد.

۲- کارآفرین ساخته نمی‌شود بلکه به دنیا می‌آید

بسیاری بر این باورند که افراد کارآفرین شخصیت ذاتی دارند. از دیدگاه آنها با انگیزه بودن، ریسک‌پذیری، انعطاف‌پذیری و مهارت‌های ارتباطی چیزی نیست که بتوان در خود بوجود آورد؛ بلکه این خصوصیات از ابتدا در درون افراد وجود داشته است. در صورتی که این باور غلط است و بسیاری از کارآفرینان با الهام از دیگر کارآفرینان و گرفتن آموزش‌های لازم کارآفرین شده‌اند.

۳- تنها چیزی که کارآفرین نیاز دارد پول است

درست است که برای اینکه اختراعی صورت پذیرد وجود سرمایه ضروری است و بسیاری از ورشکستگی‌های تجاری نیز به دلیل عدم سرمایه به وجود می‌آید؛ اما سرمایه به خودی خود نمی‌تواند جلوی شکست‌های تجاری را بگیرد. برنامه و طرح‌های ضعیف، ضعف مهارت‌های مدیریتی و رقابتی همگی از عواملی هستند که می‌توانند باعث ورشکستگی شوند. بسیاری از کارآفرینان توانسته‌اند بر ضعف مالی چیره شوند و طرح‌های قوی ارائه دهند. پول برای یک کارآفرین به عنوان یک منبع مهم مطرح می‌گردد ولی همه چیز نیست.

۴- تنها چیزی که کارآفرین نیاز دارد شانس است

یکی از مزیت‌هایی که ممکن است در حین کار کارآفرین رخ دهد قرار گرفتن در مکان و زمان مناسب است. شانس موقعی رخ خواهد داد که کارآفرین از بین موقعیت‌هایی که در مقابل او است، وارد یکی از آنها شود و با موفقیت آن را به پایان برساند. البته باید همواره در نظر داشت که کارآفرین موقعیت‌های مختلف را می‌سنجد آنها را بررسی می‌کند، او با فکر خود بهترین را انتخاب می‌کند و سعی می‌نماید که موفقیت خود را در این راه به دست آورد. به راستی آنچه که باعث شانس می‌شود چیزی جز علم به مسئله، خواستن، عزم راسخ و در نهایت نوآوری نمی‌باشد.

۵- کارآفرینان در راه رسیدن به موفقیت شکست‌های زیادی را متحمل می‌شوند

این درست است که کارآفرینان سختی‌های زیادی را قبل از رسیدن به موفقیت تحمل نموده‌اند؛ اما آنان برای رسیدن به هدف خود سعی‌های زیادی کرده‌اند و هرگز از شکست نه‌راسیده‌اند شکست به آنان درس‌های زیادی داده است و اغلب آنان را به سوی موفقیت هدایت نموده است.

۶- کارآفرینان ریسک‌پذیری بسیار بالایی دارند

صفت ریسک‌پذیری از اصلی‌ترین مشخصات کارآفرینی است. البته این نکته قابل ذکر است که کارآفرین ریسکی را انجام می‌دهد که تا حدی با زوایایی آن آشناست. بسیاری از مردم این تفکر را دارند که ریسک مثل قمار کردن است و این تصور اشتباه است. چرا که کارآفرین ریسک‌های حساب شده و متعادل را انجام می‌دهد. بیشتر کارآفرینان موفق روی طرح‌های خود بسیار کار می‌کنند و سعی دارند کمتر روی کارهای خود ریسک کنند.

۷- کارآفرینی فقط در شرکتهای کوچک وجود دارد

این تفکر معمولاً از آنجا ناشی می‌شود که شرکت‌های بزرگ در لایه‌های بوروکراسی گرفتار شده‌اند و نمی‌توانند از این قید و بند بیرون آمده و همچون کارآفرینان رفتار کنند. اما شرکت‌های بزرگی هم هستند که به روش‌های مختلفی خود را از این قید و بندهای بوروکراسی رها می‌کنند، در این حالت شرکت بسیار انعطاف پذیر شده و قابلیت انجام کارهای کارآفرینانه را پیدا می‌کند. البته شرکت‌های کوچک بهتر می‌توانند کارآفرین باشند؛ اما شرکت‌های بزرگی هم وجود دارند که کارآفرینان موفق هستند. عده‌ای از کارآفرینان از صفر شروع می‌کنند و عده‌ای شرکت خود را از دیگری می‌خرند و شروع به کار می‌کنند. بعضی‌ها فقط آنهایی را که

از صفر شروع می‌کنند کارآفرین می‌دانند اما این درست نیست، بسیاری از کسانی که شرکتی را می‌خرند کارآفرینانه شرکت خود را گسترش می‌دهند و تفاوت چندانی با کسانی که از صفر شروع می‌کنند ندارند.

۸- هدف اصلی شخص کارآفرین تنها کسب سرمایه و ثروت است

این عقیده از سوی دانشمندان رد می‌شود. زیرا کارآفرین عمدتاً به دنبال انجام کار به شکل برتر و موفقیت‌آمیز است و اگر این عمل موجب ایجاد ثروت می‌شود، ناشی از اثرات حاصل از کار فوق است، نه اینکه هدف نهایی کارآفرین باشد. نیاز به سرمایه و کسب ثروت به عنوان ابزار کارآفرینی نباید با هدف نهایی کارآفرینی یکسان تلقی شود (Falah Jellodar, 2006: 63).

سیر تکاملی مفهوم کارآفرینی

مرور ادبیات علمی و تحقیقات کارآفرینی نشان می‌دهد که در روند و سیر تکاملی تعریف، بررسی و مطالعه پدیده کارآفرینی دو دیدگاه اصلی وجود دارد که عبارتند از: ۱- دیدگاه اقتصاددانان ۲- دیدگاه غیراقتصاددانان (روان‌شناسان، جامعه‌شناسان و دانشمندان علوم مدیریت) در این قسمت چکیده نظریات هر دو دیدگاه فوق در ارتباط با پدیده کارآفرینی ذکر می‌گردد.

کارآفرینی از دیدگاه اقتصاددانان

کارآفرینی اولین بار مورد توجه اقتصاددانان قرار گرفت و مکاتب اقتصادی مختلف از قرن شانزدهم میلادی به بعد کارآفرینی را در نظریه‌های خود به کار گرفتند. اقتصاددانان متعددی در ارتباط با کارآفرینی و کارآفرین نظریه داده‌اند. مشهورترین نظریات در ارتباط با کارآفرینی از دیدگاه اقتصاددانان به شرح زیر است: (Falah Jellodar, 2006: 64). ریچارد کانتیلون در حدود سال ۱۷۳۰ بین زمین‌داران، دستمزدگیران و کارآفرینان، تمایز قائل شد. او به سه عنصر اصلی در خصوص فعالیت کارآفرینان اشاره نمود، اول آنکه آنها در یک محیط همراه با عدم قطعیت فعالیت می‌کنند، دوم آنکه آنها در صورت نداشتن توانایی زیاد برای فعالیت اقتصادی، با فساد و تباهی خاصی مواجه می‌شوند و سوم اینکه آنها سرمایه اولیه را خودشان فراهم می‌آورند. وی در تعریف کارآفرین می‌آورد: «فردی است که ابزار تولید را به منظور ادغام آنها برای تولید محصولاتی قابل عرضه به بازار، ارائه می‌کند.» کارآفرین در هنگام خرید از قیمت نهایی محصولات، اطلاع ندارد، از این رو کانتیلون عناصر هدایتگری و حدس و گمان را در تعریف کاربردی خود وارد می‌نماید.

جان باتیست سی در اثر خود تحت عنوان «پرسش و پاسخ در اقتصادی سیاسی» درباره کارآفرین می‌نویسد: «کارآفرین عاملی است که تمامی ابزار تولید را ترکیب می‌کند و مسئولیت ارزش تولیدات، بازیافت کل سرمایه‌ای را که بکار می‌گیرد، ارزش دستمزدها، بهره و اجاره‌ای که می‌پردازد و همچنین سود حاصل را بر عهده می‌گیرد.» کارآفرین مورد نظر وی عموماً و نه لزوماً، سرمایه را به طور فردی فراهم می‌کند و یا فرض می‌گیرد. وی برای کامیاب شدن باید از واسطه‌گری، پشتکار و دانش پیرامون جهان و کسب و کار برخوردار بوده و باید از هنر مدیریت نیز بهره‌مند باشد. از دیدگاه سی کارآفرین سازمان دهنده بنگاه اقتصادی می‌باشد و در عملکرد تولید و توزیع آن نقش محوری دارد. در واقع وی تنها بر اهمیت کارآفرین در کسب و کار تأکید دارد و کارآفرین را در ارتباط با نوآوری یا ایجاد سرمایه مورد بحث قرار نمی‌دهد. البته سی در تعریف کارآفرینی همچون دیگر اقتصاددانان کلاسیک، کارآفرین را مانند سایر عوامل تولید می‌داند و هویتی غیرانسانی برای او قائل می‌شود.

فرانک نایت در کتاب خود تحت عنوان «مخاطره، عدم قطعیت و سود» کارآفرین را به عنوان عنصر اصلی هر نظام معرفی نمود. وی عدم قطعیت را عاملی جدا نشدنی در تصمیم‌گیری می‌دانست و معتقد بود که در هر کسب و کار، موقعیت منحصر به فردی حاکم است و تناوب نسبی رویدادهای پیشین را نمی‌توان در ارزیابی نتایج احتمالی آینده به کار برد. طبق نظر وی مخاطره‌های قابل اندازه‌گیری را می‌توان از طریق بازارهای بیمه تعدیل نمود، اما این مسئله در خصوص عدم قطعیت صدق نمی‌کند. کسانی که در شرایط عدم قطعیت شدید به اتخاذ تصمیم می‌پردازند باید پیامدهای کامل آن تصمیمات را نیز بطور شخصی بپذیرند. چنین افرادی کارآفرین، یعنی صاحب کسب و کار می‌باشند، نه مدیران حقوق‌بگیری که در خصوص مسائل جاری و روزمره، تصمیم‌گیری می‌کنند.

بر طبق نظر شومپیتر هم بهره و هم سود ناشی از تغییرات، در محیطی ایستا وجود نخواهد داشت. تحول نیز به نوبه خود حاصل کار نوآوران کسب و کار یا کارآفرینان خواهد بود.

از آنجا که احتمال می‌رود یک تغییر، موجب تغییرات دیگر شود، لذا نوآوریها علاوه بر گرایش به سوی یکدیگر، افزایش یافته و رشد زیادی را از لحاظ سود و فعالیت ایجاد می‌نمایند. بر طبق نظر شومپیتر کارآفرین نیروی محرکه اصلی در توسعه اقتصادی است و نقش وی عبارتست از نوآوری یا ایجاد ترکیب‌های تازه از مواد. وی نقش مدیران و افرادی که کسب و کار ایجاد می‌نمایند را از مفهوم کارآفرین جدا نمود. از دیدگاه وی هر کدام از فعالیتهای زیر کارآفرینی است: ارائه کالایی جدید، ارائه روشی جدید در فرآیند تولید، گشایش بازاری تازه، یافتن منابع جدید و ایجاد هرگونه تشکیلات جدید در صنعت. کارآفرین در این میان باید صاحبان سرمایه را در خصوص مطلوبیت نوآوری خویش متقاعد سازد.

از دیدگاه شومپیتر، نوآوری ملاک کارآفرینی است. وی می‌گوید: «ویژگی تعیین کننده، همانا انجام کارهای نو یا ابداع روش نو در انجام کارهای جاری است.» روش نو عبارتست از تخریب خلاق نسبت به وضعیتی که خود لااقل سه ویژگی اساسی دارد: نخست اینکه عملاً نمی‌توان آنرا بر اساس احتمالات آینده درک نمود، دوم اینکه تخریب خلاق، مسیر رویدادهای آتی و نتایج دراز مدت آنها را شکل می‌دهد و آخر اینکه تخریب خلاق با موارد ذیل ارتباط دارد:

الف - کیفیت عوامل انسانی موجود در جامعه

ب - قابلیت‌های موجود در زمینه خاصی از کسب و کار

ج - تصمیمات، اقدامات و الگوی رفتار فردی

از این جهت مطالعه «تخریب خلاق» در کسب و کار با مطالعه کارآفرینی مترادف می‌گردد. از این رو شومپیتر مدیر را تنها هنگامی کارآفرین می‌داند که تخریب خلاق یا نوآورانه از خود بروز می‌دهد.

ویلیکن کارآفرینی را یک متغیر میانجی می‌داند و از ویژگی تسریع کنندگی، برای تشریح کارآفرینی در توسعه اقتصادی استفاده می‌کند. وی معتقد است که: کارآفرینی بعنوان یک تسریع کننده، جرقه رشد و توسعه اقتصادی را فراهم می‌آورد. او چهار دسته از عوامل را برای ظهور کارآفرینی مهم می‌شمارد:

- عوامل اقتصادی: مزیت‌های بازار، و فراهم بودن سرمایه
 - عوامل غیر اقتصادی: مقبولیت کارآفرینی (فرهنگی)، تحرکات اجتماعی، امنیت، و عواملی همچون طبقه اجتماعی، قدرت و کنترل
 - عوامل روانشناختی: نیاز به توفیق، انگیزه‌ها و مخاطره‌پذیری
 - ترکیب عوامل تولید: به منظور ایجاد تغییر در تولید محصولات و خدمات
- بررسی مکاتب اقتصادی مختلف نشان می‌دهد که در مجموع شش نقش کارکردی اصلی از سوی اقتصاددانان به کارآفرینان نسبت داده شده است که آقای باره‌تو در سال ۱۹۸۹ آنها را به شرح جدول شماره ۱ خلاصه نموده است.

جدول (۱): نقش کارکردی کارآفرینان در تئوری‌های مختلف اقتصادی

نقش کارکردی	نظریه پرداز اصلی
معامله گر	ریچارد کانلیتون
همهانگ کننده	جان باتیست سی
مالک محصول	فردریک هاولی
نوآور	ژوزف شومپیتر
تصمیم گیرنده	فرانک نایت
واسطه	ایزائیل کرزنر

(منبع: احمدپور، ۱۳۸۹: ۲۷)

بررسی و نقد دیدگاه اقتصاددانان در مورد کارآفرینی چند نکته مهم زیر را نمایان می‌سازد:

۱. از دیدگاه اقتصاددانان، کارآفرین یک عامل اقتصادی است که با استفاده از فرصت‌های ایجاد شده در بازار با بکارگیری عوامل تولید در زیر سقف یک بنگاه تولیدی، اقدام به فعالیت تولیدی، تجاری و غیره می‌نماید. به عبارتی دیگر، تولید کننده‌ای از یک نوع، تولید کننده خلاق و پیش‌تاز است که با قبول ریسک اقدام به بسط فعالیت‌های اقتصادی می‌کند. با توجه به نقش حساس این عوامل اقتصادی، توجه خاصی به آنها در نوشته‌های ابتدایی اقتصادی (برای مثال توسط کانیلتون) شده است. اما همانطور که مارک کالسون اشاره کرده، نقش عامل مذکور، هیچ‌گاه بطور کامل در تئوری‌های اقتصادی مورد بررسی قرار نگرفته است. در اقتصاد ایستای نئوکلاسیکی رقابت کامل، هیچ جایی برای این نوع عامل اقتصادی در نظر گرفته نشده است و فرض شده است نیازی به تولید کننده خلاق نیست. بلکه در شرایط رقابت کامل، آزادی کامل برای ورود به بازار وجود دارد و تولید کننده می‌تواند با توجه به شفافیت بازار، هرگونه اطلاعاتی بدست آورد.
 ۲. بررسی نظریات اقتصادی کارآفرینی نشان می‌دهد که دیدگاه‌های اقتصاددانان درباره کارآفرینی همانند سایر مفاهیم اقتصادی نظیر بازار، قیمت و تعادل تحت تاثیر دیدگاه‌های مکاتب اقتصادی بوده است و لذا تعریف و نظریه یکسان و مشخصی از کارآفرینی ارائه نکرده‌اند.
 ۳. اقتصاددانان کانون توجه خود را تنها بر فضای اقتصادی کارآفرینی متمرکز کرده‌اند و لذا از تاثیر و نقش عوامل فردی و محیطی بر پدیده کارآفرینی غافل بوده‌اند. آنها در نظریات خود جایگاهی را برای این ویژگی‌ها و عوامل در نظر نمی‌گرفتند. به طور کلی این دیدگاه دارای دو محدودیت عمده می‌باشد.
 - الف. محدودیت‌های شناختی و ادراکی انسان و بی‌توجهی به نقش و تاثیر ویژگی‌های روانی - شخصیتی در کارآفرینی
 - ب. بی‌توجهی به نقش و تاثیر عوامل محیطی و اجتماعی بر پدیده کارآفرینی
- امروزه بر همگان مسلم گردیده است که کارآفرینی یک فرآیند پویا و دینامیک است که طی آن فرد کارآفرین با الهام از عوامل محیطی مختلف یک فعالیت اقتصادی را مطابق با ویژگی‌های روان‌شناسی و جمعیت‌شناسی خود دنبال می‌کند. پس از پررنگ شدن نقش کارآفرینان در توسعه اقتصادی در دهه ۱۹۵۰ و عدم توانایی اقتصاددانان در تشریح کامل پدیده کارآفرینی، دیدگاه دیگری در این زمینه مطرح گردید که از آن به عنوان دیدگاه غیر اقتصاددانان نام برده می‌شود (Ahmadpour Dariani, 2010: 5).

کارآفرینی از دیدگاه غیر اقتصاددانان

در ارتباط با این دیدگاه سه گروه روان‌شناسان، جامعه‌شناسان و دانشمندان علوم مدیریت به چشم می‌خورد. بر اساس مسیر تکاملی کارآفرینی از دیدگاه غیر اقتصاددانان مذکور، دو رویکرد مشاهده می‌گردد. رویکردی را که تأکید بر مطالعه ویژگی‌های روانی - شخصیتی کارآفرینان دارد رویکرد ویژگی‌ها^۱ می‌نامند؛ و رویکردی که متغیرهای جامعه‌شناختی و محیطی را مورد تأکید قرار می‌دهد رویکرد اجتماعی - فرهنگی^۲ می‌گویند (Ahmadpour Dariani, 2010: 75).

راهبرد کارآفرینی در توسعه روستایی

بدون تردید روستاها در عصر حاضر با تحولات و تهدیدات گسترده‌ای روبرو هستند، از این رو تضمین و تداوم حیات و بقا روستاها نیازمند یافتن راه حل‌ها و روش‌های جدید مقابله با مشکلات می‌باشند که به نوآوری، ابداع، خلق محصولات، فرآیندها و روش‌های جدید بستگی زیادی دارد. برای نیل به این هدف، مدیران باید به نقش‌هایی روی آورند که متناسب با شرایط متحول محیطی باشد. اخیراً راهبردهای توسعه روستایی تجدید نظر شده توسط بسیاری از موسسات ملی و بین‌المللی مجدداً بر کاهش فقر از طریق رشد اقتصادی تأکید می‌کنند. توسعه اقتصادی در مناطق روستایی نیازمند راهبردهایی است که بتواند توسعه کارآفرینی، موسسات اجرایی تاثیرگذار و تواناسازی سیاست‌های محیطی را تشویق کنند. از آنجا که اقتصاد روستایی بطور قابل توجهی با فعالیت‌های کشاورزی مرتبط است و تقریباً همه فعالیت‌های اقتصادی در نواحی روستایی، بطور مستقیم یا غیرمستقیم با کشاورزی، جنگلداری و سایر

¹ Trait Approach

² Socio-cultural Approach

منابع طبیعی در ارتباط است. بنابراین نیاز به افزایش ارتباطات بین بخشی، مابین کشاورزی و کسب و کارهای مرتبط با کشاورزی و همچنین فعالیتهای اقتصادی غیرکشاورزی وجود دارد.

در این جا این سوال مطرح می شود که چرا کارآفرینی روستایی در حمایت از توسعه روستایی مهم است؟

۱- ایجاد فرصت های جدید برای نواحی روستایی

۲- مصرف شهری/تولید روستایی

۳- بازدهی و نوآوری

۴- نیاز به فرصت های جدید و رشد تقاضاها

توسعه روستاها در مقایسه با گذشته، پیوند گسترده تری با مفهوم کارآفرینی یافته است. در حال حاضر موسسات و اشخاص صاحب نظر در توسعه روستایی، ایجاد کارآفرینی را به عنوان شیوه ای مداخله جویانه در توسعه می دانند که قادر است روند توسعه روستاها را تسریع کند. در این شیوه، به ضرورت ارتقاء کارآفرینی در روستاها نیز توجه می شود. کارآفرینی فرصت های جدیدی را برای کارآفرینان ایجاد می کند که می توانند درآمدشان را بهبود ببخشند، دارایی و سرمایه خود را افزایش دهند و رویهم رفته استاندارد زندگی در جوامع روستایی را در نتیجه تشکیلات اقتصادی جدید در کسب و کارهای کوچک و متوسط رشد دهند. با نگاهی به مطالب مطرح شده در زمینه کارآفرینی و نظرات متخصصین و کارشناسان علوم مختلف می توان براحتی به نقش و اهمیت کارآفرینی در توسعه نواحی روستایی پی برد. به همین خاطر است که در حال حاضر در اکثر کشورها، خصوصاً کشورهای در حال توسعه از کارآفرینی روستایی به عنوان یک راهبرد رشد و توسعه اقتصادی و اجتماعی نواحی روستایی یاد می کنند.

کارآفرینی و توسعه اقتصادی روستا

اکثر صاحب نظران توسعه روستایی، یکی از دلایل عمده مشکلات روستایی را پایین بودن نرخ بهره وری کمبود سرمایه و منابع مالی، بیکاری و اشتغال ناقص، مهاجرت، فقر و تنگدستی می دانند. بنابراین با توجه به اینکه کارآفرینان در اجتماع، سبب پویایی و افزایش بهره وری شده و در سطح اجتماع ارزش کار را افزایش می دهند و روحیه سعی و تلاش در بدنه جامعه را بالا می برند. کارآفرینان سبب تشویق جامعه به کارهای خلاق و کارآفرین می شوند و همین امر سبب رشد و بالندگی در اجتماع می شود. زمانی که کارآفرینی به عنوان یک شیوه زندگی توسط اکثریت افراد یک جامعه پذیرفته شود، آن جامعه بسیار سریع توسعه می یابد. نتایج حاصل از مطالعات تطبیقی پروژه دیده بان جهانی کارآفرینی^۱ نشان می دهد که:

۱- ارتباط مثبت و معنی داری بین فعالیتهای کارآفرینانه و رشد اقتصادی وجود دارد.

۲- کشورهایی که از فعالیتهای کارآفرینانه سطح بالا برخوردار نیستند رشد اقتصادی پایینی دارند.

با توسعه کارآفرینی و ایجاد شرکت های کوچک کارآفرین، روستاییان به کالاها و خدمات مورد نیاز خود دست می یابند و این امر تاثیر زیادی در رشد اقتصادی روستاها و کاهش پدیده مهاجرت به شهرها دارد. همچنین روستاها نیز همچون شهرها، مملو از فرصت های جدید و کشف نشده هستند که کشف و بهره برداری به موقع از این فرصت ها و ایجاد کسب و کارهای جدید و رقابت پذیر بر مبنای آن، می تواند مزایای اقتصادی چشمگیری برای روستاییان به همراه آورد.

کارآفرینی، ایجاد اشتغال مولد و پایدار و تنوع اقتصاد روستایی

به علت بالا بودن نسبت نیروی کار به زمین و فصلی بودن فعالیتهای کشاورزی همواره یک نوع بیکاری پنهان در حین دوره فعالیت کشاورزی و یک نوع بیکاری فصلی در روستاها وجود دارد. بنابراین، ایجاد و توسعه بنگاه های کوچک و متوسط^۲ بخش های کشاورزی، صنعت و خدمات در مناطق روستایی به علت ماهیت اشتغالزایی بالا، می تواند برای گروهی از روستاییان بویژه دانش آموختگان و جوانان، اشتغال مولد و دائم، و برای بیکاران فصلی، اشتغال موقت ایجاد کنند. بسیاری از اقتصاددانان توسعه و تحول

^۱ GEM: Global Entrepreneurship Monitor

^۲ SMEs: Small & Medium Enterprise

معتقدند که بخش خوداشتغالی قوی در یک اقتصاد نقش مهمی در فرآیند توسعه همه جانبه ایفا می کند، صرف نظر از اینکه یک منبع درآمد و اشتغال برای ساکنین روستا باشد.

اکثر صاحب نظران توسعه روستایی معتقدند در راهبردهای توسعه روستایی، باید به متنوع سازی اقتصاد روستایی توجه لازم شود. بنابراین با توجه به ویژگی های کارآفرینان و اهداف و نتایج کارآفرینی می توان ادعا کرد که کارآفرینی با شناسایی فرصت های مختلف در زمینه های متفاوت و با ایجاد و توسعه بنگاه های کوچک و متوسط زمینه را برای متنوع سازی اقتصاد روستایی هموار می سازد. پس متنوع سازی اقتصاد روستایی هرگز با القا از بیرون محقق نمی شود مگر اینکه کارآفرینان محیط های روستایی خود فرصت ها و منابع بالقوه و بالفعل را بشناسند و با استفاده بهینه از آنها تنوع اشتغال و اقتصاد را برای محیط های روستایی به ارمغان بیاورند. از نقش کارآفرینان محلی در توسعه صنعتی روستا اغلب چشم پوشی شده است. این طور استدلال می شود که یک راهبرد برای توسعه صنعتی نیازمند بسیج پتانسیل های کارآفرینانه بومی برای محیط های روستایی یک مزیت نسبی فراهم می کند. با توجه به بحث های فوق کارآفرینی در محیط های روستایی می تواند با شناسایی فرصت های جدید و نوآوری در استفاده از منابع و فرصت های موود زمینه برای رشد و شکوفایی فعالیت های متنوع فراهم آمده و این امر باعث ایجاد اشتغال مولد و پایدار در محیط های روستایی می گردد (Hashemi et al., 2011: 35).

توسعه کارآفرینی روستایی

سائر در سال ۱۹۸۶، با در نظر گرفتن کارآفرینی به عنوان الگوی توسعه اقتصادی، توسعه روستایی را فرآیند تشویق کشاورزان کارآفرین، کمک مدیریتی و فنی به کارآفرینان روستایی، حمل و نقل روستایی، خدمات ارتباطی و اطلاعاتی روستایی، مدیریت منابع طبیعی و ... تعریف می کند. از نظر ریگان، 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. از نظر ورتمن، کارآفرینی روستایی عبارت است از ایجاد سازمانی جدید که تولیدی جدید با خدماتی جدید را معرفی، یا بازار جدیدی را ایجاد کند یا از فناوری جدید در محیط روستایی استفاده کند.

بدین ترتیب، کارآفرینی در محیط روستایی دارای گستردگی زیادی است. بنابراین، توسعه کارآفرینی روستایی پتانسیلی برای کمک به تنوع بخشی به درآمد و میزان تولیدات کشاورزی و غیر کشاورزی است که فرصت های مناسبی را برای کاهش مخاطره معیشتی و افزایش امنیت غذایی پایدار در مناطق روستایی فراهم می کند. کارآفرینی روستایی می تواند یکی از زمینه های مناسب برای ایجاد اشتغال در بخش های کشاورزی و غیر کشاورزی باشد. در کارآفرینی روستایی، بخش خصوصی مهم ترین عامل در توسعه پایدار اقتصادی روستاست. کارآفرینی روستایی دارای عناصر پایه ای است که تمرکز عمده آنها بر فراهم کردن زیرساخت های اساسی روستا (سخت افزاری و نرم افزاری) و خدماتی است که موجب کاهش فقر و تسریع رشد اقتصادی روستا می شود.

دابسون و دیگران در مطالعه خود برای طراحی فعالیت های کارآفرینی و جمع آوری اطلاعات درباره سازمان ها، برنامه ها و فعالیت های حمایت کننده از کارآفرینی در مناطق روستایی، بدین نتیجه رسیدند که چهارعامل اصلی برای حیات بخشی به روح کارآفرینی در مناطق روستایی عبارتند از:

۱. ایجاد فعالیت متناسب با نیازهای شناسایی شده جامعه محلی
۲. تولیدات کافی متناسب با مقیاس، منابع و مهارت های محلی
۳. تمرکز بر کارآفرینی
۴. یادگیری مداوم از طریق تغییر آموزه های قبلی

همچنین آنها دو عنصر اصلی را برای بهبود فضای کارآفرینی در جهت رسیدن به موفقیت شناسایی کردند: اول موسسات حامی مانند دانشگاه ها و گروه های مشارکت کننده در فعالیت های کارآفرینی روستایی؛ و دوم، فضایی که در آن، همه کارآفرینان با در نظر گرفتن ویژگی های استعداد و انگیزه کاری به خدمات دسترسی پیدا کنند. بر همین اساس، کارآفرینی در مناطق روستایی نیز به همان شیوه های عمومی قابل تقسیم بندی است. در واقع با در نظر گرفتن ماهیت میان رشته ای کارآفرینی در مناطق روستایی

می‌توان به همان دو نوع از کارآفرینی اشاره داشت. اما در مورد نوع کارآفرینی فردی در مناطق روستایی، می‌توان به دو مدل استناد کرد:

نخست مدل کارآفرینی فردی که بر پایه ارتباط متقابل عوامل شخصی و درک سازمانی فرایندها و نتایج استوار است. ویژگی فردی در این مدل شامل شناسایی فرصت‌ها، سطوح انرژی، میزان استقلال فردی، مخاطره‌پذیری و طرز تلقی از خود می‌باشد. محیط فردی شامل متغیرهای گوناگون اعم از دانش و تجربه به دست آمده، میزان حمایت جامعه از خانواده و ... می‌شود. دوم، مدل ترکیب سرمایه‌ها که توسط آلدریچ و مارتیز در سال ۲۰۰۱ ارائه شد. به نظر آنان، رفتار کارآفرینی حاصل ترکیب ظرفیت‌های موجود در زمینه اشکال گوناگون سرمایه است. این مدل توانایی ترکیب دانش و منابع را در قالب سرمایه انسانی، محیطی و مالی دارد (Iftkhari et al., 2009: 48).

استراتژی اساسی برای توسعه کارآفرینی روستایی

در این زمینه سه استراتژی وجود دارد: یکی جذب کسب و کارها از دیگر مناطق (به خصوص مناطق شهری) به روستاها، که در مجموع و از نگاه ملی چندان مفید نیست. دوم حفظ و توسعه کسب و کارهای موجود از طریق سیاست‌های حمایتی، که عموماً سیاستگذاران و مدیران کشور به آن توجهی نمی‌کنند. سوم حمایت از ایجاد و تولد کسب و کارهای جدیدی از دل خود مناطق روستایی، که معمولاً مدنظر می‌باشد اما نیازمند برنامه‌ریزی منسجم و بلندمدت می‌باشد.

به نظر نمی‌رسد هیچ گروهی مستعدتر از فارغ‌التحصیلان روستازاده برای امر کارآفرینی روستایی باشند. ایجاد شرایط مناسب برای فعالیت و جذب این افراد به فضاهای روستایی از مهمترین مسائل پیش روی مدیران توسعه روستایی است: ایجاد شهرک‌های کسب و کاری روستایی (این شهرک‌ها با ایجاد فضای مناسب برای رشد کسب و کارها و کارآفرینی همچون انکوباتوری باعث رشد شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی می‌گردند)، ایجاد مراکز رشد (انکوباتور) و پارک‌های کارآفرینی، اعطای تسهیلات و امکانات به آنها، ارائه آموزش‌های کارآفرینی به آنها، ایجاد آموزشگاه‌های مختلف (که به آموزش کارآفرینی نیز بپردازند) در مناطق روستایی و نقاط واسطه، ایجاد مراکز آموزشی، تحقیقاتی و علمی در مناطق روستایی مستعد و تقویت ارتباطات این گونه مراکز با روستاها، تحریک و انگیزش آنان به توسعه و آبادانی زادگاه‌های خود از طریق مدیران و رهبران کشور (Sharifi, 2009: 24).

نتیجه‌گیری

از آغاز برنامه‌ریزی‌های توسعه در ایران، چیزی حدود شصت سال می‌گذرد، اما این برنامه‌ریزی‌ها هنوز نتوانسته‌اند مظاهر عقب ماندگی را در بسیاری از بخش‌ها و در اجتماعات محلی، بویژه روستایی، کاهش دهند. غلبه اقتصاد نفتی در کنار عوامل عدیده دیگری که دارای ریشه‌های تاریخی و ساختاری هستند، مانع از دستیابی به تعادل در برنامه‌ریزی‌های توسعه و تخصیص منابع شده اند. یکی از عرصه‌هایی که ممکن است عدم تعادل در برنامه‌ریزی‌های توسعه در آن مشهودتر بوده و بی‌توجهی به آن نیز عواقبی به مراتب زیانبارتر به دنبال داشته باشد، تفاوت و تعارض اجتماعات شهری و روستایی است. توجه به توسعه روستایی در برنامه ریزی‌های توسعه، از چندین جنبه واجد اهمیت است:

اول اینکه، در حال حاضر حدود ۶۵ هزار روستا و مکان و مزرعه روستایی زنده و فعال و نیز هزاران روستا و مکان و مزرعه تخریب و تخلیه شده و یا در حال نابودی است و مناطق روستایی در برگیرنده ۹۵ درصد از منابع پایه تولید در بخش کشاورزی است و از این رو، بخش اعظم این گونه منابع را در اختیار دارد.

دوم اینکه، روستائیان ایران با تولید بیش از ۸۵ درصد محصولات زراعی، باغی و دامی و آبیان، عمده ترین قشر تامین کننده فرآورده‌های حیاتی بوده و در واقع، همواره امنیت غذایی جامعه را بر عهده داشته اند.

سوم اینکه، علیرغم رشد شتابان شهرنشینی در دهه‌های گذشته و مهاجرت خیل عظیمی از روستائیان به شهرها، هنوز بخش بزرگی از جمعیت کشور در روستاها زندگی می‌کنند. طبق سرشماری عمومی نفوس و مسکن سال ۱۳۸۵، ۲۲۲۲۷۷۷۱ نفر از جمعیت کشور در روستاها زندگی می‌کنند که ۳۱/۵ درصد جمعیت کل کشور را تشکیل می‌دهند. همچنین «حدنگهداشت جمعیت روستایی در افق توسعه (سال ۱۴۰۰)، حدود ۲۵ میلیون نفر برآورد شده است و دست اندرکاران برنامه ریزی‌های کلان توسعه انتظار دارند که با

اتخاذ تدابیر مناسب جهت بهره‌گیری از منابع محیطی و طبیعی، بتوانند این جمعیت را در روستاها نگه دارند» (Yadgar, 2004: 82).

چهارم اینکه، بی‌توجهی به توسعه روستایی و تداوم عقب ماندگی در روستاها، موجب افزایش مهاجرت به شهرها می‌شود. افزایش چنین مهاجرت‌هایی چرخه‌ای مستمر از فقر، بیکاری، تنش‌ها و تضادهای اجتماعی و افزایش مسائل اجتماعی را در پی خواهد داشت که با تحمیل هزینه‌های بسیار بر بخش‌های مختلف جامعه، به مانند سدی در برابر تحقق برنامه‌های توسعه عمل خواهند نمود. در واقع، پائین آمدن استانداردهای زندگی در مناطق روستائی موجب راندن افراد به مناطق شهری شده و در نتیجه گسترش فقر در مناطق شهری را دامن می‌زند.

بر این اساس، توسعه روستایی باید جزو اولویت‌های اصلی برنامه ریزی‌های توسعه در کشورهای در حال توسعه‌ای مانند ایران باشد. توسعه روستایی فرآیندی چند بعدی است که موضوع آن بهبود و ارتقای کیفیت زندگی اجتماعات روستایی است؛ فرآیندی که با بهره‌گیری از ساز و کارهایی چون برنامه‌ریزی، سازماندهی، تقویت خوداتکائی فردی و جمعی و ایجاد دگرگونی مناسب در ساختارهای ذهنی و عینی روستائیان تلاش می‌کند که در آنها قدرت، توان و اختیار بهره‌گیری از قابلیت‌ها و منابع در اختیارشان را تقویت کند تا بواسطه آن بتوانند وضعیت موجودشان را به وضعیت مطلوب تغییر دهند (Hassanzadeh & Izadi Jiran, 2009: 31).

در سطح تئوریک در دهه‌های گذشته شاهد یک تغییر پارادایمی در ادبیات توسعه از بعد سخت‌افزاری و شاخص‌های کمی اقتصادی به بعد نرم‌افزاری و شاخص‌های انسانی، اجتماعی و فرهنگی بوده‌ایم.

در پارادایم جدید، توسعه در وهله اول با توسعه انسانی، رشد قابلیت‌های نیروی انسانی، پویایی و شادابی جمعیت، انسجام اجتماعی و افزایش مشارکت اجتماعی مترادف پنداشته می‌شود. در رهیافت‌های جدید توسعه، انسان محور و کانون همه فعالیت‌ها و برنامه‌ریزی‌هاست. از آنجائیکه توسعه در راستای نیازها و حقوق انسان‌ها و به عبارتی برای انسان‌ها صورت می‌گیرد، لازم است که بوسیله خود انسان‌ها صورت پذیرد. و در اینجا است که بحث توسعه با مفهوم مشارکت پیوند می‌خورد. بر همین مبنا بود که یونسکو در دهه هفتاد، در اجلاس نوزدهم خود در نایروبی، رهیافت درونزای انسان محور را مطرح کرد، رهیافتی که در آن لزوم مشارکت، بیش از پیش مورد تأکید قرار گرفت و به محور اساسی توسعه تبدیل شد. بعد از آن، کنفرانس اصلاحات کشاورزی و توسعه روستایی در ژوئیه ۱۹۷۹ در رم، مشارکت را حق اساسی بشر دانست و دهه هشتاد را دهه توسعه اقتصادی با نگرش جدید و طرح رهیافت توسعه پایدار و مشارکت عنوان کرد. سازمان ملل نیز، دهه آخر قرن بیستم را قرن توسعه انسانی و اعلام ضرورت برای به کارگیری و نهادینه کردن مشارکت مردمی در روند توسعه پایدار تعیین کرد (Arjomandnia, 2002: 23-28 & Esmaili Babak, 2001: 39-45).

بنابراین اگر بپذیریم که توسعه یعنی ارتقای مستمر کل جامعه و نظام اجتماعی به سوی زندگی بهتر و یا انسانی‌تر، آنگاه این امر نیز بدیهی می‌نماید که لازمه هر نوع توسعه در جامعه وجود مشارکت‌های مردمی در ابعاد مختلف است و در واقع بدون مشارکت نمی‌توان به توسعه واقعی، فراگیر، همه جانبه و پایدار دست یافت. یکی از راه‌های افزایش مشارکت مردم در فرآیند تصمیم‌سازی، برنامه‌ریزی و اجرای برنامه‌ها و نیز افزایش ظرفیت‌ها و توانمندسازی روستائیان که در سال‌های اخیر توجه زیادی را به خود معطوف داشته است، بحث کارآفرینی است. در واقع می‌توان گفت که کارآفرینی روستایی راهکاری جدید در نظریه‌های توسعه برای توانمندسازی و ظرفیت‌سازی در مناطق روستایی در جهت کاهش شکاف شهر-روستا، ایجاد فرصت‌های برابر اقتصادی، اجتماعی، محیطی و نهادی می‌باشد و ابزاری مهم برای رسیدن به توسعه پایدار است. منظور از توسعه پایدار، نه فقط حفاظت از محیط زیست بلکه مفهوم جدیدی از رشد اقتصادی است که عدالت و امکانات زندگی را برای تمامی مردم جهان برگزیده است. توسعه پایدار به معنی عدم تحمیل آسیب‌های اقتصادی، اجتماعی و یا زیست محیطی به نسل‌های آینده است. دستیابی به چنین هدفی با نگاه مدیریت از بالا و آمرانه امکانپذیر نیست بلکه مستلزم مشارکت دادن مردم در فرآیند برنامه‌ریزی، اتکاء به توانمندی‌های محلی و توجه به تفاوت‌های منطقه‌ای و محلی در برنامه‌های توسعه است.

- Ahmadpour Dariani, Mahmoud (2010), Entrepreneurship: Definitions, Theories, Models, Tehran, Jajarmi Publications
- Ahmadpour Dariani, Mahmoud and Moghimi, Seyed Mohammad (2009), Fundamentals of Entrepreneurship, Tehran, Sarira Publications
- Arjomandnia, Asghar (2002), Non-governmental organizations, organized participation strategy, Urban Management Quarterly, Year 2, Issue 5
- Esmaili Babak, (2001), Participation in organizations, Urban Management Quarterly, Issue 48
- Falah Jellodar (2006), PhD thesis entitled: Analysis of factors affecting the success of rural women's entrepreneurship in the north of the country
- Fazelbeigi, Mohammad Mehdi and Yavari, Gholamreza (2009), Rural entrepreneurship as a solution for economic development and social justice
- Fazelnia, Gharib and Mousavi, Seyed Mahmoud (2009), Explanation and presentation of the framework of capacity analysis of entrepreneurship development in rural areas, First Annual Conference on Management, Innovation and Entrepreneurship, Shiraz
- Hashemi, Seyed Saeed and Mehrabi, Ali Akbar and Imani, Siavash and Najahi, Akbar (2011), Rural Development with Emphasis on Employment and Entrepreneurship: A Case Study of Shabab Rural District in Ilam Province, Quarterly Journal of Rural Development, Vol. 14, No. 1
- Hassanzadeh, Davud and Izadi Jiran, Asghar (2009), Studying the place of sustainable development in Iranian rural communities, Social Sciences Letter, Issue 36
- Iftkhari, Rokn-eddin, Abdolreza and Sajasi Qaidari, Hamdollah (2009), Rural development with emphasis on entrepreneurship, Tehran, Samt Publications
- Iftkhari, Rokn-eddin, Abdolreza and Sajasi Qaidari, Hamdollah and Razavi, Seyed Hassan (2009), Strategies for developing agricultural entrepreneurship in rural areas: A case study of villages in Khodabandeh County, Village and Development Quarterly, Year 13, Issue 3
- Iftkhari, Rokn-eddin, Abdolreza and Taherkhani, Mehdi and Sejasi Qaidari (2009), Analysis of dimensions and factors affecting the development of agricultural entrepreneurship: A case study of villages in Khodabandeh County, Quarterly Journal of Village and Development, Year 12, Issue 3
- Sharifi, Omid (2009) Economic development and entrepreneurship in rural areas
- Yadgar, Ali (2004), The Process of Transformation and Challenges of Rural Development and Urbanization, Quarterly Journal of Geographical Research, Vol. 36, No.