

تبیین تئوریک اثرات کارآفرینی بر توسعه پایدار با تاکید بر اندیشه ساختارگرا

مهدی مختارپور^۱

چکیده

کارآفرینی راهکاری جدید در نظریه های توسعه برای توانمندسازی و ظرفیت سازی در کشورها در جهت کاهش شکاف شهر-روستا، ایجاد فرصت های برابر اقتصادی، اجتماعی، محیطی و نهادی می باشد و ابزاری مهم برای رسیدن به توسعه پایدار است. می توان برای برنامه ریزی توسعه سه ضلع را تصور نمود: دولت و نهادهای دولتی متولی امر برنامه ریزی توسعه، دوم مردمی که موضوع برنامه ریزی و هدف توسعه هستند و برنامه ها برای آنها اجرا می شود و سوم، بخش میان دولت و مردم یعنی سازمان های خصوصی، مدیران محلی و کارآفرینان. هدف اصلی این تحقیق تبیین تئوریک اثرات کارآفرینی بر توسعه پایدار با تاکید بر اندیشه ساختارگرا می باشد. روش کلی بکار گرفته شده در این تحقیق روش کیفی می باشد که با استفاده از تکنیک های روش کیفی، از جمله فیش برداری های نظری و کشف و مقایسه سازی و استدلال و استنباط های محقق، سعی شده به بررسی و شناخت اهداف مورد نظر دست یابیم. به عبارتی روش مورد استفاده در این تحقیق «روش اسنادی» بوده که با استفاده از تکنیک های فیش برداری، اطلاعات لازم جمع آوری شده و تجزیه و تحلیل اطلاعات بوسیله کشف، مقایسه سازی و استنباط های محقق صورت گرفته است. یافته ها نشان می دهند که مهمترین موانع توسعه کارآفرینی به ترتیب اولویت عبارت از موانع بانکی و اداری در اعطای تسهیلات، بالا بودن هزینه های تولید، موانع قانونی در صدور مجوزهای لازم و عدم هماهنگی دستگاههای مرتبط هستند. این عوامل به واقع، همان عواملی هستند که مکتب محیطی برای موفقیت کارآفرینان بر آنها تاکید دارد.

واژگان کلیدی: کارآفرینی، توسعه، توسعه پایدار، نظریه های توسعه، پارادایم ساختارگرا.

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۰/۰۳/۲۲

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۰/۰۲/۱۳

^۱ استادیار جامعه شناسی و عضو هیات علمی واحد تهران غرب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (Email: Mokhtarpour.Mehdi@wtiau.ac.ir)

مقدمه

در طی بیش از ۳۰۰ سالی که از ابداع واژه کارآفرینی توسط برنارد دوبلیلدور 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 (فاضل بیگی و یآوری، ۱۳۸۷: ۵). در این میان کارآفرینی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. کارآفرینی تنها به معنای ایجاد اشتغال برای اقشار مختلف نیست. بلکه می‌تواند گامی باشد در راستای توسعه که به گفته بسیاری از صاحب نظران امر توسعه، هم‌ارزش با توسعه اقتصادی است. بنابراین پرداختن به تاسیس شرکت‌ها، توسعه صنایع تبدیلی و توسعه و ترویج تعاونی‌ها و خدمات کشاورزی اقدام مطلوبی در جهت نیل به هدف توسعه و کارآفرینی است. تجربه بسیاری از کشورهای فقیر پرجمعیت که طیف وسیعی از جمعیت آنان را کشاورزان تشکیل می‌دهند بیانگر این نکته است که توجه به مقوله کارآفرینی و توسعه می‌تواند از میزان مهاجرت 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 بیکاری که به امید یافتن شغلی مناسب راهی شهر می‌شود پس از رویارویی با مشکلات شهرنشینی دچار سرخوردگی می‌شود و ممکن است برای تامین معیشت خود به مشاغل کاذب و نامناسب رو بیاورد. بنابراین در شرایط فعلی پرداختن به توسعه کشاورزی، حمایت از کشاورزان و تولیدکنندگان 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 (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 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 شرکت‌ها 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 و نیز جوانان شهری به وجود می‌آورد. این راهکار نه تنها در توسعه کارآفرینی بلکه مهم‌تر از آن در توسعه پایدار کشور تأثیری شگرف خواهد داشت.

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 زمینه 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 زیست انسانی 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 نهادهای 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 (افتخاری و همکاران، ۱۳۸۸: ۴۷).

مفاهیم اساسی تحقیق

کارآفرینی: کارآفرینی در فرهنگ لغت معین به معنای «آنکه کار ایجاد کند» آمده است. واژه کارآفرینی از ریشه فرانسوی **Entrepreneur** است که مفهوم تعهد کردن کاری را در بر می‌گیرد. کارآفرین کسی است که تعهد می‌کند تا سازماندهی و مدیریت کسب و کار جدیدی را که توأم با ریسک است، بپذیرد. ژوزف شومپتر اقتصاددان برجسته، کارآفرینی را موتور محرکه توسعه اقتصادی می‌داند و از آن تحت عنوان تخریب خلاق یاد می‌کند. این بدان معنی است که کارآفرین، تعادل ایستا را در اقتصاد تخریب و تعادل پویایی را که لازمه توسعه اقتصادی است، ایجاد می‌کند. کرایز نر کارآفرینی بر بهره‌برداری از فرصت‌های کشف نشده تاکید دارد. پیتز دراکر کارآفرینی بهره‌برداری از فرصت‌ها برای ایجاد تغییر است و کارآفرین همواره به دنبال تغییر، پاسخ دادن به آن و بهره‌برداری از آن به عنوان یک فرصت است. (احمدپور، ۱۳۸۸: ۴۸)

آرتور کول کارآفرینی را با فعالیت‌های عمومی و مستمر مدیران یکسان می‌داند و آن را فعالیت هدفمند (شامل یک رشته تصمیمات منسجم) فرد یا گروهی از افراد برای ایجاد، حفظ یا توسعه واحد خود، برای کسب و کار و به قصد تولید یا توزیع کالا و خدمات اقتصادی می‌داند. نوآوری تنها زمانی در دنیای کسب و کار موفقیت آمیز خواهد بود که نهاد ارائه‌کننده آن به نحوی کارآمد اداره شود. روبرت رونشتات معتقد است کارآفرینی فرایند پویای ایجاد ثروت بیشتر است. این ثروت را افرادی ایجاد می‌کنند که مخاطره بزرگ را بر حسب سرمایه، زمان و تعهد شغلی در قبال تعیین ارزش کالا یا خدمات می‌پذیرند. کالاها یا خدمات بخودی خود ممکن است جدید یا بی‌نظیر باشند یا نباشند، اما کارآفرین با تامین کردن و تخصیص دادن مهارت‌ها و منابع ضروری باید به طریقی این ارزش را در کالاها یا خدمات ایجاد کند. هاری فعالیت کارآفرینی را به دو دسته تقسیم می‌کند: وظیفه اول، وظیفه اجرایی است؛ یعنی مدیریت امور و رفع نیازهای افراد. وظیفه دوم وی رابط بودن است، یعنی انتقال احساسات به دیگران. این وظیفه همراه با وظیفه

اصلی در فعالیت انسانی و اجتماعی، موجب بالا رفتن شهرت و جایگاه کارآفرین می‌شود. کارآفرین باید سعی نماید تا حامل پیام دوستی، اعتماد، صداقت به مشتریان بوده و موجب تداوم روابط و همچنین موفقیت شود. (احمدپور، ۱۳۸۹: ۱۱)

توسعه

در فرهنگ لغت معین توسعه به معنای گشاد کردن، فراخ کردن آمده است. در تعریف توسعه نکاتی را باید مد نظر داشت که مهم‌ترین آنها عبارتند از این که اولاً، توسعه را مقوله ارزشی تلقی کنیم، ثانیاً آن را جریانی چندبعدی و پیچیده بدانیم، ثالثاً، به ارتباط و نزدیکی آن با مفهوم بهبود توجه داشته باشیم.

مایکل تودارو معتقد است که توسعه را باید جریانی چندبعدی دانست که مستلزم تغییرات اساسی در ساخت اجتماعی، طرز تلقی عامه مردم و نهادهای ملی و نیز تسریع رشد اقتصادی، کاهش نابرابری و ریشه کن کردن فقر مطلق است. توسعه در اصل باید نشان دهد که مجموعه نظام اجتماعی، هماهنگ با نیازهای متنوع اساسی و خواسته‌های افراد و گروه‌های اجتماعی در داخل نظام، از حالت نامطلوب زندگی گذشته خارج شده و به سوی وضع یا حالتی از زندگی که از نظر مادی و معنوی بهتر است، سوق می‌یابد. برنشتاین می‌گوید: تلاش برای ایجاد توسعه بار ارزشی به همراه دارد که کمتر کسی با آن مخالف است. اشتیاق برای غلبه بر سوء تغذیه، فقر و بیماری که از شایع‌ترین و مهم‌ترین دردهای بشری هستند از جمله اهداف توسعه به شمار می‌رود.

دادلی سیرز رئیس موسسه اطلاعات توسعه‌ای دانشگاه ساسکس، توسعه را جریانی چندبعدی می‌داند که تجدید سازمان و سمت‌گیری متفاوت کل نظام اقتصادی - اجتماعی را به همراه دارد و به عقیده وی توسعه علاوه بر بهبود میزان تولید و درآمد، شامل دگرگونی اساسی در ساخت‌های نهادی، اجتماعی اداری و همچنین ایستارها و وجه نظرهای مردم است. توسعه در بسیاری از موارد حتی عادات و رسوم و عقاید مردم را نیز در برمی‌گیرد.

پیتر دونالدسن در تعریف توسعه می‌گوید: توسعه به وجود آوردن تغییرات اساسی در ساخت اجتماعی، گرایش‌ها و نهادها برای تحقق کامل هدف‌های جامعه است و در این استحاله مهم اگر توده مردم درگیر باشند ممکن است میوه رشد فوراً نصیب آنها نشود؛ زیرا که فرآیند توسعه اغلب فرآیند رنج‌آور و دشواری است؛ تا همه مردم با آگاهی همگانی از تغییرات و نیاز مطابقت با آن در امر توسعه مشارکت اصیل نداشته باشند ادامه توسعه ممکن نخواهد بود.

میسرا محقق و صاحب‌نظر هندی نیز تعریفی از توسعه ارائه داده که در آن بر ابعاد فرهنگی تاکید شده است. به نظر او توسعه از دستاوردهای بشر بوده و پدیده‌ای با ابعاد مختلف است. توسعه دستاورد انسان محسوب می‌شود و در محتوا و نمود دارای مختصات فرهنگی است. هدف از توسعه ایجاد زندگی پرثمری است که توسط فرهنگ تعریف می‌شود. به این ترتیب می‌توان گفت توسعه دستیابی فزاینده انسان به ارزش‌های فرهنگی خود است. (ازکیا، ۱۳۸۸: ۲۵)

توسعه پایدار

مفهوم توسعه پایدار مفهومی است که در سال‌های اخیر در ادبیات جامعه‌شناسی مطرح شده است. در سمپوزیومی که در سال ۱۹۹۱ در لاهه برگزار شد، در مورد مفهوم توسعه پایدار آمده: «اگر منظور از توسعه، گسترش امکانات زندگی انسان‌هاست، این امر نه تنها در مورد نسل حاضر بلکه برای نسل‌های آینده نیز باید مد نظر باشد.

منظور از توسعه پایدار، تنها حفاظت از محیط زیست نیست؛ بلکه مفهوم جدیدی از رشد اقتصادی است. رشدی که عدالت و امکانات زندگی را برای تمامی مردم جهان و نه تعداد اندکی افراد برگزیده است. در فرآیند توسعه پایدار سیاست‌های اقتصادی، مالی، تجاری، انرژی، کشاورزی، صنعتی و ... به گونه‌ای طراحی می‌شود که توسعه اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی را تداوم بخشد. بر این اساس دیگر نمی‌توان برای تامین مالی مصارف جاری، بدهی‌های اقتصادی که بازپرداخت آن بر عهده نسل‌های آینده است، ایجاد کرد. در نهایت توسعه پایدار به معنی عدم تحمیل آسیب‌های اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی به نسل‌های آینده است. (همان

پیشینه مطالعاتی تحقیق

- رستمعلی زاده ولی اله، پروین علی جمعه زاده (۱۳۹۷) در بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت زنان کارآفرین شهر تهران نشان دادند ویژگی‌ها و شرایط اقتصادی و اجتماعی شامل سن، وضعیت تأهل، سطح تحصیلات، سابقه‌ی کار و میزان درآمد نقش مهمی در میزان کارآفرینی زنان تهرانی دارند. یعنی با افزایش سن، میزان کارآفرینی زنان اندکی کاهش می‌یابد. افراد مجرد و افراد دارای تحصیلات لیسانس، روحیه‌ی کارآفرینی بالاتری دارند؛ همچنین با افزایش سابقه‌ی کار به روحیه‌ی کارآفرینی زنان افزوده می‌شود. در نهایت تلاش برای ارتقای درآمد، روحیه‌ی کارآفرینی را در زنان ارتقاء می‌دهد. بر اساس نتایج تحلیل رگرسیونی، متغیرهای انگیزه‌ی پیشرفت، نوآوری، مهارت‌های مدیریتی، فرهنگ همکاری، والدین کارآفرین، تجربه‌ی تبعیض جنسیتی در کار، حمایت نهادهای دولتی، ساختارهای قانونی مناسب و روابط اجتماعی گسترده توانسته‌اند که ۷۳/۷ درصد از تغییرات متغیر کارآفرینی را تبیین کنند.
- اسدزاده منجیلی سحر، شمیم کیبیری هرزویلی (۱۳۹۵) شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان مورد مطالعه: زنان تحصیل کرده استان گیلان این تحقیق به منظور بررسی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان در استان گیلان سامان یافته است. بنابراین هدف از این مقاله توصیف هر یک از متغیرهای تحقیق، از جمله عوامل روحی روانی، اقتصادی، علمی، اجتماعی فرهنگی و قانونی و تبیین رابطه هر یک با توسعه کارآفرینی زنان می‌باشد. نتایج حاصل از تحلیل فرضیه‌های تحقیق حاکی از تاثیر مثبت عوامل روحی روانی، علمی، آموزشی، اجتماعی فرهنگی و قانونی بر توسعه کارآفرینی زنان می‌باشد.
- روبرت جی استنبرگ در سال ۲۰۰۴ در مورد آگاهی‌های لازم برای ایجاد یک کارآفرینی موفق، تحقیقی انجام داده‌اند، ایشان معتقدند یک کارآفرینی موفق مستلزم ترکیبی از فاکتورهایی مانند تحلیل‌ها، ذهن خلاق (خلق کننده) و آگاهی و بینش در جنبه‌های کاربردی و عملی می‌باشد. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که یک جنبه به تنهایی نمی‌تواند، تمام نیازهای ایجاد یک کارآفرینی موفق را به وجود آورد بلکه ترکیب مولفه‌ها می‌تواند یک همکاری جدید برای کارآفرینی موفق را به وجود آورد.
- نانسی مگ جی و همکاران در سال ۲۰۰۴ تحقیقی در مورد انگیزه‌های ذاتی مردان و زنان برای ایجاد کارآفرینی توریسم کشاورزی در میان خانواده‌های کشاورز ویرجینیای آمریکا انجام داده‌اند. در این تحقیق متغیرهایی مانند انگیزه برای شروع کار، هدف کارآفرینی، استقلال در تصمیمات، همکاری و شرکت کردن در انجمن‌های مربوط، تنوع بخشی به محصولات و شاخص‌های دیگر را در میان دو جنس زن و مرد ارزیابی نمودند. در بسیاری از شاخص‌ها شباهت‌های زیادی بین زنان و مردان وجود داشته است، مانند انگیزه برای شروع کار، شرکت در همکاری در انجمن‌ها و چند شاخص دیگر، البته تفاوت‌هایی نیز در این زمینه بین زنان و مردان وجود داشته است، این تفاوت‌ها مانند توجه بیشتر زنان به بحث هزینه، درآمد و فعالیت‌ها بوده است. نتیجه تحقیق نشان دهنده این است که بی‌شک زنان از انگیزه بالاتری نسبت به مردان در ایجاد کارآفرینی توریسم کشاورزی داشته‌اند، اما جهت پشتیبانی و حمایت مالی به همکاری مردان نیاز می‌باشد.
- یاسری در سال ۱۳۸۰ در پژوهشی با عنوان «نقش صنایع کوچک (شهری و روستایی) در رشد اقتصادی و اشتغالزایی سالهای ۷۸-۱۳۵۳» پرداخته است. این پژوهش به بررسی نقش صنایع کوچک شهری و روستایی در رشد اقتصادی و اشتغالزایی در سالهای ۷۸-۱۳۵۳، جهت کم کردن فاصله فقر و توسعه توسط صنایع کوچک پرداخته است که شامل تعاریف اولیه و مفاهیم صنایع کوچک و نقش آن در رشد اقتصادی و حدود و ثغور آن در استراتژی توسعه با توجه به تکنولوژی توسعه انسانی و کارآفرینی با مقایسه کشورهای مختلف با استفاده از روش مدل اقتصاد سنجی پرداخته شده که در نتیجه به دلیل

وجود بازدهی فزاینده نسبت به مقیاس، گسترش صنایع کوچک علاوه بر موضوع اشتغالزایی و هزینه‌بری کمتر و صرفه‌جویی می‌تواند به افزایش ارزش افزوده و رشد اقتصادی و نهایتاً به توزیع عادلانه‌تر کمک نماید.

■ توکلی در سال ۱۳۸۴ طی پژوهشی تحت عنوان «بررسی عوامل موثر بر موفقیت کارآفرینان روستایی منطقه ماهیدشت کرمانشاه» به بررسی این موضوع پرداخته است. این تحقیق با هدف بررسی عوامل موثر بر موفقیت کارآفرینان روستایی ماهیدشت شهرستان کرمانشاه با روش تحقیق پیمایش صورت گرفته است. جامعه آماری قابل دسترس در این مطالعه ۷۰ نفر از کارآفرینان منطقه ماهیدشت بودند که گردآوری داده‌های مورد نیاز از طریق سرشماری انجام شده است. نتایج حاصل از تحلیل همبستگی و تحلیل رگرسیون در این پژوهش، نشان دهنده این است که موفقیت کارآفرینان حاصل عوامل ترکیبی، اعم از درونی و برونی است. عوامل درونی شامل نوآوری و خلاقیت، انگیزه نیاز به پیشرفت، مرکز کنترل درونی و عوامل برونی تاثیرگذار در این پژوهش را، عدم بوروکراسی و تشریفات اداری و دستیابی به بازار در برمی‌گیرند. به منظور تایید نتایج رگرسیونی، از مدل معادله ساختاری استفاده گردید.

ملاحظات نظری

کارآفرینی روند و فرآیند تفکر و تعمق در خلق مفاهیم نظری و با تلاش و کوشش و انتقال آن به سطح عینی با ارزش با قبول شرایط و محدودیتهای مخاطره‌آمیز و شکست پذیر که در این فرایند موفقیت فرد در عملیاتی نمودن ایده‌های نو و خلاق در جهت ایجاد کسب و کار و شرکت‌های نو، و معرفی محصول و یا خدمت ارزشمند جدیدی که دارای بار اقتصادی اجتماعی _ فرهنگی و... جامعه است. به تعبیر پور داریانی کارآفرین کسی است که متعهد می‌شود مخاطره‌های یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی، اداره و تقبل کند (پور داریانی، ۱۳۸۳: ۴)

زنانی که به تنهایی، یا با مشارکت و یا از طریق ارث کسب و کاری را ایجاد کرده و با قبول خطرات مالی و مسئولیت‌های اجتماعی، اخلاقی، روانی و مالی در اداره امور روزانه شرکت جویند و با خلاقیت و نوآوری محصولات جدیدی را ایجاد یا گسترش دهند تا در بازار بر رقبا غلبه یابند (لاوی دینا ۱۹۹۵: ۲). به عقیده آرت کول کارآفرینی عبارت است: از فعالیت هدفمند که شامل یکسری تصمیمات منسجم فردی یا گروهی از افراد برای ایجاد و توسعه یافته حفظ واحد اقتصادی را به راهبرد نشریه تئاتر کارآفرین قبل از قبول مخاطره‌ی تغییر به فرصت‌ها ارضای نیازها از طریق نوآوری و تاسیس یک کسب و کار می‌داند از نظر پیتر دراگر کارآفرینی یک فرهنگ رفتار می‌باشد و در واقع به کار بردن مفاهیم تکنیک‌های مدیریتی استاندارد سازی محصول بنا نهادن کار بر پایه آموزش می‌باشد. ژوزف شومپتر: نقش کارآفرینی نوآوری است از دیدگاه و ارائه کالاهای جدید ارائه روشی جدید در فرآیند تولید گشایش بازاری تازه یافتن منابع ایجاد هرگونه تشکیلات جدید در صنعت از فعالیت‌های کارآفرینان است دیوید مک کلند معتقد است: با یک برنامه صحیح تعلیم و تربیت می‌توان روحیه کاری لازم را در جوامع تقویت نمود به گونه‌ای که شرایط لازم برای صنعتی شدن جوامع فراهم آید.

کارکردگرایی ساختی: تئوری کارکردگرایی ساختی از یک سو کارکردها و نتایج پدیده‌های اجتماعی را مورد توجه قرار می‌دهد و از سوی دیگر بر رابطه پایدار و تداوم بین عناصر جامعه و کل نظام اجتماعی ناظر است. هر ساخت که از روابط ثابت و پایدار تشکیل می‌شود با یک سلسله کارکردها در نظام اجتماعی تناسب دارد. بنابراین کارکردگرایی ساختی از دو منبع الهام می‌گیرد. یکی کارکردگرایی‌ای که جامعه را دارای عناصری که هر یک در جای خود و به خوبی کار می‌کنند و در کل نظام ضرورت دارند، تلقی می‌کند و دیگری ساختارگرایی‌ای که در آن پدیده‌های اجتماعی از طریق کیفیت ساخت جامعه تحلیل می‌شود. در این حالت اجزای مجموعه به واسطه عامل ساختی در اتصال و ارتباط پیوسته و پنهانی هستند. کارکردگرایی ساختی شرط دوام نظام اجتماعی را در تامین کارکردهای اساسی جامعه می‌داند و هر ساخت نیز بر حسب ضرورت‌های کارکردی نظام اجتماعی تعیین و تشکیل می‌یابد.

کنش اجتماعی: کتاب ساخت کنش اجتماعی به بررسی عمل اجتماعی انسان و خصوصیات آن اختصاص دارد و به مطالعه رابطه هدف و وسایل، و نقش محیط در جامعه در شکل گیری کنش اجتماعی می پردازد. پارسونز در این کتاب ابتدا به ارادی بودن آن (هدفدار بودن) اشاره می کند و سپس دلایل انتخاب های متفاوت افراد را با توجه به محدودیت های محیطی و زیستی مورد بررسی قرار می دهد و آن گاه با تاکید بر اهمیت هنجارها و ارزش ها در تعیین اهداف و اعمال انسان ها به تبیین کنش اجتماعی می پردازد. لوئیس کوزر جامعه شناس معاصر محورهای اصلی دیدگاه پارسونز را در این کتاب به شرح زیر خلاصه کرده است:

الف- کنش های انسان، اختیاری و ارادی است نه فقط رفتاری زیستی و انفعالی.

ب- عاملان کنش در جهت رسیدن به هدف ها تلاش می کنند.

ج- انتخاب های مختلف بین وسایل متفاوتی که این عاملان در تعقیب خواسته هایشان به کار می گیرند می باشد.

د- شرایط محیطی و بدنی، محدودیت هایی را در انتخاب وسایل و انجام هدف ها ایجاد می کنند در کنش نقش دارد.

ه- مجموعه هنجارها و ارزش ها، انتخاب های فردی را از لحاظ وسائل و اهداف معین می کنند.

بنابراین کنش فرد، ارادی و هدفدار است و با توجه به محدودیت های محیطی و زیستی، توسط ارزش ها و هنجارهای اجتماعی تعیین می گردد.

نظام اجتماعی: بخش مهمی از آثار پارسونز به تحلیل شخصیت، سیاست، اقتصاد و ارزش ها اختصاص دارد نظریات او در چهار زمینه مطرح می شوند؛ زمینه فرهنگی (ایدئولوژی، معرفت و ارزش)، زمینه اجتماعی (روابط متقابل)، زمینه روانی (شخصیت که به وسیله روانشناسی مطالعه می شود) و زمینه زیستی (ارگانیسم « خواسته ها » نیازها)

گرچه در واقع امر انسانی عملی واحد است، اما بایستی زمینه های عمل را به عنوان چهار سیستم فرهنگی، زیستی، اجتماعی و روانی در نظر گرفت؛ این چهار سیستم در عین تمایز دارای پیوستگی و تداخل هستند و می توان آنها را تحت یک سیستم عمومی تر که سیستم عمل است قرار داد. ارتباط این سیستم ها به شکل افقی نیست بلکه به نحوی رتبه بندی شده اند که سیستم فرهنگی، سیستم اجتماعی را کنترل می کند و به ترتیب سیستم اجتماعی، سیستم روانی را و سیستم سیاسی را این رتبه بندی به لحاظ اطلاع از بالابه پایین می باشد و از لحاظ نیرو از پایین به بالا. یعنی سیستم فرهنگی دارای بیشترین اطلاع و سیستم زیستی دارای بیشترین نیروست. در این رابطه رتبه عالی تر، رتبه های پس از خود را کنترل می کند. عناصر فرهنگی که دارای خصیصه کلی هستند از طریق نهادی شدن در قالب سیستم اجتماعی به شکل هنجار و قاعده در می آیند. مثلاً ارزش کلی عدالت (عنصر فرهنگی) در نظام قضائی نهادی می شود و در قالب سیستم اجتماعی تحقق عملی می یابد؛ ساخت همان نهادی شدن عناصر کلی فرهنگی است و دارای خصوصیات نسبتاً پایدار می باشد. عناصر نظام اجتماعی که دارای ثبات و دوام هستند به چهار دسته تقسیم می شوند؛

- ارزش ها (جهت گیری مطلوب سیاست را مشخص می کنند)

- هنجارها (الگوهای رفتار)

- مجتمعات (برگرد ارزش ها و اندیشه ها شکل می گیرد)

- نقش ها (اشکال عضویت و شرکت افراد در اجتماعات) (ریترز، ۱۳۷۴: ۴۷۸)

ژوزف شومپتر: ژوزف شومپتر معتقد است نقش انسان های خلاق، نوآور و کارآفرین الزاماً مخترع، مکتشف و سرمایه دار نیستند؛ بلکه افرادی با خلاقیت بسیار بالا می باشند. شومپتر رشد و توسعه اقتصادی را تابعی از انتقال تابع سرمایه گذاری و تغییر شیب این منحنی می داند و از سوی دیگر، انتقال تابع سرمایه گذاری را تابعی از سرمایه و وجود افراد کارآفرین فرض می کند. به بیان دیگر او معتقد است که رشد و توسعه اقتصادی تنها در نتیجه افزایش سرمایه فیزیکی رخ نمی دهد و نباید نقش کلیدی انسانی و سرمایه انسانی را از

نظر دور داشت. وی بر تأثیر ابعاد اجتماعی در تحقق نوسازی و رشد و توسعه تأکید دارد. بحث وی رامی توان در سه زمینه زیر مورد توجه قرار داد

روحیه کارفرمایی: به نظر شومپیتر کارفرما کسی است که وظیفه‌اش تصمیم‌گیری اقتصادی است که تحت عنوان تصمیمات کارفرمایی از آنها یاد می‌شود. به نظر او کارفرما^۲ کسی است که ارزش تکنیک، کالا و منابع را کاملاً درک می‌کند. برای به وجود آوردن یک واحد تولیدی پول فراهم می‌کند، بدون این که خود آدم پولداری باشد. عوامل تولید را به بهترین وجه فراهم و با هم ترکیب و تلفیق می‌کند و از این ترکیب و تلفیق بهترین بهره را به دست می‌آورد. وی فردی است متکبر، نوآور و آینده‌نگر و نوآوری را با سایر عوامل تولید به بهترین صورت جمع می‌کند. او مدیران خلاق و طراز اول را جذب می‌کند. به ارزش اختراع و اکتشاف واقف است و در نهایت در نظر شومپیتر کارفرما یکی از عوامل تعیین کننده رشد و توسعه اقتصادی است.

شومپیتر می‌گوید کارفرما به این قانع نیست که بر طبق قواعد و روش‌های سنتی، اقتصاد را چنان که هست اداره کند، بلکه با تکیه بر قوه ابتکار و ایمان جسورانه‌اش (روحیه بالای ریسک‌پذیری) نسبت به آینده پیوسته به بازسازی و نوسازی منابع سودآور می‌پردازد. به عقیده شومپیتر، کارگردانان اقتصادی در دنیای نوین نه به صورت منفرد و پراکنده بلکه همانند «زنوران یک کندو» در دسته‌ها ظاهر می‌شوند. به ظهور رسیدن یک یا چند کارفرما ظهور کارفرماهای دیگر را موجب می‌شود. هر چند آغاز کار مواجه با مشکلات و مقاومت‌هایی است و این خود جریانی می‌شود که به دنبال خود رشد و توسعه اقتصادی دارد. به تعبیر شومپیتر نخستین مبتکران تأثیر خود را بسی بیشتر از شعاع عمل خویش گسترش می‌دهند و اقتصاد بیش از پیش و با سرعتی بیشتر وارد یک جریان نوسازی می‌شود که این امر اصل و اساس دوره رونق و اوج‌گیری است. (ازکیا، و غفاری، ۱۳۸۶: ص ۲۲۳-۲۲۴)

پیشرفت روش‌های فنی تولید: به نظر شومپیتر تحول دانش فنی هسته مرکزی رشد و توسعه اقتصادی است. به نظر او افزایش بطنی و مستمر وسایل تولید و پس‌انداز ملی در طی زمان، بدون تردید یکی از عوامل مهم توجیه تاریخ اقتصادی در طی قرن‌هاست. اما این عامل تحت‌الشعاع این حقیقت قرار دارد که پیشرفت اقتصادی، بیشتر مرهون اتخاذ روش‌های جدید برای بهره‌برداری از منابع موجود و ساختن چیزهای جدید است و ربطی به کم یا زیاد شدن وسایل تولید و پس‌انداز ندارد. بنابراین شومپیتر به ابداعات و اختراعات توسعه‌ای که دانش فنی بر اثر آنها پیدا می‌شود توجه زیادی کرده است. او بین ابداع و اختراع تفاوت قایل است. چون اختراع را عبارت از کشف تکنیک جدید و ابداع را به کاربردن اختراع در فرآیند تولید می‌داند. اختراع را کار مخترعان و ابداع را وظیفه کارفرمایان می‌داند.

البته این نظر که پیشرفت‌های فنی یکی از عوامل مستقل تولید و تأمین کننده رشد و توسعه اقتصادی است، از سوی بعضی از اقتصاددانان مانند کالدور^۳ رد شده است. کالدور معتقد است که پیشرفت‌های فنی به طور مستقل در جریان رشد و توسعه اثر نمی‌گذارد، بلکه خواه‌ناخواه در عامل سرمایه منعکس می‌شود. همچنین پیشرفت روش فنی تولید، بدون داشتن نیروی کار تعلیم دیده برای اجرای آن، اثر چندانی نخواهد داشت. (همان، ص ۲۲۴-۲۲۵)

فضا و جو اجتماعی: مقصود شومپیتر از این مفهوم شرایط اجتماعی، سیاسی و روانی است که کارفرماها باید در آن شرایط نقش خود را ایفا کنند. این کارگزاران اقتصادی باید در این فضا اصول و عقاید اجتماعی تصویر و درک کاملاً درستی داشته باشند تا بتوانند به شیوه مطلوبی اقدامات خود را انجام دهند. در ضمن در تغییر قوانین اجتماعی باید سود و زیان دستگاه‌های اقتصادی را در نظر داشت. به نظر شومپیتر یکی از راه‌های مشخص کردن وضعیت فضا و جو اجتماعی چگونگی توزیع درآمدهاست. به نظر او پاره‌ای از قوانین که موجب توزیع نامناسب درآمدها و کاهش سود می‌شود، بر روحیه کارفرمایی در جهت منفی و دلسردی آنها تأثیرگذار خواهد بود. (همان، ۲۲۵-۲۲۶)

¹ Entrepreneurship

² Enterperuner

³ Kaldor

تئودور شولتز: شولتز معتقد است که آموزش به تنهایی، خود، نوعی سرمایه‌گذاری است و سرمایه‌انسانی جزئی از مفهوم عمومی سرمایه تلقی می‌شود و آن را در کنار سرمایه مادی و مکمل آن قرار می‌دهد. او هم‌چنین معتقد است توانایی‌های اکتسابی انسان‌ها، مهمترین منبع رشد بهره‌وری و توسعه اقتصادی به حساب می‌آید.

شولتز نیروی کار ماهر را "سرمایه‌دار" تلقی می‌کند، چرا که دانش و مهارت تبلور یافته در وجود آن انسان، خود نوعی سرمایه است. در واقع پس از تلاش‌های شولتز، جهان اقتصاد شاهد تفکرهای جدید در این راستا بوده است، مانند این که اگرچه اراییه‌ی آموزش مستلزم کاهش تولید کالاها و اراییه‌ی خدمات دیگر است، اما آموزش حکم یک سرمایه‌گذاری در سرمایه‌ی انسانی را دارد و یا هر یک دلار سرمایه‌گذاری در آموزش و پرورش، در آمد ملی را به مراتب بیش از یک دلار سرمایه‌گذاری در ایجاد جاده‌ها، سدسازی، کارخانه‌ها یا دیگر کالاهای سرمایه‌ای افزایش می‌دهد. اگرچه نظریه‌پردازانی چون آدام اسمیت، وبلن و مارشال نیز بر اهمیت سرمایه انسانی در تولید تأکید داشتند، اما شولتز بار دیگر به سمت این مساله مهم جلب توجه کرد. او در سال ۱۹۶۱ این نظریه را مطرح ساخت که "کلید توسعه انسانی خود انسان است نه منابع آن". در بحث راجع به سرمایه انسانی او استدلال می‌کند که با کالای سرمایه‌ای همیشه به عنوان وسایل تولید مولد برخورد شده است. ولی اندیشه کالای سرمایه‌ای به طور کلی محدود به عوامل مادی بوده و مهارت‌های انسانی و سایر توانایی‌ها که بر اثر سرمایه‌گذاری در سرمایه انسانی افزایش می‌یابد، مورد توجه قرار نگرفته است. او می‌گوید، توانایی‌های اکتسابی مردم در کوشش‌های اقتصادی آن‌ها مفید و موثر است. وسایل و ابزار تولید، محصول دست بشر است و از این نظر نوعی کالای سرمایه‌ای محسوب می‌شود که عرضه آن قابل افزایش و انضمام است.

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، تئوریه‌ها و نظرات متفاوتی را فراهم می‌آورد.

واژه کارآفرینی از کلمه فرانسوی **Entrepreneure** به معنای متعهد شدن نشات 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 اندر کار ساخت جاده، پل، بندر و تاسیسات بودند، به کرات لفظ کارآفرین را بکار برده‌اند. (احمدپور داریانی، ۱۳۸۹: ۴)

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. (احمدپور داریانی، ۱۳۸۱: ۱۴۰)

اشتباهاتی 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 می‌سجد 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 می کند. البته شرکت های کوچک بهتر می توانند کارآفرین باشند؛ اما شرکت های بزرگی هم وجود دارند که کارآفرینان موفق هستند. عده ای از کارآفرینان از صفر شروع می کنند و عده ای شرکت خود را از دیگری می خرند و شروع به کار می کنند. بعضی ها فقط آنهایی را که از صفر شروع می کنند کارآفرین می دانند اما این درست نیست، بسیاری از کسانی که شرکتی را می خرند کارآفرینانه شرکت خود را گسترش می دهند و تفاوت چندانی با کسانی که از صفر شروع می کنند ندارند.

۴- هدف اصلی شخص کارآفرین تنها کسب سرمایه و ثروت است: این عقیده از سوی دانشمندان رد می شود. زیرا کارآفرین عمدتاً به دنبال انجام کار به شکل برتر و موفقیت آمیز است و اگر این عمل موجب ایجاد ثروت می شود، 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. (فلاح جلودار، ۱۳۸۵: ۶۳)

سیر تکاملی مفهوم کارآفرینی

مرور ادبیات علمی و تحقیقات کارآفرینی نشان می دهد 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 (روان شناسان، جامعه شناسان و دانشمندان علوم مدیریت) در این قسمت چکیده نظریات هر دو دیدگاه فوق در ارتباط با پدیده کارآفرینی ذکر می گردد.

۱- 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 نظریه های خود به کار گرفتند. اقتصاددانان متعددی در ارتباط با کارآفرینی و کارآفرین نظریه داده اند. مشهورترین نظریات در ارتباط با کارآفرینی از دیدگاه اقتصاددانان به شرح زیر است: (فلاح جلودار، ۱۳۸۵: ۶۴)

ریچارد کانتیلون در حدود سال ۱۷۳۰ بین زمین داران، دستمزدبگیران 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 می کنند، دوم آنکه آنها در صورت نداشتن توانایی زیاد برای فعالیت اقتصادی، با فساد و تباهی خاصی مواجه می شوند و سوم اینکه آنها سرمایه اولیه را خودشان فراهم می آورند. وی در تعریف کارآفرین می آورد: «فردی است که ابزار تولید را به منظور ادغام آنها برای تولید محصولاتی قابل عرضه به بازار، ارائه می کند». 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 می نماید.

جان باتیست سی در اثر خود تحت عنوان «پرسش و پاسخ در اقتصادی سیاسی» درباره کارآفرین می نویسد: «کارآفرین عاملی است که تمامی ابزار تولید را ترکیب می کند و مسئولیت ارزش تولیدات، بازیافت کل سرمایه ای را که بکار می گیرد، ارزش دستمزدها، بهره و اجاره ای که می پردازد و همچنین سود حاصل را بر عهده می گیرد.» کارآفرین مورد نظر وی عموماً و نه لزوماً، سرمایه را به طور فردی فراهم می کند و یا فرض می گیرد. وی برای کامیاب شدن باید از واسطه گری، پشتکار و دانش پیرامون جهان و کسب و کار برخوردار بوده و باید از هنر مدیریت نیز بهره مند باشد. از دیدگاه سی کارآفرین سازمان دهنده بنگاه اقتصادی می باشد و در عملکرد تولید و توزیع آن نقش محوری دارد. در واقع وی تنها بر اهمیت کارآفرین در کسب و کار تاکید دارد و کارآفرین را در ارتباط با نوآوری یا ایجاد سرمایه مورد بحث قرار نمی دهد. البته سی در تعریف کارآفرینی همچون دیگر اقتصاددانان کلاسیک، کارآفرین را مانند سایر عوامل تولید می داند و هویتی غیرانسانی برای او قائل می شود. 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 تصمیم گیری می دانست و معتقد بود که در هر کسب و کار، موقعیت منحصر به فردی حاکم است و تناوب نسبی رویدادهای پیشین را نمی توان در ارزیابی نتایج احتمالی آینده به کار برد. طبق نظر وی مخاطره های قابل اندازه گیری را می توان 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 حقوق بگیری که در خصوص مسائل جاری و روزمره، تصمیم‌گیری می‌کنند. بر طبق نظر شومپتر 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 نوآورها علاوه بر گرایش به سوی یکدیگر، افزایش یافته و رشد زیادی را از لحاظ سود و فعالیت ایجاد می‌نمایند. بر طبق نظر شومپتر 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 شومپتر، نوآوری ملاک کارآفرینی است. وی می‌گوید: «ویژگی تعیین‌کننده، همانا انجام کارهای نو یا ابداع روش نو در انجام کارهای جاری است.» روش نو عبارتست از تخریب خلاق نسبت به وضعیتی که خود لاقل 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 شومپتر مدیر را تنها هنگامی کارآفرین می‌داند که تخریب خلاق یا نوآورانه از خود بروز می‌دهد. ویلکن کارآفرینی را یک متغیر میانجی می‌داند و از ویژگی تسریع‌کنندگی، برای تشریح کارآفرینی در توسعه اقتصادی استفاده می‌کند. وی معتقد است که: کارآفرینی بعنوان یک تسریع‌کننده، 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
معامله‌گر	ریچار کاتیلون
هماننگ‌کننده	جان باتیست سی
مالک محصول	فردریک هاوولی
نوآور	ژوزف شومپتر
تصمیم‌گیرنده	فرانک نایت
واسطه	ایزائیل کرزنز

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 کانلتن) 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. (احمدپور، ۱۳۸۹: ۵)

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 تاکید بر مطالعه ویژگی‌های روانی - شخصیتی کارآفرینان دارد رویکرد ویژگی‌ها می‌نامند؛ و رویکردی که متغیرهای جامعه‌شناختی و محیطی را مورد تاکید قرار می‌دهد رویکرد اجتماعی - فرهنگی می‌گویند. (احمدپور ۱۳۸۹: ۷۵)

نظریه‌های کارآفرینی

تئوریه‌ها و مکاتب موجود در ادبیات کارآفرینی را می‌توان در سه دسته زیر خلاصه کرد:

۱- دسته اول شامل

- مکتب انسانی: این مکتب، مشابه نگرش صفات مشخصه رهبری در متون مدیریت است. این مکتب، صفات مشخصه خاصی را برای کارآفرینان موفق برمی‌شمارد که برخی از آنها عبارتند از: نیاز شدید به پیشرفت، نیاز کم به کنترل، نیاز شدید به استقلال و خودمختاری ریسک‌پذیری معتدل (میانه)، عزت نفس زیاد و قدرت تحمل ابهام بالاست.
- مکتب محیطی: این مکتب، مجموعه‌ای از عوامل محیطی را در تعیین تعداد و نوع کارآفرینان موفق موثر می‌داند. مطابق این مکتب، کارآفرینی بدون وجود محیط مناسب اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و تکنولوژیکی میسر نخواهد شد.

▪ مکتب ایده راه اندازی کسب و کار جدید: به اعتقاد این مکتب صفات مشخصه فردی و شرایط مساعد محیطی شرط لازم برای کارآفرینی است اما شرط کافی نیست. برای کارآفرینی، علاوه بر شرایط لازم باید یک فرصت سرمایه گذاری مخاطره-ای در زمان و مکان مناسب وجود داشته باشد تا فردی اقدام به کارآفرینی نماید. به عبارت دیگر، کارآفرینی زمانی اتفاق خواهد افتاد که تلفیقی از صفات مشخصه فردی شرایط مساعد محیطی و ایده سرمایه گذاری مخاطره ای وجود داشته باشد.

۲- دسته دوم شامل

- تئوریهای شخصیت: این تئوریها، شامل رویکرد ویژگیهای شخصیتی، رویکرد پویایی روانی، رویکرد روان شناسان اجتماعی و رویکرد نوع شناسی مالکان است. یافته‌های تئوریهای شخصیتی کارآفرینان نشان می‌دهد که شخصیت افراد، اعمال آنها را تشریح می‌کند. ساده‌ترین تئوری نشان می‌دهد که داشتن یک صفت مشخصه یا مجموعه صفات، آنها را مستعد می‌سازد تا رفتارهای کارآفرینانه از خود بروز دهند. این صفات، عمدتاً شامل انگیزه پیشرفت، تمایل به ریسک‌پذیری و تمایل به کنترل هستند. سایر تئوریهای شخصیتی، ترکیبی از صفات و ویژگیهای شخصیتی را مورد توجه قرار می‌دهند. نگرش رویکرد پویایی روانی به کارآفرینان این است که آنها افرادی هستند که در جامعه «انحراف» ایجاد می‌کنند. نظر رویکرد روان شناسی اجتماعی به کارآفرینان در زمینه چگونگی فعالیتهای فردی آنهاست و رویکرد نوع شناسی مالکان، انواع مختلف مالکان واحدهای کوچک تولیدی، بازرگانی و خدماتی را مورد بررسی قرار می‌دهد.
- تئوریهای رفتاری: رویکرد رفتاری، کارآفرینان را در عمل مورد مشاهده قرار داده و محتوای حوادثی که در کارآفرینی اتفاق می‌افتد را مورد بررسی قرار می‌دهد. به طور معمول محتوای حوادثی که در عمل اتفاق می‌افتد پیچیده است. بنابراین، در بررسی مطالعه رفتاری کارآفرینان باید بر محتوای اعمال و فناوری که برای کارآفرینی انجام می‌دهند تاکید داشت نه این که آنها خودشان چگونه اشخاصی هستند. دو رویکرد، ارتباط خاصی با این تئوری دارند. اول، رویکرد شایستگی‌های فردی که عملکرد فرد را در حوادث خاص ارزیابی می‌کند. دوم، رویکرد تغییرات رفتاری در طی زمان، که در آن بر مراحل مختلف رشد و تکامل سازمان‌ها تاکید می‌شود.
- رویکرد اقتصادی: در تئوریهای اقتصادی به کارآفرینی و خدماتی که کارآفرین به اقتصاد یک جامعه ارائه می‌دهد، توجه خاصی شده است. آنها کارآفرین را جستجوگر تئوری‌های کارآفرینی، تئوری‌های اقتصادی، طولانی ترین زمان را در مطالعه کارآفرینی و کارآفرینان دارند و از قرن هفدهم میلادی تا دهه شصت قرن بیستم فقط اندیشمندان اقتصادی به آن پرداخته‌اند. آنها کارآفرینان را عامل اصلی ایجاد ثروت (تولید کالاها و خدمات در یک دوره معین) و ایجاد «اشتغال» برای خود و جامعه می‌دانند.
- رویکرد جامعه‌شناسی: رویکرد جامعه‌شناسی، محدودیت‌های موثر در «انتخاب شغل» توسط افراد در جامعه را مورد بررسی قرار می‌دهد. جامعه‌شناسان معتقدند که این انتخابها توسط تجارب قبلی و انتظاراتی که افراد در محیط اجتماع با آن روبرو هستند، محدود می‌شود. اگر بپذیریم که کارآفرینان نیاز به ایده‌ها، فرصت‌ها، منابع، مهارت‌ها و انگیزه برای موفقیت دارند پس ساختار اجتماع و موقعیت‌هایی مانند طبقه اجتماعی، ترکیب خانواده، زمینه اجتماعی و شغل والدین به شدت در تصمیم‌گیری برای کارآفرینی موثر است. به عبارت دیگر رویکرد جامعه‌شناسی، اهمیت ساختارهای جامعه را بر تصمیم به اقدام کارآفرینانه شرح می‌دهد.
- سایر رویکردها؛ ارزشها، عقاید و اهداف: این رویکرد به این مفهوم است که در بررسی فرهنگ کارآفرینان، آنها حداقل در بخشی از ارزشها، عقاید، اهداف و آرزوهایشان با هم تفاوت دارند و لزوماً این صفات به طور مستقیم قابل مشاهده نیستند.

▪ رویکردهای جامع‌نگرانه: تئوریه‌ها و رویکردهای مختلف مطرح شده، هر یک، بخش‌هایی از کارآفرینی را مورد بررسی قرار می‌دهند و هیچ کدام از آنها، همه ابعاد کارآفرینی را پوشش نمی‌دهند. این رویکرد تلاش می‌کند دو یا چند تئوری را با هم تلفیق و نگرش جامع‌تری نسبت به کارآفرینی فراهم کند.

۳- دسته سوم شامل

مکتب اشخاص بزرگ، مکتب ویژگی‌های روان‌شناختی، مکتب کلاسیک، مکتب مدیریت، مکتب رهبری و مکتب کارآفرین سازمانی است که در جدول ۲ ارائه شده است. این دسته‌بندی، مستقل از اطلاعات و برنامه کاری محققان و تعلیم دهندگان کارآفرینی است که تمایل دارند بر ابعاد مختلفی از کارآفرینی تمرکز و تاکید داشته باشند. این مکاتب، نقطه نظرات بی‌ظنیر و جالب توجهی در پاسخ به این سئوالات که «کارآفرینان چه کاری انجام می‌دهند؟»، «چه اصول و فرآیندی در عمل آنها نقطه حساس و کلیدی محسوب می‌شود؟» و «جایگاه این مکاتب در دوره عمر سازمان‌ها کجاست؟» ارائه می‌کند. حاصل تفکرات مطرح شده در مکاتب مختلف، تکنولوژی اطلاعاتی نیرومندی در مورد بهبود مدیریت، تغییر و تحول، انطباق با محیط، واکنش نسبت به آینده و تشریح زیرساخت ارزش‌ها فراهم می‌کند. طبق این دسته‌بندی، درک کارآفرینان و فرصت‌های سرمایه‌گذاری پرمخاطره آنها نیاز به درک کل فرآیند کارآفرینی دارد که عبارتند از: چشم‌انداز و دورنمای شخصی کارآفرین، راه‌هایی که فرصت‌ها را تعریف و تعیین می‌کند، روشهای عمل و اداره امور توسط وی، ساز و کارهای مورد استفاده وی برای انطباق و ارزیابی مجدد. (فلاح جلودار، ۱۳۸۵: ۵۰)

توسعه و اصول ساختارگرایی

به نظر استراوس که از بنیانگذاران معتبر ساختارگرایی است، منظور از ساختار «ترکیب خاص همبستگی اجزای یک مجموعه باهدف معین است. مانند ساختار بدن انسان که اجزای آن با هم همکاری می‌کنند. به نظر لوی استراوس، ساختار شیء، محسوس و واقع در جهان خارج نیست بلکه صرفاً جنبه اعتباری و ذهنی دارد. چنین ساختاری از دیدگاه وی دارای سه خصلت است:

۱- همچون منظومه یا نظامی است که دگرگونی هر جز آن موجب دگرگونی دیگر اجزا می‌شود.

۲- هر ساختاری می‌تواند به صورت نمونه‌های فراوان دیگری از نوع خود تجلی کند.

ساختار، خاصیت پیش‌بینی دارد، یعنی بر این اساس می‌توان پیش‌بینی کرد که اگر در یک یا چند عنصر از عناصر ساختار تغییراتی پدید آید، در کل ساختار چه واکنشی پدید می‌آید (توسلی، ۱۳۸۴: ۱۴۰).

رابطه ساختار و فرهنگ

در انسان‌شناسی و جامعه‌شناسی، مفهوم ساختار به جای مفهوم فرهنگ نیز به کار رفته است و ساختارگرایی به جای «فرهنگ‌گرایی» نیز استعمال می‌شود در چنین بینشی آثار تمدن صرف‌نظر از واقعیت گروه و جامعه‌ای که موجد آن است، مورد مطالعه قرار می‌گیرد. بنابراین، رابطه تمدن و جامعه به طور کلی در مفهوم ساختار منعکس می‌شود زیرا مفهوم ساختار، شامل کلیه آثار فرهنگی و تمدنهای کاملی است که همانند یک ملاط، ساختار جامعه را فرامی‌گیرد (توسلی، ۱۳۸۴: ۱۴۶). در هر ساختار اجتماعی دو نوع ساختار متفاوت نیز قابل تشخیص است. مثلاً خانواده به عنوان یک ساختار اجتماعی به دو ساختار خرد و کلان قابل تجزیه است. ساختار خرد عبارت از نقش اجتماعی افراد و روابط متقابل میان آنهاست. در این سطح، واحد تجزیه و تحلیل، نقش اجتماعی و روابطی است که افراد با یکدیگر دارند؛ ساختار کلان خانواده شامل رابطه متقابل میان خانواده و نهادهای عمده جامعه از قبیل دین - آموزش و پرورش و... بنابراین جامعه است. خلاصه هر ساختار دارای یک ویژگی کلی می‌باشد که عبارتند از:

- هر ساختار از اجزای (عناصر) مشخص و کارکرد خاصی پدیدار شده است.
- تمامی عناصر در یک کلیت به هم پیوسته می‌باشند.
- تغییر در هر عنصر باعث تغییر در عناصر دیگر می‌شود.
- پیش‌بینی، به عبارتی پیش‌بینی ساختار مبتنی بر تغییر اجزا در آینده.

بدین ترتیب اگر اجزا یا عناصر هر ساختار از عهده وظیفه و کارکرد خود به خوبی برآیند، مثلاً در درون ساختار خانواده می‌توان به خانواده متعادل اشاره داشت و به همین منوال، اگر کلیه ساختارهای اجتماعی در درون سیستم با یکدیگر با هماهنگی و همساز عمل کنند، می‌توان گفت سیستم در حالت متعادل قرار دارد و در مقابل اگر ساختارها بهم ریزد، سیستم از هم می‌پاشد. از این رو است که می‌گوییم ساختار اجتماعی و به ویژه به طور عمقی، شناخت اجزا و نقاط ربط است. اگر نقاط ربط به درستی شناسایی و تشخیص داده شود و هر نوع برنامه ریزی نیز با موقعیت همگون، است از این رو نقطه ربط در درون ساختار بسیار حساس و مهم می‌باشد که این، نیاز به تحقیق ژرفا نگر دارد که در حالت عادی این نقاط پیوست قابل رویت و مشاهده نیست، چرا؟ چون ملاک اصلی ساختارها ملاک فرهنگی است که در حالت روبنایی و عینی قابلیت دسترسی ندارد (نوابخش، ۱۳۸۶: ۳۸-۳۷).

مکاتب فکری دیگری که بر تفکر ساختاری قرن بیستم تأثیر گذاشته‌اند:

مفهوم هگلی کلیت، که تاریخ نویسان و فلاسفه ایده آلیست آلمانی از آن در تحلیل جامعه بهره گرفتند.

نظریه گشتالت در روان شناسی ادراکی که درصدد برآمد به روش تجربه اثبات کند که کل چیزی فراتر از مجموع اجزای فردی آن است.

زبان شناسی در سوسور که مصمم بود نظریه اتمیستی دستور زبان کلاسیک را با تمیز نهادن میان زبان و گفتار مردود اعلام کند. در نظریه سوسور زبان ساختار اصلی است و گفتار تجلی تجربی آن است.

تحلیل مارکسیستی از شکل بندی اجتماعی که به کنش و واکنش پیچیده اجزای متشکله جامعه علاقه مند بود.

تحول سیبرنتیک و نظریه ارتباطات نیز از جمله آرای بی‌بند که در تحول بینش ساختاری موثر افتادند (توسلی، ۱۳۸۴: ۱۲۷-۱۲۵).

خصوصیات کلی ساختارگرایان

در بیان خصوصیات کلی مکتب ساختار باید توجه کرد که تمامی نحله‌های مختلف مکتب ساختار در همه این خصوصیات با یکدیگر شریک نیستند. اصحاب مکتب ساختار احتجاج می‌کنند که اگر پدیده‌ای برای بازسازی مجدد به عناصر تشکیل دهنده آن خرد شود، اجزاء آن نباید به طور مجزا مطالعه شود بلکه باید به منزله نظام سازمان یافته‌ای از عناصر و اجزا مربوط، مدنظر قرار گیرد. هنگامی که به سلسله‌ای از نشانه‌ها، مثلاً علائم ترافیک توجه می‌کنیم، تلاش برای دریافتن معنی هر نشانه‌ای مجزا از نظام نشانه‌ها، عمل لغو بیهوده‌ای است؛ هر علامتی در این نظام معنی خود را در رابطه با سایر علائم کسب می‌کند. قرمز که علامت ایست است نسبت به سبز که علامت حرکت است معنی می‌یابد و به خودی خود معنایی ندارد. پس هر جزئی تنها در روابط خود با سایر اجزای متشکله دارای اهمیت است. اصحاب مکتب ساختار در تلاشند که ساختار را در پس واقعیت اجتماعی قابل مشاهده و رویت، کشف کنند. بسیاری از زبان شناسان مابعد دوسوسور از جمله چومسکی استدلال می‌کنند که در پس پدیده نمایان زبانی (کاربرد زبانی) و ساختار آن (توانایی زبانی) سازوکار ساختار دهنده تکوینی‌ای در ذهن وجود دارد. گفته می‌شود که خصوصیات ذهنی عام مشخصی وجود دارد که مبنای منطق ذهن انسان است. چهارمین بُعد «ساختارگرایی» ادامه بحث دوسوسور است. به عبارت دیگر، پیروی و بسط علم کلی نشانه هاست. استدلال می‌شود که روشهایی که در تحلیل زبان به وجود آمده‌اند، می‌توانند در فعالیت اجتماعی غیرزبانی که کمابیش شکل رمز دارند، به کار گرفته شوند. همانطور که قواعد زبان اجازه می‌دهد که سلسله‌ای از اصوات معنی پیدا کند، قواعد شخصی زندگی اجتماعی نیز اجازه می‌دهد که شعری نوشته شود و یا در بازی فوتبال حرکتی گل شناخته شود، علم نشانه‌ها تأکید می‌کند که معانی وقایع جهان اجتماعی قراردادی هستند؛ به عبارت دیگر، به شکل اجتماعی ساختارمند شده‌اند و چیزی طبیعی نیستند. برخی از ساختار گرایان اعتقاد دارند که بسیاری از نظامهای فرهنگی را می‌توان با به کارگیری تقابلهای دوگانه تحلیل کرد. این نوع تحلیل را نخست ساختارگرایان مکتب پراگ در تحلیل فونم به کار گرفتند. اینان استدلال می‌کنند که هر نظام فونمیک می‌تواند به صورت تقابل دوتایی مطرح شود همانطور که لوی اشتراوس معتقد است میان فرهنگ و طبیعت چنین تقابلی را می‌توان برقرار ساختار. ساختار گرایان همواره به نحوی از تقسیم بندی همزمانی و در زمانی دوسوسور استفاده کرده‌اند. قبل از دوسوسور زبان شناسی اساساً تغییرات

تاریخی در زبان را مورد مذاقه قرار می داد دوسوسور اصرار داشت که باید به مطالعه ساختار گرایان همزمان (سینکرونیک) نظام زبانی پرداخت. بی اعتنایی به تاریخ در هر موضوعی یکی از خصوصیات مهم ساختار گرایان به شمار می رود. بالاخره ساختار گرایان در تلاش هستند تا ساختارهای هم ریخت (ایزومرفیک) را در ابعاد متفاوت زندگی اجتماعی مشخص کنند. آنها استدلال می کنند که یا این ایزومورفیسم کلی است و یا اینکه روش ساختاری در صدد است مشخص کند چه ساختارهایی ایزومورفیک هستند. لوی اشتراوس گمان می کند که انسان شناسی ساختاری می تواند مثل اقتصاد یا زبان شناسی، علم روابط خاص شود. زیرا هر یک از این علوم شکلی از مبادله را بررسی می کنند (فرضاً مردم شناسی به مبادله زنان، اقتصاد به مبادله کالا، زبان شناسی به مبادله پیام علاقه مند است. در نتیجه، ساختار گرایان در پی این هستند تا روابط منظم میان قواعد خویشاوندی، زندگی اجتماعی و زبان را کشف کنند و حتی ادعا می کنند که آنها واریاسیون‌هایی از یک موضوع واحدند، علاوه بر این ساختار گرایان علاقه مندند که قواعد تبدیل ساختار به ساختاری دیگر را آشکار سازند. به عنوان مثال، گفته می شود مارکس قاعده تغییر و تبدیل در جامعه سرمایه داری را روشن ساختار و نشان داد که چگونه پایه اقتصادی - البته با میانجیهای گوناگون و پیچیده - روبروی جامعه سرمایه داری را تولید می کند. بسیاری از ساختار گرایان به همان اندازه که با تحلیل تاریخی خصومت می ورزند به تحلیل علی نیز روی خوش نشان نمی دهند. آنها می گویند که به علت بروز اسطوره‌ها علاقه مند نیستند بلکه می خواهند نشان دهند که چگونه یک ساختار تغییر پیدا می کند و به طور منطقی به ساختاری دیگر مبدل می شود.

با توجه به تنوع و تعدد نوشته‌های ساختار گرایان و بهره‌گیری آنها از منابع مختلف زبان شناسی، روانکاوی، مردم شناسی، منطق و ریاضی و حتی دیالکتیک و مارکسیسم و الگوهای که از منابع مختلفی به عاریت گرفته شده، هنوز دست یافتن به یک نظر واحد و منسجمی که بتواند چهارچوب مورد نظر را به صورت یکپارچه ارائه کند و نقد یکپارچه و جامع آن را امکان پذیر سازد، در اختیار نیست. چه از یکسو، ساختار به مفاهیمی انتزاعی و مجرد و غیر قابل دسترسی ارجاع می شود و از سوی به غبار پراکنده‌ای از «روابط اجتماعی» یا «ارتباطات» که پایه مشخصی ندارد و در بهترین حالت به مجموعه نقشها، پایگاه‌ها و الگوها و یا ارزشهای کم و بیش پراکنده‌ای باز می گردد که اعتبار و بنیان وحدت آن در یک کل اجتماعی نامشخص است. چنانکه رادکلیف براون اعتراف می کند که اصطلاح ساختار اجتماعی را برای مشخص کردن شبکه روابط اجتماعی موجود و وحدت آنها در یک شبکه روابط با خصلت مداومت و استمرار که پایگاه و نقشها در آن وارد می شود، به کار برده است و این امر ساختار اجتماعی را به عنوان «یک واقعیت عینی» ظاهر می سازد.

در دیدگاه لوی اشتروس، منابع مختلفی مورد استفاده قرار گرفته در یکدیگر ادغام می شود و سرانجام به صورت الگویی در می آید که آرایش آن اقتضا می کند از فرمول ریاضی استفاده شود. این الگوها مانند الگوی خویشاوندی که از مردم شناسی به ودیعه گرفته شده به عنوان ساختار تلقی شده اند، گورویچ معتقد است که در قالبهای مورد استفاده لوی اشتروس هیچ واقعیت متکی به خودی از پدیده اجتماعی تام که خاص ساختار اجتماعی باشد، موجود نیست، تنها چیزی که وجود دارد، معادله‌های عام (ریاضی) الگوهای است که ساختار گذشته، حال و آینده در آن قابل پیش بینی است. بنابراین به نظر گورویچ ساختار اجتماعی در نظر لوی اشتروس خیلی ساده به «ساختار ریاضی» بازگشته است و در این حال آیا جامعه شناسی و انسان شناسی ساختاری نباید آنچنان که لایب نیتز در صدد بود، در ریاضیات عمومی منحل شود؟ گورویچ در اینجا ما را به مقاله‌ای که لوی اشتروس زیر عنوان «ریاضیات و انسان» نوشته است ارجاع می‌دهد، و از قول او می‌گوید از هم اکنون می‌توان مطمئن بود که متخصصان جوان علوم اجتماعی از این پس باید از آموزش ریاضی قوی و مستحکمی برخوردار باشند و گرنه باید صحنه علمی را ترک گویند. لوی اشتروس تاکید دارد که ریاضیات نیازی به هدایت ما به کمیات ندارد و بنابراین می‌توان بدون دست زدن به ویژگیهای کیفی پدیده، آن را مورد سنجش قرار داد.

جدول (۲): خلاصه مکاتب کارآفرینی مطرح شده در دسته‌بندی سوم همراه با هدف مدل و جایگاه آن در دوره عمر سازمان

جایگاه مکتب در دوره عمر سازمان	ویژگیهای رفتاری و مهارتها	فرضیات مدل	مرکز تمرکز یا هدف مدل	مدل کارآفرینان
مرحله تاسیس	حس شهودی برتر، نیرومند، پراثری، اصرار برای دستیابی به هدف، نیاز شدید به خودیابی (خودشکوفایی)	اگر کارآفرینان، این حس شهودی و ذاتی را نداشته‌اند بدون برجای گذاشتن اثری برجسته از دنیا می‌رفتند.	کارآفرینان، توانایی درک شهودی (حس ششم) دارند و با خصوصیات ویژه فطری بدنیا می‌آیند.	مکتب اشخاص
مرحله تاسیس	ارزشهای فردی، ریسک‌پذیری، نیاز به پیشرفت و سایر ویژگیها	انسانها مطابق ارزشهای فردی خودش رفتار می‌کنند، رفتار ناشی از تلاش برای ارضاء نیازهاست.	کارآفرینان ارزشهای خاص، صفات منحصر به فرد و نیازهای ویژه‌ای دارند که آنها را به حرکت وامی‌دارد.	مکتب ویژگیهای روان‌شناختی
مرحله تاسیس و اوایل مرحله رشد	نوآوری، خلاقیت و اکتشاف	دید حساس کارآفرینی در «فرآیند انجام کار» است نه مالکیت آن.	ویژگی اصلی رفتار کارآفرینان، «نوآوری» است.	مکتب کلاسیک
اوایل مرحله رشد و مرحله بلوغ	برنامه ریزی تولید، سازماندهی افراد، جمع‌آوری سرمایه و بودجه- بندی	کارآفرینان می‌توانند وظایف فنی و تکنیکی مدیریت آموزش دیده و تکامل پیدا کنند.	کارآفرینان سازمان دهنده بنگاه‌های جدید اقتصادی هستند؛ آنها سازماندهی مالکیت، مدیریت و پذیرش ریسک فعالیتهای جدید سرمایه‌گذار را به عهده می‌گیرند.	مکتب مدیریت
مرحله رشد و مرحله بلوغ	انگیزش، هدایت، رهبری	یک کارآفرین نمی‌تواند به تنهایی به اهدافش برسد، بلکه وابسته به دیگران است.	کارآفرینان رهبران مردم هستند، آنها توانایی آن را دارند تا شیوه رهبری خود را با نیازهای مردم منطبق سازند.	مکتب رهبری
مرحله بلوغ و «تغییر»	هوشیاری در برابر فرصتها، حداکثر کردن نتایج تصمیمات	سازمانها برای ادامه بقا، نیاز به سازگاری (با محیط) دارند؛ فعالیتهای کارآفرینانه به بهبود و بازسازی سازمان و مدیر شدن کارآفرین می‌شود.	مهارتهای کارآفرینی می‌تواند برای سازمان‌های پیچیده مفید باشند؛ کارآفرین سازمانی کسی است که واحدهای مستقل سازمان را ایجاد کند. بازارهای موجود را توسعه داده، خدمات و محصولات را گسترش می‌دهد.	مکتب کارآفرینان سازمانی

منبع: فلاح جلودار، ۱۳۸۵: ۵۳

روش تحقیق

روش کلی بکار گرفته شده در این تحقیق روش کیفی می باشد که با استفاده از تکنیک های روش کیفی، از جمله فیش برداری های نظری و کشف و مقایسه سازی و استدلال و استنباط های محقق، سعی شده به بررسی و شناخت اهداف مورد نظر دست یابیم. به عبارتی روش مورد استفاده در این تحقیق «روش اسنادی» بوده که با استفاده از تکنیک های فیش برداری، اطلاعات لازم جمع آوری شده و تجزیه و تحلیل اطلاعات بوسیله کشف، مقایسه سازی و استنباط های محقق صورت گرفته است.

نتیجه گیری

با مرور ادبیات نظری مربوط به مبحث کارآفرینی و توسعه پایدار و همچنین بررسی ادبیات تجربی در حوزه موضوع مورد مطالعه می توان نتیجه گرفت که مهمترین موانع توسعه کارآفرینی به ترتیب اولویت عبارت از موانع بانکی و اداری در اعطای تسهیلات، بالا بودن هزینه های تولید، موانع قانونی در صدور مجوزهای لازم و عدم هماهنگی دستگاههای مرتبط هستند. این عوامل به واقع، همان عواملی هستند که مکتب محیطی برای موفقیت کارآفرینان بر آنها تاکید دارد.

سیاستها و استراتژیهای توسعه پایدار با تاکید بر کارآفرینی

دست‌اندر کاران توسعه پایدار در رویارویی با چالش‌های موجود در کشور، چند سیاست عمده را برگزیده‌اند:

الف. توجه به بخشهای غیر کشاورزی

کشاورزی و جنگلداری بخش اصلی اقتصاد روستایی را تشکیل می‌دهند. اما کشاورزی متکی بر منابع طبیعی بوده و لذا محدودیت منابع طبیعی در برخی از روستاها، باعث رکود اقتصادی شده است. سیاستهای توسعه اقتصادی نباید تاکید بیش از حدی بر بخش کشاورزی داشته باشد، بلکه باید کشاورزی را به عنوان بخشی از اقتصاد روستایی مورد توجه قرار دهد. در روستاها باید محیط مناسبی برای رشد بخشهای غیر کشاورزی و فعالیت شرکتهای تولیدی و خدماتی رقابت پذیر فراهم شود؛ شرکتهایی که بر یادگیری، تولید و رقابت در عرصه های جهانی تاکید می‌کنند. این در واقع نوعی حرکت از کسب و کارهای مبتنی بر منابع طبیعی به سمت کسب و کارهای مبتنی بر دانش است.

ب. تاکید بر جذب و توسعه فناوریهای جدید

فناوری باید به عنوان نیروی محرکه مهمی در اقتصاد روستاها مورد تاکید قرار گیرد. استفاده از فناوریهای جدید، علاوه بر افزایش تولیدات کشاورزی، عملکرد شرکتهای روستایی را نیز بهبود می‌بخشد. در این میان گسترش و توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات می‌تواند زمینه را برای ارتباطات موثرتر فراهم آورد و موجب رشد و شکوفایی اقتصاد روستاها شود. توسعه این فناوری، توانایی شرکتهای روستایی را در ایجاد ارتباط با مراکز مختلف شهری و روستایی، مشتریان و تامین کنندگان افزایش می‌دهد. تاکید بر نوآوری و اتصال به اقتصاد دیجیتال از سیاستهای عمده توسعه اقتصادی در مناطق روستایی آمریکاست.

ج. آموزش و تربیت نیروی انسانی ماهر و کارآمد

گسترش فعالیتهای غیر کشاورزی و مبتنی بر فناوریهای جدید، نیازمند نیروی انسانی ماهر و کارآمد است و این در حالی است که در اثر پدیده مهاجرت، تعداد زیادی از جوانان مستعد از روستا به شهر مهاجرت می‌کنند. یکی از سیاستهای عمده در روستاهای آمریکا، افزایش سطح استانداردهای آموزشی در مدارس است. علاوه بر این برگزاری دوره های آموزشی، جذب نیروی انسانی ماهر و ایجاد محیط مناسبی برای کار و زندگی روستاییان، تاثیر زیادی در تربیت روستاییان ماهر و کارآمد دارد همچنین سیاست توسعه اقتصادی در آمریکا مبتنی بر سه استراتژی عمده است:

الف. جذب کسب و کارها در یک منطقه خاص

این استراتژی تا مدت های مدیدی مورد توجه دست اندکاران توسعه بود. منابع و تلاش زیادی صرف ایجاد مناطقی می‌شد که بتواند کسب و کارهای مختلف را جذب و در خود جای دهد. اما مطالعات نشان می‌دهد که این استراتژی در جوامع روستایی چندان اثربخش نبوده است.

ب. حفظ و توسعه کسب و کارهای موجود

در سالهای اخیر دست اندکاران توسعه تاکید زیادی بر حفظ کسب و کارهای موجود کرده اند. آنها تلاش کرده اند این کسب و کارها را به توسعه اقدامات و فعالیتهای خود تشویق و ترغیب کنند. این استراتژی تا به حال با موفقیت زیادی همراه بوده است. البته این سیاست در همه مناطق روستایی نتیجه بخش نبوده است؛ چرا که در بسیاری از روستاها، تعداد کسب و کارهای رو به رشد، بسیار اندک است.

ج. ایجاد کسب و کارهای جدید

برخی از پژوهشگران با تکیه بر حقایق اقتصادی، ایجاد کسب و کارهای جدید را تنها استراتژی کارآمد برای توسعه اقتصادی در نواحی روستایی می‌دانند. فراهم کردن امکانات لازم برای ایجاد کسب و کارهای جدید و حمایت از روستاییان در شروع فعالیتهای خود، نتیجه زیادی در توسعه اقتصادی روستاها داشته است. به عنوان مثال ایالت ویرجینیای غربی که کاملاً روستایی است، محیط مناسبی برای ایجاد کسب و کارهای جدید فراهم کرده و به دستاوردهای اقتصادی خوبی نیز دست یافته است.

نقش کار آفرینی در توسعه اقتصادی روستاها

توسعه کار آفرینی تنها استراتژی مناسب برای توسعه اقتصادی روستاها نیست، اما نسبت به سایر استراتژی‌ها هزینه کمتری دارد و برای محیط روستایی مناسب‌تر است. با توسعه کار آفرینی و ایجاد شرکت‌های کوچک کار آفرین، روستاییان به کالاها و خدمات مورد نیاز خود دست می‌یابند و این امر تاثیر زیادی در رشد اقتصادی روستاها و کاهش پدیده مهاجرت به شهرها دارد. روستاها نیز همچون شهرها، مملو از فرصت‌های جدید و کشف نشده هستند که کشف و بهره‌برداری به موقع از این فرصت‌ها و ایجاد کسب و کارهای جدید و رقابت پذیر بر مبنای آن، می‌تواند مزایای اقتصادی چشمگیری برای روستاییان به همراه آورد. دست اندرکاران توسعه کار آفرینی در روستاها بر دو فعالیت اصلی تاکید دارند:

- ۱- تشویق و حمایت از کار آفرینان روستایی برای ایجاد کسب و کارهای جدید
 - ۲- تشویق کسب و کارهای موجود به توسعه فعالیت‌ها و حرکت به سمت تحقق ایده‌های جدید و کارآمد
- توسعه کار آفرینی در روستاها نیز همچون شهرها مستلزم تاکید بر سه پیش نیاز اساسی است:

الف. توسعه فرهنگ کار آفرینی

فرهنگ کار آفرینی نوعی فرهنگ اجتماعی است که رفتار کار آفرینانه را تشویق و حمایت می‌کند. در توسعه فرهنگ کار آفرینی چند هدف اساسی دنبال می‌شود:

- ۱- ایجاد بستر لازم برای تربیت کار آفرینان روستایی
- ۲- تشویق روستاییان به مشارکت فعالانه در طرح‌های کار آفرینی روستایی
- ۳- تشویق سازمان‌های دولتی و غیردولتی به حمایت از فعالیتهای کار آفرینی در روستاها

ب. آموزش کار آفرینی

راه‌اندازی و اداره یک واحد اقتصادی فعال در روستاها، نیازمند آشنایی با طیف وسیعی از دانش‌ها و مهارت‌هاست و جوانان روستایی اغلب از سطح مهارت کمتری در این زمینه برخوردارند. برگزاری دوره‌های آموزش کار آفرینی و ارائه مشاوره در این زمینه، از سیاست‌های عمده توسعه کار آفرینی در روستاهاست. در این برنامه‌های آموزشی، بر چهار گروه از مهارت‌های مورد نیاز کار آفرینان تاکید می‌شود:

- ۱- مهارت‌های علمی و فنی، بر اساس نوع فعالیت صنعتی
 - ۲- مهارت‌های مدیریتی، شامل مدیریت مالی، بازاریابی، اداری و امور کارکنان
 - ۳- مهارت‌های کار آفرینی، شامل توانایی تشخیص و استفاده از فرصت‌های جدید در بازار و ارائه راه‌حل‌های نوآورانه در مقابله با چالش‌ها
 - ۴- مهارت‌های کارکنان، شامل خودتکایی، اعتماد به نفس، خلاقیت، مسئولیت پذیری و...
- کارکنانی که بر سطح بالاتری از مهارت‌های مورد نیاز خود دست یابند، می‌توانند شرکت‌های خود را از یک شرکت تازه‌پا به یک شرکت در حال رشد و رقابت پذیر در عرصه جهانی تبدیل کنند.

ج. توسعه زیرساخت‌های کار آفرینی

فراهم آوردن امکان دسترسی به سرمایه به خصوص سرمایه‌های مخاطره پذیر، اعطای وام به کار آفرینان، توسعه امکانات حمل و نقل و گسترش سیستم‌های اطلاعاتی و ارتباطی، اتصال به منابع اطلاعات و دانش همگانی، گسترش امکانات زندگی در روستاها و ... مواردی از این دست، زمینه را برای توسعه کار آفرینی در روستاها فراهم می‌کند. در این زمینه کشور آمریکا از دیر باز، سیاست‌های عمده‌ای را برای ایجاد زیرساخت‌های کار آفرینی فراهم کرده است، که چند سیاست عمده آن عبارتند از:

- ۱- اعطای تخفیف‌های مالیاتی

- ۲- حمایت از صنایع کوچک و متوسط برای مدرنیزه شدن
- ۳- تشویق صنایع کوچک و متوسط به توسعه همکاری و تشکیل شبکه

منابع

۱. احمدپور داریانی، محمود و مقیمی، سیدمحمد، (۱۳۸۸)، مبانی کارآفرینی تهران، انتشارات سریرا.
۲. احمدپور داریانی، محمود، (۱۳۸۹)، کارآفرینی: تعاریف، نظریات، الگوها، تهران، انتشارات جاجرمی.
۳. ازکیا، مصطفی و غفاری، غلامرضا، (۱۳۸۶)، توسعه روستایی با تاکید بر جامعه روستایی ایران، تهران، نشر نی.
۴. ازکیا، مصطفی و غفاری، غلامرضا، (۱۳۸۸)، جامعه شناسی توسعه، تهران، انتشارات کیهان.
۵. ازکیا، مصطفی، مهدی مختارپور (۱۳۹۱)، نقش مکتب ساختارگرایی در شکل گیری تئوری های توسعه، مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران، سال چهارم، شماره سوم، تابستان ۱۳۹۱
۶. اسدزاده منجیلی سحر، شمیم کبیری هرزویلی، (۱۳۹۵) شناسایی عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی زنان مورد مطالعه: زنان تحصیل کرده استان گیلان چهارمین کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان - ۱۳۹۵
۷. افتخاری، رکن الدین، عبدالرضا و طاهرخانی، مهدی و سجاسی قیداری، (۱۳۸۸)، تحلیل ابعاد و عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی کشاورزی: مطالعه موردی روستاهای شهرستان خداآبند، فصلنامه روستا و توسعه، سال ۱۲، شماره ۳
۸. جلودار، فلاح، (۱۳۸۵)، رساله دکتری تحت عنوان تحلیل عوامل موثر بر موفقیت کارآفرینی زنان روستایی شمال کشور.
۹. ذکریایی، منیژه؛ مختارپور، مهدی (۱۳۸۹) با عنوان بررسی عوامل فرهنگی اجتماعی موثر بر کارآفرینی زنان مطالعه موردی شهرستان کرج مجله پژوهش های جامعه شناختی، سال چهارم شماره ۳ (پاییز ۱۳۸۹)
۱۰. رستمعلی زاده ولی اله، پروین علی جمعه زاده (۱۳۹۷) بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت زنان کارآفرین شهر تهران فصلنامه توسعه اجتماعی) توسعه انسانی سابق (دوره ۱۲، شماره ۳، بهار ۹۷، صفحات ۱۷۲)
۱۱. ریتزر، جورج (۱۳۷۴) نظریه های جامعه شناسی در دوران معاصر، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: علمی.
۱۲. شهربانو رفیعی، سروش فتحی، طهمورث شیری (۱۳۹۹)، بررسی زمینه های توسعه کارآفرینی از دیدگاه زنان کارآفرین استان گیلان، مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران، سال دوازدهم، شماره دوم، بهار ۱۳۹۹
۱۳. فاضل بیگی، محمدمهدی و یاوری، غلامرضا، (۱۳۸۸)، کارآفرینی روستایی راهکاری در جهت توسعه اقتصادی و عدالت اجتماعی.