

عوامل مؤثر بر تفکر مدیریت و برنامه‌ریزی کارآفرینان زن روستایی شهرستان مرودشت^۱

* دکتر محمد یزدانی

** دکتر حمید محمدی

کد مقاله: ۸۸۰۹۰۸۰۳

چکیده

مطالعات مختلف نشان داده است که یکی از مهمترین راهکارهای کاهش فقر در مناطق روستایی، ایجاد اشتغال از طریق کارآفرینی می‌باشد. امروزه اهمیت کارآفرینی به آنجا رسیده است که برخی از صاحب‌بنظران، کارآفرین را یکی از عوامل تولید، همچون سرمایه و کار شناخته و از آن به عنوان موتور توسعه‌ی اقتصادی نام می‌برند. در این راستا، بررسی مناطق روستایی نشان می‌دهد که در حال حاضر، درآمدهای حاصل از بخش کشاورزی در حال کاهش است و مردم روستایی و به‌خصوص زنان به دنبال راه‌اندازی فرصت‌های جدید شغلی برای امرار معاش هستند. این امر می‌تواند فرصتی برای اشتغال زنان روستایی در مجاورت محل سکونتشان ایجاد کند و زمینه خودمختاری، استقلال و ارضای نیازهای آنان را از طریق حمایت‌های اجتماعی فراهم نماید. از سویی دیگر، مطالعات مختلف حاکی از تأثیر برخی از ویژگی‌های درونی کارآفرینان بر موفقیت آنها است. با توجه به این امر، پژوهش حاضر به دنبال تعیین عوامل مؤثر بر تفکر مدیریت و برنامه‌ریزی به عنوان یکی از عوامل شاخص در موفقیت کارآفرینان می‌باشد. در این مطالعه که به روش پیمایش و با استفاده از سرشماری در بین ۴۱ نفر از زنان کارآفرین روستایی منطقه مرودشت استان فارس انجام شده است، از ابزار پرسشنامه برای جمع‌آوری داده‌های لازم بهره گرفته شد. در این راستا، برخی متغیرهای مؤثر بر تفکر مدیریت و برنامه‌ریزی کارآفرینان زن روستایی بررسی گردید. دستاوردهای این پژوهش برای برنامه‌ریزی جهت توسعه فرایند کارآفرینی در جوامع روستایی و کمک به موفقیت این کارآفرینان مفید واقع خواهد شد.

واژگان کلیدی: کارآفرینی، تفکر مدیریت و برنامه‌ریزی، زنان، روستا.

۱- مقاله حاضر براساس گزارش نهایی طرح پژوهشی با عنوان «عوامل مؤثر بر تفکر مدیریت و برنامه‌ریزی کارآفرینان زنان روستایی شهرستان مرودشت» براساس مجوز شماره ۸۹/۱۱۵۶ مورخه ۸۹/۱/۳۰ دانشگاه آزاد اسلامی واحد فیروزآباد تدوین گردیده است.
* استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد فیروزآباد.
** استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد جهرم.

مقدمه

جای خود را به نوآوری، ابداع، خلق محصولات جدید و دارایی‌های نرم‌افزاری داده است. بنابراین توسعه اقتصادی دنیای امروز بر پایه‌ی نوآوری، خلاقیت و استفاده از دانش استوار است (موسوی مشهدی، ۱۳۸۲، ص ۳۸). در این راستا، از جمله اموری که در عصر حاضر به عنوان اولویت نخست در بسیاری از کشورهای جهان مطرح است، پژوهش در زمینه‌ی کارآفرینی است (مهاجری، ۱۳۸۵، ص ۸۹).

واژه کارآفرینی از قرن‌ها پیش و قبل از آن که به زبان امروزی مطرح شود، در زبان فرانسه متداول گردید. این واژه، معادل فرانسوی کلمه انتروپرونر به معنای «متعهد شدن» می‌باشد که در سال ۱۸۴۸ توسط جان استوارت میل به کارآفرینی^۱ در زبان انگلیسی ترجمه شد. سابقه‌ی مفهوم کارآفرینی در دانش امروزی به دو‌یست سال پیش برمی‌گردد و اولین کسی که این مسأله را مطرح کرد فردی به نام کانتیلون است. در اوایل سده‌ی شانزدهم میلادی، افرادی را که در امر هدایت مأموریت‌های نظامی بودند، کارآفرین می‌خواندند. از آن پس، درباره‌ی دیگر انواع مخاطرات نیز همین واژه استفاده شده است. از حدود سال ۱۷۰۰ میلادی به بعد، فرانسویان درباره‌ی پیمانکاران دولتی که دست‌اندرکار جاده، پل، بندر و تأسیسات بودند، به کرات لفظ کارآفرین را به کار بردند. به مرور زمان با طرح واژه‌ی کارآفرینی در محافل علمی، تعاریف متفاوتی از دیدگاه‌های مختلف برای آن ارائه گردید. این امر از سوی نشان‌دهنده‌ی گستردگی و اهمیت موضوع است که می‌تواند از زوایای مختلف بررسی شود و از سوی دیگر نشان‌دهنده پویایی موضوع می‌باشد که زمینه ارائه مدل‌ها، تعریف‌ها و نظرات متفاوتی را فراهم می‌آورد (احمدپور داریانی و دیگری، ۱۳۸۴، ص ۱۲۰).

در مجموع با توجه به تعاریف مختلف می‌توان بیان کرد که کارآفرینی خط فکری ویژه و نگاهی منحصر به فرد به جهان است. در واقع، کارآفرینی نگرشی خلاقانه از کار و ابزار نهایی خودشکوفایی و تکامل می‌باشد. این واژه به معنای خلق چیزی است که در گذشته وجود نداشته است. در این راستا، کارآفرین فردی است که قادر است چیز تازه‌ای ایجاد نماید و خطرهای را که با آن مواجه می‌شود در یک فرایند کنترل نماید (آل‌بویه، ۱۳۸۴، ص ۱۲۳).

امروزه کارآفرینی بعنوان یک استراتژی و راهبرد در توسعه، شکوفایی و رشد جوامع انسانی به یک جایگزین بی‌بدیلی تبدیل گشته است، به طوری که از طریق آن تمامی عوامل، منابع و امکانات یک جامعه به صورت خودجوش و از راه قرارگرفتن در یک روند تکاملی برای نیل به آرمان‌های بلند اجتماعی بسیج می‌گردد تا منشأ بسیاری از آثار و پیامدهای مثبت اقتصادی- اجتماعی شود. لذا اگر به فواید بیشماری که بر این پدیده اثرگذار است توجه و آن را در تمامی ابعاد احیا نماییم، سریع‌تر به اهداف و مختصات یک الگوی کارآمد برای توسعه دست خواهیم یافت (صمدآقایی، ۱۳۸۲، ص ۳۸).

در این راستا، موضوعی که در خصوص اهمیت کارآفرینی و ارتباط مستقیم آن با اعتلای ملی یک ملت باید جدی تلقی گردد، توجه به نقش کارآفرینان ساکن در محیط‌های روستایی است که متأسفانه علی‌رغم اهمیت بسیاری که دارد، در جامعه‌ی ایران مورد غفلت واقع گردیده است (احمدپورداریانی و دیگری، ۱۳۸۳، ص ۱۱۵).

کارآفرینی روستایی تنها به معنای ایجاد اشتغال برای قشر عظیم روستاییان نیست، بلکه می‌تواند گامی در جهت توسعه روستایی - که به گفته‌ی بسیاری از صاحب‌نظران، هم ارزش با توسعه اقتصادی است - باشد. 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 مقوله‌ی کارآفرینی و توسعه روستایی می‌تواند از میزان مهاجرت روستاییان به شهرها کاسته و زمینه‌ی اشتغال، رفاه و پیشرفت آنان را در همان روستای محل سکونتشان فراهم آورد. همچنین، این امر می‌تواند فرصتی برای اشتغال زنان روستایی در مجاورت محل سکونتشان ایجاد کرده و نیاز آنها به خودمختاری، استقلال و حمایت‌های اجتماعی را ارضا نماید (انز، ۲۰۰۶، ص ۲۵۲).

مرور پیش‌نگاشته‌ها نشان دهنده آن است که روستاییان به طور اعم و کارآفرینان به طور اخص دارای ویژگی‌های منحصر به فردی هستند که بر موفقیت آنها اثرگذار است. در این راستا، ویلیام بیگراو (۱۹۹۷) مهمترین ویژگی‌های روانشناختی کارآفرینان را در ۱۰ مورد زیر خلاصه نموده است (احمدپورداریانی و دیگری، ۱۳۸۴، ص ۱۱۵):

۱- رؤیا^۲: کارآفرینان دیدی نسبت به آینده دارند که برای خود و کسب و کارشان جالب، دوست‌داشتنی و قابل عملی شدن است.

- ۲- قاطعیت^۳: آنان امروز و فردا نمی کنند، بلکه سریع تصمیم می گیرند.
 - ۳- عملگرایی^۴: هنگامی که تصمیمی می گیرند با سرعت ممکن آن را به انجام می رسانند.
 - ۴- اراده^۵: آنان امور مربوط به کسب و کارشان را با تعهد کامل به انجام می رسانند و زمانی که با مانعی روبرو می شوند، به ندرت تسلیم می گردند.
 - ۵- وقف^۶: کارآفرینان در راه کسب و کارشان از خودگذشتگی زیادی به خرج داده و گاهی در آن راه هزینه قابل توجهی پرداخت می کنند.
 - ۶- عشق^۷: کارآفرینان عاشق کاری هستند که انجام می دهند. همین عشق است که در شرایط نامساعد، آنان را پایدار نگه می دارد.
 - ۷- توجه به جزئیات^۸: کارآفرینان کارهای جزئی و کوچک را نیز با کیفیت بالا انجام می دهد.
 - ۸- کنترل سرنوشت^۹: کارآفرینان علاقه مندند که خود سرنوشت خویش را در دست گیرند، نه آنکه به کارفرما وابسته باشند.
 - ۹- افزایش درآمد^{۱۰}: انگیزه‌ی اولیه کارآفرینان ثروتمند شدن نیست. پول بیشتر وسیله سنجش موفقیت آنان است. اما کارآفرینان پذیرفته اند که اگر موفق شوند، پاداش خواهند گرفت.
 - ۱۰- توزیع ثروت^{۱۱}: کارآفرینان مالکیت کسب و کارشان را با کسانی که در موفقیت آنها سهیم اند، توزیع می کنند.
- (فدمن و همکاران، ۲۰۰۳، ص ۶۶۹) نیز ویژگی‌های مهم کارآفرینان را که سبب موفقیت آنان می شود شامل توانایی رقابت در ارائه محصولات و خدمات با کیفیت، انعطاف پذیری و تفکر مدیریت و برنامه ریزی شایسته بیان می نمایند (رامتسینیر، ۲۰۰۶، ص ۶۶۹). همچنین، (صفری و دیگری، ۱۳۸۲، ص ۳۵)، خطرپذیری و تمایل به استقلال را یکی از مهمترین ویژگی کارآفرینان بیان می کنند و معتقدند کارآفرینان کسانی هستند که تا حدی حاضر به ریسک کردن در مورد پول، شهرت، امنیت و موقعیت خود می باشند. همچنین، رئیس خود بودن و کنترل بر سرنوشت خود از نیروهای مهم انگیزشی این افراد برای شروع یک کار جدید است.

تحقیقات رینولدز حاکی از آن است که سطح تحصیلات و سن دو عامل مهم در موفقیت کارآفرینان می‌باشد (احمدپورداریانی و دیگری، ۱۳۸۴، ص ۱۲۰).

بر مبنای مطالعات انجام شده، یکی از ویژگی‌های مهم کارآفرینان، تفکر مدیریت و برنامه‌ریزی است. این در حالی است که عوامل مختلفی همچون ویژگی‌های فردی-روانشناختی قادر است بر این متغیر اثرگذارد و زمینه را برای موفقیت هر چه بیشتر کارآفرینان فراهم نماید (رامتسینیر، ۲۰۰۶، ص ۶۶۹).

با توجه به این امر، پژوهش حاضر به دنبال تعیین عوامل مؤثر بر تفکر مدیریت و برنامه‌ریزی به عنوان یکی از عوامل شاخص در موفقیت کارآفرینان روستایی ساکن در منطقه مرودشت می‌باشد. در این راستا، متغیرهای سن، سطح تحصیلات، تعداد فرزند، میزان درآمد حاصل از کارآفرینی، وضعیت تأهل، بومی بودن، نوع شغل، عضویت در یک تشکل محلی، سابقه‌ی کار، تعداد دفعات ارتباط با مروجان، اعضای شورای اسلامی و مسؤولان و کارشناسان سازمان جهاد کشاورزی، ویژگی‌های شخصیتی و روانشناختی، تفکر اقتصادی، میزان آشنایی با پیش‌زمینه‌های کارآفرینی، اعتقاد به وجود فرصت‌های شغلی در جامعه، میزان استفاده از ابزارهای ارتباطی و اطلاع‌رسانی و اعتقاد به وجود موانع در برابر کارآفرینی به عنوان متغیرهای مستقل پژوهش توجه شد. در مجموع یافته‌های این مطالعه برای برنامه‌ریزی جهت توسعه‌ی فرایند کارآفرینی در جوامع روستایی و کمک به موفقیت این قشر از کارآفرینان مفید واقع خواهد شد.

روش پژوهش

این مطالعه به روش تحقیق پیمایشی^{۱۲} در شهرستان مرودشت استان فارس صورت گرفته است. برای انجام این پژوهش، کارآفرینان روستایی ساکن در روستاهای منطقه مرودشت به عنوان جامعه‌آماری موردنظر انتخاب گردید. در این راستا، با استفاده از روش سرشماری تعداد ۴۱ کارآفرین روستایی مطالعه شد. داده‌های لازم برای این تحقیق از طریق طراحی و تنظیم پرسشنامه و توزیع آن در بین نمونه آماری موردنظر جمع‌آوری گردید. برای سنجش میزان روایی پرسشنامه طراحی شده جهت انجام این پژوهش، از روش نظرسنجی استادان صاحب‌نظر^{۱۳} در مورد میزان اعتبار سؤال‌های مطرح شده در پرسشنامه استفاده گردید. همچنین، برای سنجش میزان پایایی سؤال‌های طرح شده و

انجام اصلاحات لازم قبل از مرحله جمع‌آوری اطلاعات در سطح وسیع، یک مطالعه راهنما در خارج از نمونه اصلی انجام گردید. نتایج حاصل از آزمون آلفا کرونباخ^{۱۴} برای سنجش پایایی ابزار سنجش بین ۰/۷۶ تا ۰/۸۴ به دست آمد. اطلاعات به دست آمده پس از تکمیل پرسشنامه‌ها، کدگذاری شد و با استفاده از نرم‌افزار SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

یافته‌ها و بحث

- توزیع فراوانی سطح تحصیلات

از تعداد ۴۱ کارآفرین مورد مطالعه، ۱ نفر (۲/۴ درصد) بی‌سواد و ۴ نفر (۹/۸ درصد) در حد خواندن و نوشتن سواد دارند. همچنین، این مطالعه حاکی از آن است که از جمعیت مورد مطالعه، ۷ نفر (۱۷/۱ درصد) در مقطع ابتدایی، ۶ نفر (۱۴/۶ درصد) در مقطع راهنمایی، ۱۰ نفر (۲۴/۴ درصد) در مقطع متوسطه و ۱۳ نفر (۳۱/۷ درصد) در مقاطع مختلف دانشگاهی تحصیل نموده‌اند. افراد با تحصیلات دانشگاهی بیشترین فراوانی را به خود اختصاص داده‌اند که این امر می‌تواند نشان‌دهنده تأثیر مثبت مراکز دانشگاهی بر ایجاد روحیه کارآفرینی در افراد باشد.

- توزیع فراوانی وضعیت تأهل

توزیع فراوانی جمعیت مورد مطالعه بیانگر آن است که از ۴۱ کارآفرین مورد مطالعه، ۳۱ نفر (۷۵/۶ درصد) متأهل و ۱۰ نفر (۲۴/۴ درصد) مجرد می‌باشند.

- توزیع فراوانی نوع شغل

از تعداد ۴۱ کارآفرین مورد مطالعه، ۱۵ نفر (۳۶/۶ درصد) در یکی از مشاغل مربوط به کشاورزی همچون گاوداری، سبزی‌کاری، پرورش قارچ و سایر زمینه‌ها مشغول به فعالیت هستند. در این راستا، ۲۶ نفر (۶۳/۴ درصد) فعالیت خود را زمینه‌های غیرکشاورزی بیان نموده‌اند.

- توزیع فراوانی عضویت در یک تشکل محلی

توزیع فراوانی عضویت کارآفرینان در یکی از تشکل‌های محلی داده شده، حاکی از آن می‌باشد که از ۴۱ کارآفرین مورد مطالعه، ۱۸ نفر (۴۳/۹ درصد) عضو یک تشکل

محلی بوده‌اند در حالی که ۲۳ نفر (۵۶/۱ درصد) بیان نموده‌اند که در هیچ تشکلی عضویت ندارند.

علاوه بر موارد بیان شده، یافته‌های حاصل از پژوهش نشان‌دهنده‌ی آن بود که ۴۱ کارآفرین مورد مطالعه بومی مناطق روستایی خود می‌باشند. مقادیر میانگین، انحراف معیار، بیشینه و کمینه متغیرهای مورد مطالعه را در بین جامعه آماری پژوهش نشان می‌دهد. همان‌طور که در این جدول مشاهده می‌شود، میانگین سن کارآفرینان مورد مطالعه ۳۰/۶۲ می‌باشد که حاکی از جوان بودن جامعه مورد مطالعه می‌باشد. از سویی دیگر، میانگین سابقه کار افراد به عنوان کارآفرین ۲/۸ است که این امر نشان‌دهنده‌ی آن است که این افراد همچنان در ابتدای راه هستند و می‌توان امیدوار بود که پیشرفت‌های بیشتری در فعالیت‌های خود به دست آورند.

مشاهده‌ها نشان می‌دهد که میانگین تعداد دفعات ارتباط با مروجان، اعضای شورای اسلامی روستا و کارشناسان و مسئولان سازمان جهاد کشاورزی به ترتیب ۲/۸، ۲/۴ و ۱/۳ بار در ماه است. این امر حاکی از ارتباط نسبتاً اندک جامعه‌ی مورد مطالعه با افراد مذکور می‌باشد، از این رو مروجان، اعضای شورای اسلامی روستا و کارشناسان و مسئولان سازمان جهاد کشاورزی، باید با برقراری ارتباط گسترده‌تر با کارآفرینان به عنوان یکی از عوامل مهم در توسعه روستایی و کشاورزی، زمینه‌ی حمایت از این افراد و تسهیل دستیابی به توسعه پایدار را با کمک آنها فراهم نمایند. در این راستا، مطمئناً وظیفه مروجان و اعضای شورای اسلامی در حمایت از این قشر از جامعه اساسی‌تر و قابل توجه‌تر خواهد بود.

علاوه بر این، یافته‌های موجود مبین آن است که میانگین ویژگی‌های شخصیتی و روانی کارآفرینان مورد مطالعه ۲۱ می‌باشد که با توجه به طیف امتیاز این متغیر (۰-۲۵) و مقادیر بیشینه (۲۵) و کمینه (۱۳) میانگین بالایی محسوب می‌شود. این یافته نشان‌دهنده‌ی آن است که افراد مورد مطالعه از نظر ویژگی‌هایی همچون علاقه‌مندی به کار خود، پشتکار، خلاقیت و نوآوری، اعتماد به نفس و علاقه به پیشرفت و ترقی در موقعیت مطلوبی قرار داشته‌اند و ویژگی‌های یک کارآفرین را در خود پرورش داده‌اند.

همچنین، یافته‌ها حاکی از آن است که میانگین متغیر چگونگی تفکر اقتصادی افراد مورد مطالعه ۷/۱۵ است که با توجه به طیف امتیاز این متغیر (۰-۱۰) و مقادیر بیشینه (۱۰) و کمینه (۳) مشخص می‌گردد کارآفرینان علاوه بر ریسک‌پذیر بودن از نظر اقتصادی، کار خود را با امید به کسب سود و منفعت بیشتر آغاز می‌نمایند. علاوه بر این، یافته‌های موجود در جدول ۵ بیانگر آن است که کارآفرینان مورد مطالعه از نظر تفکر برنامه‌ریزی نیز در سطح مطلوب و نسبتاً بالایی قرار دارند (میانگین ۱۶/۲ با طیف امتیاز ۰-۲۰ و مقدار بیشینه ۲۰ و کمینه ۱۲). این امر نشان‌دهنده آن است که این افراد با اعتقاد به اهمیت برنامه‌ریزی و مدیریت در کارها، آینده‌نگری در فعالیت‌ها، کسب اطلاعات برای انجام هر چه بهتر وظایف و بهبود شرایط موجود، یکی از لازمه‌های کارآفرین شدن و موفقیت به عنوان یک کارآفرین را دارند.

مشاهده‌ها نشان‌دهنده‌ی آن است که میانگین اعتقاد به وجود فرصت‌های شغلی در بین جامعه‌ی مورد مطالعه ۱۳/۱ است که با توجه به طیف امتیاز این متغیر (۰-۲۵) و مقادیر بیشینه (۲۵) و کمینه (۷) میانگینی بالاتر از حد متوسط محسوب می‌شود. این یافته نشان می‌دهد که جامعه مورد مطالعه، معتقد است که فرصت‌های شغلی مناسب، زمینه‌های کافی برای بروز خلاقیت، همچنین تسهیلات و امکانات قابل توجهی برای شروع یک کار جدید در جامعه وجود دارد.

میانگین امتیاز متغیر میزان آشنایی با پیش‌زمینه‌های کارآفرینی در میان جامعه مورد مطالعه ۱۰/۷ است که با توجه به طیف امتیاز این متغیر (۰-۲۰) و مقادیر بیشینه (۱۶) و کمینه (۵) میانگین نسبتاً متوسطی محسوب می‌شود. این یافته نیاز به حمایت و توجه بیشتر مسؤولان و مروجان برای کمک به کارآفرینان روستایی از طریق فعالیت‌هایی همچون ایجاد زمینه برای آشنا نمودن کارآفرینان با وظایف سازمان‌ها و ادارات مختلف، همچنین برگزاری دوره‌های آموزشی کوتاه‌مدت و بازدیدهای آموزشی برای آنها را یادآور می‌شود. این یافته مبین آن است که متأسفانه کارآفرینان در جوامع روستایی همچنان از توجه کافی برخوردار نمی‌باشند. همچنین، یافته‌ها نشان‌دهنده آن است که میزان استفاده از رسانه‌های ارتباطی و اطلاع‌رسانی در میان کارآفرینان مورد مطالعه اندک می‌باشد (میانگین ۸/۶ با طیف امتیاز ۰-۲۰) که این امر نیز نشان‌دهنده‌ی وجود ضعف در

سیستم‌های مدیریتی برای حمایت از افراد کارآفرین در جامعه می‌باشد که باید در این زمینه چاره‌ای اندیشید.

مشاهده‌ها نشان می‌دهد که میانگین اعتقاد به وجود موانعی همچون کمبود ابزار و ادوات تخصصی، نبود ساز و کار مناسب برای دسترسی به اطلاعات، عدم اعتقاد مسئولین به اثربخشی فعالیت‌های کارآفرینانه در بین جامعه مورد مطالعه و داشتن جنسیت زن، در این سطحی نسبتاً بالاتر از حد متوسط قرار دارد (میانگین ۱۳/۵ با طیف امتیاز ۰-۲۵). در این راستا، با توجه به نقش مهم کارآفرینان در دستیابی به توسعه اقتصادی و اجتماعی، لازم است مسئولان توجه بیشتری نسبت به رفع موانع موجود مبذول نمایند.

- مقایسه‌ی کارآفرینان شاغل در فعالیت‌های کشاورزی و غیرکشاورزی از نظر تفکر مدیریت و برنامه‌ریزی

اطلاعات مربوط به مقایسه‌ی میانگین متغیر تفکر مدیریت و برنامه‌ریزی در جدول ۱ حاکی از آن است که بین کارآفرینانی که در یکی از زمینه‌های مرتبط با کشاورزی همچون گاوداری، پرورش قارچ، سبزی‌کاری و ... مشغول به فعالیت هستند، با سایر کارآفرینان اختلاف معناداری از نظر آماری وجود ندارد.

جدول (۱) نتایج حاصل از آزمون تی‌استیودنت (*T-test*) برای بررسی اختلاف بین کارآفرینان شاغل فعالیت‌های مرتبط با کشاورزی و غیرکشاورزی از نظر تفکر مدیریت و برنامه‌ریزی

سطح معنی‌داری (P)	کارآفرینان غیرکشاورزی			کارآفرینان کشاورزی		
	آماره T	انحراف معیار	میانگین	انحراف معیار	میانگین	متغیر
۰/۳	-۱/۱	۳	۱۵/۹	۳/۳	۱۶/۷	تفکر مدیریت و برنامه‌ریزی

* داده‌ها امتیاز تفکر مدیریت و برنامه‌ریزی بین ۰-۲۰ می‌باشد.

- مقایسه‌ی کارآفرینان عضو تشکل‌های محلی با سایر کارآفرینان از نظر تفکر مدیریت و برنامه‌ریزی

آزمون *T-test* در جدول ۲ نشان می‌دهد که بین کارآفرینان عضو تشکل‌های محلی با کارآفرینان غیرعضو، از نظر چگونگی تفکر مدیریت و برنامه‌ریزی اختلاف معناداری از نظر آماری وجود ندارد.

جدول (۲) نتایج حاصل از آزمون تی استیودنت (*T-test*) برای بررسی اختلاف بین کارآفرینان عضو تشکلهای محلی با سایر کارآفرینان از نظر تفکر مدیریت و برنامه ریزی

سطح معنی داری (P)	کارآفرینان غیرعضو			کارآفرینان عضو		
	آماره T	انحراف معیار	میانگین	انحراف معیار	میانگین	متغیر
۰/۳۷	۰/۶	۱/۹	۱۶/۴	۲/۳۵	۱۶	تفکر مدیریت و برنامه ریزی

* دامنه امتیاز تفکر مدیریت و برنامه ریزی بین ۲۰-۰ می باشد.

- همبستگی بین متغیرهای پژوهش با متغیر تفکر مدیریت و برنامه ریزی در بین کارآفرینان مورد مطالعه

نتایج حاصل از ضریب همبستگی پیرسون میان متغیرهای پژوهش با متغیر تفکر مدیریت و برنامه ریزی را در بین کارآفرینان مورد مطالعه نشان می دهد. یافته های موجود در این جدول حاکی از وجود رابطه مثبت و معنادار بین متغیر ویژگی های شخصیتی و روانشناختی با متغیر تفکر مدیریت و برنامه ریزی در میان کارآفرینان مورد مطالعه است ($r = ۰/۶$ و $p = ۰/۰۰$). این یافته نشان می دهد کارآفرینانی که از ویژگی هایی همچون پشتکار، علاقه، خلاقیت و خوداتکایی برخوردار هستند تفکر مدیریت و برنامه ریزی دقیق تر و شایسته تری برای انجام فعالیت های خود دارند.

همچنین، یافته ها حاکی از آن است که بین اعتقاد به وجود فرصت های شغلی در جامعه با متغیر تفکر مدیریت و برنامه ریزی نیز رابطه مثبت و معناداری وجود دارد ($r = ۰/۶$ و $p = ۰/۰۰$). این یافته نشان دهنده آن است که کارآفرینان معتقد به وجود فرصت های شغلی بسیار در مناطق شهری و روستایی برای افراد جویای کار، تفکر بالاتری در مدیریت و برنامه ریزی فعالیت های خود دارند.

- نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون برای تعیین اثر ترکیبی متغیرهای پژوهش بر متغیر تفکر مدیریت و برنامه ریزی در بین کارآفرینان مورد مطالعه

در این پژوهش، برای تعیین میزان تأثیر ترکیبی متغیرهای مستقل پژوهش بر متغیر وابسته تفکر مدیریت و برنامه ریزی کارآفرینان مورد مطالعه، از تحلیل رگرسیون چندمتغیره به روش گام به گام استفاده گردید. متغیرهای ویژگی های شاخص های نظام فکری فرد شامل متغیرهای شخصیتی و روانشناختی، تفکر اقتصادی، میزان آشنایی با پیش زمینه های کارآفرینی، میزان بهره گیری از رسانه های ارتباطی و اطلاع رسانی، اعتقاد به وجود موانع در برابر کارآفرینی، اعتقاد به وجود فرصت های شغلی در جامعه با متغیر

وابسته تفکر مدیریت و برنامه‌ریزی بررسی شد. مقدار R^2 به دست آمده نشان می‌دهد که دو متغیر ویژگی‌های شخصیتی و روانشناختی و اعتقاد به وجود فرصت‌های شغلی در جامعه به صورت معناداری در سطح ۰/۰۰۱ وارد معادله شدند و توانسته‌اند ۵۲/۲ درصد از تغییرات متغیر وابسته تفکر مدیریت و برنامه‌ریزی را تبیین نمایند. از بین این دو متغیر نیز متغیر ویژگی‌های شخصیتی و روانشناختی پیش‌بینی‌کننده بهتری برای تغییرات در متغیر تفکر مدیریت و برنامه‌ریزی بوده است.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

چندین سال است که بحث کارآفرینی در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه مورد توجه دانشمندان، مسئولان و مردم قرار گرفته است. اهمیت کارآفرینی بدان‌جا رسیده است که برخی از صاحب‌نظران، کارآفرین را یکی از عوامل تولید، همچون سرمایه و کار شناخته‌اند و از آن به عنوان موتور توسعه اقتصادی نام می‌برند (صمدآقایی، ۱۳۷۷). برخی نیز معتقدند امروزه نقش کارآفرینان در توسعه اقتصادی از سرمایه بیشتر است (علوی، ۱۳۸۲). هر ساله کتاب‌ها و مقالات زیادی در رابطه با کارآفرینی، کارآفرینان و سازمان‌های کارآفرین نوشته و یا برگزار می‌شود که همه بیانگر اهمیت و ضرورت کارآفرینی است (صمدآقایی، ۱۳۷۷).

در این راستا، بررسی مناطق روستایی نشان می‌دهد که درآمدهای حاصل از بخش کشاورزی در حال کاهش است و مردم روستایی به منظور راه‌اندازی فرصت‌های شغلی جدیدی برای امرار معاش هستند (لومان و دیگری، ۲۰۰۶). در این راستا، تجربه بسیاری از کشورهای فقیر پرجمعیت که طیف وسیعی از جمعیت آنها را روستاییان و کشاورزان تشکیل می‌دهند، بیانگر این نکته است که توجه به مقوله کارآفرینی و توسعه‌ی روستایی می‌تواند از میزان مهاجرت روستاییان به شهرها کاسته و زمینه‌های اشتغال، رفاه و پیشرفت آنان را در همان روستای محل سکونتشان فراهم نماید. کارآفرینی روستایی نه تنها در توسعه روستایی، بلکه مهم‌تر از آن در توسعه‌ی پایدار کشاورزی تأثیر شگرف دارد (گلیچ، ۱۳۸۴).

با توجه به آنچه بیان گردید، هدف پژوهش حاضر که در منطقه مرودشت استان فارس انجام گردید، تعیین عوامل مؤثر بر تفکر مدیریت و برنامه‌ریزی به عنوان یکی از عوامل

شاخص در موفقیت کارآفرینان زن روستایی می‌باشد. در این راستا، متغیرهای سن، سطح تحصیلات، تعداد فرزند، میزان درآمد حاصل از کارآفرینی، وضعیت تأهل، بومی بودن، نوع شغل، عضویت در یک تشکل محلی، سابقه کار، تعداد دفعات ارتباط با مروجان، اعضای شورای اسلامی و مسؤولان و کارشناسان سازمان جهاد کشاورزی، ویژگی‌های شخصیتی و روانشناختی، تفکر اقتصادی، میزان آشنایی با پیش‌زمینه‌های کارآفرینی، اعتقاد به وجود فرصت‌های شغلی در جامعه، میزان استفاده از ابزارهای ارتباطی و اطلاع‌رسانی و اعتقاد به وجود موانع در برابر کارآفرینی به عنوان متغیرهای مستقل پژوهش مورد توجه قرار گرفت.

یافته‌های حاصل از پژوهش حاکی از رابطه‌ی مثبت و معنادار بین متغیرهای ویژگی شخصیتی و روانشناختی و اعتقاد به وجود فرصت‌های شغلی با متغیر تفکر مدیریت و برنامه‌ریزی در میان کارآفرینان مورد مطالعه بود. همچنین، یافته‌ها نشان داد که دو متغیر ویژگی‌های شخصیتی و روانشناختی و اعتقاد به وجود فرصت‌های شغلی در جامعه قادر است بخش قابل ملاحظه‌ای از تغییرات متغیر وابسته تفکر مدیریت و برنامه‌ریزی را تبیین نماید. از این رو، این دو متغیر پیش‌بینی‌کننده مطلوبی برای بهبود تفکر مدیریت و برنامه‌ریزی می‌باشد.

براساس یافته‌های این مطالعه، پیشنهادها زیر ارائه می‌گردد:

مروجان، اعضای شوراها، روستا و کارشناسان و مسؤولان سازمان جهاد کشاورزی، باید با برقراری ارتباط گسترده‌تر با کارآفرینان به عنوان یکی از عوامل مهم در توسعه روستایی و کشاورزی، زمینه‌ی حمایت از این افراد و تسهیل دستیابی به توسعه پایدار را با کمک آنها فراهم نمایند. در این راستا، مطمئناً وظیفه مروجان و اعضای شورای اسلامی در حمایت از این قشر از جامعه اساسی‌تر و قابل توجه‌تر خواهد بود.

از آنجا که کارآفرینان مورد مطالعه معتقدند در جامعه عواملی وجود دارد که مانع از فعالیت آنها می‌گردد و با توجه به آن که بر اساس یافته‌های تحقیق، اعتقاد به وجود چنین موانعی، بر تفکر مدیریت و برنامه‌ریزی کارآفرینان اثر می‌گذارد، لازم است قوانین و سیاست‌گذاری‌های جامعه به گونه‌ای باشد که علاوه بر کاهش موانع، فرایند کار را

تسهیل نماید (آل‌بویه، ۱۳۸۷). در این راستا، برخی از فعالیت‌های پیشنهادی عبارت است از:

- تخفیف ویژه مالیاتی برای کارآفرینان روستایی؛
- تدوین برنامه‌هایی استراتژیک برای تربیت مروجان و کارشناسان کارآفرین؛
- بهبود وضعیت سازه‌های زیربنایی در جامعه‌ی روستایی مانند ارتباطات، حمل و نقل‌های جاده‌ای و ...

• اعطای نشان ویژه به محصولات تولیدی کارآفرینان روستایی و در اولویت قرار دادن محصولات کارآفرینی برای صادرات.

از آنجا که یافته‌های تحقیق حاکی از تأثیر ویژگی‌های شخصیتی - روانشناختی بر تفکر مدیریت و برنامه‌ریزی کارآفرینان است، لازم است تلاش‌هایی برای بهبود روحیه‌ی این افراد و تقویت علاقه‌مندی آنها به کار خود، اعتماد به نفس و علاقه به پیشرفت و ترقی انجام شود. در این راستا، ارائه دوره‌های آموزشی برای کارآفرینان، برگزاری بازدیدهایی از فعالیت‌های کارآفرینانه در خارج از منطقه و دادن مشوق‌های مالی و غیرمالی گام مؤثری در تقویت روحیه این افراد خواهد بود.

همچنین از آنجا که اعتقاد به وجود فرصت‌های شغلی در جامعه بر روی تفکر مدیریت و برنامه‌ریزی کارآفرینان اثرگذار است، لازم است فعالیت‌هایی در جهت بهبود فرصت‌های شغلی انجام شود. در این راستا، برخی از فعالیت‌های پیشنهادی عبارت است از:

- تدوین برنامه‌ای جامع برای جلب سرمایه‌گذاری بخش خصوصی، تعاونی‌ها و بانک‌های خصوصی در ارتباط با تأمین اعتبارات مالی پروژه‌های کارآفرینی روستایی؛
- تخصیص بودجه سالیانه از طرف دولت برای فعالیت‌های کارآفرینی روستایی؛
- با توجه به پایین بودن متغیر ارتباطات و اطلاع‌رسانی، همچنین پایین بودن میزان آشنایی با پیش‌زمینه‌های کارآفرینی در بین کارآفرینان مورد مطالعه، موارد زیر را می‌توان مدنظر قرار داد:

- توزیع بروشورهای اطلاع‌رسانی در زمینه فعالیت‌های مختلف کارآفرینانه در بین کارآفرینان؛

- طراحی دوره‌های آموزش کوتاه‌مدت به شکل کارگاه و ... برای کارآفرینان روستایی؛
 - برگزاری بازدیدهای دوره‌ای از مراکز موفق کارآفرینی، همچنین سازمان‌های مختلف برای کارآفرینان؛
 - قرارداد فیلم‌ها و نوارهای دیداری و شنیداری در اختیار کارآفرینان در زمینه‌ی فعالیت‌های مختلف؛
 - دعوت از کارآفرینان موفق روستایی برای سخنرانی در مراکز خدمات روستایی و جهاد کشاورزی شهرستان و...
 - تماس بیشتر مروجان با کارآفرینان روستایی
- با توجه به آن که یکی از ویژگی‌های لازم برای تبدیل شدن به یک کارآفرین موفق، داشتن تفکر صحیح مدیریت و برنامه‌ریزی است لازم است با برگزاری کلاس‌های آموزشی برای روستاییان و به‌ویژه زنان، اعتماد به نفس و علاقه به پیشرفت و ترقی، همچنین میزان ریسک‌پذیری آنها را بالا برده و نگاه آینده‌نگرانه را در آنها تقویت کرد.
- با توجه به اهمیت کارآفرینی در توسعه اقتصادی و اجتماعی روستایی، پیشنهاد می‌گردد مطالعه‌ای مشابه در سطحی وسیع‌تر انجام شده و زمینه‌ی کشف سایر عوامل مؤثر بر کارآفرین شدن و موفقیت کارآفرینان را فراهم نماید.

زیرنویس

1-Entrepreneur	2-Dream	3-Decisiveness	4-Doers	5- Determination
6-Dedication	7-Devotion	8-Detail	9-Desting	10-Dollar
11-Distribution	12-Survey research		13-Face Validity	14-Coronbach's Alpha

منابع

- ۱- احمدپور داریانی، محمود. ۱۳۸۳. کارآفرینی، تعاریف، نظریات و الگوها. تهران: شرکت پردیس.
- ۲- احمدپور داریانی، محمود. و محمد. عزیزی. ۱۳۸۴. کارآفرینی. تهران: مؤسسه فرهنگی و انتشاراتی محراب قلم.
- ۳- آل‌بویه، سیروس. ۱۳۸۷. طراحی ساز و کار ایجاد نوآوری در جوامع روستایی با استفاده از رهیافت کارآفرینی از دیدگاه کارشناسان کشاورزی در سازمان جهاد کشاورزی استان خوزستان و کارشناسان ستادی وزارت جهاد کشاورزی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه کشاورزی و منابع طبیعی رامین، گروه ترویج و آموزش کشاورزی.
۴. صفری، احمد، زهرا. مصوم‌زاد. ۱۳۸۴. کارآفرینی. تهران: انتشارات دانش و فن.
- ۵- صمدآقایی، جواد. ۱۳۸۲. سازمانهای کارآفرین (چاپ دوم). تهران: مؤسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه ریزی سازمانهای کارآفرین.
- ۶- موسوی مهدی، محمد. ۱۳۸۲. نقش کارآفرینی در توسعه صنعتی و اقتصادی. رهیافت، شماره ۲۹.
- ۷- مهاجری، علی. رضا. ۱۳۸۵. پژوهش، نوآوری، اشتغال. فصلنامه نظام مهندسی کشاورزی و منابع طبیعی. شماره ۱۴.
- 8-Fedman, H. D. C. S Koberg, and T. J, Dean. 2003. Minority small business owners and their paths to ownership. Journal of small business management, N. 29.

9-Ozer, M. 2006. New product development in Asia: An introduction to special issue. *Industrial Marketing Management*, N. 35.

10-Rametsteiner, E., E. Hansen, and A. Niskanen. 2006. Introduction to special issue on innovation and entrepreneurship in the forest sector. *Forest Policy and Economics*, N. 8.