

اشتیاق کارآفرینانه و نقش آن در توسعه کارآفرینی روستایی

شهربانو رستمی^۱، احمد یعقوبی فرانی^۲

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه بوعلی سینا.

۲- استادیار رشته ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه بوعلی سینا.

چکیده

مباحث فراوانی در گذشته در مورد تغییرات در توسعه روستایی بوده، که اغلب از لحاظ ماهیت تغییرات در اقتصاد روستایی و از لحاظ رویکردهای مرتبط با سیاست های روستایی، صورت گرفته است. خصوصیات غالب عبارت است از یک تغییر واحد، عموماً از رویکردی که بطور اساساً بر بخش کشاورزی متمرکز است به سمت تمرکز بر مناطق روستایی و فعالیت های متنوع اقتصادی بیشتر. 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. همواره کارآفرینان منشا تحولات بزرگی در جامعه بوده اند. این کارآفرینان هستند فرصت ها را کشف کرده، کسب و کار را بر اساس نوآوری تاسیس کرده و پس از آن کسب و کار را توسعه می دهند. ویژگی های روانشناختی کارآفرینان از عوامل مهم و تاثیرگذار در فرآیند کارآفرینی است. یکی از این عوامل می تواند اشتیاق کارآفرینانه باشد. اشتیاق قلب کارآفرینی است. در واقع حالت احساسی ای است که کارآفرین همراه با تظاهرات رفتاری و شناختی ویژه آن، از خود بروز می دهد. در واقع، اشتیاق کارآفرینانه نیروی محرکه ای است که فرآیند تبدیل تجربه ایده های کارآفرینانه و سازگار کردن آن ها را با شرایط واقعی با هدف رسیدن به موفقیت هدایت می کند. در این مرور علمی سعی شده است به طور مختصر به اشتیاق کارآفرینانه و ابعاد آن پرداخته و به نقش آن در توسعه کارآفرینی اشاره شود.

کلمات کلیدی: اشتیاق کارآفرینانه - توسعه کارآفرینی - توسعه روستایی

^۱ شهربانو رستمی. sh.rostami94@basu.ac.ir

مقدمه

تفکر توسعه روستایی در طول سال های متمادی، به طور کلی: از توسعه جامعه، از طریق انقلاب سبز تا توسعه یکپارچه روستایی، و از اواسط دهه ۱۹۸۰، افزایش توجه به منابع معیشت پایدار به عنوان راه حلی برای کاهش فقر مورد توجه بوده است (مکسول و آشلی، ۲۰۰۱). توسعه روستایی یک استراتژی طراحی شده برای بهبود وضعیت اقتصادی و اجتماعی روستایی است. دجی (۲۰۰۵) توسعه روستایی را به عنوان راهی برای بازسازی اقتصاد ملی در جهت بهبود وضع زندگی افراد در مناطق روستایی می بیند. اما توسعه روستایی نمی تواند به دست آید، مگر اینکه استراتژی های خاصی استفاده شود. برخی از رویکردهای توسعه روستایی را به عنوان رویکرد مدرنیزاسیون، رویکرد تحول و روش تظاهرات معرفی می کنند، در حالی که نوبی (۲۰۰۷) رویکرد کشاورزی، رویکرد احتراق داخلی، رویکرد منابع اولیه و غیره را به لیست اضافه می کند. هر یک از استراتژی های ذکر شده در یک یا چند راه برای توسعه مناطق روستایی کمک کرده است. با این حال، ورود کارآفرینی روستایی به عنوان یک استراتژی به نظر می رسد که بتواند بسیار بیشتر در جهت کاهش فقر روستاییان کمک کند. وضعیت ضعیف اکثر اقتصادهای روستایی بسیار ویرانگر است. مناطق روستایی دارای مشکلات عجیب و غریب از قبیل کم درآمدی، بهره وری کم، میزان بالای بیکاری، نرخ بالای جمعیت، رشد تکنولوژیکی ضعیف، زیرساخت های کم، نرخ بی سوادی بالا، سوء تغذیه و غیره است. جهت گیری کارآفرینی به توسعه روستایی، در مقایسه با توسعه مبتنی بر ورود سرمایه انسانی و سرمایه گذاری از خارج بر اساس تحریک استعداد کارآفرینی محلی و رشد بعدی شرکت های بومی است. این به نوبه خود باعث ایجاد شغل می شود و کارآفرینی روستایی می تواند از طریق مدیریت خوب منابع محلی به مناطق روستایی کمک کند (نوانکو و اوکه، ۲۰۱۷).

مباحث فراوانی در گذشته در مورد تغییرات در توسعه روستایی بوده، که اغلب از لحاظ ماهیت تغییرات در اقتصاد روستایی و از لحاظ رویکردهای مرتبط با سیاست های روستایی، صورت گرفته است. خصوصیات غالب عبارت است از یک تغییر واحد، عموماً از رویکردی که بطور اساساً بر بخش کشاورزی متمرکز است به سمت تمرکز بر مناطق روستایی و فعالیت های متنوع اقتصادی بیشتر (هود و میدمور، ۲۰۰۸).

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 بشناسد و با استفاده بهینه از آنها تنوع اشتغال و اقتصاد را برای محیط های روستایی را به ارمغان بیاورند (هاشمی و همکاران، ۱۳۹۰).

امروزه، در نظریه های اقتصادی، به فعالیت های خودجوش اقتصادی در قالب کارآفرینی در مناطق روستایی توجه ویژه می شود. در همین زمینه، ورتمن اشاره می کند که توسعه اقتصادی و کارآفرینی با یکدیگر ارتباط تنگاتنگ دارند. در این میان، کشاورزی از بخش های پایه و اساسی اقتصاد روستا و کشور و زمینه ساز رشد و توسعه آن است. رشد و توسعه بخش کشاورزی، زمینه های لازم برای رشد و توسعه دیگر بخش ها را فراهم می سازد و بدون آن، عوامل و نهاده های لازم برای فعالیت سایر بخش های اقتصادی فراهم نمی شود (مومنی هلالی و مودن، ۱۳۹۴). سیاست های روستایی باید به سیاست های توسعه اقتصادی جدید تبدیل شوند که به ایجاد فرصت های جدید برای جامعه خود کمک کند. تمرکز بر ایجاد کارآفرینی، یک نکته کلیدی در ایجاد فرصت های جدید اقتصادی در جوامع برای تولید سودآوری و رقابت در بازار و ایجاد یک مرز سیاسی جدید است (ویلکوکس، ۲۰۰۸).

² Maxwell & Ashley

³ Nwankwo & Okeke

⁴ Hodge & Midmore

⁵ Wilcox

توسعه روستایی بیشتر از همیشه نیازمند پیوستن به کارآفرینی است. موسسات و افرادی که در زمینه توسعه روستایی مطالعه می‌کنند، اکنون کارآفرینی را به مثابه یک مداخله توسعه استراتژیک می‌دانند که فرایند توسعه روستایی را تسریع می‌کند. آژانس های توسعه، کارآفرینی روستایی را به عنوان یک پتانسیل اشتغال عظیم می‌دانند؛ سیاستمداران آن را به عنوان استراتژی کلیدی برای جلوگیری از ناآرامی های روستایی می‌بینند؛ کشاورزان آن را به عنوان یک ابزار برای بهبود درآمد مزرعه می‌شناسند و زنان آن را به عنوان یک فرصت اشتغال در نزدیکی خانه های خود می‌بینند که خودمختاری، استقلال و نیاز کم به حمایت اجتماعی را فراهم می‌کند. با این حال، برای همه این گروه ها، کارآفرینی به عنوان وسیله ای برای بهبود کیفیت زندگی افراد، خانواده ها و جوامع و حفظ اقتصاد و محیط زیست سالم است. جهت گیری کارآفرینی به توسعه روستایی، کارآفرینی را به عنوان نیروی محرکه رشد اقتصادی و رشد اقتصادی پذیرفته است و بدون آن عوامل دیگر توسعه نیز از بین می‌روند. با این وجود پذیرش کارآفرینی به عنوان یک نیروی توسعه مرکزی به خودی خود منجر به توسعه روستایی و پیشرفت روستایی نخواهد شد. علاوه بر این، محیطی است که کارآفرینی را در مناطق روستایی امکان پذیر می‌کند. وجود چنین محیطی عمدتاً بستگی به سیاست‌های کارآفرینی روستایی دارد. اثربخشی چنین سیاست‌هایی به نوبه خود بستگی به یک چارچوب مفهومی در مورد کارآفرینی دارد، یعنی اینکه چه چیزی و از کجا آمده است (پترین، ۱۹۹۷).

براساس نظریه های نوین اقتصادی، تغییر ایده‌ها و خلق نوآوری‌ها پایه اصلی توسعه اقتصادی محسوب می‌شود و کارآفرینی بارزترین ابزار برای رساندن جامعه به این مقصود است. کارآفرینی عامل بسیار مهمی برای دستیابی به رشد اقتصادی است. یکی از محورهای رشد اقتصادی، ارتقای بهره وری است و به نظر دریک افزایش بهره وری به عمل کارآفرینانه بستگی دارد. برخی کارآفرینی را یکی از منابع پایان ناپذیر جوامع بشری قلمداد کرده‌اند که به خلاقیت انسان‌ها مربوط است و ارزش بسیاری دارد (محمدزاده و همکاران، ۱۳۹۵).

کارآفرینان به عنوان نماد تلاش و موفقیت در امور تجاری در جامعه بوده و هستند. توانایی کارآفرینان در بهره‌گیری از فرصت‌ها، نیروی آنها در نوآوری و ظرفیت آنها در قبال موفقیت، از مهمترین موارد اهمیت کارآفرینی و کارآفرینان هستند. کارآفرینان از نظر رهبری، مدیریت، نوآوری، کارایی، ایجاد شغل، رقابت، بهره‌وری و تشکیل شرکت‌های جدید، سهم مهمی در رشد، اقتصادی دارند. بنا بر اعتقادی، در جوامع لازم است انقلاب کارآفرینی رخ دهد. این انقلاب در قرن حاضر، اهمیتی بیشتر از اهمیت انقلاب صنعتی دارد. کارآفرینان از عوامل ضروری تغییر در یک اقتصاد مبتنی بر بازارند. آن‌ها امکان استفاده مؤثر و فزاینده از منابع را فراهم می‌آورند و داد و ستد میان بخش های مختلف با امکانات و اولویت‌های متفاوت را تسهیل می‌سازند (نظری، ۱۳۸۷).

براساس تعاریف گوناگون، کارشناسان و نظریه پردازان مختلف مسائل جامعه شناسی و روان‌شناسی بر ضرورت توسعه کارآفرینی مبتنی بر ویژگی های روان شناختی افراد تأکید ویژه دارند و در عصر جهانی شدن نقش آن را در تحول اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی و... کشورها

بسیار حائز اهمیت می‌دانند (کاتبی پور و ضیاء، ۱۳۹۱). به گفته وستهد و همکاران (۲۰۱۱) داشتن ویژگی های شخصیتی خاص، شخص را نسبت به رفتار کارآفرینانه برمی‌انگیزد. ویژگی های روانشناختی باید بخش مهمی از تحقیقات کارآفرینی باشد. مطالعات پیشین نشان می‌دهد که ویژگی های شخصیتی یکی از رایج ترین نظریه های روانشناختی است که برای توضیح و پیش بینی رفتار انسان‌ها، از جمله در کارآفرینی، مورد استفاده قرار می‌گیرد. رویکرد روانشناختی کارآفرینی در دهه ۱۹۶۰ ظاهر شد، که در کار مک‌کله‌لند دیده می‌شود. پژوهش‌های وی نیاز به دستیابی به ویژگی های کارآفرینی را در بر می‌گیرد. او متوجه شده بود که کارآفرینان نیاز بیشتری به موفقیت نسبت به افراد غیرکارآفرین دارند. او همچنین یادآور شد که کارآفرینان در معرض خطرکردن هستند. بسیاری از مطالعات دیگر در مورد شخصیت کارآفرینی نیز در همان زمان انجام شده است. در طول چند دهه گذشته، ویژگی های روانشناختی زیادی به عنوان منابع ممکن برای بهبود عملکرد کارآفرینی مورد بررسی قرار گرفته است (چاوز، ۲۰۱۶).

⁶ Petrin

⁷ Chavez

در فرآیند کارآفرینی، کارآفرین ممکن است با ریسک بالا از قبیل فقدان منابع مالی و رقابت شدید بازار مواجه شده و نیازمند نیرویی برای غلبه بر این مشکلات باشد. پس به چه دلیل برخی افراد در کارآفرینی موفق و پایدارند؟ و برخی دیگر در کارآفرینی پایدار نیستند؟ اشتیاق کارآفرینی می‌تواند به عنوان عامل کلیدی برای توضیح این پدیده بکار رود (ژو^۸ و همکاران، ۲۰۱۱). در این مرور علمی سعی بر این است که اشتیاق کارآفرینانه عاملی در جهت توسعه روستایی بوسیله توان بالقوه خود روستاییان و همچنین مشارکت و کشف فرصت‌ها نشان داده شود.

اشتیاق کارآفرینانه

اشتیاق قلب کارآفرینی است (کاردون^۹ و همکاران، ۲۰۰۵). با توجه به دلایل نامشخص موجود در موفقیت راه اندازی محصولات جدید و خدمات و غلبه بر چالشهای موجود در توسعه سازمان‌های جدید با منابع محدود، اشتیاق می‌تواند انگیزه کلیدی در فعالیت‌های کارآفرینی باشد. با نمود بیشتر اشتیاق می‌تواند ((سوخت انگیزه))، افزایش دهنده فعالیت‌های ذهنی و معنی‌بخش بر فعالیت روزانه افراد باشد (کاردون و همکاران ۲۰۱۳). به عقیده مولر اشتیاق کارآفرینی به عنوان «تمایل آتشین» و همچنین انگیزه کارآفرینان برای غلبه بر موانع موجود در راه سرمایه‌گذاری تلقی می‌شود (مولر^{۱۰}، ۲۰۱۷). اشتیاق و احساسات از نظر ارتباط تجربه‌های احساسی با هویت فرد، با هم متفاوت‌اند. اشتیاق کارآفرینانه بسیار پایدارتر از تجربه احساسات ناشی از محرک‌های بیرونی است. هرگونه فعالیت و موضوع خارجی می‌تواند موجب تغییر در احساسات شود، اما اشتیاق کارآفرینانه از طریق درگیر شدن در فعالیتهای مرتبط با نقش‌های برجسته مرتبط با هویت فردی کارآفرین برانگیخته می‌شود؛ بنابراین، کارآفرینان ممکن است اشتیاق را حتی بعد از ناپدید شدن محرک نیز احساس کنند، درحالی که احساسات گذرا هستند و پس از محو شدن محرک بیرونی زمان تقریباً کوتاهی دوام می‌آورند (دورنوسک^{۱۱} و همکاران، ۲۰۰۹).

اشتیاق کارآفرینی شامل "احساسات آگاهانه و مثبت شدید" می‌شود که از طریق مداخله در فعالیت‌های کارآفرینی با نقش‌هایی که هدف‌دار و پرمعنی و برجسته برای خود کارآفرینان است (هویت)؛ همراهی می‌شود (مارنیکز^{۱۲} و همکاران، ۲۰۱۶). محققان استدلال می‌کنند که اشتیاق کارآفرینی امر ویژه‌ای است که است در نظر کازئون^{۱۳} و همکاران (۲۰۰۹) به شدت با زمینه و تجربیات کارآفرینان مرتبط است. بدین معنی است که کارآفرینان در اشتیاق به یک کار خاص متفاوت هستند و ممکن است اشتیاق زیادی به یک کار کارآفرینی در مرحله ایجاد و رشد سرمایه‌گذاری خود داشته باشند و در عین حال اشتیاق کم به کارهای دیگر در مراحل دیگر داشته باشند (باقری و یزدان‌پناه^{۱۴}، ۲۰۱۷). اشتیاق کارآفرینی ترکیبی از تاثیر مثبت (نیروی انگیزشی) است که در جهت فعالیتهای مرتبط با سرمایه‌گذاری است (چن و همکاران، ۲۰۱۵). و مدت‌ها است که به عنوان جزء اصلی از انگیزه کارآفرینی و موفقیت به رسمیت شناخته شده است (لوکاس^{۱۵} و همکاران، ۲۰۱۶).

اشتیاق کارآفرینی به عنوان حالت عاطفی و احساسی‌ای است که کارآفرین همراه با تظاهرات رفتاری و شناختی ویژه آن، از خود بروز می‌دهد. در واقع، اشتیاق کارآفرینانه نیروی محرکه‌ای است که فرایند تبدیل تجربه ایده‌های کارآفرینانه و سازگار کردن آن‌ها را با شرایط واقعی با هدف رسیدن به موفقیت هدایت می‌کند. بینش و بصیرت کسب شده در این فرایند دائم تقویت می‌شود و به ثمر نشستن ایده‌های

⁸Zhu

⁹ Cardon

¹ Muller 0

¹ Dornovesk 1

¹ murnicks 2

¹ Caseon 3

¹ Bagheri & Yazdānpanah

¹ Lucas 5

کسب و کار را مدیریت می‌کند. همچنین اشتیاق کارآفرینی در ارتباط با احساسات عاطفی شدید فرد در تعامل با تجربه فعالیت‌های کارآفرینی است که اغلب نمود عینی دارد (دیویس و همکاران، ۲۰۱۷).

آمده با بهره‌گیری از تعاریف کاردون در سال ۲۰۰۵ اشتیاق کارآفرینانه را جزئی از انگیزه کارآفرینانه دانسته است. وی با هدف بررسی انگیزش موثر، چارچوب آن و اهمیت آن در کارآفرینی جایگاه اشتیاق را در بالاترین سطح انگیزش موثر دانست (آمده، ۲۰۱۴).
یک تعریف کلی از اشتیاق را والراند و همکارانش می‌دهند و اشتیاق را یک علاقه و تمایل قوی به فعالیت می‌دانند (مانند شور) پیدا کردن آن مهم است و در آن زمان و انرژی سرمایه‌گذاری می‌کنند. آنها مدل دوگانه اشتیاق را پیشنهاد می‌دهند. اشتیاق متوازن و اشتیاق بی‌حد. الف) اشتیاق مرتبط یا هماهنگ (متوازن) یک تمایل قوی برای شرکت در یک فعالیت مشتاقانه تحت کنترل و محوریت خود فرد است (طبق نظریه خودمختاری دسی^۸ و رایان^۹) که این نوع اشتیاق برخاسته از درون خود فرد با محوریت خود شخص است چنین درونی خودمختار، هنگامی روی می‌دهد که یک فرد به طور داوطلبانه یک فعالیت را مهم تلقی کرده و هرگونه تهدید احتمالی و مرتبط با آن را می‌پذیرد. همچنین تعامل رفتاری در فعالیت با اشتیاق انعطاف‌پذیرتر است (پرتولا^{۱۰} و کاردون، ۲۰۱۳).

ب) به نقل از والراند و همکارانش (۲۰۰۳) افراد با اشتیاق بی‌حد، ضرورتی غیر قابل کنترل برای مشارکت در فعالیت‌های مهم و لذت بخش تجربه می‌کنند و غیر از مشارکت در فعالیت مورد علاقه، کاری از دست آنها بر نمی‌آید. نکته مهم این است که این نوع اشتیاق، فرد را کنترل می‌کند و فرد، ریسک تجربه تعارضها و دیگر نتایج احساسی، شناختی و رفتاری منفی را در حین فعالیت و پس از آن را می‌پذیرد (زالی و گودرزی، ۱۳۹۶).

ابعاد اشتیاق کارآفرینانه

اشتیاق کارآفرینی شامل سطوح بالقوه مختلفی از اشتیاق به نقش‌های خاص با فعالیت‌های مرتبط با آن است که در کارآفرینی رایج است: اشتیاق برای فرصت‌های اختراع، اشتیاق برای ایجاد بنگاه‌های جدید و اشتیاق برای توسعه کسب و کار (کاردون و همکاران، ۲۰۱۳).

الف) اشتیاق کارآفرینانه ابداعی

اشتیاق ابداعی به فعالیت‌های مرتبط با جستجوی محیط اطراف برای کشف فرصت‌های جدید بازار، ایجاد محصولات یا خدمات جدید و کار با نمونه‌های تولیدی جدید است. به عقیده دراکر (۱۹۸۵) کارآفرینی اغلب با تغییرات کلیدی اقتصادی یا اجتماعی همراه است. بعضی از کارآفرینان ایده‌های ابداعی را نسبت به دیگران بهتر و عمیق‌تر جستجو می‌کنند و اغلب از انگیزه‌های اصلی کارآفرینان تمایل به ارائه راه‌حل‌های جدید برای بازار است. افرادی که علاقمند به ابداع دارند به طور فعال به دنبال کشف فرصت‌های جدید بوده، از ایده‌های جدید محصول یا خدمات لذت می‌برند و به دنبال ابداع راه‌حل‌های جدید برای نیازهای مهم و مشکلات هستند (کاردون و همکاران، ۲۰۱۳).

ب) اشتیاق کارآفرینانه تاسیسی

اشتیاق تاسیسی با جمع‌آوری منابع مالی، انسانی و اجتماعی لازم برای ایجاد یک سرمایه‌گذاری جدید مرتبط است. انگیزه ایجاد یک سازمان و هویت در نقش تاسیس یک کسب و کار می‌تواند بر اساس خودپنداره مرکزی پیچیده کارآفرین باشد. کارآفرینان اغلب نیازمند دستاوردی هستند که خود را در رویداد تاسیس نشان دهند. کارآفرینانی که اشتیاق برای بنیان‌گذاری را تجربه می‌کنند، عمدتاً از فرایند ایجاد یک سرمایه‌گذاری لذت می‌برند و اغلب هویت‌هایی را که با هویت سرمایه‌گذاری در هم آمیخته‌اند، توسعه می‌دهند (کاردون و همکاران، ۲۰۱۳).

¹ Davis 6
¹ Omerede 7
¹ Deci 8
¹ Rayan 9
² Pretuella 0

ج) اشتیاق کارآفرینانه توسعه‌ای

اشتیاق توسعه‌ای با رشد و توسعه کسب و کار پس از تأسیس مرتبط است. به بیان گاندی^۱ و ولسچ^۲ (۲۰۰۳) بسیاری از کارآفرینان نه از بنیان‌گذاری یک سازمان بلکه با انگیزه‌ای آگاهانه از رشد و گسترش آن لذت می‌برند. این افراد معمولاً راهبردهای متفاوتی را نسبت به دیگران برای مدیریت سازمان به کار می‌گیرند کارآفرینانی که اشتیاق توسعه‌ای را تجربه می‌کنند از فعالیت‌هایی مانند فروش، استخدام کارکنان جدید یا جذب سرمایه‌گذاران بیرونی برای توسعه کسب و کار لذت می‌برند (مبینی دهکردی و همکاران، ۱۳۹۴).

اشتیاق کارآفرینانه (تاثیرات فردی و گروهی)

اشتیاق، کارآفرینان را قادر می‌سازد به صورت ناخودآگاه حساسیت بیشتری در جمع‌آوری اطلاعات و پیدا کردن فرصت در بازار به خرج دهند. این عامل در تشخیص فرصت در کارآفرینان موثر است. بنابراین اشتیاق کارآفرینان، مشوق افراد در به رسمیت شناختن و توسعه فرصت خواهد بود (فارمر^۳ و همکاران، ۲۰۱۱). و همچنین می‌تواند محرک کارآفرینان در یادگیری مداوم به ترویج مهارت‌های کارآفرینان و به دست آوردن منابع برای انجام امور کارآفرینانه باشد (چن و همکاران، ۲۰۱۵).

نقش اشتیاق در کسب منابع است. منابعی که عامل کلیدی برای قرار دادن کارآفرینی و توسعه فرصت‌ها در روند پیشرفت کارآفرینی است و همچنین چگونگی به دست آوردن منابعی است که کارآفرین برای غلبه بر موانع به خصوص (در کمبود منابع) نیاز دارد. روشی که تصمیم بگیرد آیا کارآفرین موفق می‌شود؟ کارآفرین با اشتیاق کارآفرینانه همه امور را برای حل خلاقانه مشکلات انجام می‌دهد (مانند کسب منابع انسانی، منابع مالی و منابع اجتماعی) (باوم و لاک^۴، ۲۰۰۴).

وجود اشتیاق در فرآیند کارآفرینی ممکن است در افزایش علاقه کارآفرینان و حتی سرمایه‌گذاری جدید موثر باشد و باعث می‌شود کارآفرین در رفتار خود اصرار ورزیده و مشتاقانه عمل کند (کاردون و همکاران، ۲۰۰۵). کارآفرینان با اشتیاق کارآفرینانه می‌توانند توجه جدی در سرمایه‌گذاری جدید داشته باشند و آن را به کارمندان انتقال دهند که باعث می‌شود کارمندان تصمیم کارآفرینانه را درک کنند و در موفقیت آنها اثر گذار بوده و کارمندان با جدیت به امور بپردازند (کلاوکیان^۵ و همکاران، ۲۰۱۰).

اشتیاق به عنوان یک اثر مثبت شدید، می‌تواند تفکر خلاق و حل مسئله را تحریک کند. همچنین در افزایش مشارکت در امور و رشد سرمایه‌گذاری نقش داشته و تاثیر مستقیم در رفتارها و تعالیم داشته باشد. به طور کلی، به نظر می‌رسد که اشتیاق می‌تواند یک نیروی محرک قوی باشد که منجر به نتایج بهتر برای امور کارآفرینانه کارآفرینان، سرمایه‌گذاری‌ها و تامین مالی آنها می‌شود (کاردون و همکاران، ۲۰۱۱).

به عقیده استنهورم و رنکو^۶ (۲۰۱۶) اشتیاق کارآفرینی برای اختراع و توسعه باعث افزایش مشارکت در خلق چیزی از مواد گوناگون در دسترس می‌شود. اشتیاق و خلق چیزی جدید بقای سرمایه‌گذاری را افزایش می‌دهد (کاردون و همکاران، ۲۰۱۷). و همچنین مشارکت افراد کارآفرین در مرحله تأسیس را جزء اشتیاق کارآفرینانه تأسیسی دانسته است (کاردون و کریک، ۲۰۱۵).

نتیجه‌گیری

کارآفرینی روستایی می‌تواند با استفاده از فرآیند و روش کارآفرینی برای بهره‌برداری از پتانسیل استفاده نشده در مناطق روستایی، در جهت رشد و توسعه باشد. رشد کارآفرینی در روستاها موجبات توسعه اقتصادی و کاهش فقر در مناطق کم درآمد را فراهم می‌آورد. یک کارآفرین، فردی است که قادر به ابراز و اجرای خواسته‌اش، و دارای مهارت، انگیزه و توانایی ابتکاری برای ایجاد یک کسب و کار یا

¹ Gundry
² Welsch
³ Farmer
⁴ Baum & Luck
⁵ Klaukian

صنعت از خود به تنهایی یا با همکاری دوستانش است. انگیزه او کسب درآمد از طریق تولید یا توزیع کالاها یا خدمات اجتماعی سودمند است. او با ماجراجویی های ذاتی غنی، متمایل به مقابله با خطرها، اصرار نوآورانه، خلاقیت و اشتیاق به تغییرات پویا در فرایند تولید است، و همچنین به معرفی نوآوری برای پیدا کردن استفاده جدید از مواد خام می پردازد. علاوه بر این چالش های دیگر را نیز شامل می شود. او قادر به توسعه ایده ها، افزایش سرمایه، مونتاژ یک تیم، پیدا کردن محل مناسب، پیدا کردن کارکنان مناسب، پیدا کردن مشتریان خوب، غلبه بر رقابت، چالش های پیش بینی نشده و هزینه، با نگره داشتن تغییرات صنعتی و روند و خروج از کسب و کار است. امروزه در سناریوی فعلی کسب و کار، شرکت های کوچک و متوسط به عنوان موتور رشد برای ترویج توسعه عادلانه پذیرفته شده اند (بالراج و ولمورگان، ۲۰۱۷). ویژگی های کارآفرینانه مدتی است مورد توجه بسیاری از روانشناسان و محققان علوم مختلف در جهت استفاده از پتانسیل کارآفرینی روستایی قرار گرفته است. ویژگی ای که بتواند هم تعداد کارآفرینان یک جامعه را افزایش بدهد و هم در توسعه و سودآوری آنها نقش داشته باشد. ویژگی هایی که کارآفرینان را از افراد غیر کارآفرین متمایز می سازد. به عقیده تیمونز (۱۹۹۹) ویژگی های شخصیتی کارآفرین، محیط (فرصتها و نبود قطعیت و ابهام) رفتار یا عملکرد (ابتکار، قبول مسئولیت شخصی، نظارت بر عملکرد، تحمل ابهام، استفاده از پول به عنوان معیار و اولویت به کار) هدف (خلق نوآوری و ابتکار و رشد کاری) و نتایج (موفقیت و شکست) می تواند از عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی روستایی باشد (حسینی نیا و فلاحی، ۱۳۹۶). یک کارآفرین کسی است که نقش مهمی در توسعه اقتصادی کشور دارد. اساسا یک کارآفرین به عنوان یک فرد که ابتکار عمل، مهارت و انگیزه برای راه اندازی یک کسب و کار یا یک شرکت را به خود اختصاص داده و همیشه به دنبال دستاوردهای بالا در نظر گرفته می شود. او یک کاتالیزور تغییر اجتماعی است و به خوبی کار می کند. او به دنبال فرصت ها می آید، آنها را شناسایی می کند و آنها را به طور عمده برای دستاوردهای اقتصادی جذب می کند.

اشتیاق کارآفرینانه یکی از ویژگی های شخصیتی است که نمی توان از تاثیرات آن در کارآفرینی چشم پوشید. این عامل انگیزشی قوی می تواند در جهت سرمایه گذاری، مشارکت و دیگر منافع اقتصادی و اجتماعی و نیرویی مضاعف در کارآفرینان برای غلبه بر موانع موجود در کارآفرینی باشد. تقویت و تحریک انگیزه کارآفرینانه و شناساندن منابع در دسترس روستائیان نیاز ضروری در جهت فراهم نمودن زمینه توسعه کارآفرینی در روستاهاست. پایداری در امر کارآفرینانه و غلبه بر موانع موجود از صفاتی است که افراد کارآفرین در صورتی دارا هستند که اشتیاق کارآفرینانه آنها در بالاترین حد ممکن باشد. با توجه بیشتر به آموزش در مناطق روستایی و هویت بخشی در حیطه کارآفرینی به روستائیان می توان در برانگیختن اشتیاق کارآفرینانه، ایجاد و مدیریت کارآفرینی و در نهایت به توسعه روستایی کمک نمود. شناساندن پتانسیل های بکر و استفاده نشده در روستاها به افراد نوآور روستایی می تواند روش دیگری در جهت توسعه اقتصادی و کاهش فقر باشد. یکی از عواملی که در روستاها موانع ایجاد کسب و کارهای کارآفرینانه است نبود مشارکت و فعالیت های گروهی است که با تقویت اشتیاق کارآفرینانه افراد می توان جامعه روستایی را تشویق به مشارکت و ایجاد کسب و کارهای گروهی نمود.

پیشنهادات

تشویق روستائیان به مشارکت در امور کارآفرینانه از قبیل تسهیلات، مشاوره و آموزش به موقع می تواند اشتیاق کارآفرینانه روستائیان در مشارکت را افزایش دهد. می توان از ظرفیت های موجود در رسانه ها و ایجاد شبکه های محلی برای آموزش و آگاهی بخشی به افراد و تشویق روستائیان در جهت ایجاد و توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه استفاده نمود. همچنین تسهیلات محلی و مشارکتی به طور مثال صندوقهای خرد روستایی در مرحله تاسیس و سرمایه گذاری می تواند اشتیاق روستائیان را برای کارآفرینی افزایش دهد. برگزاری جشنواره های محلی و تشویق افراد موفق و شناساندن کارآفرینان به روستائیان می تواند نقش موثری در جهت انگیزش روستائیان داشته باشد. ایجاد راه های ارتباطی و ارزانتر برای کسب مشاوره و راهنمایی (آموزش های ترویجی توسط کارشناسان ترویج) در خصوص استفاده از پتانسیل های روستایی برای ایجاد کسب و کارهای کارآفرینانه و توسعه آنها نیز از دیگر راهکارهای تقویت انگیزه و اشتیاق کارآفرینانه می تواند باشد. آموزش و پرورش می تواند در تقویت ذهن نوآور و خلاق نقش پررنگتری در افزایش اشتیاق به اختراع و نوآوری روستائیان داشته باشد.

تشکر و قدردانی

از زحمات و راهنمایی‌های بی‌دریغ اساتید گرامی ام‌آقای احمد یعقوبی‌فرانی و آقای سعید کریمی و همچنین دوست مهربانم خانم وحدت نهایت تشکر را دارم.

منابع

- حسینی‌نیا، غلامحسین و فلاحی، هادی (۱۳۹۶). عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی روستایی (نمونه مطالعه: مناطق روستایی شهرستان منوجان). فصلنامه پژوهش‌های روستایی، ۸(۱)، ۳۵-۲۵.
- زالی، محمدرضا و گودرزی، کبری (۱۳۹۶) "شناسایی ویژگی‌های مربوط به اشتیاق به کار رهبران کارآفرین". توسعه کارآفرینی، ۱۰(۱)، ص ۱۴۰-۱۲۱.
- فرجی، فرشته؛ احسانی‌فر، تهمینه؛ نادری، نادر و رضایی، بیژن (۱۳۹۳) "بررسی نقش کارآفرینی در توسعه اقتصادی". نشریه کارآفرینی کشاورزی، ۱(۴)، ۹۱-۱۰۴.
- کاتبی پور، محمود و ضیاء، بابک (۱۳۹۳) "بررسی تأثیر ویژگی‌های روان‌شناختی کارآفرینان در رشد و توسعه اقتصادی کشور (مطالعه موردی دانشجویان کارآفرینی ورودی سال ۱۳۹۱ دانشگاه تهران)". مدیریت بهره‌وری، ۸(۳۱)، ۳۱-۳۸.
- محمدزاده، یوسف؛ حکمتی فرید، محمد و میرعلی اشرفی کبری (۱۳۹۵). بررسی تأثیر آزادی اقتصادی بر توسعه کارآفرینی در کشورهای منتخب. توسعه کارآفرینی، ۹(۲)، ۳۷۶-۳۵۷.
- مبینی دهکردی، علی؛ مبارکی، محمدحسن و خالقی آرمین (۱۳۹۴). "شناسایی تأثیر هوش معنوی بر اشتیاق کارآفرینانه با نقش میانجی هویت ایده‌آل کارآفرینانه" مورد مطالعه: کارآفرینان مستقر در پارکهای علم و فناوری شهر تهران". توسعه کارآفرینی، ۸(۴)، ۴۷۲-۴۵۳.
- مومنی هلالی، هادی و موذن، زینب (۱۳۹۴) "مروری بر موانع توسعه کارآفرینی در بخش کشاورزی". نشریه کارآفرینی در کشاورزی، ۲(۱)، ۱۲۳-۱۱۱ نظری، محمدرضا (۱۳۸۷) "اصول و مبانی کارآفرینی"، چاپ اول، انتشارات عشق دانش، گرگان
- هاشمی، سید سعید؛ مهربانی، علی‌اکبر؛ ایمنی، سیاوش و نجاحی، اکبر (۱۳۹۰). توسعه روستایی با تأکید بر اشتغال و کارآفرینی: مطالعه موردی دهستان شباب در استان ایلام. فصلنامه روستا و توسعه، ۱۴(۱)، ۵۸-۳۵.

- Bagheri, A., & Yazdanpanah, J. (2017). "Novice Entrepreneurs' Entrepreneurial Self-efficacy and Passion for Entrepreneurship". In Iranian Entrepreneurship (pp. 73-89). Springer International Publishing.
- Baum J, Locke E (2004) "The relationship of entrepreneurial traits, skill, and motivation to subsequent venture growth". J Appl Psychol 89(4):587-598.
- Balraj .K.P & Velmurugan. R(2017). Problems of Rural Entrepreneurship in the Central Districts of Tamilnadu. Jour of Adv Research in Dynamical & Control Systems.39-44
- Cardon MS, Zietsma C, Saporito P (2005) "A tale of passion: new insights into entrepreneurship from a parenthood metaphor". J Bus Ventur 20(1):23-45.
- Cardon, M. S., & Kirk, C. P. (2015). "Entrepreneurial passion as mediator of the self-efficacy to persistence relationship". Entrepreneurship theory and practice, 39(5), 1027-1050.
- Cardon, M. S., Gregoire, D. A., Stevens, C. E., & Patel, P. C. (2013). Measuring entrepreneurial passion: Conceptual foundations and scale validation". Journal of Business Venturing, 28(3), 373-396.
- Cardon, Melissa S. and Glauser, Michael, "Entrepreneurial Passion: Sources and Sustenance" (2011). Wilson Center for Social Entrepreneurship. Paper 3
- Cardon, M. S., Glauser, M., & Murnieks, C. Y. (2017). "Passion for what? Expanding the domains of entrepreneurial passion. Journal of Business Venturing Insights, 8, 24-32.
- Chavez, J. (2016). The Personality Characteristics of an Entrepreneur and Their Effects on the Performance of a New Business Venture.
- Chen, X. P., Liu, D., & He, W. (2015). Does passion fuel entrepreneurship and job creativity? A review and preview of passion research. *The Oxford handbook of creativity, innovation and entrepreneurship*, 159-175.
- Davis, B. C., Hmieleski, K. M., Webb, J. W., & Coombs, J. E. (2017). "Funders' positive affective reactions to entrepreneurs' crowdfunding pitches: The influence of perceived product creativity and entrepreneurial passion". Journal of Business Venturing, 32(1), 90-106.
- Drnovsek, M., Cardon, M. S., & Murnieks, C. Y. (2009). "Collective passion in entrepreneurial teams". In Understanding the entrepreneurial mind (pp. 191-215). Springer New York.
- Farmer SM, Yao X, Kung-Mcintyre K (2011) The behavioral impact of entrepreneur identity aspiration and prior entrepreneurial experience. Entrepreneurship Theor Pract 35(2):245-273.



- Hodge, I., & Midmore, P. (2008). Models of rural development and approaches to analysis evaluation and decision-making. *Économie rurale. Agricultures, alimentations, territoires*, (307), 23-38.
- Klauckien A, Breugst N, Patzelt H (2010) "Entrepreneurs' displays of passion and employees' commitment to new ventures". *Acad Manag Proc* 1:1-6.
- Lucas, K., Kerrick, S. A., Haugen, J., & Crider, C. J. (2016). "Communicating Entrepreneurial Passion: Personal Passion vs. Perceived Passion in Venture Pitches". *IEEE Transactions on Professional Communication*, 59(4), 363-378.
- Wilcox, M. E. (2008). Rural Entrepreneurial Development: Effective Policies for the 21st Century Graduate Degree/Major: MS Applied Psychology Research Adviser: Juliet Fox, MS Month/year: May, 2008 (Doctoral dissertation, University of Wisconsin-Stout).
- Mueller, B. A., Wolfe, M. T., & Syed, I. (2017). "Passion and grit: An exploration of the pathways leading to venture success". *Journal of Business Venturing*, 32(3), 260-279.
- Murnieks, C. Y., Cardon, M. S., Sudek, R., White, T. D., & Brooks, W. T. (2016). "Drawn to the fire: The role of passion, tenacity and inspirational leadership in angel investing". *Journal of Business Venturing*, 31(4), 468-484.
- Murnieks, C. Y., Cardon, M. S., Sudek, R., White, T. D., & Brooks, W. T. (2016). "Drawn to the fire: The role of passion, tenacity and inspirational leadership in angel investing". *Journal of Business Venturing*, 31(4), 468-484.
- Maxwell, S., Urey, I., & Ashley, C. (2001). Emerging issues in rural development. *An Issues Paper*.
- Nwankwo, F. O., & Okeke, C. S. (2017). Rural entrepreneurship and rural development in Nigeria. *Africa's Public Service Delivery and Performance Review*, 5(1), 1-7.
- Omoredede, A. (2014). "Exploration of motivational drivers towards social entrepreneurship". *Social Enterprise Journal*, 10(3), 239-267
- Perttula, K. H., & Cardon, M. S. (2011). "Passion". *oxford handbook*.
- Petrin, T. (1997). Entrepreneurship as an economic force in rural development. *REU Technical Series (FAO)*.
- Zhou, J. (2015). "The Oxford handbook of creativity, innovation, and entrepreneurship". Oxford University Press.

