

اهمیت و ضرورت توسعه‌ی کارآفرینی روستایی

سارا حاجی علیانی^۱، سمیه مرادحاصلی^{۲*}

^۱. دانشجوی دکتری گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه رازی

^۲. نویسنده مسئول: دانشجوی دکتری گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه تربیت مدرس

Email: s.moradhaseli@modares.ac.ir

چکیده

اشتغال و نقطه مقابل آن بیکاری، به ترتیب یکی از مهم‌ترین چالش‌ها و مشکلات کشورهای جهان به حساب می‌آید و در کشورهای کمتر توسعه یافته، کشاورزی بخش ضروری برای شروع توسعه پایدار و به دنبال آن توسعه پایدار روستایی است. محیط روستایی، با توجه به شرایط فیزیکی، اجتماعی، اقتصادی و نهادی خود، محیط کارآفرینی معینی را عرضه می‌کند. اما همراه با افزایش هزینه‌های زندگی در روستا، به دلیل پیوستن به اقتصاد ملی، درآمدزایی پایین مشاغل روستایی، ناتوانی در معیشت پایدار روستایی را باعث شده که نارضایتی ساکنان روستا را به همراه داشته و باعث کاهش تمایل روستاییان به ویژه جوانان روستا نسبت به مشاغل روستایی و کشاورزی شده است که این موضوع عملاً باعث مهاجرت گسترده نیروی فعال و کارآمد روستایی شده و در نهایت تهدیدی جدی برای اقتصاد کشور خواهد بود. از این رو در دهه‌های اخیر با توجه به نقش مؤثر و مثبت کارآفرینی در جوامع روستایی، توسعه کارآفرینی روستایی مورد توجه قرار گرفته است. روش تحقیق این مطالعه به صورت توصیفی-تحلیلی و روش گردآوری اطلاعات به صورت کتابخانه‌ای می‌باشد. نتیجه می‌شود که با توجه به اهمیت و ضرورت فعالیت‌های تولیدی، به عنوان منبعی پایدار برای امرار معاش خانواده‌ها، توسعه کارآفرینی روستایی به عنوان نماد تلاش و موفقیت و منشأ تحولات بزرگ در زمینه‌های کشاورزی و در سطح روستا موتور محرک توسعه، رشد و پیشرفت اقتصادی، ایجاد شغل و اصلاح اجتماع محسوب می‌شود.

واژگان کلیدی: توسعه، کارآفرینی، کارآفرینی روستایی، مناطق روستایی.

*. نویسنده مسئول: دانشجوی دکتری گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه تربیت مدرس

Email: s.moradhaseli@modares.ac.ir

Importance and necessity of rural entrepreneurship development

Sarahajialiany, somaeh moradhaseli

۱. Ph.D. student of agricultural extension. Razi University. email: sarahajialiany@yahoo.com

۲. Ph.D. student of agricultural extension. Tarbiat Modares University. email:

s.moradhaseli@modares.ac.ir

Abstract

Employment and the opposite of that unemployment are considered as one of the most important challenges and problems of the countries of the world. In less developed countries, agriculture is an indispensable part in starting sustainable development, followed by sustainable rural development. Is. Rural environment, due to its physical, social, economic and institutional conditions, offers a certain entrepreneurship environment. But with increasing living expenses in the village due to joining the national economy, the low income of rural businesses, the lack of sustainable rural livelihoods has led to residents' dissatisfaction with the village and has reduced the willingness of villagers, especially rural youth, to rural and agricultural businesses Which has led to a massive migration of active and efficient rural people and ultimately a serious threat to the country's economy. Therefore, in recent decades, considering the role of effective and positive entrepreneurship in rural communities, the development of rural entrepreneurship has been considered. The research method is descriptive-analytic and data collection method is library. It is concluded that considering the importance and necessity of productive activities as a sustainable source for livelihoods of families, the development of rural entrepreneurship as a symbol of effort and success and the origin of major changes in the field of agriculture and At the village level, the motor is a driver of development, economic growth, job creation, and community reform.

Keywords: Development, Entrepreneurship, Rural Entrepreneurship, Rural Areas.



مقدمه

امروزه که کار و فعالیت شکل تازه‌ای به خود گرفته است و به سوی خودکارفرمایی و خوداشتغالی در حرکت است. کارآفرینی نقش کلیدی در روند توسعه و پیشرفت اقتصادی جوامع مختلف ایفا می‌کند. چراکه شرایط اقتصادی، صنعتی، اجتماعی و فرهنگی امروز کشور به گونه‌ای است که حل مشکلات و تنگناها، الگوها و راه حل‌های جدید و متفاوتی را طلب می‌کند. ترکیب جمعیتی جوان کشور، ضرورت ایجاد فرصت‌های شغلی عوامل عمده‌ای هستند که موجب می‌شوند سیاستگذاران و تصمیم‌سازان کلان کشور به منبع درآمد دیگری بپردازند و بی‌شک آن منبع جز ابتکار، خلاقیت و نوآوری چیز دیگری نیست (رضوانی و نجاری زاده، ۱۳۸۷؛ Henderson, 2007). بنابراین با توجه به اهمیت و ضرورت روزافزون به کارگیری صحیح دستاوردهای نوین علمی و مباحث مربوط به پایداری در روستاها، ارزیابی میزان پایداری نظام‌های کشاورزی و با مشخص شدن تهدیدهای پیش‌روی توسعه پایدار کشاورزی، می‌توان نسبت به تدوین برنامه‌های واقع بینانه برای بهبود پایداری در بخش کشاورزی اقدام نمود. بنابراین توسعه اقتصادی در کنار سایر ابعاد توسعه (اجتماعی، محیطی، فرهنگی و نهادی) باید با تأکید بر توانایی‌ها، نوآوری‌ها و خلاقیت‌های مردم محلی از طریق تقویت الگوهای توانمندسازی و ظرفیت‌سازی در جامعه‌ی روستایی انجام شود (Sibily, 2005). در کشورهایی که با کمبود منابع محیطی و افزایش بی‌شمار جمعیت مواجه‌اند، همه‌ی تلاش‌ها بر این است که بتوان از راه فعالیت‌های تولیدی، منبع پایداری برای امرار معاش خانواده‌ها ایجاد کرد لذا سرمایه‌گذاری در نیروی انسانی علت و شرایط لازم برای شکل‌گیری، تکوین و تکامل سرمایه فیزیکی است. بنابراین جامعه‌ای را نمی‌توان یافت که در فقر سیاسی و فقر زیست محیطی تکاپوی دستیابی به توسعه و بعد فراگیرتر آن یعنی توسعه پایدار نباشد. در رسیدن به توسعه پایدار روستایی عوامل متعددی دخیل می‌باشند. یکی از مهمترین این عوامل، کارآفرینی است؛ زیرا کارآفرینی با خلق فرصت‌های جدید اشتغال و درآمد، نوآوری و ایجاد رفاه، نقش مؤثری در بهبود وضع اقتصادی و معیشتی روستاها خواهد داشت. کارآفرینی فرآیندی است که نقش حیاتی در تداوم، رشد و توسعه ملی و حتی اقتصادی جهانی ایفا می‌کند. اهمیت بحث کارآفرینی به حدی است که اقتصاددانان کارآفرینان را موتور رشد و دانشمندان مدیریت آن‌ها را از مهم‌ترین عامل توسعه اقتصادی جامعه می‌دانند (گلرد، ۱۳۸۶؛ کرد و آبتین، ۱۳۹۲).

لذا کارآفرینی می‌تواند فرصت‌های جدیدی را برای روستاییان ایجاد کند تا درآمد و سرمایه‌ی خود را افزایش دهند. همچنین با ایجاد مؤسسات جدید و کسب و کارهای کوچک و متوسط، استانداردهای زندگی در جوامع روستایی را بهبود بخشد. اهمیت موضوع کارآفرینی از جنبه‌های مختلفی قابل بررسی می‌باشد، مثلاً کشورهای توسعه یافته با استفاده از فعالیت‌های خلاقانه حیاتی دوباره به اقتصاد خود می‌بخشند و مشکلات ناشی از بیکاری را با ایجاد فرصت‌های شغلی جدید ناشی از فعالیت‌های کارآفرینانه حل می‌نمایند، همچنین آن به صورت یک کاتالیزور بالقوه جهت پیشرفت تکنولوژیکی و نوآوری در محصول و بازار رابطه پذیرفته می‌شود (Yonca & Nuray, 2006). کارآفرینی یک مفهوم چندوجهی پیچیده‌ای است که امروزه توجه زیادی را به خود جلب کرده است و بیشتر صاحب نظران توافق دارند که کارآفرینی و کارآفرینان سهم بسزایی در توسعه اقتصادی دارند (Abhijit, 2008).

به دلیل نقش و جایگاه ویژه کارآفرینی در روند توسعه و رشد اقتصادی، بسیاری از دولت‌ها در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه تلاش می‌کنند. با حداکثر امکانات و بهره‌برداری از دستاوردهای تحقیقاتی، شمار هر چه بیشتری از جامعه را به آموزش درجهت کارآفرینی و فعالیت‌های کارآفرینانه تشویق و هدایت کنند و از آنجایی که رشد و توسعه‌ی نواحی روستایی با توجه به نقش آن‌ها در فرایند توسعه ملی به ویژه در زمینه تأمین مواد غذایی، از اهمیت و ضرورت بالایی برخوردار است (رضوانی، ۱۳۸۳). شغل تنها راهی برای انباشت پول و سرمایه نیست و معیارهای دیگری نیز مانند امنیت، میزان استقلال، تنوع کارها و علایق نیز در یک کسب و کار مورد نظر است که سطح درآمدی بالاتر، افراد را به ارضای نیازهای بیشتری هدایت می‌کند. نیازهایی مانند استقلال و اتکا به نفس نمونه‌هایی هستند که با توسعه کارآفرینی در افراد امکان بروز پیدا می‌کنند. بنابراین کارآفرینی، مفهومی است که همواره همراه بشر بوده و به عنوان

یک پدیده نوین نقش موثری را در توسعه و پیشرفت اقتصادی کشورها یافته است، به طوری که در اقتصاد رقابتی و مبتنی بر بازار امروزه دارای نقش کلیدی است، از این رو تضمین حیات و بقاء کشورها نیازمند نوآوری، ابداع و خلق محصولات و خدمات جدید می باشد. نقش شایسته کارآفرینی و تأثیر آن در رشد و توسعه اقتصادی، توانمند سازی منابع انسانی، اشتغال زایی، استقرار و توسعه عدالت اجتماعی، حضور گسترده و فعال در بازارهای جهانی، فقرزدایی و افزایش امید به زندگی، در مناطق روستایی بر کسی پوشیده نیست (خاتون آبادی، ۱۳۹۱؛ قادر مرزی و همکاران، ۱۳۹۴). از این رو کشورهای مختلف در دهه های اخیر با توجه به نقش مؤثر و مثبت کارآفرینان اقتصادی در توسعه جامعه به خصوص جوامع روستایی، بهره برداری از این توانمندی را مورد توجه قرار داده اند. دستاورد راهبردی سیاست های کارآفرینانه، دو پیامد مهم ایجاد اشتغال و پیشرفت است که هر دو در خدمت توسعه عدالت اجتماعی خواهند بود. از سوی دیگر تحولات و دگرگونی های شگرف و عظیمی که به دلیل رشد فزاینده دانش، صنعت و فناوری در زندگی بشر رخ داده موجب شده تا کشورهای مختلف راهکارهای مناسب و مؤثری را برای بهره گیری هر چه بیشتر از این تحولات بیابند و به کار بندند و به همین علت اندیشمندان عصر کنونی کارآفرینی را شیوه نوین زندگی دانسته اند. دستیابی به اهداف آرمانی سند چشم انداز بیست ساله جمهوری اسلامی ایران و نیز تحقق اهداف برنامه پنجم توسعه کشور مستلزم توسعه فرهنگ و دانش کارآفرینی به عنوان موتور محرکه این حرکت عظیم است (همتی وینه و همکاران، ۱۳۹۱). بنابراین ترویج و اشاعه مفهوم کارآفرینی، بسترسازی برای فرهنگ حامی کارآفرینی به خصوص برای جوامع در حال توسعه ای مانند ایران و مناطق روستایی از اهمیت و ضرورت حیاتی برخوردار است.

روش پژوهش

تحقیق حاضر از نظر ماهیت توصیفی و از لحاظ روش تحقیق و گردآوری داده های به شیوه ی مطالعه ی کتابخانه ای می باشد.

جایگاه کارآفرینی در فرایند توسعه

بی تردید کارآفرینی نقش بسیار کلیدی در توسعه ی اقتصادی و پایدار همه جوامع دارد. به قول شومپتر، کارآفرینی موتور توسعه اقتصادی است که بدون آن هیچ کشوری نمی تواند به توسعه ی اقتصادی دست یابد. در نظام اقتصادی توسعه یافته نوآوران، صاحبان فکر و ایده سرمایه های اصلی یک بنگاه اقتصادی و از عوامل اصلی توسعه پایدار محسوب می شوند. امروزه ساختار اقتصادی دنیا با گذشته به طور اساسی تفاوت دارد. توسعه اقتصادی دنیای امروز بر پایه نوآوری و خلاقیت و استفاده از دانش استوار است. این اقتصاد را اقتصاد مبتنی بر دانش یا اقتصاد دانش محور گویند (Hall & etal, 2010).

کارآفرینی بعنوان یکی از مهم ترین محورهای اصلی رشد و توسعه اقتصادی و پایدار به دلایل زیر دارای اهمیت است:

- ۱- عامل افزایش سرمایه گذاری و به تبع آن افزایش سود و سرمایه سرمایه گذاران می شود.
 - ۲- سبب ایجاد فرصت های تازه در بازار کار و راهکار موثری در ایجاد اشتغال مولد و پایدار در کشور است.
 - ۳- موجب دگرگونی ارزش ها و تحول ماهیت آن ها می شود و ارزش های تازه ای بوجود می آورد.
 - ۴- موجب آسان شدن روند رشد و توسعه کشور می شود
 - ۵- محیط و شرایط لازم را برای تولید کالاها، محصولات و بازار یابی آن ها فراهم می سازد.
 - ۶- کارآفرینی سبب پیدایش محصولات، خدمات، روشها، سیاستها، افکار و راهکارهای نو برای حل مشکلات جامعه می شود.
 - ۷- عامل تقویت و تکامل صنایع داخلی است و زمینه رقابت صنایع داخلی با صنایع خارجی را فراهم می آورد و منجر به افزایش صادرات و دریافت ارز برای کشور می شود.
 - ۸- باعث رقابت، تقویت و تکامل صنایع مشابه داخلی با یکدیگر و سرانجام موجب بهبود و افزایش سطح کیفیت کالاها می شود.
 - ۹- عامل توسعه اقتصادی، رفاه و تأمین اجتماعی جامعه است (North & Smallbone, 2000).
- توسعه کار آفرینی و نقش کارآفرینان در جامعه منشأ آثار ارزشمندی است که در ذیل به اجمال به آن ها اشاره می شود:

۱. رابطه تنگاتنگ کار آفرینی و ایجاد اشتغال، به گونه‌ای است تجارب کشورهای مختلف نشان می‌دهد هرگاه فعالیت‌های کار آفرینی در یک جامعه کند و آهسته شود نرخ بیکاری آن جامعه فزونی خواهد یافت.
۲. کار آفرینی موجب توزیع متناسب درآمدها و کاهش اضطراب‌های اجتماعی می‌شوند.
۳. کار آفرینی موجب بهره برداری از منابع و فعال شدن آنها برای توسعه کشور می‌شود
۴. بهبود کیفیت زندگی، کشف نیازها، ابداع و توسعه کالاها و ایجاد خدمات جدید از جمله ویژگی‌های کار آفرینان است (بهزادیان نژاد، ۱۳۸۰).

کارآفرینی روستایی

همانند کارآفرینی، کارآفرینی روستایی هم برای افراد مختلف معانی متفاوت دارد. اما بدون توجه به بعد معناشناسی، تعریف ساده کارآفرینی روستایی می‌تواند این باشد: کارآفرینی در نواحی روستایی.

کارآفرینی روستایی عبارت است از ایجاد سازمانی جدید که تولیدات جدیدی ارائه کند یا بازار جدیدی به وجود آورد، یا یک فناوری نوینی را در محیط روستایی به کار گیرد (Abhijit, 2008). کارآفرینی شهری و روستایی از لحاظ مفهوم و فرایند تفاوت چندانی با هم ندارند. مثلاً نوآوری جزء لاینفک هر دو نوع کارآفرینی می‌باشد. شاید بتوان گفت که این دو نوع کارآفرینی بیشتر در شیوه اجرا و محیط فعالیت با هم اختلاف دارند. در محیط روستایی چالش‌ها و فرصت‌های ویژه‌ای وجود دارند که در نهایت بازده تلاش‌های کارآفرینانه فرد را تحت تأثیر قرار می‌دهند. اما روستا ضرورتاً مانعی برای کارآفرینی محسوب نمی‌شود. جوامع روستایی در واقع یک سری مزیت‌های خاص هم برای کارآفرینی دارند. آن‌ها می‌توانند محصولات محصولاتی را تولید کنند که به نوعی بازگو کننده طبیعت و فرهنگ روستایی باشند (Henderson, 2007).

محیط روستایی، با توجه به شرایط فیزیکی، اجتماعی، اقتصادی و نهادی خود، محیط کارآفرینی معینی را عرضه می‌کند. موقعیت، منابع طبیعی و مناظر، سرمایه‌های اجتماعی، نظارت روستایی، شبکه‌های اجتماعی و تجاری و فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی، تأثیرات پیچیده و پویایی را بر فعالیت کارآفرینی در مناطق روستایی می‌گذارند. روستا شنینی، موقعیتی پویا در کارآفرینی است که فرصت‌ها و محدودیت‌هایی را شکل می‌دهد. کارآفرینی روستایی عبارت است از: ایجاد سازمانی جدید که تولید یا خدمت جدیدی را معرفی یا بازار جدیدی را ایجاد می‌کند، یا از فناوری جدیدی در محیط روستایی کارآفرینی استفاده می‌کند (Heriot, 2010).

کارآفرینی روستایی را مجموع سه گزاره‌ی زیر تعریف می‌کند:

- نیرویی که منابع را برای پاسخگویی به تقاضای بی‌پاسخ بازار بسیج می‌کند؛

- توانایی خلق و ایجاد چیزی از هیچ؛ و

- فرایند خلق ارزش به وسیله ترکیب مجموعه واحدهای منابع برای بهره‌گیری از یک فرصت.

کارآفرینی به‌عنوان یک پدیده‌ی مهم اجتماعی تحت تأثیر عوامل گوناگونی قرار دارد. برخی صاحب‌نظران شرایط اقتصادی را زمینه‌ساز کارآفرینی برمی‌شمارند و معتقدند که در عین حال کارآفرینی نیز نیروی اصلی توسعه اقتصادی است و تغییر و نوآوری، رشد و تولید خدمات را به همراه دارد (Lordkipanidze et al., 2005).

توسعه کارآفرینی روستایی

موفقیت توسعه کارآفرینی روستایی در گرو آن است که با جلب مشارکت مردم روستا، دولت، دانشگاه‌ها، شرکت‌ها و مؤسسات آموزشی، پژوهشی و مشاوره در حوزه کسب و کار و کارآفرینی، اندیشمندان و رهبران کارآفرینی، سیستمی پویا برای توسعه کارآفرینی روستایی بنا نهد. در این راستا می‌توان اصول و پیش‌شرط‌های این مهم را در بهره‌گیری از مشارکت دستگاه‌های اجرایی مربوطه در کشور، دانشگاه‌ها و مراکز علمی و نخبگان در برنامه‌های توسعه کارآفرینی روستایی به‌صورت یک ستاد منسجم و هماهنگ در سطح ملی و برقراری و ایجاد

یک شبکه فعال ارتباطی که امکان تعامل و به اشتراک گذاشتن دانش و تجربه در تمام سطوح و بخش‌ها در قالب یک برنامه منسجم ملی که همه مشارکت‌کنندگان ملزم به انجام و رعایت وظایف محوله خود باشند، تعریف کرد (اکبر پور، ۱۳۹۵). باید اشاره داشت: مقوله کارآفرینی باید در سه سطح مرتبط با هم شامل کارآفرینی در سطح محلی و روستایی (تعیین نیاز و اولویت‌ها)، در سطح منطقه و استان (هماهنگ‌کننده اجرا) و در سطح ملی (از سجام‌دهنده طرح و برنامه) مطرح شود تا بتواند به صورت پایدار ادامه حیات دهد (Abhijit, 2008). همچنین مراحل و پیش‌شرط‌های توسعه و ترویج کارآفرینی روستایی در ایران عبارتند از:

* بازرگری در باورها و اندیشه‌های کارآفرینی در اقتصاد روستا با تکیه بر ادبیات جهانی و تجارب موفق ملی و جهان
* آموزش کادر مجرب از نخبگان و علاقه‌مندان به مقولات روستایی برای به عهده گرفتن رسالت ترویج کارآفرینی در حوزه روستایی و کشاورزی

* شناسایی بسترهای سرمایه‌گذاری در روستاها با توجه به فرصت‌ها و تهدیدهای موجود در مناطق روستایی با مشارکت فعال خود روستائیان از طریق روش‌های مشارکتی و تعامل با نخبگان روستایی
* برقرار کردن ارتباط صاحبان ایده و صاحبان سرمایه در کارآفرینی روستایی
* شناسایی کارآفرینان روستایی موفق و نمونه و ایجاد انگیزه در آنان از طریق نمونه‌سازی و تشویق
* ارتقاء سطح دانایی و توانایی کارآفرینان روستایی از طریق آموزش و مشاوره
* شناسایی و بهره‌ور کردن بنگاه‌های کم‌بازده روستایی (رضوانی و نجار زاده، ۱۳۸۷).
البته توسعه کارآفرینی روستایی به عوامل فرهنگی - اجتماعی، محیطی و زیرساختی، اقتصادی و نهادی بستگی دارد، که در ادامه به آن‌ها اشاره می‌شود.

عوامل فرهنگی و اجتماعی: از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر کارآفرینی در هر جامعه، فرهنگ حاکم بر آن است. فرهنگی که برای افراد کارآفرین ارزش قائل است، افراد بیشتری را به کارآفرینی تشویق می‌کند. رابطه‌ای قوی بین فرهنگ مردم و تمایل به کارآفرینی وجود دارد و دولت‌ها با تدوین سیاست‌هایی که مشوق رفتار کارآفرینانه است می‌توانند فرهنگ کارآفرینانه عوامل اجتماعی و فرهنگی را تقویت کنند (Lordkipanidze, 2004).

عوامل محیطی و زیرساخت‌ها: جوامع روستایی به دلیل ماهیت وجودی و کارکردی و ساختاری شان ارتباط تنگاتنگی با محیط پیرامون دارند از آنجا که کشاورزی به‌عنوان مهم‌ترین فعالیت روستایی در فضای باز و متأثر از عوامل طبیعی، مانند نوع خاک و اقلیم انجام می‌شود، توجه به عوامل محیطی در توسعه کارآفرینی روستایی و کشاورزی برای کاهش مخاطرات محیطی، استفاده مناسب از منابع و مواردی از این دست، اهمیت بسزایی دارد. دور افتادگی منطقه روستایی بر جنبه‌های گوناگون نوآوری تجاری و به ویژه بر رشد تجارت روستایی و ایجاد اشتغال تأثیر می‌گذارد. برخی صاحب نظران بر این عقیده‌اند که مناطق روستایی با دسترسی بالا، دارای ویژگی‌های اقتصادی، فیزیکی و سازمانی هستند که رفتار نوآورانه و ابتکاری را بی‌درنگ شکل می‌دهند. وجود منابع طبیعی، شرایط اقلیمی مناسب و توپوگرافی منطقه و حتی منظره‌ها با ارائه فرصت‌هایی برای استفاده و بهره‌برداری محیط زیستی از منابع، بر فعالیت کارآفرینانه تأثیر می‌گذارند. دوری و نزدیکی، حفاظت از مناظر منحصر به فرد و ویژگی‌های محیطی، شیوه‌های سنتی و قدیمی تولید را تسهیل می‌کنند و همین امر ممکن است به فرصت‌های کارآفرینانه منجر شود (Stathopoulos, 2004).

عوامل اقتصادی: امروزه تلاش‌های روستاییان برای دستیابی به پایداری اقتصادی می‌تواند با کمک کارآفرینان محلی افزایش یابد، زیرا تمرکز بر منابع اقتصادی محلی از طریق توسعه کارآفرینی محلی یکی از شیوه‌های توسعه اقتصادی این مناطق است (Heaton, 2005). عوامل نهادی (سازمانی): کارآفرینی نمی‌تواند بدون در نظر گرفتن نقش سازمان‌ها و نهادهای گوناگون انجام شود، زیرا هرگونه فعالیتی به سازماندهی و تشکیلات در سطوح مختلف ملی و محلی نیاز دارد



دولت، سازمان‌ها و ارگان‌های ذی ربط از جمله این نهادها هستند. نهادهای غیردولتی محلی هم که به صورت خودجوش شکل گرفته‌اند، تأثیر زیادی در رشد و گسترش فعالیت‌های کارآفرینی دارند (Lordkipanidze, 2002).

بنابراین بدون وجود یک استراتژی کلان توسعه و توسعه اقتصادی مشخص، نمی‌توان توفیق فراوانی در امر توسعه روستایی و توسعه کارآفرینی در روستاها بدست آورد. قطعاً باید تمرکززدایی یکی از مهمترین و اساسی‌ترین سیاست‌های کلان توسعه کشور باشد. استراتژی توسعه اقتصادی کشور باید بخوبی جایگاه روستاها و رویکرد توسعه روستایی مطلوب را مشخص ساخته و برای آن ارزش و اهمیت کافی قایل شود. مثلاً نمی‌توان با انتخاب یک استراتژی صنعتی شدن (همچون کشور ما که اخیراً توسط وزارت صنایع و معادن معرفی شده است) به توسعه روستایی (و توسعه کشاورزی) دست یافت. توسعه روستایی معادل توسعه کشاورزی نیست. توسعه کشاورزی باید به عنوان زیرمجموعه توسعه روستایی تلقی شود. (ابراهیمی و همکاران، ۱۳۹۳؛ افتخاری و همکاران، ۱۳۸۹). بعلاوه کشور نباید صرفاً بر توسعه کشاورزی متمرکز گردد، چون توسعه کشاورزی الزاماً به توسعه روستایی منتهی نمی‌گردد. بهترین استراتژی توسعه روستایی، ترکیبی از رویکرد ساختارهای سلسله‌مراتبی سکونت‌گاه‌ها، توسعه روستایی یکپارچه و توسعه پایدار است (گلرد، ۱۳۸۶). توسعه روستایی صرفاً از طریق توسعه زیرساخت‌های عمرانی و ارائه خدمات اجتماعی رخ نمی‌دهد. بلکه نیازمند اشتغالزایی درآمدزا برای روستاییان و تسریع توسعه فرهنگی آنان (در مقابل جذابیت‌های فرهنگی-اجتماعی شهرها) است. اساساً ناپیوستگی صرفاً توسعه روستایی و توسعه کارآفرینی روستایی را در بافت خود روستا تصور نمود. بلکه باید بدان به صورت ملی نگرینست (کریمی، ۱۳۹۳).

چارچوبی برای تشویق کارآفرینی روستایی

به خاطر روابط نزدیک بین ساکنین نواحی روستایی شبکه بندی کسب و کار آسان تر و کارآتر می‌باشد. کسب و کارها براساس اعتماد با هم کار می‌کنند در واقع شبکه های محلی برای توسعه شرکت‌های روستایی حیاتی هستند. به طوری که کارآفرینان روستایی می‌توانند از ویژگی‌های منحصر به فرد محلی جهت متمایز کردن و بازاریابی محصولات/خدمات خود بهره ببرند. از طرفی هزینه‌های مربوط به زمین و ساختمان در نواحی روستایی و شهرهای کوچک‌تر بسیار ارزان‌تر از شهرهای بزرگ می‌باشد. به همین دلیل، شرکت‌ها می‌توانند سود بیشتری ببرند، منفعت بیشتری از سرمایه‌گذاری خود کسب نمایند و شانس بهتری برای موفقیت داشته باشند (Hildebrand, 2006;

Henderson, 2002)

رقابت کمتر، نیروی کار ارزان‌تر، و قوانین و مقررات کمتر برای ساخت و ساز، این نواحی را برای کارآفرینان جذاب‌تر می‌سازد. لذا منابع و مناظر طبیعی غنی می‌توانند فرصت‌های اقتصادی جدید را هم برای صنعت و هم تفریح و سرگرمی فراهم آورند. محیط خوشایند و مطبوع، منجر به رضایت کاری بیشتر، زندگی سالم‌تر و محیط اداری اخلاقی‌تر می‌شود. اگرچه ممکن است دورافتادگی و انزوای نواحی روستایی مشکلاتی را از لحاظ حمل و نقل ایجاد کند، اما از طرف دیگر استفاده کارآمد از فناوری‌ها، گزیدارهایی را به کارآفرینان ارائه می‌دهد که می‌توانند به آسانی بر این موانع غلبه کنند (Polo-Peña, 2013).

دسترسی به ارتباطات از راه دور یکی از بزرگ‌ترین مزایای نواحی روستایی است که به کارآفرینان اجازه می‌دهد کسب و کار خود را از راه دور مدیریت نماید. بنابراین فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات بی‌ظنیری را برای کسب و کارهای کوچک در مناطق روستایی فراهم نمایند. با کمک این فناوری‌ها، اطلاعات به راحتی در دسترس است، مرزهای بازار قابل گسترش است، به تعاون و همکاری کمک می‌کنند و با کمک آن‌ها منابع خیلی راحت‌تر در دسترس قرار می‌گیرند. لکن بر سر راه کارآفرینی روستایی و همچنین خط مشی‌ها و برنامه‌ها برای توسعه کارآفرینی موانعی وجود دارد که می‌توان از آن‌ها برای ارزیابی برنامه‌ها و سازمان‌های مربوط به کارآفرینی روستایی، استفاده نمود. که به صورت یک چارچوب درآمده است که این چارچوب اساساً طرحی گام به گام برای تضمین یک فرایند کارآفرینانه اثربخش فراهم می‌آورد. بنابراین درک شناخت وضعیت اجتماعی و فرهنگی مناطق روستایی، می‌تواند نقطه شروع مناسبی برای ایجاد یک اقتصاد و جامعه کارآفرینانه‌تر باشد. از طرفی برای تشویق کارآفرینی روستایی بررسی این که آیا کارآفرینان فعلی، آموزش و مهارت کافی برای انجام و ادامه دادن عملیات‌های جاری و آتی کسب و کار خود را دارند (Hall and et al., 2010). بنابراین تعیین این که کارآفرینان روستایی در محیط کسب و کار فعلی خود چقدر موفق هستند، لذا شناخت چالش‌های پیش‌روی کارآفرینی در مناطق روستایی

راهبرد مناسب استفاده از خط مشی‌های حمایتی که جو کلی کسب و کار در منطقه را تحت تأثیر قرار می‌دهند. براین اساس چالش‌های کارآفرینی روستایی عبارتند از:

منابع انسانی: دسترسی به نیروی کار ماهر که حاضر به کار کردن در مناطق روستایی باشند، یکی از موانع کسب و کارهای روستایی می‌باشد. سطح پایین آموزش به علاوه سطح پایین دانش و مهارت‌های فنی چالش مهم دیگری در اکثر نواحی روستایی است. کمبود دانش فناوری اطلاعات همچنین در نواحی روستایی رایج است. به علاوه، محیط خانواده، جامعه و نظام حمایتی هم مناسب توسعه کارآفرینی روستایی نیست و باعث تشویق مردم روستایی برای انتخاب کارآفرینی به عنوان یک حرفه نمی‌شود.

کاهش جمعیت و بازار محلی کوچک: کاهش جمعیت در نواحی روستایی، مشکلات متعددی نظیر کمبود نیروی کار و کاهش سطح خدمات را به وجود می‌آورد. تراکم پایین جمعیت، تقاضای محلی را محدود می‌سازد و این عامل باعث می‌شود که کسب و کارهای روستایی نتوانند به آسانی به صرفه جویی‌های ناشی از مقیاس تولید انبوه دست پیدا کنند (Taoyang & Yuying, 2002).

دور بودن نواحی روستایی: دور بودن و پراکنده بودن روستاها باعث محدودیت دسترسی به منابع انسانی و اطلاعاتی، بازارهای بزرگ برای خرید و فروش نهاده‌ها و تولیدات و مؤسسات حمایت‌کننده کسب و کارهای کوچک می‌شود. دوری و نزدیکی به مراکز شهرها هزینه نهاده‌ها و بازدهی‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهد و نشر اطلاعات و فناوری‌های نوین را هم متأثر می‌سازد بنابراین دور بودن نواحی روستایی می‌تواند از جهات مختلف به ویژه از لحاظ اقتصادی، کارآفرینی روستایی را با مشکل مواجه نماید (Heaton, 2005).

منابع مالی: عدم دسترسی به منابع مالی مشکل دیگری است که اکثر کارآفرینان روستایی در کشورهای در حال توسعه از جمله ایران با آن روبرو هستند در صورت وجود چنین مؤسسه‌هایی، شرایط کسب اعتبارات بسیار دشوار (نظیر تامین وثیقه و ضامن معتبر) می‌باشد و همچنین بهره‌ها و وام‌های پرداختی هم بسیار بالا می‌باشد (Petrin and et al., 1998).

رقابت پذیری: کسب و کارهای کوچک نسبت به ورود کسب و کارهای بزرگ به بازار آسیب‌پذیر هستند. به علت این که کسب و کارهای جدید پشتیبانی مالی کمتری دارند، سازمان‌های بزرگ و کارآفرینان شهری برای آن‌ها یک مشکل بزرگ محسوب می‌شوند و رقابت کردن با آن‌ها برای شان مشکل است. دلالتان هم رقیب محسوب می‌شوند، چرا که آن‌ها کارآفرینان روستایی را مورد استثمار قرار می‌دهند و در اصل بیشترین سود حاصل از کسب و کارهای کشاورزی و روستایی نصیب آن‌ها می‌شود. وابستگی کارآفرینان روستایی به دلالتان نسبتاً زیاد است آن‌ها برای بازاریابی تولیدات شان، تأمین نهاده‌های مورد نیاز و یا تأمین منابع مالی به این واسطه‌ها نیاز دارند (Heaton, 2005).

زیرساخت ارتباطات و حمل و نقل: دوردستی نواحی روستایی برای کسب و کارهای کوچک چالش حمل و نقل را به وجود می‌آورد. نواحی روستایی و شهری فاصله زیادی وجود دارد که بعضی مواقع موانعی را ایجاد می‌کند. نبود حمایت دولتی همراه با نبود تسهیلات زیربنایی توسعه کارآفرینی روستایی و کسب و کارهای جدید در این نواحی را سخت‌تر می‌کند. نبود زیرساخت حمل و نقل نظیر بزرگراه‌های مناسب، حمل و نقل کالاها و ارتباط با بازارهای بزرگ بیرونی را مشکل می‌سازد. این ارتباطات محدود با دنیای بیرون، انتقال دانش و فناوری بین نواحی روستایی و شرکای اقتصادی‌شان را نیز محدود می‌سازد (Taoyang & Yuying, 2002).

قوانین و مقررات: به‌طور کلی، قوانین و مقررات دولتی در ایران مشوق راه اندازی و توسعه کسب و کار، به ویژه در نواحی روستایی نیستند بسیاری از قوانین موجود نظیر قوانین و مقررات بانکی.

موانع اجتماعی-فرهنگی: جامعه به‌طور کلی نسبت به کارآفرینی و داشتن شغل آزاد در مقایسه با مشاغل دولتی و یا کارمند بودن، نگرش منفی دارد. داشتن یک کسب و کار شخصی دارای جایگاه و موقعیت اجتماعی بالایی نیست و به همین دلیل گزینه شغلی اول بسیاری از افراد مشاغل دولتی می‌باشد (Hall&etal, 2010).

فرصت‌های کارآفرینی روستایی: علی‌رغم چالش‌های مذکور، نواحی روستایی مزایای متعددی برای تأسیس انواع کسب و کارها فراهم می‌کنند. به علاوه، مزیت‌های متنوع و مختلف نواحی روستایی می‌تواند گروه‌های مختلفی از افراد کارآفرین را به دلایل مختلف جذب نماید (Heaton, 2005).

کارآفرینی روستایی در توسعه پایدار مناطق روستایی

با توجه به مطالب بیان شده، بدیهی است که مهم‌ترین راهکار مقابله با تهدیدها و بهره‌گیری از فرصت‌ها، ورود عنصر خلاقیت، ایده‌های نوین و عنصر کارآفرینی به حوزه مسائل کشاورزی و روستاها است. کارآفرینی روستایی با نگاهی جدید، جامع، فراگیر و درون‌زا به روستا به کشف و خلق فرصت‌های بکر سرمایه‌گذاری در روستا باید بپردازد تا بتوان با بهره‌گیری از فناوری‌های نوین و مناسب عملاً باعث تحول اقتصادی روستا و توسعه اقتصادی کشور شود (مطیعی لنگردوی و همکاران، ۱۳۹۱). اشتغال و کارآفرینی یکی از عوامل اصلی در ثبات پایداری و نظم روستاهاست. کارآفرینی می‌تواند فرصت‌های جدیدی را برای روستاییان ایجاد کند تا درآمد و سرمایه خود را افزایش دهند. همچنین با ایجاد مؤسسات جدید و کسب و کارهای کوچک و متوسط استانداردهای زندگی در جوامع روستایی را بهبود بخشد به هر حال، کارآفرینی روستایی در پی یافتن ترکیبی مناسب از منابع برای فعالیت‌های اقتصادی اعم از کشاورزی و غیر کشاورزی برای دستیابی به بیشترین سود ممکن است. اگرچه توجه و اهتمام به کارآفرینی در ایران در سال‌های اخیر روند رو به افزایشی داشته است، کارآفرینی روستایی کماکان موضوعی است که کمتر به آن پرداخته شده است (حسینی نیا و فلاحی، ۱۳۹۶). فراهم کردن بستری که مشارکت کارآفرینان روستایی، فعالان عرصه فرهنگی و اجتماعی در سطح روستاها و نهادهای علمی و دانشگاهی مرتبط با کارآفرینی روستایی را برانگیزد و از طریق فعالیت‌های پژوهش‌محور، آموزش‌محور و خدمات مشاوره‌ای و پشتیبانی به صورت بنیادی به توسعه کارآفرینی روستایی بپردازد (فراهانی و حاجی حسینی، ۱۳۹۲). بدین ترتیب توسعه کارآفرینی در جوامع نیازمند آمادگی زمینه‌های فرهنگی و اجتماعی، همکاری نظام‌های آموزشی، ساختارهای اداری و مالی و سایر مکانیسم‌های حمایتی می‌باشد. بر این اساس توسعه کارآفرینی در بخش‌های مختلف اقتصادی با توجه به ویژگی‌ها و شرایط این بخش‌ها، مقوله‌ای چند بعدی بوده و نیازمند توجه همه جانبه دولت‌ها در تدوین سیاست‌ها و برنامه‌های کلان، تأمین زیرساخت‌های لازم و اجرای برنامه‌هایی هدفمند برای ترویج کارآفرینی به منظور رواج اندیشه‌های کارآفرینانه و ارتقاء دانش و توانمندی‌های افراد برای استفاده صحیح از پتانسیل‌ها و منابع موجود و پاسخگویی به تحولات و چالش‌های پیش‌رو می‌باشد (قادرمرزی و همکاران، ۱۳۹۲). چراکه توسعه کارآفرینی را نیازمند تلاش برای توسعه فرهنگ کارآفرینانه در جوامع دانسته و اولین گام در فرایند توسعه کارآفرینی در جوامع مختلف را ترویج فرهنگ کارآفرینانه در این جوامع می‌داند.

نتیجه‌گیری

کشور ایران با برخورداری از روستاهای متعدد، در مناطق جغرافیایی مختلف و با موقعیت‌های آب و هوایی متفاوت از فرصت‌های راه‌اندازی انواع کسب و کار اعم از توسعه کشاورزی و دامپروری، توسعه صنعت گردشگری، توسعه مشاغل خدماتی، توسعه صنایع دستی و مشاغل خانگی برخوردار است، اما متأسفانه تاکنون این فرصت‌ها به درستی مورد شناسایی و بهره‌برداری قرار نگرفته‌اند، به نحوی که بسیاری از مشاغل روستایی با شیوه‌های سنتی مدیریت‌شده، بهره‌وری پایینی داشته و عملاً رو به زوال می‌روند. بنابراین با توجه به اهمیت و ضرورت فعالیت‌های تولیدی، به عنوان منبعی پایدار برای امرار معاش خانواده‌ها، توسعه کارآفرینی پایدار به عنوان نماد تلاش و موفقیت و منشا تحولات بزرگ در زمینه‌های کشاورزی و در سطح روستا موتور محرک توسعه، رشد و پیشرفت اقتصادی، ایجاد شغل و اصلاح اجتماع محسوب می‌شود. همراه با افزایش هزینه‌های زندگی در روستا، به دلیل پیوستن به اقتصاد ملی، درآمدزایی پایین مشاغل روستایی، ناتوانی در معیشت پایدار روستایی را باعث شده که نارضایتی ساکنان روستا را به همراه داشته و باعث کاهش تمایل روستاییان به ویژه جوانان روستا نسبت به مشاغل روستایی و کشاورزی شده است که این موضوع عملاً باعث مهاجرت گسترده نیروی فعال و کارآمد روستایی شده و در نهایت تهدیدی جدی برای اقتصاد کشور خواهد بود. چراکه نبود فرصت‌های شغلی و وجود بیکاری و فقر

روستایی را می‌توان از مشکلات اساسی روستاهای کشور برشمرد که به مهاجرت‌های روستا - شهری منجر شده و برای شهرها و روستاها و در واقع کل کشور مشکلاتی را به بار آورده است. از جمله این مشکلات می‌توان به حاشیه‌نشینی، افزایش نرخ بیکاری در شهرها، و افزایش جرم و جنایت و بزه‌کاری‌های اجتماعی اشاره کرد. براین اساس عدم انطباق مهارت و آگاهی‌های روستاییان نسبت به شیوه‌های جدید درآمدزا کردن مشاغل روستایی و همچنین فقدان شناخت فرصت‌ها و روش‌های جدید در مشاغل روستایی و پویا نبودن اقتصاد روستا باعث بروز پدیده فقر مزمن و به ناچار مهاجرت گسترده از روستا به شهر شده است. این پدیده که با اقتصاد متمرکز و متکی به نفت در نیم قرن اخیر به شدت تسریع یافته است، در سطح ملی دو تهدید عمده را به وجود آورده که از یک سو خالی شدن روستاها از افراد فعال و رکود اقتصاد کشاورزی و روستایی است و از سوی دیگر کافی نبودن مشاغل موجود در شهرها نسبت به میزان تقاضای بالای افراد مهاجرت کرده و در نتیجه تن دادن آنان به مشاغل نامناسب با درآمد ناکافی است که این موضوع علاوه بر ایجاد بحران اقتصادی و بیکاری گسترده عامل ایجاد بسیاری از آسیب‌های اجتماعی و خانوادگی در جوامع شهری هم به‌شمار می‌رود. با توجه به ماهیت و قابلیت‌های کارآفرینی در مناطق روستایی با بهره‌گیری از ارتقای سطح آگاهی شغلی روستاییان با توجه به نقش مؤثر آنان در فعالیت‌های اجتماعی و اقتصادی، منجر به بهبود روش‌های تولید و ارائه خدمات و محصولات و استفاده هرچه بیشتر و بهتر از امکانات می‌شود. چرا که اشتغال، یکی از موضوعات مهمی است که همواره مورد توجه برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران قرار داشته است. بنابراین امروزه کارآفرینی به‌عنوان راهبردی اثربخش برای توسعه اقتصادی - اجتماعی کشورها شناخته شده است و توسعه آن می‌تواند نقش مهمی در اشتغال‌زایی پایدار، توسعه عدالت، کاهش فقر و حل مشکلات جامعه روستایی داشته باشد. کارآفرینی با بهبود وضعیت اشتغال، درآمد و بهره‌وری در جوامع روستایی، می‌تواند از مهاجرت بی‌رویه روستاییان جلوگیری کرده و حتی منجر به رشد پدیده مهاجرت معکوس شود اما توسعه کارآفرینی به ویژه کارآفرینی روستایی در همه کشورهای از جمله ایران با موانع و چالش‌های جدی مواجه می‌باشد. لذا پیشنهاد می‌شود که برای رفع چالش‌ها و بهره‌برداری مؤثر از فرصت‌های موجود، بایستی در روستا نیازسنجی انجام شده و با توجه به مهارت‌ها، توانایی‌ها روستاییان و استعداد و قابلیت‌های محیط طبیعی به تبلیغ، تشویق و حتی تأسیس کسب و کارهای خانگی و خانوادگی اقدام نموده و در این راستا نیز همه ارگان‌ها، سازمان‌ها، نهادهای دولتی و خصوصی به توسعه کارآفرینی روستایی توجه جدی نمایند. به عبارت دیگر، این مقوله نیازمند عزم ملی می‌باشد. مسلماً نقش و سهم آموزش و کارآموزی در توسعه کارآفرینی نادیده گرفته نشود و لذا ایجاد و توسعه مراکز مشاوره و آموزش کارآفرینی روستایی و برگزاری دوره‌های کارآموزی کارآفرینی برای فارغ التحصیلان، جوانان و دانش‌آموزان روستایی می‌تواند کمک شایانی به بهبود مهارت‌ها و شایستگی‌های کارآفرینانه این افراد نماید.

فهرست منابع

- ۱- ابراهیمی، م.، خاتون آبادی، الف.، بنی اسدی، ن. (۱۳۹۳). مؤلفه‌های توسعه کارآفرینی روستایی (مطالعه موردی: شهرستان کرمان). کارآفرینی در کشاورزی، ۱(۱): ۸۳-۹۳.
- ۲- احمدپور داریانی، م. (۱۳۷۷). طراحی و تبیین الگوی پرورش مدیران کارآفرین در صنعت. رساله‌ی دکتری تخصصی در رشته مدیریت. دانشکده‌ی علوم انسانی، دانشگاه تربیت مدرس.
- ۳- افتخاری، ع. سجاسی قیداری، ح. و رضوی، ح. (۱۳۸۹). راهبردهای توسعه کارآفرینی کشاورزی در مناطق روستایی؛ مطالعه‌ی موردی: روستاهای شهرستان خدابنده. فصلنامه‌ی روستا و توسعه، ۱۳(۴): ۱-۲۹.
- ۴- اکبر پور، م. (۱۳۹۵). نقش و عملکرد توانمندسازی روستاییان در کارآفرینی مناطق روستایی مطالعه‌ی موردی: بخش مرکزی شهرستان هشترود. جغرافیا و پایداری محیط، ۱۳(۱): ۵۱-۶۶.
- ۵- بهزادیان نژاد، ق. (۱۳۸۰). ضرورت توجه به کارآفرینی و فناوری‌های پیشرفته. مجموعه مقالات کارآفرینی و فن‌آوری پیشرفته.

- ۶- حسینی نیا، غ.ر.، فلاحی. ه. (۱۳۹۶). عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی روستایی (نمونه مطالعه: مناطق روستایی شهرستان منوجان). کارآفرینی در کشاورزی. ۱(۸): ۲۵-۵۵
- ۷- خاتون آبادی، الف. (۱۳۹۱). جنبه‌هایی از توسعه پایدار (از اندیشه تا کنش). انتشارات جهاد دانشگاهی دانشگاه صنعتی اصفهان.
- ۸- رضوانی، م. و نجارزاده، م. (۱۳۸۷). بررسی و تحلیل زمینه‌های کارآفرینی روستاییان در فرایند توسعه نواحی روستایی مطالعه‌ی موردی: دهستان برا آن جنوبی، شهرستان اصفهان. مجله توسعه کارآفرینی. ۱(۲): ۱۸۱-۱۶۴.
- ۹- فراهانی، ح. و حاجی حسینی، س. (۱۳۹۲). ارزیابی ظرفیت‌های نواحی روستایی برای توسعه کارآفرینی و توانمندسازی روستاییان. مطالعه موردی: روستاهای بخش شال شهرستان بوئین زهرا. پژوهش‌های روستایی. ۴(۴): ۷۱۵-۷۴۸.
- ۱۰- قادرمرزی، ح.، جمشیدی، ع.، جمینی، د. و نظری سرمازه، ح. (۱۳۹۲). شناسایی موانع توسعه کارآفرینی زنان روستایی (مطالعه موردی: دهستان شلیل شهرستان اردل). فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای. ۵(۱۷): ۱۱۸-۱۰۳.
- ۱۱- کرد، م.، آبتین، ع. (۱۳۹۲). بررسی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی روستایی در استان سیستان و بلوچستان تمرکز بر توسعه‌ی مراکز رشد روستایی، توسعه‌ی فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات و توانمندسازی زنان روستایی. جغرافیا و توسعه. ۱۳(۱۳): ۱-۱۴.
- ۱۲- کریمی، س. (۱۳۹۳). کارآفرینی روستایی: چالش‌ها و فرصت‌ها. نشریه کارآفرینی در کشاورزی. ۱(۳): ۱-۲۰.
- ۱۳- گلرد، پ. (۱۳۸۶). عوامل مؤثر در کارآفرینی زنان. اطلاعات سیاسی - اقتصادی. ۲۰(۲۰): ۲۱۳-۲۰۴.
- ۱۴- گلرد، پ. (۱۳۸۶). ویژگی‌ها، انگیزه‌ها و اهداف ترغیب‌کننده‌ی زنان ایرانی در توسعه‌ی کسب و کار. فصلنامه‌ی پژوهش‌نامه‌ی بازرگانی. ۱۱(۴۴): ۲۹۵-۲۶۷.
- ۱۵- مطیعی لنگرودی، ح.، قدیری معصوم، م.، دادورخانی، ف.، بدالهی فارسی، ج. و ترکاشوند، ز. (۱۳۹۱). تبیین عوامل مؤثر بر توانمندسازی روستاییان در توسعه کارآفرین مطالعه‌ی موردی: بخش‌های زند و سامن شهرستان ملایر. مجله‌ی پژوهش‌های جغرافیای انسانی. ۴۴(۸۰): ۱۳۸-۱۱۹.
- ۱۶- همتی وینه، ه.، عابدی سروستانی، الف.، عبداللهزاده، غ. و محبوبی، م. (۱۳۹۱). اشتغال خانگی و موانع کسب و کار زنان: مطالعه‌ی درباره زنان روستایی شهرستان کرمانشاه، کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان. بابلسر.

- 1-Abhijit, V.(2008). Mandated Empowerment Handing Antipoverty Policy Back to the Poor. Annals of the New York Academy of Sciences. PP. 333-348.
- 2- Akgün, A.A., Nijkamp, P., Baycan, T., & Brons, M. (2010). Embeddedness of Entrepreneurs in Rural Areas: A Comparative Rough Set Data Analysis. Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie. 101(5):538-553.
- 3-Battle Creek, M.I., Kellogg, F., & Washington, D.C.(2014). Supporting rural entrepreneurship: a review of conceptual developments from research to practice. Community Development. 45(4).387-408.
- 4-Dabson, B., Malkin, J., Mathews, A., Pate, K., & Stickle, S. (2003). Mapping rural entrepreneurship. 76(3):75-83.
- 5-Das, D. C. (2014). Prospects and challenges of rural entrepreneurship development in NER-A study. International Journal Of Humanities & Social Science Studies, 1(3):178-182.
- 6-Hall, J.G. Daneke & M. Lenox.(2010). Sustainable development and entrepreneurship: Past contributions and future directions. pp.134-151
- 7-Heaton, J.(2005). Developing Entrepreneurs: An Examination of Systematic Approach's to Entrepreneurial Development for Rural Areas. Illinois Institute for Rural Affairs. Rural Research Report. pp.121-141.



- 8- Heriot, C. & Campbell, N. D.(2002). A New Approach to Rural Entrepreneurship: A case study of two rural electric cooperatives, Available on: [http:// usasbe.org/knowledge/proceedings/proceedings/DOC/ USABE2005proceeding-Heriot%2030.pdf](http://usasbe.org/knowledge/proceedings/proceedings/DOC/USABE2005proceeding-Heriot%2030.pdf).
- 9-Henderson, J. (2002). Building the rural economy with high-growth entrepreneurs. Economic Review-Federal Reserve Bank of Kansas City. 87(3): 45-75.
- 10-Henderson, J., Low, S., & Weiler, S.(2007). The drivers of regional entrepreneurship in rural and metro areas. In N. Walzer (Ed.), Entrepreneurship and local economic development (Pp: 81–102). Lanham, MD: Lexington Books.
- 11-Hildebrand, R. (2006). Entrepreneurship education: towards a discipline - based framework. Journal of Management Development. 25: 43-54.
- 12-Lordkipanidze, M., Brezet, H.,& Backman, M.(2005).The Entrepreneurship Factor in Sustainable Tourism Development. Journal of Cleaner Production. PP:787-798.
- 13-Lordkipanidze,M.(2002). Enhancing entrepreneurship in rural tourism for sustainable regional development: The case of Sodrslatt Region Swden. Swden. The International Institute for IndustrialEnvironmental Economics. 134-150.
- 14-North, D., & Smallbone, D.(2000). The innovativeness and growth of rural SMEs during the 1990s. Regional Studies. 34:145–157.
- 15-.OECD, D.(2006).The new rural paradigm policies and governance. Paris: OECD.
- 16-Paniagua, A. (2013). Farmers in remote rural areas: The worth of permanence in the place. Land Use Policy. 35(0): 1-7.
- 17-Petrin, T., & Gannon, A. (1997). Rural development through entrepreneurship. Rome: FAO
- 18- Polo-Peña, A.I., Frías-Jamilena, D.M., & Rodríguez-Molina, M.Á. 2013). Market Orientation as a Strategy for the Rural Tourism Sector Its Effect on Tourist Behavior and the Performance of Enterprises. Journal of Travel Research. 52(2): 225-239.
- 19-Taoyang, D.M. & Yuying.A. (2002). Human Capital, Entrepreneurship and fram house hold earning, Journal of Development Economic. 68: 65-81.
- 20-Sibylle, H. (2005). The impact of organizational, change on entrepreneurship in community settings, Journal of Smal Business and Enterprise Development. 12(3).
- 21-Yonca,G. & Nuray , A. (2006). Entrepreneurial characteristics amongs university students Some insights for entrepreneurship education and training I Turkey,Education + Training. 48(1): 33-49.