

تأثیر ویژگی‌های کارآفرینی بر نگرش و قصد خوداشتغالی جوانان روستایی (مورد مطالعه: روستاهای شهرستان اسلام‌آباد غرب)

امیر علم‌بیگی^۱، سارا جلیلیان^{۲*}، سمیه لطیفی^۳

۱، استادیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده اقتصاد و توسعه کشاورزی، دانشگاه تهران

۲، دانشجوی دکتری ترویج کشاورزی، دانشکده اقتصاد و توسعه کشاورزی، دانشگاه تهران

۳، دانشجوی دکتری توسعه کشاورزی، دانشگاه تبریز

(تاریخ دریافت: ۹۵/۱۰/۲۱ - تاریخ تصویب: ۹۶/۴/۴)

چکیده

یکی از راهکارهای مهم در جهت توسعه پایدار روستایی توسعه خوداشتغالی در بین جوانان روستایی است. ویژگی‌های کارآفرینی، نگرش و قصد از عوامل مؤثر در بروز رفتارهای کارآفرینانه و خوداشتغالی هستند. بنابراین، آگاهی از سطح ویژگی‌های کارآفرینی، نگرش و قصد خوداشتغالی جوانان روستایی و ارتباط آن‌ها اهمیت ویژه‌ای در برنامه‌های توسعه کارآفرینی و خوداشتغالی در مناطق روستایی دارد. پژوهش حاضر با هدف سنجش ویژگی‌های کارآفرینی و بررسی تأثیر آن‌ها بر نگرش و قصد خوداشتغالی به روش پیمایشی انجام شد. جامعه آماری تحقیق را جوانان روستایی شهرستان اسلام‌آباد غرب تشکیل دادند که ۲۰۰ نفر از آنان به صورت تصادفی انتخاب شدند. ابزار تحقیق پرسشنامه‌ای بود که روایی صوری آن براساس نظر کارشناسان بررسی و تأیید گردید و به منظور بررسی پایایی آن، از شاخص پایایی ترکیبی استفاده شد. روش غالب داده‌پردازی مدل‌سازی معادلات ساختاری مبتنی بر کوواریانس بود که نتیجه مدل برازش‌یافته نشان داد که وجود ویژگی‌های کارآفرینانه بر نگرش و قصد خوداشتغالی جوانان روستایی شهرستان اسلام‌آباد غرب اثر مثبت و معنی‌داری دارد و نگرش و قصد خوداشتغالی تحت تأثیر ویژگی‌های کارآفرینانه فردی هستند.

واژه‌های کلیدی: ویژگی کارآفرینی، قصد خوداشتغالی، نگرش، جوانان روستایی.

مقدمه

بسیاری از اقتصاددانان توسعه معتقدند که در فرآیند توسعه همه‌جانبه یک اقتصاد، خوداشتغالی نقش مهمی ایفا می‌کند (Mohapatra et al., 2007: 163). در مناطق روستایی نیز خوداشتغالی عاملی مؤثر در افزایش تولید و اشتغال‌زایی و راهی برای مقابله با بحران بیکاری و پاسخگویی به تقاضای متنوع جامعه روستایی بوده و به یکی از جنبه‌های مهم و اساسی برنامه‌های توسعه

روستایی تبدیل شده است (Higgins & Morgan, 2000: 117). به طوری که در نظریه‌های توسعه روستایی، کارآفرینی راهکاری جدید برای توانمندسازی و ظرفیت‌سازی در مناطق روستایی در جهت تغییر الگوی زندگی کنونی به الگوی مطلوب و شایسته انسانی، کاهش شکاف شهر و روستا، ایجاد برابری اقتصادی، اجتماعی، محیطی و نهادی و ابزاری مهم برای رسیدن به توسعه پایدار می‌باشد (Faraji sabokbar et al., 2011: 54). روستاها،

همچون شهرها، مملو از فرصت‌های جدید و کشف نشده هستند که بهره‌گیری از این فرصت‌ها و ایجاد کسب و کارهای جدید می‌تواند مزایای اقتصادی زیادی داشته باشد (Lordkipanidze et al., 2005: 791) و زمینه تنوع‌بخشی به درآمد روستاییان و فرصت‌های مناسبی را برای کاهش ریسک معیشتی در مناطق روستایی فراهم کند.

یکی از رویکردهای مهم در توسعه کارآفرینی رویکرد ویژگی‌های شخصیتی است که با این فرض شکل گرفته است که برای پرورش و افزایش کارآفرینان در جامعه باید ویژگی‌های شخصیتی را در افراد تقویت کرد. چرا که نتایج بسیاری از مطالعات بیانگر آن است که ویژگی‌های روانشناختی کارآفرینان نظیر مرکز کنترل درونی، تحمل ابهام، توفیق‌طلبی، ریسک‌پذیری و غیره از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر قصد کارآفرینانه (Nega & Shamuganathan, 2010:259) و بروز رفتار کارآفرینانه می‌باشند. رفتار کارآفرینانه طی چهار مرحله قصد و نیت راه‌اندازی کسب و کار، کسب دانش در زمینه کسب و کار، کسب تجربه در خصوص فرآیند راه‌اندازی کسب و کار و جستجو برای شناخت فرصت و بهره‌برداری از آن‌ها شکل می‌گیرد (Heinonen et al., 2005:5). بنابراین، درک چگونگی شکل‌گیری قصد و نیت کارآفرینانه به‌منظور درک رفتار کارآفرینانه بسیار مهم است (Sardeshmukh & Smith, 2010:416).

به اعتقاد Markley (2006) در مناطق روستایی طیف گسترده‌ای از افراد با توانمندی‌های مختلف وجود دارند که شناسایی و تدوین برنامه‌های ویژه برای آن‌ها بسیار حایز اهمیت است و می‌تواند تأثیر بسزایی در وضعیت اقتصادی و اشتغال در مناطق روستایی داشته باشد. بر پایه توصیه‌های سازمان توسعه و همکاری‌های اقتصادی (OECD, 1996) جوانان از مهم‌ترین گروه‌هایی هستند که در برنامه‌های توسعه کارآفرینی باید به‌عنوان مخاطبین اصلی برنامه‌ها مورد هدف واقع شوند. Malatest et al. (2002) نیز معتقدند فرصت‌های اقتصادی برای جوانان روستایی نسبت به جوانان شهری ناچیز و افزایش زمینه‌های اشتغال برای جوانان روستایی مهم‌ترین عامل برای بهبود زندگی آن‌ها می‌باشد.

از این‌رو، با توجه به وضعیت بیکاری جوانان در روستاهای کشور و نیز، واقعیت وجود قابلیت‌ها و ظرفیت‌های انسانی و مادی فراوان در مناطق روستایی، ضرورت اتخاذ تصمیم‌های لازم برای توسعه خوداشتغالی و بهره‌گیری از فرصت‌های موجود در این مناطق احساس می‌شود. بنابراین، سنجش ویژگی‌های کارآفرینی جوانان روستایی و تأثیر آن بر نگرش و قصد خوداشتغالی آن‌ها و تلاش در جهت تقویت این قابلیت‌ها، از طریق فراهم نمودن زمینه‌های اولیه‌ی توسعه کارآفرینی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است که هدف پژوهش حاضر می‌باشد. در راستای دستیابی به هدف کلی پژوهش، اهداف اختصاصی عبارتند از:

- بررسی تأثیر ویژگی‌های کارآفرینی بر نگرش جوانان روستایی نسبت به خوداشتغالی؛
- بررسی تأثیر ویژگی‌های کارآفرینی بر قصد خوداشتغالی جوانان روستایی.

مبانی نظری تحقیق

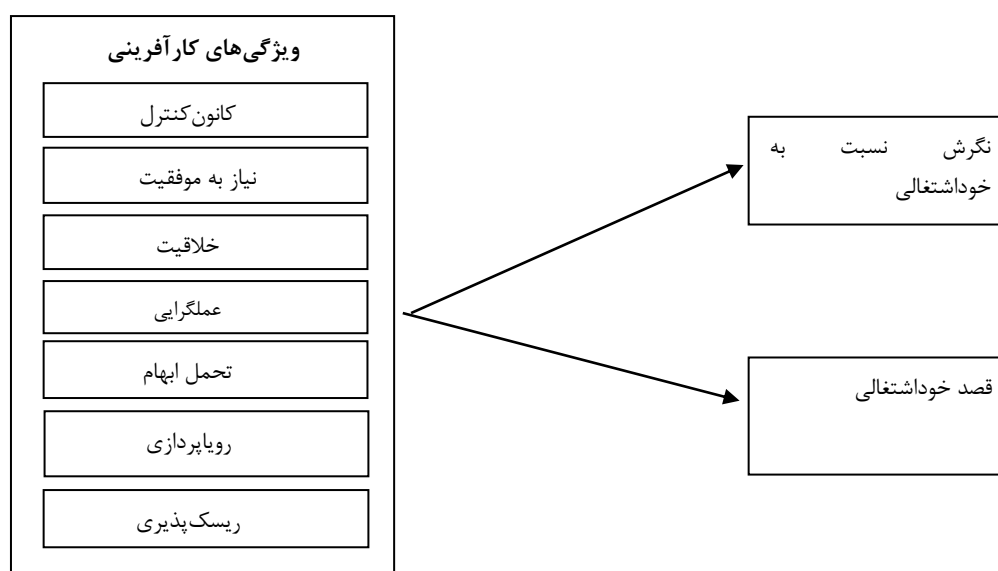
در سال‌های اخیر، یکی از محورهای عمده در پژوهش‌های مرتبط با کارآفرینی، شناسایی ویژگی‌های فردی و رفتاری کارآفرینان بوده و پژوهشگران بسیاری به مطالعه عوامل شخصیتی تأثیرگذار بر رفتارهای کارآفرینانه از سوی افراد پرداخته‌اند. به اعتقاد Morrison (1998)، رفتار کارآفرینانه متشکل از عناصری نظیر پیشگامی در تغییر، تعهد به کارکنان، استفاده خلاقانه از منابع، یادگیری کارآفرینانه، نوآوری و خلاقیت، دانش رهبری، هوشیاری نسبت به فرصت‌ها، مدیریت روابط، مدیریت ریسک و عدم قطعیت، زمان‌بندی فعالیت‌ها و تنظیم استراتژی‌ها می‌باشد (Brizek, 2003). روان‌شناسان با بررسی ویژگی‌های روان‌شناختی افراد کارآفرین و غیرکارآفرین، توفیق‌طلبی، ریسک‌پذیری، تحمل ابهام، استقلال‌طلبی، مرکز کنترل درونی، انرژی زیاد، انگیزه و تعهد را از جمله مهم‌ترین ویژگی‌های آن‌ها دانسته‌اند (Glord, 2005: 106). براساس نتایج مطالعات انجام شده، تصمیم یا گرایش به راه‌اندازی یک کسب و کار پیش‌نیاز بروز رفتارهای کارآفرینانه است (Jones et al., 2011; Packham et al., 2010). از این‌رو، شکل‌گیری اراده و نیت کارآفرینانه

درونی به‌طور غیرمستقیم بر نگرش دانشجویان نسبت به کارآفرینی تأثیر مثبت می‌گذارد و نگرش نیز دارای تأثیر مستقیم و مثبت بر قصد کارآفرینی افراد است. Howard (2004)، در پژوهشی با عنوان توسعه قابلیت‌های کارآفرینی در جوانان به این نتیجه رسید که رابطه مستقیم بین پرورش ویژگی‌های استقلال‌طلبی، ریسک‌پذیری، انگیزه پیشرفت، کنترل درونی، اعتماد به نفس، جسارت و خلاقیت جوانان با توسعه قابلیت‌های کارآفرینی آنان وجود دارد. Caliendo et al. (2011) در بررسی تأثیر ویژگی‌های فردی بر تصمیم به خوداشتغالی در آلمان به این نتیجه رسیدند که گرایش از مهم‌ترین ویژگی‌های است که نقش مهمی در خوداشتغالی ایفا می‌نماید. Ferreira et al. (2012) بیان نمودند که نیاز به موفقیت، اعتماد به نفس و نگرش شخصی تأثیر مثبتی بر قصد کارآفرینی دارند. Barani & Zarafshani (2010) نشان دادند بین نگرش دانشجویان نسبت به کارآفرینی و قصد آن‌ها در راه‌اندازی یک کسب و کار رابطه مثبت و معنی‌دار وجود دارد. به عبارت دیگر، هر اندازه دانشجویان نگرش مثبتی نسبت به کارآفرینی داشته باشند، مصمم‌تر و با نیت قوی‌تری برای راه‌اندازی یک کسب و کار جدید تلاش می‌کنند. Ardakani et al. (2011) در بررسی ارتباط بین خلاقیت و رفتار کارآفرینانه به این نتیجه رسیدند که رابطه‌ی معنی‌داری بین خلاقیت افراد و رفتار کارآفرینانه آن‌ها وجود دارد. Mokhet et al. (2013)، در بررسی نگرش جوانان روستایی شهرستان گنبد کاووس نسبت به اشتغال در بخش کشاورزی به این نتیجه رسیدند که بیشترین میزان ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی جوانان روستایی به ترتیب در ویژگی عمل‌گرایی، کانون کنترل، نیاز به موفقیت، تحمل ابهام، ریسک‌پذیری و چالش‌طلبی بوده است. Motieei et al. (2012) Langroodi et al. (2012)، در تبیین عوامل مؤثر بر توانمندسازی روستاییان در زمینه کارآفرینی به این نتیجه رسیدند که ده عامل پشتکار، عامل سازمانی، مالی و اقتصادی، آموزش و الگوی نقش، استقلال فردی، تجربه‌های قبلی، خلاقیت، احساس موفقیت و مرکز کنترل درونی در افزایش توانمندی روستاییان برای توسعه کارآفرینی مؤثر هستند.

به منظور درک رفتار کارآفرینانه بسیار مهم است (Sardeshmukh et al., 2010). نگرش افراد به کارآفرینی می‌تواند بر سطح فعالیت آن‌ها در این زمینه تأثیرگذار باشد؛ به‌طوری که هر اندازه افراد نگرش مثبت‌تری نسبت به فعالیت‌های کارآفرینانه داشته باشند، بدون تردید کارآفرینی را به عنوان امری امکان‌پذیر درک کرده و احتمال موفقیت آن‌ها بیشتر می‌شود (Carr & Sequeira, 2007: 1090). نگرش حالتی روانی مبتنی بر تجربه است که تأثیری پویا بر فرد دارد و باعث واکنش او در برابر برخی اشیا و وضعیت‌ها می‌شود (Ajzen, 2001: 53). نگرش به راه‌اندازی یک کسب و کار به درجه‌ی ارزش‌گذاری مثبت یا منفی یک فرد به کارآفرین بودن اشاره دارد و عامل اصلی تغییر رفتار است. متغیر نگرش در خصوص رفتار یک متغیر فردی و شخصی است که طی آن رفتار از دیدگاه خود فرد ارزیابی می‌شود. به‌کارگیری نگرش در تحقیقات کارآفرینی بدین صورت است که از نظر شخص کارآفرین تا چه اندازه ایجاد کسب و کار جدید جذاب به نظر می‌آید (Reilly et al., 2000). Shariff & Saud (2009)، قصد کارآفرینانه را جهت‌گیری‌های شخصی به سوی فعالیت‌های ارزش‌افزا در آینده و خوداشتغالی تعریف نموده‌اند. پژوهش‌های زیادی در خصوص ویژگی‌های کارآفرینی انجام شده است ولی در این بین پژوهشی که به سنجش ویژگی‌های جوانان روستایی و تأثیر آن بر نگرش و قصد خوداشتغالی آن‌ها پرداخته باشد، یافت نگردید. Lee & Peterson (2000) و Krueger et al. (2000)، بر تأثیر نگرش بر قصد کارآفرینانه اذعان داشته و معتقدند که تأثیر گرایش بر رفتار کارآفرینانه نافذ و فراگیر است. Gurol & Atsan (2006) نیز در پژوهشی به این نتیجه رسیدند دانشجویانی که دارای گرایش کارآفرینانه هستند در ویژگی‌های انگیزه پیشرفت، کانون کنترل درونی، نوآوری، اعتماد به نفس، تحمل ابهام و ریسک‌پذیری بهتر از دانشجویانی بودند که گرایش کارآفرینانه نداشتند. به اعتقاد Robinson et al. (2007)، گرایش بهترین پیش‌بینی‌کننده رفتارهای کارآفرینانه است. Luthje & Franke (2003)، طی پژوهشی به این نتیجه رسیدند که ویژگی‌های ریسک‌پذیری و مرکز کنترل-

جدیدترین بررسی انجام شده در زمینه نقش خلاقیت در کارآفرینی بیانگر آن است که افراد خلاق تر نسبت به افراد دیگر احتمال بیشتری دارد که فرصت‌های کسب و کار را شناسایی کرده و کسب و کار جدیدی را راه‌اندازی کنند (Shane & Nicolaou, 2014). بررسی‌های قصد کارآفرینانه هم نشان می‌دهند که بین خلاقیت و قصد کارآفرینانه دانشجویان رابطه مثبتی وجود دارد (Zampetakis & Moustakis, 2006). مطالعات پیشین نشان می‌دهند که نگرش و کنترل رفتاری درک شده بیشتر از هنجارهای ذهنی با قصد کارآفرینی (Linan &

ویژگی‌های کارآفرینی (Chen, 2009; Karimi et al., 2014b) شخصیتی (Karimi et al., 2015; Zhao et al., 2005) در ارتباط هستند. جمع‌بندی نتایج مطالعات انجام شده حاکی از آن است که ویژگی‌های کارآفرینی در بهبود نگرش‌های کارآفرینانه و افزایش توانمندی افراد در جهت توسعه کارآفرینی و خوداشتغالی تأثیرگذار می‌باشد. لذا، در پژوهش حاضر ویژگی‌های کارآفرینانه جوانان روستایی به‌عنوان مهم‌ترین مخاطبان برنامه‌های توسعه کارآفرینی و تأثیر آن‌ها بر نگرش و قصد خوداشتغالی آن‌ها مورد مطالعه قرار گرفته است.



شکل ۱- مدل نظری تحقیق

اسلام‌آباد غرب، ۳۰ روستا به صورت تصادفی انتخاب شدند. ابزار اصلی تحقیق پرسشنامه‌ای شامل سه بخش بود که در بخش اول ویژگی‌های فردی جوانان روستایی؛ در بخش دوم نگرش و قصد خوداشتغالی جوانان روستایی؛ و در بخش سوم هفت ویژگی تحمل ابهام، ریسک‌پذیری، رویاپردازی، خلاقیت، کانون کنترل، عملگرایی و نیاز به موفقیت مورد سنجش قرار گرفت. به‌منظور تنظیم بخش سوم پرسشنامه، از گویه‌های پرسشنامه استاندارد سنجش ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان ایرانی (Kord Naj & Zali, 2007) متناسب با جامعه مورد مطالعه استفاده شد. جمع‌آوری اطلاعات با استفاده از پرسشنامه بوده که پایایی آن در بخش

روش تحقیق

پژوهش حاضر به لحاظ هدف، کاربردی و از نظر کنترل متغیرها، غیرآزمایشی می‌باشد؛ که با هدف بررسی تأثیر ویژگی‌های کارآفرینی بر نگرش و قصد خوداشتغالی جوانان روستایی انجام شده است. جامعه آماری تحقیق را جوانان روستایی ساکن در روستاهای شهرستان اسلام‌آباد غرب تشکیل دادند. جهت برآورد حجم نمونه ابتدا مطالعه‌ای مقدماتی بر روی ۳۰ تن از پاسخگویان انجام گردید، سپس ۲۰۰ تن به صورت تصادفی به‌عنوان حجم نمونه مشخص گردید. روش نمونه‌گیری در این تحقیق، انتساب متناسب طبقه‌ای بوده است. در این مرحله، از مجموع هفت دهستان

داشتند. از نظر جنسیت نیز ۵۰/۵ درصد از جوانان روستایی مورد مطالعه (۱۰۱ نفر) مرد و بقیه زن بودند. نتایج تحقیق حاکی از آن است که از میان ۲۰۰ جوان روستایی مورد مطالعه تنها ۸ نفر بی‌سوادند (۴/۰۰ درصد)، ۲۳ نفر (۱۱/۵۰ درصد) تحت آموزش نهضت سواد آموزی قرار گرفته (توانایی خواندن و نوشتن)، ۴۹ نفر (۲۴/۵ درصد) ابتدایی و راهنمایی، ۵۵ نفر (۲۷/۵ درصد) دارای مدرک دیپلم و ۶۵ نفر (۳۲/۵ درصد) آن‌ها نیز دارای تحصیلات عالی می‌باشند. بنابر یافته‌ها، می‌توان اظهار داشت تنها ۱۵/۵۰ درصد از جوانان روستایی، تحصیلات قابل توجهی نداشته و در وضعیت بی‌سوادی و کم‌سوادی به سر می‌برند. نتایج نشان داد که تنها ۳۸/۵ درصد از جوانان روستایی (۷۷ نفر) در راه‌اندازی کسب و کاری همکاری داشتند (و یا قبلاً اقدام به راه‌اندازی کسب و کاری کرده بودند). یافته‌ها بیانگر این است که ۶۱/۵ درصد افراد مورد بررسی از مهارت‌های اقتصادی برخوردارند و تنها ۳۸ درصد آن‌ها فاقد مهارت یا تخصص خاصی می‌باشند (جدول، ۱).

ویژگی‌های کارآفرینی از طریق آلفای کرونباخ ($\alpha=0/82$)، محاسبه شد. بعد از گردآوری داده‌ها پایایی متغیرهای تحقیق با استفاده از پایایی ترکیبی بررسی شد که مقادیر ۰/۹۴۹ برای ویژگی‌های کارآفرینی، ۰/۷۶۸ برای نگرش به خود اشتغالی و ۰/۸۳۹ برای قصد خوداشتغالی نشان از پایایی قابل قبول ابزار داشت. روایی پرسشنامه نیز با استفاده از نظرات متخصصان و کارشناسان تایید شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS²¹ و LISREL^{8.8} در قالب آمار توصیفی و مدل معادلات ساختاری انجام شد. در قالب مدل‌سازی معادلات ساختاری رویکرد دو مرحله‌ای و ترکیبی از تحلیل عاملی تاییدی و تحلیل مسیر مورد توجه قرار گرفت. قبل از اجرای آن نیز نرمال بودن چند متغیره توزیع مورد بررسی قرار گرفت.

نتایج و بحث

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که جوانان روستایی جامعه مورد نظر در محدوده سنی ۱۸ تا ۲۸ سال قرار

جدول ۱- توزیع فراوانی دانشجویان برحسب مشخصات فردی جوانان مورد مطالعه

متغیر	گویه	فراوانی	درصد معتبر
جنسیت	زن	۹۹	۴۹/۵
	مرد	۱۰۱	۵۰/۵
	جمع	۲۰۰	۱۰۰
تحصیلات	بی‌سواد	۸	۴/۰۰
	خواندن و نوشتن	۲۳	۱۱/۵۰
	ابتدایی و راهنمایی	۴۹	۲۴/۵
	دیپلم	۵۵	۲۷/۵۰
	فوق دیپلم و بالاتر	۶۵	۳۲/۵۰
	جمع	۲۰۰	۱۰۰/۰۰
سابقه راه اندازی یا همکاری در راه اندازی کسب و کاری	بله	۷۷	۳۸/۵۰
	خیر	۱۰۴	۵۲/۰۰
	بدون پاسخ	۱۹	۹/۵۰
	جمع	۲۰۰	۱۰۰
دارای مهارت یا تخصص خاصی	بله	۱۲۳	۶۱/۵۰
	خیر	۷۶	۳۸/۰۰
	بدون پاسخ	۱	۰/۵۰
	جمع	۲۰۰	۱۰۰

براساس نتایج به دست آمده، بیشتر ویژگی‌های کارآفرینی در حد متوسط به بالا بودند. ویژگی تحمل ابهام با ضریب تغییرات ۰/۳۱ نسبت به دیگر ویژگی‌ها در حد بالایی قرار دارد و ویژگی نیاز به موفقیت با ضریب تغییرات ۰/۳۵ در حد پایینی قرار دارد.

جدول (۲) اولویت‌بندی ویژگی‌های کارآفرینی جوانان روستایی را بر پایه ضریب تغییرات نشان می‌دهد. در پژوهش حاضر هفت ویژگی کارآفرینی (تحمل ابهام، رویاپردازی، خلاقیت، کانون کنترل، عملگرایی، نیاز به موفقیت و ریسک‌پذیری) مورد سنجش قرار گرفته است.

جدول ۲- اولویت‌بندی ویژگی‌های کارآفرینانه جوانان روستایی برحسب ضریب تغییرات

اولویت	ضریب تغییرات	انحراف معیار	میانگین	ویژگی
۱	۰/۳۱	۸/۸۰۵	۲۹/۰۲	تحمل ابهام
۲	۰/۳۱	۴/۸۲۸	۱۵/۵۳	ریسک‌پذیری
۳	۰/۳۲	۶/۰۶۷	۱۹/۰۳	رویاپردازی
۴	۰/۳۲	۵/۹۱۰	۱۸/۹۳	خلاقیت
۵	۰/۳۳	۴/۶۴۲	۱۴/۴۶	کانون کنترل
۶	۰/۳۴	۷/۶۳۴	۲۲/۸۶	عملگرایی
۷	۰/۳۵	۴/۰۰۸	۱۱/۷۵	نیاز به موفقیت

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۵

نسبت به خوداشتغالی در سطح متوسط می‌باشند. به طوری که در اکثر گویه‌ها میانگین بالاتر از ۳ است. در خصوص قصد خوداشتغالی نیز میانگین اکثر گویه‌های تشکیل دهنده این متغیر در حد متوسط می‌باشد.

جدول (۳) اولویت‌بندی گویه‌های سنجش نگرش و قصد خوداشتغالی جوانان روستایی برحسب ضریب تغییرات را نشان می‌دهد. نتایج بیانگر این است که میانگین تمام گویه‌های سنجش نگرش جوان روستایی

جدول ۳- اولویت‌بندی گویه‌های سنجش نگرش و قصد خوداشتغالی جوانان روستایی برحسب ضریب تغییرات

اولویت	ضریب تغییرات	انحراف معیار	میانگین	گویه‌ها
۱	۰/۳۶	۱/۲۱۳	۳/۴۲	راه اندازی کسب و کار و خوداشتغالی جوانان مشکل بیکاری در روستا را کاهش می‌دهد.
۲	۰/۴۱	۱/۳۴۵	۳/۳۳	فکر می‌کنم توانایی و مهارت لازم برای راه اندازی کسب و کار در روستا را دارم.
۳	۰/۴۲	۱/۲۸۹	۳/۱۳	راه اندازی کسب و کار را به کار دولتی ترجیح می‌دهم.
۴	۰/۴۲	۱/۲۹۷	۳/۱۱	راه‌اندازی کسب و کار را به کار برای دیگران ترجیح می‌دهم.
۱	۰/۳۹	۱/۲۷۱	۳/۳۰	مصمم هستم در آینده یک کسب و کار راه اندازی کنم.
۲	۰/۳۹	۱/۲۵۵	۳/۲۵	به احتمال خیلی زیاد در آینده نزدیک کسب و کار خودم را راه اندازی می‌کنم.
۳	۰/۴۴	۱/۴۳۷	۳/۳۱	من به طور جدی درباره راه اندازی کسب و کار فکر می‌کنم
۴	۰/۴۶	۱/۳۵۷	۲/۹۶	برای راه اندازی کسب و کار نهایت تلاشم را خواهم کرد.

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۵

مسیر برآورد می‌شود. در واقع مدل ساختاری، روابط علی بین متغیرهای مکنون را مشخص کرده و اثرات علی و میزان واریانس تبیین شده را شرح می‌دهد. به عبارتی معادله ساختاری تحقیق تبیین‌کننده روابط بین متغیرهای مستقل برون‌زا (ویژگی‌های کارآفرینی جوانان)

مدل ساختاری تحقیق

در این مرحله‌ی به برآورد مدل ساختاری تحقیق پرداخته شد. برآورد مدل ساختاری یا آزمون معنی‌داری ضرایب مسیر فرض شده در مدل تحقیق و واریانس تشریح شده یا ضریب تبیینی است که به وسیله‌ی هر

بیشتر مربوط به متغیرهای پنهان درون‌زا و برون‌زای معادله ساختاری تحقیق را نشان می‌دهد.

و متغیرهای وابسته درون‌زا (قصد خوداشتغالی) و نگرش خوداشتغالی) در سطح جامعه آماری مورد مطالعه شامل متغیر آشکار و متغیر پنهان می‌باشد. جدول ۴، توضیحات

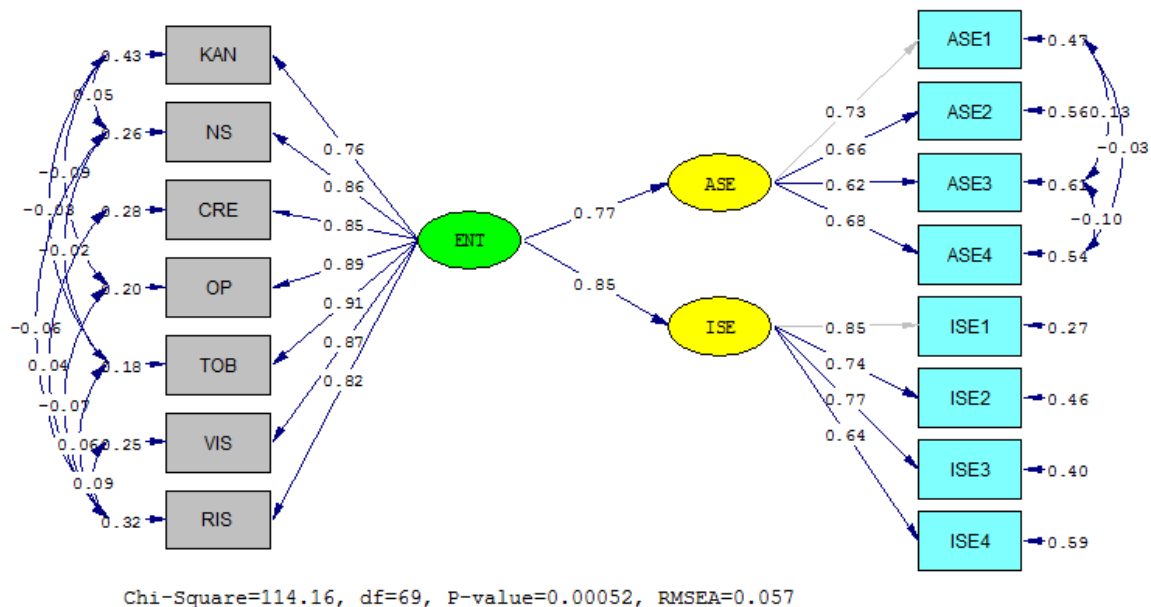
جدول ۴- مشخصات مربوط به متغیرهای پنهان درون‌زا و برون‌زای معادله ساختاری تحقیق

متغیرهای پنهان برون‌زا	نماد	متغیرهای پنهان درون‌زا	نماد
کانون کنترل درونی	CON	نگرش خوداشتغالی	ASE
نیاز به موفقیت	NSU	قصد خوداشتغالی	ISE
خلاقیت	CRE		
عملگرایی	OPE		
تحمل ابهام	TOB		
رویاپردازی	VIS		
ریسک‌پذیری	RIS		

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۵

باشد. براساس مدل تحقیق در حالت استاندارد (شکل ۲) بار عاملی مشاهده شده در تمام عامل‌ها مقداری بزرگ‌تر از ۰/۳ دارد که نشان می‌دهد همبستگی معقولی بین متغیرهای پنهان (ابعاد هر یک از سازه‌های اصلی) با متغیرهای قابل مشاهده وجود دارد؛ که نشان‌دهنده رابطه‌ی قوی است و مورد تایید قرار گرفت.

نتایج به‌دست آمده از تحلیل مسیر تاییدی در قالب مدل معادلات ساختاری در شکل (۲) نمایش داده شده است. با توجه به مدل استاندارد ارایه شده می‌توان بیان داشت که در مدل بیرونی تحقیق قدرت رابطه‌ی بین عوامل اصلی (متغیرهای پنهان) و متغیرهای قابل مشاهده با بار عاملی نشان داده می‌شود (شکل، ۲). بار عاملی مقداری بین صفر و یک است که باید بیشتر از ۰/۳



شکل ۲- مدل ساختاری برازش‌یافته تحقیق در حالت ضرایب استاندارد

ساختاری طراحی شده، به منظور برازش و بررسی روابط بین سازه‌ها معتبر و قابل قبول است.

با توجه به شاخص‌های برازندگی که در جدول (۵) آورده شده است، می‌توان نتیجه گرفت که مدل

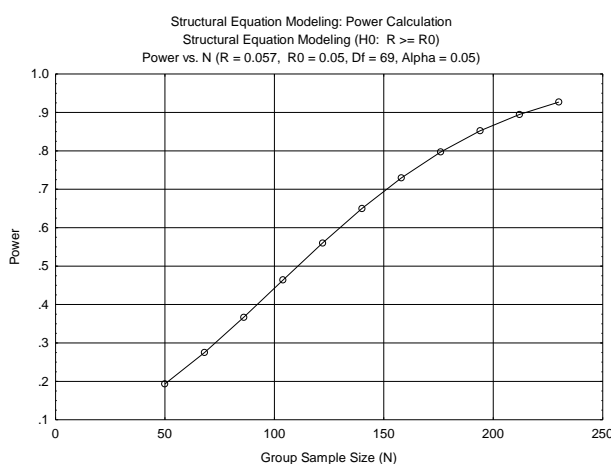
جدول ۵- شاخص‌های برازندگی مدل ساختاری تحقیق

شاخص	IFI	NNFI	NFI	CFI	GFI	RMSEA	x 2 / df
معیار مبنا	≥ 0.90	≥ 0.90	≥ 0.90	≥ 0.90	≥ 0.90	≤ 0.08	≤ 2.75
مقدار گزارش شده	0.99	0.98	0.98	0.99	0.93	0.057	1.66

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۵

اطمینان ۹۹ درصد می‌توان گفت یک واحد تغییر در انحراف معیار ویژگی‌های کارآفرینی سبب تغییری به بزرگی ۰/۷۷ در میانگین قصد خوداشتغالی خواهد شد. با مدل ارایه شده نشان‌دهنده این است که قادر به پیش‌بینی ۶۰ درصد تغییرات واریانس متغیر نگرش خوداشتغالی و ۹۳ درصد تغییرات واریانس متغیر قصد خوداشتغالی است. بررسی توان آماری مدل ارایه شده نیز نشان از توان قابل قبول مدل و عبور توان آماری مدل از مقدار ۰/۸ در حجم نمونه ۲۰۰ مورد مطالعه است. لذا، می‌توان تکرارپذیری مدل را به لحاظ توان آماری آن قابل قبول دانست.

نتایج مدل اشباع شده نشان می‌دهد که ویژگی‌های کارآفرینی دارای ضریب مسیری به بزرگی ۰/۷۷ بر نگرش خوداشتغالی دارد. این ضریب دارای مقدار t معادل ۹/۲۵ است که به لحاظ آماری معنی‌دار می‌باشد زیرا که بزرگتر از ۱/۹۶ است و با اطمینان ۹۹ درصد می‌توان گفت یک واحد تغییر در انحراف معیار ویژگی‌های کارآفرینی سبب تغییری به بزرگی ۰/۷۷ در میانگین نگرش خوداشتغالی خواهد شد. همچنین، نتایج مدل اشباع شده نشان می‌دهد ویژگی‌های کارآفرینی دارای ضریب مسیری به بزرگی ۰/۸۵ بر قصد خوداشتغالی دارد. این ضریب دارای مقدار t معادل ۱۱/۹۷ است که به لحاظ آماری معنی‌دار است و با



شکل ۳- محاسبه قدرت مدل

اشتغال باید برنامه‌ریزی‌های بلندمدت برای توسعه خوداشتغالی در این مناطق در دستور کار نهادهای ذی-ربط قرار گیرد. در این راستا، آگاهی از عوامل تأثیرگذار بر نگرش و قصد افراد برای راه‌اندازی کسب و کار یکی از ضرورت‌ها است. در صورتی که افراد نگرش مثبتی نسبت به خوداشتغالی داشته باشند، بدون تردید راه‌اندازی کسب و کار را به‌عنوان امری امکان‌پذیر درک کرده و نیت

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

با توجه به چالش‌های پیش‌روی بخش کشاورزی، یکی از الزامات ضروری جهت تداوم حیات روستاها توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه و خوداشتغالی است که به واسطه ایجاد اشتغال و تولید ثروت نقش مهمی در توسعه روستایی دارد. بنابراین، برای بهره‌مندی از منابع و پتانسیل‌های طبیعی موجود در روستاها در جهت ایجاد

با در نظر گرفتن نتایج تحقیق و اهمیت ویژگی‌های کارآفرینانه پیشنهاد می‌شود اهداف و طرح‌های اشتغال در راستای ایجاد و تقویت رفتارهای کارآفرینانه و خوداشتغالی در جوانان روستایی بازبینی شود. در این زمینه، توجه به مواردی نظیر خصیصه مثبت پذیرش ریسک، قبول شکست به مثابه‌ی مسئله‌ای اجتناب‌ناپذیر در فرآیند نوآوری، پشتیبانی از ایده‌های جدید، فعال و پویا و تشویق آن‌ها به ایده‌پردازی و ارائه فکرهای نو، بستر لازم برای توسعه‌ی کارآفرینی در جوانان روستایی را ایجاد می‌کند.

پیشنهاد می‌شود برای تقویت نگرش و قصد خوداشتغالی در جوانان روستایی از طریق ویژگی‌های کارآفرینی اقدامات زیر انجام گیرد:

برگزاری دوره‌های آموزشی کاربردی با هدف ارتقای سطح شایستگی‌های کارآفرینانه‌ی جوانان روستایی؛ تلاش برای تقویت و ارتقاء فرهنگ راه‌اندازی کسب و کار و خوداشتغالی در روستاها توسط شوراهای دهیاری-ها؛

ایجاد مراکز مشاوره در زمینه راه‌اندازی کسب و کار و خوداشتغالی و ارائه خدمات مشاوره‌ای به جوانان روستایی؛

شناسایی جوانان مستعد از طریق تشکیل کمیته‌های ارزیابی ویژگی‌های کارآفرینی در روستاها و حمایت از این جوانان در مسیر خوداشتغالی.

این کار در آن‌ها ایجاد می‌شود. بنابراین، پژوهش حاضر با هدف بررسی تأثیر ویژگی‌های کارآفرینی بر نگرش و قصد خوداشتغالی جوانان روستایی به عنوان دو متغیر کلیدی تأثیرگذار بر شکل‌گیری رفتار ایجاد کسب و کار و خوداشتغالی انجام شد. نتایج به‌دست آمده نشان‌داد سطح ویژگی‌های کارآفرینی در بین جوانان روستایی در حد متوسط می‌باشد. بنابراین، با توجه به وجود زمینه فردی و روانشناختی مناسب در بین جوانان برای راه-اندازی کسب و کار جدید و کارآفرینی، نهادهایی مانند شوراها و دهیاری‌ها می‌توانند اقداماتی جهت تشویق ورود آن‌ها به فعالیت‌های کارآفرینانه انجام دهند.

براساس نتایج به‌دست آمده از مقادیر شاخص‌های برازندگی و مدل معادلات ساختاری بین ویژگی‌های کارآفرینی و نگرش جوانان روستایی نسبت به خوداشتغالی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. همچنین، بین ویژگی‌های کارآفرینی و قصد خوداشتغالی جوانان روستایی رابطه مثبت و معنی‌دار وجود دارد. به-عبارتی، وجود سطح مناسبی از ویژگی‌های کارآفرینی در افراد می‌تواند بر نگرش و در نهایت قصد و رفتار آن‌ها برای راه‌اندازی کسب و کار تأثیرگذار باشد. نگرش به راه-اندازی یک کسب و کار به درجه ارزش‌گذاری مثبت یا منفی یک فرد به کارآفرین بودن اشاره دارد که می‌تواند از طریق آموزش‌های کارآفرینی تقویت شود. از سوی دیگر، همزمان با شکل‌گیری نگرش در جوانان، قصد و نیت راه‌اندازی کسب و کار در آن‌ها نیز تقویت می‌شود.

REFERENCES

1. Ajzen, I. (2001), Nature and operation of attitudes. *Annual Review of Psychology*, 52, 27-58.
2. Ardakani, S., Hatmynsb, S. H. & Talyfr, R. (2011). Creativity and entrepreneurial behavior, *The 2nd National Conference on Creativity, TRIZ, Engineering and Innovation Management in Iran*, Tehran, Research Institute for Creativity, Innovation and TRIZ, https://www.civilica.com/Paper-ICIC02-ICIC02_054.html. (In Farsi)
3. Barani, sh. & Zarafshani, K. (2010). The effect of attitude towards entrepreneurship, community norms and self-efficacy in predicting students' entrepreneurial intentions manage and develop rural areas in PNU Kermanshah, *Iran Agricultural Economics and Development Research*, 3 (40-2), 91-99. (In Farsi)
4. Brizek, M. G. (2003), an empirical investigation of corporate entrepreneurship intensify within the casual dining restaurant segment, *PhD thesis*, Faculty of the Virginia Polytechnic Institute and State University.
5. Caliendo, M., Fossen, F. M., & Kritikos, A. S. (2011). Personality characteristics and the decision to become and stay self-employed. *DIW Berlin Discussion Paper No 1113*.
6. Carr, J. C. & Sequeira, J. M. (2007). Prior family business exposure as .11 intergenerational influence and entrepreneurial intent: A Theory of Planned Behavior approach. *Journal of Business Research*, 60, 1090-1098.
7. Faraji sabokbar, H.S., Badri, S.A.; Sajasi Qedar, H., Sadghlov, T. & Shahdady Khajeh Askar, A. (2011). Priority for the development of entrepreneurship in rural areas by using Prometea (Case Study:

- Khodabandeh rural near the central of county Zanjan). *Human Geography preceding studies*, 75, 68-53. (In Farsi)
8. Ferreira, J. J., Raposo, M. L., Gouveia Rodrigues, R., Dinis, A. & Do. Paço, A. (2012). A model of entrepreneurial intention: An application of the psychological and behavioral approaches, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 19(3), 424-440.
 9. Glord, P. (2005), Affecting factors the development of women entrepreneurship. *Women Research*, 3(1), 101- 123. (In Farsi)
 10. Gurol, Y. & Atsan, N. (2006). Entrepreneurial characteristics amongst university students: Some insights for entrepreneurship education and training in Turkey, *Education + Training*, 48(1), 25-38.
 11. Heinonen, J., Poikkijoki, S. A. & Vierikko Vento, I. (2005). *Entrepreneurship- an Opportunity for Academics: A Case Study of a Training Programme for Bioscience Researcher*, Turku School of Economics and Business Administration, Small Business Institute, Finland.
 12. Higgins, M., & Morgan, J. (2000), The of Creativity in Planning: The creative practitioner, *Planning Practice and Research*, 15(1-2), 117-127.
 13. Howard, S. (2004), Developing Entrepreneurial potential in youth: The effects of entrepreneurial education and venture creation, University of South Florida Repot: 3-17.
 14. Jones, P. Miller, M. Jones, A. & Packham, G. (2011). Education and Training. Attitudes and motivations of Polish students towards entrepreneurial activity. The current issue and full text archive of this journal is available at :www.emeraldinsight.com/0040-0912.htm .London: 2011. 53(5), 416-428.
 15. Karimi, S., Biemans, H. J. A., Mahdei, K. N., Lans, T., Chizari, M., & Mulder, M. (2015). Testing the relationship between personality characteristics, contextual factors and entrepreneurial intentions in a developing country. *International Journal of Psychology*, forthcoming. Available from: Harm J. A. Biemans, Feb 25, 2016. 1- 14.
 16. Karimi, S., J.A. Biemans, H., Lans, T., Chizari, M., & Mulder, M. (2014). Effects of role models and gender on students' entrepreneurial intentions. *European Journal of Training and Development*, 38(8), 694-727.
 17. Kord Naij, A.; Zali, M.; Hooman, H. A. & Shams, S. (2007). *Measuring instrument the personality traits of entrepreneurs*. Entrepreneurship Center Press of Tarbiat Modarres University, Tehran. (In Farsi)
 18. Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000), Competing models of entrepreneurial intentions, *Journal of Business Venturing*, 15(5-6), 411- 432.
 19. Lee, S.M., & Peterson, S.J. (2000), Culture, Entrepreneurial orientation and global competitiveness, *Journal of world business*, 35(4), 401-406.
 20. Linan, F., & Chen, Y. (2009). Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 33 (3), 593-617.
 21. Lordkipanidze, M.; Brezet, H. & Backman, M. (2005). The entrepreneurship factor in sustainable tourism development, *Journal of Cleaner Production*, 2(13), 787-798.
 22. Luthje, C. & Franke, N. (2003). The 'making' of an entrepreneur: testing a model of entrepreneurial intent among engineering students at MIT, *R & D Management*, 33(2), 135-147.
 23. Malatest, R. A. & Associates, L. (2002), *Rural Youth Migration: Exploring the Reality Behind the Myths (rural youth phase II)*. Atlan Canadian Rural Partnership, R. A. Malatest and Associates.
 24. Markley, D. M. (2006). *A Framework for developing rural entrepreneurship*, Economic Development America, RUPRI for Rural Entrepreneurship.
 25. Mohapatra, S., Rozelle, S., & Goodhue, R. (2007). The rise of self-employment in rural china: development or distree?, *World Development*, 35(1), 163-181.
 26. Motieei Langroodi, S. H.; Ghadiri Maesoum, M.; Dadvar Khani, F.; Yadollahi Farsi, F. & Torkashvand, Z. (2012). Explain the Factors Affecting Rural Empowerment in Entrepreneurship Development (Case Study: Samen and Zand Cunties of Malayer Township), *Human Geography Research Quarterly*, 80, 138-119. (In Farsi)
 27. Mokhet, S., Bageri, A. & Shabanali Fami, H. (2013), Attitudes of roral youth towards employment in agricultural sector: the case of Gonbad-E Kavous County. *Journal Of Roosta Va Towse' E*, 15(4), 115-136. (In Farsi)
 28. Nega H.K.J., & Shamuganathan, G. (2010). The influence of personality traits and demographic factors on social Entrepreneurship stat up intention. *Journal of Business Ethics*, 95, 259- 260.

29. OECD, (1996). *The Implementation of an Entrepreneurship Development Strategy in Canada: The Case of the Atlantic Region*, Head of Publications Service, France.organizations, and societies. Westport, CT: Quorum Books.
30. Packham G., Jones P., Miller C., Pickernell D. & Thomas B. (2010) .Attitudes towards entrepreneurship education: a comparative analysis. *Strategic Direction*, 27 (6), 568-586.
31. Reilly, M.D., Krueger, N. F., & Carsrud, A. L. (2000).Competing models of entrepreneurial intention. *Journal of Business Venturing*, 15,411-432.
32. Robinson, J. S., Garton, B. L., & Terry, R. (2007), identifying the employability skills needed in the workplace according to supervisors of college of agriculture, food and natural resources graduates, *Journal of Southern Agricultural Education Research*, 57(1), pp. 95-100.
33. Sardeshmukh, S. & Smith, R. (2010). An examination of skills and abilities in a process model of entrepreneurship, Retrieved 14 June 2010, from: <http://www.swinburne.edu.au>.
34. Shane, S., & Nicolaou, N. (2014). Creative personality, opportunity recognition and the tendency to start businesses: A study of their genetic predispositions. *Journal of Business Venturing*. JBV-05705; No of Pages 13.
35. Shariff, M. N. M. & Saud, M. B. (2009). An attitude approach the prediction of entrepreneurship on students at institution of higher learning in Malaysia. *International Journal of Business and Management*, 4(4), 129-135.
36. Zampetakis, L. A., & Moustakis, V. (2006). Linking creativity with entrepreneurial intentions: A structural approach. *The International Entrepreneurship and Management Journal*, 2(3), 413-428.
37. Zhao, H., Seibert S., & Hills E. (2005). The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of Applied Psychology*, 90(6), 1265-1272.