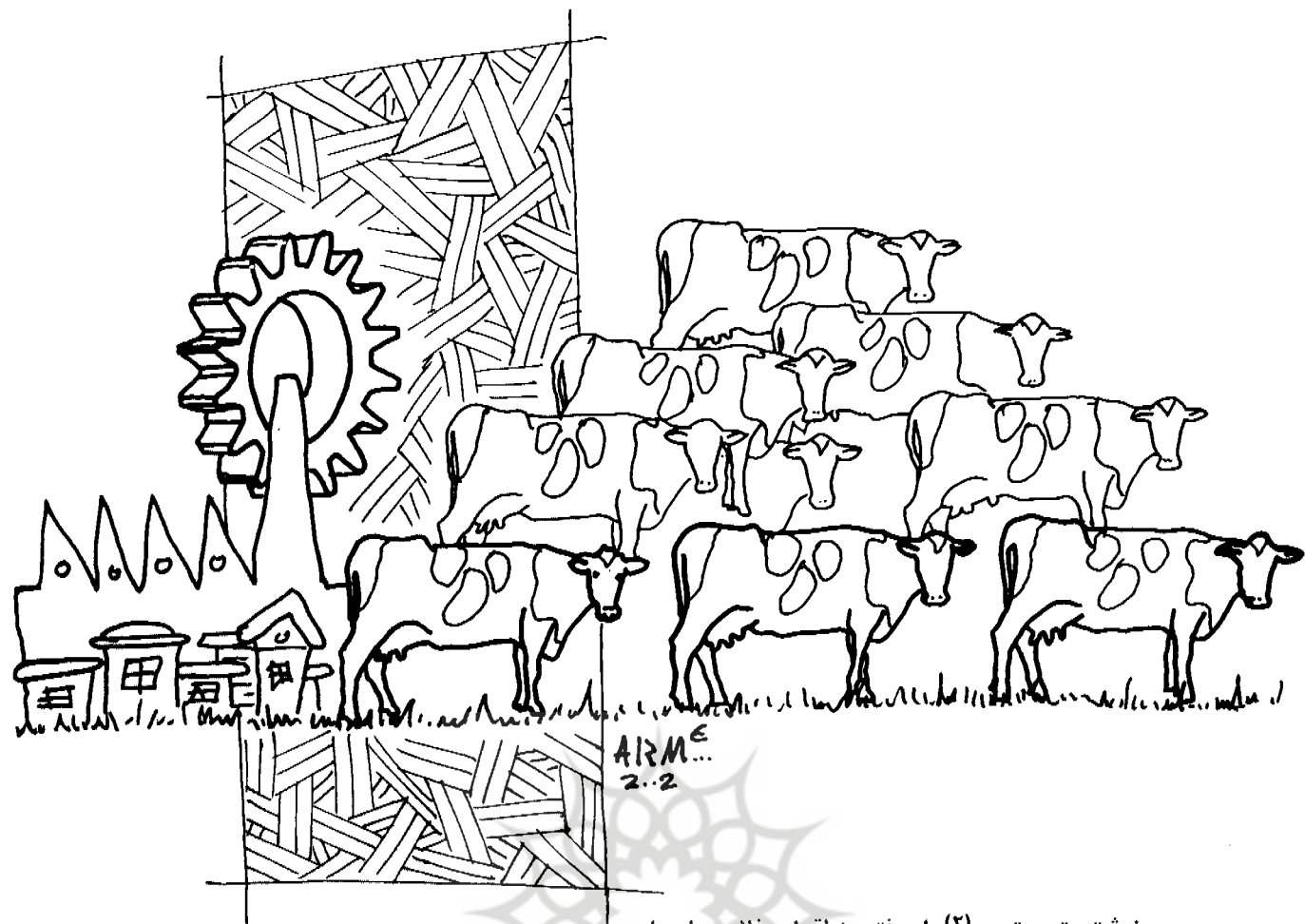




نوشته: تی. پترین (۲). از دفتر منطقه‌ای فانو در اروپا
مترجم: حمیدرضا زرنکار

چکیده

مطلب حاضر یک مقاله تحلیلی در حوزه کارآفرینی (۳) اقتصادی، معنا و مفهوم آن، وجوه امتیاز و نقش آن به ویژه در توسعه روستایی است. مهمترین عامل هر فعالیت اقتصادی، نیروی انسانی است و نخستین بخش از هر حرکت اقتصادی به پایه‌گذاران و شروع کنندگان آن (کارآفرینان) تعلق دارد. کارآفرینان با داشتن ویژگی‌هایی چند همچون ریسک‌پذیری، تدبیر، موقع‌شناسی، شناخت از منابع و توان دسترسی و به‌کارگیری آنها می‌توانند نقطه اتکای مناسبی برای گسترش فعالیت‌های اقتصادی محسوب شوند.

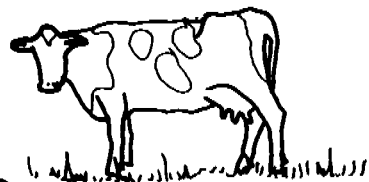
مقاله حاضر دربرگیرنده مباحث متعددی در حوزه مفهومی کارآفرینی همچون معنا، منشاء پیدایش و پایه‌های سیاست‌های رواج دهنده کارآفرینی و نیز شرایط مساعد برای کارآفرینی و کارآفرینی روستایی است.

ترجمه و درج این مطلب در مجله به دلیل سیاست کلی وزارت جهاد کشاورزی در تشویق کارآفرینان و موسسان حرکت‌های اقتصادی در نواحی روستایی می‌تواند مفید و هدایتگر باشد.

مطلب حاضر در آینده نزدیک در قالب فصلی از کتاب «کارآفرینان روستایی» انتشار می‌یابد. از این رو مجله جهاد از مترجم محترم به دلیل در اختیار دادن این فصل تشکر می‌کند. واژگان کلیدی:

کارآفرینی، توسعه روستایی و توسعه اقتصادی

کارآفرینی به منزله یک نیروی اقتصادی در توسعه روستایی^۱



مفهوم و معنای کارآفرینی و منشاء پیدایش آن پایه سیاستهای گسترش کارآفرینی و مفهوم کلیدی برای درک نقش کارآفرینی در توسعه است.

تعریف کارآفرینی کار ساده‌ای نیست. تقریباً به اندازه کتب دانشگاهی موجود در این زمینه، تعاریفی از این واژه به عمل آمده است (Byrd W. A. 1987, p.3) برای برخی کارآفرینی به معنای یک نوآوری، برای برخی به معنای مخاطره کردن، از نقطه نظر جمعی دیگر به معنای یک نیروی ثبات دهنده بازار و برای شمار دیگری از افراد هنوز به معنای شروع، مالکیت و مدیریت یک فعالیت کوچک اقتصادی است. به این ترتیب کارآفرین (۴) به عنوان شخصی معرفی می‌گردد که به طور همزمان از عوامل تولید ترکیبات جدیدی همچون روشهای جدید تولید، تولیدات جدید و بازارهای جدید می‌سازد و در همان حال منابع عرضه کالا و نیز ساختهای سازمانی مناسب کار را می‌یابد. برداشت‌های دیگری از مفهوم کارآفرین در این تعاریف به شرح زیر وجود دارد:

- کارآفرین شخصی است که به مخاطره کردن اشتیاق دارد.
○ او شخصی است که با بهره‌مندی از فرصت‌های بازار عدم تعادل (۵) بین عرضه مجموع (۶) و تقاضای مجموع (۷) را از میان می‌برد.
○ او کسی است که یک فعالیت اقتصادی را مالکیت نموده و به اجرا درمی‌آورد.

برای انتخاب مهمترین تعریف کارآفرینی در
مواجی روستایی باید مهارتهای کارآفرینی مورد
لزوم برای بهبود کیفیت زندگی افراد، خانواده‌ها
و اجتماعات و نیز مهارتهای مورد لزوم برای
تثبیت یک محیط و اقتصاد سالم را مورد توجه
قرار دهیم. با توجه به این نکته ما به نقاط ضعف
تعاریف سنتی گذشته پی خواهیم برد.

در اولین تعریف از تعاریف چندگانه فوق‌الذکر برای نوآوری‌هایی که ماهیتاً کمتر

حایز کارآیی فن آورانه و سازمانی هستند اندک جایگاهی در نظر گرفته می شود. نوآوریهای مثل اقتباس فن آوری های قدیمی در یک کشور در حال توسعه یا ورود در بازارهای صادراتی که پیش از این توسط سایر شرکتها قبضه شده اند از جمله این نوآوریها به شمار می روند. برداشت کارآفرینی به معنای مخاطره پذیري (تعریف دوم) برخی عناصر

در شرایط وجود یک سمت‌گیری کارآفرینانه در قبال توسعه روستایی این موضوع پذیرفته می‌گردد که کارآفرینی یک نیروی مرکزی برای نیل به رشد و توسعه اقتصادی است، بدون آن دیگر عوامل توسعه به هدر رفته و تلف می‌شود. با این حال پذیرش این نکته نمی‌تواند به تنهایی به توسعه روستایی و پیشبرد فعالیتهای اقتصادی بیانجامد. آنچه که علاوه بر تمام این موارد ضروری است همانا محیط مساعدی است که کارآفرینی را در نواحی روستایی قوت بخشد. وجود چنین محیطی عمدتاً وابسته به وجود سیاستهای ترویج کارآفرینی روستایی است. کارآیی چنین سیاستهایی نیز به نوبه خود متکی به وجود یک چارچوب مفهومی درباره کارآفرینی به ویژه جنبه‌های مربوط به ماهیت



مقاله حاضر مشتمل بر موارد زیر است:

(۱) این موضوع را که چرا ترویج کارآفرینی یک نیروی تحول‌زای اقتصادی به شمار می‌رود و تحقق آن برای بقای بسیاری از اجتماعات روستایی ضروری است مطرح می‌سازد.

می‌سازد. ساختار اقتصادی بسیار پویاست و به خاطر روند سریع ایجاد شرکت‌های جدید و خروج شرکت‌های روبه زوال و بی‌رونق «قدیمی» حایز ویژگی رقابتی است. در ادبیات کارآفرینی، عبارت «غزالها» (۹) برای نامیدن شرکت‌هایی که با روند شتابنده‌ای رشد می‌کنند اطلاق می‌گردد. غزالها کلید توسعه اقتصادی هستند. براساس نقطه نظرات تووالفهورن (۱۰) و آیندورز (۱۱) (۱۹۹۳، ص ۴-۳) در راس این شرکت‌ها کارآفرینانی قرار دارند که شرکت‌های خود را هم برای ادامه فعالیت و هم برای گسترش فعالیت اداره و رهبری می‌کنند. کارآفرینان پویا به دنبال رشد هستند، آنان تنها یک فکر را در سر نمی‌پروراند، اما توانایی تحقق آن را دارند. آنها در سطح جهانی می‌اندیشند و فعالیت می‌کنند، در پی توسعه‌اند، بر منابع خارجی تکیه می‌ورزند، در جستجوی توصیه‌های حرفه‌ای‌اند و با گروه‌های حرفه‌ای کار می‌کنند. آنان به جای پرهیز از رقبا با آنان مبارزه می‌کنند و در مخاطرات به گونه‌ای وارد و سهم می‌شوند که پیروز گردند. ماندگاری اقتصادی یک کشور عمدتاً به سطح عمومی ظرفیت کارآفرینی (۱۲) آن وابسته است. ظرفیت کارآفرینی، توانایی یک کشور برای خلق کمپانی‌ها و غزالهای سریع‌الرشد می‌باشد. سرعت ایجاد کمپانی‌های جدید کوچک امر مهمی است. به کمک این پدیده‌ها مشخص می‌گردد چرا کشورها، مناطق و اجتماعاتی که علی‌الظاهر دارای میزان مشابهی از شرکت‌های کوچک و بزرگ‌اند از حیث ماندگاری اقتصادی بایکدیگر کاملاً متفاوت‌اند.

راهم‌چون توانمندی بالا برای شناسایی فرصت‌های استفاده نشده بازار مورد غفلت قرار می‌دهد. در تعریف کارآفرینی به معنای نیروی ثبات‌دهنده، کارآفرینی به حل و فصل عدم تعادل‌های بازار محدود می‌گردد. درحالی‌که تعریف کارآفرینی به معنای مالکیت و اجرای یک فعالیت تجاری امکان بروز رفتار کارآفرینانه را از غیرمالکان، کارگران و مدیرانی که در فعالیت اقتصادی منافع کمتری دارند نفی می‌کند. در اینجا مناسب‌ترین تعریف کارآفرینی که با زمینه توسعه روستایی نیز تناسب دارد مطرح می‌گردد. در این تعریف که در عین حال گسترده‌ترین توصیف از کارآفرینی محسوب می‌شود این اصطلاح این گونه تشریح می‌گردد:

«نیرویی که سایر منابع را برای پاسخگویی به تقاضای بی‌پاسخ بازار بسیج می‌کند»، «توانایی خلق و ایجاد چیزی از هیچ» و «فرایند خلق ارزش به وسیله امتزاج مجموعه واحدی از منابع برای بهره‌گیری از یک فرصت» (۸) چنین تعریفی از کارآفرینی با هر نوع ساختمندی عوامل تولیدی مرتبط بوده و مانع بروز نوآوری‌های فناورانه نمی‌گردد. در همان حال این تعریف با بروز فعالیتهای کارآفرینانه در داخل و خارج یک سازمان نیز ارتباط دارد. نه تنها کارآفرینی با پدیده‌های نوین جهانی و ملی سروکار دارد بلکه اقتباس گونه‌های جدیدی از سازمانهای تجاری، فناوری‌های نوین و بنگاههای جدید مولد کالا‌های تازه را نیز شامل می‌شود (Petrin, 1991) این تعبیر از کارآفرینی می‌تواند به



2.2 ©
AIRM...

بدون شک ماندگاری اقتصادی شرطی ضروری برای ماندگاری اجتماعی است. بدون وجود ماندگاری اقتصادی سایر عوامل جاذبه‌دار زندگی در یک ناحیه همچون آموزش و پرورش، بهداشت، خدمات اجتماعی، مسکن، تسهیلات حمل و نقل، جریان اطلاعات و مواردی از این قبیل نمی‌تواند در درازمدت بهبود یابد و تثبیت گردد.

باتوجه به شواهد موجود، تصویر تغییر شکل نواحی ویران به نواحی با رشد شتابان از طریق تزریق سرمایه‌گذاری خارجی، سرمایه‌ها و تخصص‌های بیرونی اشتباه است. بدون وجود ظرفیت‌های تکامل یافته

عنوان محرک اولیه توسعه در نظر گرفته شود و دلیل فزونی نرخ رشد اقتصادی در ملتها، مناطق و اجتماعات مشوق کارآفرینی را در قیاس با ملتها، مناطق و اجتماعاتی که نهادهای سیاستها و فرهنگشان تضعیف‌کننده کارآفرینی است بیان نماید.

یک اقتصاد کارآفرین در تمام سطوح ملی، منطقه‌ای و اجتماعی عمدتاً هم از نقطه نظر ساختار اقتصادی و توان اقتصادی خود و هم از نقطه نظر ماندگاری اجتماعی و کیفیت حیاتی که با جاذبه‌های مداوم خود به مردم پیشنهاد می‌کند خود را از یک اقتصاد غیر کارآفرین متمایز

و در دسترس کارآفرینی، سرمایه‌های خارجی در پروژه‌هایی که عامل ایجاد رشد درازمدت اقتصادی نیستند، به‌مدار خواهد رفت. در نتیجه این نواحی به جای آن که با نواحی ثروتمند اتصال بیشتری بیابند به گونه‌ای روزافزون منزوی‌تر، بی‌رونق‌تر و فقیرتر می‌شوند. در چنین حالتی توانایی این نواحی در جذب افراد و منابعی که می‌توانند از نقطه نظر توسعه منشأ اثری باشند کمتر از پیش می‌گردد.

جهت‌گیری کارآفرینانه در قبال توسعه روستایی برخلاف توسعه مبتنی بر واردات سرمایه انسانی و مادی، بر مبنای انگیزش استعداد محلی کارآفرینی و رشد کمپانی‌های بومی است. چنین انگیزشی به نوبه خود باعث ایجاد مشاغل، اعطای ارزش اقتصادی به یک منطقه و اجتماع و در عین حال حفظ منابع کمیاب درون یک اجتماع می‌گردد. برای شتاب بخشیدن به توسعه اقتصادی در نواحی روستایی لازم است که عرضه کارآفرینان و پدیدار شدن جمعی حیاتی از کارآفرینان نسل اول (Petrin, 1992) یعنی کسانی که مخاطره جویند و در جریانهای متلاطم خلق یک کار جدید وارد می‌شوند افزایش یابد. اینان همان کسانی‌اند که از هیچ، چیزی خلق می‌کنند و برای بهره‌گیری از فرصتهای پیش آمده به تلفیق و ترکیب مجموعه واحدی از منابع دست می‌زنند و ارزش افزوده‌ای ایجاد می‌نمایند. به عنوان مثال آنان یک فرایند کارآفرین مستقل و نیز یک کارآفرینی پویا را بسیج نموده و از این راه توسعه روستایی مداوم را تضمین می‌کنند.

لازم به اشاره است که کارآفرینی روستایی ماهیتاً با کارآفرینی در محیط‌های شهری تفاوتی ندارد. کارآفرینی در نواحی روستایی در جستجوی ترکیب واحدی از منابع هم در درون و هم در خارج از فعالیتهای کشاورزی است. چنین چیزی می‌تواند از طریق وسعت بخشیدن به فعالیت اقتصادی کشاورزی حاصل گردد، تا جایی که تمام کاربری‌های غیرکشاورزی منابع موجود تحقق یابد و تحولات اساسی در کاربری زمین و سطح تولید از آنچه که در گذشته تنها مرتبط با کشاورزی بود صورت پذیرد. به این ترتیب کارآفرین روستایی شخصی است که برای ماندن در روستا و ایفای نقش در ایجاد ثروت عمومی آمادگی دارد با این حال پیوندهای متقابل میان اهداف اقتصادی یک کارآفرین و اهداف اجتماعی توسعه در نواحی روستایی در قیاس با نواحی شهری بسیار بیشتر است، از این روی معمولاً کارآفرینی در نواحی روستایی اجتماع مدار است، دارای یک خانواده گسترده مستحکم، پیوندها و تأثیری نسبتاً زیاد بر اجتماع روستایی است.

منابع کارآفرینی

از نقطه نظر سیاست‌گذاری و مباحث مربوط به گسترش کارآفرینی درک منشأ کارآفرینی (۱۳) با درک مفهوم کارآفرینی دارای اهمیتی مشابه است این موضوع باید در تعیین نقطه شروع اقدامات حمایتی دولتی برای گسترش کارآفرینی در سطوح ملی، منطقه‌ای و محلی موثر باشد به عنوان مثال در جایی که مهارتهای کارآفرینی ذاتی باشد سیاست‌های فعال گسترش و حمایت نقش کوچکی را بر عهده خواهد گرفت. در عوض تنها بخشی از خصوصیات کارآفرینی ذاتی است. سیاستهای فعال گسترش می‌تواند در توسعه کارآفرینی در اجتماع، منطقه و ملت نقش داشته باشد؛ زیرا مهارتهای کارآفرینی می‌تواند از

طریق آموزش حاصل گردد.

تصور غالب آن است که کارآفرینی یک خصوصیت ویژه فردی است، خواه فرد کارآفرین باشد یا نباشد براساس این تصور پاره‌ای خصوصیات ذاتی کارآفرینی همچون نیاز به موفقیت، تمایل به مخاطره جویی (۱۴)، ارزیابی از خود، اراده باطنی برای کنترل، خلافت، رفتار نوآورانه، نیاز به استقلال، برتری شغلی، ثبات در اهداف و اقتدار و... همگی مادرزادی است بنابراین سیاستهایی که به طور ویژه به سمت توسعه کارآفرینی جهت‌گیری نموده است کمک چندانی نخواهد کرد؛ زیرا این خصوصیات نمی‌تواند با آموزش حاصل شود.

تصور دیگر آن است که برخی فرهنگها و گروههای اجتماعی بیش از سایرین با رفتار کارآفرینانه سازگارند، براساس این نقطه نظر عواملی همچون ذاتی بودن سنتهای کارآفرینانه، وضعیت خانوادگی، موقعیت اجتماعی، زمینه تربیتی و سطح آموزش و پرورش از جمله این موارد به شمار می‌روند. با توجه به پژوهشهای به عمل آمده در میان صاحبان واحدهای تجاری این موضوع پذیرفته شده: آنان که در خانواده‌های خرده مالک تجاری پرورش یافته‌اند احتمالاً بیش از دیگران بخت تبدیل به کارآفرینان را دارند. مطالعات مربوط به وضعیت خانوادگی کارآفرینان موجود نشان می‌دهد که کارآفرینان بیشتر در میان فرزندان مسن‌تر خانواده‌ها یافت می‌شوند. آنها در مراحل اولیه عمر برای برعهده گرفتن مسئولیت امور بیش از فرزندان جوانتر از سوی خانواده‌های خود تحت فشار قرار می‌گیرند. دو منبع عمده دیگر کارآفرینی نیز وجود دارد: یک گروه خارجی از یک اقلیت قومی یا یک فرد خارجی با ویژگی تعلق به گروه حاشیه‌ای، این افراد همان کسانی هستند که به واسطه ترکیب عوامل مختلف، سایر اعضای گروههای خارجی اجتماعی را به برقراری رابطه با گروههای اجتماعی یعنی کسانی که به گونه‌ای طبیعی با آنان تعامل می‌ورزند ترغیب می‌کنند. چنین داعیه‌ای وجود دارد که صاحبان فعالیت‌های کوچک اقتصادی در میان اقلیتها، خواهان گریز از وضعیت حاشیه نشین بودن در اجتماع می‌باشند (این همان نظریه ویر تحت عنوان گروههای خارجی در مقام منبع فعالیت اقتصادی است). ر.ش به ویر تجدید چاپ اثر وی در سال ۱۹۸۷. اما این موضوع که آیا پیشینه آموزشی بر کارآفرینان مستعد تأثیر گذار است یا خیر چندان موضوع بحث نیست. عقیده رایج در مورد یک کارآفرین آن است که وی در مجموع فردی خود ساخته و فاقد تخصصهای رسمی است. البته این عقیده با یافته‌های مربوط به فزونی موفقیت کارآفرینان با تحصیلات بالا در قیاس با کارآفرینان با تحصیلات پایین تضاد ندارد. علی‌الظاهر دوبریده به طور همزمان ایفای نقش می‌کنند: رغبت به شروع یک فعالیت کارآفرینانه و مهارتهای انجام یک فعالیت موفقیت‌آمیز.

تحقیقاتی که در آنها تأثیر خصایص فردی و جنبه‌های اجتماعی در تبدیل افراد به شخصیت‌های کارآفرین تبیین می‌گردد هنوز نتوانسته نتایج قانع‌کننده‌ای ارائه کند. در نتیجه دیدگاه پذیرفته شده این است: در جایی که ویژگی‌های شخصی و جنبه‌های اجتماعی به روشنی دارای نقش هستند کارآفرینی و کارآفرینان می‌توانند به واسطه کنشی آگاهانه توسعه یابند. توسعه کارآفرینان و کارآفرینی می‌تواند به واسطه مجموعه‌ای از نهادهای حمایتی و کنش ارادی نوآورانه حاصل آید. این

دو عامل به نوبه خود باعث ایجاد تغییرات شده و از افراد و گروه‌های مستعد پشتیبانی می‌کند. سخن بر سر آن است که متغیرهای قابل کنترل همانند نظام مالکیت و آزادی فعالیت در فضای اقتصادی، دسترسی به سایر نهاده‌های اقتصادی، تعلیم و تربیت و آموزش به طور عمده در توسعه کارآفرینی سهم می‌باشند.

بنابراین سیاستها و برنامه‌های ویژه گسترش کارآفرینی بر پیدایش کارآفرینان تاثیرگذارده و به طور غیرمستقیم منبعی را برای کارآفرینی عرضه می‌دارد.

این دیدگاه شواهد عمده‌ای را برای لزوم توسعه کارآفرینی در نواحی روستایی عرضه می‌دارد.

حتی اگر فعالیت‌های جاری کارآفرینان در یک ناحیه روستایی شکوفایی چندانی نداشته باشد هیچ کس نمی‌تواند بگوید که کارآفرینی ذاتاً یک فعالیت مغایر با روستاست، اگرچه چنین احساسی با توجه به حرکت کندتحولات در نواحی روستایی آثاری در پی داشته است. با توجه به وجود یک منش ویژه کارآفرینانه در روستائیان به کمک یک روش مناسب می‌توان نتایج متنوعی به دست آورد نمونه‌های بسیاری از فعالیت‌های موفقیت‌آمیز کارآفرین وجود دارد که وجود این منش ویژه را تایید می‌کند. در این مثالها افراد توانستند با تلفیق توانایی‌ها و تجارب مختلف استعدادها و انگیزه‌های خود را برای انجام یک فعالیت کارآفرین بهبود بخشند علاوه بر آنان به کمک چنین تلفیقی عزم خود برای دستیابی به هدف و احتمال نیل به یک اقتصاد و محیط سالم را بهبود بخشیدند. منظور از این موارد تضمین کیفیت حیات در سطوح فردی، خانوادگی و اجتماعی بود.

کارآفرینی روستایی

در ادبیات موضوع مصداقهای متعددی از کارآفرینی موفق روستایی یافت می‌گردد. مثالهای متنوعی از کاربردهای غیرکشاورزی منابع موجود همچون پذیرایی از سیاحان، آهنگری، درودگری، ریسندگی و مثالهایی از تنوع بخشی به فعالیت‌های نه چندان وابسته به کشاورزی در زمینه‌های منابع آب، اراضی جنگلی، ساختمان، مهارتهای موجود و توانمندی‌های محلی وجود دارد که همگی با کارآفرینی روستایی متناسب است. ترکیب کارآفرینانه این منابع در رشته فعالیت‌هایی همچون تسهیلات گردشگری، ورزش و اوقات فراغت، آموزش فنی و حرفه‌ای، خرده فروشی و عمده فروشی، فعالیت‌های صنعتی (در سطح مهندسی و استادکاری)، خدمات مشاوره‌ای، تولیدات با ارزش افزوده (همچون گوشت، شیر، فرآورده‌های چوبی) و سایر فعالیت‌های خارج از مزرعه تجلی یافت. تولید ارگانیک نیز نوعی فعالیت کارآفرین و از کاربری‌های جدید اراضی محسوب می‌گردد. این رشته از فعالیت از شدت عملیات کشاورزی بر اراضی می‌کاهد.

در آن نواحی کارآفرینان روستایی پویایی به سر می‌برند آنها هم اکنون سرگرم گسترش فعالیت‌ها و بازارهایشان هستند و برای ارائه تولیدات و خدمات خود در خارج از محدوده‌های محلی بازارهای جدیدی را می‌یابند. اجازه دهید مثالهای کارآفرینی روستایی را با نگاهی به موارد واقعی ارائه دهیم. در اینجا تنها شمارقلمی از این موارد که همگی ترسیم‌کننده ابتکارات کارآفرینی و افراد و جوامع محلی

بریتانیاست مطرح می‌گردد.

این کارآفرینان در سطح جهانی افراد سرشناسی به شمار نمی‌روند. البته به این دلیل نمی‌توان آنان را افرادی کم‌اهمیت به شمار آورد. آنان در جوامع خود بسیار سرشناس‌اند و اقداماتشان از سوی اعضای اجتماع بسیار مورد تقدیر واقع گردیده است.

گراهام - پرووین^{۱۵} (Johnstone et al., 1990, p.9) مالک یک مزرعه ۱۱۰ جریبی در مالپاس^{۱۶} واقع در منطقه چشایر^{۱۷} انگلستان است. او با تبدیل دو انبار به چهار واحد کارگاهی برای اجتماع محلی خود فرصت‌های شغلی ایجاد نمود. جان اندرسون^{۱۸} از ناحیه کرکولپینگتون^{۱۹} نیز در ناحیه خود به بازسازی اسطبل‌های سنتی و تبدیل آنها به بنگاههای تجاری مبادرت نمود. سپس آنها را به شخص آهنگری که نعل بند اسبان روستاو مشاور فنی کشاورزان محلی است اجاره داد. وی از این راه فرصت‌های شغلی چندی را ایجاد نمود (p.9-15, Johnstone et al., 1990).

خانواده مک نامارا^{۲۰} از کاناستون بریج^{۲۱} نمونه دیگری است. اعضای این خانواده با تنوع بخشی به کاربریهای غیرکشاورزی اراضی خود در برابر سهمیه تحمیلی دولتی فروش لبنیات واکنش نشان دادند. آنها اراضی ۸۰ جریبی خود را به یک مجتمع شهرسازی و تفریحی مبدل ساختند. پس از سه سال سرمایه‌گذاری تأمیل هشتصد هزار پوند در سال ۱۹۸۷ تسهیلات شهرسازی و تفریحی در این محل عرضه شد، به این ترتیب مجموعه‌ای از جاذبه‌های محلی بدون ارتباط با کشاورزی رشد یافت. نمونه‌هایی همچون یک مسیر ابراهانی، یک خط آهن کوچک، یک زمین گلف، یک مرکز تاریخ طبیعی، سکوهای اتومبیل رانی، محوطه‌های شیب دار و سرسره، یک رستوران و مغازه‌های متعدد از جمله این مکانها و تسهیلات بودند (et al., 1990, p.18, Johnstone).

این مجموعه کارآفرین مثالی از یک کارآفرینی خالص (بدون ارائه مصداقی از تنوع بخشی مزرعه‌ای) است. این مثال نشان می‌دهد که چگونه توجه و استفاده از یک فرصت برای موفقیت یک فعالیت کارآفرینی حیاتی است.

بگذارید برای ترسیم بهتر کارآفرینی اجتماعی به ارائه مثالهایی بپردازیم که در آنها مردم با ایجاد تغییرات به نفع جوامع خود عمل کرده‌اند و در همان حال چنین نقشی را به عنوان افراد کارآفرین ایفا نموده‌اند. نمونه‌های واقعی از چنین کارآفرینی‌هایی را می‌توان در گروه آموزشی و اقتصادی کلیولند شرقی^{۲۲} در ناحیه لوفتوس^{۲۳} و گروه صنایع کوچک در سامرست^{۲۴} و آنتورتیفی^{۲۵} از ولز غربی یافت. گروه آموزشی و اقتصادی کلیولند شرقی کار خود را با یک گروه چهار نفره آغاز نمود. این افراد کسانی بودند که به دلیل فقدان تحرک از سوی مقامات قانونی و رسمی برای حل معضل بیکاری در ناحیه آزرده خاطر شده و به ستوه آمده بودند. (et al., 1990, p.107, Johnstone).

این گروه برنامه وسیعی از فعالیتهای مختلف را همچون آموزش برای اشتغال، آموزش جوانان، ایجاد یک مرکز آموزش و فعالیت اقتصادی، بهسازی محیط و کسب درآمد، به نفع جوامع محلی و... سامان داد. گروه صنایع کوچک سامرست در سامرست غربی با هدف

در نواحی روستایی در قیاس با همتایان مرد به سبب دیدگاه سنتی نسبت به فعالیت آنان همچنان خواهان محدودیت در حوزه فعالیت خود هستند. علاوه بر آن، مقیاس عملیات اقتصادی آنان در قیاس با مردان برای کوچک ماندن گرایش بیشتری دارد.

با وجود آن که کشاورزی هنوز هم تامین کننده درآمد اجتماعات روستایی است اما به تدریج توسعه روستایی با توسعه تشکیلات اقتصادی ارتباط روبه تزايدی می یابد. با توجه به آن که اقتصادهای ملی در سطح جهانی گسترش می یابند و رقابت اقتصادی با روندی بی سابقه شدت می گیرد نه تنها صنعت بلکه سایر فعالیتهای اقتصادی نظیر کشاورزی نیز از این روند تاثیر می پذیرند. در چنین شرایطی اهمیت یافتن کارآفرینی روستایی به عنوان یک نیروی متحول کننده اقتصادی امر عجبی نیست، زیرا بقای اجتماعات روستایی در گروی تحقق آن است.

محیط مساعد برای کارآفرینی

معمولا در کنار هر کدام از نمونه های موفق کارآفرینی روستایی نوعی از حمایت تشکیلاتی وجود دارد. علاوه بر فرد یا گروه آغازگر حرکت کارآفرینی پشتیبانی یک محیط توانا از این آغازگران بسیار حایز اهمیت است.

ایجاد چنین محیطی قبل از هرچیز در سطحی ملی با تدوین سیاستهای ثبات بخش کلان اقتصادی، حقوق مشخص مالکیت و وجود یک جهت گیری مساعد جهانی تحقق می یابد.

حمایت از یک اقتصاد محدود محلی به جای توسعه و تشویق کارآفرینی، آن را خنثی می سازد. به طور مشخص دو پدیده یعنی بعضی از سیاست های ملی کشاورزی نظیر یارانه های مربوط به بهای محصولات که حداقل درآمدهای کشاورزی را تضمین می کنند و نیز سعی در حفظ کاربری مزروعی زمین در شرایطی که مازاد تولید از ابتدا وجود دارد در کارآفرینی به منزله سیاستهای ضدتولیدی به شمار می روند. راه حل درازمدت توسعه کشاورزی پایدار تنها یک چیز یعنی کشاورزی رقابتی است. در شرایطی که قیمت ها جهت گیری ها را مشخص می سازد وجود کارآفرینانی که پاسخگوی چالش روزافزون تقاضا در بازار بین المللی باشند و بتوانند راه کارهای سودآور بهره گیری از زمین و فرصت های تجاری را بیابند یک ضرورت است. بنابراین سیاست ها و برنامه های ارتقا دهنده و هدایتگر کارآفرینی ضروری تر است. سیاست های زیر می تواند به طور معنی داری فعالیتهای کارآفرینان را در سطوح ملی، منطقه ای و اجتماعی سرعت بخشد.

- سیاستهای برای افزایش عرضه و ظهور کارآفرینان
- سیاستهای توسعه بازار نهاده ها برای کارآفرینی موفق
- سیاستهای افزایش اثربخشی کارآفرینان
- سیاستهای افزایش تقاضا برای کارآفرینی

سیاستها و برنامه های ویژه توسعه کارآفرینی چندان تفاوتی را میان مکان فعالیت قایل نیست. از نقطه نظر فرآیند کارآفرینی این موضوع که مکان فعالیت یک شهر، یک مکان نیمه روستایی یا یک روستا باشد نفی مهم نیست. به عنوان مثال نیازهای آنان که در روستاها به تازگی بدل به کارآفرین می شوند و نیازهای صاحبان فعالیت های

کمک به ایجاد مشاغل محلی فعالیت خود را آغاز نمود. ترکیب گروه مؤسس شامل یک دامدار، یک کارمند اداره پست، یک کارگزار بیمه، یک معلم، یک کارگر جوان و یک مدیر مرکز مطالعات میدانی بود. (Johnstone et al., 1990, p.109) گروه به طور عمده ده سال توسعه اجتماعی را تشویق نمود و در تغییر نگرش کشاورزان و جوامع محلی و توجه به خوداشتغالی و گسترش فعالیت تجاری مشارکت نمود. آنتورتیفی در دره نیفی^{۲۶} یک آژانس اقتصادی است که فعالیت خود را با گروهی از داوطلبان محلی آغاز نمود. این افراد نگران سطح بالای بیکاری و ساختار نامتعادل جمعیت محلی بودند. (Johnstone et al., 1990, p.109) گروه اهداف زیر را مشخص نمود:

- شناسایی و حمایت از نوآوران اجتماع

- ایجاد مشاغل جدید دائمی

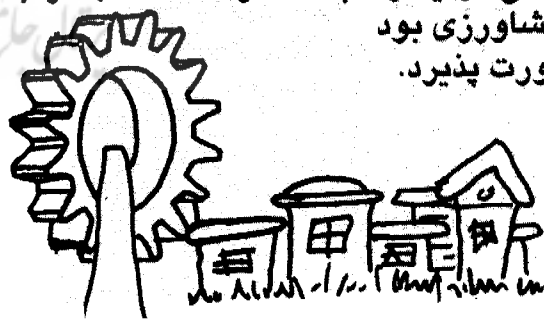
- ابداع فعالیت هایی برای جلوگیری از زوال اقتصادی و فرهنگی

ناحیه

گروه به بیشتر این اهداف نایل آمد.

در هیچ یک از مثالهای ارائه شده قبلی از زنان نامی به میان نیامد. در

کارآفرینی روستایی ماهیتا با کارآفرینی در محیط های شهری تفاوتی ندارد. کارآفرینی در نواحی روستایی در جستجوی ترکیب واحدی از منابع هم در درون و هم در خارج از فعالیتهای کشاورزی است. چنین چیزی می تواند از طریق وسعت بخشیدن به فعالیت اقتصادی کشاورزی حاصل گردد، تا جایی که تمام کاربری های غیرکشاورزی منابع موجود تحقق یابد و تحولات اساسی در کاربری زمین و سطح تولید از آنچه که در گذشته تنها مرتبط با کشاورزی بود صورت پذیرد.



بسیاری از اوقات به طور ویژه نامی از آنان برده نمی شود اما شواهد حاکی از آن است که در نواحی روستایی بسیاری از فعالیتهای همچون مبادلات، فرآوری مواد غذایی، صنایع دستی، تولید کالاهای مصرفی اولیه، تجهیز و اداره تأسیسات سیاحتی و امکانات استراحت و تغذیه این مکانها توسط زنان عملی می گردد. با این حال کارآفرینان زن

کوچک اقتصادی چندان با نمونه‌های مشابه در شهرها تفاوت ندارد. همگی آنان برای تحقق اندیشه‌های کارآفرینانه خود و رشد و پایداری در فعالیت اقتصادی نیازمند دسترسی به سرمایه، نیروی کار، بازار و مهارت‌های خوب مدیریتی‌اند. آنچه که متفاوت است میزان دسترسی کارآفرین‌ها به بازارهای تامین نهاده‌ها است. نهاده‌های مربوط به فرآیند کارآفرینی همچون سرمایه، مدیریت، فن‌آوری، ساختمانها، زیرساخت‌های ارتباطی و مواصلاتی، مجاری توزیع و نیروی ماهر در شهرها آسانتر یافت می‌شوند. دستیابی به مشاوره‌های حرفه‌ای نیز در مناطق روستایی مشکل است. همواره رفتار کارآفرینانه یعنی توانایی یافتن فرصت‌های بازار غیررسمی در چنین مناطق روستایی کمتر یافت می‌گردد. در حالی که این توانایی در جایی که دچار این کمبودهاست ضرورت بیشتری دارد.

شواهدی وجود دارد که نشان می‌دهد به چه دلیل کارآفرینی روستایی در برخی نواحی که واحد هر دورهیافت تکمیلی توسعه از پایین به بالا و توسعه از بالا به پایین هستند رشد و شکوفایی می‌یابد. توسعه کارآفرینان مستلزم وجود یک رهیافت جامع‌تر نسبت به توسعه روستایی است. برای تحقق چنین چیزی باید توانایی‌های محلی کارآفرینی توسعه یابد و یک راهبرد یکدست محلی - منطقه‌ای نیز وجود داشته باشد. شواهد نشان می‌دهد اگر چنین موقعیتی حاصل آید کارآفرینی فردی و اجتماعی خواهد توانست یک نقش مهم را در توسعه اقتصاد روستایی و توسعه اجتماعی و محلی بر عهده گیرد. یک رهیافت از بالا به پایین باید با محیط محلی خود متناسب باشد تا اثربخش گردد. دومین پیش شرط آن است که باید مالکیت یک فعالیت آغازگرانه در دست اعضای اجتماع محلی باشد. آن گروه از آژانس‌های توسعه منطقه‌ای که حایز هردو شرط‌اند نقش بیشتری را در توسعه روستایی مبتنی بر کارآفرینی ایفا می‌کنند.

خدمات ترویج کشاورزی نوع دیگری از نهادهای توسعه روستایی مبتنی بر کارآفرینی است. با این حال برای کسب توانایی در این جهت آنها باید ذهنی کارآفرین‌گرا داشته باشند. آنها باید فعالیتهای کشاورزی را تنها به منزله یکی از فعالیت‌های قابل انجام که می‌تواند به نوبه خود نقشی را در توسعه روستایی ایفا کند بدانند. این موسسات باید به دنبال کاربری‌های نوین کارآفرینانه‌ای برای زمین باشند و در این راه از موسسات محلی‌زی ربط حمایت کنند. اگرچه سنت امر مهمی است، اما فرورفتن در گذشته نیز می‌تواند خطرناک باشد. در چنین وضعیتی جامعه روستایی می‌تواند به یک جامعه گذشته‌گرا روی کند. شبکه سازی میان آژانس‌های مختلف فعال در توسعه روستایی بر مبنای کارآفرینی می‌تواند در قیاس با وقتی که یک آژانس به تنهایی کار می‌کند اثر بیشتری را در توسعه روستایی بر جای گذارد. این اثر از راههای زیر حاصل می‌گردد:

- تلفیق منابع و مهارت‌های گوناگون

- دستیابی به شمار بیشتری از داوطلبان کارآفرینی

- همراهی جمع بزرگتری از آغازگران کارآفرین محلی

از رهگذر این تشکلهای راهبردی توسعه، یعنی همکاری میان دولت‌ها، سازمان‌های غیرانتفاعی، دانشگاه‌ها و بخش خصوصی مزایای فراوانی عاید کارآفرینی روستایی می‌گردد. به طور خلاصه

عناصر مربوط به سیاست توسعه کارآفرینی روستایی شامل موارد زیر است:

○ یک سیاست استوار اقتصاد ملی درخصوص کشاورزی که شناسایی نقش حیاتی کارآفرینی در توسعه اقتصادی روستا را نیز دربر گیرد.

○ سیاستها و برنامه‌های ویژه برای توسعه و هدایت استعدادهاى کارآفرینی

○ وجود تفکر کارآفرین در خصوص توسعه روستایی، نه تنها در میان کشاورزان بلکه در میان تمامی شخصیت‌ها و سازمانهای دست‌اندرکار در توسعه روستایی

○ وجود نهادهای حمایتی توسعه کارآفرینی روستایی و نیز تشکلهای توسعه راهبردی

زنان کارآفرین

آیا هنوز چیزی بیشتر از آنچه قبلاً گفته شده مانده است تا به طور ویژه در خصوص زنان کارآفرین گفته شود؟

این پرسش دو پاسخ دارد. هم نه و هم آری. دلیل پاسخ منفی در آن است که هرآنچه تاکنون درخصوص کارآفرینی، مفهوم آن، ویژگی‌ها و منابع گفته شد به طور مستقیم قابل تسری به زنان کارآفرین است. اما ازسویی دیگر براساس نتایج پژوهش‌ها زنان کارآفرین می‌توانند به گونه‌ای متفاوت نیز عمل نمایند. به عنوان مثال زنان کارآفرین در مقایسه با مردان گرایش بیشتری به کار گروهی داشته و خودمحوری در آنان ضعیف‌تر است. نفسانیات فردی برای آنان در قیاس با موفقیت سازمان یا تفکر تجاری که دنبال می‌کنند کم‌اهمیت‌تر است.

با این حال در ویژگی‌هایی همچون تمایل به موفقیت، خودمختاری، جسارت، استقلال و خیرخواهی هیچ تفاوتی میان زنان و مردان کارآفرین وجود دارد (Hisrich and Brush, 1984). علاوه بر آن هیچ تفاوتی در رغبت به مخاطره‌جویی میان زنان و مردان کارآفرین دیده نشده است. با این وجود لازم است که به گونه‌ای روشن‌تر درباره زنان کارآفرین سخن گفته شود. باید بر این نکته تاکید نمایم که زنان روستایی در هنگام تلاش برای همکاری در فرآیند تحول با موانع بسیاری مواجه می‌شوند. نواحی روستایی در مواجهه با مبحث جنسیت گرایش سنتی‌تری دارد. معمولاً در نواحی روستایی مبحث جنسیت در قیاس با شهر یک عامل آسیب‌رسان بسیار قوی برای زنان مستعد کارآفرینی به شمار می‌رود. در میان زنان روستایی مهارت‌های ارزیابی از خود و مهارت‌های مدیریتی در قیاس با زنان شهری پایین‌تر و دسترسی به منابع سرمایه‌ای غریب‌تری مشکل‌تر است. بنابراین باید برنامه‌های یاری‌رسان ویژه (فنی و مالی) برای فائق آمدن بر موانع موجود شکل گیرد و طراحی شود تا به نیازهای زنان روستایی پاسخ داده شود و زنان روستایی در شکل‌دهی کارآفرینانه به جوامع خود نقش فعال‌تری ایفا کنند. آنان می‌توانند از این رهگذر برای اقدام در جهت تکامل بخشی به فعالیتهای اقتصادی خود، گسترش فعالیت‌های اقتصادی قبلی و ایفای نقش در مقام کارآفرینان اجتماعی در شرایطی که شمار آنها کمتر از ظرفیتهای موجود است مشارکت فعال‌تری نمایند. با توجه به تجربه شخصی من و تجارب زنان کارآفرین بسیاری

Conference, Henley Management College, 5 October.

Stevenson, H.H., et al. (1985). *New Business Ventures and the Entrepreneur*. Homewood, IL: Irwin.

Timmons, J.A. (1989). *The Entrepreneurial Mind*. Andover: Brick House.

Twaalfhoven, B.W.M. and N. V. Indivers (1993). *The Role Of Dynamic Entrepreneurs in Dynamic Entrepreneurship in Eastern Europe*, D.F. Abelland T.Koellermeier (eds), Delwel Publisher, The Hague, 1993, pp. 7-13.

Tyson, L., T. Petrin and H. Rogers (1994). "Promoting Entrepreneurship in Central and Eastern Europe". *Small Business Economics* 6, pp. 1-20.

Weber, M. (1987). *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*, Unwin, London (orig. published 1930).

پی‌نوشت‌ها

۱- مطلب حاضر مقاله کلیدی ارائه شده در هفتمین سمینار بین‌المللی مشترک سازمان خواروبار و کشاورزی ملل متحد (فائو) و دفتر اروپایی آن سازمان درخصوص توسعه روستایی است. این سمینار آموزشی در روزهای هشتم تا چهاردهم سپتامبر ۱۹۹۴ در شهر هوشنگ آلمان برگزار گردید.

۲- T. Petrin

۳- Entrepreneurship

۴- Entrepreneur

۵- Disequilibrium

۶- Aggregate supply

۷- Aggregate Demand

۸- این تعریف، تعاریف کارآفرینی ارائه شده از سوی جونز ساکونگ (۱۹۸۰) تیسون (۱۹۸۹) و استیونسون و دیگران (۱۹۸۵) را در خود جای داده است.

۹- Gazelles

۱۰- Twaalfhoven

۱۱- Indivers

۱۲- Entrepreneurial capacity

۱۳- پژوهش تجربی در زمینه منابع کارآفرینی به ویژه در رشته‌های روانشناسی و جامعه‌شناسی برخوردار از گستردگی است.

۱۴- تمایل به مخاطره‌جویی در اینجا به عنوان تصور احتمال دریافت پاداش (شخصی یا مالی) دانسته شده است. این ویژگی در نقطه مقابل تصور احتمال شکست ارزشیابی، از هم پاشیده شدن پیوندهای خانوادگی و ... قرار دارد.

۱۵- Grahsm - Probin

۱۶- Malpas

۱۷- Cheshire

۱۸- John Anderson

۱۹- Kirkwhelpington

۲۰- Mc Namara

۲۱- Canaston Bridge

۲۲- East Cleveland

۲۳- Loftus

۲۴- Somerset

۲۵- Antur Teiti

۲۶- Teiti Valley

۲۷- Juliana Schwager - Jebbink

۲۸- Swiss Federation of Business and Professional women

که من در کار و حرفه خود در سراسر دنیا ملاقات نمودم با این تفسیر از جولیان شواجر - جبینک^{۲۷} (۱۹۹۱، P.۳۷) درخصوص زنان کارآفرین موافقم:

«امروزه تأثیرگذاری بر پدیده مدیریت (کارآفرین) موفق زن امری است که باید به صورت فردی تحقق یابد و هیچ نسخه کلی برای این موضوع وجود ندارد. پس از سالها فعالیت در مقام رئیس فدراسیون سوئسی زنان بازرگان و صاحب‌پیشه^{۲۸} و عزیمت به سراسر کشور و ممالک خارجی برای بررسی درخصوص برنامه‌های توسعه زنان به این موضوع جداً معتقد شدم که سیاستهای سهمیه‌بندی، جداسازی و ایجاد فرصتهای برابر، مدیران زن (کارآفرینان زن) را یاری نمی‌دهند. زیرا تنها آنان‌اند که باید مدیریت زندگی خود را برعهده گیرند. این واقعیتی برای تمام اروپاست...»

ما به عنوان مربیان زنان روستایی مسئول انتقال این عقیده به آنان و در عین حال تلاش برای قراردادن تمام عوامل حیاتی ورود زنان روستایی به فعالیتهای کارآفرینانه هستیم. در غیر این صورت فرصتهای کارآفرینی حاصل نخواهد شد. آنها فراموش خواهند گردید و در نهایت نقش زنان در توسعه روستایی بسیار کمتر از استعدادهای موجود در آنها خواهد شد.

منابع:

Byrd, W.A. (1987). "Entrepreneurship, capital and ownership". Washington D.C. The World Bank. Mimeo.

Hisrich, R.D. and C. Brush (1984) "The Women Entrepreneurs: Management Skills and Business Problems" *Journal of Small Business Management*, 22, pp. 30-37.

Johonstone, W.D., C. Nicholson, M.K. Stone and R.E. Taylor (1990). *Community Work, Billings, Book Plan, Worcester, Great Britain*.

Jones, L. and I. Sakong (1980). *Government, Business and Entrepreneurship in Economic Development: Korean Case*, Cambridge, MA: Harvard University Press, pp. 190-207.

Petrin, T. (1990). "The Potential of Entrepreneurship to Create Income and New Jobs for Rural Women and Families", paper presented at the Fifth Session of the FAO/ECA Working Party on Women and the Agricultural Family in rural Development, Prague, 2-5 October.

Petrin, T. (1991). Is Entrepreneurship Possible in Public Enterprises? in J. Prokopenko and I. Pavlin (eds), *Entrepreneurship Development in Public Enterprises*, ILO, Geneva and International Center for Public Enterprises in Developing Countries, Ljubljana, pp. 7-33.

Petrin, T. (1992). "Partnership and Institution Building as Factors in Rural Development", paper presented at the Sixth Session of the FAO/ECA Working Party and the Agricultural Family in Rural Development, Innsbruck, Austria, 13-16 October.

Schwager - Jebbink, J. (1991). *Views From the Top, Management Education and Development for Women*