

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي
خَلَقَ الْمَوَدَّعَاتِ
وَالْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي
خَلَقَ الْمَوَدَّعَاتِ
وَالْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي
خَلَقَ الْمَوَدَّعَاتِ

9 EPC

۸۷/۱/۱...۴۴۹
۸۷/۱/۱



دانشکده کشاورزی

گروه ترویج و آموزش کشاورزی

پایان نامه جهت اخذ درجه کارشناسی ارشد رشته ی مهندسی کشاورزی
گرایش توسعه روستایی

تعیین و اولویت بندی شاخص های موفقیت و نظام ارزشی کارآفرینان روستایی
شهرستان کرمانشاه



استاد راهنما:

دکتر کیومرث زرافشانی

استاد مشاور:

امیر حسین علی بیگی

نگارش:

رضوان قمبرعلی

تیر ۱۳۸۷

۱۳۸۷ / ۱۹ / ۴۳

۴ ۴ ۳ ۷

کلیه حقوق مادی مترتب بر نتایج مطالعات، ابتکارات و
نوآوری های ناشی از تحقیق موضوع این پایان نامه
متعلق به دانشگاه رازی است.

۸۷/۱/۱۰۰۰۰۰۰۰
۸۷/۱/۱۰۰۰۰۰۰۰



دانشگاه رازی

دانشکده کشاورزی

گروه ترویج و آموزش کشاورزی

پایان نامه جهت اخذ درجه کارشناسی ارشد رشته ی مهندسی کشاورزی گرایش توسعه روستایی
نام دانشجو: رضوان قمبرعلی

تحت عنوان

**تعیین و اولویت بندی شاخص های موفقیت و نظام ارزشی کار آفرینان روستایی شهرستان
کرمانشاه**

در تاریخ ۸۷/۴/۲۹ توسط هیأت داوران زیر بررسی و با درجه عالی به تصویب نهایی رسید.

امضاء

با مرتبه ی علمی استادیار

دکتر کیومرث زرافشانی

۱- استاد راهنما

امضاء

با مرتبه ی علمی استادیار

دکتر امیر حسین علی بیگی

۲- استاد مشاور

امضاء

با مرتبه ی علمی استادیار

دکتر حسین آگهی

۳- استاد داور داخل گروه

امضاء

با مرتبه ی علمی استادیار

دکتر فرزاد اسکندری

۴- استاد داور خارج از گروه

تقدیم به

او که ثانیه ها در انتظار اجرای عدالتش سپری می شوند

دو ستاره درخشان زندگی ام

یگانه عاشقی، مظهر مهر و عطوفت، مادرم

سرچشمه لطف و فداکاری، پدرم

و

برادر و خواهران عزیزم

که افتخار وجودشان برایم از هر مدرکی ارزنده تر و بالاتر است

و

تمامی کسانی که از ایشان آموختم

سپاسگزاری

سپاس خدایی را که توفیق تحصیل علم و انجام این تحقیق را بر من ارزانی بخشید. حال که در پرتو لطف الهی موفق به انجام این پژوهش شده ام بر خود لازم می دانم که از تمام بزرگوارانی که مرا در این راه یاری نموده اند تشکر و قدردانی نمایم.

از استاد بزرگوار و ارجمندم جناب آقای دکتر کیومرث زرافشانی به عنوان استاد راهنما، که در تمام مدت تحصیل در این مقطع و در تمام مراحل انجام این پژوهش مرا راهنمایی و یاری نمودند، قدردانی می نمایم. از استاد بزرگوارم جناب آقای دکتر امیر حسین علی بیگی به خاطر تمام کمک ها و راهنمایی های دلسوزانه و ارزنده ایشان کمال تشکر را دارم. از استاد ارجمند جناب آقای دکتر حسین آگهی به عنوان داور داخلی گروه و جناب آقای دکتر فرزاد اسکندری به عنوان داور خارجی که زحمت بازخوانی و تصحیح این پایان نامه را تقبل نمودند، تشکر و قدردانی می نمایم. از زحمات چند ساله اساتید بزرگوار گروه ترویج و آموزش کشاورزی، آقایان دکتر عبدالحمید پاپ زن، دکتر شکراله حمد حیدری، پروفیسور حمزه ای و سرکار خانم مهندس خدیجه مرادی صمیمانه سپاسگزارم. از دوستان عزیزم خانم ها ویدا پزشکی، شهرزاد قاسمی، قمر ایوانی، مریم بابلی، نشمیل افشار زاده، شهپر گراوندی، شهرزاد بارانی و زهرا اطهری ممنونم و زیباترین لحظات را برایشان آرزو دارم. از پدر و مادر عزیزتر از جانم که همواره مشوق و پشتیبان من بوده اند، خواهرهایم و برادرم به خاطر همه مهربانی هایشان سپاسگزارم. در خاتمه از کلیه کسانی که به نحوی در انجام این پایان نامه مرا یاری فرمودند قدردانی نموده و از خداوند متعال توفیق روزافزون برایشان آرزو می نمایم.

چکیده

استقرار و بقای جامعه روستایی، بدون وجود کار مولد و سودآور برای ساکنان غیر ممکن است. زیرا بسیاری از ناسامانی های موجود در جامعه روستایی کشور ناشی از عدم سرمایه گذاری مناسب و بهینه یا هدایت مناسب آنها در امر ایجاد اشتغال مولد، کارآمد و پایدار می باشد. در این راستا ظهور و حضور کارآفرین روستایی امری اجتناب ناپذیر به نظر می رسد. هنگامی که صحبت از موفقیت و ماندگاری کسب و کارهای روستایی به میان می آید، پاسخ به این سؤال که موفقیت و معیار سنجش آن چیست، ضروری به نظر می رسد. متأسفانه موفقیت کارآفرینان همواره از نقطه نظر سه شاخص سنتی (سود، رشد و نوآوری) سنجیده شده و کمتر به موفقیت از دیدگاه خود کارآفرینان پرداخته شده است، این در حالیست که مطالعات نشان می دهد، موفقیت کارآفرینان یک ساختار چند بعدی است که می تواند شامل عناصر شخصی، حرفه ای، محسوس و نامحسوس نیز باشد. از طرف دیگر در بسیاری از مطالعات از ویژگی های شخصیتی به عنوان پیشگو کننده های موفقیت کارآفرینان استفاده شده است. این در حالیست که تحقیقات دیگر نشان داده است که ویژگی های شخصیتی، پیشگو کننده های قوی برای رفتار و موفقیت کارآفرینان نیستند. در حالی که ارزش های کارآفرینان از سوی بسیاری از محققان به عنوان متغیرهای پیشگو کننده موفقیت و اثر بخشی کارآفرینان مورد تأکید قرار گرفته است. ارزش ها نقش عوامل انگیزشی را در زندگی افراد ایفا می کنند و از بنیادی ترین عوامل جهت دهنده رفتارهای انسانی در هر جامعه به شمار می آیند. ارزش ها جهت گیری فرد را مشخص می کنند و ملاک انتخاب و اخذ تصمیم قرار می گیرند لذا می توانند نقش مهمی را در اهداف و اعمال کارآفرینان ایفا کنند. تحقیق حاضر با هدف شناسایی شاخص های موفقیت از دیدگاه کارآفرینان روستایی شهرستان کرمانشاه و بررسی رابطه آن با نظام ارزشی کارآفرینان با روش پیمایشی صورت گرفته است. جامعه آماری قابل دسترس در این مطالعه ۵۰ نفر از کارآفرینان شهرستان کرمانشاه بوده که گردآوری داده ها از طریق سرشماری انجام شده است. نتایج حاصل از تحقیق نشان داد که مردان و زنان کارآفرین تعریف متفاوتی از موفقیت دارند به طوری که مردان کارآفرین سه شاخص خدمت به جامعه، کسب درآمد و تعادل کار و خانواده را به ترتیب به عنوان شاخص های موفقیت ذکر کرده اند در حالی که زنان کارآفرین شاخص های تعادل کار و خانواده، کسب درآمد و علاقه به کار را به ترتیب به عنوان مهمترین شاخص های موفقیت رتبه بندی کرده اند. بعلاوه تحلیل مقیاس بندی چند بعدی نیز نشان داد که ساختار دو بعدی می تواند بهترین توضیح برای شاخص های موفقیت باشد. همچنین نتایج تحلیل همبستگی حاکی از آن است که بین شاخص های موفقیت و ارزش های کارآفرینان رابطه معنی داری وجود دارد. در نهایت توصیه و پیشنهادهایی بر اساس یافته های تحقیق ارائه گردیده است.

فهرست مطالب

صفحه

عنوان

فصل اول: کلیات تحقیق

۲	۱-۱- مقدمه	
۴	۲-۱ - بیان مسئله	
۴	۳-۱ - ضرورت و اهمیت تحقیق	
۶	۴-۱ - اهداف تحقیق	
۷	۵-۱ - سوالات تحقیق	
۷	۶-۱ - محدوده های تحقیق	
۷	۶-۱-۱ - محدوده ی جغرافیایی	
۷	۶-۱-۲ - محدوده ی موضوعی	
۷	۶-۱-۳ - محدوده ی زمانی	
۷	۷-۱ - محدودیت های تحقیق	
۸	۸-۱ - تعاریف واژگان	

فصل دوم: پیشینه نگاشته ها

۱۰	۱-۲- کلیاتی در باره کارآفرینی	
۱۰	۲-۱-۱- مفهوم واژه کارآفرینی	
۱۲	۲-۱-۲- انواع کارآفرینی	
۱۳	۲-۱-۲-۱- کارآفرینی مستقل	
۱۳	۲-۱-۲-۲- کارآفرینی سازمانی	
۱۴	۲-۱-۲-۳- کارآفرینی شرکتی	
۱۵	۲-۱-۲-۴- تفاوت های کارکردی کارآفرینان مستقل و سازمانی	
۱۶	۲-۱-۳- کارآفرینی از دیدگاه اقتصاددانان	
۲۰	۲-۱-۴- کارآفرینی از دیدگاه روانشناسان	
۳۴	۲-۱-۵- کارآفرینی از دیدگاه جامعه شناسان	
۳۸	۲-۲- موفقیت کارآفرینانه	
۴۱	۲-۳- ارزش های کارآفرینان	
۴۲	۲-۳-۱- تعریف فرهنگ	
۴۳	۲-۳-۲- فرهنگ کارآفرینی	
۴۵	۲-۳-۳- ارزشها	
۴۵	۲-۳-۳-۱- معنی لغوی ارزش	
۴۵	۲-۳-۳-۲- مفاهیم ارزش	
۴۸	۲-۳-۴- انواع طبقه بندی ارزش ها	
۵۳	۲-۳-۵- تحقیقات انجام گرفته در رابطه با ارزش ها	
۵۶	۲-۳-۶- چارچوب مفهومی تحقیق	

فصل سوم: روش تحقیق

- ۳-۱-روش تحقیق..... ۵۹
- ۳-۲-متغیرهای تحقیق..... ۵۹
- ۳-۲-۱-ارزش های کارآفرینان..... ۵۹
- ۳-۲-۲-شاخص های موفقیت..... ۵۹
- ۳-۳-جامعه آماری..... ۵۹
- ۳-۴-ابزار گردآوری داده ها..... ۶۰
- ۳-۵-روایی..... ۶۰
- ۳-۶-پایایی..... ۶۰
- ۳-۷-روش های تجزیه و تحلیل اطلاعات..... ۶۱
- ۳-۷-۱-روش مقیاس بندی چند بعدی..... ۶۱
- ۳-۷-۲-ضریب همبستگی رتبه ای کندال تائو b..... ۶۳

فصل چهارم: تجزیه و تحلیل یافته ها

- ۴-۱-ویژگی های فردی کارآفرینان..... ۶۵
- ۴-۱-۳-سن..... ۶۵
- ۴-۱-۲-جنسیت..... ۶۵
- ۴-۱-۳-سطح تحصیلات..... ۶۶
- ۴-۱-۴-وضعیت تاهل..... ۶۶
- ۴-۱-۵-تحصیلات همسر..... ۶۶
- ۴-۱-۶-شغل والدین..... ۶۷
- ۴-۱-۷-نوع فعالیت..... ۶۷
- ۴-۲-شاخص های موفقیت از دیدگاه کارآفرینان به تفکیک جنسیت..... ۶۸
- ۴-۳-تعیین ابعاد شاخص های موفقیت کارآفرینان..... ۶۹
- ۴-۴-بررسی اولویت نظام ارزشی کارآفرینان به تفکیک جنسیت..... ۷۲
- ۴-۵-بررسی رابطه شاخص های موفقیت و ارزش های کارآفرینان..... ۷۴
- ۴-۵-۱-بررسی رابطه شاخص کسب درآمد و ارزش ها..... ۷۵
- ۴-۵-۲-بررسی رابطه شاخص رشد و ارزش ها..... ۷۵
- ۴-۵-۳-بررسی رابطه شاخص تعادل کار و خانواده و ارزش ها..... ۷۶
- ۴-۵-۴-بررسی رابطه شاخص مشارکت اجتماعی و ارزش ها..... ۷۷
- ۴-۵-۵-بررسی رابطه شاخص شهرت و ارزش ها..... ۷۸
- ۴-۵-۶-بررسی رابطه شاخص کیفیت تولیدات و ارزش ها..... ۷۹
- ۴-۵-۷-بررسی رابطه شاخص نوآوری و ارزش ها..... ۸۰
- ۴-۵-۸-بررسی رابطه شاخص علاقه و لذت از کار و ارزش ها..... ۸۱

فصل پنجم: نتیجه گیری و پیشنهادها

- ۵-۱-نتیجه گیری..... ۸۴
- ۵-۲-پیشنهادها..... ۹۲

۳-۵- پیشنهادهایی برای مطالعات آینده ۹۴

فهرست منابع ۹۵

فهرست جداول

صفحه

عنوان

۲۱	جدول (۱-۲): ویژگی های اولیه کارآفرینان موفق از نظر درایسن و همکاران (۲۰۰۲).....
۲۱	جدول (۲-۲): ویژگی های ثانویه ی کارآفرینان موفق از نظر درایسن و همکاران (۲۰۰۲).....
۵۲	جدول (۳-۲): تعاریف ارزشهای نظام ارزشی شوارتز وباردی (۲۰۰۱).....
۶۱	جدول (۱-۳): ضرایب آلفای محاسبه شده.....
۶۵	جدول (۱-۴): توزیع فراوانی سن کارآفرینان.....
۶۵	جدول (۲-۴): توزیع فراوانی جنسیت کارآفرینان.....
۶۶	جدول (۳-۴): توزیع فراوانی وضعیت تحصیلات کارآفرینان.....
۶۶	جدول (۴-۴): توزیع فراوانی وضعیت تأهل کارآفرینان
۶۷	جدول (۵-۴): توزیع فراوانی وضعیت تحصیلات همسر کارآفرینان.....
۶۷	جدول (۶-۴): توزیع فراوانی شغل والدین کارآفرینان.....
۶۷	جدول (۷-۴): توزیع فراوانی نوع فعالیت کارآفرینان
۶۸	جدول (۸-۴): رتبه بندی شاخص های موفقیت از دیدگاه مردان کارآفرین.....
۶۹	جدول (۹-۴): رتبه بندی شاخص های موفقیت از دیدگاه زنان کارآفرین.....
۷۰	جدول (۱۰-۴): تنش و معیار برازش.....
۷۳	جدول (۱۱-۴): اولویت های نظام ارزشی مردان کارآفرین استان کرمانشاه
۷۴	جدول (۱۲-۴): اولویت های نظام ارزشی زنان کارآفرین استان کرمانشاه

فهرست شکل ها

صفحه	عنوان
۳۰.....	شکل (۱-۲): موقعیت کارآفرینی شاپرو و کراجر به نقل از کروگر (۲۰۰۰).....
۳۱.....	شکل (۲-۲): مدل رفتار برنامه ریزی شده آژن به نقل از کروگر (۲۰۰۰).....
۳۲.....	شکل (۳-۲): مدل تلفیقی تمایل به کارآفرینی (کولورید و همکاران، زیر چاپ).....
۵۶.....	شکل (۴-۲): نظام ارزشی کارآفرینان و رابطه آن با شاخص های موفقیت.....
۷۰.....	شکل (۱-۴): نمودار مقدار ویژه.....
۷۱.....	شکل (۲-۴): ترسیم متغیرها (شاخص های موفقیت) در فضای دو بعدی بر اساس فاصله.....
۷۲.....	شکل (۳-۴): نمودار باقیمانده ها.....
۷۵.....	شکل (۴-۴): بررسی رابطه شاخص کسب درآمد و ارزش های کارآفرینان.....
۷۶.....	شکل (۵-۴): بررسی رابطه شاخص رشد و ارزش های کارآفرینان.....
۷۷.....	شکل (۶-۴): بررسی رابطه شاخص تعادل کار و خانواده و ارزش های کارآفرینان.....
۷۸.....	شکل (۷-۴): بررسی رابطه شاخص مشارکت اجتماعی و ارزش های کارآفرینان.....
۷۸.....	شکل (۸-۴): بررسی رابطه شاخص شهرت و ارزش های کارآفرینان.....
۷۹.....	شکل (۹-۴): بررسی رابطه شاخص کیفیت تولیدات و ارزش های کارآفرینان.....
۸۰.....	شکل (۱۰-۴): بررسی رابطه شاخص نوآوری و ارزش های کارآفرینان.....
۸۱.....	شکل (۱۱-۴): بررسی رابطه شاخص علاقه و لذت از کار و ارزش های کارآفرینان.....
۸۲.....	شکل (۱۲-۴): بررسی رابطه شاخص رضایت مشتری و ارزش های کارآفرینان.....

فصل اول

مقدمه

از آنجایی که در اکثر مناطق جهان، روستاها از جمله نواحی فقیر در حال فرسایش محسوب می‌شوند، اندیشمندان و سیاست‌گزاران تمامی کشورهای دنیا توجه خاصی را معطوف به امر توسعه روستایی و رفع مشکلات و معضلات آن‌ها نموده‌اند. مشکلات و معضلات روستاها در تمامی جهان ناشی از دو مساله اساسی است: یکی کمبود امکانات اجتماعی (ضعف زیرساخت) و دیگری کمبود درآمد (ضعف اقتصادی). امروزه صاحب‌نظران بین‌المللی بر این اعتقاد هستند که باید جدای از سیاست‌ها و راهبردهای کلان توسعه و توسعه اقتصادی (که بسیار مهم هم هستند) به طور ویژه و مشخص به امر توسعه روستاها و ریشه‌کنی فقر گسترده‌ای که بر آن‌ها حاکم است نیز پرداخت. اگرچه بسیاری از دولت‌ها از جمله دولت ایران برنامه‌های گسترده و پرهزینه‌ای را برای بهبود این زیرساخت‌ها انجام داده‌اند اما مشاهدات نشانگر آن است که این امر خود به‌تنهایی نتوانسته است معضلات زندگی روستایی را حل کرده و آنان را از فقر برهاند و سیل مهاجرت از روستا به شهر را کاهش دهد. کمبود درآمد عامل مهمی است که اگر برای آن چاره‌ای اندیشیده نشود اجازه نمی‌دهد طرح‌های توسعه روستایی به ثمر بنشیند و روستاها توسعه یافته و از حرکت به سمت شهرهای بزرگ بازایستند (حسینی، ۱۳۸۰).

مطالعات مختلف نشان داده است که یکی از مهمترین راهکارهای کاهش فقر (چه در شهرها و چه در روستاها) ایجاد اشتغال و مهمترین سازوکار و ابزار آن، کارآفرینی است (زرنگار، ۱۳۸۱). کارآفرینی باعث کاهش بیکاری و افزایش بهره‌وری افراد و منابع، و بالتبع افزایش درآمد مردم جامعه می‌گردد. اگرچه نباید گفت که کارآفرینی تنها راهکار اشتغالزایی و افزایش درآمدهای مردم روستایی است، اما قطعاً می‌توان گفت بهترین و بهره‌ورترین نوع آن است. مبلغان توسعه‌ی روستایی، کارآفرینی را به منزله یک مداخله راهبردی می‌دانند که می‌تواند فرایند توسعه‌ی روستایی را تسریع بخشد. آژانس‌های توسعه، کارآفرینی روستایی را به عنوان یک نیروی اشتغالزای بزرگ، سیاستمداران، آن‌ها را همچون یک راهبرد کلیدی برای جلوگیری از ناآرامی در مناطق روستایی، اقتصاددانان آن‌ها را مهمترین پیشران توسعه اقتصادی روستاها و کشاورزان، آن‌ها را وسیله‌ای برای بهبود درآمد خویش می‌دانند. زنان، به این عامل همچون یک فرصت اشتغال در مجاورت محل سکونت خود می‌نگرند که می‌تواند خودمختاری، استقلال و کاستن از نیاز آنان را با حمایت‌های اجتماعی در پی داشته باشند. به این ترتیب، کارآفرینی از نقطه نظر تمامی این گروه‌ها به عنوان وسیله‌ای برای بهبود کیفیت زندگی فردی، خانوادگی و اجتماعی و ابزاری برای تثبیت اقتصاد و محیطی سالم تلقی می‌گردد (زرنگار، ۱۳۸۱). توسعه

کارآفرینی می تواند ابزار اصلی برای مبارزه با رکود اقتصادی در نواحی روستایی باشد که دور از مراکز صنعتی کشور قرار دارند. به طور کلی نقش کارآفرینی در توسعه اقتصادی شامل موارد زیر است (حسینی، ۱۳۸۵):

- دستیابی روستائیان به کالاها و خدمات مورد نیاز
- رشد اقتصادی روستاها
- کاهش پدیده ی مهاجرت به شهرها
- ارتقای سطح امنیت اجتماعی و رفاه در روستاها
- تشویق به ایجاد کسب و کارهای جدید
- توسعه کسب و کارهای موجود در روستا

لازم به اشاره است که کارآفرینی روستایی اساساً تفاوتی با کارآفرینی در شهر ندارد (زرنگار، ۱۳۸۱). کارآفرینی در نواحی روستایی در جستجوی ترکیب واحدی از منابع هم در درون و هم در خارج از فعالیت های کشاورزی است. به این ترتیب کارآفرین روستایی کسی است که برای ماندن در روستا و ایفای نقش در ایجاد ثروت عمومی آمادگی دارد با این حال پیوند های 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 و دارای یک خانواده گسترده و مستحکم که تأثیری نسبتاً زیاد بر اجتماع روستایی دارد (زرنگار، ۱۳۸۱). پترین (۱۹۹۴) کارآفرینی روستایی را مجموع سه گزاره ذیل تعریف می نماید:

- نیرویی که سایر منابع را برای پاسخگویی به یک تقاضای بی پاسخ بازار بسیج می کند
- توانایی خلق و ایجاد چیزی از هیچ
- فرآیند خلق ارزش به وسیله امتزاج مجموعه واحدی از منابع در راستای بهره گیری از یک فرصت

در دهه هشتاد که بنام دهه کارآفرینی مطرح شد (احمد پورداریانی، ۱۳۸۴)، محققان تلاش نمودند تا کارآفرینی را از جنبه های اقتصادی، اجتماعی و روانشناختی مورد بررسی قرار دهند اما در این میان به بعد فرهنگی کارآفرینی آنچنان توجهی نشده بود. در حالی که فرهنگ به عنوان باورها، ارزش ها و هنجارها، می تواند تأثیر قابل ملاحظه ای بر زندگی معنوی و مادی کارآفرینان و رفتار آنان در خانواده و جامعه داشته باشد. در واقع فرهنگ و به طور اخص ارزش های کارآفرینان، یکی از مباحث کلیدی در طراحی برنامه های توسعه کارآفرینی می باشند. از سوی دیگر تا کنون مطالعات زیادی در رابطه با موفقیت کارآفرینان انجام شده است اما متأسفانه کمتر به تعریف و درک موفقیت از دیدگاه کارآفرینان پرداخته شده است. این در حالیست که موفقیت حوزه وسیعی است که تنها شامل جنبه های مالی نمی شود و می تواند ابعاد چند گانه ای داشته باشد. با توجه به اهمیت و حساسیت این مباحث، تحقیق حاضر نیز در نظر دارد به بررسی شاخص های موفقیت از دیدگاه کارآفرینان و رابطه آن با ارزشها در بین کارآفرینان روستایی شهرستان کرمانشاه بپردازد.

۱-۲- بیان مسأله

تا کنون مطالعات زیادی در رابطه با موفقیت کارآفرینان انجام گرفته است و در این مطالعات سعی شده عوامل برون‌ی و درونی مؤثر بر موفقیت کارآفرینان بررسی شود و نتایج قابل قبولی نیز بدست آمده است (لسویکا، ۲۰۰۲؛ راش و فرس، ۲۰۰۰؛ درایسن، ۲۰۰۲؛ لواندر و راشیا، ۲۰۰۱؛ روگاف، ۲۰۰۱؛ رودرموند، ۲۰۰۱)، اما در این میان خیلی کم به این موضوع پرداخته شده است که کارآفرین موفق چه کسی است و یا به عبارتی دیگر تعریف ما از کارآفرین موفق چیست. وقتی از موفقیت و ماندگاری کسب و کار سخن به میان می‌آید، پاسخ به این سؤال که موفقیت و معیار آن چیست، ضروری به نظر می‌رسد. اما باید توجه داشت هنگامی می‌توان کارآفرین موفق را شناسایی کرد که از شاخص‌های معتبری برخوردار بود تا بتوان بر اساس این شاخص‌ها موفقیت افراد کارآفرین را اندازه‌گیری نمود. متأسفانه موفقیت کارآفرینان همواره از نقطه نظر سه شاخص سنتی (سود، رشد و گستردگی) سنجیده شده و کمتر به موفقیت از دیدگاه خود کارآفرینان پرداخته شده است، این در حالیست که مطالعات نشان می‌دهد، موفقیت می‌تواند تعاریف متعددی در کارآفرینی داشته باشد. موفقیت کارآفرینان یک ساختار چند بعدی است که می‌تواند شامل عناصر شخصی، حرفه‌ای، محسوس و نامحسوس نیز باشد و باید توجه داشت کارآفرینان ضرورتاً موفقیت کاری خود را با واژه‌های مالی ارزیابی نمی‌کنند. بنابراین چگونگی درک موفقیت از دیدگاه کارآفرینان مسأله مهمی است که باید در مطالعات کارآفرینی به طور اساسی به آن توجه شود. از طرف دیگر در بسیاری از مطالعات از ویژگی‌های شخصیتهای به عنوان پیشگو کننده‌های موفقیت کارآفرینان استفاده شده است. این در حالیست که تحقیقات دیگر نشان داده است که ویژگی‌های شخصیتی، پیشگو کننده‌های قوی برای رفتار و موفقیت کارآفرینان نیستند (گارتز، ۱۹۸۸؛ بارون، ۲۰۰۲؛ راینسون و استیمسون و هافر و هانت، ۱۹۹۱؛ شان و ون، ۲۰۰۰؛ شاور و اسکات، ۱۹۹۱). در حالی که ارزش‌های کارآفرینان از سوی بسیاری از محققان به عنوان متغیرهای پیشگو کننده موفقیت و اثر بخشی کارآفرینان مورد تأکید قرار گرفته است. ارزش‌ها ساختارهای انگیزشی هستند که بر انتخاب اهداف و اعمال مردم تأثیر می‌گذارند (شوارتز و باردی، ۲۰۰۱). ارزش‌ها دارای ویژگی‌هایی هستند که در طول زمان تغییر می‌یابند و یا با تغییر اندکی مواجه می‌شوند (منصوری، ۱۳۷۹).

لذا یکی از اهداف این پژوهش بررسی رابطه شاخص‌های موفقیت و ارزش‌های کارآفرینان می‌باشد تا از این طریق بتوان به درک تفاوت کارآفرینان در تعریف موفقیت دست پیدا کرد.

۱-۳- ضرورت و اهمیت تحقیق

موضوعی که درخصوص اهمیت کارآفرینی و ارتباط مستقیم آن با اعتلای ملی یک ملت باید جدی تلقی گردد، آن چیزی است که علیرغم همه اهمیتش در جامعه‌ی ایرانی متأسفانه مورد غفلت واقع گردیده و توجه درخوری به آن نشده است و آن چیزی جز اهمیت دادن به نقش کارآفرینی روستایی و کارآفرینان ساکن در

محیط های روستایی نمی باشد. اگرما روستاها را محورهای استراتژیک کشاورزی و تولیدات و فرآورده های غذایی جامعه بدانیم که نیاز به آن روبه تزايد گذاشته است به نقش بی نظیر آن در پیشرفت و رشد و شکوفایی پی خواهیم برد و درك خواهیم کرد که نادیده گرفتن سهم روستا و روستانشینان هزینه ها و تبعات ناگواری رادری خواهد داشت (حسینی، ۱۳۸۴).

کارآفرینی روستایی تنها به معنای ایجاد اشتغال برای قشر عظیم روستاییان نیست، بلکه می تواند گامی باشد در راستای توسعه روستایی که به گفته بسیاری از صاحب نظران امر، هم ارزش با توسعه اقتصادی است. تجربه بسیاری از کشورهای فقیر پرجمعیت که طیف وسیعی از جمعیت آنان را روستاییان و کشاورزان تشکیل می دهند بیانگر این نکته است که توجه به مقوله کارآفرینی و توسعه روستایی می تواند از میزان مهاجرت روستاییان به شهرها بکاهد و زمینه های اشتغال، رفاه و پیشرفت آنان را در همان روستای محل سکونتشان فراهم آورد (زرنگار، ۱۳۸۱).

پژوهش حاضر، به تعیین شاخص های موفقیت و رابطه آن با ارزش ها در بین کارآفرینان روستایی می پردازد. بی شك این پژوهش كمك می كند تا به تعریف صحیحی از موفقیت دست پیدا کرد. چون تصور بسیاری از افراد نسبت به موفقیت در کارآفرینی، تنها شامل جنبه های مالی می شود این در حالیست که موفقیت حوزه وسیعی است که ابعاد چند گانه ای دارد (گرجویسکی و آسکلون، ۲۰۰۶). لذا از این طریق می توان افراد را با جنبه های دیگری از موفقیت کارآفرینانه آشنا کرد و آن ها را نسبت به کارآفرین شدن ترغیب نمود. همچنین این مطالعه می تواند به عنوان مبنایی جهت مطالعات آینده در رابطه با موفقیت کارآفرینان مورد استفاده قرار گیرد. از دیگر مزایای این مطالعه ایجاد شناخت بیشتر نسبت به شاخص های موفقیتی است که بواسطه خود کارآفرینان بدست آمده و می توان از آن ها جهت ارزیابی موفقیت کارآفرینان روستایی استفاده کرد. از سوی دیگر شناخت نظام ارزشی کارآفرینان روستایی از جنبه های متفاوتی قابل اهمیت است. يك کارآفرین فردی است اهل عمل و برنامه که با انگیزه قوی برای تحقق اهدافی که به آن اعتقاد دارد، با ذهنی خلاق و قدرت طراحی، کار را با صبر و استقامت دنبال می نماید. سرچشمه همه انگیزه ها، اعتقادات يك فرد یا يك جامعه می باشد و چون اعتقادات و باورها در جوامع مختلف و حتی افراد مختلف ممکن است متفاوت باشد از این نظر بعضی از عقاید، عادات و رفتارها، نزد بعضی از جوامع یا افراد، پسندیده و ممکن است و نزد جوامع یا اشخاص دیگر ناپسند و مطرود می باشد. به عبارت دیگر افراد هر جامعه به نظام ارزشی متفاوتی معتقد می باشند، بدیهی است يك کارآفرین با زیربنای اعتقادی اسلامی ممکن است در جامعه ای که دیدگاههای غیر اسلامی بر آن حاکم باشد دارای انگیزه کافی نبوده و موفقیت کمتری داشته باشند (آیت اللهی، ۱۳۸۲).

به طور کلی می توان گفت ارزش ها نقش عوامل انگیزشی را در زندگی افراد ایفا می کنند و از بنیادی ترین عوامل جهت دهنده رفتارهای انسانی در هر جامعه به شمار می آیند. هر انسان بالغ و سالم تحت سلطه و نفوذ نظام ارزشی خود رشد می کند و مطابق با چنین نظامی ادراکات خود را برمی گزیند (متوسلی، ۱۳۷۹). ارزش ها جهت گیری فرد را مشخص می کنند و ملاك انتخاب و اخذ تصمیم قرار می گیرند لذا می توانند نقش مهمی را

در اهداف و اعمال مردم ایفا کنند. همچنین ارزش ها عامل اصلی سازمان دهنده شخصیت به شمار می روند و از فردی به فرد دیگر متفاوتند. بنابراین همانند سایر ویژگی های انسانی می توان آن ها را مورد بررسی و ارزیابی قرار داد. از سوی دیگر ارزش های فردی به عنوان زیر مجموعه ای از فرهنگ بر نگرش کارآفرینانه تاثیر دارند و نگرش کارآفرینانه نیز در ایجاد و توسعه رفتار کمک می کند. بنابراین محیط های فرهنگی می توانند نگرش های متفاوتی ایجاد کنند و در نتیجه رفتارهای متفاوت کارآفرینی را بوجود آورند (شان، ۱۹۹۹). لذا با آگاهی از نظام ارزشی کارآفرینان می توانیم الگوهای رفتاری، انگیزشی و انتظارات آنان را درک کنیم (شوارتز، ۱۹۹۲) و در نتیجه به پیشگویی رفتار کارآفرینانه پردازیم. همچنین مطالعه ارزش ها مشخص می کند که یک فرد با ارزش های خاص خود برای چه مشاغلی که با ارزش های او سازگار باشد، مناسب است (گرجویسکی، کمپروفابر، ۲۰۰۶). به عبارت دیگر مطالعه ارزش ها به افراد کمک می کند متناسب بودن حرفه های کارآفرینی را مورد ارزیابی قرار دهند و تعیین کنند آیا نظام ارزشی آنان با افرادی که هم اکنون در چنین نقش هایی فعالیت می کنند، تطابق دارد (ارسر، ۲۰۰۵). این در حالیست که اگر ارزش های فردی کارآفرین با اهداف شغلی او تطابق داشته باشد کارآفرین می تواند همزمان با دستیابی به اهدافش، بهره وری شغل خود را نیز حفظ نماید. علاوه بر این، ارزش ها استانداردها یا شاخص هایی را برای موفقیت و شکست ارائه می دهند (هافستد، ۱۹۸۰) بنابراین می توانند ما را در درک تفاوت کارآفرینان در تعریف موفقیت یاری کنند.

۱-۴- اهداف تحقیق

۱-۴-۱- هدف کلی

هدف کلی در این تحقیق شناسایی شاخص های موفقیت از دیدگاه کارآفرینان روستایی شهرستان کرمانشاه و بررسی رابطه آن با نظام ارزشی کارآفرینان می باشد.

دستیابی به این هدف کلی مستلزم رسیدن به اهداف اختصاصی زیر می باشد:

- تعیین شاخص های موفقیت از دیدگاه کارآفرینان روستایی شهرستان کرمانشاه به تفکیک جنسیت
- تعیین ابعاد شاخص های موفقیت کارآفرینان روستایی شهرستان کرمانشاه با استفاده از مقیاس بندی چند بعدی
- اولویت بندی نظام ارزشی کارآفرینان روستایی شهرستان کرمانشاه به تفکیک جنسیت
- بررسی رابطه بین شاخص های موفقیت و نظام ارزشی کارآفرینان روستایی شهرستان کرمانشاه

۱-۴-۲- پرسش های تحقیق

با توجه به اهداف اختصاصی لازم است به پرسش های زیر در این تحقیق پاسخ داده شود:

- شاخص های موفقیت از دیدگاه کارآفرینان روستایی شهرستان کرمانشاه به تفکیک جنسیت کدامند؟
- مقیاس بندی چند بعدی شاخص های موفقیت کارآفرینان روستایی شهرستان کرمانشاه را در چه ابعادی نشان می دهد؟
- کارآفرین روستایی شهرستان کرمانشاه به تفکیک جنسیت به چه نظام ارزشی پایبندند؟
- آیا بین شاخص های موفقیت و نظام ارزشی کارآفرینان روستایی شهرستان کرمانشاه، رابطه ای وجود دارد؟

۱-۵-۰- محدوده های تحقیق

این تحقیق از جهات زیر محدود می شود.

۱-۵-۱- موضوعی

محدوده موضوعی این تحقیق، ارزش های کارآفرینان روستایی و شاخص های موفقیت آنان می باشد.

۱-۵-۲- جغرافیایی

محدوده جغرافیایی شهرستان کرمانشاه می باشد.

۱-۵-۳- زمانی

محدوده زمانی این تحقیق، سال ۱۳۸۶ و نیمه اول سال ۱۳۸۷ بوده است.

۱-۵-۰- محدودیت ها

عدم تعریف مشخصی از کارآفرینان روستایی و فقدان پایگاه اطلاعاتی مناسب جهت شناسایی کارآفرینان روستایی شهرستان کرمانشاه از جمله محدودیت های این تحقیق می باشند. متأسفانه تاکنون توجه کافی به کارآفرینان در بخش روستایی نشده است و هیچ گونه مطالعه ای در رابطه با شناسایی کارآفرینان (به خصوص کارآفرینان روستایی) شهرستان کرمانشاه صورت نگرفته است. لذا صرف زمان طولانی و تشکیل جلسات متعدد

جهت گردهم آوردن کارآفرینان و مراجعه های پی در پی به سازمان های ذی ربط، باعث شد که امکان دسترسی به کارآفرینان روستایی میسر گردد.

۱-۷- تعاریف عملیاتی واژگان

پیش از آنکه به بررسی اهداف تحقیق بپردازیم لازم است تا برخی از مفاهیم بکار رفته در تحقیق مورد تعریف قرار گیرند:

۱-۷-۱- کارآفرین روستایی

در تحقیق حاضر با توجه به شرایط اقتصادی ناپایدار کشور و وجود بوروکراسی دست و پاگیر و تعریفی که برای کارآفرین روستایی در نظر گرفته می شود شامل فردی است که کسب و کاری را در محیط روستا آغاز کند و ریسک های آن را بپذیرد و توانایی ادامه کسب و کار را در یک دوره طولانی داشته باشد.

۱-۷-۲- موفقیت کارآفرینانه

در این تحقیق منظور از موفقیت کارآفرینانه، درک کارآفرینان از موفقیت خویش و طریقه ای است که کارآفرینان موفقیت خود را تعریف می کنند.