

بررسی موفقیت کارآفرینان روستایی استان اصفهان با استفاده از روشهای تصمیم گیری چند پاره و تحلیل عاملی

سید احمد خاتون آبادی^{۱*} - غلامرضا انداده^۲

تاریخ دریافت: ۸۷/۲/۸

تاریخ پذیرش: ۸۸/۵/۱۳

چکیده

هدف این مقاله ارزشیابی میزان موفقیت کارآفرینان جامعه روستایی استان اصفهان با روش پیمایشی با استفاده از «فرآیند تحلیل سلسله مراتبی» و تحلیل عاملی می باشد. با استفاده از تکنیک‌هایی نظیر مصاحبه پرسشنامه، اطلاعات مورد نیاز جمع آوری شده است. جامعه آماری مورد مطالعه، شامل کارآفرینان روستایی استان اصفهان می باشد که بعد از مطالعه مقدماتی و تعریف عملیاتی برای شناسایی آنان، جهت جمع آوری داده‌های مورد نیاز، انتخاب و سرشماری شدند (۶۵ واحد نمونه به دست آمد). در این تحقیق بر اساس سه شاخص نوآوری، رشد و ایجاد و با استفاده از تحلیل‌های چند شاخصه موفقیت کارآفرینان روستایی ارزشیابی شده است. نتایج نشان داد که شاخص میزان موفقیت کسب و کار را می توان با توجه به سه معیار رشد، نوآوری و ایجاد با استفاده از فرآیند تحلیل سلسله مراتبی به خوبی مورد ارزیابی قرار داد. در خصوص جامعه آماری مورد نظر نتایج بیانگر میزان موفقیت متوسط به بالای آنان می باشد به نحوی که فقط حدود ۲۰ درصد از کارآفرینان از موفقیت کمتری برخوردار می باشند.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینان روستایی، موفقیت، تحلیل‌های چند شاخصه، فرآیند تحلیل سلسله مراتبی (AHP)، تحلیل عاملی اصفهان

مقدمه

متحده آمریکا، کانادا، فنلاند، هند، مالزی، سنگاپور، استرالیا و آلمان، سیاست‌ها و برنامه‌های حمایتی گسترده‌ای را از کارآفرینان تدوین و به مرحله اجرا گذاشته‌اند. جدول ۱، میزان اشتغال‌زایی شرکت‌های کوچک کارآفرین را در اقتصاد آمریکا نشان می‌دهد. این شرکت‌ها که با سرمایه اولیه حداقل ۱۰۰ هزار دلار و رشد سود سالانه ۲۰ درصد در حال فعالیت هستند به غزالها مشهور می‌باشند.

(جدول ۱) - رشد مشاغل در آمریکا به وسیله غزالها (۱۹۹۴-۱۹۹۰)

میزان (میلیون)	شاخصها
۵	مشاغل به وجود آمده بوسیله غزالها
۰/۸	مشاغل از بین رفته بوسیله سایر کمپانی‌ها
۴/۲	رشد خالص اشتغال

منبع: مأخذ (۸)

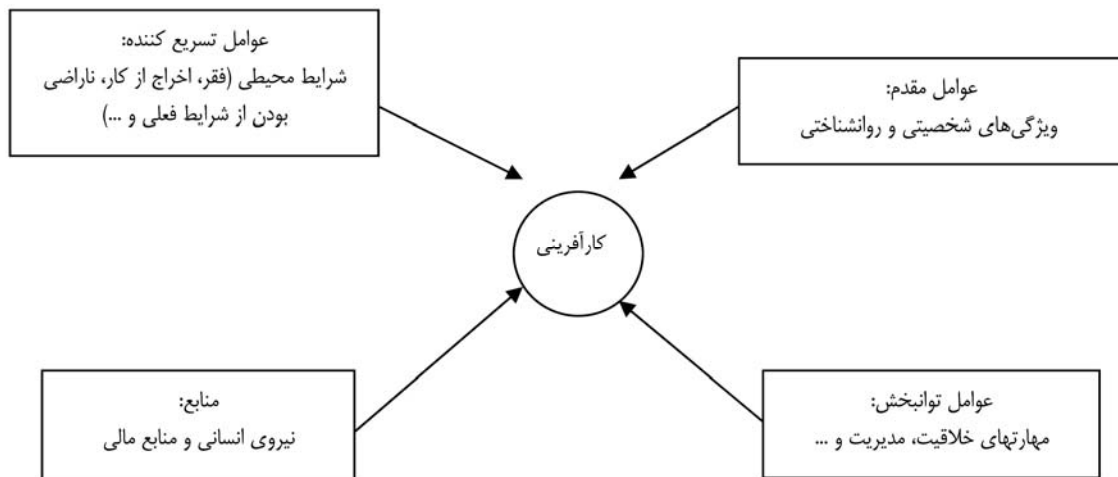
در ادبیات کارآفرینی از جنبه چارچوب نظری شاخه‌های گوناگونی وجود دارد که هر کدام موارد متعددی را شامل می‌شود. به عنوان مثال می‌توان به موارد زیر اشاره نمود.

تحرك بخشیدن به نظام اقتصادی و اثربخش نمودن آن برای ایجاد اشتغال که سرانجام به توسعه کشور خواهد انجامید مستلزم همکاری سیاست‌گذاران و کارآفرینان است. کارآفرینی فرآیند ارتقاء تکنولوژی از طریق ایجاد و تاسیس کسب و کار یا سازمان جدید است. در این فرآیند شغل‌های تازه‌ای پدید می‌آید و نیروی کار، نیازمند مهارت‌های نوین می‌گردد و ساختارهای نوینی برای آموزش و نیز ارائه خدمات پدیدار می‌گردد. اهمیت این فرآیند به نحوی است که فاز و اسکاترون (۱۲) آن را قلب فعالیت‌های توسعه اقتصادی تعریف کرده‌اند. افراد ممکن است با فاکتورهایی از قبیل بیکاری، نیاز به استقلال و فقدان امنیت مالی و شخصی در فرآیند کارآفرینی وارد شوند. همچنین اهمیت کارآفرینی از نظر ایجاد اشتغال باعث شده است تا طی دهه‌های ۸۰ و ۱۹۹۰ میلادی این پدیده محور اساسی در حل بحران بیکاری تلقی گردد. به همین دلیل کشورهایی نظیر ایالات

۱-۲- به ترتیب استادیار و دانشجوی سابق کارشناسی ارشد گروه توسعه روستایی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه صنعتی اصفهان

(Email: Ahmad - kh@cc.ac.ir

*) نویسنده مسئول:



کارآفرین نیروی محرکه اصلی در توسعه اقتصادی است و نقش او عبارت از نوآوری یا ایجاد ترکیب‌های تازه از مواد است. برای شناسایی بیشتر این فرآیند ویژگی‌هایی برای کارآفرینان تعریف شده است. این ویژگی‌ها عبارتند از: نیاز به توفیق یا توفیق‌طلبی، مرکز کنترل، تمایل به مخاطره‌پذیری، نیاز به استقلال، خلاقیت، نوآوری و تحمل ابهام.

لویتاس (۱۰) در مطالعه خود برای مفهوم کارآفرینی روستایی مرزبندی جغرافیایی قائل شده و کسب‌وکارهایی که در محیط روستایی واقع شده‌اند را مورد بررسی قرار داده است. درباره ویژگی‌های کارآفرینان روستایی آمده است که «آنها افرادی جوان، رجعت کننده به روستا، ساکنان جدید، مقاوم و صبور می‌باشند» (۱۱). به عقیده پرزمیسلاو کولوزک (۷) نیز مفهوم کارآفرینی روستایی تنها به کشاورزی و فعالیت‌های مرتبط مثل صنایع غذایی محدود نمی‌شود بلکه توسعه صنعتی را نیز پوشش می‌دهد همچنین این مفهوم تنها به روستاها محدود نمی‌شود و شهرهای کوچک و نواحی مجاور را نیز دربر می‌گیرد.

عمده تحقیقات کارآفرینی که درباره فاکتورهای بازدارنده و پیش‌برنده کارآفرینی انجام گرفته است موارد و عواملی از قبیل نرخ سرمایه‌گذاری، استراتژی بازاریابی، مدیریت اعتبار و منابع، سبک مدیریت، مدیریت رقابت و ریسک و مهارت، انگیزه‌ها و خصوصیات شخصی مدیران، طرح‌ریزی تجاری، و جنسیت کارآفرین، را در موفقیت کارآفرین مؤثر دانسته‌اند (۹).

با توجه به مطالب فوق تعریف عملیاتی مورد نظر این پژوهش برای کارآفرینی روستایی به منظور تعیین چارچوب جامعه آماری عبارت است از: ایجاد کسب و کار با بهره‌گیری از فرصت‌های محلی، همراه با: نوآوری، تلاش و پشتکار زیاد و پذیرش ریسک‌های مالی، روحی و اجتماعی که با انگیزه‌های مختلفی از جمله توفیق‌طلبی، رضایت

اقتصاد کارآفرینی (در برگرفته تجارت الکترونیک)، رهیافت‌های فرایندی در کارآفرینی، کارآفرینی فردی و سازمانی، چشم انداز کارآفرینی فردی و انگیزش، خلاقیت و نوآوری، چالش‌های مرتبط با اخلاق و حقوق کارآفرینی و مسئولیت اجتماعی و برنامه ریزی ایجاد مرکز کارآفرینی و بازاریابی، رشد و توسعه کارآفرینی، چالش‌های معاصر در کار آفرینی و سرانجام مطالعات موردی مرتبط با کارآفرینی (۸). مقاله حاضر در شاخه چشم انداز کارآفرینی فردی به تحلیل موارد مورد بحث می‌پردازد.

شناسایی عوامل مؤثر بر رشد کارآفرینی (عوامل پیشبرنده) به حل مشکلات متعدد برنامه‌ریزان در تدوین سیاست‌های توسعه‌ای کمک خواهد کرد. در این صورت کارآفرینان به عنوان عامل تغییر، به خلق کسب و کار جدید به وسیله فرد یا گروه‌های کوچک پرداخته و می‌توانند مشکلات فراروی توسعه یعنی فقر و بیکاری را مرتفع نمایند. براساس مطالعات گوناگون می‌توان در شکل زیر عوامل مؤثر بر کارآفرینی را مشاهده نمود. (۸ و ۹ و ۱۰ و ۱۲)

ریشه واژه «کارآفرینی» (Entrepreneurship) از زبان فرانسوی گرفته شده است که از معنای معمول آن نمی‌توان به مفهوم واقعی این واژه دست یافت. در فارسی هنوز معادل دقیقی برای انتقال «مفهوم» کارآفرینی وجود ندارد و اغلب، واژه کارآفرینی در برداشت عمومی مفهومی مانند «کارفرما» یا «صاحب کار» را به ذهن متبادر می‌سازد. در ادبیات کارآفرینی تعاریف بسیار مختلفی برای آن ارائه شده است. بعضی از تعاریف آن عبارت است از: توسعه موقعیت‌ها و اقدامات نوآورانه همراه با خطر، چه در زمانی که قبلاً تاسیس شده و چه به صورت آزاد یا مستقل؛ پروسه هدایت به ایجاد سازمان جدید بدون توجه به نوع و پتانسیل سازمان؛ پروسه خلق ثروت؛ پروسه تخریب خلاق؛ پروسه‌ای فراتر از شغل و حرفه بلکه یک شیوه زندگی یا پروسه خلق چیزی ارزشمند از هیچ (۴). طبق نظر شومپتر (۱)،

داده‌پردازی، تحلیل آماری و استخراج نتایج، از نرم‌افزارهای Expert Choise (AHP), SPSS 11.5 استفاده شده است.

با توجه به این که یک شاخص نمی‌تواند ملاک موثری برای انتخاب فرد یا شیء مورد نظر باشد، توصیه شده است که شاخص‌های مختلف به طور همزمان مورد مطالعه قرار گیرد. در این تحقیق نیز بر اساس شاخص‌های مورد نظر که در ادامه به آنها اشاره می‌شود با استفاده از تحلیل‌های چند شاخصه^۲ (MAA) اقدام به سنجش موفقیت کارآفرینان روستایی شده است.

موفقیت در کارآفرینی مستقل همان ایجاد یا تأسیس یک فعالیت جدید می‌باشد. در بعد کارآفرینی سازمانی، موفقیت، ابعاد دیگری همچون تغییرات و ایجاد توانایی‌های بازاریابی، فنی و تولیدی و نیروی انسانی را نیز دربر می‌گیرد ضمن این که موفقیت در کارآفرینی سازمانی را تحت دو سرفصل اساسی نوآوری و رشد بررسی می‌نمایند (۱). در این پژوهش براساس سه معیار نوآوری، رشد و ایجاد و همچنین بر اساس دیدگاه فرد کارآفرین در مورد کسب‌وکار، میزان موفقیت سنجیده شده است. در شکل ۱، مفاهیم اصلی، واسطه و نحوه سنجش میزان موفقیت نشان داده شده است.

از ترکیب وزنی مفاهیم واسطه با استفاده از «فرآیند تحلیل سلسله مراتبی»، متغیر وابسته یا میزان موفقیت کسب‌وکار ساخته می‌شود. برای مثال بر حسب چهار شاخص میزان درآمد، متوسط میزان افزایش سرمایه‌گذاری، میزان نوآوری در محصول و میزان افزایش تنوع محصولات یا خدمات، میزان موفقیت سه کسب‌وکار با هم مقایسه می‌شود. برای تحلیل، ابتدا داده‌ها از طریق جدول ۲ به یک ماتریس تبدیل می‌گردد.

(جدول ۲) - الگوی ماتریس مقایسه کسب و کارهای مختلف بر اساس

معیارهای چندگانه موفقیت

		شاخص			
		X ₁	X ₂	X _j
کسب و کار	A ₁	r ₁₁	r ₁₂	r _{1j}
	A ₂	r ₂₁	r ₂₂	r _{2j}
	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮
	A _i	r _{i1}	r _{i2}	r _{ij}

به طوری که A_i نشان دهنده گزینه i ام، x_j نشان دهنده شاخص j ام، r_{ij} نشان دهنده ارزش شاخص j ام برای گزینه i ام می‌باشد. در این صورت داده‌های مثال فوق به صورت جدول ۳، در خواهد آمد (۲). همان‌طور که در ماتریس فوق مشاهده می‌گردد توجه به یک شاخص نمی‌تواند ملاک موثری برای انتخاب کسب و کار موفق باشد بنابراین توصیه می‌گردد شاخص‌ها به طور همزمان مورد مطالعه قرار

شخصی، استقلال و کسب سود مالی صورت می‌پذیرد. در نتیجه مصادیق آن در پژوهش حاضر، صنایع غذایی و فرآوری محصولات زراعی و باغی همچون زعفران و گل سرخ (کارگاه گلاب‌گیری)، ارایه خدمات گردشگری (استفاده از فرصت‌ها و جاذبه‌های طبیعی) و همچنین فعالیت‌های تولیدی روستاها از قبیل قالی‌بافی، و گلیم‌بافی می‌باشد.

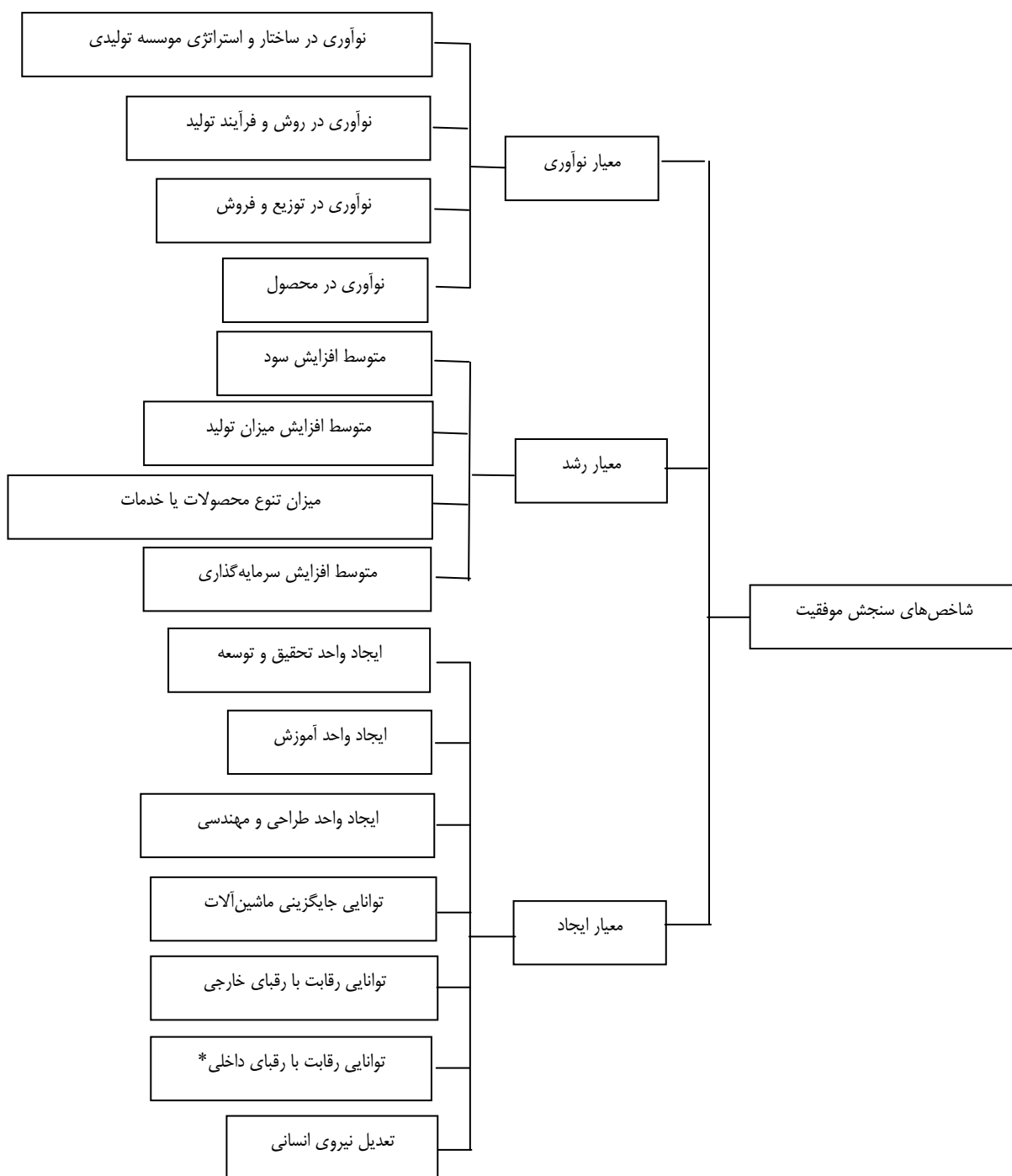
هدف کلی این تحقیق ارزشیابی میزان موفقیت کارآفرینان جامعه روستایی استان اصفهان با استفاده از «فرآیند تحلیل سلسله مراتبی»^۱ و تحلیل عاملی می‌باشد همچنین هدف‌های ویژه «شناسایی کارآفرینان روستایی موفق در استان اصفهان»، «شناسایی معیارهای موفقیت کارآفرینان» و «تبیین میزان موفقیت کارآفرینان» را در بر می‌گیرد.

مواد و روش‌ها

این پژوهش بر مبنای هدف، کاربردی بوده و روش انجام آن پیمایشی است. شیوه جمع آوری داده‌ها پرسشنامه بوده که در چارچوب مصاحبه‌های حضوری تکمیل گردیده است.

جامعه آماری این پژوهش در برگزیده کارآفرینان روستایی استان اصفهان است که برای شناسائی آن بعد از مطالعه مقدماتی و تعریف عملیاتی، برای انتخاب و سرشماری شدند و از تمامی واحدهای جامعه آماری، اطلاعات مورد نیاز جمع‌آوری شد. به منظور شناسایی کارآفرینان موفق از شاخص‌های سنجش موفقیت که در برگزیده معیارهای رشد، ایجاد و نوآوری است. استفاده شد به خاطر قرار گرفتن کسب و کارهای این افراد در محیط روستایی به جهاد کشاورزی استان و شهرستان‌های مختلف به واحدهای ترویج، صنایع روستایی، اعتبارات و همچنین بخش‌های مربوط به ارائه مجوز فعالیت‌های تولیدی ... سازمان سنجش و همچنین افراد مطلع و صاحب‌نظر مراجعه شد سپس تعداد ۴۰ واحد تولیدی و کسب‌وکارهایی از ۲۶۰ واحد موجود که در ۵ سال اخیر به عنوان کسب‌وکارهای روستایی موفق شناخته شده بودند، شناسایی شدند. در مرحله بعد با مراجعه به این افراد و انجام مطالعه اکتشافی ۵ واحد از کسب و کارهای ذکر شده فوق که با ویژگی‌های مورد نظر در پژوهش مطابقت نداشتند، حذف شدند. در حین انجام مطالعه اکتشافی به روش گلوله برفی، افراد جدیدی در روستاهای استان توسط کارآفرینان شناخته شده معرفی می‌شدند که با مراجعه به آنها و مطابقت دادن ویژگی‌های هر یک با شاخص‌های مورد نظر، افراد جدیدی به جامعه آماری اضافه گردیدند و تعداد نهائی جامعه آماری مورد مطالعه ۶۵ نفر تعیین شد. برای

گیرد. در گذشته سعی می‌شد برای حل ماتریس فوق داده‌های کمی را به داده‌های ترتیبی تبدیل نمایند به صورت ترتیبی مساله را حل نمایند. ولی استفاده از این روش به دو دلیل کارایی ندارد.



(شکل ۱) - میزان موفقیت کسب‌وکار براساس سه معیار نوآوری، رشد و ایجاد

*: به خاطر این که همه نمونه‌ها دارای توانایی با رقبای داخلی بودند این متغیر در سنجش میزان موفقیت وارد نشد.

(جدول ۳) - ماتریس مقایسه کسب و کارهای مختلف بر اساس معیارهای چندگانه موفقیت با داده های فرضی

شاخص	میزان تنوع محصولات و خدمات	میزان نوآوری	درصد افزایش سرمایه گذاری	درآمد
A _۱	متوسط	بسیار زیاد	۵۰	۲۴۰۰۰
A _۲	زیاد	متوسط	۳۰	۲۵۰۰۰
A _۳	کم	بسیار کم	۲۵	۳۳۰۰۰



(شکل ۲) - مقیاس دو قطبی برای تبدیل داده های کیفی به داده های کمی

(جدول ۴) - ماتریس مقایسه کسب و کارهای مختلف بر اساس معیارهای چندگانه موفقیت با تبدیل داده های کیفی به کمی با داده های فرضی

شاخص	میزان تنوع محصولات	میزان نوآوری	درصد افزایش سرمایه گذاری	درآمد
A _۱	۵	۹	۵۰	۲۴۰۰۰
A _۲	۷	۵	۳۰	۲۵۰۰۰
A _۳	۳	۱	۲۵	۳۳۰۰۰

$$n_{ij} = 1 - \frac{r_{ij}}{\sum r_{.j}}$$

طریق فرمول زیر محاسبه می گردد.

سر انجام در صورتی که شاخص های با جنبه مثبت و منفی (سود و زیان) به طور مخلوط با یکدیگر به کار گرفته شده باشند جنبه منفی با معکوس کردن نتیجه آن به جنبه مثبت تبدیل می گردد. در این روش $0 \leq \pi \leq 1$ بوده و مزیت این روش آن است که خطی بوده و کلیه نتایج تبدیل به یک نسبت خطی می شوند، نتیجتاً ترتیب نسبی از نتایج موجود یکسان باقی می ماند (۵). اگر از نظر محقق تمام شاخص های بکار رفته از نظر ارزش یکسان باشند، می توان نتیجه حاصله از ماتریس فوق را در یک ماتریس یک ضرب کرد (جدول ۵) و جواب مساله را به دست آورد (۶).

در این صورت به ترتیب کسب و کارها از نظر موفقیت از رتبه اول تا سوم رتبه بندی می گردند. در بسیاری از موارد ارزش شاخص های مختلف از نظر محقق متفاوت است؛ بنابراین، لازم است در تحلیل ها به هر یک از شاخص ها وزن خاصی داده شود و بر اساس آن تجزیه و تحلیل وزنی صورت گیرد. روش های مختلفی برای محاسبه وزن هر یک از شاخص ها وجود دارد که می توان به روش های آنتروپی، Lin map، کمترین مجذورات وزین شده، بردار ویژه، میانگین وزنی، انحراف معیار و Critic اشاره کرد (۶).

(۱) ساختن طبقات عمدتاً به صورت سلیقه ای بوده و تعلق یک گزینه به یک طبقه بستگی به سلیقه محقق دارد (۲). و از سوی دیگر تفاوت های داخل هر طبقه نادیده گرفته می شود. لذا برای حل ماتریس فوق ضروری است ابتدا داده های کیفی به داده های کمی تبدیل شود برای این کار می توان از مقیاس دو قطبی (شکل ۲) بهره گرفت (۳). (در این شکل مقادیر بین دو عدد چپ و راست بیانگر صفت حد وسط است مثلاً اعداد بین ۲ و ۴ بیانگر صفت کم می باشد). باید توجه داشت که برای جنبه های منفی (مثل عدم رضایت) جهت مقیاس گذاری عوض می گردد. بنابراین جدول ۳ به صورت جدول ۴ در می آید (۵).

از آنجا که واحدهای داده های فوق با یکدیگر متفاوت هستند نمی توان ماتریس داده های فوق را با هم جمع کرد بنابراین قبل از حل لازم است ماتریس فوق بی مقیاس (بی بعد کردن یا بی واحد کردن داده ها) گردد. برای بی مقیاس کردن داده ها روش های متفاوتی وجود دارد که در این جا تنها به شرح روش خطی بسنده می گردد. زیرا نسبت به بقیه روش ها کامل تر به نظر می رسد (۵).

بی مقیاس کردن خطی: برای بی مقیاس کردن شاخص هایی با جنبه مثبت (مثل سود) هر ارزش r_{ij} بر مجموع موجود از ستون j ام تقسیم می گردد یعنی:

$$n_{ij} = \frac{r_{ij}}{\sum r_{.j}}$$

و چنانچه شاخص X_i جنبه منفی داشته باشد (مانند هزینه) از

(جدول ۵) - ماتریس بی بعد شده معیارهای چندگانه موفقیت کسب و کارهای مختلف با داده‌های فرضی

شاخص کسب و کار	میزان تنوع محصولات و خدمات			میزان نوآوری	درصد افزایش سرمایه گذاری	درآمد
	A _۱	۰/۳۳۳	۰/۶	۰/۴۷۶	۰/۲۹۶	
A _۲	۰/۴۶۶	۰/۳۳۳	۰/۲۸۶	۰/۳۰۹		
A _۳	۰/۲	۰/۰۶۷	۰/۲۳۸	۰/۳۹۵		

(جدول ۶) - میزان روایی مفاهیم بکار رفته در تحقیق (شاخصهای سنجش موفقیت)

عوامل	مفاهیم	آلفای کرونباخ
میزان موفقیت	نوآوری	۰/۶۰۸۵
	رشد	۰/۶۰۰۷
	ایجاد	۰/۶۹۲۸

(جدول ۷) - میزان KMO محاسبه شده برای هر یک از مفاهیم مورد بررسی در تحقیق (شاخصهای سنجش موفقیت)

عوامل	مفاهیم	K.M.O	Bartlett's	Sig
میزان موفقیت	نوآوری	۰/۵۰۰	۱۳/۱۱۸	۰/۰۰۰
	رشد	۰/۵۰۰	۳۴/۱۳۷	۰/۰۰۰
	ایجاد	۰/۶۱۶	۶۱/۰۱۵	۰/۰۰۰

«فرآیند تحلیل سلسله مراتبی» بهره گرفته شد و وزن هر گویه نیز از طریق تجزیه تحلیل عاملی مشخص گردید. از ضرب ماتریس بی بعد شده گویه‌ها در ماتریس وزنی آن، شاخص مورد نظر ساخته شد. ساخت شاخص‌های سنجش موفقیت: موفقیت کارآفرین دارای ابعاد مختلفی می‌باشد. در تحقیقات گذشته از سه معیار نوآوری، رشد و ایجاد برای سنجش میزان موفقیت کارآفرین استفاده شده است. در این تحقیق نیز این سه معیار مد نظر قرار گرفت و بر اساس آن به بررسی میزان موفقیت کارآفرین پرداخته شد. در جداول ۱۳، ۱۴ و ۱۵، نحوه ساخت هر کدام از شاخص‌ها به تفکیک نشان داده شده است. در جدول ۱۳، نحوه ساخت شاخص نوآوری نشان داده شده است. همان‌طور که این جدول نشان می‌دهد شاخص نوآوری از ترکیب دو مفهوم واسطه نوآوری در عرصه تولید و نوآوری در عرصه مدیریت یا بازار تشکیل شده است. که در جدول ضرایب وزنی هر کدام از گویه‌ها نشان داده شده است. در نهایت از ترکیب دو مفهوم واسطه فوق با ضرایب به دست آمده شاخص نوآوری سنجیده شد. چگونگی ساخت شاخص ایجاد که یکی دیگر از مفاهیم واسطه جهت سنجش متغیر وابسته تحقیق (موفقیت) است در جدول ۱۴ بیان شده است. شاخص ایجاد خود از دو مفهوم واسطه درجه دو یعنی ایجاد توانایی و ایجاد واحد به دست آمد. ضرایب آلفای کرونباخ و K.M.O بدست آمده نشان می‌دهد که شاخص‌های فوق از روایی و پایایی مناسبی برخوردارند و می‌توان به وسیله آنها مفهوم اصلی تحقیق را اندازه‌گیری نمود. با توجه به شاخص‌های به دست آمده فوق، کسب و کار کارآفرینان

برای سنجش میزان روایی و پایایی مفاهیم مورد آزمون در این تحقیق از روش آلفای کرونباخ و KMO استفاده شده است. همان‌طور که داده‌های جدول ۶ نشان می‌دهد، سازه‌ها و مفاهیم بکار رفته در تحقیق حاضر از روایی بالایی برخوردار می‌باشد. این موضوع نشان می‌دهد همبستگی درونی بین متغیرها برای سنجش مفاهیم مزبور از قابلیت اعتماد نسبتاً خوبی برخوردار است. در جدول ۷، میزان KMO محاسبه شده و آزمون بارتلت برای هر یک از مفاهیم مورد بررسی در تحقیق نمایش داده شده است. KMO ضریبی است که میزان روایی (Validity) سوالات پرسشنامه را با آن تعیین می‌کنند. همان‌طور که داده‌های جدول ۷، نشان می‌دهد میزان آزمون کروی بارتلت در سطح بسیار بالایی معنی دار می‌باشد که بیانگر همبستگی بالا بین متغیرهایی است که در ساختن مقیاس‌ها استفاده شده است و مقدار K.M.O در سطح قابل قبولی می‌باشد (اگر این عدد بزرگتر مساوی ۰/۵ باشد نشان دهنده کفایت تعداد نمونه‌ها است). بنابراین از گویه‌های ذکر شده می‌توان در ساخت شاخص مورد نظر استفاده کرد. مقیاس‌سازی برای مفاهیم اصلی تحقیق: برای مقیاس‌سازی ابتدا میزان روایی و پایایی گویه‌های هر شاخص به طور جداگانه از طریق آزمون‌های آماری، مورد ارزیابی قرار گرفت. نتایج حاصله (جدول ۱۳، ۱۴ و ۱۵) نشان داد که به دلیل قابل قبول بودن میزان آلفای کرونباخ و نیز بالا بودن مقدار K.M.O می‌توان با پرسش‌های مزبور شاخص مورد نظر را اندازه‌گیری کرد. برای ساخت شاخص‌های مورد نظر از

مورد ارزیابی قرار گرفت. نتایج ارزیابی کارآفرینان از نظر شاخص ایجاد، رشد و نوآوری در جدول ۱۵ نشان داده شده است.

نتایج و بحث

از آنجایی که یکی از معیارهای مورد مطالعه در تحقیقات گذشته در مورد کارآفرینان سن آنها می‌باشد در این تحقیق نیز این ویژگی مورد مطالعه قرار گرفت. جدول ۸، ترکیب سنی کارآفرینان مورد مطالعه را نشان می‌دهد.

(جدول ۸) - توزیع فراوانی سن کارآفرینان روستایی مورد مطالعه استان اصفهان (۸۳-۱۳۸۲)

درصد	فراوانی	رده سنی
۲	۱	بین ۲۰ تا ۲۵ سال
۱۲	۸	بین ۲۶ تا ۳۰ سال
۱۱	۷	بین ۳۱ تا ۳۵ سال
۳۸	۲۵	بین ۳۶ تا ۴۰ سال
۲۲	۱۴	بین ۴۱ تا ۴۵ سال
۹	۶	بین ۴۶ تا ۵۰ سال
۶	۴	بالای ۵۰ سال
۱۰۰	۶۵	کل

نتایج فوق با یافته‌های «فرای» مطابقت زیادی نشان می‌دهد. در مطالعات انجام شده توسط فرای ۸۸ درصد کارآفرینان بین سن ۲۰ تا ۵۰ سالگی فعالیت خود را آغاز نموده بودند (در این مطالعه ۹۴ درصد است) که ۶۵ درصد از آنان در بین سنین ۲۰ تا ۴۰ سالگی قرار داشتند (در این مطالعه ۶۳ درصد است) (۳). بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که کارآفرینان در سنین جوانی که ریسک‌پذیری بیشتری دارند وارد این عرصه می‌گردند. همچنین کارآفرینان ایرانی نسبتاً دیرتر به این عرصه وارد شده‌اند که این امر می‌تواند ناشی از نامناسب بودن بسترها و اختلاف در محیط اقتصادی و فرهنگی باشد.

بعد دیگری از ویژگی‌های کارآفرینان، وضعیت تحصیلاتشان است. در آخرین مطالعاتی که کاکس و کوپر برای مقایسه سطح تحصیلات کارآفرینان موفق با مدیران موفق انجام دادند، دریافتند که ۶۸ درصد از مدیران موفق دارای مدرک لیسانس بوده‌اند، در حالی که تنها ۲۱ درصد از کارآفرینان موفق، تحصیلات دانشگاهی داشته‌اند و نشان دادند که کارآفرینان علاقه کمتری به مدرک و تحصیلات دانشگاهی داشته و بیشتر به دنبال آموختن فنون کسب و کار و تجارت بوده‌اند. (۳). جدول ۹، نشان می‌دهد که ۴۰ درصد از کارآفرینان مورد مطالعه دارای تحصیلات دانشگاهی می‌باشند. همچنین این افراد بعد از شروع کسب و کار خود تحصیلات خود را به صورت کلاسیک ادامه نداده‌اند.

نتایج نشان می‌دهد که همانند تحقیق کاکس و کوپر تحصیلات کارآفرینان از مدیران کمتر است (۶۸ درصد مدیران موفق دارای

تحصیلات دانشگاهی بوده‌اند و ۴۰ درصد کارآفرینان مورد مطالعه در این تحقیق از تحصیلات دانشگاهی برخوردار بوده‌اند) ولی یافته‌های این تحقیق تحصیلات بالاتری را برای کارآفرینان نسبت به تحقیقات کاکس و کوپر نشان می‌دهد با این وجود با نتایج مطالعات هورنادی و تایکن که دریافتند بسیاری از کارآفرینان موفق احساس می‌کنند قبل از نسل جوان کنونی، تحصیلات اهمیت کمتری برای کارآفرینان داشته است با این وجود، اکنون به خاطر رشد بالای فن‌آوری و رقابت شدید، آموزش اهمیت خاصی پیدا نموده است (۳)، مطابقت دارد.

در بررسی نوع مالکیت کسب‌وکار کارآفرینان روستایی مورد مطالعه یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که مالکیت سهامداری (۵۵ درصد) مرسوم‌ترین نوع مالکیت می‌باشد همچنین مالکیت شخصی (۳۱ درصد) و مالکیت تعاونی (۱۴ درصد) در اولویت‌های بعدی قرار دارند.

لازم به ذکر است که مطابق با مشاهدات عینی و مصاحبه‌های محقق، اکثر سهامداران از افراد خانواده یا فامیل نزدیک می‌باشند. استفاده از کمک دوستان و خانواده به عنوان منبع تأمین مالی کسب‌وکار در این زمینه بی‌تأثیر نمی‌باشد. یکی از مهارت‌های مورد نیاز در کارآفرینی و راه‌اندازی کسب و کار توانایی شناسایی و جذب منابع مالی می‌باشد.

یکی از اساسی‌ترین موضوعات کارآفرینی مشکلات مالی و تأمین اعتبارات می‌باشد که کشورهای مختلف برای حمایت از کارآفرینان به این موضوع توجه فراوانی نشان می‌دهند. نرخ بهره کم و قوانین بانکی برای اعطای تسهیلات مؤید این نکته می‌باشد. ولی از آنجا که در کشور ما دریافت تحصیلات و اعتبارات از نظر کارآفرینان به منزله از دست دادن فرصت می‌باشد آنان بیشتر به دنبال منابع جدیدی هستند. جدول ۱۰، نشان می‌دهد که تمام کارآفرینان مورد مطالعه دارای سرمایه شخصی برای راه‌اندازی کسب‌وکارشان بوده‌اند و برای تکمیل کسب‌وکار سراغ منابع مالی دیگری رفته‌اند.

(جدول ۹) - بررسی تحصیلات کارآفرینان روستایی مورد مطالعه

استان اصفهان قبل و بعد از شروع کسب‌وکار (۸۳-۱۳۸۲)

تحصیلات	قبل از شروع کسب و کار		بعد از شروع کسب‌وکار	
	تعداد	درصد	تعداد	درصد
بی‌سواد	۰	۰	۰	۰
ابتدایی	۳	۵	۳	۵
راهنمایی	۱۱	۱۷	۱۱	۱۷
متوسطه و دیپلم	۲۵	۳۸	۲۵	۳۸
فوق دیپلم و لیسانس	۲۰	۳۱	۲۰	۳۱
فوق لیسانس و بالاتر	۶	۹	۶	۹
کل	۶۵	۱۰۰	۶۵	۱۰۰

جدول ۱۰) - منابع مالی کارآفرینان روستایی مورد مطالعه استان اصفهان

منابع مالی	تعداد	درصد
سرمایه شخصی	۶۵	۱۰۰
کمک والدین	۱۶	۲۵
کمک دوستان و آشنایان	۲۵	۳۸
وام بانکی	۲۷	۴۲

تجربیات کودکی نقش فراوانی در آینده فرد ایفا می‌نماید به همین خاطر مطالعات زیادی در خصوص دوران کودکی کارآفرینان انجام شده است. مطالعاتی که توسط دیوید اسلیور (۱۹۸۶) (۳) انجام گرفته است نشان می‌دهد که ۷۴ درصد از کارآفرینان در دوران کودکی وقایع حساسی همچون فقر، عدم امنیت، مرگ والدین یا جدایی آنان

را تجربه نموده‌اند. این وقایع و شرایط به عنوان عوامل تسریع کننده در فرآیند کارآفرینی شناخته شده است. در این تحقیق نیز نتایج نشان می‌دهد که تنها حدود ۱۴ درصد از کارآفرینان مورد مطالعه، دوران کودکی خود را در رفاه سپری نموده‌اند و بقیه افراد شرایط متوسط و دوران سخت اقتصادی را تجربه نموده‌اند.

جدول ۱۲ چگونگی ساخت شاخص رشد را نشان می‌دهد. این شاخص از ترکیب ۴ سنجه درصد افزایش سالانه میزان تولید، میزان افزایش سالانه سرمایه، متوسط افزایش سالانه تنوع در محصولات و درصد افزایش سود سالانه با وزن‌های مختلف به دست آمد. مقادیر ضرایب آلفای کرونباخ و K.M.O بدست آمده بیانگر روایی و پایایی قابل قبول شاخص مورد نظر می‌باشد.

جدول ۱۱) - وضعیت اقتصادی و شرایط زندگی دوران کودکی کارآفرینان روستایی مورد مطالعه استان اصفهان

شرایط دوران کودکی	تعداد	درصد	درصد تجمعی
شرایط سخت اقتصادی و فقر	۲۱	۳۲	۳۲
متوسط و معمولی	۳۵	۵۴	۸۶
رفاه و آسایش	۹	۱۴	۱۰۰
کل	۶۵	۱۰۰	

جدول ۱۲) - چگونگی ساخت شاخص رشد برای سنجش میزان موفقیت کارآفرینان روستایی مورد مطالعه استان اصفهان

سنجه	وزن سنجه
متوسط درصد افزایش سالانه میزان تولید محصول	۰/۸۸۰
میزان افزایش سالانه سرمایه	۰/۶۱۰
متوسط افزایش سالانه تنوع در محصولات	۰/۶۸۷
درصد افزایش سود سالانه	۰/۷۲۷
K.M.O=0.542 Bartlett's= 21.223 Sig= 0.005 Alpha=0.667	

جدول ۱۳) - چگونگی ساخت شاخص نوآوری برای سنجش میزان موفقیت کارآفرینان روستایی مورد مطالعه استان اصفهان

مفهوم واسطه درجه دو	سنجه	وزن سنجه
نوآوری در عرصه تولید	نوآوری در محصول (محصول جدید)	۰/۵۵۱
	نوآوری در روش و فرآیند تولید	۰/۵۵۱
نوآوری در عرصه بازار	نوآوری در توزیع و فروش (بازاریابی)	۰/۵۹۰
	نوآوری در ساختار و استراتژی کسب و کار	۰/۵۹۰
K.M.O=0.500 Bartlett's= 0.574 Sig= 0.001 Alpha=0.603		

جدول ۱۴) - چگونگی ساخت شاخص ایجاد برای سنجش میزان موفقیت کارآفرینان روستایی مورد مطالعه استان اصفهان

مفهوم واسطه درجه دو	سنجه	وزن سنجه
ایجاد توانایی	توانایی جایگزینی ماشین آلات	۰/۸۱۴
	توانایی رقابت با رقبای خارجی	۰/۹۲۵
	توانایی تعدیل نیروی انسانی	۰/۷۳۱
ایجاد واحد	ایجاد واحد تحقیق و توسعه	۰/۷۵۴
	ایجاد واحد آموزش	۰/۷۰۱
K.M.O=0.616 Bartlett's= 61.015 Sig= 0.000 Alpha=0.608		

ساخت شاخص مورد نظر با ترکیب وزنی سنجه‌ها با استفاده از فرآیند تحلیل سلسله مراتبی، داده‌های فاصله‌ای به دست آمده به داده‌های ترتیبی تبدیل گردید که نتایج حاصله در جدول ۱۷ نمایش داده شده است. یافته‌های تحقیق که در این جدول نشان داده شده است بیانگر میزان موفقیت بالای کارآفرینان مورد مطالعه می‌باشد. و فقط حدود ۲۰ درصد از کارآفرینان از موفقیت کمتری برخوردار می‌باشند.

نتایج فوق نشان می‌دهد که فرآیند تحلیل سلسله مراتبی می‌تواند روش مناسبی در سنجش میزان موفقیت (کارآفرینان) باشد و پاسخگوی نیازهای محققین است. برای بدست آوردن ضرایب اهمیت معیارها و زیر معیارها نیز می‌توان از تحلیل عاملی سود جست. بدین نحو که بعد از به دست آوردن ضرایب، نرمالیزه شده (عدد حاصله تقسیم بر مجموع) و جهت سنجش معیار یا زیر معیار استفاده می‌شود. در نمودار زیر ضرایب این معیارها برای مطالعه حاضر آمده است.

از نظر شاخص ایجاد همان‌طور که در جدول ۱۵ مشخص است ۳۲ درصد از کارآفرینان ضعیف عمل کرده‌اند. که می‌تواند به خاطر جدید بودن کسب‌وکار آنها باشد که هنوز مراحل توسعه خود را طی نکرده‌اند. در شاخص رشد عملکرد کارآفرینان بهتر شده و تنها ۲۸ درصد از آنان در جایگاه ضعیف قرار گرفته‌اند. این جدول همچنین نشان می‌دهد در شاخص نوآوری نیز مثل شاخص ایجاد، کارآفرینانی که نسبتاً ضعیف عمل نموده‌اند، زیاد است. ارزیابی میزان موفقیت کسب‌وکار کارآفرین (متغیر وابسته): شاخص نهایی موفقیت کارآفرینان (متغیر وابسته) از ترکیب شاخص‌های به دست آمده فوق اندازه‌گیری شد. به این نحو که شاخص‌های فوق با ضرایب وزنی به دست آمده ترکیب شد و در نهایت مفهوم اصلی به دست آمد (جدول ۱۶). همان‌طور که داده‌های جدول ۱۶، نشان می‌دهد سازه و مفهوم اصلی و متغیر وابسته تحقیق از ترکیب سنجه‌ها و مفاهیمی ساخته شده است که از روایی و پایایی بسیار بالایی برخوردار می‌باشد. پس از

(جدول ۱۵) - ارزیابی کسب‌وکار کارآفرینان روستایی مورد مطالعه استان اصفهان به تفکیک شاخص‌های ایجاد، رشد و نوآوری

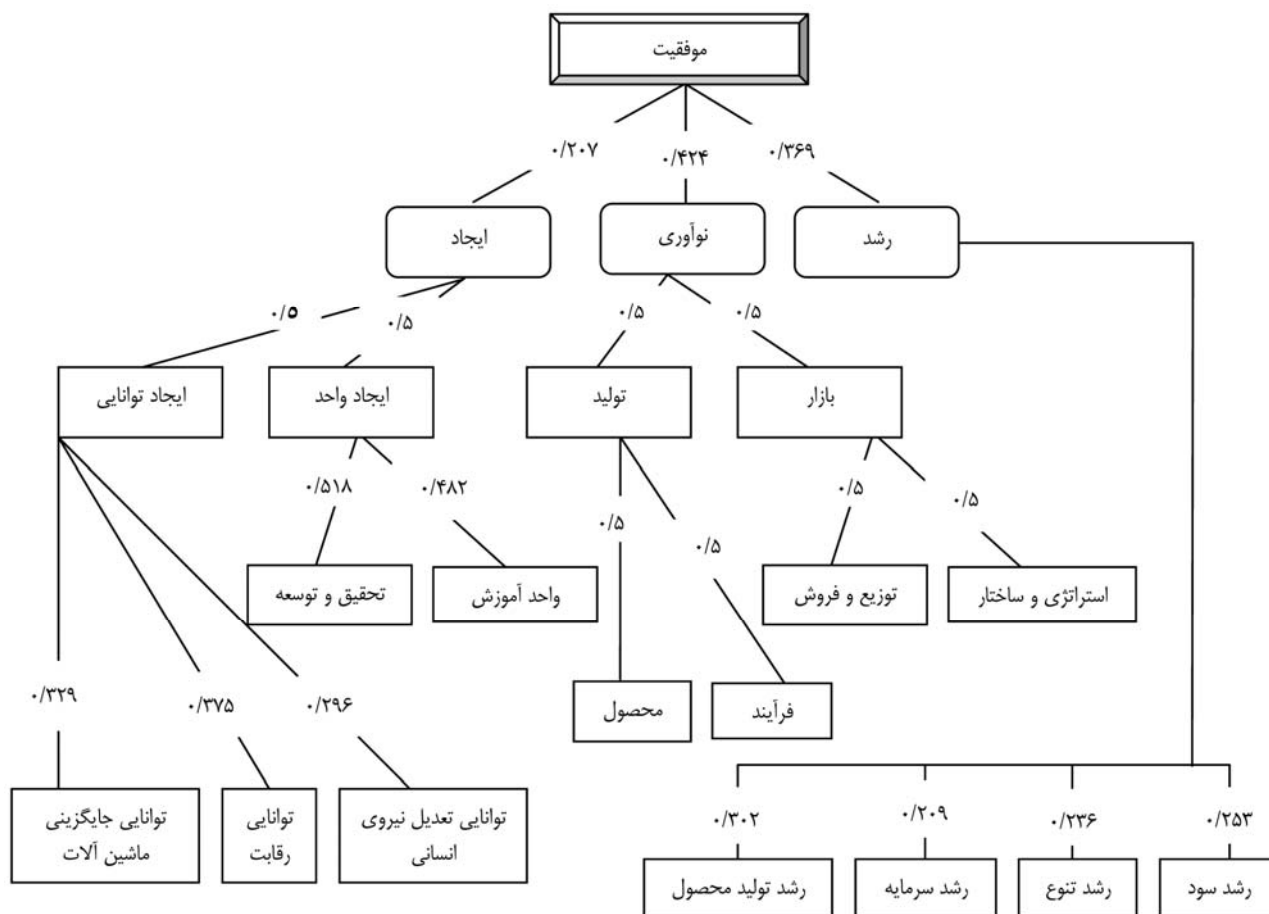
ارزیابی کسب و کار	شاخص ایجاد		شاخص رشد		شاخص نوآوری	
	تعداد (نفر)	درصد	تعداد (نفر)	درصد	تعداد (نفر)	درصد
کم و خیلی کم	۲۱	۳۲	۱۸	۲۸	۲۲	۳۴
متوسط	۲۲	۳۴	۲۳	۳۵	۲۱	۳۲
زیاد و خیلی زیاد	۲۲	۳۴	۲۴	۳۷	۲۲	۳۴
کل	۶۵	۱۰۰	۶۵	۱۰۰	۶۵	۱۰۰

(جدول ۱۶) - چگونگی ساخت شاخص موفقیت کارآفرینان روستایی مورد مطالعه استان اصفهان

سنجه	وزن گویه	نوع سنجه
موفقیت کسب‌وکار در زمینه رشد	۰/۵۴۰	مفهوم واسطه
موفقیت کسب‌وکار در زمینه نوآوری	۰/۶۲۰	مفهوم واسطه
موفقیت کسب‌وکار در زمینه ایجاد	۰/۳۰۳	مفهوم واسطه
Sig= 0.003		K.M.O=0.618
Alpha=0.680		Bartlett's= 14.302

(جدول ۱۷) - ارزیابی میزان موفقیت کسب‌وکار کارآفرینان روستایی مورد مطالعه استان اصفهان (۸۳-۱۳۸۲)

میزان موفقیت	تعداد (نفر)	درصد
کم و خیلی کم	۱۳	۲۰
متوسط	۲۷	۴۲
زیاد و خیلی زیاد	۲۵	۳۸
کل	۶۵	۱۰۰



نتیجه گیری

نتایج ارائه شده در این مقاله نشان می‌دهد که شاخص میزان موفقیت کسب‌وکار را می‌توان با توجه به سه معیار رشد، نوآوری و ایجاد با استفاده از فرآیند تحلیل سلسله مراتبی به خوبی مورد ارزیابی قرار داد. به خاطر متفاوت بودن درجه اهمیت هر یک از سنج‌ها در ساخت شاخص موفقیت و مفاهیم واسطه، استفاده از تحلیل عاملی برای یافتن این ضرایب، مناسب به نظر می‌رسد. بنابراین، پیشنهاد می‌گردد از این روش برای بررسی میزان موفقیت کسب‌وکار کارآفرینان و همچنین شناسایی عوامل مؤثر (پیش‌برنده و بازدارنده) در موفقیت کارآفرینان استفاده شود. نتایج تحقیق همچنین نشان می‌دهد که میزان موفقیت کارآفرینان نسبتاً خوب می‌باشد به نحوی که حدود ۸۰ درصد از کارآفرینان دارای موفقیت متوسط به بالا ارزیابی شدند.

منابع

- ۱- احمدپور داریانی م. ۱۳۷۹. کارآفرینی (تعاریف، نظریات، الگوها)، انتشارات پروین، چاپ اول.
- ۲- اصغرپور م.ج. ۱۳۷۷. تصمیم‌گیری چند معیاره، چاپ اول، دانشگاه تهران.

اکثر کارآفرینان موفق مورد مطالعه در محدوده سنی ۲۰ تا ۴۰ سال قرار داشتند که با نتایج حاصل از مطالعات فرای مطابقت زیادی نشان می‌دهد (شروع کارآفرینی در سنین جوانی). از نظر تحصیلات نیز ۴۰ درصد از کارآفرینان دارای تحصیلات دانشگاهی بودند که با توجه به رشد درصد افراد کارآفرین تحصیلکرده نسبت به مطالعات گذشته به نظر می‌رسد که اهمیت تحصیلات با توجه به رشد تکنولوژی و افزایش رقابت، نسبت به گذشته برای کارآفرینان اهمیت بیشتری یافته است. نتایج تحقیق همچنین حاکی از این است که نوع مالکیت سهام‌داری و استفاده از کمک دوستان و آشنایان برای تأمین سرمایه جهت راه‌اندازی کسب‌وکار، شیوه معمول بین کارآفرینان روستایی موفق می‌باشد و بیانگر مهارت این افراد در شناسایی و استفاده از منابع بالقوه می‌باشد.

- ۳- صمد آقایی ج. ۱۳۷۸. سازمانهای کارآفرین، مرکز آموزش مدیریت دولتی.
- ۴- صمد آقایی ج. ۱۳۸۰. کارآفرینی ضد اشتغال، موتور توسعه اقتصادی، مجله تدبیر، شماره ۱۱۴.
- ۵- قدسی پور ج. ۱۳۷۸. فرایند تحلیل سلسله مراتبی AHP، چاپ اول، دانشگاه صنعتی امیر کبیر، پلی تکنیک مرکز نشر.
- 6- Hepu D., Hising C., and Willis j. 2000. Inter comparison using modified TOPSIS with objective weights, *computer & operation research*, Vol. 27, No. 3, pp, 963-973.
- 7- Kulawczuk P. 1998. The Development of Entrepreneurship in Rural Areas, in: Jonathan, D., Transfer of power: Decentralization in Central and Eastern Europe, Local Government and Public Service Reform Initiative, Open Society Institute, Budapest.
- 8- Kuratko F.D. and Hodgetts M.R. 2001. *Entrepreneurship: A Contemporary Approach*, Harcourt College Publishers, New York.
- 9- Lescevic M. 2002. Rural Entrepreneurship Success Determinants, Working Paper, Faculty of Economics of Latvian University of Agriculture, Latvia.
- 10- Levitas R. 2000. Rural Entrepreneurship- Community Enterprise in Rural Economy, Aberdeen Department of Management Studies, University of Aberdeen.
- 11- Macke D. 2001. Rural Entrepreneurship: Environmental Scan, Kuffman Rural Entrepreneurship Initiative, Public Sector and Community Initiatives, Southwest Virginia.
- 12- Marrison A. 1998. *Entrepreneurship: An International Perspective*, University of Stellenbosch Business School, Reed Educational and Professional Publishing LTD, South Africa.