



Contents

۳	بررسی تأثیر و اهمیت ویژگیهای کارآفرینان بر ایجاد و توسعه اشتغال
۱۴	بررسی نقش میانجی کارآفرینی سازمانی در روابط رهبری تحول‌گرا و عملکرد مالی درک شده (مورد مطالعه: کارکنان شرکت سهامی مخابرات اهواز)
۲۴	نقش دانشگاهها در کارآفرینی
۳۱	نقش آموزش عالی در ترویج فرهنگ کارآفرینی پایدار در میان دانشجویان
۳۷	نقش حسابداری در ارتقای کارآفرینی پایدار در ایران
۴۵	خلاقیت و نوآوری، محرک‌های کلیدی در توسعه کارآفرینی کتابخانه‌ای: مطالعه تطبیقی مدل‌های دانشگاهی در آمریکا، اسپانیا و چین
۶۳	مبانی فقهی کارآفرینی پایدار در نظام اقتصادی اسلام
۷۱	نقش کارآفرینی کشاورزی در پویایی و توسعه پایدار جوامع روستایی
۷۸	الزامات حقوقی مشارکت مردمی در توسعه تقویت کارآفرینی پایدار
۸۴	کارآفرینی پایدار و جایگاه فقه و حقوق در حمایت قانونی از کسب و کارهای دانش‌بنیان
۹۱	پایداری زیست محیطی با توانمندی سازی فناورانه مردم
۱۰۳	آسیب شناسی عملکرد کارکنان بانک‌های خصوصی شهرستان جهرم
۱۱۹	بررسی تاثیر فعاليت‌های مدیریت منابع انسانی بر تمایل به کارآفرینی با نقش واسطه‌ای تعهد سازمانی
۱۳۷	موانع کارآفرینی زنان در روستاهای استان خراسان رضوی
۱۵۶	نقش هوش مصنوعی در بازآفرینی مدل‌های کسب و کار نوین: چارچوب مفهومی، فرصت‌ها و چالش‌ها
۱۶۳	زنجیره های تامین جهانی و اقتصاد لجستیک در عصر نوین
۱۷۶	تحلیل تطبیقی اکوسیستم کارآفرینی در ایران و جهان: چالش‌های ساختاری و راهکارهای توسعه
۱۹۰	گفتمان پایداری در شرکتها
۱۹۸	تحلیل نقش نوآوری و استفاده از رسانه‌ها در تاثیر بر کارآفرینی در بستر مجازی
۲۱۱	نقش استارت‌آپ‌ها و نوآوری‌های فناورانه در توسعه کارآفرینی کشاورزی
۲۱۹	نقش توانمندسازی جوامع محلی در توسعه کارآفرینی: مطالعه موردی دهستان کمبل سلیمان چابهار



- ۲۳۶..... بررسی نقش بیمه خرد تعاونی بر توسعه اقتصاد روستایی کشور
- ۲۵۴..... ازشفافیت تا توسعه: نقش قوانین قابل فهم در ارتقای سرمایه‌گذاری جمعی و کارآفرینی اجتماعی
- ۲۶۹..... کارآفرینی سبز و توسعه پایدار در مناطق خشک ایران با تأکید بر مشارکت مردمی: تحلیل SWOT در استان یزد
- ۲۹۰..... از دانش بومی تا کارآفرینی دانش‌بنیان: مطالعه موردی توسعه پایدار گیاهان دارویی در شهر خاش
- ۳۰۲..... بررسی رابطه بین سلامت اجتماعی و کیفیت زندگی کارآفرینان

بررسی تأثیر و اهمیت ویژگیهای کارآفرینان بر ایجاد و توسعه اشتغال

مسلم؛ سلیمان پور استادیار؛ گروه مدیریت بازرگانی؛ دانشگاه پیام نور؛ تهران؛ ایران (نویسنده مسئول)

رضا؛ نوروزی اجیرلو استادیار؛ گروه مدیریت بازرگانی؛ دانشگاه پیام نور؛ تهران؛ ایران

مهديه؛ سرحدی مربی؛ گروه روانشناسی؛ دانشگاه پیام نور؛ تهران؛ ایران

چکیده

سیاست گذاران رابطه بین کارآفرینی و توسعه اقتصادی را شناسایی کرده اند. با این حال، اطلاعات کمی در مورد چگونگی تغییر این رابطه در طول زمان وجود دارد. روش بررسی این مطالعه از نوع توصیفی تطبیقی و کتابخانه ای بود. در این پژوهش محقق به دنبال بررسی تأثیر و اهمیت ویژگیهای کارآفرینان در ایجاد و توسعه اشتغال بود. یافته ها از آنجا که تأثیر و اهمیت ویژگیهای کارآفرینان در ایجاد و توسعه اشتغال اهمیت و ضرورت زیادی شده است. لذا با بررسی منابع و پژوهشهای موجود در زمینه ویژگیهای کارآفرینان به تأثیر و اهمیت ویژگیهای کارآفرینان در ایجاد و توسعه اشتغال به تأیید این موضوع دست یافتیم. به طور کلی تمامی منابع و پژوهشها حاکی از تأثیر و اهمیت ویژگیهای کارآفرینان در ایجاد و توسعه اشتغال بود.

واژگان کلیدی: کارآفرینان، اشتغال، توسعه اقتصادی

۱. مقدمه

نیروهای پویای متعددی، مانند اقتصادهای در حال نوسان یا تغییرات جمعیتی، فرصت ها و تهدیدهای جدیدی را برای سازمان ها به ارمغان آورده و جوامع را در سراسر جهان متحول کرده اند. برای مقابله با این نیروهای متغیر، دولت ها، سازمان های دولتی و خصوصی و عموم مردم بیش از پیش از اهمیت کارآفرینی آگاه شده اند. نقش کارآفرینی در جامعه از پایان قرن گذشته برجسته شده است. کارآفرینی اهمیت دارد زیرا بیش از هر چیز، یک ویژگی انسانی است. در اقتصادهای باز مدرن، کارآفرینی برای رشد و توسعه اقتصادی بیش از هر زمان دیگری اهمیت یافته است. در دهه های گذشته، علاقه فزاینده ای به مفاهیم توسعه اقتصادی و کارآفرینی وجود داشته است. (Ács et al., 2014) محققان به این نتیجه رسیده اند که اگرچه «نظریه توسعه اقتصادی هنوز هم می تواند فاقد یک «نظریه عمومی» از کارآفرینی باشد، نظریه ای که بتواند انواع پیامدهای توسعه را در بر بگیرد، اما پیشرفت هایی در گسترش مفهوم و درک کارآفرینی در توسعه اقتصادی حاصل شده است. (Naudé, 2008) «از سوی دیگر، سازمان های بین المللی، دولت ها و سیاست گذاران توجه بیشتری به عملکرد کارآفرینی در ایجاد توسعه اقتصادی نشان داده اند. کارشناسان اقتصادی رویکرد سنتی خود به توسعه اقتصادی را که عمدتاً مبتنی بر جذب شرکت های بزرگ با انگیزه های مالی و مالیاتی مختلف بود، کنار گذاشته اند. امروزه آنها بیشتر از گذشته به شرکت های کوچک و متوسط و سرمایه گذاری های جدید تکیه می کنند. کارآفرینی به طور گسترده توسط مقامات دولتی در سراسر جهان نه تنها به عنوان "یک مکانیسم کلیدی برای افزایش توسعه اقتصادی، به ویژه در مناطقی که فعالیت کارآفرینی زمانی پر جنب و جوش بود و اکنون عقب مانده است"،

بلکه به عنوان "یک راه حل خوب به رسمیت شناخته می شود زیرا راهی نسبتاً غیر بحث برانگیز برای افزایش کیک ضرب المثلی، ایجاد شغل و افزایش رشد درآمد سرانه فراهم می کند" (شین، ۲۰۰۵، صفحه ۱). به همین دلیل است که "کارآفرینان برای موفقیت به دسترسی به منابع و بازارها نیاز دارند و اینجاست که سیاست های ملی نقش حیاتی ایفا می کنند" (کرسل و لتو، ۲۰۱۲، صفحه ۶)

۲. مفهوم کارآفرینی

کارآفرینی مفهومی چندوجهی است که فراتر از «راه اندازی یک کسب و کار» صرف است. در هسته خود، فرآیند شناسایی، ایجاد و دنبال کردن فرصت ها برای تولید ارزش، معمولاً در شرایط عدم قطعیت، با ترکیب نوآورانه منابع است. درک کارآفرینی از طریق کار چندین اقتصاددان و محقق تأثیرگذار تکامل یافته است.

۱. دیدگاه شومپتری: کارآفرین به عنوان یک نوآور

جوزف شومپتر (۱۹۴۲) شاید تأثیرگذارترین نظریه پرداز در مورد کارآفرینی باشد. او کارآفرین را به عنوان عامل اصلی تغییر و توسعه اقتصادی از طریق فرآیندی که آن را "تخریب خلاق" می نامید، مطرح کرد.

مفهوم: کارآفرین، نوآور است که با معرفی ترکیبات جدید، تعادل های موجود بازار ("جریان دایره ای") را مختل می کند. این ترکیبات جدید، فناوری ها، مهارت ها و سیستم های قدیمی را منسوخ می کنند و در نتیجه، فناوری های قدیمی را از بین می برند و در عین حال، فناوری های جدید را ایجاد می کنند. "وظیفه کارآفرینان اصلاح یا انقلابی کردن الگوی تولید با بهره برداری از یک اختراع یا به طور کلی تر، یک امکان تکنولوژیکی امتحان نشده برای تولید یک کالای جدید یا تولید یک کالای قدیمی به روشی جدید، با گشودن یک منبع جدید تأمین مواد یا یک بازار جدید برای محصولات، با سازماندهی مجدد یک صنعت و غیره است." (شومپتر، ۱۹۴۲)

۲. دیدگاه کرزنری: کارآفرین به عنوان یک دلال

اسرائیل کرزنر دیدگاه متضادی ارائه داد و بر نقش کارآفرین نه به عنوان یک نیروی مخرب، بلکه به عنوان فردی هوشیار که ناکارآمدی های بازار را اصلاح می کند، تمرکز کرد. از نظر کرزنر، جوهره کارآفرینی، هوشیاری نسبت به فرصت های سودآور است. کارآفرین متوجه اختلافات قیمت در بازارهای مختلف (آربیتراژ) می شود یا نیازهای برآورده نشده ای را که دیگران از دست داده اند، تشخیص می دهد. با عمل بر اساس این هوشیاری، بازار را به سمت حالت تعادل سوق می دهد. "کارآفرین تصمیم گیرنده ای است که تمام نقش او از هوشیاری او نسبت به فرصت های تاکنون نادیده گرفته شده ناشی می شود." (کرزنر، ۱۹۷۳)

۳. دیدگاه استیونسون: کارآفرینی به عنوان یک رویکرد مدیریتی

هاوارد استیونسون از دانشکده بازرگانی هاروارد، تعریف مدیریتی پر استنادی ارائه داد که رفتار کارآفرینی را از رفتار اداری متمایز می کند. استیونسون کارآفرینی را "جستجوی فرصت فراتر از منابع کنترل شده" تعریف کرد. این تأکید می کند که کارآفرینان نه با آنچه دارند، بلکه با اقدامات خود تعریف می شوند. آنها با فرصت ها پیش می روند و باید خلاقانه منابعی را که در ابتدا ندارند، تأمین و استفاده کنند. کارآفرینی فرآیندی است که در آن افراد - چه به صورت مستقل و چه در داخل سازمان ها - بدون توجه به منابعی که در حال حاضر در کنترل دارند، فرصت ها را دنبال می کنند. (استیونسون و جاریلو، ۱۹۹۰)

۴. دیدگاه دراکر: کارآفرینی به عنوان یک نظام سیستماتیک

پیتر دراکر با ایده رمانتیک کارآفرینی به عنوان یک استعداد عرفانی یا یک ویژگی شخصیتی مخالفت کرد. او آن را به عنوان یک نظم سیستماتیک و سازمان یافته ارائه داد. مفهوم: کارآفرینی «جادویی نیست، مرموز نیست و هیچ ارتباطی با ژن‌ها ندارد. یک نظم است و مانند هر نظم دیگری می‌توان آن را آموخت.» برای دراکر، این عمل نوآوری هدفمند است و می‌توان آن را در سازمان‌های موجود مدیریت کرد (مفهومی که به عنوان کارآفرینی درون سازمانی شناخته می‌شود) و کارآفرین همیشه به دنبال تغییر است، به آن پاسخ می‌دهد و از آن به عنوان یک فرصت بهره می‌برد (دراکر، ۱۹۸۵)

۳. تحول مفهوم کارآفرینی:

مفهوم کارآفرینی در طول زمان تکامل یافته است:

- دیدگاه اولیه: در قرن ۱۸، اقتصاددانی مانند ریچارد کانتیلون کارآفرین را فردی می‌دانست که کالاها را با قیمتی نامعین خریداری و با قیمتی نامعین می‌فروشد و بنابراین خطرپذیر است.
- شومپتر و "تخریب خلاق": جوزف شومپتر در قرن بیستم، کارآفرین را موتور محرکه توسعه اقتصادی دانست. به باور او، کارآفرین با معرفی نوآوری‌ها، وضعیت موجود بازار را بر هم زده و "تخریب خلاق" ایجاد می‌کند (شومپتر، ۱۹۳۴).
- دیدگاه مدرن: امروزه کارآفرینی تنها به ایجاد کسب و کارهای جدید محدود نمی‌شود و شامل کارآفرینی درون‌سازمانی (ایجاد نوآوری در within سازمان‌های بزرگ)، کارآفرینی اجتماعی (حل مسائل اجتماعی با رویکردهای کارآفرینانه) و کارآفرینی فناورانه می‌گردد.

۴. رابطه بین کارآفرینی و توسعه اقتصادی

در اکثر اقتصادهای توسعه یافته، دو دهه اول پس از جنگ، موفقیتی برای شرکت‌های بزرگ محسوب می‌شد، که تنها شرکتی محسوب می‌شدند که قادر به انطباق خود با اصول جامعه صنعتی بود، اصولی که در شش اصل اساسی بیان شده بود: استانداردسازی، تخصص، هماهنگ‌سازی، تمرکز، حداکثرسازی و تمرکزگرایی. به نظر می‌رسید که شرکت‌های کوچک محکوم به باقی ماندن به عنوان سیندرلای اقتصادها هستند، شاید حتی ترمزی در مسیر توسعه آنها. در آغاز دهه ۱۹۷۰، ادبیات شروع به اشاره به نقش SME ها در اقتصاد کرد. شواهد فراوانی وجود داشت که نشان می‌داد فعالیت اقتصادی در دهه‌های ۱۹۷۰ و ۱۹۸۰ از شرکت‌های بزرگ به شرکت‌های کوچک منتقل شده است. اما آیا این به این معنی بود که شرکت‌های کوچک، مانند داوود تجارت، بر جالوت شرکت‌های بزرگ پیروز شده‌اند؟ در واقع، شرکت‌های کوچک، شرکت‌های جدید و کارآفرینان همیشه آنجا بودند. بنابراین، در اواخر قرن گذشته، این تصور شروع به تغییر کرد. شوماخر (۱۹۷۳) اظهار داشت که سازمان‌های غول‌پیکر و رشد تخصص‌گرایی منجر به ناکارآمدی اقتصادی در سطح کلان اقتصادی، آلودگی و شرایط نامناسب کاری می‌شود و به عنوان جایگزین، سیستمی از فناوری‌های واسطه‌ای مبتنی بر واحدهای تولیدی کوچک را ارائه داد. به نظر می‌رسید که سنت شرکت‌های بزرگ، موفقیت اقتصادی مورد انتظار بشر را به ارمغان نیاورده است (برنز، ۲۰۱۱). در دهه ۱۹۸۰، رکود تورمی و بیکاری بالا باعث افزایش علاقه به اقتصاد طرف عرضه و شناسایی عوامل تعیین‌کننده رشد و توسعه اقتصادی شد.

همزمان، دهه‌های ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰ شاهد ارزیابی مجدد نقش شرکت‌های کوچک و توجه مجدد به کارآفرینی بود (ونکرسند توریچ، ۱۹۹۹). مردم شروع به ارزش قائل شدن برای اهمیت شرکت‌های کوچک و متوسط کردند. در حدود دهه ۱۹۸۰، سهم ویژه‌ای که شرکت‌های کوچک و متوسط در بازار کار داشتند، بسیار بیشتر مورد توجه قرار گرفت، زیرا بیش از ۸۰٪ از کل مشاغل جدید توسط شرکت‌های کوچک (زیر ۵۰۰ کارمند) در ایالات متحده آمریکا ایجاد شد. از آن زمان، این الگو تا به امروز حفظ شده است. از آنجایی که اکثریت قریب به اتفاق شرکت‌ها (۸۰-۹۰٪) شرکت‌های خرد هستند، بوروکراسی را تا حد زیادی کاهش داده‌اند تا اطمینان حاصل کنند که الزامات شرکت‌های کوچک و متوسط در نظر گرفته شده است.

کارآفرینی با افراد، با ویژگی‌ها و اعمال (نقش‌های) خاص خود سروکار دارد. نقش‌های مختلف کارآفرین را می‌توان در دنیای تجارت متمایز کرد. برای بیان ارتباط بین کارآفرینی و رشد و توسعه اقتصادی، می‌توان دو نقش اصلی کارآفرین را مشخص کرد. نقش اول مربوط به «ورود جدید» و نقش دوم مربوط به «تازگی» به طور کلی است. اولاً، کارآفرین بنیانگذار یک کسب و کار جدید است: «... کسی که یک شرکت تجاری جدید را ایجاد و سپس، شاید، سازماندهی و اداره می‌کند، چه در آن اقدامات نوآوری وجود داشته باشد یا خیر». ثانیاً، کارآفرین نقش نوآورانه کلی‌تری را در زندگی اقتصادی ایفا می‌کند: «... کارآفرین به عنوان نوآور - به عنوان کسی که اختراعات و ایده‌ها را به نهادهای اقتصادی قابل دوام تبدیل می‌کند، چه در حین انجام این کار، یک شرکت ایجاد یا اداره کنند یا نه» (ونکرز و توریچ، ۱۹۹۹). بنابراین، تازگی از طریق استارت‌آپ‌ها و نوآوری‌ها از جمله مرتبط‌ترین عواملی هستند که کارآفرینی را به رشد اقتصادی مرتبط می‌کنند. نظریه‌های سنتی تمایل داشتند که کارآفرینی را مانع رشد بدانند تا مشوق آن. اقتصاد کلاسیک بر بهینه‌سازی منابع موجود در یک محیط پایدار تمرکز داشت و هرگونه اختلالی، مانند شرکت‌های جدید کارآفرینی که صنایع کاملاً جدیدی را ایجاد می‌کنند، را به عنوان نیروهای خارجی «فرستاده شده توسط خدا» در نظر می‌گرفت. شومپیتر ارتباط بین کارآفرینی، نوآوری و رشد را ایجاد کرد. اخیراً، نظریه‌های «تکامل صنعتی» کارآفرینی را مستقیماً با رشد اقتصادی مرتبط کرده‌اند. این نظریه‌ها بر تغییر به عنوان عامل اصلی تمرکز دارند و بر نقشی که دانش در ترسیم راهی برای عبور از این مرحله ایفا می‌کند، تأکید دارند. بنابراین، نظریه‌های تکاملی جدید، که توسط شواهد تجربی پشتیبانی می‌شوند، بیان می‌کنند که کارآفرینی به سه دلیل رشد را تشویق می‌کند (برنز، ۲۰۱۱): ۱. با افزایش تعداد شرکت‌ها، رقابت را تحریک می‌کند. در حالی که این امر به خودی خود رشد را افزایش می‌دهد، یک پدیده تجمعی است زیرا رقابت برای پیامدهای خارجی دانش - ایده‌های جدید - نسبت به انحصار محلی، مساعدتر است. و بنابراین، کارآفرینی، کارآفرینی را تشویق می‌کند. ۲. «سرریز دانش» - انتقال دانش از نقاط مبدا به افراد یا سازمان‌های دیگر - را تسهیل می‌کند. سرریز دانش یک مکانیسم مهم زیربنایی رشد درون‌زا و استارت‌آپ‌ها است. به عبارت دیگر، کارآفرینان فرصت‌ها را شناسایی کرده و نوآوری می‌کنند. ۳. این امر باعث ایجاد تنوع و گوناگونی در بین شرکت‌ها در هر مکانی می‌شود. هر شرکت به نوعی متفاوت یا منحصر به فرد است و این بر رشد اقتصادی تأثیر می‌گذارد. در طول زمان، دیدگاه‌های مختلفی در مورد رابطه بین مراحل توسعه اقتصادی و کارآفرینی بیان شده است. در مراحل اولیه توسعه اقتصادی، سهم کارآفرینی نسبت به مراحل بعدی اهمیت کمتری دارد (نوده، ۲۰۱۳). علاوه بر این، کارآفرینی می‌تواند در تمام مراحل مولد، غیرمولد یا مخرب باشد (Baumol, 1990) و در نتیجه، ممکن است بر توسعه اقتصادی به صورت مثبت یا منفی تأثیر بگذارد. به همین دلیل است که مقاله ما یک مدل نظری را پیشنهاد می‌کند که هدف آن پیوند کارآفرینی و توسعه اقتصادی است. تأثیر کارآفرینی در توسعه اقتصادی به قرار زیر است.

۱. نوآوری و پیشرفت تکنولوژیکی

کارآفرینان عوامل اصلی نوآوری هستند. آنها محصولات، خدمات و فرآیندهای جدیدی را معرفی می کنند که بازارهای موجود را مختل کرده و بازارهای جدیدی ایجاد می کنند. این نوآوری هسته اصلی چیزی است که جوزف شومپتر، اقتصاددان، آن را «تخریب خلاق» می نامد، جایی که صنایع و فناوریهای قدیمی با صنایع جدید و کارآمدتر جایگزین می شوند (شومپتر، ۱۹۴۲). شومپتر بیان می کند که فرآیند تخریب خلاق «واقعیت اساسی در مورد سرمایه داری» است. او استدلال می کند که این «واقعیتی نیست که ما نیز از آن آگاه باشیم، اما واقعیت اساسی است.» این انقلاب مداوم از درون ساختار اقتصادی توسط کارآفرین هدایت می شود.

۲. ایجاد شغل و کاهش بیکاری

شرکت های کوچک و متوسط (SME) جدید و در حال رشد، که اغلب سرمایه گذاری های کارآفرینی هستند، بزرگترین ایجادکنندگان خالص شغل در اکثر اقتصادها هستند. در حالی که شرکت های بزرگ و جاافتاده ممکن است خود کارسازی کنند و مشاغل را از بین ببرند، استارت آپ ها و شرکت های بزرگ مقیاس، مسئول سهم نامتناسبی از فرصت های شغلی جدید هستند (آس و آدرچ، ۲۰۱۰) و خاطرنشان می کنند که "یک اجماع عمومی وجود دارد که شرکت های کوچک و جدید سهم نامتناسبی از مشاغل جدید خالص ایجاد شده در اقتصاد را تشکیل می دهند." آنها تأکید می کنند که این امر به ویژه در مورد شرکت های با رشد بالا صادق است.

۳. افزایش رقابت و کارایی بازار

شرکت های کارآفرین، رقابت را در بازارهایی که ممکن است تحت سلطه چند شرکت بزرگ و جاافتاده باشند، ایجاد می کنند. این رقابت منجر به چندین مزیت می شود:

قیمت های پایین تر برای مصرف کنندگان.

تنوع بیشتر کالاها و خدمات.

کیفیت بهبود یافته زیرا شرکت ها تلاش می کنند خود را متمایز کنند.

این افزایش کارایی بازار منجر به تخصیص بهتر منابع و افزایش رفاه اقتصادی کلی می شود.

۴. خلق ثروت و رشد اقتصادی

کارآفرینی موفق، ثروت را برای بنیانگذاران، کارمندان (از طریق حقوق و اختیار خرید سهام) و سرمایه گذاران ایجاد می کند. این ثروت سپس از طریق مصرف و سرمایه گذاری بیشتر در اقتصاد سرمایه گذاری مجدد می شود. در سطح کلان، خروجی ترکیبی همه این سرمایه گذاری های جدید مستقیماً به تولید ناخالص داخلی (GDP) کمک می کند و درآمد ملی را افزایش می دهد.

۵. توسعه جامعه و تغییر اجتماعی

کارآفرینی می تواند جوامع را احیا کند. با راه اندازی کسب و کار در مناطق محروم، کارآفرینان می توانند اشتغال محلی ایجاد کنند، فقر را کاهش دهند و حس توانمندسازی را تقویت کنند. علاوه بر این، کارآفرینی اجتماعی مستقیماً با مدل های کسب و کار نوآورانه و پایدار به مشکلات اجتماعی می پردازد و منجر به توسعه ای می شود که نه تنها اقتصادی، بلکه اجتماعی و زیست محیطی نیز هست (بورن استین و داویس، ۲۰۱۰).

آنها نقش کارآفرینان اجتماعی را تعریف و تشریح می کنند و بیان می کنند که آنها «توسط یک مأموریت اجتماعی هدایت می شوند»

۶. تغییر ساختاری و بسیج منابع

کارآفرینان با انتقال منابع از بخش های سنتی و کم بازده تر به بخش های نوآورانه تر و با رشد بالا، تغییرات ساختاری را در اقتصاد ایجاد می کنند. آنها منابع کم استفاده - از جمله سرمایه، زمین و استعداد های انسانی - را شناسایی کرده و آنها را در ترکیب های مولدی که بازده بالاتری دارند، بسیج می کنند.

کارآفرینی به طور گسترده به عنوان یک کاتالیزور حیاتی برای توسعه اقتصادی شناخته می شود. این صرفاً ایجاد مشاغل جدید نیست، بلکه فرآیندی پویا است که نوآوری را معرفی می کند، رقابت را هدایت می کند

در اصل، کارآفرینی به عنوان موتور عمل می کند که اختراعات و ایده ها را به نوآوری های قابل فروش تبدیل می کند و اثر موجی اشتغال، افزایش تولید و بهره وری بالاتر را ایجاد می کند که در مجموع توسعه اقتصادی را تشکیل می دهند.

در نظریه های غیر اقتصادی از چهار جنبه مختلف ویژگی های کارآفرین و کارآفرینی مورد مطالعه قرار می گیرند که عبارتند از :

۱ نگرش شخصیتی در این نگرش فردی نمودن یا نسبت دادن تمامی فعالیتهای حوزه کارآفرینی به شخص می باشد. به عبارت دیگر هدف شناسایی افرادی است که قادر به تأسیس شرکتهای جدید و موفق شاند در تحقیقات مختلف سعی می شود تا ویژگی مشترک بین کارآفرینان و شرکت های آنها شناسایی شود .

نگرش رفتاری در این نگرش علاوه بر ویژگی های شخصیتی عوامل محیطی و ویژگی های رفتاری فرد شامل تجارب کاری نارضایتی از شغل قبلی الگوی نقش تعداد مشاغل قبلی عضویت در سازمانهای حرفه ای و تجاری، تشویق خارجی آموزش رسمی آموزشهای تخصصی حمایت های جانبی از سوی خانواده یا مدیران قبلی و اعتقاد به اخلاقیات و وجدان کاری مورد توجه قرار دارد .

نگرش کارآفرینی سازمانی در این مورد تأسیس واحدهای نسبتاً مستقل در درون سازمانها که به اعضا اجازه می دهد تا با همان روحیه آزادی عمل و تعهد مشابه شرکتهای کوچک عمل کنند مورد توجه قرار می گیرد .

نگرش کارآفرینی شرکتی اگر یک فرد آغازگر فعالیتهای مخاطره آمیز در شرکت باشد به این فرآیند، کارآفرینی سازمانی و فرد مورد نظر را کارآفرین سازمانی می نامند. اگر کل شرکت و کارکنان دارای روحیه کارآفرینی باشند آن را کارآفرینی شرکتی می نامند. (بهادریان، ۲۰۰۳).

مک کلند (۱۹۶۱) ویژگی های افراد کارآفرین را شامل انگیزه پیشرفت ریسک پذیری کنترل درونی خلاقیت و استقلال طلبی می داند بر اساس تحقیقات انجام شده پرورش ویژگیهای ذکر شده در افراد باعث تقویت قابلیت های کارآفرینی آنان می شود .

برخی تحقیقات نشان میدهند که در افراد قابلهایی وجود دارد که پرورش این قابلهتها موجب کارآفرینی آنان می شود. از مهم ترین این ویژگی ها خلاقیت ریسک پذیری کنترل درونی انگیزه پیشرفت و استقلال طلبی است .

در اکر (۱۹۸۵) معتقد است که خلاقیت و نوآوری با کارآفرینی لازم و ملزوم یکدیگرند به حدی که کارآفرینی بدون خلاقیت و نوآوری حاصلی ندارد. سولومون به نقل از فارسیس، (۱۹۹۹ با بررسی ۱۵۰ کارآفرین به این نتیجه رسید که انگیزه کارآفرینان در شروع به کار تصمیم به خلق چیزهای نو بدیع و متفاوت است و سود اقتصادی انگیزه و محرک اولیه رفتار کارآفرینان نبوده است .

در همین ارتباط شاین (۱۹۹۴) نیز عنوان کرده است که کارآفرینان واقعی مشاغل جدید را بیشتر به دلایل نوآوری و خلاقیت شروع شروع میکنند تا انگیزه های اقتصادی همچنین هوارد (۲۰۰۴) در پژوهشی تأثیر توسعه قابلهتها کارآفرینی استقلال طلبی ، ریسک پذیری انگیزه پیشرفت کنترل درونی و اعتماد به نفس و جسارت خلاقیت را بر کارآفرینی ۴۵۰ نفر از دانش آموزان مورد بررسی قرار داد و به این نتیجه رسید که رابطه مستقیمی بین این قابلهتها و توانایی کارآفرینی افراد وجود دارد .

همچنین ریسال (۱۹۹۲) نیز در پژوهشی خلاقیت و نوآوری را مؤثرترین ویژگی در انجام دادن فعالیتهای کارآفرینانه عنوان کرده است . در پژوهشهای دیگری که در ارتباط با منبع کنترل و کارآفرینی افراد انجام شده است کارآفرینان دارای مرکز کنترل درونی توصیف شده اند. احمد (۱۹۸۵) در پژوهشی نشان داد که افراد کارآفرین دارای کنترل درونی تمایل به ریسک پذیری و انگیزه پیشرفت هستند .

آرشید (۱۳۶۷) در مطالعه ای دیگر نتیجه گرفته است که کارآفرینان موفق دارای منبع کنترل درونی هستند یعنی موفقیت خود را به عواملی چون تلاش کوشش و تواناییهای فردی خود نسبت می دهند .

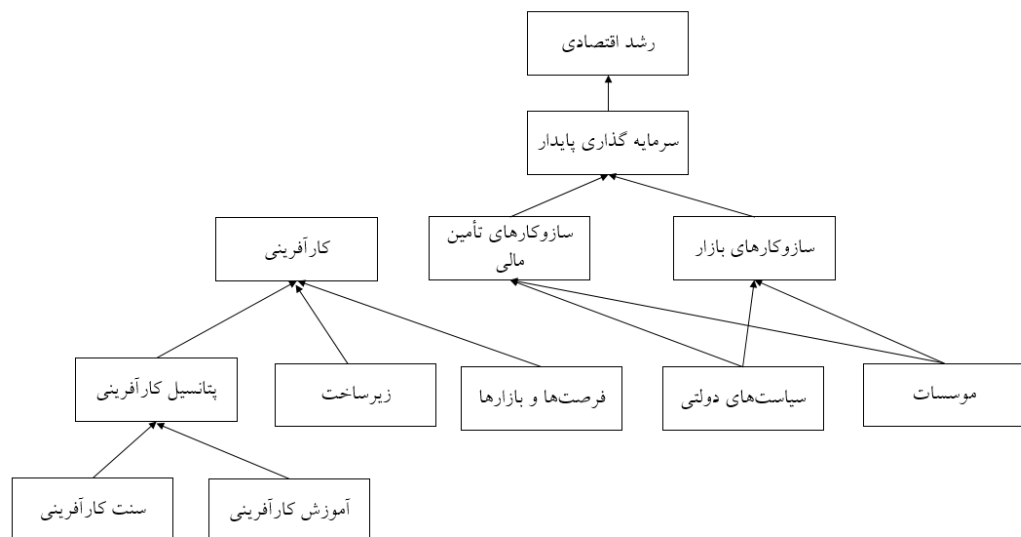
بارانی (۱۳۸۳) در مطالعه ای به بررسی برخی روحیات کارآفرینی در دانشجویان دانشگاه شیراز و مقایسه آن با مدیران صنایع به این نتیجه رسید که مدیران از انگیزه پیشرفت بالاتری نسبت به دانشجویان برخوردارند و ریسک پذیری دانشجویان از مدیران صنایع بالاتر بوده است . همچنین بین ویژگیهای کارآفرینی دانشجویان با جنسیت سن محل تولد و سطح تحصیلات والدین رابطه معناداری وجود ندارد .

در مجموع، کارآفرینی بر توسعه اقتصادی تأثیر می گذارد. اولاً، فرآیند توسعه اقتصادی «نتیجه کلی و ناخواسته مجموعه ای از اقدامات فردی بی شمار اکتشاف کارآفرینی» است (هارپر، ۲۰۰۳، صفحه ۲). نیازی به گفتن نیست که «کارآفرینان می توانند با تسهیل تخصیص مجدد منابع از کاربردهای کم بهره تر به کاربردهای پر بازده تر، به توسعه اقتصادی کمک کنند» (زیرمای و همکاران، ۲۰۱۱، صفحه ۳). کارآفرینی به عنوان یک استراتژی توسعه در محیط اقتصادی در حال تغییر امروز، «به ویژه در دهه گذشته، زمانی که متخصصان متوجه تعداد محدود شرکت های در حال جابجایی و رقابت ناشی از آن برای این مشاغل شدند»، برجسته شده است (والزر، ۲۰۰۹، صفحه ۲). ثانیاً، کارآفرینی «مکانیسم مهمی برای توسعه اقتصادی از طریق اشتغال، نوآوری و رفاه» در نظر گرفته می شود (آکس و سزرب، ۲۰۱۰، صفحه ۵). سوم اینکه، کارآفرینی «تا حد زیادی برای یک اقتصاد رو به رشد ضروری است، زیرا نوآوری های آن تقاضا برای محصولات و خدمات جدیدی را ایجاد می کند که قبلاً در دسترس نبودند» (کرسل و لتو، ۲۰۱۲، صفحه ۶). بنابراین، مقامات دولتی اغلب به دنبال مکانیسم هایی هستند «تا

فعالیت کارآفرینی را در مناطق خود افزایش دهند، چه این مکانیسم‌ها سیاست‌های مالیاتی، یارانه‌های مالی یا ابزارهای دیگر باشند» (شین، ۲۰۰۵، صفحه ۱).

۶. نتیجه گیری:

تمرکز تحقیقات علمی بر موضوع توسعه اقتصادی و کارآفرینی در طول زمان تکامل یافته است. هر دو مفهوم به عنوان موضوعات مهم مطالعه برای محققان در سراسر جهان ثابت شده‌اند. علاوه بر این، رابطه بین توسعه اقتصادی و کارآفرینی علاقه فزاینده‌ای را در توضیح عملکرد اقتصادی از یک دوره تاریخی به دوره دیگر به خود جلب کرده است. کارآفرینی به عنوان یک جنبه فراگیر از فعالیت انسانی، نقش کلیدی در توسعه اقتصادی ایفا می‌کند. امروزه کارآفرینی به طور گسترده توسط دانشگاهیان و متخصصان به عنوان یک عامل اساسی توسعه اقتصادی در سراسر جهان شناخته می‌شود. با این حال، کارآفرینی ممکن است هم به طور مثبت و هم به طور منفی بر توسعه اقتصادی تأثیر بگذارد. تحقیقات ما نتایج تحقیقات دیگر نوده (۲۰۱۳) و اودرچ (۲۰۰۷) را تأیید می‌کند که بیان می‌کنند، بیش از هر زمان دیگری در تاریخ، توسعه اقتصادی و کارآفرینی به شدت به هم پیوسته‌اند. همانطور که مدل نظری ما نشان می‌دهد، ظهور انبوهی از سرمایه‌گذاری‌های موفق ممکن است منجر به توسعه اقتصادی شود. از یک سو، سنت و آموزش کارآفرینی موتورهای پتانسیل کارآفرینی هستند. از سوی دیگر، نهادها، سیاست‌های دولتی و چارچوب قانونی می‌توانند ابتکارات کارآفرینی را تحریک یا مسدود کنند. تحقیقات آینده می‌توانند بنابراین مدل نظری به شرح شکل (۱) ارائه می‌شود.



شکل ۱. مدل نظری پیوند توسعه اقتصادی و کارآفرینی



منابع

- ## آرشید، جعفر (۱۳۶۷) بررسی رابطه بین موفقیت شغلی معلمان و مرکز کنترل پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه تهران
- ## احمد پورداریانی محمود (۱۳۸۰) آیا کارآفرینی شغل جدیدی است ماهنامه تدبیر، شماره ۱۲۰
- ## احمد پورداریانی محمود (۱۳۸۴) کارآفرینی تعاریف نظریات الگوها تهران پردیس چاپ ششم
- ## رضائیان، علی (۱۳۸۰) مبانی سازمان و مدیریت انتشارات سمت چاپ دوم تهران
- ## شاه حسینی علی (۱۳۸۳) کارآفرینی چاپ اول، انتشارات آیین تهران
- ## مقیمی، سید محمود (۱۳۸۳) کارآفرینی در نهادهای جامعه مدنی پژوهشی در سازمانهای غیر دولتی ایران انتشارات دانشگاه تهران و مرکز کارآفرینی دانشگاه تهران
- ## احمدپور داریانی، محمود و مقیمی، سید محمد. (۱۳۹۵). کارآفرینی: مفاهیم، نظریه‌ها و الگوها. انتشارات پردیس.

Acs, Z. J., & Szerb, L. (2013). The Global Entrepreneurship and Development Index 2013. Edward Elgar Publishing.

Acs ZJ, Autio E, Szerb L (2014) National Systems of Entrepreneurship: Measurement Issues and

Ahmad Pur Dariyani M (2003) Entrepreneurship and Its role in nationaleconomy, Proceedings entrepreneurship and developed technologies, University of Tehran, Publications, First edition, Tehran, pp. 53-62 .

Ahmed, S. U. (1985). "Risk-taking Personality, Focus on Control and Entrepreneurship"; Personality and Individual Difference, 6,781-782 .

Akbari K (2003) The role of educationalresearch system in expansion of entrepreneurship and developed technologies, University of Tehran, Firstedition, Tehran, pp. 171-180 .

Behzadian Nejad Q (2003) Necessity of paying attention to entrepreneurship and developed technologies, University of Carland,J.W.Boulton, W.R. and Carland,J.C .

Burns, P., 2011. Entrepreneurship and small business, Palgrave Macmillan, New York, p. 516.

Caisson, M. (1982). The Entrepreneur: An Economic Theory. Totowa, N. J.: Bareness and Nobel



- ## Drucker, P. F. (1985). Innovation and Entrepreneurship. Harper & Row.
- ## Drucker. P. (1985). The Discipline of Innovation. Harvard Business Review, Mey-june- 67-72 .
- ## Faris. S. (1999). "Seeking Entrepreneurial Origins: Are Entrepreneurs Born or Made?" Available at: <http://www.celcee.edu> .
- ## Fry, F. (2001) Entrepreneurship: A PlaninigApproach, Englewood Cliffs Nj: Prentice- Hall .
- ## Gibb, A. (1990). In pursuit of frameworks for the development of growth modelsof the small business. International small business Journal, 19(1), 15-31 .
- ## Harper, D. A., 2003. Foundations of Entrepreneurship and Economic Development, Routledge, London, p. 280.
- ## Hisrich, R. D. (2009). Entrepreneurship. McGraw-Hill.
- ## Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2017). Entrepreneurship (10th ed.). McGraw-Hill Education.
- ## Howard, S. (2004). "Developing Entrepreneurial Potential in Youth: The Effects Entrepreneurial Education and Venture Creation": University of South Florida Repot, 3-17 .
- ## Kirzner, I. M. (1973). Competition and Entrepreneurship. University of Chicago Press.
- ## Kressel, H., Lento, T. V., 2012. "Entrepreneurship in the Global Economy: Engine for Economic Growth", Cambridge University Press, Cambridge, p. 266.
- ## Kressel, H., Lento, T. V., 2012. "Entrepreneurship in the Global Economy: Engine for Economic Growth", Cambridge University Press, Cambridge, p. 266.
- ## Mc Clelland, D. (1961). The Achieving Society: Princeton:
- ## NJ, Van No strand Prokopenko, Joseph & Pavlin, Iger, (1999) Entrepreneurship development in pulliccenterprises, international labour organization
- ## Naudé, W., 2008. Entrepreneurship in Economic Development, UNU-WIDER, Research Paper No. 2008/20, p. 47.
- ## Rissole, R. (1992). A Study of the Characteristics of Entrepreneurs in Indonesia; EDD Dissertation. U.S.A.: George Washington university



- ## Schein, E. H. (1994). "Entrepreneurs: What They're Really Like"; Vocational Education Journal, 64, 80, 42-44 .
- ## Schumacher, E. F., 1973. Small is Beautiful: Economics as if People Mattered", Harper Perennial, New York, p. 352.
- ##Schumpeter, J. A. (1942). Capitalism, Socialism and Democracy. Harper & Brothers.
- ## Shane, S. (ed.), 2005. Economic Development through Entrepreneurship. Government, University and Business Linkages", Edward Elgar, Cheltenham, p. 265.
- ## Stevenson, H. H., & Jarillo, J. C. (1990). A Paradigm of Entrepreneurship: Entrepreneurial Management. Strategic Management Journal, *11*, 17-27.
- ## Szirmai, A., Naudé, W., Goedhuys, M. (eds.), 2011. Entrepreneurship, Innovation, and Economic Development", Oxford University Press, Oxford, p. 256.
- ## Wenekers S., Thurik, R., 1999. Linking Entrepreneurship and Economic Growth, Small Business Economics13, p. 27–55.
- ## Zampetakis, L. A., et al. (2020). Entrepreneurial Behavior and Firm Growth. Journal of Business Research.
- ## Stevenson, H. H., & Jarillo, J. C. (2007). A paradigm of entrepreneurship: Entrepreneurial management. In Entrepreneurship: Concepts, theory and perspective (pp. 155-170). Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg.
- ## Baumol, W. J., 1990. Entrepreneurship: Productive, Unproductive, and Destructive, Journal of Political Economy, 98(5), pp. 893-921.
- ##Shane, S. A. (Ed.). (2007). Economic development through entrepreneurship: Government, university and business linkages. Edward Elgar Publishing.

بررسی نقش میانجی کارآفرینی سازمانی در روابط رهبری تحول‌گرا و عملکرد مالی درک شده

(مورد مطالعه: کارکنان شرکت سهامی مخابرات اهواز)

فاطمه؛ معارفی، استادیار، گروه مدیریت دولتی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران،

رضا؛ رشیدنیا، کارشناسی ارشد، گروه مدیریت دولتی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

چکیده

هدف اصلی این پژوهش، بررسی تأثیر رهبری تحول‌گرا بر عملکرد مالی درک شده کارکنان شرکت سهامی مخابرات اهواز و نقش میانجی کارآفرینی سازمانی در این رابطه است. این تحقیق با رویکرد کمی، از روش پیمایشی استفاده کرده است. جامعه آماری پژوهش ۲۸۵ نفر از کارکنان شرکت مخابرات اهواز بودند که حجم نمونه نهایی با استفاده از فرمول کوکران برای جامعه محدود، ۱۶۴ نفر تعیین و از طریق نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. ابزارهای اندازه‌گیری شامل پرسشنامه‌های استاندارد بود. پایایی ابزارها با ضریب آلفای کرونباخ بالاتر از ۰.۷ برای تمامی متغیرها تأیید شد. تحلیل داده‌ها با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری (SEM) و نرم‌افزار Lisrel انجام شد. نتایج نشان داد که رهبری تحول‌گرا تأثیر مثبت و معناداری بر کارآفرینی سازمانی و عملکرد مالی درک شده دارد و کارآفرینی سازمانی نقش میانجی در رابطه بین رهبری تحول‌گرا و عملکرد مالی درک شده ایفا می‌کند.

واژگان کلیدی: رهبری تحول‌گرا، کارآفرینی سازمانی، عملکرد مالی درک شده، شرکت مخابرات اهواز.

۱. مقدمه

عملکرد مالی مبنایی برای ارزیابی پیشرفت در جهت دستیابی به اهداف از پیش تعیین شده فراهم می‌کند و به سازمان کمک می‌کند تا مناطق ضعیف و قوی را شناسایی کرده و اقدامات آینده خود را ساده کند (کاکائی و همکاران، ۱۴۰۰). یکی از مهمترین مسائل برای تصمیم‌گیرندگان داخلی و بیرونی شرکت‌ها، مسأله ارزیابی عملکرد آنها است. قدیمی‌ترین و مهمترین رویکردهای ارزیابی عملکرد شرکت‌ها، ارزیابی مالی آنها است که غالباً مبتنی بر صورت‌های مالی می‌باشد. تحلیل‌های مالی، اطلاعات گرانبهایی را درباره روندها و نقاط قوت و ضعف شرکت‌ها ارائه می‌کند (شفیعی و همکاران، ۱۳۹۶). عملکرد مالی همواره از جمله موضوع‌های مطرح در مبنای نظری مالی بوده و موجب نگرانی اصلی دست‌اندرکاران کسب و کار است، زیرا دلالت بر سلامت سازمان و بقای آن دارد و می‌تواند ضامن اجرای اهداف سازمان و توسعه و پیشرفت آن باشد. ارزیابی عملکرد مالی شرکت‌ها از مهمترین موضوع‌های مورد توجه سرمایه‌گذاران، اعتباردهندگان، دولت‌ها و مدیران است. عملکرد مالی شرکت را می‌توان در یک مفهوم کلاسیک به عنوان عقایدی تعریف کرد که به شرکت‌ها کمک می‌کنند از بین ابزارها و اهداف بدیل انتخاب‌هایی را داشته باشند، یا به صورت فنی‌تر، وزنی که تصمیم‌گیران شرکت در هنگام تصمیم‌گیری‌های خود به اهداف بدیل نسبت می‌دهند (بابکان و همکاران، ۱۴۰۳). در محیط رقابتی امروزی، سازمان‌ها نیاز دارند که به طور فزاینده‌ای زیرک و انطباق‌پذیر باشند. عملکرد را می‌توان نتیجه قابل اندازه‌گیری تصمیم‌ها و اقدامات سازمان دانست. سنجش عملکرد

عبارت است از فرایند کمی نمایی عملکرد واحد تجاری که با استفاده از مجموعه‌ای از معیارها انجام می‌پذیرد؛ عملکرد مالی دربرگیرنده بازده منابع تحت کنترل واحد تجاری است که نشان می‌دهد یک واحد تجاری تا چه میزان در به کارگیری منابع خود موفق بوده است (نصراللهی و همکاران، ۱۳۹۵). دیدگاه عملکرد مالی نمایانگر آن است که یک سازمان تا چه میزان به اهداف مالی خود رسیده است؛ به عبارت دیگر، سازمان چگونه می‌تواند پاسخگوی سهامداران خود باشد (فخاری و فلاح پور، ۱۳۹۶). عملکرد مالی نشان‌دهنده کارایی و اثربخشی واحد تجاری در دستیابی به اهداف است. اثربخشی بیانگر اتخاذ تصمیمات صحیح به منظور دستیابی هدف خاص شرکت است. کارایی نسبت بازده به ستانده را نشان می‌دهد. دستیابی به بازده بهینه با میزان ورودی مناسب و افزایش عملکرد مالی برای شرکت جهت جذب سرمایه‌گذاران ضروری است. صورت‌های مالی منتشر شده توسط شرکت نشان‌دهنده عملکرد مالی شرکت است و سرمایه‌گذاران و مدیران از این گزارش‌ها برای اتخاذ تصمیمات سرمایه‌گذاری استفاده می‌کنند (صراف و بشارت پور، ۱۴۰۱).

نظریه رهبری تحول‌گرا نخست توسط برنز (۱۹۸۷) به منظور تمایز رهبران رابطه محور از رهبران متمرکز بر مبادله به وجود آمد (قائد امینی هارونی و همکاران، ۱۴۰۱). رهبری تحول‌گرا سبکی از رهبری است که رهبر بر باورها، ارزش‌ها و اهداف پیروان نفوذ می‌کند و تأثیر فوق‌العاده‌ای بر آنان می‌گذارد (فتحی زاده و همکاران، ۱۳۹۸). یکی از عواملی که نوآوری را تحت تأثیر قرار می‌دهد رهبری است. رهبری تحول‌گرا، یکی از انواع رهبری است که در آن رهبران، زیردستان خود را فراتر از علاقه‌مندی‌های زودگذر از طریق نفوذ آرمانی، انگیزش الهام‌بخش، تحریک ذهنی و ملاحظات فردی حرکت می‌دهند تا از منافع شخصی خود فراتر رفته و منافع سازمانی را در نظر بگیرند. رهبران تحول‌گرا بر موفقیت، خودشکوفایی و رفاه پیروان تأثیر می‌گذارند (دهقان و همکاران، ۱۴۰۰). رهبری تحول‌گرا فرآیندی است که در آن رهبران و پیروان همواره در تلاشند تا توان روحی و قوای انگیزشی یکدیگر را به سطح بالاتری ارتقا دهند؛ این پدیده، متقابل و دو جانبه است. رهبری تحول‌گرا یک شیوه رهبری منحصر به فرد است که می‌تواند بر ارزش‌های اخلاقی کارمندان تأثیر بگذارد به گونه‌ای که آنان تمایل به عملکرد بهتر داشته باشند (بردبار و همکاران، ۱۳۹۷). رهبری تحول‌گرا بینش روشن را برقرار کرده، اعتماد ایجاد می‌کند و اثربخشی سازمانی را تقویت می‌نماید (معینی کربکنندی و طبرسا، ۱۴۰۲). در اکثر سازمان‌ها، سبک‌های رهبری تحول‌گرا با ایجاد انگیزش و ارضای نیازهای سطوح بالاتر (مانند خودشکوفایی) موجب خلاقیت و نوآوری می‌شود. رهبران تحول‌گرا می‌توانند شرایط نوآوری را فراهم آورند تا خلاقیت کارمند ارتقا یابد و رهبری در موفقیت یا شکست یک سازمان تأثیر به‌سزایی دارد (عظیمی و همکاران، ۱۴۰۳).

رقابت شدید بین سازمان‌ها، آنها را وادار به نوآوری مستمر می‌نماید. سازمان‌ها دیگر نمی‌توانند تنها با اجرای چند طرح کارآفرینانه به رقابت چابک فائق آیند، بلکه باید شرایطی را فراهم کنند تا همه کارکنان بتوانند به طور فردی یا گروهی و از طریق کارآفرینی سازمانی، فعالیت‌های کارآفرینانه خود را به اجرا درآورند تا قادر باشند به شرایط متغیر عکس‌العمل نشان دهند (الماسی و همکاران، ۱۳۹۸). مفهوم کارآفرینی سازمانی به دلیل آنکه می‌تواند بر عملکرد مالی و غیرمالی بنگاه‌ها کمک کند، شناخته شده است. کارآفرینی سازمانی فرایندی است که افراد در داخل سازمان به دنبال فرصت‌هایی هستند که مستقل از منابع آن سازمان می‌باشد (ناهدی و همکاران، ۱۳۹۲). همچنین این مفهوم عبارت است از شناسایی و بهره‌برداری از یک فرصت به شیوه‌ای جدید که به موفقیت و تحقق اهداف سازمانی منجر خواهد شد (سیف الهی و حسن زاده، ۱۴۰۱). کارآفرینی سازمانی به معنای اجرای فرایند کارآفرینی در داخل سازمان با ویژگی‌هایی همچون پشتکار، ریسک‌پذیری، خلاقیت و نوآوری است که طی آن گروهی از افراد درون سازمان به موتور توسعه آن تبدیل می‌شوند (قلی پور و همکاران، ۱۳۹۹). کارآفرینی سازمانی زمانی رخ می‌دهد که سازمان از طریق رفتارهای نوآورانه برای بهره‌برداری از فرصت‌های مرتبط با محصول و بازار تلاش کند و فعالیت‌های آن، کشف فرصت‌های جدید و قابلیت‌های مورد نیاز برای موفقیت را تسهیل می‌بخشد (اکبری مرتضی و همکاران، ۱۳۹۶). کارآفرینی سازمانی به عنوان فرآیند تقویت توانایی سازمان در به‌دست آوردن و استفاده از مهارت‌های نوآورانه اعضا در

نظر گرفته می شود تا بتواند با ایجاد راه حل های منحصر به فرد و پذیرش خطر عدم موفقیت، به شرایط محیطی پاسخ دهد (مرادی و همکاران، ۱۴۰۰).

نتایج متعدد پژوهشی نشان می دهند که سبک رهبری بر ارتقای عملکرد مالی درک شده شرکت تأثیرگذار است. همینطور شواهد محکمی وجود دارد که رهبری تحول گرا، پیشایند مهمی برای تقویت کارآفرینی سازمانی محسوب می شود. کارآفرینی سازمانی نیز به نوبه خود، در بهبود عملکرد مالی شرکت ها ایفای نقش می کند. کاتساروس و همکاران (۲۰۲۰) بر اهمیت رهبری در تقویت عملکرد مالی شرکت تأکید می کنند؛ آنها بیان می دارند که چگونه سبک رهبری بر آمادگی کارکنان برای تغییر تأثیر می گذارد؛ همچنین، تأیید می کنند که آمادگی کارکنان نقش میانجی در رابطه بین رهبری و عملکرد مالی شرکت ایفا می کند (Katsaros, 2020). نتایج پژوهش پت و همکاران (۲۰۲۵) نشان می دهد که رهبری توانمند ساز تأثیر مستقیم بر عملکرد مالی دارد (Pett et al., 2025). نتایج مطالعه آنگرینی، سانتوسو (۲۰۲۵) نشان می دهد که سبک رهبری تحول آفرین تأثیر قابل توجهی بر عملکرد کارکنان دارد. در این مطالعه ابعاد نفوذ آرمانی، انگیزه الهام بخش و ملاحظات فردی امتیاز بسیار خوبی را در این رابطه کسب کردند (Anggraeni and Santoso, 2025). ناجا و اونگکو احمد (۲۰۲۴) دریافته اند یک ارتباط مثبت و معنادار بین رهبری انگیزشی و عملکرد مالی وجود دارد (Naja, and ungu Ahmad, 2024). نتایج مطالعه سوزانتینا و همکاران (۲۰۲۳) نشان می دهد که رهبری تحول آفرین، نیروی محرکه ای برای نوآوری در حوزه مدیریت کارآفرینی است. رهبری تحول آفرین، از طریق توانایی خود در ارائه الهام، انگیزه و راهنمایی به تیم ها، محیطی را ایجاد می کند که خلاقیت را پرورش می دهد. این امر نه تنها به دستیابی به اهداف فعلی مرتبط است، بلکه به شکل دهی آینده سازمان نیز کمک می کند (Susantinah et al., 2023). نتایج مطالعه الدوغان (۲۰۲۳) نشان دهنده تأثیر مثبت و معنادار رهبری تحول آفرین و خلاقیت بر عملکرد سازمانی است (Al Doghan, 2023). بر اساس نتایج مطالعه تونگیای و پوتیپیرون (۲۰۲۲) رهبری کارآفرینانه، تأثیر غیر مستقیمی بر عملکرد مالی شرکت های کوچک و متوسط دارد (Thongyai and Potipiroon, 2022). پژوهان و همکاران (۲۰۲۴) نشان دادند که رهبری تحول آفرین بر کارآفرینی سازمانی تأثیر مثبت و معناداری دارد (Pazhouhan et al., 2024). نتایج مطالعه دات و همکاران (۲۰۲۲) نشان داد که کارآفرینی رابطه مثبت و معناداری با عملکرد مالی بانک ها دارد (Dat et al., 2022). بر اساس یافته های تحقیق قره چا اوغلو و همکاران (۲۰۱۳) مشخص شد که ابعاد اصلی کارآفرینی شرکتی که ترکیبی از نوآوری، ریسک پذیری و پیشگامی است، با عملکرد مالی شرکت ها رابطه و تعامل مثبت دارد (Karacaoglu, 2013). بر این اساس فرضیه های پژوهش به این شکل تدوین گردید:

رهبری تحول گرا بر کارآفرینی سازمانی تأثیر مثبت و معناداری دارد.

رهبری تحول گرا بر عملکرد مالی درک شده تأثیر مثبت و معناداری دارد.

کارآفرینی سازمانی بر عملکرد مالی درک شده تأثیر مثبت و معناداری دارد.

کارآفرینی سازمانی نقش میانجی در رابطه بین رهبری تحول گرا و عملکرد مالی درک شده ایفا می کند.

۲. مواد و روش ها

تحقیق حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر شیوه گردآوری داده‌ها پیمایشی بود. جامعه آماری مورد مطالعه را کلیه کارکنان شرکت سهامی مخابرات اهواز با تعداد کل ۲۸۵ نفر تشکیل دادند. بر اساس فرمول کوکران برای برآورد حجم نمونه در جوامع محدود، حجم نمونه نهایی مورد تجزیه و تحلیل ۱۶۴ نفر تعیین گردید. فرآیند نمونه‌گیری با به کارگیری روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انجام شد. در سطح مبانی نظری و پیشینه، داده‌ها از طریق روش کتابخانه‌ای گردآوری و ساماندهی شدند. برای سنجش متغیرهای تحقیق، از پرسشنامه‌های استاندارد و معتبر علمی استفاده شد. روایی محتوایی ابزارها از طریق ارزیابی و تأیید نظرات متخصصان و خبرگان حوزه‌های مرتبط مورد سنجش قرار گرفت. برای سنجش پایایی پرسش نامه‌ها از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد که مقادیر حاصل برای تمام متغیرهای مورد سنجش، بیشتر از ۰.۷ به دست آمد و بدین ترتیب پایایی ابزار اندازه‌گیری تأیید شد. داده‌های پژوهش پس از کدگذاری، ابتدا با نرم‌افزار SPSS برای آمار توصیفی و ارزیابی‌های اولیه پردازش شدند. سپس، آزمون فرضیه‌ها و ارزیابی برازش مدل از طریق مدل‌سازی معادلات ساختاری (SEM) با به کارگیری نرم‌افزار Lisrel صورت پذیرفت.

۳. نتایج

ویژگی‌های توصیفی جامعه آماری به شرح زیر به دست آمد:

ساختار افراد پاسخ‌دهنده شامل ۱۶۴ نفر است که توزیع جنسیتی آن‌ها به طور غالب با ۸۸.۴٪ مرد در مقابل ۱۱.۶٪ زن مشخص می‌شود. بیشترین تراکم سنی با ۲۹.۳٪ در محدوده ۳۹ تا ۴۶ سال مشاهده می‌گردد. در رابطه با وضعیت تأهل، ۷۵٪ از افراد متأهل و ۲۵٪ مجرد هستند. از منظر تحصیلات، ۴۸.۸٪ دارای مدرک کارشناسی و ۳۴.۱٪ دارای مدرک کارشناسی ارشد یا بالاتر می‌باشند. همچنین، سابقه کار افراد نشان می‌دهد که ۳۴.۱٪ از پاسخ‌دهندگان دارای ۲۱ سال سابقه یا بیشتر هستند، در حالی که سوابق کمتر از ۵ سال تنها ۱۰.۴٪ از کل را تشکیل می‌دهد.

۳-۱. برازش مدل

به منظور ارزیابی برازندگی مدل تحقیق، از مجموعه شاخص‌های نیکویی برازش استفاده گردید. نتایج نشان داد که مقادیر شاخص‌هایی نظیر نسبت کای‌دو به درجه آزادی (کمتر از ۳) و ریشه میانگین مجذورات خطای تقریب (RMSEA) (کمتر از ۰.۰۸)، در محدوده مورد تأیید قرار دارند. این یافته‌ها، نشان‌دهنده برازش مطلوب در چارچوب پژوهش است.

۳-۲. آزمون فرضیه‌ها

در فرضیه اول پژوهش ادعا شده که رهبری تحول‌گرا بر کارآفرینی سازمانی تأثیر مثبت و معناداری دارد. با توجه به آماره t برابر با (۱۸/۴۷) که بزرگتر از ۱/۹۶ است، این فرضیه تأیید شده است. همچنین مقدار ضریب استاندارد مسیر که برابر با (۰/۸۶) است، نشان می‌دهد که تأثیر رهبری تحول‌گرا بر کارآفرینی سازمانی مثبت و قوی بوده و با افزایش رهبری تحول‌گرا، کارآفرینی سازمانی نیز افزایش می‌یابد.

در فرضیه دوم پژوهش ادعا شده که رهبری تحول‌گرا بر عملکرد مالی درک شده تأثیر مثبت و معناداری دارد. با توجه به آماره t برابر با (۵/۹۰) که بزرگتر از ۱/۹۶ است، این فرضیه تأیید شده است. همچنین مقدار ضریب استاندارد مسیر که برابر با (۰/۴۸) است، نشان می‌دهد که تأثیر رهبری تحول‌گرا بر عملکرد مالی درک شده مثبت و معنادار است.

در فرضیه سوم پژوهش ادعا شده که کارآفرینی سازمانی بر عملکرد مالی درک شده تأثیر مثبت و معناداری دارد با توجه به آماره t برابر با (۴/۷۵) که بزرگتر از ۱/۹۶ است، این فرضیه تأیید شده است. همچنین مقدار ضریب استاندارد مسیر که برابر با (۰/۳۷) است، نشان می‌دهد که تأثیر کارآفرینی سازمانی بر عملکرد مالی درک شده مثبت و معنادار است.

در فرضیه اصلی پژوهش ادعا شده که رهبری تحول‌گرا بر عملکرد مالی درک شده از طریق نقش میانجی کارآفرینی سازمانی تأثیر دارد. برای تأیید این نقش میانجی، مقدار t سوبل باید خارج از بازه معناداری (۱/۹۶ تا -۱/۹۶) قرار گیرد. با توجه به مقدار t سوبل برابر با (۲/۹۹) که خارج از بازه مذکور است، این فرضیه تأیید شده است. این نتیجه بیانگر آن است که نقش میانجی متغیر کارآفرینی سازمانی در رابطه بین رهبری تحول‌گرا و عملکرد مالی درک شده تأیید می‌گردد و اثر کلی این رابطه مثبت است.

۴. بحث، نتیجه‌گیری

نتایج این پژوهش نشان داد که فرضیه‌های مطرح شده مورد تأیید قرار گرفته‌اند. این تأیید، بر اهمیت و نقش محوری متغیرهای مورد مطالعه (رهبری تحول‌گرا، کارآفرینی سازمانی و عملکرد مالی درک شده) در بستر شرکت سهامی مخبرات اهواز تأکید دارد. تحلیل مدل ساختاری، روابط قوی و معناداری را میان این سازه‌ها آشکار ساخته است.

قوی‌ترین رابطه مشاهده شده در مدل تحقیق، مربوط به تأثیر رهبری تحول‌گرا بر کارآفرینی سازمانی که با ضریب مسیر قابل توجه ۰.۸۶ اندازه‌گیری شد. این ضریب مسیر بالا نشان‌دهنده یک وابستگی قوی و اساسی است. این یافته قویاً تأیید می‌کند که سبک مدیریتی تحول‌گرا، عاملی اساسی و پیش‌نیاز برای تقویت روحیه نوآوری، ریسک‌پذیری و فعالیت‌های کارآفرینانه در میان کارکنان سازمان است. رهبرانی که با ارائه چشم‌انداز الهام‌بخش، توجه فردی و تحریک فکری، محیطی امن و محرک برای بروز ایده‌های جدید فراهم می‌آورند، مستقیماً موجب افزایش سطح کارآفرینی در سطوح مختلف شرکت می‌شوند. به عبارت دیگر، رهبری تحول‌گرا بستر لازم برای تبدیل شدن سازمان به یک واحد فعال و خلاق را فراهم می‌آورد.

بر اساس نتایج آزمون فرضیه‌ها تأثیر مستقیم رهبری تحول‌گرا بر عملکرد مالی درک شده نیز تأیید شد. ضریب مسیر برای این رابطه ۰.۴۸ اندازه‌گیری شد. این نشان می‌دهد که صرف نظر از کانال‌های غیرمستقیم، خود سبک مدیریتی تحول‌گرا به دلیل افزایش انگیزه، تعهد و کاهش فرسایش شغلی، تأثیر مثبتی بر نتایج مالی درک شده سازمان دارد.

دیگر یافته این پژوهش تأیید تأثیر کارآفرینی سازمانی بر عملکرد مالی درک شده بود. ضریب مسیر این رابطه ۰.۳۷ ثبت شد. این بدان معناست که سازمان‌هایی که در آن‌ها فرهنگ کارآفرینی نهادینه شده است (از طریق ارائه محصولات و خدمات جدید، بهینه‌سازی فرآیندها و جستجوی فرصت‌های جدید)، به طور قابل ملاحظه‌ای موفقیت مالی بیشتری کسب می‌کنند.



مهم‌ترین یافته این پژوهش، تأیید نقش کارآفرینی سازمانی به عنوان متغیر میانجی بین رهبری تحول‌گرا و عملکرد مالی درک شده بود. این یافته به صورت قطعی نشان می‌دهد که بخش قابل توجهی از تأثیر مثبت رهبری تحول‌گرا بر نتایج مالی سازمان، از مسیر فعال‌سازی پتانسیل‌های کارآفرینی کارکنان می‌گذرد. به زبان مدل‌سازی معادلات ساختاری، رهبری تحول‌گرا محیطی را ایجاد می‌کند که در آن کارآفرینی سازمانی شکوفا می‌شود و این شکوفایی کارآفرینی است که به طور مؤثرتری عملکرد مالی درک شده سازمان را بهبود می‌بخشد. اگرچه تأثیر مستقیم وجود دارد، اما تحلیل میانجی نشان می‌دهد که رهبران تحول‌گرا در شرکت مخابرات اهواز، بیش از آنکه مستقیماً بر سود کوتاه مدت تمرکز کنند، با ایجاد انگیزه نوآوری، سازمان را برای رشد مالی پایدار آماده می‌سازند.

فهرست منابع

- ## الماسی، س.، عیدی، ح.، عباسی، ه. و زردشتیان، ش. (۱۳۹۸). بررسی تاثیر انعطاف استراتژیک بر کارآفرینی سازمانی با نقش میانجی یادگیری سازمانی (مورد مطالعه: ادارات ورزش و جوانان غرب کشور). مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش، ۶(۲)، ۱۰۱-۱۱۶.
- ## اکبری، م.، دانش، م.، سخدری، ک.، و دولتشاه، پ. (۱۳۹۶). تأثیر آمادگی سازمان برای کارآفرینی سازمانی بر عملکرد مالی و عملکرد نوآوری سازمانها: نقش میانجی گرایش کارآفرینانه. مدیریت توسعه فناوری، ۵(۲)، ۱۲۳-۱۴۶.
- ## بابکان، م.، کلانتری، م.، و اسکندری، ع. (۱۴۰۳). بررسی تأثیر عملکرد مالی و غیرمالی شرکت بر شهرت شرکت با تاکید بر نقش چابکی نیروی کار. چشم انداز حسابداری و مدیریت، ۷(۸۹)، ۱-۲۳.
- ## بردبار، غ.، صفری شاد، ف.، رحیمی، ا.، و عباسی رستمی، ن. (۱۳۹۷). بررسی تأثیر رهبری تحول گرا بر خود رهبری و فرسودگی شغلی کارکنان. پژوهش های روانشناختی در مدیریت، ۴(۲)، ۹۳-۱۲۳.
- ## دهقان، م.، موقر، م.، و حسینی، ا. ح. (۱۴۰۰). بررسی تأثیر رهبری تحول گرا بر رفتار نوآورانه با تأکید بر نقش میانجی رفتار پیشاهنگی. ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، ۱۰(۴)، ۸۷-۱۱۲.
- ## سیف الهی، ن.، و حسن زاده، ت. (۱۴۰۱). بررسی تأثیر رهبری دانش بر کارآفرینی سازمانی، نقش میانجی گر نوآوری سازمانی. مهارت آموزی، ۱۱(۴۱)، ۱۲۱-۱۳۸.
- ## شفیع، ش.، زارعیان، ح.، و براخاص قرمیش، ح. (۱۳۹۶). تأثیر هوش تجاری بر عملکرد مالی از طریق نوآوری و موفقیت برند (مطالعه موردی: باشگاه های خصوصی ورزشی شهر رشت). مطالعات مدیریت ورزشی، ۹(۴۱)، ۱۲۷-۱۴۶.
- ## راف، ف.، بشارت پور، ف.، علی اکبری، م.، ا.، و پرتوی، ر. (۱۴۰۱). تأثیر بازده سهام و عملکرد مالی بر رابطه بین حاکمیت شرکتی و ارزش شرکت. مطالعات حسابداری و حسابرسی، ۱۱(۴۳)، ۲۱-۳۶.
- ## عظیمی، ح.، پیرایش، ر.، و کرمی، ف. (۱۴۰۳). تأثیر رهبری تحول گرا بر عملکرد مالی با نقش میانجی نوآوری سازمانی و آمادگی عملکردی. مدیریت نوآوری در سازمان های دفاعی، ۷(۱)، ۱-۲۶.
- ، و فلاح پور، ف. (۱۳۹۶). بررسی اثر میانجی عملکرد مالی بر رابطه میان مسئولیت پذیری اجتماعی و ارزش افزوده بازار در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. چشم انداز مدیریت مالی، ۷(۲۰)، ۹۷-۱۱۴.
- ## فتحی زاده، ش.، حسینی، م.، و قلاوندی، ح. (۱۳۹۸). بررسی تأثیر رهبری تحول گرا و معنویت بر تمایل به ترک خدمت و رضایت شغلی با میانجی گری تاب آوری، سازگاری شغلی و درگیری شغلی. روان پرستاری، ۷(۵)، ۱-۹.
- ## قائد امینی هارونی، ع.، صادقی ده چشمه، م.، بابائی فارسانی، م.، و مالکی فارسانی، غ. ر. (۱۴۰۱). تأثیر رهبری تحول گرا بر نگرش به تغییر با نقش میانجی نوآوری سازمانی و یادگیری سازمانی (مورد مطالعه: اعضای هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب). پژوهش های روانشناختی در مدیریت، ۸(۲)، ۱۵۵-۱۷۶.

- ##قلی پور، و.، فراشاد، م.، و زارع، ش. (۱۳۹۹). بررسی ارتباط متقابل نوآوری سازمانی با کارآفرینی سازمانی و تأثیر آن بر بهبود یادگیری سازمانی. چشم انداز حسابداری و مدیریت، ۳(۳۲)، ۶۶-۸۹.
- ##کاکائی، ح.، مظاهری، م.، عباسی، غ. ر.، و هنرمند، ح. (۱۴۰۰). تحلیل اقدامات مدیریت مالی بر عملکرد مالی شرکت های پذیرفته شده بورس اوراق بهادار. پژوهشنامه اقتصاد و کسب و کار، ۱۲(۲۳)، ۱۳-۲۲.
- ##معینی کربکندی، م.، و طبرسا، غ. ع. (۱۴۰۲). تأثیر رهبری تحول گرا بر تعلق خاطر کاری: نقش میانجی توانمندسازی ساختاری. مطالعات مدیریت بهبود و تحول، ۳۲(۱۰۷)، ۴۵-۷۴.
- ##مرادی، ن.، رضائیان، ع.، و حمیدی فر، ف. (۱۴۰۰). بررسی عوامل اثرگذار بر کارآفرینی سازمانی با رویکرد بداهه پردازی در شهرداری تهران. اقتصاد و برنامه ریزی شهری، ۲(۳)، ۱۲۲-۱۳۳.
- ##مشکاتی، ح.، و سمیعی، ا. (۱۴۰۲). بررسی تأثیر ساختار بدهی بر عملکرد مالی شرکت ها در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار. کنکاش مدیریت و حسابداری، ۲(۳)، ۹۸-۱۱۸.
- ##ناهید، م.، زالی، م. ر.، حسین زاده، م.، و ساجدینیا، ف. (۱۳۹۲). بررسی تأثیر جو کارآفرینی سازمانی بر نوآوری (مورد مطالعه: پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی). فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، ۶(۳)، ۴۷-۶۶.
- ##نصراللهی، م.، فتحی، م.، و نظری، ح. (۱۳۹۵). بررسی تأثیر مدیریت کیفیت جامع بر عملکرد مالی شرکت های شهرک صنعتی البرز استان قزوین: نقش میانجی قابلیت یادگیری سازمانی و نوآوری. بررسی های بازرگانی، ۱۴(۸۱)، ۴۳-۶۲.

References

- ##Al Doghan, M. A., Channa, A., Abdelwahed, N. A. A., & Soomro, B. A. (2023). Role of Transformational Leadership and Social Entrepreneurship in Achieving Enterprise Performance: Taking Creativity as a Mediator. *Journal of Law and Sustainable Development*, 11(12), e2188-e2188.
- ##Anggraeni, A. D., & Santoso, B. (2025). Exploring the Effects of Transformational Leadership on Employee Outcomes and Regional Financial Growth in Gunung Kidul Tourism. *International Journals of Energy Economics and Financial Analysis (IJEEFA)*, 1(2), 27-34.
- ##Dat, N. M., Dai, N. Q., & Bich, P. N. (2022). The impact of corporate social responsibilities (CSR) Anggraeni, A. D., & Santoso, entrepreneurship, and financial factors on the financial performance of the banks in ASEAN countries. *Contemporary Economics*, 16(2), 227-240.
- ##Karacaoglu, K., Bayrakdaroglu, A., & San, F. B. (2013). The impact of corporate entrepreneurship on firms' financial performance: Evidence from Istanbul Stock Exchange Firms. *International Business Research*, 6(1), 163.
- ##Katsaros, K. K., Tsirikas, A. N., & Kosta, G. C. (2020). The impact of leadership on firm financial performance: the mediating role of employees' readiness to change. *Leadership & Organization Development Journal*, 41(3), 333-347.



##Naja, W. A. R., & ungu Ahmad, U. N. (2024). The impact of strategic leadership styles on financial performance in Libyan oil and gas industry. *Journal of Law and Sustainable Development*, 12(2), e3302-e3302.

##Pazhouhan, A., Behvar, S., & Malekpur, Z. (2024). Analyzing the Impact of Organizational Entrepreneurship on Transformational Leadership Style with Regard to the Mediating Role of Organizational Learning. *Public Management Researches*, 17(63), 301-326.

##Pett, T., Haddad, G., & Nagpal, G. (2025). Does empowering leadership affect SMEs' sustainability performance through knowledge transfer?. *European Management Journal*, 43(2), 211-221.

##Susantinah, N., Jusman, I. A., & Ardi, M. (2023). Transformational Leadership Dynamics and Its Influence on Innovation in the Realm of Entrepreneurial Management. *Journal of Contemporary Administration and Management (ADMAN)*, 1(3), 245-250.

##Thongyai, K., & Potipiroon, W. (2022). How entrepreneurial leadership enhances the financial performance of small and medium enterprises: the importance of intellectual capital and innovation capabilities. *ABAC Journal*, 42(2), 172.

Investigating the Mediating Role of Organizational Entrepreneurship in the Relationship between Transformational Leadership and Perceived Financial Performance (Case Study: Employees of Ahvaz Telecommunication Company)

Fateme Maarefi1*, Reza Rashidnia2

1 Assistant Professor, Department of Public Administration, Payame Noor University, Tehran, Iran
maarefi@pnu.ac.ir

2 Master's Graduate Department of Public Administration, Payame Noor University, Tehran, Iran
r.rashidnia@cra.ir



Abstract

The main objective of this research was to investigate the effect of Transformational Leadership on employees' Perceived Financial Performance at Ahvaz Telecommunication Company and the mediating role of Organizational Entrepreneurship in this relationship. Employing a quantitative approach, this study utilized a survey method. The statistical population consisted of 285 employees of the Ahvaz Telecommunication Company, from which the final sample size was determined to be 164 individuals using Cochran's formula for a finite population and selected through simple random sampling. Measurement tools included standard questionnaires. The reliability of the instruments was confirmed with Cronbach's Alpha coefficients exceeding 0.7 for all variables. Data analysis was performed using Structural Equation Modeling (SEM) via Lisrel software. The results indicated that Transformational Leadership has a positive and significant effect on both Organizational Entrepreneurship and Perceived Financial Performance, and Organizational Entrepreneurship plays a mediating role in the relationship between Transformational Leadership and Perceived Financial Performance.

Keywords :Transformational Leadership, Organizational Entrepreneurship, Perceived Financial Performance, Ahvaz Telecommunication Company

نقش دانشگاهها در کارآفرینی

راضیه؛ زارعی؛ هیات علمی دانشگاه پیام نور؛

چکیده

کارآفرینی؛ مفهومی است که همواره همراه بشر بوده و به عنوان یک پدیده نوین نقش موثری را در توسعه و پیشرفت اقتصادی کشورها داشته است به طوری که در اقتصاد رقابتی و مبتنی بر بازار امروزه دارای نقش کلیدی است از این رو تضمین حیات و بقا کشورها نیازمند نوآوری؛ ابداع و خلق محصولات و خدمات جدید میباشد. از اینرو اقتصاددانان برای نخستین بار در نظریه های خود به تشریح کارآفرین و کارآفرینی پرداختند.

توسعه کارآفرینی از ضروریات عصر حاضر است. یکی از ارگانهای که رسالت جامعه پذیری افراد را بر عهده دارد دانشگاه است. دانشگاههای کشور به عنوان سازمانی پیچیده رسالت تربیت متخصصان جامعه را جهت تصدی مشاغل مختلف بر عهده دارند. آنان با در اختیار داشتن مهمترین منبع توسعه همان سرمایه های انسانی در قالب دانشجو؛ استاد و ابزار فکر میتوانند کمک شایانی به پیشرفت و توسعه همه جانبه کشور نمایند.

دانشگاه میتواند از طریق شناسایی و بکارگیری عوامل محیطی؛ اقتصادی و فرهنگی که ظهور کارآفرینی را آسان میسازد زمینه مناسب را فراهم سازد چراکه کشوری که دارای تعداد زیادی کارآفرین باشد از محرکهای اقتصادی قویتری برخوردار است.

واژگان کلیدی: اشتغال، دانشگاه، کارآفرینان، کارآفرینان

(بهزادیان نژاد؛ ۱۳۸۰) معتقد است که کارآفرینی و کارآفرینان منشا آثار ارزشمندی هستند که در اینجا به اجمال به آنها اشاره میشود:

ایجاد اشتغال؛ رابطه تنگاتنگ کارآفرین و اشتغال به گونه ای است که محققان بر این باورند و تجارب کشور های مختلف نیز آن را تأیید میکند که هرگاه فعالیت های کارآفرینی در یک جامعه کند و آهسته شود نرخ بیکاری آن جامعه فزونی خواهد یافت.

کارآفرینی موجب توزیع متناسب درآمدها و کاهش اضطراب های اجتماعی میشوند.

کارآفرینی موجب بهره برداری از منابع و فعال شدن آنها برای توسعه کشور میشود.

بهبود کیفیت زندگی؛ کشف نیازها؛ ابداع و توسعه کالاها و ایجاد خدمات جدید از جمله ویژگیهای کارآفرینان است.

خصوصیات کارآفرین :

هدایت و رهبری: یک کارآفرین باید مدیر خوبی باشد و بتواند عوامل را به خوبی رهبری کند.

خلاقیت: کارآفرین برای تولید چیزی جدید نیازمند خلاقیت است.

ریسک پذیری: در فعالیت کارآفرینی غالباً هزینه های مشخص اما درآمد نامعین است.

سودجویی فردی و اجتماعی: اگر کارآفرین به دنبال آفرینش ثروت برای دیگران است نمیتواند تنها به سود و منافع شخصی خود بپردازد.

دید بلند مدت و آینده نگری کارآفرین: برای شناسایی زمینه های تولید و حصول به هدف به آینه توجه بیشتری دارد.

دانشگاه کارآفرین

دانشگاه کارآفرین مکانی است که مشاغل جدید در آن خلق میشوند این مراکز از افراد کارآفرین حمایت میکنند این حمایت شامل حمایت های آموزشی مالی و بازاریابی است. در نتیجه کارآفرینان امکان دسترسی به کتابخانه ها؛ آزمایشگاه ها و.... پیدا میکنند.

در چنین دانشگاه هایی برای سرمایه گذاران امکاناتی فراهم می شود تا مراکز جدید کسب و کار را فراهم آورند. با آنها همکاری می شود تا مشکلات آنها پیش بینی شده و از فرصت های به دست آمده استفاده کنند که خود تجربه ای ارزشمند در حیطه مالی و بازاریابی است.

دانشگاه کارآفرین باید به بازار دسترسی داشته و از تجارب افراد صاحب تجربه در بازار کمال بهره را ببرد همچنین وجود افراد توانا و شایسته؛ علاقه مند و خلاق در چنین مجموعه هایی ضروری است.

در این مراکز ارتباطات افراد و گروه ها به صورت باز و افقی است که معمولاً غیررسمی نیز میباشد وجود جلسات برای تبادل اطلاعات و فعالیت ها ضروری است و از ایده های جدید و خلاق استقبال میشود. هرچند که باید مکانیزم های برای ارتباط ایده های نو وجود داشته باشد و کارگروهی با ارزش و سودمند محسوب میشود. در این دانشگاه ها نیروی انسانی خصوصاً دانشجویان با ارزشترین منبع به حساب می آیند و از ریسک پذیری و نوآوری آنها نیز حمایت به عمل خواهد آمد. میتوان شعار این دانشگاه ها را آرمان مدون؛ آینده نگر؛ مشتریگرا و نوآور نوشت.

مراحل اجرایی ساختار دانشگاه کارآفرین:

بررسی وضعیت موجود ساختار دانشگاه از طریق تحقیق و پژوهش

جمع آوری و تجزیه و تحلیل اطلاعات جمع آوری شده برای ترویج کارآفرینی و فناوری

اصلاح ساختار موجود برای تبدیل به ساختار کارآفرینی

اجرای آزمایش مدل کارآفرینی

ارزیابی و نهایی کردن مدل کارآفرینی

جهت رسیدن به جامعه کارآفرین و توسعه فرهنگ کارآفرینی در نظر داشتن نکات زیر مناسب است:

ایجاد سازمانهای که مسئولیت تمام امور و مسائل کارآفرینی را داشته باشند.

ارائه خدمات مشاوره ای

حمایتهای اطلاعاتی

افزایش مهارتهای مورد نیاز کارآفرینان

ارائه وام و تسهیلات بانکی بدون ضوابط دست و پاگیر

ترغیب و تشویق و اطلاع رسانی درباره کارآفرینی

شناسایی دانشجویان و اساتید خلاق

اجباری بودن دروس کارآفرینی و دوره های کارآفرینی برای اساتید و دانشجویان و حتی دانش آموزان تمامی مقاطع

ساخت و پخش برنامه ها و فیلم های در صدا و سیما که مبحث کارآفرینی را ترویج دهند.

معرفی کارآفرینان ایرانی به دانشجویان جهت تشویق و الگو دهی به دانشجویان و فارغ التحصیلان.

به نظر می رسد آموزش کارآفرینی یک ضرورت انکارناپذیر باشد. با این حال؛ در مورد تاثیر این آموزشها و اینکه چه نوع آموزشهایی برای

توسعه کارآفرینی تکنولوژیک در دانشگاهها مناسب است؛ توافق جمعی وجود ندارد.

در این خصوصیت مناسب است به چند نکته که از مطالعه کارآفرینی در ۱۴ کشور اروپایی استنتاج شده است اشاره کنیم.

نباید در اهمیت نقش آموزش در توسعه کارآفرینی اغراق کرد واقعیت این است که بسیاری از افراد آموزش دیده هرگز موفق به برپایی یک

کسب و کار جدید نمیشوند. در مقابل بسیاری افرادی که بدون هرگونه آموزش رسمی کسب و کارهای موفقیت آمیزی را تاسیس میکنند.

آموزش؛ تنها چیزی از نظام توسعه کارآفرینی است. از این رو آموزشهای کارآفرینی در صورتی اثربخش هستند که با سایر اقدامات مقتضی

تکمیل شوند.

آموزش هایی که برای ترویج کارآفرینی در دانشگاهها طراحی میشوند باید انعطاف پذیر؛ کاربردی و اقتصادی باشند.

تحقق هر هدفی نیازمند آموزشهای خاص آن هدف است هر چند دانشگاهها و دانشکده های مدیریت میتوانند نقش مهمی در ترویج فرهنگ

کارآفرینی و حل مسایل مربوط به آن ایفا کنند ولی این انکوباتورها هستند که برای کمک به خلق شرکتهای تازه پا تاسیس میشوند و مسئولیت

تبدیل سریع ایده های نو به کسب و کارهای تکنولوژیک میپذیرند بنابراین آموزشهای که توسط انکوباتورها ارائه میشوند میتوانند برای کارآفرینان بالقوه موثرتر بوده و مستقیماً آنها را به مقصد هدایت کنند.

نکته دیگر همکاری تنگاتنگ دانشکده های مدیریت با انکوباتورها و سایر سازمانهای مجرب در زمینه کارآفرینی است این همکاریها میتوانند منجر به دوره های شوند که با نیازهای کارآفرینان کاملاً هماهنگ باشند.

ترویج کارآفرینی برای اعضای هیات علمی

اطلاع رسانی به اعضای هیات علمی در مورد روند تحول آموزش مبتنی بر بازار در دانشگاههای جهان

اطلاع رسانی به اعضای هیات علمی در مورد وضعیت فارغ التحصیلان دانشگاه و انتظارات جامعه از دانشگاه

۳- اطلاع رسانی به اعضای هیات علمی در مورد فعالیت های توسعه قابلیت های کارآفرینی در دانشگاه های ایران و جهان

نظرسنجی از اعضای هیات علمی در مورد شیوه های ترویج کارآفرینی

۵- جلب مشارکت اعضای هیات علمی جهت طراحی یا بکارگیری روشهای تدریس با جهت گیری قابلیت سازی کارآفرینی

۶- جذب همکاری اعضای هیات علمی گروه های آموزشی به منظور توسعه آموزش مبانی کارآفرینی در همه دانشکده ها به طور غیر متمرکز

۷- اجرای برنامه های ترویج کارآفرینی برای اعضای هیات علمی

۸- برگزاری میزگردها؛ هم اندیشی ها و سمینارهای تخصصی در کارآفرینی

۹- کارگاه های آشنائی اساتید دانشگاه با کارآفرینی

۱۰- مجله کارآفرینی برای اساتید دانشگاه

۱۱- برگزاری میزگردها و جلسات پرسش و پاسخ در خصوص موضوعات کارآفرینی با حضور کارآفرینان موفق و اساتید کارآفرینی

۱۲- شناسائی و معرفی اساتید دانشکده هایی که در تدریس خود از روشهای کارآفرینانه استفاده مینمایند. برای این امر لازم است ابتدا شاخص ها و ملاک هایی تعیین گردد و سپس تعدادی از اساتید در سطح دانشگاه بر اساس شاخص های مورد نظر انتخاب و مورد تجلیل قرار گیرند.

۱۳- مصاحبه با اساتیدی که در دانشگاه در تدریس خود از روشهای کارآفرینانه استفاده مینمایند. سپس تدوین این مصاحبه ها با توجه به تجربه های موفق و ارائه الگوئی کارآفرینانه برای تدریس اساتید در دانشگاه

پیشنهادها

تقویت عوامل درون دانشگاهی موثر بر کارآفرینی از طریق:

برگزاری کلاسها و کارگاههای آموزشی آشنایی با سبک مدیریت متناسب با دانشگاه های کارآفرینی

تنظیم برنامه های بازدید گروهی روسا و معاونان مراکز از سایر مراکز آموزشی داخلی و خارجی به منظور تبادل تجارب؛ مقایسه؛ تجزیه و تحلیل قوت و ضعف سبک مدیریت مراکز

تقویت ویژگیهای تسهیل گری و مشاوره دهندگی مدرسان از طریق ارائه آموزشهای لازم به آنان

تقویت ویژگیهای کارآفرینانه دانشجویان از طریق:

تنظیم برنامه آموزشی دانشجویان به گونه ای که زمان لازم برای پیگیری فعالیت های کارآفرینانه در اختیار داشته باشند.

برگزاری کارگاه های آموزشی با موضوع آشنایی با تجارب افراد کارآفرین ؛

روشهای خلاقیت و نوآوری و طرح مشاغل.

نتیجه گیری

نقش دانشگاه ها و موسسات آموزشی در ایجاد زمینه های کارآفرینی بیشتر با تولید نیروی انسانی کارآمد میتواند باشد. امروزه آموزشهای کارآفرینی یکی از مباحثی است که توجه دانشگاه بیشتر به سمت آن معطوف شده است تا جایی که چند رشته تخصصی در این زمینه به وجود آمده است و علاوه بر آن دوره ها کارگاههای بسیار تخصصی برای آن برگزار میشود که از تنوع قابل توجهی نیز برخوردار است تا آنجا که پرورش خلاقیت افراد به یکی از مهمترین الویت ها برای دانشگاه ها و موسسات آموزشی مبدل شده است.

دانشگاه میتواند از طریق شناسایی و بکارگیری عوامل محیطی؛ اقتصادی و فرهنگی که ظهور کارآفرینی را آسان میسازد زمینه مناسب را فراهم سازد چراکه کشوری که دارای تعداد زیادی کارآفرین باشد از محرکهای اقتصادی قویتری برخوردار است. برای دست یابی به کارآفرینی باید جنبه های مختلف آن را سنجید و آن را تقویت نمود. با انجام پژوهشهای مناسب میتوان دانشگاه را به صورت مرکز پشتیبانی از کارآفرینی در منابع ایران به وجود آورد تا فعالیت مناسب بر شکوفایی فناوری و افزایش توان رقابتی صنایع تاثیر گذار شود. فعالیت های پشتیبانی از کارآفرینی فرایندی زمانبر است و اعتقاد و التزام مدیریت این چنین

دانشگاههای نباید گذرا و مقطعی باشد و مسایل و اهداف صنعت باید به خوبی در بررسی ایده ها و خلاقیت های کارآفرینی گنجانده شود.



کد: ۰۳۲۴۰-۸۷۹۶۹

دومین همایش ملی کارآفرینی و توسعه پایدار با تاکید بر مشارکت مردم

The 2nd National Conference on Entrepreneurship and Sustainable
Development with Emphasis on Public Participation



دانشگاه پیام نور سیستان و بلوچستان

منابع

احمدپور داریانی؛ محمود؛ کارآفرینی (تعاریف؛ نظریات؛ الگوها) انتشارات شرکت پردیس. ۱۳۷۹-۷۵

بهزادیان نژاد؛ قربان؛ ضرورت توجه به کارآفرینی و فناوریهای پیشرفته؛ مجموعه مقالات کارآفرینی و فناوری پیشرفته؛ ۱۳۸۰

طالبیان؛ احمدرضا؛ کارآفرینی اجتماعی؛ نشریه تدبیر. شماره ۱۲۸-۱۳۸۲

علوی؛ ابوالفضل؛ کارآفرینی و رسالت دانشگاه. نشریه رهیافت. شماره ۲۹-۱۳۸۲

نطق؛ سیامک؛ مقدمه ای بر کارآفرینی؛ تهران. نشر بصیر. ۱۳۷۶

فیض بخش؛ علیرضا؛ کارآفرینی؛ دائرة المعارف آموزش عالی؛ جلد دوم ۱۳۸۳

he role of universities in entrepreneurship

Raziyeh Zarei

Department of Biology, Payame Noor University, Tehran, Iran



Abstract

Entrepreneurship is a concept that has always been with humanity and has played an effective role in the development and economic progress of countries as a new phenomenon, so that it plays a key role in today's competitive and market-based economy. Therefore, ensuring the survival and survival of countries requires innovation, invention and creation of new products and services. Therefore, economists first explained entrepreneur and entrepreneurship in their theories.

Entrepreneurship development is one of the necessities of the present era. One of the organizations that is responsible for the socialization of individuals is the university. The country's universities, as a complex organization, are responsible for training society's specialists to take on various jobs. By possessing the most important source of development, namely human capital in the form of students, professors, and thought tools, they can make a significant contribution to the all-round progress and development of the country.

The university can provide the right environment by identifying and applying environmental, economic, and cultural factors that facilitate the emergence of entrepreneurship, because a country with a large number of entrepreneurs has stronger economic incentives.

Keywords: Employment, University; Entrepreneur

نقش آموزش عالی در ترویج فرهنگ کارآفرینی پایدار در میان دانشجویان

مهدی؛ رئیسی دانشجو، گروه علوم تربیتی (گرایش مدیریت و برنامه ریزی آموزشی) دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

چکیده

نظام آموزش عالی به عنوان بستر پرورش نیروی انسانی خلاق و نوآور، نقش مهمی در ترویج کارآفرینی پایدار دارد. کارآفرینی پایدار نه تنها بر سودآوری اقتصادی، بلکه بر مسئولیت اجتماعی و حفاظت محیط زیست نیز تأکید دارد. این پژوهش با هدف بررسی نقش آموزش عالی در شکل‌گیری فرهنگ کارآفرینی پایدار در میان دانشجویان انجام شده است. روش تحقیق توصیفی-تحلیلی و مبتنی بر مطالعات کتابخانه‌ای و پژوهش‌های معتبر داخلی است. یافته‌ها نشان می‌دهد که برنامه‌های آموزشی مبتنی بر مهارت، کارورزی، آموزش مسئولیت اجتماعی و همکاری دانشگاه با صنعت، به طور معناداری نگرش کارآفرینانه پایدار دانشجویان را تقویت می‌کند. در نتیجه، آموزش عالی می‌تواند موتور محرک توسعه پایدار و پرورش نسل آینده کارآفرینان متعهد و مسئول باشد.

واژگان کلیدی: آموزش عالی، کارآفرینی پایدار، فرهنگ کارآفرینی، توسعه پایدار، دانشگاه

۱. مقدمه

کارآفرینی پایدار به عنوان مؤلفه کلیدی توسعه اقتصادی و اجتماعی، نیازمند تربیت نیروهای انسانی توانمند و خلاق است. دانشگاه‌ها، به ویژه آموزش عالی، جایگاه مهمی در ایجاد فرهنگ کارآفرینی پایدار دارند. این فرهنگ شامل سه بعد اصلی است: بعد اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی. در سال‌های اخیر، نگرش به کارآفرینی در دانشگاه‌های ایران به صورت سنتی و محدود بوده و غالباً بر کسب مهارت‌های فنی و علمی تمرکز دارد، بدون آنکه به مسئولیت اجتماعی و پایبندی به اصول توسعه پایدار توجه شود. آموزش عالی می‌تواند با طراحی برنامه‌های آموزشی و کارآفرینی نوآورانه، دانشجویان را به سمت فعالیت‌های اقتصادی مسئولانه و پایدار هدایت کند. هدف پژوهش حاضر، بررسی نقش آموزش عالی در ترویج فرهنگ کارآفرینی پایدار میان دانشجویان است تا سیاست‌گذاران و مدیران آموزشی بتوانند برنامه‌های توسعه‌ای مؤثر برای پرورش نسل کارآفرین متعهد تدوین کنند.

مواد و روش‌ها

روش تحقیق این مطالعه توصیفی-تحلیلی است و داده‌ها از طریق مرور گسترده منابع کتابخانه‌ای، مقالات علمی و پژوهش‌های داخلی و بین‌المللی مرتبط با آموزش کارآفرینی پایدار جمع‌آوری شده‌اند.

۳) اهمیت آموزش عالی در توسعه کارآفرینی پایدار

آموزش عالی یکی از زیربناهای اصلی توسعه کارآفرینی پایدار در هر جامعه است. در واقع، دانشگاه‌ها علاوه بر تولید علم، مسئولیت اجتماعی دارند تا با تربیت نیروی انسانی متخصص، خلاق و متعهد، زمینه‌ساز توسعه پایدار اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی شوند (احمدی و همکاران، ۱۳۹۹). نظام آموزش عالی با ایجاد پیوند میان دانش نظری و مهارت‌های عملی، بستری برای پرورش کارآفرینانی فراهم می‌کند که بتوانند ضمن ایجاد ارزش اقتصادی، به رفاه جامعه و حفظ محیط زیست نیز توجه نمایند (رضوی، ۱۴۰۲).

۳-۱) نقش دانشگاه در پرورش تفکر کارآفرینانه

دانشگاه‌ها با ایجاد دروس میان‌رشته‌ای و کارگاه‌های آموزشی، توانایی تفکر خلاق، حل مسئله و نوآوری را در دانشجویان تقویت می‌کنند. آموزش مهارت‌های کارآفرینی، یکی از مؤثرترین ابزارها برای مقابله با بیکاری فارغ‌التحصیلان و تبدیل آن‌ها به نیروی مولد است. پژوهش‌های داخلی نشان می‌دهد که بین کیفیت آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها و میزان تمایل دانشجویان به راه‌اندازی کسب‌وکار پایدار، رابطه‌ی مستقیم وجود دارد (حسینی و فلاح، ۱۴۰۰). در بسیاری از کشورها، از جمله ایران، دانشگاه‌ها به تدریج از نقش سنتی «آموزش‌دهنده‌ی دانش نظری» فاصله گرفته و به سمت ایفای نقش فعال در زیست‌بوم نوآوری و کارآفرینی حرکت کرده‌اند این تغییر رویکرد باعث شده تا دانشجویان نه تنها به دنبال اشتغال در سازمان‌های موجود باشند، بلکه خود به‌عنوان خالق فرصت‌های شغلی جدید ظاهر شوند.

۳-۲) پیوند آموزش عالی با توسعه پایدار

در اسناد بالادستی کشور، از جمله سند چشم‌انداز ۱۴۰۴ و نقشه جامع علمی کشور، بر ضرورت «آموزش برای توسعه پایدار» تأکید شده است. مفهوم توسعه پایدار در آموزش عالی به معنای تربیت افرادی است که بتوانند تصمیماتی بگیرند که به عدالت اجتماعی، بهره‌وری اقتصادی و حفاظت از محیط زیست منجر شود (یوسفی، ۱۴۰۱). به همین دلیل، دانشگاه‌های نسل سوم و چهارم به‌عنوان «دانشگاه‌های کارآفرین و مسئله‌محور»، در پی ایجاد توازن میان پژوهش، آموزش و تأثیر اجتماعی هستند این نوع آموزش موجب می‌شود دانشجویان با مبانی علمی توسعه پایدار، مفاهیم اقتصاد سبز و ارزش‌های مسئولیت اجتماعی بنگاه‌ها آشنا شوند و در آینده، در تصمیم‌گیری‌های حرفه‌ای خود آن‌ها را لحاظ کنند (سلیمانی، ۱۳۹۸).

۳-۳) نقش ارتباط دانشگاه، صنعت و دولت (ماریپچ سه‌گانه)

یکی از مؤلفه‌های کلیدی در تحقق کارآفرینی پایدار، شکل‌گیری همکاری مؤثر میان دانشگاه، صنعت و دولت است. این الگو که با عنوان ماریپچ سه‌گانه (Triple Helix) شناخته می‌شود، سبب می‌گردد تا تحقیقات دانشگاهی مستقیماً در حل مسائل جامعه و تولید ارزش

اقتصادی و زیست محیطی به کار گرفته شود. (Etzkowitz, 2008) در ایران نیز توسعه مراکز رشد، پارک های علم و فناوری و حمایت از شرکت های دانش بنیان در همین راستا صورت گرفته است (عباسی، ۱۳۹۹). بر این اساس، آموزش عالی در صورتی می تواند نقش واقعی خود را در کارآفرینی پایدار ایفا کند که ارتباط مؤثر و مستمر با بخش های تولیدی، صنعتی و سیاست گذاری کشور داشته باشد. ایجاد واحدهای مشترک دانشگاه-صنعت، اعطای تسهیلات به پایان نامه های کاربردی و ترویج کارآموزی های کارآفرینانه از جمله راهکارهای مؤثر در این زمینه است.

۳-۴) نقش ارزش ها و اخلاق در آموزش عالی

در نظام آموزشی اسلامی-ایرانی، آموزش عالی باید در خدمت ارزش های دینی و اخلاقی باشد. پرورش کارآفرینانی که تنها به سود شخصی نمی اندیشند، بلکه به رفاه جامعه و حفظ منابع طبیعی نیز پایبندند، هدف نهایی آموزش کارآفرینی پایدار در کشور است (نادری، ۱۳۹۸). در این چارچوب، دانشگاه ها باید با تکیه بر اصول اخلاق حرفه ای، عدالت اجتماعی و تعهد زیست محیطی، مسئولیت پذیری را به عنوان بخشی از هویت حرفه ای کارآفرینان آینده نهادینه کنند

۴) طراحی برنامه های آموزشی مبتنی بر مهارت

برنامه های آموزشی کارآفرینی باید شامل مهارت های فنی، مدیریتی و اجتماعی باشد. مهارت های فنی شامل طراحی محصول، تحلیل بازار و مدیریت منابع است؛ مهارت های مدیریتی شامل برنامه ریزی، تصمیم گیری و مدیریت پروژه؛ و مهارت های اجتماعی شامل اخلاق حرفه ای، مسئولیت اجتماعی و تعامل با جامعه است. ترکیب این مهارت ها موجب شکل گیری نگرش کارآفرینانه پایدار در دانشجویان می شود (سلیمانی و همکاران، ۱۴۰۰).

۵) کارورزی و پیوند با صنعت

یکی از راهکارهای مؤثر در ترویج کارآفرینی پایدار، ایجاد فرصت های کارورزی و ارتباط مستقیم دانشجویان با صنعت و بازار واقعی است. تجربه عملی دانشجویان در حل مسائل واقعی، مهارت تصمیم گیری و حل مسئله آن ها را تقویت می کند و باعث می شود فعالیت های اقتصادی آنان پایدار و مسئولانه باشد.

۶) آموزش مسئولیت اجتماعی

مسئولیت اجتماعی به عنوان یکی از ابعاد کارآفرینی پایدار، باید در برنامه های دانشگاهی گنجانده شود. دانشجویان باید یاد بگیرند که سودآوری اقتصادی بدون توجه به جامعه و محیط زیست ناقص و ناپایدار است. دانشگاه ها می توانند با پروژه های اجتماعی و همکاری با سازمان های غیرانتفاعی، فرهنگ مسئولیت اجتماعی را در دانشجویان تقویت کنند.

۷- ترویج فرهنگ نوآوری و خلاقیت

نوآوری و خلاقیت، عناصر کلیدی کارآفرینی پایدار هستند. آموزش عالی با برگزاری کارگاه‌ها، مسابقات ایده‌پردازی و حمایت از طرح‌های دانشجویی، می‌تواند دانشجویان را به فکر خلق فرصت‌های جدید و توسعه کسب‌وکارهای نوآورانه ترغیب کند.

۸- نقش سیاست‌های دانشگاهی و ملی

برای موفقیت آموزش کارآفرینی پایدار، سیاست‌های دانشگاهی و ملی باید هماهنگ باشند. دولت و سازمان‌های مرتبط باید حمایت مالی، آموزشی و مشاوره‌ای از دانشجویان کارآفرین فراهم کنند. این حمایت‌ها شامل ایجاد صندوق‌های سرمایه‌گذاری، تسهیلات مالی، و شبکه‌های مشاوره‌ای است که زمینه را برای کسب‌وکارهای پایدار فراهم می‌کند.

۹- چالش‌ها و موانع

برخی از چالش‌های اصلی در ترویج کارآفرینی پایدار در دانشگاه‌ها شامل محدودیت منابع، کمبود اساتید متخصص، نگرش سنتی به کارآفرینی، و فقدان زیرساخت‌های مناسب برای نوآوری است. شناسایی این موانع به دانشگاه‌ها و سیاست‌گذاران کمک می‌کند تا راهکارهای عملی و مؤثر ارائه کنند.

۱۰- نتیجه‌گیری

با بررسی موارد فوق، روشن می‌شود که آموزش عالی می‌تواند به‌عنوان موتور اصلی شکل‌دهی فرهنگ کارآفرینی پایدار عمل کند. ترکیب آموزش مهارت‌ها، تجربه عملی، فرهنگ مسئولیت اجتماعی، نوآوری و سیاست‌های حمایتی، موجب ایجاد دانشجویانی خواهد شد که نه تنها کسب‌وکارهای موفق ایجاد می‌کنند، بلکه این کسب‌وکارها پایدار، اخلاقی و متعهد به توسعه جامعه هستند. آموزش عالی می‌تواند با طراحی برنامه‌های جامع کارآفرینی پایدار، ایجاد فرصت‌های کارورزی و حمایت از نوآوری، نسل آینده کارآفرینان مسئول و متعهد را تربیت کند. چنین رویکردی نه تنها موجب رشد اقتصادی می‌شود، بلکه عدالت اجتماعی، مسئولیت‌پذیری و حفاظت از محیط زیست را نیز تضمین می‌کند. در نتیجه، سرمایه‌گذاری در آموزش کارآفرینی پایدار یک ضرورت ملی برای توسعه پایدار ایران است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که: ۱- آموزش مهارت‌های فنی، مدیریتی و اجتماعی موجب افزایش نگرش کارآفرینانه پایدار دانشجویان می‌شود. ۲- کارورزی و تعامل مستقیم با صنعت، تجربه عملی و شناخت بازار واقعی را فراهم می‌کند. ۳- آموزش مسئولیت اجتماعی و اخلاق حرفه‌ای، پایه‌ای برای فعالیت اقتصادی متعهدانه و پایدار ایجاد می‌کند. ۴- سیاست‌های حمایتی دانشگاه و دولت، انگیزه و توانمندی لازم برای ایجاد کسب‌وکارهای پایدار را تقویت می‌کنند. بنابراین، دانشگاه‌ها نقش کلیدی در پرورش نسل آینده کارآفرینان پایدار دارند و با بهره‌گیری از این ابزارها می‌توان فرهنگ کارآفرینی را در میان دانشجویان نهادینه کرد.



منابع

- ##حسینی، ف. (۱۴۰۱). کارآفرینی نوآورانه و آموزش عالی. مجله پژوهش‌های کارآفرینی تهران، ایران.
- ##رضایی، ن. (۱۳۹۸). فرهنگ کارآفرینی و مسئولیت اجتماعی در آموزش عالی. مجله علوم مدیریت، تهران، ایران.
- ##سلیمانی، ع.، و همکاران. (۱۴۰۰). نقش آموزش مهارت در توسعه کارآفرینی پایدار. فصلنامه مدیریت آموزش عالی، تهران، ایران.
- ##موسوی، ح. (۱۴۰۲). ارتباط دانشگاه و صنعت در توسعه کسب‌وکارهای پایدار. فصلنامه توسعه و مدیریت کسب‌وکار، تهران، ایران.
- ##محمدی، م. (۱۳۹۹). آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌های ایران. تهران: انتشارات دانشگاه تهران. تهران، ایران.



Abstract

The higher education system as a breeding ground for creative and innovative human resources plays an important role in promoting sustainable entrepreneurship. Sustainable entrepreneurship emphasizes not only economic profitability, but also social responsibility and environmental protection. This research was conducted with the aim of investigating the role of higher education in the formation of a sustainable entrepreneurial culture among students. The descriptive-analytical research method is based on library studies and authentic internal researches. The findings show that skill-based educational programs, internships, social responsibility education and university-industry cooperation significantly strengthen students' sustainable entrepreneurial attitude. As a result, higher education can be the engine driving sustainable development and nurturing the next generation of committed and responsible entrepreneurs

Keywords: higher education, sustainable entrepreneurship, entrepreneurial culture, sustainable development, university

نقش حسابداری در ارتقای کارآفرینی پایدار در ایران

هنرآموزالهام؛ پروستان آموزش و پرورش خراسان رضوی مشهد ناحیه هفت هنرستان کاردانش نگاره

چکیده

حسابداری به عنوان زبان کسب و کار، نقش اساسی در ارتقای کارآفرینی پایدار دارد. کارآفرینی پایدار شامل ابعاد اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی است و موفقیت آن مستلزم شفافیت مالی، گزارشگری صحیح و مدیریت منابع است. این پژوهش با هدف بررسی نقش حسابداری در ترویج فرهنگ کارآفرینی پایدار در ایران انجام شد. روش تحقیق توصیفی-تحلیلی و مبتنی بر مطالعات کتابخانه‌ای و تحلیل قوانین و رویه‌های حسابداری در کسب و کارهای نوآور است. یافته‌ها نشان می‌دهد که حسابداری صحیح و استاندارد، ابزار تصمیم‌گیری مؤثر، شفافیت منابع و مدیریت ریسک را فراهم کرده و به توسعه پایدار کسب و کارها کمک می‌کند.

واژگان کلیدی: حسابداری، کارآفرینی پایدار، مدیریت مالی، گزارشگری شفاف، توسعه پایدار

. مقدمه

کارآفرینی پایدار در ایران نیازمند ابزارهای مدیریتی و مالی قوی است. حسابداری به عنوان ابزار اصلی مدیریت منابع و شفافیت مالی، می‌تواند نقش کلیدی در ارتقای کسب و کارهای پایدار ایفا کند. کارآفرینان برای تصمیم‌گیری درست، تخصیص منابع بهینه و ارزیابی عملکرد نیازمند داده‌های مالی دقیق هستند. بدون سیستم‌های حسابداری صحیح، ایجاد کسب و کار پایدار و نوآورانه دشوار خواهد بود. هدف این پژوهش، بررسی نقش حسابداری در ارتقای کارآفرینی پایدار و ارائه راهکارهایی برای استفاده مؤثر از ابزارهای مالی در توسعه کسب و کارهای پایدار است.

۲. مواد و روش‌ها

روش تحقیق این مطالعه، توصیفی-تحلیلی و مبتنی بر بررسی منابع کتابخانه‌ای، مقالات علمی و پژوهش‌های داخلی و بین‌المللی در حوزه حسابداری و کارآفرینی است. داده‌ها از طریق تحلیل قوانین، استانداردهای حسابداری، گزارش‌های مالی شرکت‌های دانش‌بنیان و نوآور جمع‌آوری شد.

۳. شفافیت مالی و تصمیم‌گیری پایدار

شفافیت مالی از ارکان بنیادین نظام‌های اقتصادی سالم و از مهم‌ترین عوامل مؤثر در تحقق کارآفرینی پایدار است. در واقع، شفافیت در

گزارشگری مالی و حسابداری، امکان تصمیم‌گیری عقلانی، آگاهانه و اخلاقی را برای مدیران، سرمایه‌گذاران و کارآفرینان فراهم می‌سازد (احمدی و همکاران، ۱۴۰۱). در بستر اقتصاد ایران که بخش قابل توجهی از فعالیت‌های اقتصادی در حوزه‌ی عمومی و نیمه‌دولتی صورت می‌گیرد، شفافیت مالی نقش تعیین‌کننده‌ای در کاهش فساد، ارتقای اعتماد اجتماعی و جلب سرمایه‌های مولد دارد. از منظر نظری، شفافیت مالی به معنای ارائه‌ی اطلاعات دقیق، به‌موقع و قابل اتکا در مورد عملکرد اقتصادی بنگاه‌هاست؛ اطلاعاتی که باید بر پایه‌ی اصول حسابداری تعهدی، استانداردهای گزارشگری مالی و ملاحظات اخلاقی تنظیم شوند (یزدانی، ۱۳۹۹). زمانی که صورت‌های مالی یک شرکت یا استارت‌آپ با دقت و صداقت تهیه شود، تصمیم‌گیرندگان می‌توانند منابع را به سمت پروژه‌هایی هدایت کنند که نه تنها سودآورند، بلکه با اهداف توسعه پایدار هم‌راستا هستند. به‌عبارت دیگر، شفافیت مالی، زیربنای تصمیم‌گیری پایدار است. در کارآفرینی پایدار، تصمیم‌گیری صرفاً بر مبنای سود کوتاه‌مدت صورت نمی‌گیرد، بلکه اثرات اجتماعی و زیست‌محیطی فعالیت‌ها نیز مدنظر است (Suttipun & Stanton, 2019). در این میان، حسابداری می‌تواند به‌عنوان «زبان اقتصاد پایدار» عمل کند و با ارائه‌ی داده‌های منسجم، تصمیم‌گیرندگان را به سمت انتخاب‌های مسئولانه‌تر هدایت نماید. برای مثال، در نظام حسابداری زیست‌محیطی، هزینه‌های تخریب محیط زیست، مصرف انرژی و تولید پسماند در صورت‌های مالی شرکت‌ها منعکس می‌شود (حسینی و مهدوی، ۱۴۰۲). این امر باعث می‌شود مدیران در ارزیابی پروژه‌ها، اثرات محیطی و اجتماعی را نیز بسنجند، نه فقط بازده مالی را. از دیدگاه اخلاق حرفه‌ای حسابداری، شفافیت مالی افزون بر بعد فنی، دارای بُعد ارزشی نیز هست. حسابداری، به‌عنوان امین ذی‌نفعان، موظف است اطلاعات را بدون تحریف و پنهان‌کاری منتشر کند. در این نگاه، شفافیت نوعی مسئولیت اجتماعی محسوب می‌شود که همسو با مبانی عدالت اقتصادی در فقه اسلامی است؛ زیرا عدالت در تخصیص منابع بدون دسترسی به اطلاعات شفاف ممکن نیست (نادری، ۱۳۹۸). بنابراین، می‌توان گفت که شفافیت مالی، حلقه‌ی پیوند میان حسابداری، اخلاق و کارآفرینی پایدار است. از نظر کارکردی، ارتقای شفافیت مالی در بنگاه‌های ایرانی می‌تواند پیامدهایی چون کاهش ریسک سرمایه‌گذاری، افزایش اعتماد عمومی، بهبود رتبه اعتباری شرکت‌ها و گسترش بازار سرمایه را به همراه داشته باشد (رضوی، ۱۴۰۰). در نتیجه، زمینه برای رشد کارآفرینی، جذب سرمایه‌های جدید و توسعه فناوری‌های سبز فراهم می‌شود. این روند، نه تنها موجب پایداری اقتصادی، بلکه باعث ترویج فرهنگ پاسخگویی و شفافیت در جامعه می‌گردد. در نهایت، می‌توان نتیجه گرفت که حسابداری شفاف و مسئولانه، زیرساخت اصلی تصمیم‌گیری پایدار در کارآفرینی است. بدون داده‌های دقیق، هیچ سیاست‌گذاری یا استراتژی توسعه‌ای نمی‌تواند به اهداف عدالت اقتصادی، بهره‌وری و حفاظت محیط زیست دست یابد. از این رو، آموزش حسابداری پایدار و نهادینه‌سازی فرهنگ شفافیت باید در برنامه‌های درسی دانشگاه‌ها، نظام مالی دولت و بخش خصوصی جایگاه ویژه‌ای داشته باشد.

. مدیریت منابع و کنترل هزینه

یکی از پایه‌های اصلی پایداری در فعالیت‌های کارآفرینانه، مدیریت صحیح منابع و کنترل بهینه هزینه‌ها است. در واقع، هر بنگاه اقتصادی برای بقا و رشد، نیازمند نظامی کارآمد برای تخصیص منابع مالی، انسانی و فنی خود است تا از اتلاف سرمایه جلوگیری کرده و بهره‌وری بلندمدت را تضمین نماید (عباسی، ۱۳۹۹). در این میان، علم حسابداری با ابزارهایی چون بودجه‌بندی، حسابداری بهای تمام‌شده و تحلیل

انحرافات، نقش کلیدی در تصمیم‌گیری‌های استراتژیک ایفا می‌کند. در چارچوب کارآفرینی پایدار، هدف از مدیریت منابع تنها کاهش هزینه‌ها نیست، بلکه ایجاد توازن میان کارایی اقتصادی، منافع اجتماعی و حفاظت زیست‌محیطی است. به بیان دیگر، کنترل هزینه در رویکرد پایدار باید به گونه‌ای باشد که ضمن کاهش ضایعات و هزینه‌های غیرضروری، به نوآوری و سرمایه‌گذاری در فناوری‌های سبز و فرآیندهای دوستدار محیط زیست نیز کمک کند (رضوی، ۱۴۰۲). در این راستا، حسابداری می‌تواند اطلاعات لازم برای ارزیابی هزینه‌های زیست‌محیطی، انرژی و بازیافت مواد را فراهم کند تا مدیران تصمیم‌هایی بگیرند که در بلندمدت به سود شرکت و جامعه باشند. از دیدگاه فقه اسلامی نیز، مدیریت منابع ریشه در اصل قرآنی «کلوا و اشربوا و لا تسرفوا» (اعراف: ۳۱) دارد. این آیه تأکید می‌کند که هرگونه اسراف در مصرف منابع مادی، مالی یا طبیعی، از منظر اخلاقی و شرعی ناپسند است (نادری، ۱۳۹۸). بنابراین، کنترل هزینه در نظام اسلامی نه صرفاً به معنای صرفه‌جویی اقتصادی، بلکه به مفهوم رعایت عدالت در استفاده از نعمات الهی است. بدین ترتیب، حسابداری در این چارچوب، ابزاری برای اجرای عملی آموزه‌های دینی در اقتصاد و تحقق بهره‌وری پایدار است. در حوزه مدیریت هزینه‌های تولید و خدمات، حسابداری صنعتی با تحلیل دقیق هزینه‌ها، نقاط اتلاف منابع را شناسایی کرده و راهکارهای اصلاحی ارائه می‌دهد. کارآفرینان می‌توانند با تکیه بر داده‌های مالی شفاف، ساختار هزینه‌های خود را بازطراحی کنند تا ضمن حفظ کیفیت محصولات، از منابع به صورت مؤثرتر بهره‌برداری شود (Smith & Lewis, 2020). در ایران، تجربه‌ی شرکت‌های دانش‌بنیان نشان داده است که پیاده‌سازی سیستم‌های حسابداری مدیریتی پیشرفته مانند هزینه‌یابی بر مبنای فعالیت (ABC) و حسابداری سبز می‌تواند تا ۳۰ درصد از

اتلاف منابع بکاهد و بهره‌وری را به‌طور چشمگیری افزایش دهد (عبدی، ۱۴۰۱). افزون بر این، کنترل هزینه‌ها باید هم‌راستا با مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها باشد. یعنی کاهش هزینه نباید به قیمت کاهش دستمزدمنصفانه، حذف حقوق کارگران یا نادیده گرفتن الزامات زیست‌محیطی تمام شود. در حقیقت، کارآفرینی پایدار زمانی تحقق می‌یابد که مدیریت منابع بر اساس اصول عدالت، شفافیت و پاسخگویی اجتماعی صورت گیرد (Khalid et al., 2022). این امر نیازمند نظام حسابداری‌ای است که بتواند علاوه بر داده‌های مالی، شاخص‌های غیرمالی مانند رضایت کارکنان، میزان مصرف انرژی و اثرات زیست‌محیطی را نیز گزارش دهد. در نهایت می‌توان گفت که مدیریت منابع و کنترل هزینه در حسابداری، یکی از ابزارهای اساسی برای حرکت به سوی اقتصاد سبز و پایدار در ایران است. با آموزش و نهادینه‌سازی اصول حسابداری مسئولانه، کارآفرینان می‌توانند فعالیت‌های خود را به گونه‌ای هدایت کنند که ضمن افزایش سودآوری، عدالت اقتصادی و حفاظت از محیط زیست نیز تحقق یابد.

۵. گزارشگری و مسئولیت اجتماعی

یکی از ابعاد کارآفرینی پایدار، مسئولیت اجتماعی است. حسابداری مسئولیت اجتماعی شامل ارائه گزارش‌های مالی و زیست‌محیطی و رعایت استانداردهای اخلاق حرفه‌ای است. این گزارش‌ها موجب اعتماد مشتریان و جامعه و ارتقای جایگاه کسب‌وکار در بازار می‌شوند (سلیمانی، ۱۳۹۹).

۶. شناسایی فرصت‌ها و ریسک‌ها

حسابداری پیشرفته، ابزار تحلیل ریسک و شناسایی فرصت‌های سرمایه‌گذاری را فراهم می‌کند. با استفاده از تکنیک‌های تحلیل مالی و بودجه‌بندی، کارآفرینان می‌توانند تصمیمات استراتژیک برای توسعه پایدار اتخاذ کنند.

۷. نقش فناوری در حسابداری پایدار

در دهه‌های اخیر، تحولات فناورانه به‌ویژه در حوزه‌های هوش مصنوعی (AI)، بلاک‌چین (Blockchain)، حسابداری ابری (Cloud Accounting) و کلان‌داده‌ها (Big Data)، بنیان‌های سنتی حسابداری را دگرگون ساخته‌اند. این فناوری‌ها به‌ویژه در جهت‌گیری به سوی پایداری اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی، نقشی محوری ایفا می‌کنند. در واقع، فناوری نه تنها ابزار سرعت و دقت در ثبت و گزارش‌دهی مالی است، بلکه بستری برای تصمیم‌گیری پایدار، شفافیت مالی و پاسخ‌گویی اجتماعی فراهم می‌سازد. (Farahani, 2021) در چارچوب کارآفرینی پایدار، حسابداری باید بتواند فراتر از سود و زیان کوتاه‌مدت حرکت کند و اثرات اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی فعالیت‌ها را نیز ثبت و تحلیل نماید. فناوری اطلاعات در این مسیر با ارائه‌ی ابزارهای نوینی مانند نرم‌افزارهای حسابداری (Green Accounting Systems) و گزارشگری پایداری دیجیتال (Sustainability Reporting Tools) امکان ثبت داده‌های زیست‌محیطی مانند مصرف انرژی، انتشار گازهای گلخانه‌ای و مدیریت پسماند را فراهم کرده است (حسینی و رنجبر، ۱۴۰۱). یکی از بزرگ‌ترین دستاوردهای فناوری در حسابداری، بلاک‌چین است که با ایجاد شفافیت، امنیت و تغییرناپذیری داده‌ها، به شکل قابل توجهی فساد مالی، جعل اسناد و دستکاری در صورت‌های مالی را کاهش می‌دهد (رحمانی، ۱۴۰۰). در اقتصاد ایران، پیاده‌سازی زیرساخت‌های بلاک‌چین در حسابداری دولتی و شرکت‌های دانش‌بنیان می‌تواند اعتماد عمومی به گزارش‌های مالی را افزایش داده و بستری برای کارآفرینی مبتنی بر اعتماد و شفافیت فراهم آورد. از سوی دیگر، هوش مصنوعی در تحلیل داده‌های مالی نقش بی‌بدیلی دارد. الگوریتم‌های یادگیری ماشینی می‌توانند هزینه‌ها، الگوهای مصرف انرژی، و روندهای زیست‌محیطی را تحلیل کنند و به مدیران در تصمیم‌گیری‌های بهینه و پایدار یاری رسانند (عباسی، ۱۴۰۲). به عنوان نمونه، استفاده از سیستم‌های هوشمند در محاسبه «هزینه‌های اجتماع (Social Costs)» مانند اثرات زیست‌محیطی یا رفاه کارکنان، شرکت‌ها را در جهت مسئولیت‌پذیری بیشتر هدایت می‌کند (Khan et al., 2021). در کنار این موارد، حسابداری ابری (Cloud Accounting) نیز تحول بزرگی در پایداری ایجاد کرده است. این فناوری با کاهش مصرف کاغذ، انرژی و تجهیزات سخت‌افزاری، سهم مهمی در کاهش اثرات زیست‌محیطی دارد. همچنین دسترسی لحظه‌ای مدیران و حسابداران به داده‌های مالی از هر مکان و زمان، تصمیم‌گیری سریع‌تر و دقیق‌تر را ممکن می‌سازد (یوسفی، ۱۴۰۰). در چارچوب ارزش‌های اسلامی نیز، استفاده از فناوری در حسابداری باید در جهت شفافیت، امانت‌داری و عدالت اقتصادی باشد. اسلام بر صداقت و صحت در معاملات و ثبت مالیات‌ها تأکید فراوان دارد. از این منظر، فناوری ابزار تحقق این اصول دینی است؛ زیرا خطای انسانی را کاهش داده و زمینه فساد و پنهان‌کاری را از میان می‌برد (احمدی، ۱۳۹۹). در نتیجه می‌توان گفت که فناوری‌های نوین در حسابداری پایدار نه تنها

دقت و کارایی سیستم‌های مالی را افزایش می‌دهند، بلکه با فراهم ساختن داده‌های جامع درباره‌ی اثرات اجتماعی و زیست‌محیطی فعالیت‌ها، به تحقق اهداف توسعه پایدار در ایران یاری می‌رسانند. آینده‌ی حسابداری در کشور، بدون تردید به میزان توانایی آن در سازگاری با فناوری‌های سبز و هوشمند وابسته است.

۸. چالش‌ها

۱- کمبود آموزش تخصصی در حوزه حسابداری پایدار-۲ مقاومت برخی کارآفرینان در استفاده از گزارش‌های مالی دقیق
۳- عدم یکپارچگی اطلاعات مالی با اهداف توسعه پایدار

۹. راهکارها

۱- آموزش کارآفرینان و مدیران کسب و کار در حوزه حسابداری پایدار-۲ توسعه استانداردهای گزارشگری مالی و مسئولیت اجتماعی
۳- ایجاد زیرساخت‌های فناوری مالی برای تسهیل شفافیت و کنترل هزینه.

۱۰. بحث و نتیجه‌گیری

حسابداری، ابزاری حیاتی برای تحقق کارآفرینی پایدار در ایران است. شفافیت مالی، مدیریت منابع، گزارشگری مسئولانه و تحلیل ریسک، چهار رکن اصلی این نقش هستند. دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی باید با آموزش حسابداری پایدار، فرهنگ مسئولیت‌پذیری و استفاده صحیح از منابع را در میان کارآفرینان آینده نهادینه کنند. یافته‌ها نشان می‌دهد که: ۱- حسابداری صحیح و شفاف، ابزار تصمیم‌گیری مؤثر و افزایش اعتماد سرمایه‌گذاران است. ۲- مدیریت منابع و کنترل هزینه‌ها، موجب افزایش پایداری اقتصادی کسب و کارها می‌شود. ۳- گزارشگری مسئولانه و رعایت استانداردهای حسابداری، زمینه مسئولیت اجتماعی و توسعه پایدار را فراهم می‌کند. ۴- فناوری‌های مالی و نرم‌افزارهای حسابداری، کارایی و دقت در مدیریت منابع را ارتقا می‌دهند. بنابراین، حسابداری نقش پیش‌ران توسعه پایدار کسب و کارها را ایفا می‌کند و بدون آن، کارآفرینی پایدار امکان‌پذیر نخواهد بود.

منابع

##احمدی، ن. (۱۴۰۱). حسابداری اخلاقی و تأثیر آن بر تصمیم‌گیری مدیران. فصلنامه پژوهش‌های مالی و حسابداری اسلامی، تهران، ایران

##عباسی، م. (۱۳۹۹). مدیریت منابع مالی و کنترل هزینه در کسب‌وکارهای نوآور. مجله مدیریت مالی، تهران، ایران

##عباسی، م. (۱۴۰۲). کاربرد هوش مصنوعی در تصمیم‌گیری مالی پایدار. مجله فناوری و حسابداری نوین، تهران، ایران

##عبدی، س. (۱۴۰۱). تأثیر حسابداری سبز بر بهره‌وری منابع در شرکت‌های دانش‌بنیان. فصلنامه اقتصاد پایدار، تهران، ایران

##حسینی، ف. و مهدوی، ل. (۱۴۰۲). نقش گزارشگری مالی زیست‌محیطی در توسعه پایدار شرکت‌ها. مجله حسابداری و محیط زیست، تهران، ایران

##حسینی، ف. و رنجبر، ن. (۱۴۰۱). تحول دیجیتال و حسابداری پایدار در ایران. فصلنامه نوآوری در مدیریت مالی، تهران، ایران

##رضوی، ع. (۱۴۰۰). شفافیت مالی و اثر آن بر جذب سرمایه در ایران. تهران: پژوهشگاه امور اقتصادی. تهران، ایران

##رضوی، ع. (۱۴۰۲). کنترل هزینه و بهره‌وری پایدار در بنگاه‌های ایرانی. مجله حسابداری و توسعه اقتصادی، تهران، ایران

##سلیمانی، ک. (۱۳۹۹). گزارشگری مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در ایران. مجله حسابرسی، تهران، ایران

##رحمانی، م. (۱۴۰۰). کاربرد فناوری بلاک‌چین در حسابداری و جلوگیری از تقلب. مجله نوآوری در فناوری مالی، تهران، ایران

##وسفی، ف. (۱۴۰۰). حسابداری ابری و نقش آن در بهبود کارایی سازمانی. فصلنامه مدیریت فناوری، تهران، ایران

##یزدانی، م. (۱۳۹۹). استانداردهای گزارشگری مالی و شفافیت اقتصادی. مجله تحقیقات حسابداری، تهران، ایران

##Chapra, M. U. (2018). The Islamic Vision of Development in the Light of Maqasid al-Shariah. International Institute of Islamic Thought. Kuala Lumpur



- ##Farahani, R. (2021). Sustainable Accounting and Digital Transformation: Challenges and Opportunities. *Journal of Green Finance and Accounting*, 14(3), 45–61. London
- ##Kahf, M. (2019). *Islamic Economics: Principles and Analysis*. Islamic Research and Training Institute (IRTI). Jeddah
- ##Khalid, A., Rehman, T., & Omar, M. (2022). Sustainable Entrepreneurship and Cost Management in Islamic Context. *International Journal of Islamic Business Studies*, 6(1), 33–52. London
- ##Khan, S., Ali, R., & Johnson, T. (2021). Artificial Intelligence in Sustainable Accounting Systems. *Sustainability Accounting Review*, 11(4), 88–104. London
- ##Smith, J., & Lewis, P. (2020). Strategic Cost Control for Sustainable Enterprises. *Journal of Management Accounting Research*, 32(2), 55–77. London
- ##Suttipun, M., & Stanton, P. (2019). Determinants of Sustainability Reporting in Developing Economies. *Social Responsibility Journal*, 15(3), 320–337. London



Abstract

Accounting, as the language of business, plays an essential role in promoting sustainable entrepreneurship. Sustainable entrepreneurship includes economic, social and environmental dimensions and its success requires financial transparency, correct reporting and resource management. This research was conducted with the aim of investigating the role of accounting in promoting sustainable entrepreneurship culture in Iran. The descriptive-analytical research method is based on library studies and analysis of accounting rules and procedures in innovative businesses. The findings show that correct and standard accounting provides an effective decision-making tool, transparency of resources and risk management and helps the sustainable development of businesses

Keywords: accounting, sustainable entrepreneurship, financial management, transparent reporting, sustainable development

خلاقیت و نوآوری، محرک‌های کلیدی در توسعه کارآفرینی کتابخانه‌ای: مطالعه تطبیقی مدل‌های دانشگاهی در آمریکا، اسپانیا و چین

فرحناز؛ فتح‌اله زاده؛ مربی گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی؛ دانشگاه پیام نور؛ تهران؛ ایران

چکیده

در دهه‌های اخیر، کتابخانه‌های دانشگاهی با چالش‌های متعددی از جمله کاهش بودجه، تغییر رفتار کاربران، رقابت با منابع آزاد و نیاز به بازتعریف نقش حرفه‌ای مواجه شده‌اند. در این میان، خلاقیت و نوآوری به عنوان دو عنصر بنیادین، می‌تواند مسیر تحول کتابخانه‌ها را هموار کرده و آن‌ها را از مراکز سنتی نگهداری اطلاعات به بسترهایی برای یادگیری، تولید دانش و کارآفرینی تبدیل کنند. این پژوهش با هدف بررسی نقش خلاقیت و نوآوری در توسعه کارآفرینی کتابخانه‌ای، به تحلیل تطبیقی تجربیات سه دانشگاه پیشرو در آمریکا، اسپانیا و چین پرداخته است. روش تحقیق از نوع ترکیبی (کیفی-کمی) بوده و شامل تحلیل مضمون کیفی از مصاحبه‌های گروهی متمرکز و تحلیل آماری توصیفی از داده‌های پروژه‌های دانشجویی و خدمات نوآورانه کتابخانه‌ای است. یافته‌ها نشان دادند که خلاقیت و نوآوری در سه سطح قابل پیاده‌سازی هستند: آموزش تجربی دانشجویان از طریق یادگیری مبتنی بر پروژه، طراحی فضاهای نوآورانه، استودیوهای رسانه‌ای و بازتعریف نقش کتابداران به عنوان تسهیل‌گر یادگیری مادام‌العمر، از عوامل کلیدی موفقیت در توسعه کارآفرینی کتابخانه‌ای هستند. مقاله در پایان، پیشنهاداتی برای نهادینه‌سازی نوآوری در برنامه‌های آموزشی LIS، طراحی ساختارهای فیزیکی و دیجیتال نوآورانه، و توسعه حرفه‌ای کتابداران ارائه می‌دهد. این پژوهش می‌تواند به عنوان الگویی برای دانشگاه‌ها و کتابخانه‌هایی که در مسیر تحول و کارآفرینی گام برمی‌دارند، مورد استفاده قرار گیرد.

واژگان کلیدی: خلاقیت، نوآوری، کارآفرینی کتابخانه‌ای، فضای نوآورانه، کتابدار کارآفرین.

۱. مقدمه

تحولات گسترده در عرصه فناوری، آموزش و اقتصاد دانش‌بنیان در دهه‌های اخیر، موجب دگرگونی بنیادین در نقش نهادهای آموزشی و اطلاعاتی شده است. کتابخانه‌های دانشگاهی، که پیش از این عمدتاً به عنوان مراکز نگهداری منابع و پشتیبان آموزش سنتی شناخته می‌شدند، اکنون در مسیر تبدیل شدن به بسترهایی برای یادگیری فعال، تولید دانش، و توسعه کارآفرینی قرار گرفته‌اند (Bennett, 2009). این تحول نه تنها در ساختار فیزیکی و خدمات کتابخانه‌ها، بلکه در نقش حرفه‌ای کتابداران، شیوه‌های آموزشی، و تعاملات بین‌رشته‌ای بازتاب یافته است. در این میان، دو عنصر خلاقیت و نوآوری به عنوان موتور محرک این تحول شناخته می‌شوند. خلاقیت به معنای تولید ایده‌های نو و نوآوری به معنای اجرای عملی این ایده‌ها در محیط واقعی است. کتابخانه‌هایی که بتوانند این دو عنصر را در ساختار، خدمات و

آموزش های خود نهاده کنند، قادر خواهند بود نقش مؤثرتری در توسعه دانشگاه و جامعه ایفا کنند (Anderson, 2012). این امر به ویژه در شرایطی که دانشگاه ها با چالش هایی چون کاهش بودجه، رقابت با منابع دیجیتال آزاد، تغییر در انتظارات کاربران، و نیاز به تربیت نیروی انسانی خلاق و کارآفرین مواجه اند، اهمیت دوچندان می یابد.

مطالعات نشان می دهند که کتابخانه های دانشگاهی در سراسر جهان در حال بازتعریف مأموریت خود هستند. از ایجاد فضاهای نوآورانه و استودیوهای رسانه ای گرفته تا طراحی دوره های آموزشی در حوزه کارآفرینی، کتابخانه ها در حال تبدیل شدن به مراکز یادگیری تجربی و تولید دانش هستند (Stover et al., 2019). این تحول نه تنها نیازمند زیرساخت های فیزیکی و فناوریانه است، بلکه مستلزم تغییر در نگرش، مهارت ها و نقش حرفه ای کتابداران نیز می باشد. در اسپانیا، دانشگاه کومپلوتنسه ۱ مادرید، با اجرای پروژه های یادگیری مبتنی بر پروژه ۲ در حوزه کتابداری، توانسته است دانشجویان را در طراحی و اجرای پروژه های نوآورانه درون سازمانی مشارکت دهد (Arquero et al., 2019). این مدل آموزشی، با ترکیب نظریه های یادگیری تجربی، تفکر طراحی، و کارآفرینی سازمانی، بستری برای پرورش مهارت های خلاقانه و کارآفرینانه در دانشجویان فراهم کرده است.

بعنوان مثال در آمریکا، دانشگاه ایالتی کالیفرنیا در نورتریج ۳ با ایجاد استودیو رسانه ای خلاق و برنامه ریزی برای ساخت فضای ساخت 4 بزرگ تر، بستری برای یادگیری تجربی، تولید محتوا، و تعامل بین رشته ای فراهم کرده است. این فضاها نه تنها به دانشجویان امکان استفاده از فناوری های نوین مانند چاپ سه بعدی، تولید چندرسانه ای و طراحی دیجیتال را می دهند، بلکه موجب شکل گیری پروژه های کارآفرینانه و همکاری های بین رشته ای شده اند (Stover et al., 2019).

در چین نیز، تجربه ریموند پن، در دانشگاه نیویورک شانگهای ۵ نشان می دهد که کتابداران می توانند با استفاده از منابع آنلاین، دوره های مجازی، و شبکه سازی جهانی، مسیر توسعه حرفه ای خود را هموار کنند. این مدل، نمونه ای از کارآفرینی فردی درون سازمانی است که با بهره گیری از فناوری های نوین و یادگیری مادام العمر، نقش کتابدار را از نگهبان اطلاعات به تسهیل گر یادگیری و نوآوری تغییر داده است (Pun, 2015).

با توجه به این تجربیات، ضرورت دارد که نقش خلاقیت و نوآوری در توسعه کارآفرینی کتابخانه ای به صورت علمی و تطبیقی بررسی شود. این مقاله با هدف تحلیل مدل های موفق دانشگاهی در سه کشور اسپانیا، آمریکا و چین، تلاش دارد تا عناصر کلیدی موفقیت،

- 1 . Complutense
- 2 . PBL
- 3 . California State University Northridge (CSUN)
- 4 . Makerspace
- 5 . NYU Shanghai

چالش‌های اجرایی، و راهکارهای نهادینه‌سازی خلاقیت و نوآوری در بستر کتابخانه‌های دانشگاهی را شناسایی کند. تمرکز اصلی مقاله بر این است که چگونه می‌توان از خلاقیت و نوآوری به‌عنوان محرک‌های کلیدی برای بازتعریف نقش کتابخانه‌ها و کتابداران استفاده کرد، و چه راهکارهایی برای نهادینه‌سازی این عناصر در ساختارهای آموزشی و خدماتی کتابخانه‌ها وجود دارد.

۲. مواد و روش‌ها

بیان مسئله

در دهه‌های اخیر، مفهوم کارآفرینی به‌عنوان یکی از ارکان اصلی توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جوامع شناخته شده است. سازمان همکاری و توسعه اقتصادی ۶ در گزارش خود درباره وضعیت نوآوری در کشورهای عضو، تأکید می‌کند که کارآفرینی نه تنها به ایجاد اشتغال و رشد اقتصادی کمک می‌کند، بلکه نقش مهمی در ارتقاء نوآوری، بهره‌وری و پویایی اجتماعی دارد (OECD, 2015). با این حال، در بسیاری از کشورها از جمله اسپانیا، نرخ مشارکت در فعالیتهای کارآفرینانه پایین‌تر از میانگین جهانی است. بر اساس گزارش پایش جهانی کارآفرینی ۷ در سال ۲۰۱۷، تنها ۵ تا ۶ درصد از بزرگسالان اسپانیایی در مراحل اولیه فعالیتهای کارآفرینانه مشارکت دارند و ترس از شکست به‌عنوان یکی از موانع اصلی در این مسیر شناخته می‌شود.

در چنین بستری، آموزش عالی و به‌ویژه دانشگاه‌ها به‌عنوان نهادهای تولید دانش و تربیت نیروی انسانی، نقش کلیدی در توسعه فرهنگ کارآفرینی دارند. با این حال، بررسی‌ها نشان می‌دهد که آموزش کارآفرینی در بسیاری از رشته‌های غیرتجاری، از جمله کتابداری و اطلاع‌رسانی ۸، هنوز جایگاه تثبیت‌شده‌ای ندارد (European Commission, 2008). این در حالی است که کتابخانه‌ها به‌عنوان نهادهای یادگیری مادام‌العمر، می‌توانند نقش مؤثری در پرورش مهارت‌های کارآفرینانه ایفا کنند.

از سوی دیگر، کتابخانه‌های دانشگاهی با چالش‌های متعددی مواجه‌اند: کاهش بودجه، رقابت با منابع دیجیتال آزاد، تغییر در انتظارات کاربران، و نیاز به بازتعریف نقش حرفه‌ای کتابداران (Bennett, 2009). در چنین شرایطی، خلاقیت و نوآوری می‌تواند به‌عنوان راهبردهایی مؤثر برای بقا و تحول کتابخانه‌ها عمل کنند. خلاقیت به معنای تولید ایده‌های نو و نوآوری به معنای پیاده‌سازی این ایده‌ها در قالب خدمات، فضاها و برنامه‌های جدید است (Anderson, 2012). با این حال، پرسش‌های کلیدی زیر همچنان مطرح است:

چگونه می‌توان خلاقیت و نوآوری را در ساختار کتابخانه‌های دانشگاهی نهادینه کرد؟

چه مدل‌هایی در دانشگاه‌های مختلف برای آموزش و اجرای کارآفرینی کتابخانه‌ای به کار گرفته شده‌اند؟

6 . OECD

7 . Global Entrepreneurship Monitor

8 . LIS

نقش کتابداران، دانشجویان و ساختارهای آموزشی در این فرآیند چیست؟

چه عواملی موفقیت یا ناکامی این مدل‌ها را تعیین می‌کنند؟

این مقاله با هدف پاسخ به این پرسش‌ها، به تحلیل تطبیقی سه مدل دانشگاهی در اسپانیا، آمریکا و چین می‌پردازد. تمرکز اصلی بر شناسایی عناصر کلیدی موفقیت، چالش‌های اجرایی، و راهکارهای نهادینه‌سازی خلاقیت و نوآوری در بستر کتابخانه‌های دانشگاهی است.

ادبیات پژوهش

در سال‌های اخیر، پژوهش‌های متعددی به بررسی نقش خلاقیت و نوآوری در تحول کتابخانه‌های دانشگاهی و توسعه کارآفرینی کتابخانه‌ای پرداخته‌اند. این مطالعات نشان می‌دهند که کتابخانه‌ها با بهره‌گیری از رویکردهای نوآورانه، می‌توانند نقش خود را از مراکز سنتی نگهداری اطلاعات به بسترهایی برای یادگیری، تولید دانش، و کارآفرینی ارتقاء دهند.

(Bieraugel and Neill, 2017) در مطالعه‌ای با عنوان "خلاقیت و نوآوری در کتابخانه‌های دانشگاهی، تأکید می‌کنند که کتابخانه‌ها باید از نقش سنتی خود فراتر رفته و به مراکز تولید دانش و نوآوری تبدیل شوند. آن‌ها پیشنهاد می‌کنند که کتابخانه‌ها با طراحی خدمات جدید، استفاده از فناوری‌های نوین، و تعامل با واحدهای دانشگاهی می‌توانند نقش فعالی در اکوسیستم کارآفرینی دانشگاه ایفا کنند.

مطالعه (Meyer, Fourie, 2015) نیز نشان می‌دهد که نوآوری در کتابخانه‌ها نیازمند تغییر در فرهنگ سازمانی، مهارت‌های حرفه‌ای کتابداران، و ساختارهای مدیریتی است. آن‌ها بر اهمیت "نوآوری مشارکتی" تأکید دارند، جایی که کتابداران، کاربران، و مدیران در طراحی خدمات جدید مشارکت می‌کنند.

مطالعه (Crumpton and Bird, 2019) در حوزه آموزش LIS، نشان می‌دهد که آموزش رسمی مهارت‌های کارآفرینی در برنامه‌های LIS می‌تواند نقش کتابداران را از نگهبان اطلاعات به تسهیل‌گر یادگیری و نوآوری تغییر دهد. آن‌ها پیشنهاد می‌کنند که دوره‌هایی در حوزه تفکر طراحی، تحلیل داده، و مدیریت نوآوری در برنامه‌های درسی گنجانده شود.

مطالعات بین‌المللی نیز نشان می‌دهند که مدل‌های موفق نوآوری در کتابخانه‌ها معمولاً با حمایت سازمانی، سیاست‌گذاری روشن، و منابع مالی پایدار همراه هستند (OECD, 2015; European Commission, 2008). در چین، تجربه دانشگاه نیویورک شانگهای نشان داد که حتی در شرایط محدود، کتابداران می‌توانند با خودسرمایه‌گذاری و یادگیری آنلاین، مسیر توسعه حرفه‌ای خود را هموار کنند (Pun, 2015).

مطالعه Bennett (2009) نشان می‌دهد که کتابخانه‌ها باید از نقش پشتیبان آموزش سنتی فراتر رفته و به مراکز یادگیری فعال تبدیل شوند. او تأکید می‌کند که طراحی فضاهای یادگیری، خدمات مشارکتی، و تعامل با دانشجویان می‌تواند مأموریت کتابخانه را بازتعریف کند.

مطالعات Anderson (2012) بر اهمیت بازتعریف نقش کتابخانه‌ها در عصر دیجیتال تأکید دارند. آن‌ها خلاقیت را به عنوان تولید ایده‌های نو و نوآوری را به عنوان اجرای عملی این ایده‌ها در محیط واقعی معرفی می‌کنند. این دو عنصر، پایه‌ای برای تحول خدمات، ساختار و نقش حرفه‌ای کتابداران محسوب می‌شوند.

در حوزه آموزش کارآفرینی، European Commission (2008) بر ضرورت گنجاندن مهارت‌های کارآفرینانه در برنامه‌های درسی دانشگاهی تأکید دارد. این گزارش نشان می‌دهد که آموزش کارآفرینی باید فراتر از رشته‌های مدیریت و اقتصاد گسترش یابد و در حوزه‌هایی مانند علوم انسانی، هنر و اطلاعات نیز نهادینه شود.

مطالعه (Abbas and Koh, 2015) در سنگاپور نشان داد که کتابداران با آموزش مهارت‌های نوآورانه، توانسته‌اند خدمات جدیدی طراحی کرده و نقش فعالی در توسعه دانشگاه ایفا کنند. آن‌ها پیشنهاد می‌کنند که برنامه‌های توسعه حرفه‌ای باید شامل یادگیری فناوری‌های نوین، طراحی خدمات، و تحلیل داده باشد.

همچنین مطالعه (Stover et al., 2019) نشان می‌دهد که کتابخانه‌ها می‌توانند با بازتعریف مأموریت خود، از مراکز سنتی به بسترهایی برای نوآوری و کارآفرینی تبدیل شوند. آن‌ها تأکید می‌کنند که طراحی خدمات نوآورانه، تعامل با کاربران، و استفاده از فناوری‌های نوین از عوامل کلیدی موفقیت در این مسیر هستند.

در پژوهش Pun (2015)، تجربه کتابداران مهاجر در چین نشان می‌دهد که یادگیری مادام‌العمر، استفاده از منابع باز، و شبکه‌سازی جهانی می‌تواند مسیر توسعه حرفه‌ای را هموار کند. این مطالعه بر اهمیت خودسرمایه‌گذاری، انگیزه فردی، و انعطاف‌پذیری در محیط‌های آموزشی تأکید دارد.

مطالعه (Meyer and Fourie, 2015) نشان می‌دهد که تغییر فرهنگ سازمانی نیازمند آموزش، مشارکت، و حمایت مدیریتی است. همچنین، طراحی مدل‌های ارزیابی خدمات نوآورانه می‌تواند به سنجش اثربخشی و جلب حمایت سازمانی کمک کند.

مطالعه (Nwafor and Azubuike, 2021) در نیجریه، مفهوم کتابدار کارآفرین ۹ را به عنوان رویکردی برای خوداشتغالی، استقلال مالی، و پاسخ‌گویی به نیازهای اطلاعاتی جامعه معرفی می‌کند. این پژوهش بر مهارت‌های فناوری اطلاعات، سواد اطلاعاتی، مهارت‌های مدیریتی و روحیه کارآفرینی تأکید دارد. همچنین فرصت‌هایی مانند مشاوره اطلاعاتی، نشر کتاب، خدمات نمایه‌سازی، و راه‌اندازی کتابخانه‌های خصوصی را برای کتابداران برمی‌شمارد.

در مدل دانشگاه Complutense Madrid، ۷۹٪ پروژه‌های دانشجویی درون‌سازمانی بودند، که نشان‌دهنده تقویت نوآوری در ساختار کتابخانه‌ای است (Arquero-Avilés et al., 2019). این نوع کارآفرینی موجب افزایش بهره‌وری، رضایت شغلی، و پویایی سازمانی

می شود. همچنین، کتابداران می توانند با طراحی خدمات جدید، بهبود فرآیندها، و تعامل با کاربران، نقش فعالی در توسعه کتابخانه ایفا کنند (Covin et al., 2011).

و مطالعاتی مانند (Ezeani and Ugwu, 2012) و (Molaro (2013) به موانعی چون نبود زیرساخت های آموزشی، کمبود روحیه کارآفرینی، ترس از شکست، و فقدان مهارت های ICT اشاره دارند. این چالش ها نشان می دهند که نهادهای سازنده کارآفرینی نیازمند اصلاح برنامه های درسی، آموزش مهارتی، و تغییر نگرش حرفه ای است.

روش شناسی تحقیق

این پژوهش از نوع ترکیبی است و با هدف تحلیل نقش خلاقیت و نوآوری در توسعه کارآفرینی کتابخانه ای، از دو رویکرد کیفی و کمی بهره می برد.

۱. طراحی کیفی: مصاحبه گروهی متمرکز ۱۰

سه جلسه با حضور کتابداران، اساتید LIS، و دانشجویان کارشناسی ارشد برگزار شد. هر جلسه ۹۰ دقیقه طول کشید و با رضایت شرکت کنندگان ضبط و پیاده سازی شد. داده ها با روش تحلیل مضمون (Braun and Clarke, 2006) کدگذاری شدند.

۲. داده های کمی

داده های کمی شامل آمار پروژه های دانشجویی در دانشگاه کمپلوتنسه مادرید، تعداد کاربران و خدمات نوآورانه در CSUN، و مسیرهای توسعه حرفه ای در NYU Shanghai بود. این داده ها با استفاده از جداول و نمودارهای توصیفی تحلیل شدند.

۳. اعتبارسنجی

برای افزایش اعتبار پژوهش از مثلث سازی داده ها، بررسی توسط شرکت کنندگان ۱۱، و بازبینی همکاران پژوهشی استفاده شد (Lincoln and Guba, 1985).

یافته ها

دانشگاه Madrid Complutense

۴۲ پروژه دانشجویی در ۴ سال



کد: ۰۳۲۴۰-۸۷۹۶۹

دومین همایش ملی کارآفرینی و توسعه پایدار با تاکید بر مشارکت مردم

The 2nd National Conference on Entrepreneurship and Sustainable
Development with Emphasis on Public Participation



دانشگاه پیام نور سیستان و بلوچستان

۷۹٪ پروژه‌ها درون‌سازمانی

استفاده از PBL، گیمیفیکیشن، Tank Shark

حوزه‌های استراتژیک: خدمات کاربران، نوآوری دیجیتال، مدیریت منابع، میراث، همکاری

دانشگاه CSUN

ایجاد CMS در سال ۲۰۱۴

بیش از ۱۶۰۰ پروژه چاپ سه‌بعدی

مشارکت با دانشکده‌های مهندسی، هنر، کسب و کار

طراحی فضاهای انعطاف‌پذیر، خدمات چندرسانه‌ای، کارگاه‌های آموزشی

دانشگاه Shanghai NYU

توسعه حرفه‌ای کتابدار مهاجر از طریق وبینارها، MOOCs، و شبکه‌سازی جهانی

یادگیری ابزارهای داده‌محور مانند R، SPSS، NVivo

مدل خودسرمایه‌گذاری برای ارتقاء مهارت‌های نوآوران کتابداران

جدول ۱. تحلیل تطبیقی دانشگاه‌های مورد مطالعه

دانشگاه	نوع نوآوری	سطح مشارکت	مدل آموزشی	نقش کتابدار
Madrid	درون‌سازمانی	دانشجویان	PBL	مربی پروژه
CSUN	فضا و خدمات	کاربران	تفکر طراحی	تسهیل‌گر فناوری
Shanghai NYU	توسعه فردی	کتابداران	سازنده‌گرایی	یادگیرنده مادام‌العمر

بحث و تفسیر

یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهند که خلاقیت و نوآوری در سه سطح اصلی در کتابخانه‌های دانشگاهی قابل پیاده‌سازی هستند: آموزش تجربی دانشجویان، طراحی فضاهای نوآورانه، و توسعه حرفه‌ای کتابداران. هر یک از این سطوح با نظریه‌های مطرح شده در چارچوب مفهومی مقاله هم‌راستا بوده و در مدل‌های دانشگاهی مورد بررسی، به صورت عملیاتی اجرا شده‌اند.

۱. آموزش تجربی و یادگیری مبتنی بر پروژه

در دانشگاه Complutense Madrid، استفاده از یادگیری مبتنی بر پروژه ۱۲ در برنامه‌های آموزشی LIS، بستری برای پرورش مهارت‌های خلاقانه، حل مسئله، و کارآفرینی فراهم کرده است. دانشجویان با مشارکت در طراحی خدمات جدید، تحلیل نیازهای کاربران، و اجرای پروژه‌های واقعی، تجربه‌ای ملموس از نوآوری در محیط کتابخانه‌ای کسب کرده‌اند (Arquero-Avilés et al., 2019). این رویکرد با نظریه یادگیری تجربی (Kolb (1984) هم‌راستا است، جایی که تجربه عملی، تأمل، مفهوم‌سازی و آزمون فعال به عنوان مراحل کلیدی یادگیری معرفی می‌شوند.

علاوه بر این، استفاده از روش‌های نوآورانه مانند گیمیفیکیشن، نقش‌آفرینی، و شبیه‌سازی محیط‌های کارآفرینانه (مانند Shark Tank) موجب افزایش انگیزه، تعامل و خلاقیت دانشجویان شده است. این تجربه نشان می‌دهد که آموزش خلاقیت و نوآوری نباید صرفاً در قالب نظری ارائه شود، بلکه باید از طریق تجربه عملی و پروژه‌محور نهادینه گردد (Bieraugel, 2017 and Neill).

۲. طراحی فضاهای نوآورانه و تفکر طراحی

در دانشگاه CSUN، طراحی استودیو رسانه‌ای خلاق ۱۳ و برنامه‌ریزی برای ساخت Makerspace بزرگ‌تر، نمونه‌ای موفق از کاربرد تفکر طراحی در محیط کتابخانه‌ای است. این فضاها با هدف پاسخ به نیازهای دانشجویان در تولید محتوا، یادگیری فناوری‌های نوین، و تعامل بین‌رشته‌ای طراحی شده‌اند (Stover et al., 2019). مراحل همدلی با کاربران، تعریف مسئله، ایده‌پردازی، نمونه‌سازی و آزمون، در طراحی این فضاها به کار گرفته شده‌اند که با مدل تفکر طراحی (Brown (2009) هم‌خوانی دارند.

نکته قابل توجه در مدل CSUN، مشارکت فعال دانشجویان در استفاده از فناوری‌های نوین مانند چاپ سه‌بعدی، طراحی گرافیکی، و تولید چندرسانه‌ای است. این مشارکت نه تنها موجب ارتقاء مهارت‌های فنی دانشجویان شده، بلکه بستری برای شکل‌گیری پروژه‌های کارآفرینانه، همکاری بین‌رشته‌ای، و تعامل با دانشکده‌های مهندسی، هنر و کسب‌وکار فراهم کرده است. این تجربه نشان می‌دهد که طراحی فضاهای نوآورانه می‌تواند به عنوان محرکی برای یادگیری تجربی، تولید دانش، و توسعه کارآفرینی عمل کند (Bennett, 2009).

۳. توسعه حرفه‌ای کتابداران و سازنده‌گرایی

در دانشگاه NYU Shanghai، تجربه Raymond Pun نشان می‌دهد که کتابداران می‌توانند با استفاده از منابع آنلاین، دوره‌های مجازی، و شبکه‌سازی جهانی، مسیر توسعه حرفه‌ای خود را هموار کنند (Pun, 2015). این مدل، نمونه‌ای از کارآفرینی فردی درون‌سازمانی است که با بهره‌گیری از فناوری‌های نوین و یادگیری مادام‌العمر، نقش کتابدار را از نگهبان اطلاعات به تسهیل‌گر یادگیری و نوآوری تغییر داده است.

این تجربه با نظریه سازنده‌گرایی (Vygotsky (1978) هم‌راستا است، جایی که یادگیری از طریق تعامل با محیط، تجربه عملی، و بازتاب فردی شکل می‌گیرد. کتابداران در این مدل، نه تنها مصرف‌کننده دانش نیستند، بلکه تولیدکننده، تسهیل‌گر و مربی نوآوری محسوب می‌شوند. استفاده از ابزارهای داده‌محور مانند SPSS، R، و NVivo نیز نشان‌دهنده ارتقاء مهارت‌های تحلیلی و پژوهشی کتابداران در محیط‌های نوآورانه است.

۴. مقایسه تطبیقی مدل‌ها

مقایسه بین سه مدل دانشگاهی نشان می‌دهد که هر یک از آن‌ها با توجه به زمینه فرهنگی، ساختار سازمانی، و منابع موجود، رویکرد متفاوتی به توسعه کارآفرینی کتابخانه‌ای اتخاذ کرده‌اند. در اسپانیا، تمرکز بر آموزش تجربی دانشجویان و پروژه‌های درون‌سازمانی بوده است. در آمریکا، طراحی فضاهای نوآورانه و تعامل بین‌رشته‌ای محور اصلی بوده، و در چین، توسعه فردی کتابداران از طریق یادگیری آنلاین و شبکه‌سازی جهانی مورد توجه قرار گرفته است.

با این حال، عناصر مشترک در هر سه مدل عبارت‌اند از:

تأکید بر یادگیری فعال و تجربی

بازتعریف نقش کتابدار به عنوان عامل نوآوری

استفاده از فناوری‌های نوین در خدمات کتابخانه‌ای

تعامل با کاربران، دانشجویان، و سایر واحدهای دانشگاهی

این عناصر نشان می‌دهند که خلاقیت و نوآوری می‌توانند در سطوح مختلف سازمانی، آموزشی و فردی نهادینه شوند و موجب تحول در مأموریت، ساختار و خدمات کتابخانه‌های دانشگاهی گردند.

مدل مفهومی پیشنهادی برای کارآفرینی کتابخانه‌ای

بر اساس یافته‌های پژوهش، مدل مفهومی زیر برای توسعه کارآفرینی کتابخانه‌ای پیشنهاد می‌شود:

عناصر مدل:



ورودی‌ها: منابع انسانی، فناوری، بودجه، سیاست‌های آموزشی

فرآیندها: آموزش تجربی، طراحی خدمات، یادگیری مادام‌العمر

خروجی‌ها: خدمات نوآورانه، پروژه‌های کارآفرینانه، توسعه حرفه‌ای

بازخورد: ارزیابی اثربخشی، رضایت کاربران، تعامل بین‌رشته‌ای

این مدل با نظریه‌های Pinchot، Brown، Kolb و Vygotsky هم‌راستا بوده و می‌تواند در محیط‌های دانشگاهی ایرانی نیز بومی‌سازی شود.

همچنین مدل مفهومی پیشنهادی در این پژوهش، بر اساس یافته‌های تجربی و نظریه‌های مطرح‌شده، به صورت زیر توسعه یافته است:

مؤلفه‌های اصلی مدل:

ورودی‌ها

منابع انسانی: کتابداران، دانشجویان، مدیران

منابع مالی: بودجه پروژه‌ها، حمایت سازمانی

فناوری: ابزارهای نوین، زیرساخت دیجیتال

سیاست‌ها: برنامه‌های آموزشی، خط‌مشی نوآوری

فرآیندها

آموزش تجربی: PBL، نقش‌آفرینی، یادگیری پروژه‌محور

طراحی خدمات: تفکر طراحی، نیازسنجی کاربران

توسعه حرفه‌ای: یادگیری مادام‌العمر، دوره‌های مجازی

تعامل بین‌رشته‌ای: همکاری با دانشکده‌های دیگر

خروجی‌ها

خدمات نوآورانه: اپلیکیشن‌ها، پلتفرم‌های دیجیتال

پروژه‌های کارآفرینانه: کمپین‌های تبلیغاتی، طراحی فضا

توسعه حرفه‌ای: ارتقاء مهارت‌های کتابداران

رضایت کاربران: افزایش تعامل و بهره‌وری

بازخورد و ارزیابی

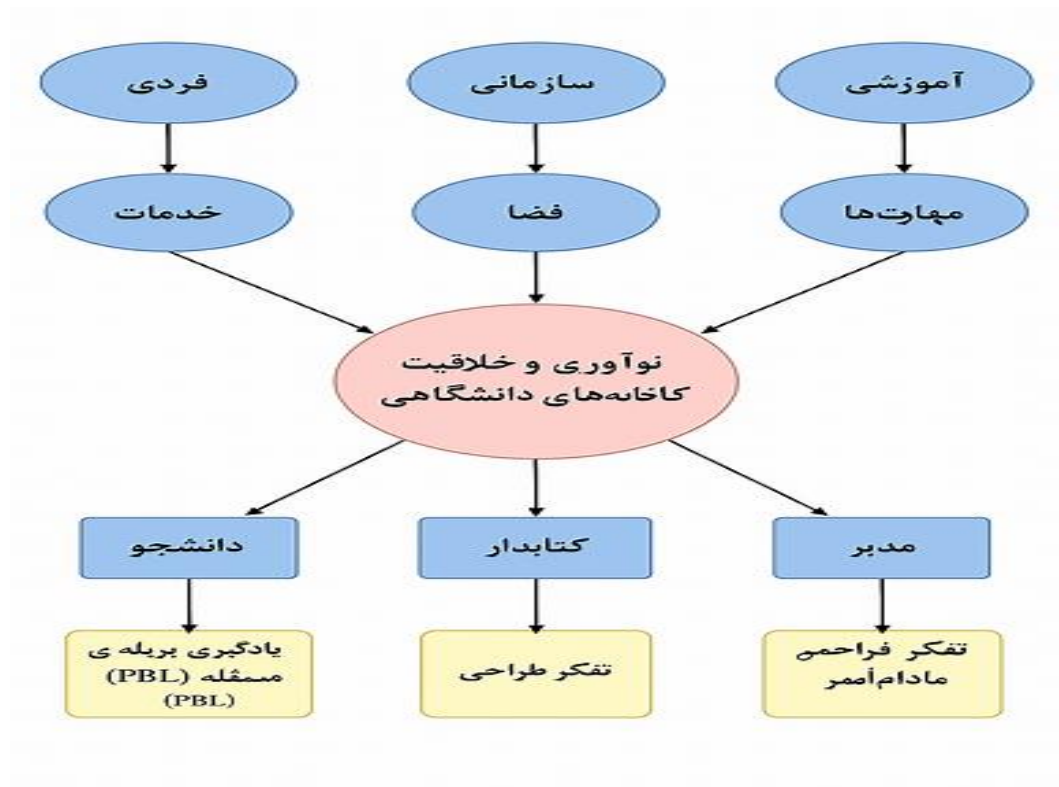
سنجش اثربخشی خدمات

تحلیل رفتار کاربران

ارزیابی پروژه‌ها توسط هیئت علمی

بازنگری در سیاست‌ها و برنامه‌ها

این مدل می‌تواند به‌عنوان الگویی برای طراحی برنامه‌های نوآوری در کتابخانه‌های دانشگاهی ایران نیز مورد استفاده قرار گیرد.



شکل ۱. مدل الگویی برای طراحی برنامه‌های نوآوری در کتابخانه‌های دانشگاهی

۳. نتایج

پژوهش حاضر با هدف بررسی نقش خلاقیت و نوآوری در توسعه کارآفرینی کتابخانه‌ای، به تحلیل تطبیقی سه مدل دانشگاهی در اسپانیا، آمریکا و چین پرداخت. یافته‌ها نشان دادند که خلاقیت و نوآوری نه تنها به‌عنوان مفاهیم نظری، بلکه به‌عنوان راهبردهای عملی در ساختار، خدمات و آموزش کتابخانه‌های دانشگاهی قابل پیاده‌سازی هستند. در مدل دانشگاه کمپلوتنسه مادرید، آموزش تجربی از طریق یادگیری مبتنی بر پروژه موجب ارتقاء مهارت‌های خلاقانه و کارآفرینانه دانشجویان شده است (Arquero-Avilés et al., 2019). در دانشگاه CSUN، طراحی فضاهای نوآورانه مانند CMS بستری برای یادگیری فناوری‌های نوین، تولید محتوا، و تعامل بین‌رشته‌ای فراهم کرده است. (Stover et al., 2019) نیز در دانشگاه NYU Shanghai، توسعه حرفه‌ای کتابداران از طریق یادگیری مادام‌العمر، دوره‌های مجازی، و شبکه‌سازی جهانی، نمونه‌ای از کارآفرینی فردی درون‌سازمانی را ارائه داده است. Pun (2015). همچنین تحلیل تطبیقی مدل‌ها نشان داد که عناصر مشترک موفقیت عبارت‌اند از:

تأکید بر یادگیری فعال و تجربی

بازتعریف نقش کتابدار به‌عنوان عامل نوآوری

استفاده از فناوری‌های نوین در خدمات کتابخانه‌ای

تعامل با کاربران، دانشجویان، و واحدهای دانشگاهی دیگر

حمایت سازمانی از پروژه‌های نوآورانه و کارآفرینانه

این عناصر نشان می‌دهند که خلاقیت و نوآوری می‌تواند در سطوح مختلف سازمانی، آموزشی و فردی نهادینه شوند و موجب تحول در مأموریت، ساختار و خدمات کتابخانه‌های دانشگاهی گردند. همچنین، نقش کتابدار از نگرهبان منابع به تسهیل‌گر یادگیری، مربی نوآوری، و عامل تغییر سازمانی ارتقاء یافته است (Kuratko et al., 2011).

و در پاسخ به پرسش‌های پژوهش، می‌توان گفت که:

خلاقیت و نوآوری از طریق آموزش تجربی، طراحی فضاهای نوآورانه، و توسعه حرفه‌ای قابل پیاده‌سازی هستند.

مدل‌های دانشگاهی موفق از رویکردهای بین‌رشته‌ای، فناوری‌محور، و مشارکتی بهره گرفته‌اند.

نقش کتابدار، دانشجو و ساختار آموزشی در موفقیت پروژه‌های کارآفرینانه حیاتی است.

چالش‌هایی مانند کمبود بودجه، مقاومت سازمانی، و فقدان سیاست‌های حمایتی باید با راهکارهای ساختاری و فرهنگی پاسخ داده شوند.

۴. بحث و نتیجه گیری

تحلیل فرهنگی و تطبیقی بین سه کشور

فرهنگ سازمانی، نگرش به ریسک، و ساختارهای آموزشی در سه کشور مورد مطالعه تفاوت‌های قابل توجهی دارند:

جدول ۲. مقایسه فرهنگ سازمانی، نگرش به ریسک، و ساختارهای آموزشی در سه کشور مورد مطالعه

کشور	نگرش به ریسک	ساختار آموزشی	سبک مدیریت کتابخانه
اسپانیا	محافظه کارانه	سنتی- پروژه محور	متمرکز، دولتی
آمریکا	ریسک پذیر	بین رشته‌ای	غیرمتمرکز، مشارکتی
چین	انضباط محور	فناوری محور	سلسله مراتبی، دولتی

این تفاوت‌ها بر نوع نوآوری، میزان مشارکت، و نقش کتابدار تأثیر گذارند. (Hofstede, 2001)

پیشنهاد می‌شود برای سنجش اثربخشی خدمات نوآورانه در کتابخانه‌ها، از چارچوب زیر استفاده شود:

شاخص‌های کمی: تعداد پروژه‌ها، میزان استفاده کاربران، نرخ رضایت

شاخص‌های کیفی: تجربه یادگیری، تعامل بین رشته‌ای، بازخورد کاربران

شاخص‌های سازمانی: میزان حمایت مدیریتی، بودجه اختصاص یافته، پایداری پروژه‌ها

این چارچوب می‌تواند به مدیران کمک کند تا تصمیم‌گیری مبتنی بر داده داشته باشند.

۶. پیامدهای سیاستی برای مدیران دانشگاهی

تدوین سیاست‌های حمایتی برای نوآوری در کتابخانه‌ها

تخصیص بودجه مستقل برای پروژه‌های خلاقانه

تعریف مسیرهای شغلی جدید برای کتابداران نوآور

تشویق به همکاری بین‌سازمانی با مراکز رشد و شتاب‌دهنده‌ها

۷. چشم‌انداز آینده: کتابخانه‌های کارآفرین در دهه ۲۰۳۰

در دهه آینده، کتابخانه‌های دانشگاهی می‌توانند به مراکز نوآوری آموزشی، تولید دانش، و توسعه مهارت‌های قرن ۲۱ تبدیل شوند. با ترکیب فناوری‌های نوین، آموزش تجربی، و مشارکت بین‌رشته‌ای، کتابخانه‌ها نقش کلیدی در تحول آموزش عالی ایفا خواهند کرد.

پیشنهادات کاربردی

بر اساس یافته‌های پژوهش، پیشنهادهای زیر برای نهادهای آموزشی، کتابخانه‌ها، و برنامه‌های LIS ارائه می‌شود:

۱. اصلاح برنامه‌های آموزشی LIS

گنجاندن واحدهای درسی در حوزه نوآوری، تفکر طراحی، مدیریت پروژه، و کارآفرینی

استفاده از روش‌های آموزشی فعال مانند PBL، یادگیری مبتنی بر مسئله، و نقش‌آفرینی

طراحی دوره‌های مشترک با دانشکده‌های مهندسی، هنر، مدیریت و فناوری اطلاعات

۲. طراحی فضاهای نوآورانه در کتابخانه‌ها

ایجاد Makerspace، استودیوهای رسانه‌ای و آزمایشگاه‌های یادگیری

تجهیز کتابخانه‌ها به فناوری‌های نوین مانند چاپ سه‌بعدی، واقعیت افزوده، و ابزارهای داده‌کاوی

طراحی فضاهای انعطاف‌پذیر برای تعامل بین‌رشته‌ای و پروژه‌محور

۳. توسعه حرفه‌ای کتابداران

ارائه دوره‌های مجازی در حوزه نوآوری، تحلیل داده، و طراحی خدمات

حمایت از یادگیری مادام‌العمر از طریق منابع باز، وبینارها، و شبکه‌سازی جهانی

تعریف مسیرهای شغلی جدید برای کتابداران نوآور، مربیان یادگیری، و طراحان خدمات

۴. سیاست‌گذاری و حمایت سازمانی

تدوین سیاست‌های حمایتی برای تأمین بودجه پروژه‌های نوآورانه

ایجاد ساختارهای ارزیابی برای سنجش اثربخشی خدمات نوآورانه

تشویق به همکاری بین‌سازمانی با مراکز رشد، شتاب‌دهنده‌ها، و شرکت‌های دانش‌بنیان

۵. پژوهش‌های آینده

بررسی نقش نوآوری در کتابخانه‌های عمومی، تخصصی و دیجیتال

تحلیل تأثیر نوآوری بر رضایت کاربران، بهره‌وری سازمانی، و یادگیری مادام‌العمر

طراحی مدل‌های بومی‌سازی شده برای پیاده‌سازی نوآوری در کتابخانه‌های ایرانی

پیشنهادات کاربردی این پژوهش، برای کتابخانه‌های دانشگاهی ایران

نهادینه سازی طرح بر پروژه (PBL) در برنامه های آموزشی LIS با مشارکت در طراحی خدمات کتابخانه های

ایجاد فضاهای نوآورانه ۱۴، استودیوهای رسانه‌های، و اتاق‌های تفکر طراحی در کتابخانه‌های مرکزی دانشگاه‌ها.

توسعه حرفه ای کتابداران از طریق از طریق دوره‌های مجازی، مادام‌العمر، و شبکه‌سازی علمی بین‌المللی

استفاده از فناوری های نوین چاپ سه‌بعدی، موارد افزوده، و ابزارهای داده‌شده بر اطلاعات ارتقاء مانند چاپ سه‌بعدی، افزوده‌ها، و

ابزارهای داده‌شده برای ارتقاء خدمات اطلاعاتی

طراحی ساختارهای سازمانی منعطف که از نوآوری که از نوآوری درون سازمانی حمایت کنند و به کتابداران اجازه دهند نقش کارآفرینانه

ایفا کنند

توسعه همکاری‌های بین‌رشته‌ای با دانشکده‌های مهندسی، هنر، مدیریت با دانشکده های مهندسی، هنر، مدیریت و علوم برای طراحی

خدمات مشترک



- ## Anderson, J. (2012). Creativity and innovation in academic libraries. *Library Management*, 33(4/5), 228-238.
- ## Arquero-Avilés, R., Marco-Cuenca, G., & Siso-Calvo, B. (2019). Project-Based Learning in LIS Education: A Spanish Case Study. *Education for Information*, 35(2), 123–138.
- ## Bennett, S. (2009). Libraries and learning: A history of paradigm change. *Portal: Libraries and the Academy*, 9(2), 181-197.
- ## Bieraugel, M., & Neill, S. (2017). Embedded Entrepreneurship: A Strategic Approach for Academic Libraries. *Journal of Business & Finance Librarianship*, 22(3-4), 173–187. <https://doi.org/10.1080/08963568.2017.1372014>
- ## Brown, T. (2009). *Change by Design: How Design Thinking Creates New Alternatives for Business and Society*. Harvard Business Press.
- ## European Commission. (2008). Effects and impact of entrepreneurship programmes in higher education. European Commission, (March), 1–87.
- ## Fourie, I. (2015). Library and information science research: Considerations for innovation, creativity and entrepreneurship. *Library Hi Tech*, 33(4), 525–539. <https://doi.org/10.1108/LHT-06-2015-0065>
- ## Hofstede, G. (2001). *Culture's consequences: Comparing values, behaviors, institutions, and organizations across nations* (2nd ed.). Sage Publications.
- ##IBNA. (2024). Innovations in Public Libraries Worldwide. <https://www.ibna.ir/news/516066>
- ##Kolb, D. A. (1984). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development*. Prentice-Hall.
- ## Koh, K., & Abbas, J. (2015). Libraries as incubators of innovation: Employing learning labs and makerspaces to foster creativity and entrepreneurship. *International Journal of Education and Social Science*, 2(8), 38–45.
- ## Kuratko, D. F., Morris, M. H., & Covin, J. G. (2011). *Corporate Entrepreneurship & Innovation*. Cengage Learning.
- ## Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. Sage Publications.
- ## Meyer, M. H., & Lee, C. (2015). *Innovation for entrepreneurs: A guidebook for visionaries and game changers*. Pearson Education.
- ## OECD. (2015). *OECD skills strategy diagnostic report: Spain*. Madrid: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Retrieved from: <http://www.oecd.org/skills/nationalskillsstrategies/Diagnostic-report-Spain.pdf>



Pun, R. (2015). Creative ways to develop professional development for librarians in China. *Journal of Library Innovation*, 6(1), 1-15.

Stover, M., Jefferson, R., & Santos, J. (2019). Creative Media Studio: A Case Study in Library Innovation. *Library Leadership & Management*, 33(2), 1–12.

Vygotsky, L. S. (1978). *Mind in Society: The Development of Higher Psychological Processes*. Harvard University Press.

Creativity and Innovation, key Drivers in the Development of Library Entrepreneurship: A Comparative Study of Academic Models in the United States, Spain, and China

Farahnaz Fatollahzadeh¹⁵, Corresponding Author

Instructor Department of Knowledge and communication Sciences/ Payame Noor University/ Tehran/ Iran

15 .f.fatollahzadeh@pnu.ac.ir



Abstract

In recent decades, academic libraries have faced numerous challenges, including budget cuts, changing user behavior, competition from open-access resources, and the need to redefine professional roles. Amid these shifts, creativity and innovation—two foundational elements—can pave the way for transformation, turning libraries from traditional information repositories into dynamic spaces for learning, knowledge production, and entrepreneurship. This study aims to examine the role of creativity and innovation in the development of library entrepreneurship through a comparative analysis of leading academic models in the United States, Spain, and China. The research employs a mixed-methods approach, combining qualitative thematic analysis of focus group interviews with descriptive statistical analysis of student projects and innovative library services. Findings reveal that creativity and innovation can be implemented at three levels: experiential student learning through project-based education, the design of innovative spaces and media studios, and the redefinition of librarians' roles as facilitators of lifelong learning. These factors are key to the successful advancement of library entrepreneurship. The article concludes with recommendations for institutionalizing innovation in LIS curricula, designing innovative physical and digital infrastructures, and promoting professional development for librarians. This research may serve as a model for universities and libraries seeking transformation and entrepreneurial growth.

Keywords: Creativity, Innovation, Library Entrepreneurship, Innovative Space, Entrepreneurial Librarian

مبانی فقهی کارآفرینی پایدار در نظام اقتصادی اسلام

مرتضی؛ پورملائی استادیار، فقه و مبانی حقوق اسلامی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

چکیده

کارآفرینی پایدار، نوعی از کارآفرینی است که علاوه بر اهداف اقتصادی، به اصول اجتماعی و زیست محیطی نیز پایبند است. در نظام اقتصادی اسلام، فعالیت‌های اقتصادی در چارچوب عدالت، تعاون، عمران زمین و حفظ منابع طبیعی معنا می‌یابد. هدف این پژوهش، تبیین مبانی فقهی کارآفرینی پایدار با تکیه بر منابع اصیل اسلامی است. روش تحقیق، توصیفی-تحلیلی و مبتنی بر استنباط فقهی از قرآن کریم، سنت و آثار فقها است. در این مقاله ابتدا به تاثیر انواع عدالت بر کارآفرینی، مقایسه تطبیقی عدالت در فقه با دیدگاه غربی، مبانی فقهی کارآفرینی پایدار، حرمت اسراف و ضرورت حفظ منابع طبیعی و مالی کارآفرینی، قاعده لاضرر مبانی فقهی حفاظت از محیط زیست و جامعه در کارآفرینی؛ تعاون و مسئولیت اجتماعی؛ پایه همبستگی اقتصادی کارآفرینی، اخلاق در کسب و کار؛ زیربنای اعتماد و مشروعیت اقتصادی کارآفرینی و مقایسه تطبیقی میان کارآفرینی اسلامی و کارآفرینی پایدار غربی پرداخته می‌شود و در نهایت به نتایج پژوهش اشاره می‌شود که نشان می‌دهد که قواعد فقهی نظیر عدالت اقتصادی، حرمت اسراف، قاعده لاضرر، وجوب عمران زمین و اصل تعاون، از جمله اصولی‌اند که بنیان کارآفرینی پایدار را در اقتصاد اسلامی تشکیل می‌دهند. اسلام ضمن تأکید بر تولید و نوآوری، کارآفرینی را زمانی مشروع و مطلوب می‌داند که منجر به رشد متوازن، عدالت اجتماعی و حفظ محیط زیست گردد.

واژگان کلیدی: فقه اسلامی، کارآفرینی پایدار، عدالت اقتصادی، توسعه پایدار، نظام اقتصادی اسلام

۱. مقدمه

در عصر حاضر، کارآفرینی پایدار به عنوان یک الگوی نوین در رشد اقتصادی کشورها مطرح شده است؛ الگویی که سودآوری اقتصادی را با مسئولیت اجتماعی و زیست محیطی پیوند می‌دهد. از سوی دیگر، نظام اقتصادی اسلام نیز بر اساس اصولی اخلاقی و ارزشی استوار است که انسان را خلیفه‌ی خداوند در زمین دانسته و او را موظف به عمران و آبادانی زمین و رعایت عدالت در توزیع منابع می‌داند. در چنین چارچوبی، بررسی رابطه‌ی میان فقه اسلامی و کارآفرینی پایدار، ضرورتی علمی و کاربردی دارد. فقه اقتصادی اسلام نه تنها فعالیت اقتصادی را نفی نمی‌کند، بلکه آن را عبادتی می‌داند که در صورت رعایت ضوابط شرعی و اخلاقی، موجب رشد و پویایی جامعه اسلامی می‌گردد. در حقیقت، فقه اسلامی توانایی تبیین مدلی از کارآفرینی را دارد که با اصول پایداری و عدالت اجتماعی منطبق باشد.

۲. مواد و روش‌ها

روش تحقیق در این پژوهش توصیفی-تحلیلی است و داده‌ها از طریق بررسی متون فقهی، تفسیری و منابع پژوهشی گردآوری شده‌اند. تحلیل‌ها بر پایه استنباط از آیات، احادیث و قواعد فقهی انجام گرفته است تا نشان داده شود که اسلام چگونه بنیان‌های نظری کارآفرینی پایدار را در چارچوب اخلاق، عدالت و عمران زمین تعریف کرده است.

۳) تاثیر انواع عدالت بر کارآفرینی

۳-۱) عدالت اقتصادی؛ بنیان مشروعیت فعالیت کارآفرینانه

عدالت اقتصادی از بنیادی‌ترین مفاهیم در نظام اقتصادی اسلام است و می‌توان آن را شالوده‌ی مشروعیت هرگونه فعالیت اقتصادی و کارآفرینانه دانست. در حقیقت، بدون تحقق عدالت، نه تنها کارآفرینی مشروعیت دینی ندارد، بلکه از منظر اجتماعی نیز فاقد پایداری است (نادری، ۱۳۹۸). از دیدگاه قرآن کریم، عدالت رکن اساسی نظم اجتماعی و اقتصادی است: «إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ» (نحل: ۹۰). در این آیه، خداوند امر به عدالت را در کنار احسان آورده است، که نشان از جایگاه محوری آن در نظام اسلامی دارد. عدالت در فقه اسلامی به معنای قرار دادن هر چیز در جای خود، و توزیع عادلانه‌ی فرصت‌ها و منابع میان افراد جامعه است (احمدی، ۱۳۹۹).

بر اساس همین اصل، فعالیت اقتصادی در اسلام تنها زمانی مشروع است که منجر به رشد هم‌زمان تولید، رفاه اجتماعی و جلوگیری از تبعیض گردد.

۳-۲) عدالت در برابر نابرابری اقتصادی

در فقه اسلامی، مفهوم عدالت اقتصادی در برابر مظاهر نابرابری و استثمار قرار دارد. اسلام مالکیت خصوصی را می‌پذیرد، اما آن را مشروط به رعایت مصالح عمومی می‌داند. به عنوان مثال، احتکار کالاهای اساسی، از نظر فقهی ممنوع است، زیرا منجر به اخلاص در عدالت اجتماعی و آسیب به اقشار ضعیف می‌شود (رضایی، ۱۴۰۰). فقها همچنین ربا را یکی از بزرگ‌ترین مصادیق ظلم اقتصادی معرفی کرده‌اند، زیرا موجب انباشت ثروت نزد عده‌ای خاص و فقر دیگران می‌گردد (پورا احمدی و قاسمی، ۱۴۰۱). بنابراین، در نظام کارآفرینی اسلامی، عدالت اقتضا می‌کند که سازوکارهای تأمین مالی، تولید و توزیع سود، مبتنی بر اصل انصاف و منفعت عمومی تنظیم شوند.

۳-۳) عدالت در تولید و توزیع

دالت اقتصادی در اسلام دو بعد اصلی دارد: الف) عدالت در تولید (یعنی فعالیت مشروع، بدون ربا، رشوه یا فریب) ب) عدالت در توزیع (یعنی توزیع منصفانه‌ی درآمد، فرصت شغلی و منابع) اسلام تولید را عبادت می‌داند، اما تولیدی که با استثمار، آلودگی محیط‌زیست یا تضییع

حقوق کارگران همراه باشد، فاقد مشروعیت شرعی است (چیرا، ۲۰۱۸). بر همین اساس، کارآفرینی در اقتصاد اسلامی باید به گونه‌ای باشد که نه تنها سود مالی بلکه رشد انسانی و عدالت اجتماعی را در پی داشته باشد. به عنوان مثال، در شرکت‌های دانش‌بنیان اسلامی، پرداخت منصفانه‌ی دستمزد، احترام به نیروی انسانی و حمایت از نوآوران، مصداق اجرای عدالت در عرصه تولید است (یوسفی، ۱۴۰۲). از سوی دیگر، نظام توزیع اسلامی از طریق ابزارهایی چون زکات، خمس، انفاق و وقف، مکانیزمی نهادی برای برقراری عدالت اجتماعی فراهم می‌کند که در نظام‌های سرمایه‌داری مشابهی ندارد (نادری، ۱۳۹۸).

۳-۴) عدالت به مثابه اصل راهبردی کارآفرینی پایدار

عدالت نه فقط حکم شرعی، بلکه راهبردی اقتصادی برای پایداری کسب و کارها است. کارآفرینی‌ای که صرفاً بر سود کوتاه‌مدت تمرکز کند، دیر یا زود با بحران‌های اخلاقی و اجتماعی روبه‌رو خواهد شد. فقه اسلامی با تأکید بر عدالت اقتصادی، در واقع به ایجاد تعادل میان منافع فردی و جمعی دعوت می‌کند. به تعبیر امام علی (ع): «العدل أساسُ به قوامِ العالم» به معنای (عدالت، پایه‌ی پایداری جهان است) در نتیجه، هر گونه فعالیت کارآفرینانه اگر منجر به بی‌عدالتی، تضییع حق کارگر یا تخریب محیط زیست شود، از منظر شریعت باطل یا دست‌کم مکروه است (احمدی، ۱۳۹۹). بنابراین، عدالت اقتصادی در اسلام نه تنها جنبه‌ی اخلاقی، بلکه کارکرد اقتصادی دارد: موجب اعتماد عمومی، افزایش بهره‌وری و پایداری اجتماعی می‌شود (پوراحمدی و قاسمی، ۱۴۰۱).

۴-۴) مقایسه تطبیقی عدالت در فقه با دیدگاه غربی

در نظریه‌های اقتصاد مدرن، عدالت اغلب به عنوان یک آرمان اخلاقی مطرح می‌شود، نه الزام نهادی. در حالی که در فقه اسلامی، عدالت یک تکلیف الهی و شرط صحت معاملات است (کاهف، ۲۰۱۹). در نظام‌های غربی، عدالت اقتصادی عمدتاً از طریق مالیات و سیاست‌های بازتوزیعی دولت اعمال می‌شود؛ اما در اسلام، عدالت در سطح فردی، نهادی و حکومتی جاری است. هر فرد مسلمان مکلف است در معاملات خود عادل باشد.

۵) مبنای فقهی کارآفرینی پایدار

از دیدگاه اسلام، انسان خلیفه‌ی خداوند بر زمین است و مأموریت او عمران، آبادانی و بهره‌برداری عادلانه از منابع طبیعی است. این مأموریت، ریشه‌ای عمیق در متون دینی و فقهی دارد و یکی از مهم‌ترین مبانی مشروعیت فعالیت‌های اقتصادی و کارآفرینانه محسوب می‌شود (پوراحمدی و قاسمی، ۱۴۰۱). قرآن کریم در آیه ۶۱ سوره هود می‌فرماید: «هُوَ أَنشَأَكُم مِّنَ الْأَرْضِ وَاسْتَعْمَرَكُمْ فِيهَا» «او شما را از زمین آفرید و از شما خواست تا آن را آباد سازید» واژه‌ی «استعمار» در این آیه به معنای طلب عمران و آبادانی است، و فقیهان

از این تعبیر، وجوب شرعی عمران زمین را استنباط کرده‌اند (نادری، ۱۳۹۸). در نتیجه، تولید، نوآوری، و تلاش برای بهبود شرایط اقتصادی، نه تنها امری مباح بلکه تکلیفی الهی است که تحقق آن از مصادیق «عبادت اجتماعی» به شمار می‌آید (احمدی، ۱۳۹۹).

۱-۵) عمران زمین در فقه اسلامی

فقه اسلامی با استناد به حدیث نبوی مشهور: «مَنْ أَحْيَا أَرْضًا مَيْتَةً فَهِيَ لَهُ» «هر کس زمینی مرده را زنده کند، مالک آن می‌شود» اصلی فقهی را بنیان نهاده است که به «قاعده احیای موات» معروف است. بر اساس این قاعده، هر کس با تلاش خود منابع را به جریان تولید درآورد و به آبادانی زمین بپردازد، مالکیت مشروع بر حاصل کار خویش پیدا می‌کند (رضایی، ۱۴۰۰). این قاعده، در واقع مبنای فقهی تولید و نوآوری در اقتصاد اسلامی است و نشان می‌دهد که تلاش مولد، ارزش دینی دارد. فقها از این قاعده نتیجه گرفته‌اند که تعطیل ظرفیت‌های تولیدی جامعه، تضییع نعمت الهی است و بر هر مسلمان واجب است در حد توان خود به آبادانی اقتصادی و اجتماعی کشور کمک کند (یوسفی، ۱۴۰۲).

۲-۵) ارتباط عمران زمین با کارآفرینی پایدار

در کارآفرینی پایدار، هدف صرفاً کسب سود نیست، بلکه ایجاد ارزش بلندمدت برای جامعه و محیط زیست است. فقه اسلامی نیز عمران زمین را تنها در صورتی مشروع می‌داند که به تخریب محیط زیست، اتلاف منابع یا ظلم به دیگران منجر نشود (چپرا، ۲۰۱۸). از این منظر، مفهوم «وجوب عمران» در فقه اسلامی، معادل شرعی «تولید پایدار» در نظریه‌های توسعه معاصر است. کارآفرین مسلمان، مأمور به عمران است اما باید عمرانش بر پایه‌ی عدالت، حفظ منابع و رعایت حقوق دیگران باشد. به تعبیر دیگر، عمران زمین در اسلام یک تکلیف مشروط است: عمران بدون تقوا و عدالت، فاقد ارزش شرعی است (احمدی، ۱۳۹۹).

۳-۵) عمران به عنوان زیربنای نوآوری و فناوری

فقه اسلامی تولید را امری مقدس می‌داند، اما آن را به صورت سنتی محدود نمی‌کند. با توجه به اصل «استعمار فیها»، نوآوری و خلق فناوری‌های جدید نیز مصداقی از عمران زمین است. بنابراین، کارآفرینی فناورانه (مانند کسب و کارهای دانش‌بنیان) در صورتی که منجر به رشد علم، اشتغال‌زایی و حفظ منابع گردد، از منظر فقهی مصداق عمل صالح است (پوراحمدی و قاسمی، ۱۴۰۱). امروزه در چارچوب سیاست‌های اقتصاد مقاومتی نیز، تأکید بر توسعه‌ی فناوری‌های بومی، مصداقی از همین قاعده‌ی فقهی است. دولت اسلامی وظیفه دارد با حمایت از کارآفرینان نوآور، شرایط تحقق عمران زمین را فراهم سازد، زیرا بر اساس قاعده فقهی «ما لا یتیم الواجب إلا به فهو واجب»، حمایت از نوآوران نیز واجب کفایی محسوب می‌شود (رضایی، ۱۴۰۰).

۶) حرمت اسراف و ضرورت حفظ منابع طبیعی و مالی کارآفرینی

اسلام مصرف‌گرایی و اسراف را دشمن عدالت و پایداری می‌داند. قرآن کریم می‌فرماید: «كُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ» (اعراف: ۳۱). فقها اسراف را تجاوز از حد اعتدال در مصرف منابع دانسته‌اند، خواه این منابع مالی، طبیعی یا انسانی باشند (یوسفی، ۱۴۰۲). در اقتصاد مدرن، مفهوم «بهره‌وری پایدار» در حقیقت ناظر بر همین اصل است؛ یعنی استفاده از منابع به گونه‌ای که ضمن تأمین نیازهای نسل حاضر، فرصت‌های نسل آینده از بین نرود. از دیدگاه فقه اسلامی، اسراف نه تنها گناه فردی، بلکه تهدیدی اجتماعی و اقتصادی است که منجر به تبذیر نعمت‌های الهی و گسست در چرخه‌ی عدالت می‌شود (پوراحمدی و قاسمی، ۱۴۰۱). در نتیجه، کارآفرینی پایدار اسلامی باید مبتنی بر بهره‌وری و کارایی باشد؛ به این معنا که در طراحی محصولات، استفاده از انرژی، مواد اولیه و نیروی انسانی، اصل اعتدال رعایت گردد. شرکت‌هایی که منابع طبیعی را تخریب می‌کنند یا بر پایه‌ی تولید زائد و مصرف‌گرایی فعالیت دارند، از منظر فقهی، مشروعیت اقتصادی ندارند.

۷) قاعده لاضرر؛ مبنای فقهی حفاظت از محیط زیست و جامعه در کارآفرینی

قاعده‌ی «لاضرر و لاضرار فی الاسلام» یکی از مهم‌ترین اصول فقهی در تنظیم روابط اجتماعی و اقتصادی است. بر اساس این قاعده، هیچ فرد یا نهادی مجاز نیست با فعالیت خود به دیگران ضرر برساند (احمدی، ۱۳۹۹). در تفسیر اقتصادی، این قاعده به معنای ممنوعیت هرگونه فعالیتی است که سلامت، محیط زیست یا منافع جمعی را تهدید کند. در کارآفرینی پایدار، این قاعده معادل مفهوم اصل پیشگیری از آسیب‌های زیست‌محیطی است. تولیدکنندگان باید پیش از راه‌اندازی فعالیت صنعتی یا خدماتی، ارزیابی اثرات زیست‌محیطی انجام دهند تا از بروز ضرر به جامعه جلوگیری شود. از دیدگاه فقهی، خسارت‌های زیست‌محیطی نه تنها مصداق ضرر مادی بلکه نقض امانت الهی محسوب می‌شود، زیرا زمین و منابع آن به عنوان «امانت خداوند» در دست بشر است (چپرا، ۲۰۱۸). بر این اساس، فقه اسلامی چارچوبی جامع برای تبیین مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در برابر محیط زیست ارائه می‌دهد که امروزه در قالب شاخص‌های ESG (Environmental, Social, Governance) در اقتصاد جهانی مطرح است.

۸) تعاون و مسئولیت اجتماعی؛ پایه همبستگی اقتصادی کارآفرینی

قرآن کریم می‌فرماید: «وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَى» (مائده: ۲). اصل تعاون یکی از ارکان مهم نظام اقتصادی اسلام است و مبنایی برای شکل‌گیری شرکت‌های تعاونی و کارآفرینی گروهی محسوب می‌شود. از منظر فقهی، تعاون به معنای همکاری بر اساس تقوا و خیر عمومی است، نه رقابت مخرب و سودطلبی محض. فقه اسلامی با تأکید بر مشارکت، وقف، زکات و قرض‌الحسنه، نظامی حمایتی برای ایجاد فرصت‌های اقتصادی برابر فراهم می‌کند (رضایی، ۱۴۰۰). در کارآفرینی پایدار، مفهوم مسئولیت اجتماعی بنگاه‌ها (CSR) بازتابی از همین اصل است. بنگاه‌ها موظف‌اند بخشی از منابع خود را در جهت رفاه اجتماعی و حفظ محیط زیست هزینه کنند. اسلام نیز، از طریق وجوب زکات و مستحبات مالی، زمینه‌ی پایداری و عدالت اجتماعی را ایجاد می‌کند. بنابراین، تعاون نه تنها ارزش اخلاقی بلکه راهبردی اقتصادی برای تقویت کارآفرینی پایدار در جامعه اسلامی است (نادری، ۱۳۹۸).

۹) اخلاق در کسب و کار؛ زیربنای اعتماد و مشروعیت اقتصادی کارآفرینی

فقه اسلامی تأکید دارد که فعالیت اقتصادی باید بر پایه‌ی صداقت، امانت و وفای به عهد انجام شود. قرآن کریم می‌فرماید: «أَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ» (انعام: ۱۵۲). صداقت در معامله و پرهیز از فریب از اصول مسلم فقهی است (یوسفی، ۱۴۰۲). در فضای کارآفرینی، اعتماد اجتماعی مهم‌ترین سرمایه‌ی معنوی کسب و کار است. هر گونه تخلف، جعل اطلاعات مالی یا تضييع حقوق کارگر، مشروعیت فعالیت را از بین می‌برد. اخلاق کسب و کار اسلامی، همان مفهوم مدرن Business Ethics است که امروزه در چارچوب پایداری سازمانی مطرح می‌شود.

۱۰) مقایسه تطبیقی میان کارآفرینی اسلامی و کارآفرینی پایدار غربی

در نظام‌های اقتصادی غربی، پایداری غالباً بر پایه مسئولیت اخلاقی و منافع بلندمدت شرکت‌ها تعریف می‌شود؛ در حالی که در اسلام، پایداری یک وظیفه‌ی شرعی و اخلاقی است که ریشه در توحید و خلافت انسان بر زمین دارد. به بیان دیگر، در اقتصاد اسلامی، انسان امانت‌دار خداوند در زمین است و موظف است به گونه‌ای فعالیت کند که زمین و جامعه از فعالیت او نفع ببرند، نه زیان.

۱۱) نتیجه‌گیری

کارآفرینی پایدار اسلامی، بر مبانی فقهی و اخلاقی استوار است که هدف آن تحقق عدالت، آبادانی و کرامت انسانی است. اجرای سیاست‌های اقتصادی و آموزشی کشور باید با الهام از این اصول تنظیم شود تا الگویی بومی، اخلاق‌مدار و کارآمد برای توسعه پایدار ایجاد گردد. فقه اسلامی دارای ظرفیت‌های غنی برای تبیین نظریه کارآفرینی پایدار است. اصولی همچون عدالت اقتصادی، وجوب عمران زمین، حرمت اسراف، قاعده لاضرر و تعاون، چارچوبی منسجم برای پیوند میان رشد اقتصادی، عدالت اجتماعی و حفاظت از محیط زیست فراهم می‌سازند.



منابع

قرآن کریم

احمدی، س. (۱۳۹۹). فقه اقتصادی و عدالت اجتماعی در اسلام. تهران: انتشارات سمت، تهران. ایران

پوراحمدی، م. و قاسمی، ر. (۱۴۰۱). مبانی فقهی توسعه پایدار در اقتصاد اسلامی. مجله مطالعات اقتصاد اسلامی، تهران. ایران

جعفری، م. و حیدری، ع. (۱۴۰۰). بررسی فقهی نقش عدالت در نظام اقتصادی اسلام. مجله تحقیقات فقه معاصر، تهران. ایران

رضایی، ن. (۱۴۰۰). اصول فقهی کارآفرینی در نظام اقتصادی اسلام. پژوهشنامه فقه و حقوق اسلامی، تهران. ایران

فاضلی، م. (۱۳۹۷). فقه و اخلاق کار در اسلام. تهران: پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی، تهران. ایران

موسوی، م. (۱۳۹۶). عدالت در اقتصاد اسلامی؛ مبانی و پیامدها. فصلنامه اقتصاد اسلامی، ۹، تهران. ایران

نادری، ح. (۱۳۹۸). عدالت اقتصادی در قرآن و فقه اسلامی. قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه، قم. ایران

یوسفی، ف. (۱۴۰۲). تطبیق مفاهیم کارآفرینی پایدار با آموزه‌های اسلامی. فصلنامه اقتصاد و مدیریت اسلامی، تهران. ایران

Chapra, M. U. (2018). The Islamic Vision of Development in the Light of Maqasid al-Shariah. IIIT, Kuala Lumpur.

Kahf, M. (2019). Islamic Economics: Principles and Analysis. Islamic Research and Training Institute (IRTI), Jeddah.

Kamali, M. H. (2017). Shariah and the Concept of Sustainable Development. Islamic Quarterly, 61(2), 145–165.

##Siddiqi, M. N. (2020). Role of Ethics and Sharia in Islamic Entrepreneurship. Islamic Economic Studies, 28(1), 25–40.

Zarqa, M. A. (2019). Foundations of Islamic Economics. King Abdulaziz University Press, Jeddah. ##



Abstract

Sustainable entrepreneurship is a type of entrepreneurship that adheres to social and environmental principles in addition to economic goals. In the economic system of Islam, economic activities are understood in the framework of justice, cooperation, land development and preservation of natural resources. The purpose of this research is to explain the jurisprudential foundations of sustainable entrepreneurship by relying on authentic Islamic sources. The research method is descriptive-analytical and based on jurisprudential inferences from the Holy Quran, Sunnah and the works of jurists. The results of the research show that jurisprudence rules such as economic justice, sanctity of extravagance, the rule of harm, the obligation of land development and the principle of cooperation are among the principles that form the basis of sustainable entrepreneurship in Islamic economy. While emphasizing on production and innovation, Islam considers entrepreneurship as legitimate and desirable when it leads to balanced growth, social justice and environmental protection

Key words: Islamic jurisprudence, sustainable entrepreneurship, economic justice, sustainable development, Islamic economic system

نقش کارآفرینی کشاورزی در پویایی و توسعه پایدار جوامع روستایی

شهرام؛ ریاحی نیا گروه کشاورزی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

چکیده

کارآفرینی کشاورزی یکی از مؤلفه‌های کلیدی در پویایی اقتصادی و اجتماعی جوامع روستایی به شمار می‌آید و نقشی تعیین‌کننده در مسیر دستیابی به توسعه پایدار دارد. توسعه روستایی زمانی معنا می‌یابد که با ایجاد فرصت‌های شغلی متنوع، افزایش بهره‌وری منابع، ارتقای سطح رفاه و کاهش مهاجرت روستاییان به شهرها همراه باشد. در سال‌های اخیر، چالش‌هایی نظیر تغییرات اقلیمی، افزایش هزینه‌های تولید و محدودیت منابع طبیعی، ضرورت بازنگری در الگوهای سنتی کشاورزی را دوچندان کرده است. در این میان، تقویت فرهنگ کارآفرینی در بخش کشاورزی می‌تواند زمینه‌ساز شکل‌گیری فعالیت‌های خلاقانه، بهره‌گیری مؤثر از منابع محلی و خلق مزیت‌های رقابتی جدید شود. این مطالعه مروری با رویکرد توصیفی - تحلیلی و بر پایه منابع کتابخانه‌ای و الکترونیکی انجام گرفته است. نتایج نشان می‌دهد که پیوند میان کارآفرینی کشاورزی و توسعه پایدار، می‌تواند با ایجاد تعامل سازنده بین جنبه‌های اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی، موجب پویایی روستاها و افزایش تاب‌آوری آن‌ها در برابر نوسانات اقتصادی و اقلیمی شود. از این رو، حمایت از کارآفرینان روستایی، ارتقای مهارت‌های نوآوران و سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های پایدار، از الزامات اساسی برای تحقق توسعه پایدار روستایی و کشاورزی به شمار می‌رود.

واژگان کلیدی: کارآفرینی کشاورزی، توسعه پایدار روستایی، اشتغال‌زایی، پویایی اقتصادی، مهاجرت روستایی

۱. مقدمه

توسعه روستایی به عنوان یکی از ارکان اساسی توسعه ملی در کشورهای در حال توسعه شناخته می‌شود و دستیابی به آن از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. روستاها، کوچک‌ترین واحدهای اجتماعی، نقش تعیین‌کننده‌ای در تأمین امنیت غذایی، حفظ منابع طبیعی و ارتقای کیفیت زندگی جوامع دارند و توجه به مسائل و فرصت‌های این واحدهای اجتماعی، ضرورت اجتناب‌ناپذیری است. بنابراین، توسعه روستایی با محوریت کارآفرینی کشاورزی از ضرورت‌های اصلی کشور محسوب می‌شود (قادرمزی، ۱۳۹۸).

کارآفرینی کشاورزی به عنوان یکی از ابزارهای کلیدی توسعه اقتصادی و اجتماعی، می‌تواند با ایجاد فرصت‌های شغلی پایدار، افزایش درآمد، ارتقای رفاه و جلوگیری از مهاجرت روستاییان نقش مؤثری در توسعه پایدار داشته باشد (حسینی و سلیمان‌پور، ۱۳۸۵). تجربیات جهانی و داخلی نشان می‌دهد که توسعه روستایی تنها از طریق تزریق سرمایه یا فناوری امکان‌پذیر نیست، بلکه تقویت روحیه کارآفرینی، آموزش مهارت‌های مدیریتی و مالی، و ایجاد بسترهای نهادی و فرهنگی مناسب برای کارآفرینان ضروری است (داناوی‌فر و همکاران، ۱۳۸۹؛ قادرمزی، ۱۳۹۸).

کارآفرینی کشاورزی با شناسایی مزیت‌ها و محدودیت‌های موجود در بخش کشاورزی، بهره‌گیری از منابع انسانی و طبیعی و به‌کارگیری نوآوری و فناوری می‌تواند به افزایش بهره‌وری، تنوع فعالیت‌های اقتصادی، ایجاد ثروت و بهبود کیفیت زندگی در جوامع روستایی کمک کند. علاوه بر جنبه اقتصادی، این فرایند می‌تواند با تقویت خودتکایی، ایجاد فرصت‌های اشتغال برای جوانان و زنان و کاهش مهاجرت به شهرها، نقش مهمی در پایداری اجتماعی و محیطی روستاها ایفا نماید (افتخاری و همکاران، ۱۳۸۹).

با توجه به اهمیت موضوع، بررسی نقش کارآفرینی کشاورزی در پویایی و توسعه پایدار جوامع روستایی ضروری به نظر می‌رسد. چنین مطالعه‌ای می‌تواند ضمن آشکار کردن ظرفیت‌ها و فرصت‌های موجود در روستاها، راهکارهایی عملیاتی برای سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان فراهم کرده و مسیر توسعه متوازن و پایدار را در مناطق روستایی هموار سازد.

کارآفرینی روستایی

کارآفرینی روستایی به معنای بهره‌گیری خلاقانه و نوآورانه از منابع و ظرفیت‌های موجود در محیط محلی برای ایجاد فرصت‌های کسب و کار و تولید درآمد است. این فرایند نه تنها اشتغال گسترده‌ای برای جمعیت روستایی فراهم می‌آورد، بلکه باعث تقویت توسعه متوازن و پایدار در نواحی روستایی می‌شود. در عمل، کارآفرینی در مناطق روستایی با ترکیب بهینه منابع درون و بیرون بخش کشاورزی و استفاده از نوآوری‌های سازگار با شرایط محلی، فرصت‌های تازه‌ای برای ایجاد کسب و کار و افزایش درآمد فراهم می‌کند. به گفته ورتمن، کارآفرینی روستایی شامل تأسیس سازمان‌ها یا واحدهای جدید است که تولید یا خدمات نوآورانه ارائه می‌دهند، بازارهای تازه ایجاد می‌کنند و فناوری‌های جدید را در محیط روستایی به کار می‌گیرند (نجفی کانی و همکاران، ۱۳۹۴).

علاوه بر ایجاد اشتغال، کارآفرینی روستایی موجب توسعه اقتصادی و اجتماعی جامعه روستایی می‌شود و نقش مهمی در ارتقای کیفیت زندگی، افزایش رفاه و ثروت و تقویت توانمندی‌های محلی ایفا می‌کند. اقتصاددانان بر این باورند که این فعالیت‌ها سه پیامد کلیدی دارند: ایجاد اشتغال پایدار و مولد، تحریک نوآوری‌های مؤثر در حوزه اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی، و افزایش رفاه و ثروت جامعه (کلاگر و آقایی، ۱۳۹۳). از این رو، ترویج کارآفرینی روستایی نه تنها بهبود شرایط اقتصادی، بلکه به‌عنوان راهبردی مؤثر در مسیر توسعه پایدار نواحی روستایی مورد توجه سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان قرار گرفته است.

کارآفرینی روستایی به‌عنوان یکی از محورهای اساسی توسعه پایدار در مناطق روستایی شناخته می‌شود و نقش مهمی در ایجاد اشتغال، افزایش درآمد خانوارها و کاهش مهاجرت از روستا به شهر دارد. این نوع کارآفرینی نه تنها با بهره‌گیری از منابع طبیعی و ظرفیت‌های محلی، فرصت‌های اقتصادی جدیدی ایجاد می‌کند، بلکه به تقویت انسجام اجتماعی و ارتقای توانمندی‌های محلی نیز کمک می‌کند. مطالعات مختلف نشان داده‌اند که توسعه کارآفرینی در روستاها می‌تواند بهبود دسترسی به بازار، افزایش بهره‌وری تولیدات کشاورزی و ایجاد ارزش افزوده در زنجیره‌های تولید و فرآوری محصولات کشاورزی را به همراه داشته باشد. با این حال، محدودیت‌هایی نظیر کمبود سرمایه، ضعف مهارت‌های مدیریتی و کمبود زیرساخت‌های حمایتی، چالش‌هایی جدی برای گسترش کارآفرینی در مناطق روستایی محسوب می‌شوند و نیازمند سیاست‌گذاری هدفمند و برنامه‌های توانمندسازی روستایی هستند.

کار آفرینی کشاورزی و توسعه پایدار

کار آفرینی کشاورزی به عنوان یک ابزار کلیدی در مسیر توسعه پایدار نواحی روستایی مطرح است و نقش مهمی در افزایش اشتغال، درآمد و بهبود کیفیت زندگی روستاییان ایفا می کند. این نوع کار آفرینی با بهره گیری خلاقانه از منابع و ظرفیت های محلی، از جمله زمین، نیروی کار، دانش و فناوری، فرصت های اقتصادی جدیدی ایجاد می کند و امکان توسعه فعالیت های متنوع کشاورزی، صنعتی و خدماتی در محیط روستایی را فراهم می آورد. توسعه پایدار در این زمینه به معنای استفاده بهینه از منابع طبیعی و انسانی بدون آسیب رسانی به محیط زیست و حفظ توان نسل های آینده است؛ بنابراین، کار آفرینی کشاورزی می تواند ضمن افزایش بهره وری و درآمد، نقش موثری در حفاظت از منابع طبیعی و محیط زیست ایفا کند.

علاوه بر این، کار آفرینی کشاورزی با ایجاد فرصت های شغلی جایگزین و کاهش وابستگی به کشاورزی سنتی، مانع مهاجرت بی رویه از روستا به شهر شده و به تثبیت جمعیت روستایی و تقویت هویت و فرهنگ محلی کمک می کند (فراهانی و همکاران، ۱۳۹۳). همچنین، این فعالیت ها موجب افزایش نوآوری و خلاقیت در مدیریت منابع و بازارهای محلی می شود و زمینه را برای توسعه اقتصادی، اجتماعی و محیط زیستی هماهنگ با اصول پایداری فراهم می آورد. به این ترتیب، ادغام کار آفرینی کشاورزی با رویکرد توسعه پایدار، ضمن افزایش رفاه و ثروت جامعه روستایی، باعث ایجاد جوامعی مقاوم، پویا و خود گردان شده و زمینه تحقق توسعه متوازن و پایدار را در نواحی روستایی فراهم می کند.

گردشگری کشاورزی و توسعه پایدار

گردشگری کشاورزی به عنوان یکی از شاخه های مهم گردشگری روستایی، توانایی قابل توجهی در پیشبرد اهداف توسعه پایدار در مناطق روستایی دارد. این نوع گردشگری نه تنها با بهره گیری از منابع طبیعی، فعالیت های کشاورزی و فرهنگ بومی، فرصت های اقتصادی جدید برای جوامع محلی ایجاد می کند، بلکه باعث ارتقای درآمد خانوارها، ایجاد اشتغال و کاهش فشار مهاجرت از روستا به شهر می شود. از منظر زیست محیطی، گردشگری کشاورزی می تواند به حفظ تنوع زیستی، مدیریت پایدار منابع طبیعی و ترویج شیوه های کشاورزی دوستدار محیط زیست کمک کند. همچنین، این نوع گردشگری نقش مهمی در تقویت فرهنگ محلی و آموزش عمومی در زمینه اهمیت محیط زیست و کشاورزی پایدار ایفا می کند. مطالعات نشان می دهند که موفقیت گردشگری کشاورزی نیازمند زیرساخت های مناسب، سیاست های حمایتی دولت، مشارکت فعال جامعه محلی و برنامه های توانمندسازی کشاورزان است.

صاحب نظران معتقدند که مشارکت فعال و مسئولانه افراد در فعالیت های گردشگری می تواند نقش مؤثری در تحقق توسعه پایدار اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی در مناطق روستایی ایفا کند. در حالی که بسیاری از رویکردهای گردشگری به جنبه اقتصادی تأکید دارند، گردشگری کشاورزی فراتر از این بعد عمل می کند و با بهره گیری از منابع طبیعی، فعالیت های کشاورزی و فرهنگ بومی، فرصت های متنوعی برای آموزش، یادگیری و ارتقای آگاهی اجتماعی فراهم می آورد و به حفاظت محیط زیست نیز کمک می کند. کار آفرینی در گردشگری کشاورزی به عنوان یک مدل کسب و کار پایدار، توانایی ایجاد مزایای چندبعدی را در سطوح مختلف دارد؛ در بعد اقتصادی،

این نوع کارآفرینی می‌تواند به افزایش درآمد خانوارهای کشاورز، ایجاد فرصت‌های شغلی متنوع، توسعه بازار و بازاریابی محصولات کشاورزی، و افزایش سود فعالیت‌های تولیدی کمک کند. در بعد اجتماعی، گردشگری کشاورزی نقش مهمی در تقویت انسجام اجتماعی، بهبود امنیت اجتماعی و ارتقای کیفیت زندگی ساکنان روستا دارد، ضمن اینکه توانمندسازی زنان کشاورز، حفظ سنت‌ها و فرهنگ محلی و ترویج مشارکت جامعه در فرآیندهای توسعه را نیز ممکن می‌سازد. از منظر زیست‌محیطی، فعالیت‌های کارآفرینانه در گردشگری کشاورزی می‌توانند استفاده بهینه از منابع طبیعی، حفاظت از زیستگاه‌های طبیعی و اکوسیستم‌های محلی، کاهش آلودگی ناشی از فعالیت‌های کشاورزی و مدیریت پایدار زمین و آب را به همراه داشته باشند (کریمی، ۱۳۹۶). مطالعات مختلف نشان می‌دهند که موفقیت گردشگری کشاورزی و کارآفرینی در این حوزه نیازمند برنامه‌ریزی دقیق، سیاست‌های حمایتی دولت، زیرساخت‌های مناسب، مشارکت فعال جامعه محلی و آموزش و توانمندسازی کشاورزان است، تا ضمن بهره‌برداری اقتصادی، به حفظ محیط زیست و توسعه اجتماعی کمک کند. در مجموع، گردشگری کشاورزی می‌تواند به عنوان یک ابزار استراتژیک برای تحقق توسعه پایدار اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی در مناطق روستایی عمل کند و مدل‌های نوینی از توسعه روستایی پایدار ارائه دهد.

۲. نتایج

یافته‌ها نشان می‌دهد که توسعه پایدار روستایی و کشاورزی بدون توجه به نوآوری، خلاقیت و کارآفرینی در بخش‌های مختلف به‌ویژه کشاورزی و گردشگری کشاورزی امکان‌پذیر نیست. در گذشته، کشاورزی نقش اصلی را در معیشت و پایداری اقتصادی جوامع روستایی ایفا می‌کرد، اما امروزه با چالش‌هایی چون افزایش هزینه‌های تولید، تغییرات اقلیمی و مشکلات زیست‌محیطی مواجه است. در چنین شرایطی، اتخاذ راهبردهایی نوین که علاوه بر بهبود وضعیت اقتصادی کشاورزان، موجب کاهش فقر، بیکاری و مهاجرت روستاییان نیز شود، ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است.

توسعه پایدار روستایی به‌عنوان یکی از ارکان اصلی توسعه ملی، مستلزم نگاهی جامع به ظرفیت‌های انسانی، طبیعی و اقتصادی جوامع روستایی است. در این مسیر، کارآفرینی به‌ویژه در بخش کشاورزی، نقش محوری در پویایی اقتصادی و ارتقای سطح زندگی روستاییان ایفا می‌کند. کارآفرینی کشاورزی با بهره‌گیری از منابع محلی، تکیه بر نوآوری و خلاقیت، و استفاده بهینه از فناوری‌های نوین، زمینه‌ساز افزایش بهره‌وری، ایجاد اشتغال پایدار و کاهش مهاجرت از روستا به شهر است. این نوع کارآفرینی با تقویت روحیه خوداتکایی و به‌کارگیری دانش بومی، موجب توانمندسازی جامعه روستایی و ایجاد بستری برای توسعه پایدار اقتصادی و اجتماعی می‌شود.

از سوی دیگر، کارآفرینی در حوزه‌هایی مانند گردشگری کشاورزی نیز می‌تواند فرصت‌های تازه‌ای برای تنوع‌بخشی به فعالیت‌های اقتصادی و افزایش درآمد روستاییان فراهم آورد. این نوع کارآفرینی با تلفیق فعالیت‌های تولیدی، فرهنگی و زیست‌محیطی، ضمن حفاظت از منابع طبیعی و ترویج کشاورزی پایدار، به حفظ هویت و فرهنگ محلی نیز کمک می‌کند.

در مجموع، کارآفرینی کشاورزی و روستایی را می‌توان به‌عنوان راهبردی اثربخش برای دستیابی به توسعه پایدار در نظر گرفت؛ راهبردی که با تقویت سرمایه انسانی، ایجاد فرصت‌های شغلی پایدار، و بهره‌گیری هوشمندانه از منابع طبیعی، می‌تواند مسیر توسعه متوازن، عدالت اجتماعی و پایداری محیطی را در جوامع روستایی هموار سازد.

۳. بحث و نتیجه‌گیری

یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که کارآفرینی کشاورزی به‌عنوان ابزاری راهبردی، می‌تواند نقش تعیین‌کننده‌ای در تحقق توسعه پایدار روستایی ایفا کند. کارآفرینی در بخش کشاورزی نه تنها به ایجاد اشتغال مولد، افزایش درآمد و کاهش فقر در جوامع روستایی می‌انجامد، بلکه زمینه‌ساز ارتقای کیفیت زندگی، حفظ محیط زیست و پویایی اجتماعی نیز می‌شود. امروزه با توجه به چالش‌هایی همچون تغییرات اقلیمی، کاهش بهره‌وری منابع طبیعی و مهاجرت روستاییان به شهرها، توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه در کشاورزی می‌تواند الگویی نوین برای پایداری اقتصادی و زیست‌محیطی فراهم آورد.

تجربه کشورهای در حال توسعه نشان داده است که تقویت مهارت‌های کارآفرینی، حمایت مالی و تسهیل دسترسی به بازارها، از عوامل کلیدی در گسترش کسب‌وکارهای کشاورزی است. در این میان، نقش آموزش‌های فنی و حرفه‌ای، ترویج فناوری‌های نوین و ایجاد زیرساخت‌های حمایتی برای کشاورزان و جوانان روستایی بسیار حائز اهمیت است. چنین اقداماتی موجب افزایش تاب‌آوری اقتصادی جوامع روستایی و تقویت پیوند میان کشاورزی، صنعت و خدمات می‌گردد.

از منظر توسعه پایدار، کارآفرینی کشاورزی می‌تواند حلقه‌ی اتصال میان سه بعد اصلی پایداری اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی باشد. این نوع کارآفرینی با تأکید بر استفاده بهینه از منابع محلی، توسعه محصولات با ارزش افزوده بالا و ارتقای بهره‌وری در تولید، نه تنها موجب پایداری اقتصادی، بلکه سبب حفظ تنوع زیستی و کاهش فشار بر منابع طبیعی می‌شود. به بیان دیگر، کشاورزی کارآفرینانه بستری برای تحقق همزمان رشد اقتصادی و حفاظت محیط زیست فراهم می‌آورد.

در نهایت می‌توان گفت که آینده توسعه پایدار روستایی در گرو بازنگری در نگرش‌ها و سیاست‌های توسعه‌ای است؛ نگرشی که به جای تمرکز صرف بر افزایش تولید، بر تقویت خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی در بین کشاورزان و جوانان روستایی تأکید دارد. از این رو برنامه‌ریزان باید با رویکردی جامع و آینده‌نگر، زمینه‌های آموزشی، حمایتی و اقتصادی لازم را برای رشد و گسترش کارآفرینی کشاورزی فراهم آورند تا مسیر دستیابی به توسعه پایدار در جوامع روستایی هموار شود.



منابع

- ## افتخاری، ر.ع.، طاهرخانی، م.، سجاسی قیداری، ح. ۱۳۸۹. تحلیل ابعاد و عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی کشاورزی مناطق روستایی: مطالعه موردی روستاهای شهرستان خدابنده. روستا و توسعه. ۳(۱۲): ۷۲-۴۳.
- ## حسینی، س.م.، سلیمان پور، م. ۱۳۸۵. بررسی اثرات تقویت روحیه کارآفرینی در روند توسعه کشاورزی. ماهنامه جهاد. ۲۶(۲۷۳): ۲۶۵-۲۵۰.
- ## دانایی فرد، ح.، آذر، ع.، دیده‌ور، ف. ۱۳۸۹. تدوین الگوی نهادی کردن کارآفرینی در بخش کشاورزی زیربخش گلخانه‌داری. توسعه کارآفرینی. ۳(۱۰): ۲۷-۷.
- ## فراهانی، ح.، رسولی‌نیا، ز.، اصدقی سراسکانرود، ز. ۱۳۹۳. عوامل اثرگذار بر رشد کارآفرینی در نواحی روستایی: مورد مطالعه دهستان جابرانصار در شهرستان آبدانان. فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی. ۳(۹): ۱۶-۱.
- ## قادرمزی، ح. ۱۳۹۸. واکاوی نقش کارآفرینی کشاورزی در اشتغال و توسعه روستایی. جغرافیا و روابط انسانی. ۴(۱): ۱۴-۱.
- ## کریمی، س. ۱۳۹۶. کارآفرینی گردشگری کشاورزی، راهبردی نوین برای توسعه روستایی. نشریه کارآفرینی در کشاورزی. ۱(۴): ۹۰-۶۹.
- ## کلاگر، پ.، آقائی، م. ۱۳۹۳. بررسی نقش کارآفرینی کشاورزی در توسعه روستایی. نشریه کارآفرینی در کشاورزی. ۱(۱): ۸۳-۶۱.
- ## نجفی کانی، ا.ع.، حسام، م.، آشور، ح. ۱۳۹۴. سنجش وضعیت توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی: مطالعه موردی دهستان استرآباد جنوبی در شهرستان گرگان. فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی. ۴(۱۱): ۵۶-۳۷.

The Role of Agricultural Entrepreneurship in the Dynamism and Sustainable Development of Rural Communities

Shahram Riahinia 1*

Address 1: Department of Agriculture, Payame Noor University, Tehran, Iran

* riahinia@pnu.ac.ir



Abstract

Agricultural entrepreneurship is recognized as a key driver of economic and social dynamism in rural communities, playing a decisive role in achieving sustainable development. Rural development becomes meaningful when it is accompanied by the creation of diverse employment opportunities, enhanced resource productivity, improved welfare, and the reduction of rural-to-urban migration. In recent years, challenges such as climate change, rising production costs, and limitations in natural resources have underscored the need to revise traditional agricultural practices. Strengthening an entrepreneurial culture in the agricultural sector can foster innovative activities, efficient utilization of local resources, and the creation of new competitive advantages. This review study, adopting a descriptive-analytical approach and based on library and electronic sources, demonstrates that linking agricultural entrepreneurship with sustainable development can generate constructive interactions among economic, social, and environmental dimensions, thereby enhancing the vitality of rural areas and their resilience to economic and climatic fluctuations. Accordingly, supporting rural entrepreneurs, promoting innovative skills, and investing in sustainable infrastructures are essential prerequisites for achieving sustainable rural and agricultural development.

Keywords: Agricultural entrepreneurship, Rural sustainable development, Employment generation, Economic dynamism, Rural-to-urban migration

الزامات حقوقی مشارکت مردمی در توسعه تقویت کارآفرینی پایدار

نویسنده: دکتر یوسف؛ طرفی سعیداوی استادیار؛ عضو هیات علمی گروه حقوق دانشگاه پیام نور

چکیده فارسی

کارآفرینی پایدار به عنوان موتور محرک توسعه اقتصادی همسو با ملاحظات اجتماعی و زیست محیطی، بدون مشارکت فعال مردم به عنوان اصلی ترین ذی نفعان، تحقق نمی یابد. این مشارکت نیازمند بسترها و الزامات حقوقی مشخصی است تا امکان حضور مؤثر افراد و جامعه مدنی در عرصه اقتصادی فراهم گردد. هدف این مقاله، تبیین و تحلیل این الزامات حقوقی است. با استفاده از روش تحقیق توصیفی-تحلیلی و با مطالعه اسناد کتابخانه‌ای، این پژوهش به بررسی چارچوب‌های حقوقی لازم برای تسهیل مشارکت مردمی می پردازد. یافته‌ها نشان می دهد که مهم ترین الزامات حقوقی در چهار حوزه کلیدی قابل دسته بندی هستند: (۱) توسعه حقوق شرکتها و کسب و کارها (از طریق تسهیل ثبت شرکت، معرفی ساختارهای حقوقی نوین مانند شرکت های سهامی عام خاص و تعاونی ها)، (۲) ایجاد مشوق ها و تضمین های حقوقی (مانند اصلاح قوانین مالیاتی و حمایت از مالکیت فکری)، (۳) تقویت مسئولیت اجتماعی شرکتها (CSR) و (۴) توسعه سازوکارهای مالی مشارکتی (مانند تنظیم مقررات جامع برای سرمایه گذاری جمعی). در نتیجه گیری بر این امر تأکید می شود که تقویت مشارکت مردمی در توسعه کارآفرینی پایدار، نیازمند یک تحول حقوقی یکپارچه و همسو با اهداف توسعه پایدار است تا از حالت شعار خارج شده و به یک الزام عملیاتی تبدیل گردد.

واژگان کلیدی: کارآفرینی پایدار، مشارکت مردمی، الزامات حقوقی، مسئولیت اجتماعی شرکتها، سرمایه گذاری جمعی، توسعه پایدار.

مقدمه:

در جهان امروز، مفاهیم توسعه پایدار و کارآفرینی به صورت جدایی ناپذیری درهم تنیده شده اند. کارآفرینی پایدار، رویکردی است که در آن ایجاد کسب و کارهای جدید و نوآورانه، نه تنها با اهداف اقتصادی، بلکه با مسئولیت پذیری اجتماعی و حفظ محیط زیست همراه می شود (شومپیتر، ۱۹۳۴). تحقق این مفهوم والا، اما تنها از طریق اقدامات دولت ها و نهادهای بزرگ میسر نیست و «مشارکت مردمی» به عنوان رکن اصلی آن شناخته می شود. مشارکت مردمی در این حوزه، به معنای درگیر کردن فعالان شهروندان در قالب سرمایه گذار، کارآفرین، مصرف کننده آگاه و ناظر اجتماعی بر عملکرد بنگاه ها است.

با این وجود، این مشارکت به صورت خودجوش و در خلأ قانونی به حداقل مطلوب خود نخواهد رسید. فقدان چارچوب های حقوقی شفاف، حمایت کننده و تسهیل گر، می تواند بزرگ ترین مانع برای جلب اعتماد و سرمایه مردم باشد. قوانین می توانند نقش یک راهبر و تسهیل گر را ایفا کنند یا به عنوان مانعی سرکوبگر عمل نمایند. بنابراین، پرسش اصلی این مقاله آن است که الزامات و چارچوب های حقوقی لازم برای تقویت و نهادینه کردن مشارکت مردمی در توسعه کارآفرینی پایدار کدامند؟

این پژوهش با هدف پاسخ به این سؤال، در پی تبیین مهم‌ترین بایسته‌های حقوقی در این عرصه است. اهمیت این تحقیق در آن است که با نگاهی کاربردی و میان‌رشته‌ای (حقوق، مدیریت و توسعه)، راهکارهای عملی برای سیاست‌گذاران و قانون‌گذاران ارائه می‌دهد. روش مورد استفاده در این مقاله، روشی توصیفی-تحلیلی است و داده‌های آن مبتنی بر مطالعه اسناد معتبر کتابخانه‌ای، قوانین و مقالات علمی است.

ساختار مقاله حاضر بدین صورت است که پس از مقدمه، در بخش متن اصلی، الزامات حقوقی در چهار محور اصلی مورد تحلیل قرار می‌گیرد. در پایان نیز نتیجه‌گیری و پیشنهادات ارائه خواهد شد.

الزامات حقوقی تقویت مشارکت مردمی در توسعه کارآفرینی پایدار:

مشارکت مردمی در کارآفرینی پایدار را می‌توان در اشکال مختلفی از جمله سرمایه‌گذاری، تأسیس کسب‌وکارهای کوچک و متوسط (SMEs)، مشارکت در تعاونی‌ها و حتی مصرف محصولات پایدار مشاهده کرد. برای نهادینه کردن این مشارکت‌ها، وجود یک پشتوانه حقوقی قوی امری ضروری است. این الزامات را می‌توان در قالب چهارگانه زیر مورد بررسی قرار داد:

- توسعه و بازنگری در حقوق شرکتها و کسب‌وکارها

قوانین حاکم بر تشکیل و اداره شرکتها، اولین نقطه تماس مردم با عرصه کارآفرینی رسمی است. قوانین دست و پاگیر، پیچیده و پرهزینه، می‌تواند بسیاری از شهروندان بالقوه کارآفرین را دلسرد کند.

تسهیل فرآیند ثبت شرکت: ایجاد سامانه‌های یکپارچه الکترونیکی، حذف مراحل زائد اداری و کاهش هزینه‌های ثبتی، از جمله الزاماتی است که می‌تواند زمینه را برای مشارکت گسترده‌تر مردم فراهم آورد (عدلی پور، ۱۳۹۸).

معرفی ساختارهای حقوقی نوین: قانون‌گذار می‌تواند با معرفی ساختارهای جدیدی مانند: «شرکت‌های سهامی عام خاص» (که جمع کردن سرمایه‌های خرد را تسهیل می‌کنند) یا حمایت بیشتر از «شرکت‌های تعاونی» (که ذاتاً مبتنی بر مشارکت مردمی هستند)، بسترهای حقوقی متنوعی برای مشارکت ایجاد کند. قانون‌گذار باید به گونه‌ای عمل کند که این نهادها از انعطاف‌پذیری لازم برای فعالیت در عرصه کارآفرینی پایدار برخوردار باشند (کاویانی، ۱۳۹۹).

- ایجاد مشوق‌ها و تضمین‌های حقوقی

قانون‌گذار می‌تواند با ابزارهای مختلف، انگیزه شهروندان برای مشارکت در فعالیت‌های کارآفرینانه پایدار را افزایش دهد.

مشوق‌های مالیاتی: تصویب قوانینی برای معافیت‌ها یا تخفیف‌های مالیاتی برای کسب‌وکارهایی که استانداردهای زیست محیطی مانند (ISO 14001) را رعایت می‌کنند، در تولید محصولات سبز فعالیت دارند یا در مناطق محروم سرمایه‌گذاری می‌کنند، یک الزام مؤثر است (Asadi et al., 2021).

حمایت از مالکیت فکری: ایجاد سیستم‌های کارآمد و سریع برای ثبت و حمایت از اختراعات، علائم تجاری و طرح‌های صنعتی مرتبط با فناوری‌های پاک و پایدار، به نوآوران اطمینان خاطر می‌دهد که دستاوردهایشان مصون خواهد ماند. این امر به طور مستقیم به تقویت مشارکت افراد خلاق و نوآور کمک می‌کند (صلحی، ۱۴۰۰).

قراردادهای مشارکت عمومی-خصوصی (PPP) تدوین یک قانون جامع و شفاف برای مشارکت عمومی-خصوصی در پروژه‌های زیرساختی پایدار (مانند انرژی‌های تجدیدپذیر)، می‌تواند چارچوب حقوقی مطمئنی برای جذب سرمایه و مدیریت مردمی فراهم کند (World Bank, 2017).

- تقویت مسئولیت اجتماعی شرکتها (CSR)

تبدیل مسئولیت اجتماعی از یک اقدام داوطلبانه به یک الزام حقوقی، می‌تواند مشارکت مردمی را در قالب نظارت اجتماعی تقویت کند. الزام گزارش‌دهی: قانون‌گذار می‌تواند شرکت‌های بزرگ را ملزم به انتشار گزارش‌های سالانه «پایداری» یا «مسئولیت اجتماعی» کند که در آن عملکرد اجتماعی، زیست‌محیطی و حکمرانی خود را شفاف سازند. این شفافیت، امکان نظارت و انتخاب آگاهانه را به مردم (به عنوان مصرف‌کننده و سهامدار) می‌دهد. (Jaffe, 2019)

اعطای امتیاز به شرکت‌های پایدار: قوانین می‌توانند در مناقصات دولتی، به شرکت‌هایی که سابقه مثبت در زمینه مسئولیت اجتماعی دارند، امتیاز ویژه اعطا کنند. این کار انگیزه اقتصادی قدرتمندی برای حرکت بنگاه‌ها به سمت پایداری و جلب رضایت مردم ایجاد می‌کند.

- توسعه سازوکارهای حقوقی مالی مشارکتی

یکی از ملموس‌ترین اشکال مشارکت مردمی، مشارکت مالی است. قوانین باید امکان استفاده از شیوه‌های نوین تأمین مالی را فراهم آورند. سرمایه‌گذاری جمعی (Crowdfunding): تنظیم و تصویب «قانون مقررات‌گذاری سرمایه‌گذاری جمعی» یک ضرورت انکارناپذیر است. این قانون باید با تعریف Platforms (پلتفرم‌ها)، تعیین حدود مسئولیت آن‌ها، شفاف‌سازی فرآیندها و حمایت از سرمایه‌گذاران خرد، فضای امنی برای جمع‌آوری سرمایه‌های کوچک مردمی ایجاد کند. (Ziegler et al., 2020) بدون چنین قانونی، این ابزار قدرتمند مشارکتی با ریسک کلاهبرداری بالا و بی‌اعتمادی مواجه خواهد شد.

توسعه حقوقی صندوق‌های سرمایه‌گذاری خطرپذیر (VC): ایجاد چارچوب‌های حقوقی شفاف برای فعالیت صندوق‌های VC که تخصصاً بر حوزه فناوری‌های پاک و کسب‌وکارهای اجتماعی سرمایه‌گذاری می‌کنند، می‌تواند کانال مهم دیگری برای هدایت سرمایه‌های مردمی به سمت کارآفرینی پایدار باشد.

- نتیجه گیری و پیشنهادات :

نتیجه گیری کلی این مقاله آن است که « مشارکت مردمی » به عنوان قلب تپنده « توسعه کارآفرینی پایدار » ، بدون پشتوانه یک « نظام حقوقی پیشرو، حمایتگر و یکپارچه » به سرمنزل مقصود نخواهد رسید. قوانین می توانند با ایفای نقش تسهیل گری، حمایتی و انگیزشی، مردم را از حاشیه به متن فعالیت های اقتصادی پایدار بیاورند. همان طور که تحلیل شد، این الزامات در حوزه های مختلفی از حقوق تجارت و شرکت ها گرفته تا مالیات، مالکیت فکری و مالی مشارکتی پراکنده هستند و نیازمند نگاهی سیستمی و هماهنگ هستند.

- بر این اساس، پیشنهادات زیر ارائه می گردد:

پیشنهاد تقنینی : تدوین و تصویب « قانون توسعه سرمایه گذاری جمعی » و « قانون جامع حمایت از کسب و کارهای کوچک و متوسط پایدار » به عنوان اولویت های قانون گذاری.

پیشنهاد سیاستی : تشکیل « کارگروه ملی حقوق و توسعه پایدار » با حضور نمایندگان قوه قضائیه، قوه مقننه، مجریه و بخش خصوصی به منظور هماهنگی و پایش قوانین مرتبط.

پیشنهاد اجرایی : ایجاد "سامانه یکپارچه اطلاعاتی شفافیت شرکتها" که در آن گزارش های پایداری، عملکرد زیست محیطی و اجتماعی شرکت های بزرگ به طور عمومی قابل دسترسی باشد.

پیشنهاد برای پژوهش های آینده : تحقیق در مورد « مطالعه تطبیقی قوانین موفق کشورهای پیشرو در حوزه کارآفرینی پایدار » و « بررسی نقش دادگاه ها در تفسیر قوانین به نفع توسعه پایدار » می تواند گام بعدی این مسیر پژوهشی باشد.



- منابع و مآخذ:

الف) منابع فارسی:

##پورعدلی، حمید. (۱۳۹۸) تأسیس و انحلال شرکتها در حقوق ایران. تهران: انتشارات خرسندی.

##کاویانی، محمد. (۱۳۹۹). "تحلیل حقوقی شرکت‌های تعاونی به عنوان ابزاری برای توسعه پایدار." فصلنامه حقوقی دادگستر، 65-45-67.

##صلحی، نغمه. (۱۴۰۰) حقوق مالکیت فکری و توسعه اقتصادی. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.

ب) منابع لاتین:

##Asadi, S., Pourhashemi, S. O., & Nilashi, M. (2021). The role of tax incentives in ##promoting sustainable entrepreneurship: A systematic review. *Journal of Cleaner Production*, 279, 123235.

Jaffe, A. B. (2019). *Corporate Social Responsibility and the Law*. Routledge. # #

Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development*. Harvard University Press.

##World Bank. (2017). *Public-Private Partnerships Reference Guide*. World Bank Publications.

##Ziegler, T., Shneor, R., Wenzlaff, K., et al. (2020). *The Global Crowdfunding Market 2020: A Year in Crisis*. Cambridge Centre for Alternative Finance.



Abstract

Title: Legal Prerequisites for Strengthening Public Participation in Sustainable Entrepreneurship Development

Sustainable entrepreneurship, as a driver of economic development aligned with social and environmental considerations, cannot be realized without the active participation of the people as the primary stakeholders. This participation requires specific legal frameworks and prerequisites to enable the effective involvement of individuals and civil society in the economic sphere. This article aims to explain and analyze these legal prerequisites. Using a descriptive-analytical research method and through the study of library resources, this research examines the necessary legal frameworks to facilitate public participation. Findings indicate that the most critical legal prerequisites can be categorized into four key areas: 1) Development of Corporate and Business Law (by facilitating company registration, introducing new legal structures such as specific public joint-stock companies and cooperatives), 2) Creating Legal Incentives and Guarantees (such as reforming tax laws and protecting intellectual property), 3) Strengthening Corporate Social Responsibility (CSR), and 4) Developing Participatory Financial Mechanisms (e.g., establishing comprehensive regulations for crowdfunding). In conclusion, it is emphasized that strengthening public participation in sustainable entrepreneurship development requires an integrated legal transformation aligned with sustainable development goals to move beyond rhetoric and become an operational imperative.

Keywords: Sustainable Entrepreneurship, Public Participation, Legal Prerequisites, Corporate Social Responsibility, Crowdfunding, Sustainable Development.

کارآفرینی پایدار و جایگاه فقه و حقوق در حمایت قانونی از کسب و کارهای دانش بنیان

مرتضی؛ پورملائی استادیار، فقه و مبانی حقوق اسلامی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

چکیده

کسب و کارهای دانش بنیان به عنوان موتور نوآوری و توسعه اقتصادی، نقش مهمی در تحقق کارآفرینی پایدار دارند. قانون حمایت از این کسب و کارها در ایران، چارچوبی حقوقی فراهم کرده است که فعالیت های نوآورانه و پایدار را ترویج می کند. از منظر فقه و حقوق، فعالیت های اقتصادی مشروع باید مبتنی بر عدالت، تعاون، رعایت حقوق عمومی و حفظ منابع باشد. هدف این پژوهش، بررسی جایگاه فقه و حقوق در حمایت قانونی از کسب و کارهای دانش بنیان و تأثیر آن بر تحقق کارآفرینی پایدار است. روش تحقیق توصیفی-تحلیلی و مبتنی بر بررسی قوانین، اسناد بالادستی و منابع فقهی و حقوقی است. در این مقاله ابتدا به ضرورت تبیین پیوند کارآفرینی پایدار، فقه، اخلاقیات و ارزشهای فرهنگی و جایگاه حقوق در حمایت قانونی پرداخته می شود و همچنین به تأثیرات همگرایی فقه و حقوق در کارآفرینی پایدار و در نهایت به یافته ها اشاره می شود که قوانین موجود اگر با مبانی فقهی و حقوقی هماهنگ شوند، می توانند زمینه ساز توسعه کسب و کارهای پایدار و عدالت محور در اقتصاد ایران باشند.

واژگان کلیدی: کارآفرینی، فقه و حقوق، حمایت قانونی، کسب و کارهای دانش بنیان

۱. مقدمه

کسب و کارهای دانش بنیان و نوآور، عامل اصلی رشد اقتصادی، اشتغال و توسعه پایدار در کشورهای پیشرفته هستند. در ایران نیز، قانون حمایت از شرکتها و استارت آپ های دانش بنیان با هدف ایجاد فضای مساعد برای فعالیت های نوآورانه تصویب شده است. با این حال، تبیین جایگاه فقه و حقوق در این قانون، کمک می کند تا فعالیت های اقتصادی نه تنها سودآور بلکه مسئولانه و پایدار باشند. فقه اسلامی، فعالیت اقتصادی را زمانی مشروع می داند که عدالت اقتصادی، وجوب عمران زمین، قاعده لاضرر، تعاون و اخلاق حرفه ای رعایت شود. ترکیب این اصول با حمایت های قانونی، می تواند چارچوبی مناسب برای کارآفرینی پایدار در کشور فراهم کند. هدف مقاله حاضر، بررسی نقش قوانین حمایت از کسب و کارهای دانش بنیان در تحقق کارآفرینی پایدار از دیدگاه فقه و حقوق است.

۲. مواد و روش ها

روش تحقیق، توصیفی-تحلیلی و مبتنی بر بررسی قوانین جمهوری اسلامی ایران، اسناد بالادستی، مصوبات مجلس، آیین نامه ها، و منابع فقهی و حقوقی است. داده ها با تحلیل تطبیقی مبانی فقه و حقوق، اثرگذاری قانونی بر ترویج کارآفرینی پایدار در کسب و کارهای دانش بنیان بررسی شد.

الف) ضرورت تبیین پیوند کارآفرینی پایدار، فقه، اخلاق و ارزشهای فرهنگی

فقه اسلامی فعالیت اقتصادی را مشروع می داند، به شرط رعایت عدالت، وجوب عمران، منع اسراف، قاعده لاضرر و تعاون. هر نوع فعالیت اقتصادی که منافع عمومی و محیط زیست را تهدید کند، از نظر فقهی مردود است. این اصول فقهی، چارچوب اخلاقی و اجتماعی برای سیاستگذاری قانونی در حمایت از کسب و کارهای دانش بنیان فراهم می کند. کارآفرینی از بستر فقه، اخلاق، فرهنگی و اجتماعی برخاسته و عبور از سنت و گذار به نوسازی را برمیتابد (دوپویی، ۱۹۹۱). کارآفرینی یکی از جریانهای پیشبرنده توسعه و نوسازی و نمودگارهای بالندگی جامعه به شمار می رود. از این رو می توان موانع مرتبط با فرهنگ و اخلاق و ارزشهای اجتماعی پیشروی توسعه که تاکنون مورد کنکاش اندیشمندان مختلف قرار گرفته را به کارآفرینی نیز تعمیم داد. برای نمونه راجرز، خرده فرهنگ دهقانی (نظیر عدم اعتماد متقابل، فقدان نوآوری، تقدیرگرایی، پایین بودن سطح آمال و آرزوها، آنی نگرایی به جای آتی نگرایی، بها ندادن به عامل زمان، خانواده گرایی، وابستگی به قدرت محلی، محلی گرایی و فقدان همدلی) و فاستر، خیر محدود (محدود بودن و خارج از کنترل بودن دسترسی بیشتر به چیزهای مطلوب در زندگی، نظیر عشق، ثروت و دارایی، سلامت، قدرت، امنیت و...) را به مثابه موانع فرهنگی و روانشناختی اجتماعی توسعه مطرح نمودهاند. برخی دیگر از پژوهندگان نیز از ارزشها و هنجارهای مانع یا ناهمساز با توسعه و کارآفرینی که از فقه و ادیان مختلف سرچشمه می گیرند، یاد نموده اند و در اثبات مدعای خویش به واکاوی تطبیقی شواهد نمایانگر ظرفیت بالندگی و کارآفرینی در بین ادیان و مذاهب مختلف بسان یکی از نهادهای اساسی آبخور فرهنگ جوامع انسانی پرداخته اند. برای نمونه، برخی بر این باورند که پیامد ظهور پروتستانیسم به عنوان یک مذهب بدون التزام به پیوند با یک مرجع اقتدار مرکزی، ترغیب سرمایه داری بوده است. در این باره، ماکس وبر اذعان نموده است پروتستانیسم زهدگرا تنها تفکری است که اخلاقیات شغلی دنیوی را با اطمینان به نجات اخروی، به صورتی منظم، هماهنگ و همراه می سازد. او بر این باور بوده است که ادیان کنفوسیوس و یهود نیز در بسیاری موارد، نقشی کمابیش همانند مذهب پروتستان را ایفا کردهاند (براتلو، ۱۳۸۶) و بر اثر شهر خود تحت عنوان "پروتستانیسم و روحیه سرمایه داری"، پروتستانیسم و ارزشهای مربوطه نظیر کار بسان منبعی برای سعادت و رستگاری انسان، ریسک پذیری برای تغییر سرنوشت، برنامه ریزی برای آینده و صرفه جویی را به عنوان نیرویی مؤثر در توسعه فرهنگ و اخلاق کارآفرینی قلمداد نموده است. وبر معتقد بود که یکی از علل مهم و محرک پیشرفت اقتصادی نظام سرمایه داری، وجود اخلاق و وجدان کاری پروتستانی می باشد. این خصیصه موجب می شود که فرد احساس مسئولیت نموده و در نهایت دقت و کارایی وظایف کاری و شغلی خود را انجام دهد. این رویکرد امروزه در عرصه تجارت و صنعت در قالب مفاهیمی همانند "اخلاق حرفه ای"، "اخلاق کسب و کار"، "مسئولیت پذیری اجتماعی"، "کسب و کار ارزشگرا"، "کسب و کار بشردوستانه و انسانگرا"، "کسب و کار و کارآفرینی اخلاقی" و نظایر آن بازطرح شده است. به گواه خیل پژوهش های صورت گرفته، علیرغم اینکه برخی خصایص کارآفرینانه، نظیر روحیه و اخلاق کاری و توفیق طلبی انسان در دوران کودکی شکل می گیرد، با این حال می توان از طریق نظام آموزش و کارکردهای هدایتی و انگیزشی نظام ارزشی های اجتماعی و فرهنگی (فرهنگ سازی عمومی) تعهدکاری توأم با روحیه، فقهی و اخلاق را در بین افراد جامعه گسترش داد. از همین رو، مک کله لند به عنوان یکی از نظریه پردازان حوزه کارآفرینی بر این باور است که جوامع غیر پروتستانی نیز می توانند با ایجاد روحیه کاری لازم، شرایط را برای توسعه و صنعتی شدن مهیا سازند. تالکوت پارسونز شیوه جامعه پذیری و کارکرد نهاد خانواده و آموزش، رشد و انسجام شخصیت، استقلال فردی، فرهنگ غالب کار در جامعه

(سختکوشی، پشتکار و وقت شناسی) را به عنوان عوامل مؤثر بر توسعه فرهنگ کارآفرینی برشمرده است. مک کله لند نیز نیاز به پیشرفت، ریسک پذیری، امید به آینده، استقلال طلبی و خصایصی از این دست را از نشانگان میل به سرمایه گذاری و ایجاد کسب و کار جدید معرفی نموده است که در توسعه فرهنگ کارآفرینی تأثیر گذار می باشند. در این خصوص به نقش فقه، مذهب و ایدئولوژی حاکم، فرصت تحرک شغلی، طبقه اجتماعی، روند اجتماعی شدن و شیوه های تربیتی در توسعه فرهنگ کارآفرینی اشاره شده است. احمدی (۱۳۹۹) کارآفرینی را میتوان نوعی فرهنگ و شیوه زندگی دانست که همه رفتارهای انسانی را در حوزه های مختلف فردی، اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و زیست محیطی هدایت می کند و از اینرو، تمامی این رفتارها می توانند از جنس کارآفرینانه و یا غیر کارآفرینانه باشند. از این رو هر گونه کنش رفتاری کارآفرینانه نمی تواند از فرهنگ و اخلاقیات رایج در جامعه جدا باشد و در خلا بوقوع بپیوندد. بنابراین، برهان های زیر را می توان در تبیین پیوند پدیده کارآفرینی و اخلاقیات و ارزشهای فرهنگی ارایه نمود (دادگر، ۱۳۸۵):

– رفتار افراد بازتاب دهنده هم تافتهای پیچیده فرهنگی و ارزشهای اخلاقی رایج در جامعه آنها به شمار می رود؛

– فضاهاى فرهنگى و ارزشهاى اخلاقى گوناگون مى تواند تفاوت هاى نگرشى را بین افراد سبب شود؛

– تفاوت هاى نگرشى کارآفرینان که از گونه گونى فضای فرهنگى و ارزش هاى آنها در سطح کلان یا خرد ناشى مى شود، تنوع در گستره، گونه و حوزه کارآفرینی را در پی دارد.

(ب) جایگاه حقوق در حمایت قانونی

قانون حمایت از کسب و کارهای دانش بنیان، ایجاد فضای کسب و کار نوآورانه، حمایت مالی، تسهیل ثبت شرکت، معافیت های مالیاتی و ایجاد شبکه های مشاوره را شامل می شود. از دیدگاه حقوقی، این حمایت ها باید با اصول فقهی سازگار باشد تا کارآفرینی همزمان سودآور، مسئولانه و پایدار باشد. سیاست های توسعه اقتصادی در مورد شرکت های دانش بنیان باید دارای جنبه حمایتی باشند تا از این طریق به بهبود وضعیت کسب و کار این شرکت ها کمک کنند. تعهدات مسئولانه یک حاکمیت اقتصادی تنها به تعهدات سلبی محدود نمی شود. حقوق معاهداتی موجود، تعهدات مثبتی را نیز بر عهده دولت ها نهاده است که از آنها می توان به تعهدات ایجابی اقتصادی دولت ها تعبیر کرد. نمونه این تعهدات را می توان در مواد ۵۵ و ۵۶ منشور ملل متحد یافت. در این مواد، دولت های عضو متعهد شده اند تا به صورت مستقل یا مشترک با همکاری با سازمان ملل متحد برای تحقق اهدافی چون ارتقای راه حل های ارائه شده برای مشکلات اقتصادی بین المللی و بهبود وضعیت اقتصادی و توسعه و پیشرفت اقتصادی و اجتماعی اقدام کنند. با تصویب منشور ملل متحد، سازوکار حاکمیت اقتصادی به جای این که به سودبری صرف معطوف باشد، به سمت نوعی همکاری مسئولانه حرکت کرده است. با این حال، تردیدی نیست که دولت ها گاهی این تعهد بنیادین را نقض می کنند، ولی چنین مواردی نباید به معنای تضعیف این قاعده اساسی تفسیر شود. ادیبی (۱۳۹۸) خلق دانش دو ویژگی ذاتی دارد: «وابستگی به مسیر» و «هزینه های ثابت اولیه سنگین». مفهوم «وابستگی به مسیر» به این معناست که وقتی در یک

شاخه از دانش سرمایه گذاری می شود، بعد از مدتی نمی توان مسیر کسب علم را به سادگی تغییر داد، مگر با تحمل هزینه های گزاف و رها کردن تمام سرمایه گذاری های گذشته. «هزینه های ثابت اولیه سنگین» هزینه ای است که با افزایش یا کاهش تعداد کالاها یا خدمات تولید شده تغییر نمی کند این دو ویژگی، نقش آفرینی دولت و برنامه ریزی در سطوح بالای نظام تدبیر را به امری حیاتی بدل می کند. شفیع (۱۴۰۰) بند اول سیاست های مشوق های مالیاتی که در بیش تر کشورهای جهان با شکل و محتوای متفاوت رواج دارند، بر اساس ماده ۱۱۹ قانون برنامه پنجم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور، دولت مکلف شده است برای هدفمندسازی معافیت های مالیاتی و شفاف سازی حمایت های مالی دولت از بخش ها و فعالان اقتصادی، اقداماتی را برای جایگزینی سیاست اعتبار مالیاتی با نرخ صفر به جای معافیت های مالیاتی و ثبت معافیت های مالیاتی یاد شده به صورت جمعی-خرجی در قوانین بودجه سنواتی انجام دهد. دو بحث اساسی در ماهیت این ماده قانونی مستتر است: شفاف سازی سیاست های مشوق های مالیاتی کشور. مالیاتی دولت با ثبت میزان معافیت های اعطاشده و هدفمندسازی ساختار مشوق های مالیاتی که در مورد شرکت های دانش بنیان در ایران به کار می روند، عبارت است از: ماده ۳ بند الف قانون حمایت از شرکت ها و مؤسسات دانش بنیان؛ ماده ۹ قانون حمایت از شرکت های دانش بنیان. در قانون حمایت از شرکت ها و مؤسسات دانش بنیان و تجاری سازی، تنها به ارائه معافیت مالیاتی به شرکت های دانش بنیان اشاره شده است. این در حالی است که بررسی سیاست های مالیاتی مشوق دانش بنیان در دنیا نشان می دهد که با توجه به ماهیت فعالیت های دانش بنیان می توان از بسته متنوعی از سیاست های دیگر مانند اعتبار مالیاتی، نرخ ترجیحی یا کاهشی مالیات در راستای حمایت مالیاتی از فعالیتهای دانش بنیان استفاده کرد. بند دوم سیاست های مربوط به استقلال و خود کفایی اقتصادی که مقصود از استقلال اقتصادی این است که جامعه بتواند نیازمندی های خود را در حد قابل قبول از رفاه تولید کند و در اداره امور اقتصادی، نیازمند و متکی به دیگران نباشد، هر چند ترجیح دهد برخی از نیازهای اقتصادی خود را به علت هزینه ای پایین تر یا هدفی دیگر از خارج از کشور تأمین کند. در قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران تأکید شده است که اقتصاد ایران باید به مرحله خودبسندگی و استقلال برسد و از وابستگی رهایی یابد. اصل چهل و سوم قانون اساسی در کنار تبیین اصول کشور، استقلال اقتصادی را نیز در بندهایی تبیین می کند. بند نهم از این اصل به وابسته بودن اقتصاد ایران اشاره و تأکید دارد که اقتصاد ایران باید به مرحله استقلال برسد و از وابستگی رهایی یابد. راه حل قانون اساسی در این باره، افزایش تولیدهای کشاورزی، دامی، صنعتی مطابق با نیازهای عمومی است. یکی از هدف های عالی قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، تحقق استقلال اقتصادی و برآوردن نیازهای در حال رشد انسان هایی است که در جامعه اسلامی زندگی می کنند. متفکر آزاد (۱۳۹۲)

قانون اساسی در اصول متعددی به موضوع استقلال و نفی اتکا به بیگانگان اشاره می کند. برای نمونه، اصل دوم قانون اساسی، یکی از اهداف نظام اسلامی را استقلال سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی می داند و اصل سوم، تأمین خود کفایی در علوم و فنون، صنعت، کشاورزی و امور نظامی و مانند این ها را به عنوان یکی از وظایف دولت جمهوری اسلامی ایران معرفی می کند. در کنار قانون اساسی، شریعت اسلام نیز بر موضوع استقلال اقتصادی و نفی سلطه اقتصادی یک جانب از حکومت اسلامی در قالب قواعدی مانند نفی سبیل تأکید کرده است. احمدی بنی (۱۴۰۱). بر اساس اصل ۴۴ قانون اساسی، نظام

اقتصادی جمهوری اسلامی ایران بر پایه سه بخش خصوصی، تعاونی و دولتی قرار دارد، اما در عمل، بخش دولتی بر دیگر بخش‌ها سلطه یافته است. بند سوم. سیاست‌های حمایتی مربوط به فناوری اطلاعات است که شرکت‌های دانش‌بنیان را در ایران به سه دسته می‌توان تقسیم کرد: واحدهای فناوری زیر پوشش مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری مراکز رشد که مسئولیت ایجاد کسب و کارهای کوچک مبتنی بر دانش را بر عهده دارند. مراکز رشد دارای انواع مختلفی از جمله صنعتی، دانشگاهی، مجازی و بین‌المللی هستند. نوع دوم، شرکت‌های تأییدشده توسط شورای عالی علوم، تحقیقات و فناوری که به موجب لایحه مصوب مجلس شورای اسلامی، مسئول سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی و پی‌گیری اجرای قانون حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان هستند. نوع سوم، شرکت‌های متعلق به دانشگاه‌ها یا شرکت‌های دانش‌بنیان دانشگاهی اند. امامی (۱۳۹۰) امروزه شرکت‌های دانش‌بنیان و دارای فناوری پیشرفته به شبکه‌سازی داخلی و خارجی نیاز دارند تا بتوانند منابع مورد نیاز خود را از آن‌جا دریافت و محصولات تجاری‌سازی شده خود را به آن‌جا عرضه کنند. بر اساس سیاست‌های علم و فناوری ایران، نقش حمایتی دولت به این صورت‌ها نشان داده می‌شود: یک - توسعه و تقویت شبکه‌های ارتباطات ملی و فراملی میان دانشگاه‌ها، مراکز علمی، دانشمندان و پژوهشگران و بنگاه‌های توسعه فناوری و نوآوری داخلی و خارجی و گسترش همکاری‌ها در سطوح دولتی و نهادهای مردمی با اولویت کشورهای اسلامی. دو - گسترش همکاری و تعامل فعال، سازنده و الهام‌بخش در حوزه علم و فناوری با دیگر کشورها و مراکز علمی و فنی معتبر منطقه‌ای و جهانی به ویژه جهان اسلام. به همین دلیل، ایجاد و حفظ شبکه‌های برتر و مؤثر، بخش جدایی‌ناپذیر سیاست حمایتی موفق دولتی به حساب می‌آید. رضایی (۱۴۰۰)

ج) تاثیرات همگرایی فقه و حقوق در کارآفرینی پایدار

دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی می‌توانند با آموزش حقوقی و فقهی، آگاهی کارآفرینان را درباره قوانین و اخلاق اقتصادی افزایش دهند. این امر موجب شکل‌گیری نگرش پایدار و مسئولانه در میان دانشجویان و نوآوران می‌شود. ترکیب اصول فقهی با قوانین حقوقی موجب می‌شود: ۱- حقوق مالکیت فکری محفوظ بماند و انگیزه نوآوری تقویت شود. ۲- حمایت‌های قانونی با عدالت اقتصادی و مسئولیت اجتماعی هم‌راستا شود. ۳- محیط کسب و کار، فرصت برابر برای دانشجویان و کارآفرینان فراهم کند. فقه و حقوق، دو رکن مهم در تحقق کارآفرینی پایدار در ایران هستند. حمایت قانونی از کسب و کارهای دانش‌بنیان بدون رعایت اصول فقهی نمی‌تواند پایداری اقتصادی و اجتماعی را تضمین کند. در نتیجه، سیاست‌گذاران و دانشگاه‌ها باید با ایجاد هماهنگی میان قانون و فقه، محیطی سالم، نوآورانه و پایدار برای نسل جدید کارآفرینان فراهم کنند.

۴. نتیجه‌گیری

یافته‌ها نشان می‌دهد که قوانین حمایت از کسب و کارهای دانش‌بنیان اگر با اصول فقهی همسو شوند، می‌توانند زمینه توسعه کارآفرینی پایدار را فراهم کنند. آموزش حقوقی و فقهی کارآفرینان، موجب افزایش مسئولیت‌پذیری و رعایت عدالت اقتصادی می‌شود. ترکیب حمایت قانونی و مبانی فقهی، چارچوبی بومی برای توسعه اقتصادی پایدار ایجاد می‌کند.

منابع

- ## احمدی، س. (۱۳۹۹). حقوق کسب و کارهای نوآور و دانش بنیان انتشارات دانشگاه، تهران، ایران.
- ## احمدی بنی، رسول و همکاران، ۱۴۰۱ «جایگاه استقلال اقتصادی در اقتصاد مقاومتی در پرتو قوانین موضوعه» سال اول، شماره ۳، مجله دستاوردهای نوین در حقوق عمومی، قم، ایران
- ## ادیبی، ا. کبر. ۱۳۹۸ «چالش اقتصادی و حاکمیت دولتها: نگاهی دوباره به مسئله مشروعیت تحریمهای اقتصادی در واقعیت نظم حقوقی بینالمللی»، دوره یازدهم، شماره ۲، مجله مطالعات حقوقی،
- ## امانی محمد و زهرا احمد امینی، ۱۳۹۰. «تحلیل افق چالشهای شرکتهای دانشبنیان دانشگاهی و راهکارهای پیشگیرانه»، سال اول، شماره ۱، مطالعات در دنیای رنگ، تهران، ایران
- ## براتلو، ف. ۱۳۸۶ کارآفرینی فرهنگی: پیامهایی برای بومیسازی. ماهنامه اطلاعات اقتصادی - سیاسی، تهران، ایران
- ## دوپویی، گ. ۱۹۹۱. فرهنگ و توسعه: از پذیرش تا ارزیابی. ترجمه: فراهانی و عبدالحمید زرینقلم. تهران: مرکز انتشارات ملی یونسکو در ایران..
- ## دادگر، ی. ۱۳۸۵ اخلاق بازرگانی (و کسب و کار) از منظر اقتصاد و اقتصاد اسلامی. پژوهشنامه بازرگانی، تهران ایران
- ## رضایی، ن. (۱۴۰۰). کارآفرینی پایدار و مقررات حقوقی. فصلنامه حقوق و اقتصاد، قم، ایران
- ## شفیع قاسمی، مهدی و همکاران، ۱۴۰۰ «ارائه الگوهای دانشبنیان نمودن بنگاههای بزرگ اقتصادی» دوره دوم، شماره ۳، مجله علوم و فنون سازندگی، قم، ایران
- ## قانون حمایت از شرکتها و موسسات دانش بنیان، مصوب مجلس شورای اسلامی، ۱۳۹۶، مرکز پژوهشهای مجلس تهران، ایران.
- ## متفکر آزاد، محمدعلی و همکاران، ۱۳۹۰ «نقش دولت اسامی در تحقق استقلال اقتصادی در سه دهه اخیر»، مجله اقتصاد اسامی، تهران، ایران ## European Commission

(2018) Entrepreneurship Education at University Level: Entrepreneurship, Competences and Education.

Fayolle, A., & Gailly, B. (2015). The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Attitudes and Intention: Hysteresis and Persistence. *Journal of Small Business Management*, 53(1), 75–93.

Nabi, G., Liñán, F., Fayolle, A., Krueger, N., & Walmsley, A. (2017). The Impact of Entrepreneurship Education in Higher Education: A Systematic Review and Research Agenda. *Academy of Management Learning & Education*, 16(2), 277–299.



abstract

Knowledge-based businesses, as engines of innovation and economic development, play an important role in realizing sustainable entrepreneurship. The law supporting these businesses in Iran has provided a legal framework that promotes innovative and sustainable activities. From the perspective of jurisprudence and law, legitimate economic activities must be based on justice, cooperation, respect for public rights, and conservation of resources. The purpose of this research is to examine the position of jurisprudence and law in the legal support of knowledge-based businesses and its impact on the realization of sustainable entrepreneurship. The research method is descriptive-analytical and based on examining laws, upstream documents, and jurisprudential and legal sources. This article first addresses the necessity of explaining the link between sustainable entrepreneurship, jurisprudence, ethics and cultural values, and the position of rights in legal protection. It also refers to the effects of the convergence of jurisprudence and law on sustainable entrepreneurship, and finally to the findings that existing laws, if harmonized with jurisprudential and legal foundations, can pave the way for the development of sustainable and justice-oriented businesses in the Iranian economy.

Keywords: Entrepreneurship, Jurisprudence and Law, Legal Support, Knowledge-Based Businesses

پایداری زیست محیطی با توانمندی سازی فناورانه مردم

شبیم؛ اجباری؛ استاد مدعو؛ دانشگاه پیام نور؛ تهران؛ ایران؛

هادی؛ رضائی نسب؛ کارشناس فناوری اطلاعات؛ دانشگاه پیام نور؛ تهران؛ ایران؛

چکیده

در عصر تحولات فناورانه و چالش‌های زیست محیطی، توانمندسازی مردم از طریق فناوری‌های نوین به عنوان یکی از راهکارهای کلیدی برای تحقق توسعه پایدار مطرح شده است. این مقاله به بررسی نقش فناوری در ارتقاء آگاهی، مشارکت و کنشگری شهروندان در حوزه حفاظت از محیط زیست می‌پردازد. با تحلیل نمونه‌های موفق از کاربرد فناوری‌های دیجیتال، اینترنت اشیاء، اپلیکیشن‌های محیط‌زیستی و پلتفرم‌های مشارکتی، نشان داده می‌شود که چگونه ابزارهای فناورانه می‌توانند ظرفیت‌های مردمی را در مدیریت منابع طبیعی، کاهش آلاینده‌ها و ترویج سبک زندگی سبز تقویت کنند. همچنین، به چالش‌ها و الزامات سیاست‌گذاری برای بهره‌گیری مؤثر از فناوری در مسیر پایداری پرداخته شده و پیشنهادهایی برای طراحی اکوسیستم‌های مشارکتی فناورانه ارائه می‌گردد. نتایج این پژوهش بیانگر آن است که هم‌افزایی میان مردم و فناوری، بستری مناسب برای تحقق اهداف زیست محیطی و پایداری بلندمدت فراهم می‌سازد.

کلمات کلیدی: تحولات فناورانه، اکوسیستم، زندگی سبز

مقدمه

در عصر کنونی که چالش‌های زیست محیطی از جمله تغییرات اقلیمی، کاهش منابع طبیعی و آلودگی‌های گسترده به دغدغه‌ای جهانی بدل شده‌اند، دستیابی به توسعه پایدار بیش از پیش اهمیت یافته است. توسعه پایدار به معنای تأمین نیازهای نسل حاضر بدون به خطر انداختن توانایی نسل‌های آینده در تأمین نیازهایشان است. یکی از ارکان اساسی تحقق این هدف، توانمندسازی مردم از طریق فناوری‌های نوین است؛ چرا که فناوری می‌تواند ابزارهایی فراهم آورد که مشارکت مردمی در حفاظت از محیط زیست را تسهیل و تقویت کند. توانمندسازی فناورانه به معنای فراهم‌سازی زیرساخت‌های دیجیتال، آموزش‌های فنی و دسترسی به داده‌های محیط‌زیستی برای عموم مردم است. این امر نه تنها موجب افزایش آگاهی و سواد زیست محیطی می‌شود، بلکه زمینه‌ساز مشارکت فعال شهروندان در فرآیندهای تصمیم‌گیری، نظارت و اجرای سیاست‌های محیط‌زیستی خواهد بود. از این رو توانمندسازی با فراهم آوردن امکانات فناورانه، ارتقاء سواد فناورانه و ایجاد دسترسی عمومی به ابزارهای نوین است. این امر موجب می‌شود تا شهروندان بتوانند در فرآیندهای تصمیم‌گیری، نظارت بر عملکرد نهادها، و اجرای راهکارهای محلی برای حفاظت از محیط زیست نقش آفرینی کنند. به عنوان مثال، استفاده از اپلیکیشن‌های گزارش‌دهی آلودگی، سامانه‌های هوشمند مدیریت پسماند، و پلتفرم‌های مشارکت محور در حوزه انرژی‌های تجدیدپذیر، نمونه‌هایی از کاربرد فناوری در خدمت پایداری زیست محیطی هستند. ترکیب فناوری با مشارکت مردمی می‌تواند به عنوان راهبردی مؤثر در مسیر پایداری زیست محیطی تلقی شود؛ راهبردی که هم به حفظ منابع طبیعی کمک می‌کند و هم تاب‌آوری جوامع را در برابر بحران‌های محیطی افزایش می‌دهد. در نهایت،

هم‌افزایی میان فناوری و مشارکت مردمی می‌تواند به عنوان راهبردی مؤثر در مسیر پایداری زیست‌محیطی تلقی شود؛ راهبردی که نه تنها به حفظ منابع طبیعی کمک می‌کند، بلکه تاب‌آوری جوامع را در برابر بحران‌های محیطی افزایش می‌دهد و زمینه‌ساز عدالت زیست‌محیطی در سطح محلی و جهانی خواهد بود.

۱-۱ بیان مسئله

در دهه‌های اخیر، شدت و گستره بحران‌های زیست‌محیطی نظیر تغییرات اقلیمی، کاهش منابع طبیعی، و آلودگی‌های گسترده، ضرورت بازنگری در شیوه‌های حکمرانی محیط‌زیستی را دوچندان کرده است. در این میان، توسعه پایدار به عنوان چارچوبی جامع برای پاسخ‌گویی به چالش‌های محیطی، اجتماعی و اقتصادی، نیازمند مشارکت فعال شهروندان و بهره‌گیری از فناوری‌های نوین است.

با گسترش فناوری‌های دیجیتال، فرصت‌های تازه‌ای برای توانمندسازی مردم در زمینه حفاظت از محیط زیست فراهم شده است. ابزارهایی مانند سامانه‌های پایش هوشمند، اپلیکیشن‌های گزارش‌دهی آلودگی، و پلتفرم‌های مشارکتی، امکان دسترسی عمومی به

داده‌های محیطی، آموزش‌های زیست‌محیطی، و تعامل مستقیم با نهادهای تصمیم‌گیر را فراهم می‌سازند. با این حال، در بسیاری از جوامع، شکاف دیجیتال، ضعف زیرساخت‌ها، و نبود سیاست‌گذاری‌های مشارکت‌محور، مانع از تحقق کامل این ظرفیت‌ها شده‌اند.

مطالعه محمدی ده‌چشمه (۲۰۲۳) نشان می‌دهد که توانمندسازی مردم محلی در سکونتگاه‌های انسانی، به‌ویژه در مناطق روستایی، پیش‌نیاز تحقق پایداری محیط زیست است و نیازمند راهبردهای فناورانه و آموزشی است. همچنین، مقاله طلسمی یکتا (۱۴۰۴) با تمرکز بر توانمندسازی بین‌نسلی، بر اهمیت انتقال دانش و مهارت‌های فناورانه برای تحقق زیست‌پذیری پایدار تأکید دارد.

۲-۱ اهمیت موضوع

در دنیای امروز، محیط زیست دیگر صرفاً یک حوزه تخصصی نیست، بلکه به مسئله‌ای اجتماعی، سیاسی و فناورانه تبدیل شده است. بحران‌هایی مانند تغییرات اقلیمی، آلودگی منابع طبیعی، و فرسایش زیستی، نشان داده‌اند که حفاظت از محیط زیست بدون مشارکت واقعی مردم امکان‌پذیر نیست. اما مشارکت صرف، کافی نیست؛ مردم باید توانمند شوند، یعنی ابزار، دانش و بستر لازم برای اقدام مؤثر را در اختیار داشته باشند.

اینجاست که فناوری‌های دیجیتال وارد میدان می‌شوند. ابزارهایی مانند اپلیکیشن‌های گزارش‌دهی آلودگی، سامانه‌های پایش هوشمند، و پلتفرم‌های داده‌محور، می‌توانند شهروندان را از نقش‌های منفعل به کنشگرانی آگاه و مؤثر تبدیل کنند. این توانمندسازی نه تنها به ارتقاء سواد زیست‌محیطی کمک می‌کند، بلکه اعتماد عمومی، شفافیت و عدالت محیط‌زیستی را نیز تقویت می‌نماید.

۱-۳ هدف پژوهش

هدف این پژوهش، بررسی این مسئله کلیدی است که چگونه فناوری‌های دیجیتال می‌توانند به عنوان ابزارهایی توانمندساز، ظرفیت‌های شهروندان را برای مشارکت مؤثر در حفاظت از محیط زیست ارتقاء دهند. این هدف در چند محور دنبال می‌شود:

تحلیل موانع ساختاری، فرهنگی و فناورانه در مسیر توانمندسازی مردم

ارائه راهکارهایی برای طراحی سیاست‌های فناورانه مشارکت‌محور در حوزه محیط زیست

بررسی نقش فناوری در تحقق عدالت محیط‌زیستی و تاب‌آوری اجتماعی

۱-۴ پیش زمینه نظری

پیش‌زمینه نظری این پژوهش بر اساس تلفیقی از نظریه‌های «حکمرانی مشارکتی»، «نوآوری اجتماعی»، و «عدالت محیط‌زیستی» شکل گرفته است. این چارچوب‌ها به تبیین نقش فناوری‌های دیجیتال در ارتقاء ظرفیت‌های شهروندان برای مشارکت مؤثر در حفاظت از محیط زیست و تحقق توسعه پایدار کمک می‌کنند.

نظریه حکمرانی مشارکتی بر این باور است که تصمیم‌گیری‌های محیط‌زیستی زمانی اثربخش‌تر خواهند بود که شهروندان در فرآیندهای سیاست‌گذاری، اجرا و ارزیابی مشارکت فعال داشته باشند. فناوری‌های دیجیتال مانند پلتفرم‌های داده‌محور، اپلیکیشن‌های گزارش‌دهی، و سامانه‌های پایش محیطی، ابزارهایی هستند که این مشارکت را تسهیل می‌کنند و موجب افزایش شفافیت و پاسخ‌گویی نهادهای مدیریتی می‌شوند.

نظریه نوآوری اجتماعی به کاربرد خلاقانه فناوری برای حل مسائل اجتماعی و محیط‌زیستی اشاره دارد. در این چارچوب، فناوری نه تنها به عنوان ابزار فنی، بلکه به عنوان بستر تعامل اجتماعی، آموزش، و اقدام جمعی عمل می‌کند. این دیدگاه بر اهمیت طراحی فناوری‌هایی تأکید دارد که با نیازهای محلی و فرهنگی جوامع هم‌خوانی داشته باشند.

نظریه عدالت محیط‌زیستی نیز بر توزیع منصفانه منابع، مخاطرات و فرصت‌های زیست‌محیطی در میان گروه‌های مختلف اجتماعی تأکید دارد. توانمندسازی فناورانه می‌تواند به کاهش شکاف دیجیتال، ارتقاء دسترسی به اطلاعات محیطی، و افزایش صدای گروه‌های کم‌برخوردار در فرآیندهای تصمیم‌گیری کمک کند.

این چارچوب نظری، فناوری را نه صرفاً به عنوان ابزار، بلکه به عنوان فرآیند اجتماعی و سیاسی درک می‌کند؛ فرآیندی که می‌تواند مردم را از نقش‌های منفعل به کنشگرانی آگاه، مسئول و مؤثر در مسیر پایداری زیست‌محیطی تبدیل کند.

۱-۵ پیشینه پژوهش

پژوهش‌های متعددی در سال‌های اخیر به بررسی نقش فناوری‌های نوین در ارتقاء پایداری زیست‌محیطی پرداخته‌اند. در این مطالعات، توانمندسازی مردم از طریق ابزارهای دیجیتال به عنوان یکی از راهبردهای کلیدی برای تحقق حکمرانی مشارکتی و حفاظت از منابع طبیعی معرفی شده است. ما در اینجا چند مقاله ایرانی و خارجی را بیان می‌کنیم.

مطالعه‌ای توسط مصطفی محمدی ده‌چشمه (۲۰۲۳) با عنوان راهبردهای توانمندسازی زیست‌محیطی در سکونتگاه‌های انسانی نشان می‌دهد که مشارکت فعال مردم محلی در حفاظت از محیط زیست، زمانی مؤثرتر خواهد بود که با آموزش‌های فناورانه و دسترسی به داده‌های محیطی همراه باشد. این پژوهش در شهرستان دلفان انجام شده و به استخراج شاخص‌های اثرگذار بر توانمندسازی محیطی پرداخته است.

در مقاله‌ای دیگر، هاجر سوختانلو، امید بهبودی و سیدمرتضی غیورباغبانی (۱۴۰۴) به بررسی تأثیر توسعه نوآورانه فناوری بر عملکرد زیست‌محیطی و اقتصادی پرداخته‌اند. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که نوآوری فناورانه، به‌ویژه در حوزه‌های مدیریت منابع و انرژی، می‌تواند نقش تعدیل‌گر حمایت دولت را تقویت کرده و مشارکت مردمی را در فرآیندهای زیست‌محیطی افزایش دهد.

همچنین، مقاله‌ای از شاه‌حسینی، زمانی و موسوی صمیمی (۲۰۲۴) با عنوان مروری بر مطالعات علوم زیستی و تبیین رابطه آن‌ها با پایداری محیطی، به نقش علوم زیستی و فناوری‌های الهام‌گرفته از طبیعت در ارتقاء پایداری پرداخته است. این مقاله نشان می‌دهد که فناوری‌های زیستی و دیجیتال می‌توانند به عنوان ابزارهایی برای حل مسائل محیطی و تسهیل مشارکت اجتماعی عمل کنند.

روزشچینسکا-کورشینسکا و وروبوسکا (۲۰۲۳) در مقاله‌ای با عنوان نوآوری‌های فناورانه برای مشارکت زیست‌محیطی شهروندان به بررسی موردی کشور لهستان پرداخته‌اند. آن‌ها نشان دادند که استفاده از اپلیکیشن‌های گزارش‌دهی آلودگی و سامانه‌های پایش کیفیت هوا، موجب افزایش تعامل شهروندان با نهادهای محیط‌زیستی و تقویت اعتماد عمومی شده است.

انفینسون (۲۰۲۲) در مقاله‌ای با عنوان تصاحب یا توانمندسازی: حکمرانی شهروندان و محیط زیست در گذار انرژی تجدیدپذیر اروپا که در نشریه بررسی علوم سیاسی آمریکا منتشر شده، با بهره‌گیری از تحلیل فوکویی، نشان داده است که فناوری‌های انرژی پاک می‌توانند زمینه‌ساز مشارکت شهروندان باشند، اما ساختارهای اقتصادی و سیاسی گاه مانع از تحقق کامل توانمندسازی می‌شوند.

دوشکووا و ایولیوا (۲۰۲۴) در مقاله‌ای با عنوان توانمندسازی جوامع برای اقدام در جهت تغییر که در مجله پایداری منتشر شده، به بررسی برنامه‌های توانمندسازی اجتماعی در اروپا پرداخته‌اند. آن‌ها نتیجه گرفته‌اند که ترکیب فناوری‌های دیجیتال با آموزش‌های محلی، موجب افزایش تاب‌آوری اجتماعی و مشارکت مؤثر در پروژه‌های محیط‌زیستی شده است.

مواد و روش‌ها

۲-۱ نوع و روش

این پژوهش از نوع کیفی و کاربردی است با رویکرد توصیفی-تحلیلی می باشد.

۲-۲ جامعه آماری

افرادی که به تکنولوژی دسترسی دارند و می توانند از آن استفاده کنند.

۲-۳ ابزار گردآوری داده ها

اطلاعات از طریق مصاحبه های ساده میدانی و مطالعات کتابخانه ای جمع آوری می شود.

۲-۴ روش تحلیل داده ها

داده ها به صورت کیفی و موضوع محور تحلیل می شوند.

۲-۵ یافته های پژوهش

یافته های این پژوهش بر اساس نظر افرادی است که به فناوری لازم دسترسی داشته اند. تحلیل مضمون داده ها منجر به شناسایی چهار مضمون اصلی شد که در ادامه به تفصیل بیان می شوند:

۱. دسترسی فناورانه به اطلاعات محیط زیستی

اکثر مشارکت کنندگان اشاره کردند که فناوری های دیجیتال مانند اپلیکیشن های گزارش دهی آلودگی، سامانه های پایش آنلاین و شبکه های اجتماعی نقش مهمی در افزایش آگاهی زیست محیطی آنها داشته اند. این ابزارها موجب شده اند تا شهروندان بتوانند به صورت روزانه وضعیت محیطی منطقه خود را رصد کرده و در صورت مشاهده مشکل، آن را گزارش دهند.

«من از طریق اپلیکیشن محلی متوجه شدم که سطح آلودگی هوا در منطقه مون بالا رفته، و تونستم گزارش بدم.» (مصاحبه شونده شماره ۷)

۲. تقویت حس مسئولیت پذیری و مشارکت

فناوری نه تنها ابزار اطلاع رسانی، بلکه بستری برای اقدام جمعی بوده است. بسیاری از مشارکت کنندگان بیان کردند که از طریق پلتفرم های دیجیتال در کمپین های محیط زیستی شرکت کرده اند، در جلسات آنلاین با مدیران شهری حضور یافته اند، و حتی در طراحی راه حل های محلی مشارکت داشته اند.

«وقتی دیدم بقیه هم توی گروه آنلاین درباره خشک شدن تالاب حرف می زنن، حس کردم باید کاری کنم.» (مصاحبه شونده شماره ۳)

۳. موانع فناورانه و شکاف دیجیتال

با وجود ظرفیت‌های بالا، برخی مشارکت‌کنندگان به موانعی مانند نبود اینترنت پایدار، ضعف سواد دیجیتال، و عدم اعتماد به نهادهای مدیریتی اشاره کردند. این عوامل موجب شده‌اند که برخی گروه‌ها، به‌ویژه در مناطق روستایی، نتوانند از فناوری برای مشارکت زیست‌محیطی بهره‌مند شوند.

«ما توی روستا اینترنت نداریم، نمی‌تونیم از این اپ‌ها استفاده کنیم. فقط از طریق دهیاری خبر می‌گیریم.» (مصاحبه‌شونده شماره ۱۱)

۴. نقش فناوری در تحقق عدالت محیط‌زیستی

برخی مشارکت‌کنندگان تأکید کردند که فناوری‌های دیجیتال می‌توانند صدای گروه‌های کم‌برخوردار را به نهادهای تصمیم‌گیر برسانند. این ابزارها امکان دیده‌شدن مشکلات محلی، مستندسازی آسیب‌ها، و مطالبه‌گری عمومی را فراهم کرده‌اند.

«ما تونستیم با فیلم‌برداری از آلودگی رودخانه و انتشارش، مسئول‌ها رو مجبور کنیم پاسخ بدن.» (مصاحبه‌شونده شماره ۵)

۲-۶ جمع‌بندی یافته‌ها

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهند که فناوری‌های دیجیتال، در صورت طراحی مناسب و دسترسی عادلانه، می‌توانند نقش مؤثری در توانمندسازی مردم برای مشارکت زیست‌محیطی ایفا کنند. با این حال، تحقق کامل این ظرفیت‌ها نیازمند رفع موانع زیرساختی، ارتقاء سواد دیجیتال، و تقویت اعتماد نهادی است.

۲-۷ مقایسه یافته‌ها با مطالعات پیشین

یافته‌های این پژوهش با نتایج مطالعات پیشین در حوزه مشارکت فناورانه و پایداری زیست‌محیطی هم‌راستا هستند. برای مثال:

مطالعه Dushkova و Ivlieva (2024) نشان داد که فناوری‌های دیجیتال می‌توانند ظرفیت‌های کنشگری شهروندان را در مواجهه با بحران‌های محیط‌زیستی ارتقاء دهند، به‌ویژه زمانی که طراحی آن‌ها با نیازهای محلی هم‌خوانی داشته باشد. یافته‌های این پژوهش نیز تأیید می‌کند که ابزارهای فناورانه مانند اپلیکیشن‌های گزارش‌دهی و پلتفرم‌های مشارکتی، نقش مؤثری در افزایش آگاهی و اقدام جمعی دارند.

پژوهش Roszczyńska-Kurasińska و Wróblewska (2023) بر اهمیت عدالت اطلاعاتی و دسترسی برابر به فناوری تأکید داشتند. در این پژوهش نیز، شکاف دیجیتال و ضعف زیرساختی به‌عنوان موانع مشارکت فناورانه شناسایی شدند.

با این حال، برخلاف برخی مطالعات که فناوری را ذاتاً توانمندساز فرض کرده‌اند، یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که اعتماد نهادی، سواد دیجیتال و زمینه‌های فرهنگی نقش میانجی مهمی در اثربخشی فناوری دارند.

نتایج، بحث و نتیجه گیری

علل اصلی مشارکت فناورانه موفق:

دسترسی آسان به اطلاعات محیطی از طریق ابزارهای دیجیتال

احساس تعلق و مسئولیت اجتماعی در بسترهای آنلاین

امکان دیده شدن و شنیده شدن صدای شهروندان در فضای دیجیتال

پیامدهای مثبت:

افزایش آگاهی عمومی نسبت به مسائل محیط زیستی

تقویت مشارکت محلی در تصمیم گیری ها

ارتقاء شفافیت و پاسخ گویی نهادهای مدیریتی

شکل گیری شبکه های کنشگری محیط زیستی در فضای مجازی

پیامدهای منفی یا چالش برانگیز:

حذف یا نادیده گرفتن گروه های فاقد دسترسی به فناوری

وابستگی بیش از حد به ابزارهای دیجیتال بدون تقویت زیرساخت های اجتماعی

بروز بی اعتمادی در صورت عدم پاسخ گویی نهادها به گزارش های مردمی

۱-۳ محدودیت های پژوهش

پژوهش حاضر با محدودیت هایی مواجه بوده است که در تفسیر نتایج باید مدنظر قرار گیرد:

محدودیت جغرافیایی: تمرکز پژوهش بر مناطق شهری و نیمه شهری بوده و نتایج ممکن است در مناطق روستایی یا محروم قابل تعمیم نباشد.

محدودیت در تنوع نمونه ها: به دلیل نمونه گیری هدفمند، برخی گروه های اجتماعی یا فرهنگی ممکن است کمتر نمایندگی شده باشند.

محدودیت در ابزار گردآوری داده‌ها: استفاده از مصاحبه‌های کیفی، اگرچه عمق تحلیل را افزایش داده، اما امکان سنجش کمی و تعمیم آماری را محدود کرده است.

محدودیت زمانی: داده‌ها در بازه زمانی مشخصی گردآوری شده‌اند و ممکن است با تغییرات فناورانه یا سیاستی، شرایط جدیدی ایجاد شود.

۲-۳ نتیجه‌گیری و پیشنهادهای کاربردی

۱. تحلیل موانع ساختاری، فرهنگی و فناورانه در مسیر توانمندسازی مردم

یافته‌های پژوهش نشان دادند که توانمندسازی فناورانه شهروندان برای مشارکت زیست‌محیطی با موانعی چندلایه مواجه است. از منظر ساختاری، نبود زیرساخت‌های ارتباطی پایدار، ضعف در سیاست‌گذاری بین‌بخشی، و تمرکزگرایی مدیریتی از جمله چالش‌های اصلی بودند. در سطح فرهنگی، بی‌اعتمادی به نهادهای رسمی، فقدان فرهنگ مشارکت، و نابرابری در دسترسی به اطلاعات محیطی مانع از مشارکت فراگیر شده‌اند. از نظر فناورانه نیز، شکاف دیجیتال، پیچیدگی ابزارها، و عدم بومی‌سازی فناوری‌ها موجب شده‌اند که برخی گروه‌های اجتماعی از فرآیندهای مشارکتی کنار گذاشته شوند.

۲. ارائه راهکارهایی برای طراحی سیاست‌های فناورانه مشارکت‌محور در حوزه محیط زیست

پژوهش نشان داد که سیاست‌های محیط‌زیستی زمانی اثربخش خواهند بود که فناوری به‌عنوان ابزار مشارکت و نه صرفاً ابزار نظارت تلقی شود. طراحی سیاست‌های فناورانه باید بر اساس اصول دسترسی آزاد به داده‌ها، شفافیت نهادی، و حمایت از کنشگری محلی صورت گیرد. همچنین، مشارکت شهروندان در طراحی و ارزیابی ابزارهای فناورانه می‌تواند به افزایش مشروعیت و اثربخشی این سیاست‌ها کمک کند.

۳. بررسی نقش فناوری در تحقق عدالت محیط‌زیستی و تاب‌آوری اجتماعی

فناوری‌های دیجیتال، در صورت استفاده هوشمندانه، می‌توانند به تحقق عدالت محیط‌زیستی کمک کنند؛ به‌ویژه از طریق مستندسازی آسیب‌ها، تقویت صدای گروه‌های کم‌برخوردار، و تسهیل دسترسی برابر به اطلاعات. همچنین، فناوری می‌تواند تاب‌آوری اجتماعی را در برابر بحران‌های محیطی افزایش دهد؛ زیرا امکان اقدام سریع، هماهنگی جمعی، و یادگیری مشارکتی را فراهم می‌سازد.

۳-۳ پیشنهادهای کاربردی

الف) برای سیاست‌گذاران محیط‌زیستی:

ایجاد زیرساخت‌های ارتباطی پایدار در مناطق محروم

طراحی سیاست‌های فناورانه با مشارکت جوامع محلی

حمایت از پروژه‌های فناوری‌محور با رویکرد عدالت‌محور



کد: ۰۳۲۴۰-۸۷۹۶۹

دومین همایش ملی کارآفرینی و توسعه پایدار با تاکید بر مشارکت مردم

The 2nd National Conference on Entrepreneurship and Sustainable
Development with Emphasis on Public Participation



دانشگاه پیام نور سیستان و بلوچستان

ب) برای توسعه دهندگان فناوری:

بومی سازی ابزارهای دیجیتال با توجه به زبان، فرهنگ و نیازهای محلی

طراحی رابطهای کاربری ساده و قابل فهم برای گروههای مختلف

ایجاد قابلیتهای گزارش دهی، مستندسازی و تعامل مستقیم با نهادهای مدیریتی

ج) برای نهادهای آموزشی و مدنی:

آموزش سواد دیجیتال محیطزیستی در مدارس، دانشگاهها و مراکز محلی

ایجاد شبکههای کنشگری دیجیتال برای ارتقاء تاب آوری اجتماعی

تولید محتوای چندرسانه‌ای درباره حقوق محیطزیستی و ابزارهای فناورانه مشارکتی



منابع:

##جمعه پور، محمود. «عوامل اصلی در فرآیند توسعه پایدار». فصلنامه علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبائی.

##سازمان ملل متحد (2023). «Digital Technology and Environmental Sustainability». (UNDP).

##سوختانلو، هاجر؛ بهبودی، امید؛ غیورباغبانی، سیدمرتضی. سال انتشار ۱۴۰۴. بررسی تأثیر توسعه نوآورانه فناوری بر عملکرد زیست محیطی و اقتصادی. «دانشگاه بیرجند».

##شاه حسینی، حبیب؛ زمانی، هومن؛ موسوی صمیمی، پانید. سال انتشار ۲۰۲۴. مروری بر مطالعات علوم زیستی و تبیین رابطه آنها با پایداری محیطی. «دانشگاه آزاد اسلامی تبریز».

##طلسچی یکتا، جواد. سال انتشار ۱۴۰۴. توانمندسازی بین نسلی و بهزیستن پایدار. «رسانه تاب آوری ایران».

##محمدی ده چشمه، مصطفی. سال انتشار ۲۰۲۳. راهبردهای توانمندسازی زیست محیطی در سکونتگاه‌های انسانی. «دانشگاه شهید چمران اهواز. لینک مقاله»

##محمدی ده چشمه، مصطفی. سال انتشار ۲۰۲۳. راهبردهای توانمندسازی زیست محیطی در سکونتگاه‌های انسانی. «دانشگاه شهید چمران اهواز».

##محمدی، علیرضا. چتری پور، فاطمه. سال انتشار ۱۳۹۳. «توسعه پایدار و مشارکت مردمی در فرآیند حفاظت از محیط زیست».

##مقدسی، محمدرضا. سال انتشار ۱۴۰۳. «تاب آوری و توسعه پایدار با تاکید بر سواد زیست محیطی».

##Anfinson, J. (2022). Capture or Empowerment: Governing Citizens and the Environment in the European Renewable Energy Transition. American Political Science Review .

##Anfinson, J. (2023). Capture or Empowerment: Governing Citizens and the Environment in the European Renewable Energy Transition. American Political Science Review .

##Dushkova, D., & Ivlieva, I. (2024). Empowering Communities to Act for a Change. Sustainability, 16(19), 8700 .

##Dushkova, D., & Ivlieva, I. (2024). Empowering Communities to Act for a Change. Sustainability.

##Roszczyńska-Kurasińska, M., & Wróblewska, A. (2023). Technological Innovations for Citizen Environmental Participation. Sustainability.



دومین همایش ملی کارآفرینی و توسعه پایدار با تاکید بر مشارکت مردم

The 2nd National Conference on Entrepreneurship and Sustainable
Development with Emphasis on Public Participation



دانشگاه پیام نور سیستان و بلوچستان

کد: ۸۷۹۶۹-۰۳۲۴۰

##Roszczyńska-Kurasińska,M.,&Wróblewska,A.(2023).Technological Innovations for Citizen Environmental Participation. Sustainability .

##World Bank. “Empowering Citizens through Technology for Environmental Governance”. (2022).



Abstract

In the era of technological developments and environmental challenges, empowering people through new technologies has been proposed as one of the key solutions for achieving sustainable development. This article examines the role of technology in promoting awareness, participation, and activism of citizens in the field of environmental protection. By analyzing successful examples of the use of digital technologies, the Internet of Things, environmental applications, and participatory platforms, it is shown how technological tools can strengthen people's capacities in managing natural resources, reducing pollutants, and promoting a green lifestyle. It also addresses the challenges and policy requirements for the effective use of technology in the path of sustainability, and offers suggestions for designing collaborative technological ecosystems. The results of this research indicate that synergy between people and technology provides a suitable platform for achieving environmental goals and long-term sustainability.

Keywords: Technological developments, ecosystem, green life

آسیب شناسی عملکرد کارکنان بانک‌های خصوصی شهرستان جهرم

محمد جعفر؛ موغلی گراشی؛ عضو هیات علمی، گروه مدیریت، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

چکیده

این تحقیق با هدف بررسی آسیب شناسی عملکرد کارکنان بانک‌های خصوصی شهرستان جهرم انجام گرفته است. روش ما در این تحقیق توصیفی پیمایشی است جامعه آماری تحقیق ۸۷ نفر از کارکنان بانک‌های خصوصی شهرستان جهرم می باشد که به دلیل تعداد کم، به روش سرشماری تمامی آنها به عنوان نمونه آماری تحقیق انتخاب شدند در این تحقیق که از ابزار پرسشنامه استفاده شده است برای تعیین پایایی از روش آلفای کرونباخ استفاده شده است که برای کل پرسشنامه برابر با ۰/۸۶ می باشد که بیانگر ضرایب پایایی مطلوب پرسشنامه یاد شده می باشد. ضمناً همچنین به منظور بررسی فرضیه‌های پژوهش با استفاده از نرم افزار SPSS، از ضریب همبستگی پیرسون و آزمون t-test استفاده شده است. نتایج حاصل از پژوهش بیانگر آن است که بین اعطای آزادی عمل و افزایش روحیه و انگیزش در بین کارکنان رابطه معنی داری وجود ندارد اما بین دادن پاداشهای مادی و افزایش روحیه و انگیزش کارکنان رابطه‌ی معناداری وجود دارد و نیز بین رابطه‌ی اجتماعی صمیمانه و سالم در محیط کار با روحیه و انگیزش برای کار رابطه‌ی معناداری وجود دارد.

واژگان کلیدی: آسیب شناسی، عملکرد، نیروی انسانی، انگیزش، بانک

۱. مقدمه

عملکرد سازمانی را می توان به عنوان یک ارزیابی بر روی اثربخشی افراد و گروه‌های موجود در سازمان و خود سازمان دانست. در سطح فردی، این ارزیابی مربوط به میزان رضایت شغلی و تحقق اهداف آنها و در سطح گروهی مربوط به اخلاقیات، انسجام، اثربخشی و بهره‌وری میباشد. این ارزیابی در سطح سازمان به تامین منافع، اثربخشی، بهره‌وری، میزان غیبت، میزان ترک خدمت و سازگاری می باشد. عملکرد سازمانی در واقع، تمامی رفتاری را در بر می گیرد که مربوط به اهداف سازمانی است که وابسته به سطح مشارکت افراد در سازمان میباشد. افزایش عملکرد سازمانی هدف هر مدیری در هر کسب و کار و سازمانی است. در سطح فردی، این ارزیابی مربوط به میزان رضایت شغلی و تحقق اهداف آنها و در سطح گروهی مربوط به اخلاقیات، انسجام، اثربخشی و بهره‌وری میباشد. این ارزیابی در سطح سازمان به تامین منافع، اثربخشی، بهره‌وری، میزان غیبت، میزان ترک خدمت و سازگاری می باشد. عملکرد سازمانی در واقع، تمامی رفتاری را در بر می گیرد که مربوط به اهداف سازمانی است که وابسته به سطح مشارکت افراد در سازمان می باشد (اقتداری، ۱۴۰۰). بر اساس دیدگاه ریچارد و همکاران، عملکرد سازمانی عبارت است از نتایج و خروجی‌های واقعی یک سازمان نسبت به نتایج و یا اهداف پیش بینی شده و مورد انتظار. از دید برخی محققان از جمله بانک و همکاران، عملکرد سازمانی یک مفهوم چندوجهی است که معمولاً از طریق مواردی چون اثربخشی، کارآیی، توسعه، رضایت، نوآوری و کیفیت معرفی می شود (دیویس، ۱۳۹۵) بر اساس دیدگاه کیم و همکاران در سال ۲۰۱۳

عملکرد سازمانی در واقع ساختار نهایی حاصل از فعالیت های سازمان است؛ که با استفاده از آیت های متنوع اندازه گیری عملکرد و در ابعاد مختلف مورد اندازه گیری قرار می گیرد. عملکرد سازمانی شامل چندین بعد عملکرد می شود که می توان به عنوان میزان تحقق اهداف سازمانی، سودآوری، نرخ بازگشت سرمایه، رضایت شغلی و بهره وری کارکنان، کیفیت خدمات و محصولات تعریف نمود (مورهد و گریفین، ۱۳۹۷)

همه افراد حق دارند و علاقمند هستند که از نتایج عملکرد روزانه خود آگاه باشند. این مسأله در مورد کارکنان وجه دیگری هم پیدا می کند و آن اینست که کارکنان علاقه دارند از نظرات سازمان در مورد خود مطلع گردند و از سوی دیگر سازمان نیز محق است نظرات خود را در مورد منابع انسانی سازمان که از اصلی ترین سرمایه های سازمان بشمار می روند ابراز داشته و به اطلاع ایشان برساند. از طرف دیگر از کارکنانی که از انتظارات سازمان در مورد خویش بی اطلاع هستند چگونه می توان انتظار داشت که در جهت رفع و جبران کاستی های گذشته اقدام نمایند؟ در همین راستا باید متذکر شد که در اغلب موارد کارکنان، سازمان یا دست کم مدیر مستقیم خود را مسئول و مسبب افت یا ضعف عملکرد خود می دانند. دلایل اصلی نیاز سازمان ها به انجام ارزیابی عملکرد کارکنان عبارتند از: تشویق عملکردهای مطلوب و نهدی از عملکردهای نامطلوب کارکنان، پاسخ به این نیاز کارکنان که حق دارند از نظرات کارفرما در مورد عملکرد خود مطلع باشند، شناسایی افرادی که قابلیت ارتقاء دارند و یا مستحق افزایش دستمزد و مزایای جانبی هستند، نیاز سنجی آموزشی کارکنانی که جهت ارتقاء یا جبران کاستی ها نیاز به آموزش دارند و امکان بازنگری مشاغل و پست های سازمانی (Yang, 2014).

۱-۱. بیان مساله

عملکرد سازمانی، در واقع نشان دهنده حدی از اهداف از پیش تعریف شده است که تاکنون توسط سازمان محقق شده است؛ همچنین می توان عملکرد سازمانی را به عنوان یک ارزیابی بر روی اثربخشی افراد و گروه های موجود در سازمان و خود سازمان دانست. برای موفقیت در افزایش عملکرد سازمانی، راه های بسیاری وجود دارد؛ یکی از این راه ها، مبحثی بحرانی و جنجال برانگیز می باشد که عبارت است از ایجاد و تعیین یک ابزار اندازه گیری جامع که برای مدیران و کارکنان شرایطی را ایجاد نماید تا با دستور العمل ها و مجموعه ای از اهداف که به روشنی تبیین شده اند، به سوی هدف حرکت نمایند. منابع انسانی یا به عبارت بهتر سرمایه های انسانی از مهم ترین عوامل تولید در یک سازمان به شمار می رود. نظرسنجی از مدیران ارشد شرکت های بزرگ و موفق که مجله معروف فورچون آنها را فهرست می کند، نشان می دهد که بزرگ ترین دلیل شکست یا ناکامی مدیران از دیدگاه این مقامات، نداشتن مهارت های لازم در زمینه روابط انسانی است. تحقیقاتی نیز از نوع پیمایشی انجام شده است که نتایج آن نشان می دهد مهارت یا مساله روابط انسانی بالاترین اهمیت را در سازمان ها دارد. مدیران با بهره گیری از این مهارت و با استفاده از دانش و سایر منابع سازمانی قادر به انگیزش کارکنان در جهت نیل به اهداف سازمانی خواهند بود؛ بنابراین پرسش مطرح شده آن است که عوامل موثر بر عملکرد کارکنان بانک های خصوصی شهرستان جهرم کدام است؟

۱-۲. مبانی نظری

تحویل اندیشه مدیریت در زمینه انگیزش کارکنان، سه مرحله نسبتاً متمایز را پشت سر گذاشته است. در نخستین نظرات انگیزش به ارایه الگوی منحصر به فردی از انگیزش پرداخته شده که آنرا درباره هر کارگر و کارمند و در هر موقعیتی قابل صدق می دانند. این دیدگاه ها عبارتند از مدل سنتی، مدل روابط انسانی و مدل منابع انسانی.

۱- مدل سنتی

مدل سنتی انگیزش با نام فردریک تیلور و مکتب مدیریت علمی همراه است. تیلور هنر مدیریت را به عنوان ابزار شکل دهنده رابطه مدیران و کارگران مورد ملاحظه قرار داد و عامل انگیزش را صرفاً براساس مهارت بیشتر و تولید کارایی بیشتر دانسته و تشویق و تنبیه را مورد تاکید قرار می دهد. تیلور پاداش مادی تنها محرک برای تولید کارایی می دانست. این مکتب معتقد بود یکی از جنبه های مهم کار مدیر این است که اطمینان حاصل کند انجام وظایف تکراری و ملال آور با بیشترین بازدهی همراه است. مدیران تعیین می کردند که چگونه باید کار انجام شود و سیستم دستمزد تشویقی را به کار می بردند تا کارکنان برانگیخته شوند (استادزاده، ۱۳۸۷). این مدل مبتنی بر انگیزش مادی بوده و در آن پرداخت حقوق و دستمزد به ازای تولید بیشتر افزایش می یافت. طبق این نظریه مدیران معتقد بودند کارگران دارای سستی و تنبلی ذاتی بوده و تنها به وسیله عوامل اقتصادی می توان آنها را به تولید بیشتر تحریک کرد. از این رو مدل انسانی اقتصادی از این نظریه حاصل می شود. (Richadson, 2019)

۲- مدل روابط انسانی

روابط انسانی حاصل مطالعات هاثورن بود. طبق این نظریه انسانها بجز پول با عوامل دیگری نیز برانگیخته می شوند. کارهای تکراری و کسالت آور موجب کاهش انگیزه کارکنان می شود اما رفتار اجتماعی موجب افزایش انگیزه و کارایی کارکنان می شود. افراد به عنوان موجودات اجتماعی در پاسخ به محیط کار برانگیخته می شوند. طبق این نظریه وجود انگیزه لازم مانند رضایت شغلی، موجب بالا رفتن عملکرد کارکنان می شود. مدل انسان اجتماعی از این نظریه حاصل می شود (Terry, 2013).

۳- مدل منابع انسانی

از دهه ۱۹۶۰ به بعد مسلم شد که نظریه های کلاسیک و روابط انسانی، تاثیر روابط اجتماعی و ساختار رسمی را نادیده گرفته و مفروضات مدل روابط انسانی تصویر ناقصی از رفتار انسانی را در محل کار ارایه می داد. مدل های معاصر انگیزشی بر این فرض هستند که عوامل زیادی قادر به تاثیر گذاری در رفتار انسان می باشد. این عوامل شامل اهمیت نظام پاداش، تاثیرات اجتماعی، ماهیت شغل، الگوی رهبری، نیاز و ارزشهای کارکنان و ادراک خود از محیط کار است (اقتداری، ۱۴۰۰). پژوهشگران این بخش ضمن استفاده از دو مدل قبلی از نظر ساده تلقی کردن مساله انگیزش و نگاه تک بعدی به آن، به دو مجموعه مفروضات بدبینانه و خوش بینانه از انگیزش پرداختند. در نظرات معروف این مدل مفروضات Y و X و دیدگاه مازلو است.

۱-۳. نظریه های معاصر انگیزش

۱-۳-۱ نظریه های محتوایی

نظریه های محتوایی از توصیف «هست» و «نیازها» صحبت می کنند و نظریه پردازان محتوایی درصدد شناخت و مشخص کردن عواملی هستند که موجب انگیزش انسان برای کار می شود؛ به عبارت دیگر تئوریهای محتوایی بیشتر به مسائل درونی انسان و عوامل انگیزش توجه دارند و در جستجوی چیزهایی هستند که رفتار فرد را برای انجام کار فعال می سازد (مورهد و گریفین، ۱۳۹۷).

* نظریه سلسله مراتب نیازها:

ابراهام مازلو مدل خود را درباره انگیزش انسانی، بر مبنای تجربه کلینیکی خود در سال ۱۹۴۳ ارائه داد. وی احتیاجات بشری را به پنج طبقه تقسیم نموده و آن را سلسله مراتب نیازها می نامد که عبارتند از:

۱. نیازهای فیزیولوژیک - ارضای سائقه های تشنگی، گرسنگی و جنسی

۲. نیازهای ایمنی - رهایی از ترس آسیب های برونی، تغییرات شدید برونی

۳. نیازهای مربوط به تعلق - میل به داشتن روابط عاطفی و مراقبتی یعنی دریافت محبت و حمایت شخصی از ناحیه دیگران

۴. نیاز به قدرت و منزلت - احترام و ارج گذاری مثبت از جانب همسالان و وابستگان

۵. خودیابی یا شکوفایی - فرصت برای ارضای توان بنیادین فرد تا حد نزدیک تر شدن به خود طبیعی (اقتداری، ۱۴۰۰).

آنچه باعث انگیزه می شود برآوردن نیازهایی است که در سلسله مراتب نیازها در مرتبه بالاتری قرار دارد یعنی احتیاجاتی از قبیل امنیت، تامین اجتماعی، تعلق، احترام و مانند آن به ندرت کاملاً ارضا می شوند بخصوص برای افرادی که در رده های پایین سازمان قرار دارند و به فوق العاده یا پاداش متکی هستند (دهقانی، ۱۳۹۴).

* نظریه نیازهای بالفعل مورای:

یکی دیگر از ساختارهای جالب نیازها، نظریه نیازهای بالفعل مورای است. مفروضات این نظریه توسط مورای شناسایی شد و اتکینسون عقاید مورای را به شکلی محکم و کاربردی تبدیل کرد. همانند سلسله مراتب نیازهای مازلو، نظریه نیازها بر این فرض استوار است که مردم نیازهایی دارند که رفتار آنها را بر می انگیزاند. مکانیزم هایی که نیازها را فعال می سازند تا حدودی در این مدل پیچیده تر هستند. به عقیده مورای چند طبقه نیاز برای اکثر افراد مهم می باشد و تعدادی از این نیازها ممکن است به درجات مختلف و همزمان فعال باشند؛ به عبارت دیگر نیازهای مضاعف، رفتار همزمان را برانگیخته می سازند و ترتیب از پیش تعیین شده الزامی نیست (رئوفی، ۱۳۹۸).

* نظریه انگیزش و بهداشت روانی:

در نظریه انگیزش و بهداشت روانی، طبیعت انسان از لحاظ کیفیت ارضای نیازهای خود دارای خصوصیتی دوگانه است. یک خصلت آدمی چنان است که در اثر فقدان عوامل و شرایط لازم احساس عدم رضایت می کند و چون شرایط و عوامل فراهم شود، احساس عدم رضایت کاهش یافته به تدریج به بی تفاوتی می انجامد. اکثر عوامل فیزیولوژیک دارای این نوع تاثیر می باشند. خصلت دیگر آدمی وجود نیازهایی که در یک سو برای او رضایت و کامیابی فراهم می آورد و سوی دیگر آن، فقدان رضایت یا بی تفاوتی است. به کمک ارضای این نیازها می توان شاغل را راضی کرد. این نیازها که به وسیله عوامل شغلی و درونی - و نه محیطی - ارضا می شوند عبارتند از کسب موفقیت، تحسین به خاطر انجام کار، مسئولیت بیشتر و رشد در کار (رضایی، ۱۳۹۳).

* نظریه دو ساحتی انسان، نظریه X و Y:

مک گریگور برداشتها، طرز تلقی و نگرش مدیران را در زمینه ماهیت و انگیزش انسانها به دو گروه تقسیم می کند و به منظور آنکه هیچگونه پیشداوری در مورد آنها صورت نگیرد، آنها را حروف X و Y مشخص کرده است و بدین ترتیب مدیران و سبکهای مدیریتی که بر مبنای نظریه دو ساحتی انسان به هدایت افراد سازمان می پردازند اعتقاد به انجام مواردی خاص برای هر یک از مفروضات دارند که در جدول شماره ۱ آمده است.

جدول ۱ پیش فرض مدیران در مورد جنبه های انسانی کار

مفروضات نظریه X	مفروضات نظریه Y
۱- بیشتر آدمها نظم ذاتی تنبل و از کار بیزارند	۱- در شرایط مطلوب کار می تواند مانند بازی طبیعی باشد
۲- اکثر آدمها از قبول مسئولیت فراری هستند	۲- در شرایط خاص آدمی نه تنها مسئولیت را می آموزد، بلکه آن را با اشتیاق جستجو می کند
۳- آدمها باید از طریق مشوقهای مادی و یا محرومیتهای اقتصادی و فیزیکی به فعالیت وادار شوند	۳- اگر آدمی به هدف فعالیت خود مومن و معتقد باشد، می تواند خودش را بهتر از دیگران کنترل نماید و احساس درونی بهترین پاداش و رضایت است
۴- علاقه، موهبتی کمیاب است که فقط مدیران و رهبران از آن برخوردارند	۴- نارسایی و شکست تلاشهای سازمانی معلول سهل انگاری برای از بین بردن جهل و پرورش استعدادهای نهفته است

۵- شکست سازمانی، ناشی از تنبلی و محدودیت های افراد است. ۵- ظرفیت خلاقیت عمومی در حل مسائل سازمانی تابع قانون توزیع نرمال است.

* نظریه نیازهای سه گانه ملک کلند:

دیوید ملک کلند در سالهای اولیه دهه ۱۹۵۰ تحقیقاتی پیرامون انگیزه آغاز نمود. وی سه عامل انگیزش را در مورد نیازها پیشنهاد نمود که عبارتند از:

۱. نیاز به کسب موفقیت: یعنی تلاش برای کسب هدف با توجه به برنامه ها و استانداردهایی که موفقیت را تضمین می نماید.

۲. نیاز به کسب قدرت: یعنی کسب توانایی برای اعمال نفوذ بر دیگران و کنترل آنها.

۳. نیاز به کسب دولتی و روابط: یعنی تمایل به کسب دوستی، حمایت دیگران و ایجاد روابط صمیمی با آنها.

* نظریه نیازهای زیستی، تعلق و رشد:

در پاسخ به انتقادات وارده به نظریه مازلو، شخصی بنام کلایتون آلدرفر نظریه ای را معرفی کرد که شباهت زیادی با نظریه سلسله مراتب نیازها دارد، با این تفاوت که برای بروز نیازها به سلسله مراتب قائل نبوده و آنها را در یک پیوستار مورد بررسی و کار قرار می دهد. در این نظریه نیازهای زیستی همان نیازهای جسمانی و ایمنی در نظریه سلسله مراتب نیازهاست، نیاز تعلق به نیازهایی مانند محبت، کرامت و احترام توجه دارد و نیاز به رشد در واقع به همان نیاز به کمال و تعالی در آدمی اشاره دارد (سیف، ۱۴۰۱).

۱-۳-۲. نظریه های فرایندی

این نظریه ها بیشتر شناختی هستند و به چرایی ها پاسخ می دهند. عوامل موثر در انگیزش چندان مورد توجه نظریه های فرایندی قرار نمی گیرد. این نظریه ها، فرایندهای رفتاری موجود زنده را مورد نظر قرار می دهند؛ به عبارت دیگر چگونگی آغاز و تداوم رفتار بررسی شده و دلیل توقف آن تبیین می شود. همه الگوهای فرایندی سعی دارند متغیرهای عمده ای را که در انتخاب سطح فعالیت برای انجام کار موثر هستند، مشخص نمایند. معمولاً متغیرهایی مانند نیازها، انتظارات، پاداشها و تقویت کننده ها مورد توجه قرار می گیرند. علاوه بر این، الگوهای فرایندی درصد یافتن کنش متقابل این متغیرها با متغیرهای وابسته ای چون خشنودی شغلی کارکنان می باشند (ساعتچی، ۱۴۰۰).

* نظریه انتظار:

نظریه انتظار یک مدل انگیزش پیچیده است و به تشخیص چگونگی انتخاب راه انجام کار بوسیله افراد مربوط می شود. این نظریه علت این که چرا مردم یک رفتار را بر رفتار دیگری ترجیح می دهند و انتخاب می کنند، شرح می دهد و انگیزه رفتار را با موارد زیر معین می کند:

۱. ادراک فرد یا انتظار وی از نتایج یا پاداشهایی که احتمالاً از یک رفتار معین حاصل می شود.

۲. جذابیت آن پاداش در ارضای نیازهای او.

و به این ترتیب انگیزش تحت تاثیر دو عامل است: نتایج مورد انتظار \times جذابیت نتایج = انگیزش؛ بنابراین انگیزه انجام کار هم به نتایج مورد انتظار و هم به جذابیت آن وابسته است. (علوی، ۱۳۹۹).

* نظریه برابری:

نظریه برابری یکی از نظریات شناختی است که رفتار را در سازمانهای کاری توضیح می دهد. این نظریه اولین بار توسط آدامز و وایک مطرح شد و مبتنی بر این پیش فرض ساده است که مردم می خواهند منصفانه با آنها رفتار شود. فرض کلی نظریه این است که فرد ارزش نسبی بین ستاده و داده خود را با ارزش نسبی بین ستاده و داده شخص یا اشخاصی که از نقطه نظر وی قابل مقایسه هستند محاسبه کرده و این نسبت ها را با هم مقایسه می کند. برابری در صورتی وجود خواهد داشت که نسبت ستاده به داده شخص با نسبت ستاره به داده شخص یا اشخاص دیگر برابر باشد (مارشال ریو، ۱۳۹۷).

* نظریه اسناد:

طبق این نظریه رفتار انسانها یا برخاسته از ویژگیهای شخصیتی افراد است یا به وضعیتی که در آن قرار داشته اند مربوط می شود؛ بنابراین، نظریه اسناد مسئولیت و فرایندهای شناختی که انسانها بر مبنای آن دلایل رفتار خود و دیگران را تعبیر و تفسیر می کنند، مورد تحلیل قرار می دهد. نظریه اسناد در صدد تبیین این نکته است که چگونه آدمی تلاش می ورزد تا بروز رفتارهای مشهود فردی را براساس عوامل درونی یا بیرونی برای خود و دیگران بازشناساند (Tseng, 2014).

* تقویت مثبت:

پاداشی است که در رابطه با رفتار مطلوب داده می شود. هدف از این روش تایید رفتار مطلوب فرد و افزایش امتیازها برای تکرار آن نوع رفتار می باشد.

* تقویت منفی یا پرهیز:

تلاش فرد برای کسب نتایج مطلوب با حذف رفتارهای نامطلوب از نظر دیگران است؛ یعنی برای اینکه فرد از ابتلا به نتیجه نامطلوب پرهیز کند، رفتار مورد نظر دیگران را انجام می دهد، مثل فردی که برای جلوگیری از انتقاد مافوق رفتار مطلوب نظر وی را انجام می دهد، از انتقاد او در امان باشد.

* تنبیه:

نتایج ناخوشایند برای رفتارهای نامطلوب و غیر دلخواه است، مانند تاخیر کاری که با نتیجه توییح، تعلیق و غیره است. در این روش متاسفانه رفتار صحیح به فرد آموزش داده نمی شود.

* خاموش سازی یا چشم پوشی:

خاموش سازی و چشم پوشی به منظور از بین بردن تمامی تقویتها متعاقب یک رفتار غیر مطلوب و نامناسب می باشد، همانند روش تنبیه. منظور از این روش جلوگیری از تکرار و تقلیل رفتار نامطلوب است. نادیده گرفتن افراد ضعیف، این مفهوم را به فرد منتقل می کند که باید در اصلاح و تقویت رفتار تلاش کند.

۲. مواد و روشها

۲-۱. فرضیه های تحقیق

فرضیه اول: به نظر می رسد بین رابطه اجتماعی صمیمانه و سالم در محیط کار و افزایش روحیه، بالا رفتن بهره وری در کارکنان رابطه وجود دارد.

فرضیه دوم: به نظر می رسد بین اعطای آزادی عمل، استقلال کافی و ایجاد انگیزش در کارکنان رابطه وجود دارد.

فرضیه سوم: به نظر می رسد بین پاداشهای مادی، پول و ایجاد انگیزش در کارکنان رابطه وجود دارد.

۲-۲. روش تحقیق

روش تحقیق، چارچوب عملیات یا اقدامات جستجوگرایانه برای تحقیق هدف پژوهش جهت آزمودن فرضیه یا پاسخ دادن به سوال های تحقیق را فراهم می آورد (دلور، ۱۳۹۵). روش ما در این تحقیق توصیفی پیمایشی است که شامل مجموعه روش هایی است که هدف آن ها توصیف کردن شرایط یا پدیده های مورد بررسی است. اجرای تحقیق توصیفی می تواند صرفاً برای شناخت بیشتر شرایط موجود یا یاری دادن به فرآیند تصمیم گیری باشد و برای بررسی ویژگی های یک جامعه آماری به کار می رود (سرمد و بازرگان، ۱۴۰۰). در این تحقیق از ابزار پرسشنامه استاندارد استفاده شده که بین کارکنان بانک های خصوصی توزیع شده است. سوال های پرسشنامه بر اساس طیف پنج درجه ای لیکرت تهیه شده اند. ضمناً در تحقیق حاضر برای تعیین پایایی پرسشنامه از روش آلفای کرونباخ استفاده شده است که برای کل پرسشنامه برابر با ۰/۸۳ می باشد که بیانگر ضرایب پایایی مطلوب پرسشنامه یاد شده می باشد همچنین به منظور تجزیه و تحلیل داده ها به کمک نرم افزار SPSS، از روش های آمار توصیفی و به منظور بررسی فرضیه های پژوهش از آزمون ضریب همبستگی پیرسون و آزمون T-Test استفاده شده است.

۲-۳. جامعه آماری، نمونه آماری و روش نمونه گیری

جامعه آماری تحقیق ۸۷ نفر می باشد که به دلیل تعداد کم، به روش سرشماری تمامی آنها به عنوان نمونه آماری تحقیق انتخاب شدند.

۳. نتایج

۳-۱. یافته های تحقیق

۳-۱-۱. یافته های توصیفی مربوط به متغیرهای پژوهش

جدول ۲ توزیع و درصد فراوانی بر اساس سن

متغیر	فراوانی	درصد
۲۳-۳۳	۲۳	۲۶/۳
۳۴-۴۴	۴۵	۵۱/۷
۴۵-۵۵	۱۹	۲۲
کل	۸۷	۱۰۰

جدول شماره ۲ به توزیع فراوانی و درصد فراوانی در آزمودنی های مورد بررسی بر اساس سن پرداخته است. که ۲۶/۳ درصد در محدوده

سنی ۲۳-۳۳، ۵۱/۷ درصد در محدوده سنی ۳۴-۴۴ و ۲۲ درصد در محدوده سنی ۴۵-۵۵ می باشند.

جدول ۳ توزیع و درصد فراوانی بر اساس تحصیلات

تحصیلات	فراوانی	درصد
فوق دیپلم	۳	۰/۰۴

لیسانس	۵۵	۵۳
فوق لیسانس و بالاتر	۴۲	۴۶
کل	۸۷	۱۰۰

در جدول شماره ۳ توزیع فراوانی و درصد فراوانی آزمودنی های مورد بررسی بر اساس تحصیلات نشان می دهد که حدود ۰۴ درصد فوق دیپلم، ۵۳ درصد لیسانس و ۴۶ درصد فوق لیسانس و بالاتر هستند.

جدول ۴ توزیع بر حسب سابقه خدمت (سال)

سابقه خدمت (سال)	فراوانی	درصد
۱ - ۱۰	۱۷	۲۰
۱۱ - ۲۰	۴۵	۵۳
۲۱ سال به بالا	۲۵	۲۷
کل	۸۷	۱۰۰/۰

همان طوری که در جدول شماره ۴ نشان داده شده است، آزمودنی های با سابقه خدمت ۱۱ تا ۲۰ سال بیشترین فراوانی را با حدود ۵۳ درصد و آزمودنی های با سابقه خدمت کمتر از ۱۰ سال، کمترین فراوانی را با حدود ۲۰ درصد نمونه به خود اختصاص داده اند.

۳-۱-۲- یافته های استنباطی

فرضیه اول: به نظر می رسد بین رابطه اجتماعی صمیمانه و سالم در محیط کار و افزایش روحیه، بالا رفتن بهره وری در کارکنان رابطه وجود دارد.

جدول ۵ بررسی رابطه اجتماعی صمیمانه و سالم در محیط کار و افزایش انگیزش

سطح معنی داری	مقدار F	انحراف استاندارد	میانگین	فراوانی	انگیزش
۰/۵۸۰	۰/۴۵۶	۰/۴۳۷۴۰	۱/۷۲۰	۲۴	در سطح بالا

		۰/۴۲۹۱	۱/۷۲۰	۳۱	در سطح متوسط	رابطه اجتماعی صمیمانه و سالم
		۰/۴۱۲۲۱	۱/۸۱۰	۲۴	در سطح پایین	
		۰/۴۴۳۰۵	۱/۷۹۰	۸۷	جمع	

برای بررسی رابطه اجتماعی صمیمانه و سالم در محیط کار و افزایش روحیه، بالا رفتن بهره وری در کارکنان از تحلیل واریانس یک طرفه استفاده می کنیم. و با محاسبات انجام شده مقدار $F = ۰.۴۵۶$ با درجه آزادی ۲ می باشد و با توجه به مقدار سطح معنی داری که برابر ۰.۵۸۰ می باشد فرض صفر اثبات می شود. بنابراین رابطه اجتماعی صمیمانه و سالم در محیط کار و افزایش انگیزش و روحیه کارکنان رابطه معنی داری وجود ندارد.

فرضیه دوم: به نظر می رسد بین اعطای آزادی عمل، استقلال کافی و ایجاد انگیزش در کارکنان رابطه وجود دارد.

برای بررسی وجود رابطه بین اعطای آزادی عمل، استقلال کافی و ایجاد انگیزش در بین کارکنان از آزمون t -test استفاده کرده و نتایج زیر را بدست آورده ایم.

جدول ۶ رابطه بین اعطای آزادی عمل، استقلال کافی و ایجاد انگیزش در بین کارکنان

مقدار p	مقدار t	انحراف استاندارد	میانگین	فراوانی	ایجاد انگیزش
					آزادی عمل، استقلال کافی
۰/۰۶	- ۱/۹۵	۰/۴۲۰	۱/۸۲۰	۳۷	اعطا نمیکند
		۰/۳۵۹	۱/۹۵۶	۵۰	اعطا میکند

با محاسبات صورت گرفته مقدار $t = -۱.۹۵$ با درجه آزادی ۸۶ می باشد و با توجه به سطح معنی داری $p = ۰/۰۶$ که بزرگتر از ۰.۰۵ می باشد بنابراین بین اعطای آزادی عمل، استقلال کافی و ایجاد انگیزش در بین کارکنان رابطه معنی داری وجود ندارد.

فرضیه سوم: به نظر می رسد بین پاداشهای مادی، پول و ایجاد انگیزش در کارکنان رابطه وجود دارد.

جدول ۷ آزمون کای اسکور برای رابطه بین پاداشهای مادی و پول و ایجاد انگیزش در واحد های نمونه

مقدار آماره آزمون	درجه آزادی	سطح معنی داری
-------------------	------------	---------------

۰/۰۰۰	۸۶	۳۳/۹۵	آزمون کای اسکور
-------	----	-------	-----------------

برای بررسی وجود رابطه بین پاداشهای مادی، پول و ایجاد انگیزش از آزمون کای اسکور استفاده می کنیم. محاسبات انجام شده نشان میدهد که مقدار آماره آزمون برابر ۳۳/۹۵ با درجه آزادی ۸۶ می باشد که با توجه به مقدار سطح معنی داری که ۰/۰۰۰ می باشد فرض صفر رد می شود ($\alpha = 0/05 < p$ -مقدار). یعنی بین پاداشهای مادی، پول و ایجاد انگیزش رابطه معنی داری وجود دارد.

۴. بحث و نتیجه گیری

با عنایت به اینکه مسئله اصلی این تحقیق بررسی عوامل موثر بر عملکرد کارکنان بانک می باشد، نتایج زیر حاصل این تحقیق است: محاسبات نشان می دهد که کسانی که پاداشهای مادی بیشتری دریافت کرده اند بیشتر از دیگران دارای انگیزش برای انجام کار بوده اند. بین رابطه اجتماعی صمیمانه و سالم در محیط کار و افزایش روحیه، بالا رفتن بهره وری در کارکنان رابطه معنی داری وجود ندارد. بین اعطای آزادی عمل، استقلال کافی و ایجاد انگیزش در بین کارکنان رابطه معنی داری وجود ندارد. لذا شواهدی مبنی بر رد فرضیه های دوم و سوم و قبول فرضیه ی اول می باشد. نکته اساسی این است که فرایند تحقیق هرگز پایان نمی یابد همیشه یافته های هر تحقیق آزمایشی قلمداد می شود و این آگاهی وجود دارد که ممکن است در تحقیقات بیشتر ثابت شود که نتایج غیر صحیح بوده است (ایران نژاد، ص ۲۴، ۱۳۸۲). در پایان با توجه به نتایج تحقیق جهت بهبود عملکرد کارکنان بانک های خصوصی شهرستان لامرد پیشنهادهای زیر مطرح می شود:

۱- سن بالا، سطح درآمد، سطح شغل، تخصص گرایی، سرپرستی، مشارکت در تصمیم گیری، وضوح شغل و نقش، بازخورد، چالش انگیزی شغل و غنی سازی شغل و در بعضی از عوامل با رضایت شغلی ارتباط مستقیم دارند. سطح تحصیلات، اندازه سازمان در رضایت شغلی نقشی معکوس دارند. از مزایای رضایت شغلی کارکنان می توان به افزایش بهره وری و افزایش روحیه و ایجاد علاقه واقعی به شغل و کار و جو مطلوب سازمانی و نگرش مثبت به زندگی نام برد.

۲- در یک بررسی کلی می توان گفت: انگیزه زمانی به وجود می آید که در کارکنان احساس امنیت و ثبات شغلی، مشارکت و نقش موثر در سازمان و همچنین شادابی و نشاط وجود داشته باشد. هر یک از این موارد نیز نتیجه عوامل فرد دیگری است که به آنها اشاره می شود:

۳- در یک سازمان موفق اولین و مهم ترین رکن موفقیت را انتخاب صحیح و به جای کارکنان می دانند. امروزه نیروی کار توقعات بیشتری دارد و برای کار و زندگی مطلوب کاری اهمیت خاصی قایل است. در نتیجه متخصصان امور نیروی انسانی باید مشاغل را طوری طراحی کنند که کار در محیط سازمان برای کارکنان مطلوب و رضایت بخش باشد.

۴- شغل مناسب براساس دانش، مهارت، تجربه، علاقه و خصوصیات و توان فردی در انجام یک وظیفه معین تبیین می گردد و لازم است تفکیک شغلی برپایه توانایی های فردی باشد و تقسیم تخصصی کار صورت گیرد.



دومین همایش ملی کارآفرینی و توسعه پایدار با تاکید بر مشارکت مردم

The 2nd National Conference on Entrepreneurship and Sustainable
Development with Emphasis on Public Participation



دانشگاه پیام نور سیستان و بلوچستان

کد: ۰۳۲۴۰-۸۷۹۶۹

۵-حین به کارگیری مشاغل و مهارت‌های گوناگون نباید از جریان صحیح اطلاعات نیز غافل ماند؛ چرا که به تبادل اطلاعات مفید سازمانی کمک می‌کند. به هنگام سازماندهی مجدد به عنوان حامل انگیزشی مهم در همسو نمودن کارکنان با اهداف کوتاه‌مدت و بلندمدت سازمانی یاری می‌رسانند.

منابع

- ## استاذزاده، مریم. ۱۳۹۷، عوامل مؤثر در افزایش یا کاهش بهره‌وری نیروی انسانی. مجله راهکار مدیریت.
- ## اقتداری، علی محمد، ۱۴۰۰، سیستم و رفتار سازمانی، تهران، مولوی، چاپ بیست و پنجم، زمستان.
- ## دلاور، علی، ۱۳۹۵، روش تحقیق در روان‌شناسی و علوم تربیتی، چاپ نوزدهم، ویرایش، تهران
- ## دهقانی، علی. دقیقی اصلی، علی رضا. پورولی، فاطمه. (۱۳۹۴). بررسی تأثیر آموزش‌های ضمن خدمت بر توانمندی و عملکرد شغلی کارکنان در یک شرکت بیمه ای. فصلنامه علمی پژوهشی پژوهشنامه بیمه. ۳۰ (۲). ص ۳۵.
- ## دیوس، کیت، ۱۳۹۵، رفتار سازمانی در کار، ترجمه محمد علی طوسی، تهران، مرکز آموزش مدیریت.
- ## رئوفی، محمد حسین ۱۳۹۸، تأثیر آموزش ضمن خدمت بر میزان کارایی و بهره‌وری مدیران و کارکنان مدارس، مجله مطالعات تربیتی و روانشناسی دانشگاه فردوسی، ص ۶۷.
- ## رضایی، اکبر. ۱۳۹۳، تأثیر دوره‌های آموزش ضمن خدمت بر عملکرد شغلی شرکت سهامی بیمه ایران- فصلنامه صنعت بیمه. سال نوزدهم. ش ۴. ص ۸۱-۱۰۰.
- ## ساعتچی، محمود. ۱۴۰۰، «روانشناسی در کار، سازمان و مدیریت»، تهران: انتشارات مرکز آموزش مدیریت دولتی چاپ دوم، ص ۲۱۶.
- ## سرمد، زهره، بازرگان، عباس، حجازی، الهه، ۱۴۰۰، روش تحقیق در علوم رفتاری، چاپ پانزدهم، آگه، تهران.
- ## سیف، علی اکبر، ۱۴۰۱، روانشناسی پرورشی، تهران، آگه، چاپ هشتم، تابستان.
- ## علوی، امین‌الله، ۱۳۹۹، روان‌شناسی مدیریت و سازمان، تهران، مرکز آموزش مدیریت دولتی، چاپ دوم.
- ## مارشال ریو، جان. ۱۳۹۷، انگیزش و هیجان. ترجمه یحیی سید محمدی. تهران.
- ## مورهد، گریفین، ۱۳۹۷، رفتار سازمانی، ترجمه الوانی، غلامرضا معمارزاده، تهران، مروارید، چاپ دوم.
- ## Chiou -Hui Chou.(2010). Investigating The Effects of Incorporatin Collaborative Action Research Teacher Training Program.Proced Social and Behavioral. 2 (2010) 2728 - 2734.
- ## Richardson.M.L.(2019).The Effect a School-year-long in-service Leadership Development Grow-your-own Program on New and Veteran Assistant Princirals Perceived Leadership Effectiveness.
- ## Terry Kim, T., Lee, G., Paek, S., & Lee, S. (2013). Social capital, knowledge sharing and organizational performance. International Journal of Contemporary Hospitality Management, 25(5), 683-704. doi:doi:10.1108/IJCHM-Jan-2012 ## Tseng, S.-M., & Lee, P.-S. (2014). The effect of knowledge management



capability and dynamic capability on organizational performance. Journal of Enterprise Information Management, 27(2), 158- 179. doi: 10.1108/jeim-05-2012-0025

Yang, L.-R., Huang, C.-F., & Hsu, T.-J. (2014). Knowledge leadership to improve project and organizational performance. International Journal of Project Management, 32(1), 40-53. doi: 10.1016/j.ijproman.2013.01.011

Pathology of the performance of employees of private banks in Jahrom city

Mohammad Jafar Mooghali Gerashi*

Faculty member of Management Department, Payame Noor University, Tehran, Iran

* mjmogholi@pnu.ac.ir



Abstract

This study was conducted with the aim of investigating the pathology of the performance of employees of private banks in Jahrom city. Our method in this study is a descriptive survey. The statistical population of the study is 87 employees of private banks in Jahrom city. Due to the small number, all of them were selected as the statistical sample of the study by census method. In this study, which used a questionnaire as a tool, Cronbach's alpha method was used to determine the reliability, which is equal to 0.86 for the entire questionnaire, which indicates the desired reliability coefficients of the aforementioned questionnaire. In addition, in order to examine the research hypotheses using SPSS software, Pearson's correlation coefficient and t-test were used. The results of the study indicate that there is no significant relationship between granting freedom of action and increasing morale and motivation among employees, but there is a significant relationship between giving material rewards and increasing morale and motivation of employees, and there is also a significant relationship between sincere and healthy social relationships in the workplace and morale and motivation for work.

Keywords: Pathology, Performance, Human Resources, Motivation, Bank

بررسی تاثیر فعاليت‌های مدیریت منابع انسانی بر تمایل به کارآفرینی با نقش واسطه‌ای تعهد سازمانی

مهناز؛ همتی نوح‌دوست گیلانی، دانشیار گروه مدیریت دولتی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

چکیده

هدف این پژوهش، بررسی تاثیر فعاليت‌های مدیریت منابع انسانی بر کارآفرینی با نقش واسطه‌ای تعهد سازمانی می باشد. روش پژوهش حاضر، از نظر هدف، کاربردی و برحسب روش، تحقیقی توصیفی از نوع همبستگی می باشد که با به کارگیری ابزار پرسشنامه داده های مورد نیاز جمع آوری شده است. برای ارزیابی تمایل به کارآفرینی مدیران تعداد ۲۰۰ پرسشنامه در بین مدیران مدارس به صورت تصادفی پخش گردید و در نهایت ۱۸۰ پرسشنامه جمع آوری گردید. داده های جمع آوری شده از طریق نرم افزار SPSS مورد بررسی قرار گرفت. یافته ها نشان داد فعاليت های منابع انسانی در ابعاد گزینش، بهسازی و جبران خدمات بر تمایل به کارآفرینی مدیران و در ابعاد کارمندیابی، بهسازی و جبران خدمات بر تعهد سازمانی مدیران تاثیر دارند.

واژگان کلیدی: فعاليت‌های مدیریت منابع انسانی، تعهد سازمانی، تمایل به کارآفرینی

۱. مقدمه

کارآفرینی به مثابه یک پدیده‌ی نوظهور اقتصادی، سهم بسزایی در توسعه و تعالی اقتصادی کشورها ایفا می نماید. در شرایط کنونی، با توجه به فضای اقتصاد رقابتی و بازارمحور، کارآفرینی نقشی محوری و استراتژیک یافته است. به عبارت دیگر، در یک اقتصاد پویا و تحول‌گرا، ایده‌ها، محصولات و خدمات به‌طور مستمر در معرض دگرگونی قرار دارند؛ در این بستر، کارآفرین به عنوان عامل اصلی سازگاری و نوآوری، الگویی برای مقابله مؤثر با شرایط جدید و متغیر را ارائه می دهد. بر این اساس، کارآفرینی در یک طیف گسترده و از طریق تعاملات چندوجهی، نقشی تعیین کننده در ساختار زندگی نوین بشری ایفا می کند (Chowdhury, 2025).

کارآفرینی شامل شناخت، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌ها است که منجر به تأسیس کسب و کارهای جدید می شود. علاوه بر این، این فرآیندهای کارآفرینی، که با تمایل به ریسک و تعهد به نوآوری و پیشگامی هدایت می شوند، با مدیریت مؤثر منابع ترکیب می شوند تا مزیت رقابتی را تضمین کنند و رشد کسب و کار را در یک بازار پویا تسهیل کنند. علت اصلی این فرآیند عزم افراد برای مفهوم سازی و پیاده سازی مفاهیم نوآورانه کسب و کار است که امکان ایجاد و توسعه کسب و کارهای جدید را فراهم می کند. با تکیه بر این تفکر کارآفرینی، استارت‌آپ‌ها به عنوان بازیگران کلیدی در ارتقای رشد اقتصادی با عمل به عنوان کاتالیزور ظاهر می شوند و نوآوری و رقابت را به بازار می آورند. آنها ساختارهای سنتی بازار را مختل می کنند و مدیران متصدی را برای نوآوری به چالش می کشند و بهره وری

اقتصادی و استانداردهای فناوری را افزایش می دهند (Bendig et al., 2025). تحقیقات در مورد کارآفرینی بر اساس کار اصلی شومپتر (۱۹۳۴) در مورد تخریب خلاق، کار کرزنر (۱۹۷۳) در مورد شناسایی فرصت ها، و کار نایت (۱۹۲۱) در مورد تمایز بین عدم اطمینان و ریسک است. به جای فرض یک زمینه معین و بررسی اینکه چگونه تفاوت های فردی بر کارآفرینی تأثیر می گذارد، تحقیقات معاصر به سمت رویکردی دقیق تر و حساس تر به زمینه که تأثیرات عوامل نهادی، فضایی، اجتماعی و فرهنگی را بر کارآفرینی بررسی می کند، تغییر یافته است. با این حال، در چیزی که گوموسای به عنوان «فیل در اتاق: غیرممکن است که نادیده گرفته شود، اما تا حد زیادی نادیده گرفته شده» توصیف می کند، یک بعد به طرز شگفت انگیزی توسعه نیافته است (Lehmann & Weiße, 2025). در حقیقت، کارآفرینی آزادی فعالیت، بی تفاوتی مالکیت خصوصی است (Djurayeva, 2025).

اگرچه، در زمینه کارآفرینی، متاورس هم به عنوان یک نوآوری و هم به عنوان یک فرصت تلقی می شود، تحقیقات همچنان محدود است. سیستم های هوش مصنوعی تعبیه شده در متاورس موج جدیدی از کارآفرینی و فرصت ها را ایجاد می کنند، تجزیه و تحلیل های پیش بینی کننده را برای روندهای بازار ارائه می کنند، رویدادهای شبکه مجازی را تسهیل می کنند و امکان ایجاد راه حل های تجاری نوآورانه را در فضاهای دیجیتالی فراگیر فراهم می کنند (Kromidha et al., 2025). در این میان اقدامات مدیریت منابع انسانی نقش به سزایی در کارآفرینی سازمانی دارد (شائمی و همکاران، ۱۳۸۷). در مقابل تئوری های اقتضایی در مدیریت استراتژیک منابع انسانی که بر بهترین هماهنگی میان استراتژی های سازمان و استراتژی منابع انسانی برای دستیابی به عملکرد موفق تر تاکید می کنند، در رویکرد جهان شمول در مدیریت استراتژیک منابع انسانی مطرح می شود که به کارگیری بهترین اقدامات مدیریت منابع انسانی همواره می تواند موفقیت سازمان ها را تضمین کند (سیدجوادین و فراچی، ۱۳۹۱).

مدیریت منابع انسانی یا قابلیت نیروی کار را می توان به عنوان سطح دانش، مهارت ها و توانایی های فرآیندی برای انجام فعالیت های تجاری یک سازمان تعریف کرد (Shahiduzzaman, 2025). در طول ۲۵ سال گذشته، مدیریت منابع انسانی به موضوع مهمی برای محققان تبدیل شده است که از یک رویکرد مدیریت منابع انسانی فردی در سطح خرد به بحثی در مورد چگونگی کمک مدیریت منابع انسانی به عنوان یک رویکرد مدیریتی جامع تر به عملکرد سازمانی در سطح کلان تغییر یافته اند. به طور خاص، حجم فزاینده ای از تحقیقات مدیریت منابع انسانی نشان داده است که شیوه های مدیریت منابع انسانی در سازمان ها قصد دارند مهارت ها و توانایی های کارکنان را افزایش دهند و به طور مثبتی با عملکرد مالی، رضایت کارکنان، رفاه و کاهش جابجایی شغلی مرتبط هستند. شیوه های منابع انسانی شامل تعیین نیازهای منابع انسانی، استخدام، آموزش، مشوق های اقتصادی و اجتماعی و همچنین نگرانی های مربوط به سلامت و ایمنی است. گیلال و همکاران (۲۰۱۹) مشاهده کردند که اجرای مؤثر شیوه های مدیریت منابع انسانی در سازمان ها معمولاً به عنوان یک مؤلفه حیاتی مزیت رقابتی تلقی می شود و نشان داده شده است که رابطه مثبتی با عملکرد فردی و سازمانی دارد. بنابراین، مدیریت منابع انسانی با سیاست هایی که سازمان ها از شیوه ها و چارچوب هایی که برای مدیریت کارکنان وجود دارد، توسعه می دهند، درگیر است و از این رو، ارزش ماندگاری را برای سازمان ها به ارمغان می آورد (Ishaq et al., 2025).

سازمان‌ها شیوه‌های منابع انسانی (شرایط کاری، توسعه حرفه‌ای کارکنان، حقوق کارکنان، رفاه کارکنان و شیوه‌های بهداشت و ایمنی و موارد دیگر) مرتبط با اهداف استراتژیک خود را که هدفشان ارتقای رفتار پایدار سازمان است، اتخاذ کرده‌اند. باکسال و همکاران (۲۰۰۷) مدیریت منابع انسانی را به عنوان اعمال وظایفی برای کارکنان که به سازمان در دستیابی به عملکرد مطلوب کمک می‌کند، توصیف کردند. به طور خاص‌تر، این شامل برنامه‌هایی مربوط به ملاحظات سازمانی، به عنوان مثال، اثربخشی و عملکرد شرکت و جنبه‌های خاص مدیریت افراد، یعنی استخدام، آموزش و توسعه، پاداش و روابط کارکنان است. اینیانگ و همکاران (۲۰۱۱) اظهار داشتند که مدیریت منابع انسانی مجموعه‌ای از «کارکردها یا فعالیت‌های گسترده و مردم‌محور در سطح سازمان است که عمداً برای تأثیرگذاری بر اثربخشی کارکنان طراحی شده‌اند». اخیراً، چندین نویسنده استفاده گسترده از کار تیمی در تصمیم‌گیری را به عنوان یک شیوه مدیریت منابع انسانی شناسایی کرده‌اند که نقش مهمی در تدوین و اجرای استراتژی‌ها در محل کار (مانند ابتکارات مسئولیت اجتماعی شرکتی) دارد (Sánchez-García et al., 2025).

معمولاً چهار هدف را به شرح زیر برای مدیریت منابع انسانی قائل می‌شوند (سیدجوادین و جلیلیان، ۱۳۹۶):

۱. هدف اجتماعی؛ عبارت است از احساس مسئولیت در قبال نیازهای جامعه و ایجاد اعتبار برای سازمان و کارکنان در جامعه؛ ۲. هدف سازمانی؛ عبارت است از احساس مسئولیت در مقابل هدفهای سازمانی و حداکثر استفاده از تخصص و تعهد نیروی انسانی در رسیدن به آن هدفها؛ ۳. هدف وظیفه‌ای؛ عبارت است از احساس مسئولیت در قبال وظایفی که بر عهده واحد امور اداری سازمان گذاشته می‌شود؛ ۴. هدف اختصاصی؛ منظور از آن احساس مسئولیت در قبال هدف‌های شخصی کارکنان شاغل در سازمان است.

یکی دیگر از عوامل تأثیرگذار تعهد سازمانی است. اصطلاح «تعهد سازمانی»، که به عنوان «تعهد حرفه‌ای» نیز شناخته می‌شود، به طور گسترده به عنوان «قدرت نسبی شناسایی و مشارکت یک فرد در یک سازمان خاص» تعریف شده است، از دیدگاه ابراهیم و اقبال (۲۰۱۵)، این مفهوم به شدت دلبستگی و وفاداری کارکنان به سازمان فعلی خود اشاره دارد. همانطور که وانگ و همکاران (۲۰۲۱) اشاره کرده‌اند، تعهد سازمانی یک مفهوم چندوجهی است که از سه بعد به هم پیوسته تشکیل شده است: «تعهد عاطفی»، «تعهد هنجاری» و «تعهد مستمر» (Zhi & Derakhshan, 2025). تعهد سازمانی در چگونگی تمایل کارکنان به ماندن و مدیریت مشارکتی سازمان برای دستیابی به اهداف آن منعکس می‌شود. این تعهد، باور قوی فردی به ارزش‌ها و هنجارهای سازمانی و پذیرش آنها در درازمدت را در بر می‌گیرد و با تجربیات موفقیت شخصی و گروهی همراه است (Riadi et al., 2025).

تعهد سازمانی به توانایی و تمایل کارکنان برای همسو کردن اقدامات خود با اولویت‌ها، الزامات و اهدافشان برای منفعت سازمان اشاره دارد. گیسیون (۲۰۲۲) در مطالعه خود تعریف می‌کند: «تعهد سازمانی شامل سه نگرش است: (۱) شناسایی با اهداف سازمانی، (۲) احساس مشارکت در وظایف سازمانی و (۳) احساس وفاداری به سازمان». تعهد سازمانی، دلبستگی عاطفی کارکنان به تمایل به عضویت دائمی در

16 Ibrahim and Iqbal's

17 Wang et al

سازمان است. علاوه بر این، تعهد سازمانی، تعهد روانی کارکنان به ماندن و شناسایی با یک سازمان است. به گفته دانگ و چو (۲۰۲۲) «تعهد سازمانی یک بعد رفتاری است که می‌تواند تمایل کارکنان به بقا به عنوان اعضای یک سازمان را ارزیابی کند.» (Waseel et al., 2025).

مقوله "کارآفرینی" به عنوان مؤثرترین نیروی بالقوه اقتصادی در تاریخ جهان، به صورت بحث برانگیزی از حدود سه ده گذشته تا کنون ظهور یافته و مطرح شده است. تغییرات در محیط و رقابت فزاینده بین شرکت‌ها، شرکت‌ها را مجبور کرده است که برای موفقیت دائماً نوآور باشند. در این زمینه، شرکت‌ها باید انعطاف‌پذیری خود را بهبود بخشند و با پرورش کارآفرینی از طریق عملیات خود، مزایای رقابتی کسب کنند. کارآفرینی نقش ضروری در بهبود بهره‌وری و ارتقای رشد اقتصادی ایفا می‌کند. تعاریف زیادی برای کارآفرینی در سطح شرکت وجود دارد، اگرچه همه آنها بر اساس مقالات مهم میلر و استیونسون هستند (Obschonka et al., 2025). میلر (۱۹۸۳) اشاره می‌کند که رفتار کارآفرینی شامل نوآوری، پیشگامی و ریسک‌پذیری است. استیونسون دیدگاه منابع و مهارت‌ها را اتخاذ می‌کند و معتقد است که رفتار کارآفرینی مبتنی بر دستیابی و بهره‌برداری از فرصت‌های بازار است. بنابراین، ادبیات این نوع کارآفرینی را به عنوان کارآفرینی شرکتی یا کارآفرینی سازمانی تعریف می‌کند. بنابراین، کارآفرینی سازمانی به ایجاد و توسعه فرهنگ کارآفرینی در کسب‌وکارها به منظور افزایش ظرفیت نوآوری شرکت‌ها اشاره دارد (Kuratko & Covin, 2025). کارآفرینی را می‌توان بر اساس محوریت اجراکننده به دو دسته فردی و سازمانی طبقه‌بندی نمود. کارآفرینی فردی خود به دو زیرشاخه شامل کارآفرینی مستقل ۱۸ و کارآفرینی درون‌سازمانی ۱۹ تقسیم می‌شود. کارآفرینی سازمانی به فرآیندی اطلاق می‌شود که طی آن، یک سازمان ساختارها و فرهنگ لازم را مهیا می‌سازد تا تمامی کارکنان بتوانند در نقش عاملان نوآوری ایفای نقش کنند و کلیه فعالیت‌های نوآورانه (فردی یا گروهی) را با سرعت، سهولت و استمراری مطلوب در چارچوب نهاد مرکزی محقق سازند. در واقع، هنگامی که فعالیت‌های کارآفرینانه توسط فرد یا تیم‌های مشخص در محیط نهادی یک سازمان مستقر صورت پذیرد، اصطلاحاً به آن کارآفرینی سازمانی اطلاق می‌گردد. در این پارادایم، عاملان کارآفرین از ظرفیت‌ها، منابع و امکانات موجود سازمان بهره می‌برند و فعالیت‌های خود را در قالب یک فعالیت وابسته به ساختار سازمانی به پیش می‌برند. خروجی‌های حاصل از این رویکرد، معمولاً شامل تأسیس واحدهای کسب‌وکار جدید ۲۰، طراحی و عرضه محصولات یا خدمات نوظهور، و در نهایت، افزایش ارزش سازمانی است (Nielsen et al., 2025).

پیشینه تحقیق

کیا کجوری و جعفریان (۱۳۹۱) در پژوهشی به بررسی نقش مدیریت منابع انسانی در کارآفرینی سازمانی پرداختند، منابع انسانی مهم‌ترین و حساس‌ترین منبع سازمانی می‌باشند که می‌توانند هم عامل موفقیت سازمان و هم باعث شکست سازمان گردند. مدیران نمی‌توانند انتظار

18 (Freelance/Independent Entrepreneurship

19 Intrapreneurship

20 New Venture Creation

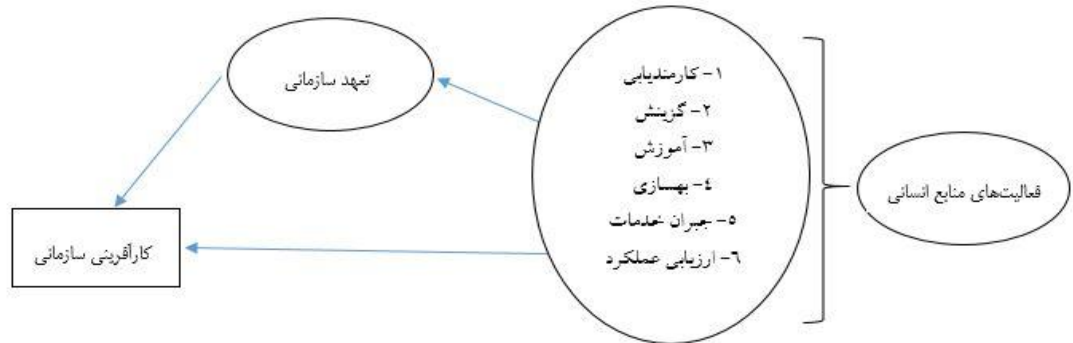
نتایج عالی از کارکنان خود داشته باشند، مگر این که از طریق آموزش مناسب زمینه های ایجاد چنین نتایجی را در کارکنان خود ایجاد نمایند. احمدی (۱۳۹۱) در پژوهشی به بررسی تاثیر اقدامات مختلف مدیریت منابع انسانی بر ارتقاء کارآفرینی در صنعت نفت ایران پرداخت. نتایج تحقیق نشان داد که مولفه های منابع انسانی شامل تامین نیروی انسانی، طراحی شغل، توسعه، روابط کار و جبران خدمات، بر کارآفرینی سازمانی تاثیر دارند و تنها آموزش منابع انسانی بر کارآفرینی موثر نیست. نتایج تحقیقات چندلر و همکاران (۲۰۰۰) نشان داد که مدیریت منابع انسانی می تواند از راه ایجاد محیط حمایتی نوآوری به طور غیر مستقیم بر کارآفرینی سازمانی تاثیر بگذارد. مدیریت منابع انسانی با جذب نیروی انسانی شایسته و ایجاد محیط حمایتی از خلاقیت و نوآوری پشتیبانی می نماید نوگرادی و کوه (۱۹۸۱) در تحقیق خود تحت عنوان ارتباط بین مشارکت در تصمیم گیری و تعهد سازمانی که بین مدیران شهرداری انجام دادند، ۱۳۹ مدیر را با مقیاس مشارکتی در تصمیم گیری مورد سنجش قرار دادند. نتایج نشان داد، گروهی که در تصمیم گیری مشارکت داشته اند به طور معناداری تعهد بالاتری نسبت به مدیرانی که در تصمیم گیریها مشارکت نداشته اند از خود نشان می دهند. در نتایج تحقیقات آنها به نقش مشارکت در تصمیم گیری در جهت بهبود افزایش تعهد سازمانی اشاره و تاکید شده است

در این راستا و بنابر اهمیتی که کارآفرینی سازمانی دارد، پژوهش حاضر به دنبال بررسی برخی از عوامل پیش بین و واسطه ای این متغیر در مدارس غیردولتی استان گیلان می باشد.

فرضیات و مدل مفهومی پژوهش

- ۱- تعهد سازمانی در تأثیرگذاری کارمندیابی ادراک شده بر کارآفرینی سازمانی در مدارس غیردولتی استان گیلان نقش واسطه ای دارد.
- ۲- تعهد سازمانی در تأثیرگذاری گزینش ادراک شده بر کارآفرینی سازمانی در مدارس غیردولتی استان گیلان نقش واسطه ای دارد.
- ۳- تعهد سازمانی در تأثیرگذاری آموزش ادراک شده بر کارآفرینی سازمانی در مدارس غیردولتی استان گیلان نقش واسطه ای دارد.
- ۴- تعهد سازمانی در تأثیرگذاری بهسازی ادراک شده بر کارآفرینی سازمانی در مدارس غیردولتی استان گیلان نقش واسطه ای دارد.
- ۵- تعهد سازمانی در تأثیرگذاری جبران خدمات ادراک شده بر کارآفرینی سازمانی در مدارس غیردولتی استان گیلان نقش واسطه ای دارد.
- ۶- تعهد سازمانی در تأثیرگذاری ارزیابی عملکرد ادراک شده بر کارآفرینی سازمانی در مدارس غیردولتی استان گیلان نقش واسطه ای دارد.

بر اساس فرضیات ارائه شده فوق، مدل مفهومی این پژوهش به صورت زیر ارائه گردید:



شکل ۱: مدل مفهومی بر گرفته از مبانی نظری احمد (۲۰۱۶)

۲. مواد و روشها

به منظور اندازه گیری و سنجش کارآفرینی سازمانی از پرسشنامه رایبیز و کولتر (۱۹۹۸) استفاده شد. این پرسشنامه مشتمل بر ۲۲ ماده می باشد و بر اساس طیف لیکرت ۵ درجه ای (خیلی زیاد=۵ تا خیلی کم=۱) نمره گذاری می شود و تمایل به فعالیت های کارآفرینانه و جدید را می سنجد. جهت سنجش اقدامات منابع انسانی از پرسشنامه امامی فر و خادمی (۱۳۹۱) استفاده شد. این پرسشنامه دارای ۲۱ سوال بوده و هدف آن ارزیابی اقدامات منابع انسانی در سازمان از ابعاد مختلف (کارمندیابی، گزینش، آموزش، بهسازی، جبران خدمات، ارزیابی عملکرد) می باشد. شیوه نمره گذاری این پرسشنامه بر اساس طیف لیکرت ۵ درجه ای (۱=خیلی کم تا ۵=خیلی زیاد) می باشد. جهت سنجش تعهد سازمانی آلن و مایر استفاده شد. این پرسشنامه شامل ۲۴ جمله توصیفی است. شما باید قضاوت کنید که هر جمله با چه فراوانی در مورد شما صدق می کند، بر اساس طیف لیکرت ۷ درجه ای (۱=بسیار مخالفم، ۲=نسبتاً مخالفم، ۳=کمی مخالفم، ۴=متوسط، ۵=کمی موافقم، ۶=نسبتاً موافقم، ۷=بسیار موافقم) نمره گذاری می شود. این پرسشنامه دارای سه زیر مقیاس تعهد عاطفی، مستمر و هنجاری می باشد. برای ارزیابی تمایل به کارآفرینی تعداد ۲۰۰ پرسشنامه در بین مدیران مدارس به صورت تصادفی پخش گردید و در نهایت ۱۸۰ پرسشنامه جمع آوری گردید. ۶۳ نفر مرد و ۱۲۳ نفر از مشارکت کنندگان زن بودند. میانگین سنی مشارکت کنندگان ۴۶/۹۵ با دامنه سنی ۲۳ تا ۷۳ سال بود.

به منظور تحلیل داده ها از نرم افزار SPSS استفاده شد و به منظور سنجش میزان همبستگی بین متغیرهای تحقیق از آزمون همبستگی پیرسون استفاده خواهد شد و جهت پیش بینی سهم متغیرهای پیش بین در پیش بینی واریانس کارآفرینی سازمانی در مدیران از آزمون رگرسیون خطی چند متغیره به روش گام به گام استفاده شده است.

۳. نتایج

نتایج بررسی ارتباط بین کارآفرینی و فعالیت‌های منابع انسانی مدیران مدارس غیردولتی در جدول ۱ نمایان شده است. نتایج نشان داد که بین کارآفرینی و گزینش، بهسازی و جبران خدمات ارتباط معنادار مثبت وجود دارد. به عبارت دیگر فعالیت‌های منابع انسانی در ابعاد گزینش، بهسازی و جبران خدمات بر کارآفرینی سازمانی مدیران تاثیر دارند و در مولفه‌های کارمندیابی، آموزش و ارزیابی عملکرد بر کارآفرینی سازمانی تاثیر ندارند.

جدول ۱. بررسی تاثیر فعالیت‌های منابع انسانی بر کارآفرینی سازمانی

متغیرها	آماره	کارمندیابی	گزینش	آموزش	بهسازی	جبران خدمات	ارزیابی عملکرد
کارآفرینی سازمانی ضریب همبستگی	۰/۱۳۶	۰/۲۰۸**	۰/۱۲۰*	۰/۳۵۷**	۰/۲۲۴**	۰/۰۰	
سطح معناداری	۰/۰۶۵	۰/۰۰۴	۰/۰۱۳	۰/۰۰۰	۰/۰۰۲	۰/۹۲۰	
نتیجه فرضیه	رد	تایید	رد	تایید	تایید	رد	

نتایج بررسی ارتباط بین تعهد سازمانی و فعالیت‌های منابع انسانی مدیران مدارس غیردولتی در جدول ۲ نمایان شده است. نتایج نشان داد فعالیت‌های منابع انسانی در ابعاد کارمندیابی، بهسازی و جبران خدمات بر تعهد سازمانی مدیران تاثیر دارند و در مولفه‌های گزینش، آموزش و ارزیابی عملکرد بر تعهد سازمانی تاثیر ندارند.

جدول ۲: همبستگی پیرسون بین فعالیت‌های منابع انسانی و تعهد سازمانی مدیران مدارس غیردولتی

متغیرها	آماره	کارمندیابی	گزینش	آموزش	بهسازی	جبران خدمات	ارزیابی عملکرد
تعهد سازمانی ضریب همبستگی	۰/۱۸۳**	۰/۲۰*	۰/۰۴۴	۰/۳۷۵**	۰/۱۵۸*	۰/۱۲۳-	
سطح معناداری	۰/۰۱۲	۰/۰۰۴	۰/۵۴۹	۰/۰۰۰	۰/۰۳۱	۰/۰۹۵	

نتیجه فرضیه تایید رد رد تایید رد تایید رد

بررسی تاثیر فعاليت‌های منابع انسانی و تعهد سازمانی بر کارآفرینی سازمانی

به منظور بررسی تاثیر فعاليت‌های منابع انسانی و تعهد سازمانی بر کارآفرینی سازمانی از آزمون رگرسیون خطی استفاده شد.

همان طور که در جدول ۳ مشاهده می شود، رگرسیون پیش بینی کارآفرینی سازمانی بر اساس متغیرهای فعاليت‌های منابع انسانی و تعهد سازمانی معنادار می باشد ($p < 0/0001$ و $F = 5/75$) و همه متغیرها تا ۱۸٪ بر کارآفرینی سازمانی تاثیر مستقیم دارند. اما با توجه به اینکه نقش پیش بینی کنندگی متغیر بهسازی و تعهد سازمانی در تاثیر بر کارآفرینی سازمانی بیشتر از متغیرهای دیگر می باشد در مدل رگرسیون گام به گام قرار گرفتند و جمعا ۱۴٪ از تغییرات کارآفرینی سازمانی را به خود اختصاص دادند. متغیر بهسازی با ضریب بتای ۰/۳۰۲ و متغیر تعهد سازمانی با ضریب بتای ۰/۱۴۶ به طور مثبت کارآفرینی سازمانی را پیش بینی کنند. اما فقط متغیرهای بهسازی و تعهد سازمانی به طور معنادار قادر به پیش بینی هستند.

جدول ۳: ضرایب همبستگی چند گانه متغیرهای فعاليت‌های منابع انسانی و تعهد سازمانی بر کارآفرینی سازمانی با روش ورود همزمان و مرحله‌ای

روش	متغیرهای پیش بین	R	R2	F	p	t	p
«ورود»	تعهد سازمانی	۰/۴۳۰	۰/۱۸۵	۵/۷۵	۰/۰۰۰	۱/۴۴۷	۰/۱۱۲
	کارمندیابی					۰/۴۴۶	۰/۰۳۶
	گزینش					۲/۳۱۶	۰/۰۲۲
	آموزش					-۲/۰۰۰	۰/۰۴۷
	بهسازی					۳/۳۹۹	۰/۰۰۱
	جبران خدمات					۰/۵۱۶	۰/۶۰۷
	ارزیابی عملکرد					-۱/۱۶۰	۰/۲۴۸

۰/۰۰۰	۴/۰۹۷	۰/۳۰۲	۰/۰۰۰	۲۶/۸۱	۰/۱۲۷	۰/۳۵۷	۱. بهسازی	«مرحله ای»
۰/۰۵۰	۱/۹۷۷	۰/۱۴۶	۰/۰۰۰	۱۵/۵۷	۰/۱۴۵	۰/۳۸۱	2. تعهد سازمانی	

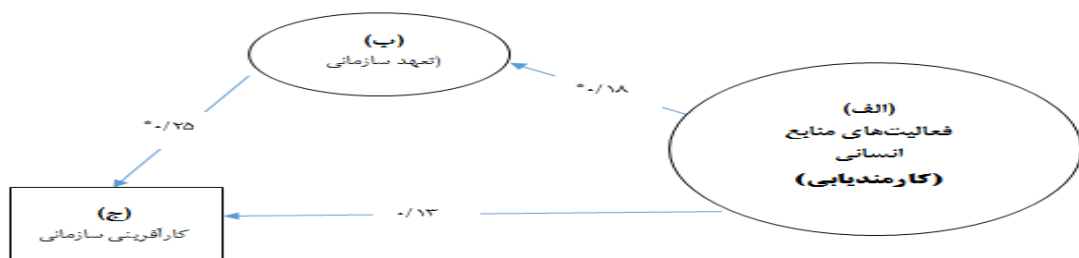
بررسی فرضیه های پژوهش

فعالیت های منابع انسانی با نقش واسطه ای تعهد سازمانی بر کارآفرینی مدیران مدارس غیردولتی تاثیر دارد .

در این مرحله هر شش بعد فعالیت های منابع انسانی به صورت مجزا تاثیر آن ها بر کارآفرینی سازمانی با نقش واسطه ای تعهد سازمانی بررسی می شود .

بررسی تاثیر کارمندیابی ادراک شده بر کارآفرینی سازمانی با نقش واسطه ای تعهد سازمانی

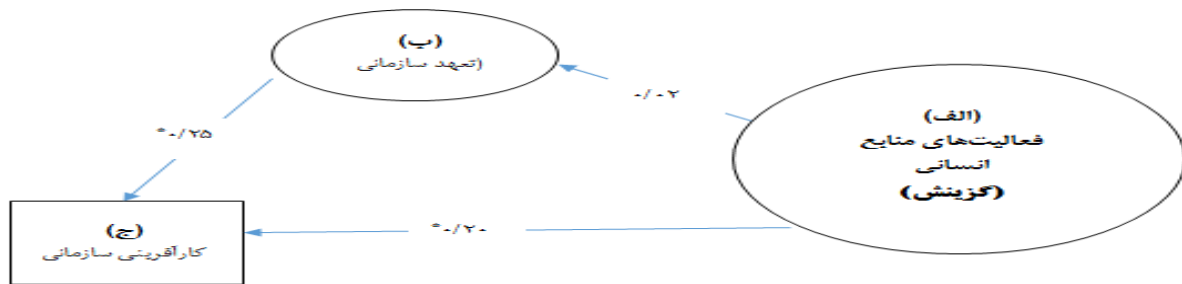
نتایج حاصل از انجام دو مرحله آزمون رگرسیون نشان داد که در مسیر اول ادراک مدیران از فعالیت های منابع انسانی در بعد (کارمندیابی) به طور معنادار با ضریب مسیر استاندارد با میزان بتای $(\beta = 0.18)$ بر تعهد سازمانی تاثیر می گذارد $(t = 2.53, p < 0.01)$ و با ضریب مسیر استاندارد با میزان بتای $(\beta = 0.13)$ بر کارآفرینی سازمانی تاثیر می گذارد $(t = 1.85, 0.065)$ اما میزان این تاثیر معنادار نیست، به عبارت دیگر کارمندیابی مستقیماً بر کارآفرینی تاثیر معناداری ندارد. اما نتایج بررسی تاثیر تعهد سازمانی بر کارآفرینی سازمانی نشان داد که با ضریب مسیر استاندارد با میزان بتای $(\beta = 0.25)$ بر کارآفرینی سازمانی تاثیر می گذارد $(t = 13.23, 0.065)$ بر این اساس می توان نتیجه گرفت که کارمندیابی ادراک شده صرفاً با نقش واسطه ای تعهد سازمانی بر کارآفرینی سازمانی تاثیر می گذارد، اما تاثیر مستقیم و معناداری بین کارمندیابی ادراک شده و کارآفرینی سازمانی مشاهده نشد. بر این اساس تعهد سازمانی نقش میانجی کامل را در این بین ایفا می کند .



شکل ۲: تاثیر کارمندیابی ادراک شده بر کارآفرینی سازمانی با نقش واسطه ای تعهد سازمانی

بررسی تاثیر گزینش ادراک شده بر کارآفرینی سازمانی با نقش واسطه ای تعهد سازمانی

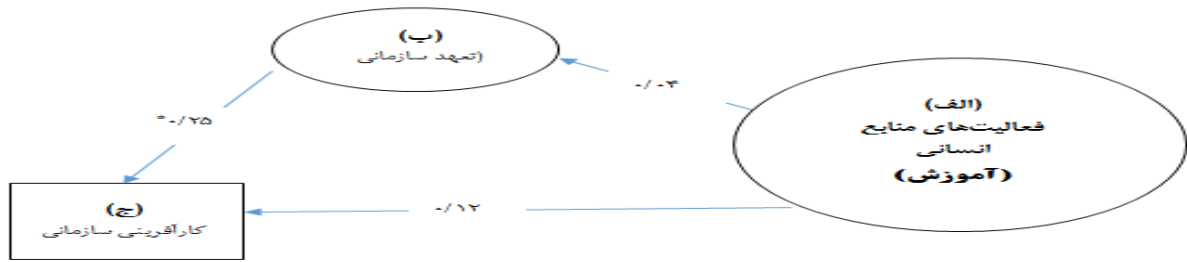
نتایج حاصل از انجام دو مرحله آزمون رگرسیون نشان داد که در مسیر اول ادراک مدیران از فعالیت‌های منابع انسانی در بعد (گزینش) به‌طور معنادار با ضریب مسیر استاندارد با میزان بتای ($\beta = 0.02$) بر تعهد سازمانی تاثیر می‌گذارد ($t = 0.30, 0.763$) اما میزان این تاثیر معنادار نیست، به عبارت دیگر گزینش منابع انسانی مستقیماً بر تعهد سازمانی تاثیر معناداری ندارد. ادراک مدیران از فعالیت‌های منابع انسانی در بعد (گزینش) با ضریب مسیر استاندارد با میزان بتای ($\beta = 0.20$) بر کارآفرینی سازمانی تاثیر می‌گذارد ($t = 2.88, 0.065$) و مستقیماً بر کارآفرینی سازمانی تاثیر دارد. طبق این نتایج نقش میانجی تعهد سازمانی در این رابطه تایید نمی‌شود.



شکل ۳: تاثیر گزینش ادراک شده بر کارآفرینی سازمانی با نقش واسطه‌ای تعهد سازمانی

بررسی تاثیر آموزش ادراک شده بر کارآفرینی سازمانی با نقش واسطه‌ای تعهد سازمانی

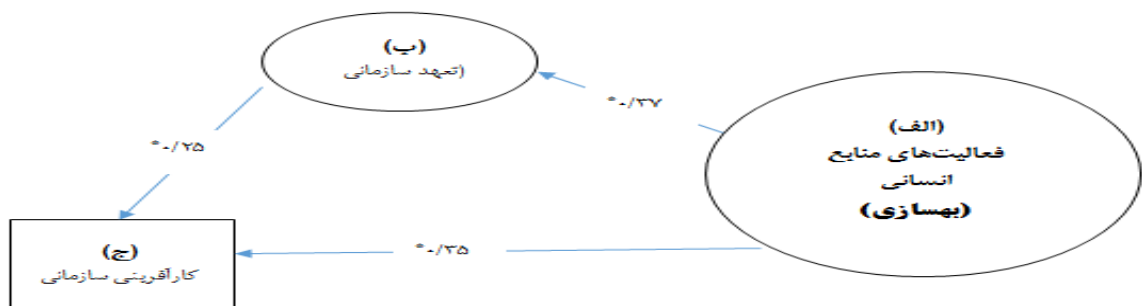
نتایج حاصل از انجام دو مرحله آزمون رگرسیون نشان داد که در مسیر اول ادراک مدیران از فعالیت‌های منابع انسانی در بعد (آموزش) به‌طور معنادار با ضریب مسیر استاندارد با میزان بتای ($\beta = 0.04$) بر تعهد سازمانی تاثیر می‌گذارد ($t = 0.60, 0.549$) اما میزان این تاثیر معنادار نیست، به عبارت دیگر آموزش منابع انسانی مستقیماً بر تعهد سازمانی تاثیر معناداری ندارد. ادراک مدیران از فعالیت‌های منابع انسانی در بعد (آموزش) با ضریب مسیر استاندارد با میزان بتای ($\beta = 0.12$) بر کارآفرینی سازمانی تاثیر می‌گذارد ($t = 2.88, 0.065$) اما میزان این تاثیر معنادار نیست، به عبارت دیگر آموزش منابع انسانی مستقیماً بر کارآفرینی سازمانی تاثیر معناداری ندارد. به عبارت دیگر آموزش منابع انسانی نه به صورت مستقیم و نه با نقش واسطه‌ای تعهد سازمانی تاثیر بر کارآفرینی سازمانی مدیران ندارد.



شکل ۴: تاثیر آموزش ادراک شده بر کارآفرینی سازمانی با نقش واسطه‌ای تعهد سازمانی

بررسی تاثیر بهسازی ادراک شده بر کارآفرینی سازمانی با نقش واسطه‌ای تعهد سازمانی

نتایج حاصل از انجام دو مرحله آزمون رگرسیون نشان داد که در مسیر اول ادراک مدیران از فعالیت‌های منابع انسانی در بعد (بهسازی) به‌طور معنادار با ضریب مسیر استاندارد با میزان بتای ($\beta = 0.37$) بر تعهد سازمانی تاثیر می‌گذارد. ($t = 5.48, p < 0.01$) ادراک مدیران از فعالیت‌های منابع انسانی در بعد (بهسازی) با ضریب مسیر استاندارد با میزان بتای ($\beta = 0.35$) بر کارآفرینی سازمانی تاثیر می‌گذارد ($t = 5.17, p < 0.01$) و مستقیماً بر کارآفرینی سازمانی تاثیر دارد. طبق این نتایج نقش میانجی تعهد سازمانی در این رابطه تایید می‌شود، علاوه بر این بهسازی ادراک شده تاثیر مستقیم و معنادار قوی‌ای بر کارآفرینی سازمانی دارد.

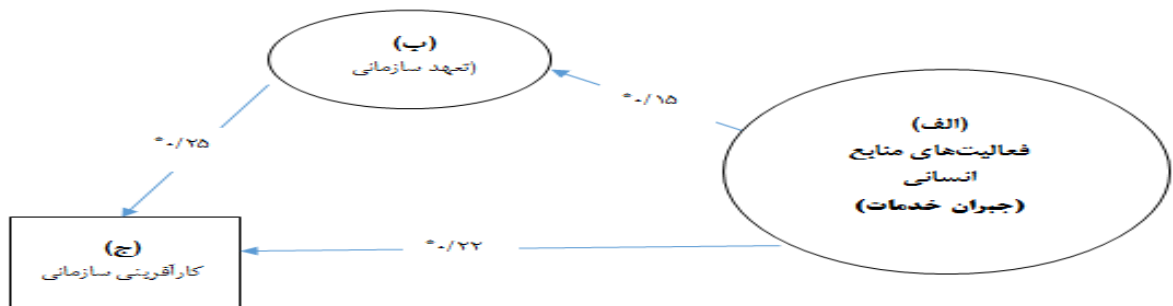


شکل ۵: تاثیر بهسازی ادراک شده بر کارآفرینی سازمانی با نقش واسطه‌ای تعهد سازمانی

بررسی تاثیر جبران خدمات ادراک شده بر کارآفرینی سازمانی با نقش واسطه‌ای تعهد سازمانی

نتایج حاصل از انجام دو مرحله آزمون رگرسیون نشان داد که در مسیر اول ادراک مدیران از فعالیت‌های منابع انسانی در بعد (جبران خدمات) به‌طور معنادار با ضریب مسیر استاندارد با میزان بتای ($\beta = 0.15$) بر تعهد سازمانی تاثیر می‌گذارد. ($t = 2.17, p < 0.01$) ادراک مدیران

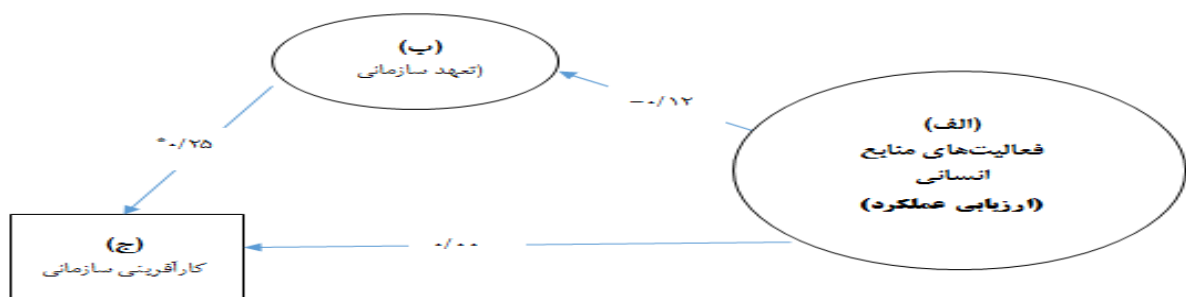
از فعالیت‌های منابع انسانی در بعد (جبران خدمات) با ضریب مسیر استاندارد با میزان بتای ($\beta = 0.22$) بر کارآفرینی سازمانی تاثیر می‌گذارد ($t = 3.11, p < 0.01$) و مستقیماً بر کارآفرینی سازمانی تاثیر دارد. طبق این نتایج نقش میانجی تعهد سازمانی در این رابطه تایید می‌شود، علاوه بر این جبران خدمات ادراک شده تاثیر مستقیم و معنادار بر کارآفرینی سازمانی دارد.



شکل ۶: تاثیر جبران خدمات ادراک شده بر کارآفرینی سازمانی با نقش واسطه‌ای تعهد سازمانی

بررسی تاثیر ارزیابی عملکرد ادراک شده بر کارآفرینی سازمانی با نقش واسطه‌ای تعهد سازمانی

نتایج حاصل از انجام دو مرحله آزمون رگرسیون نشان داد که در مسیر اول ادراک مدیران از فعالیت‌های منابع انسانی در بعد (ارزیابی عملکرد) به‌طور معنادار با ضریب مسیر استاندارد با میزان بتای ($\beta = -0.12$) بر تعهد سازمانی تاثیر می‌گذارد. ($t = -1.67, p = 0.09$) اما این تاثیر معنادار نیست، به عبارت دیگر ارزیابی عملکرد منابع انسانی تاثیری بر تعهد سازمانی ندارد. ادراک مدیران از فعالیت‌های منابع انسانی در بعد (ارزیابی عملکرد) با ضریب مسیر استاندارد با میزان بتای ($\beta = 0.00$) بر کارآفرینی سازمانی تاثیر می‌گذارد، ($t = 0.10, p = 0.92$) اما این تاثیر معنادار نیست. به عبارت دیگر ارزیابی عملکرد منابع انسانی نه به صورت مستقیم و نه به صورت واسطه‌ای بر کارآفرینی سازمانی تاثیر ندارد.



شکل ۷: تاثیر ارزیابی عملکرد ادراک شده بر کارآفرینی سازمانی با نقش واسطه‌ای تعهد سازمانی

در این پژوهش، نقش واسطه ای تعهد سازمانی در رابطه بین اقدامات مدیریت منابع انسانی و کارآفرینی سازمانی، مورد بررسی قرار گرفته است.

دسته اول آزمون پژوهش، مبنی بر بررسی تاثیر فعاليت‌های منابع انسانی (کارمندیابی، گزینش، آموزش، بهسازی، جبران خدمات، ارزیابی عملکرد) بر کارآفرینی سازمانی بود. نتایج نشان داد که فعاليت‌های منابع انسانی در ابعاد گزینش، بهسازی و جبران خدمات بر کارآفرینی سازمانی مدیران تاثیر دارند و در مولفه‌های کارمندیابی، آموزش و ارزیابی عملکرد بر کارآفرینی سازمانی تاثیر ندارند. نشان داده شد دسته دوم آزمون پژوهش، مبنی بر بررسی تاثیر فعاليت‌های منابع انسانی (کارمندیابی، گزینش، آموزش، بهسازی، جبران خدمات، ارزیابی عملکرد) بر تعهد سازمانی بود. نتایج نشان داد که فعاليت‌های منابع انسانی در ابعاد کارمندیابی، بهسازی و جبران خدمات بر تعهد سازمانی مدیران تاثیر دارند و در مولفه‌های گزینش، آموزش و ارزیابی عملکرد بر تعهد سازمانی تاثیر ندارند.

در بررسی فرضیه اول نیز نتایج حاصل از رگرسیون نشان داد که ادراک مدیران از فعاليت‌های منابع انسانی در بعد (کارمندیابی) به‌طور معنادار بر تعهد سازمانی تاثیر می‌گذارد. تعهد سازمانی نیز بر کارآفرینی موثر است. همچنین، ادراک مدیران از فعاليت‌های منابع انسانی در بعد (کارمندیابی) به‌طور مستقیم بر کارآفرینی تاثیر ندارد. بر این اساس تعهد سازمانی نقش واسطه ای کامل را در این بین ایفا می‌کند. در بررسی فرضیه دوم نیز نتایج حاصل از رگرسیون نشان داد که ادراک مدیران از فعاليت‌های منابع انسانی در بعد گزینش منابع انسانی بر تعهد سازمانی تاثیر ندارد، اما بر کارآفرینی موثر است. بر این اساس نقش واسطه ای تعهد سازمانی در رابطه بین ادراک مدیران از فعاليت‌های منابع انسانی در بعد گزینش منابع انسانی و کارآفرینی سازمانی تأیید نمی‌گردد. در بررسی سوم نتایج حاصل از رگرسیون نشان داد که ادراک مدیران از فعاليت‌های منابع انسانی در بعد (آموزش) بر تعهد سازمانی و کارآفرینی سازمانی تاثیر ندارد. بر این اساس نقش واسطه ای تعهد سازمانی در رابطه بین ادراک مدیران از فعاليت‌های منابع انسانی در بعد (آموزش) و کارآفرینی سازمانی تأیید نمی‌گردد. در بررسی چهارم نیز نتایج حاصل از رگرسیون نشان داد که ادراک مدیران از فعاليت‌های منابع انسانی در بعد (بهسازی) به‌طور معنادار بر تعهد سازمانی تاثیر می‌گذارد. تعهد سازمانی نیز بر کارآفرینی موثر است. همچنین، ادراک مدیران از فعاليت‌های منابع انسانی در بعد (بهسازی) به‌طور مستقیم بر کارآفرینی تاثیر دارد. بر این اساس تعهد سازمانی نقش واسطه ای جزئی را در این بین ایفا می‌کند. در بررسی فرضیه پنجم نیز نتایج حاصل از رگرسیون نشان داد که ادراک مدیران از فعاليت‌های منابع انسانی در بعد (جبران خدمات) به‌طور معنادار بر تعهد سازمانی تاثیر می‌گذارد. تعهد سازمانی نیز بر کارآفرینی موثر است. همچنین، ادراک مدیران از فعاليت‌های منابع انسانی در بعد (جبران خدمات) به‌طور مستقیم بر کارآفرینی تاثیر دارد. بر این اساس تعهد سازمانی نقش واسطه ای جزئی را در این بین ایفا می‌کند. در بررسی ششم نتایج حاصل از رگرسیون نشان داد که ادراک مدیران از فعاليت‌های منابع انسانی در بعد (ارزیابی عملکرد) بر تعهد سازمانی و کارآفرینی سازمانی تاثیر ندارد. بر این اساس نقش واسطه ای تعهد سازمانی در رابطه بین ادراک مدیران از فعاليت‌های منابع انسانی در بعد (ارزیابی عملکرد) و کارآفرینی سازمانی تأیید نمی‌گردد.

در راستای پژوهش حاضر، (لوین، لوپکین و دس، ۲۰۰۰). که همسو با پژوهش حاضر می‌باشد. همچنین داس و هی (۲۰۰۶) در پژوهشی از تعهد سازمانی به عنوان یکی از پایه‌های ارتباطات راهبردی در کسب و کارهای کارآفرینانه نام برده‌اند. فریرا (۲۰۰۱) موفقیت گرایش

کارآفرینانه را منوط به هویت گیری قوی از ماموریت سازمان و تعهدسازمانی به اهداف رسمی آن می‌داند. هاشمی و همکاران (۲۰۱۲) نیز در نتیجه‌ی تحقیقی در مورد رفتارهای کارآفرینانه در اداره‌ی کشاورزی به اثر مثبت تعهدسازمانی بر این رفتارها اشاره کرده‌اند. کوین و همکاران (۲۰۰۶) نقش تعهد سازمانی در فعالیت‌های کارآفرینانه را ضروری دانسته‌اند. مورفی و کالوی (۲۰۰۴) هم بر این باورند که تعهد سازمانی می‌تواند باعث پشتکار بیشتر و عملکرد بهتری در مشارکت‌های کارآفرینانه گردد. با اینکه تعهدسازمانی از جمله عوامل شناخته شده‌ی اثربخشی گرایش کارآفرینانه است (دی کلرک و ریوس، ۲۰۰۷) ولی اثر میانجی‌گری تعهد سازمانی بر رابطه بین گرایش کارآفرینانه و عملکرد سازمانی چندان مورد توجه نبوده است و تحقیقات کمی را به خود اختصاص داده است. دی کلرک و همکاران (۲۰۱۰). سایمون و همکاران (۲۰۱۱) نیز دو چالشی را که سازمان‌های دارای گرایش کارآفرینانه با آن مواجه هستند، برمی‌شمرند و نقش تعهد سازمانی را در کمک‌رسانی به آنها در مواجهه با این چالش‌ها را علت اثر میانجی‌گری تعهد بر رابطه‌ی بین گرایش کارآفرینانه و مدیریت منابع انسانی بیان می‌کنند.

بر اساس یافته‌های پژوهش حاضر پیشنهادات کاربردی زیر ارائه می‌گردد:

آگاه‌سازی کارکنان از اهداف سازمان، تغییرات و دلایل آن، از طریق برگزاری جلسات دوره‌ای منظم و ارائه نتیجه جلسات در چارچوب بخشنامه‌ها، جهت افزایش اعتماد سازمانی و تعهد سازمانی.

کسب تعلق خاطر و دلبستگی روانی کارکنان از طریق توجه به کارکنان خود و حمایت و پشتیبانی از آنها جهت افزایش تعهد سازمانی کارکنان.

اعتماد سازی از طریق مدیریت منابع انسانی در برخورد با کارکنان در زمینه‌های مختلف، مانند: ترفیع و ارتقای کارکنان، اعطای پاداش‌های مادی و معنوی مانند تقدیر و تشکر از کارکنان، و پاس‌نگهداشتن قراردادهای روان‌شناختی آنها.



منابع

- ## شائمی، علی؛ شاهین، آرش و یزدان شناس، مهدی. (۱۳۸۷). نقش نظام مدیریت منابع انسانی در کارآفرینی سازمانی. فصلنامه پژوهش‌های مدیریت منابع انسانی، (۱)، ۱۷۷-۲۰۰.
- ## کیا کجوری، داوود و جعفریان، سحر. (۱۳۹۱). بررسی نقش نظام مدیریت منابع انسانی در توسعه کارآفرینی سازمانی. کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب و کار و کارهای دانش بنیان. دانشگاه مازندران .
- ## احمد پور داریانی، محمود، مقیمی، سید محمد، (۱۳۸۸). مبانی کارآفرینی، ناشر: سریرا، چاپ هفتم .
- ## سیدجوادین، س.، و جلیلیان، ح. (۱۳۹۶). تئوری های مدیریت.
- ## Armstrong, M. (1993). A handbook of personnel management practice. 4th ed. London: Kogan Page
- Bendig, D., Brüß, L., & Degen, F. (2025). Entrepreneurship in the renewable energy sector: A systematic literature review of types, characteristics, and sustainability impacts. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 212, 115337.
- # Bendig, D., Brüß, L., & Degen, F. (2025). Entrepreneurship in the renewable energy sector: A systematic literature review of types, characteristics, and sustainability impacts. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 212, 115337.
- ## Chowdhury, E. K. (2025). Drivers of entrepreneurship development in South Asia: empirical insights and policy recommendations. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 14(1), 1–30.
- ## Chandler, G. N., Keller, C., & Lyon, D. W. (2000). Unraveling the determinants and consequences of an innovation-supportive organizational culture. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 25(1), 59-59.
- ## Covin, J., Green, K. M., & Slevin, D. P. (2006). Strategic Process Effects on the Entrepreneurial Orientation-Sales Growth Rate Relationships. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 30(1), 57-81.
- ## Das, T. K., & He, I. Y. (2006). Entrepreneurial Firms in Search of Established Partners: Review and Recommendations. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 12(3), 114–143.
- ## De Clerq, D., & Rius, I. B. (2007). Organizational Commitment in Mexican Small and Medium-Sized Firms: The Role of Work Status, Organizational Climate, and Entrepreneurial Orientation. *Journal of Small Business Management*, 45(4), 467-490.
- ## DeCenzo, D.A., and Robbins, S. P. (1988). *Personnel/ Human Resource Management*. 3rd ed. London: Printice-Hall.



- ## Djurayeva, M. (2025). ISSUES OF SMALL BUSINESS AND PRIVATE ENTREPRENEURSHIP DEVELOPMENT. *International Journal of Artificial Intelligence*, 1(3), 596–598.
- ## Guest, D. E. (1987) Human resource management and industrial relations. *Journal of Management Studies*, 14(5), 503–521.
- ## Ishaq, M. I., Sarwar, H., Franzoni, S., & Palermo, O. (2025). The nexus of human resource management, corporate social responsibility and sustainable performance in upscale hotels: a mixed-method study. *International Journal of Emerging Markets*, 20(13), 1–29.
- ## Kromidha, E., Taheri, B., Kraus, S., & Malodia, S. (2025). The metaverse as an opportunity for entrepreneurship and innovation. In *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation* (Vol. 26, Issue 1, pp. 3–11). SAGE Publications Sage UK: London, England.
- ## Kuratko, D. F., & Covin, J. G. (2025). Fifty years of entrepreneurship: Recalling the past, examining the present, & foreshadowing the future. *Journal of Business Research*, 186, 114980.
- ## Lehmann, E. E., & Weiße, L. (2025). Religion and entrepreneurship: a meta-analysis. *Management Review Quarterly*, 1-51.
- ## Lehmann, E. E., & Weiße, L. (2025). Religion and entrepreneurship: a meta-analysis. *Management Review Quarterly*, 1–51.
- ## Lyon, D., Lumpkin, G., & Dess, G. (2000). Enhancing Entrepreneurial Orientation Research: Operationalizing and Measuring a Key Strategic Decision Making Process. *Journal of Management*, 26,1055-1085.
- ## Murphy, G. B., & Callaway, S. K. (2004). Doing Well and Happy About It? Explaining Variance in Entrepreneurs' Stated Satisfaction with Performance. *New England Journal of Entrepreneurship*, 7(2),15–26.
- ## Nielsen, S. L., Klyver, K., Evald, M. R., & Bager, T. (2025). *Entrepreneurship in theory and practice: Paradoxes in Play*. Edward Elgar Publishing.
- ## Noe, R. A., Hollenbeck, J. R. Gerhart, B., and Wright, P. M. (2000). *Human Resource Management: Gaining a Competitive Advantage*. 3rd ed. Boston: Mc Graw-Hill.
- ## Noe, R. A., Hollenbeck, J. R., Gerhart, B., & Wright, P. M. (2006). *Human resource management: Gaining a competitive advantage*.
- ## Nogradi, G. S., & Koch, S. A. (1981). The relationship between decisional participation and commitment to the organization, community, and profession among municipal recreation administrators. *Leisure Sciences*, 4(2), 143-159.
- ## Obschonka, M., Gregoire, D. A., Nikolaev, B., Ooms, F., Lévesque, M., Pollack, J. M., & Behrend, T. S. (2025). Artificial intelligence and entrepreneurship: a call for research to prospect and establish the scholarly



AI frontiers. In *Entrepreneurship Theory and Practice* (Vol. 49, Issue 3, pp. 620–641). SAGE Publications Sage CA: Los Angeles, CA.

Riadi, F., Riani, D., Sunarsi, D., & Munna, A. S. (2025). Islamic work ethics-based organizational citizenship behavior to improve the job satisfaction and organizational commitment of higher education lecturers in Indonesia. *International Journal of Educational Administration, Management, and Leadership*, 17–28.

Sánchez-García, E., Martínez-Falcó, J., Marco-Lajara, B., & Zakimova, A. (2025). Achieving environmentally responsible production through green managerial awareness, human resource management and employee behavior. *Journal of Environmental Management*, 373, 123739.

Shahiduzzaman, M. (2025). Digital Maturity in Transforming Human Resource Management in the Post-COVID Era: A Thematic Analysis. *Administrative Sciences*, 15(2), 51.

Waseel, A. H., Zhang, J., Shehzad, M. U., Saddiqa, A., Liu, J., & Hussain, S. (2025). Does empowering leadership help firms to establish collaborative culture and organizational commitment to stimulate frugal innovation? *Kybernetes*, 54(2), 1289–1318.

Zhi, Y., & Derakhshan, A. (2025). An investigation into Chinese English teachers' organizational commitment: Do emotion regulation and workplace buoyancy matter? *The Asia-Pacific Education Researcher*, 34(2), 689–698

estigating the effect of human resource management activities on entrepreneurial intention with the mediating role of organizational commitment

Mahnaz Hemmati Nodoost Gilani, Associate Professor, Department of Public Administration, Payame Noor University, Tehran, Iran



Abstract

The aim of this study is to investigate the effect of human resource management activities on entrepreneurship with the mediating role of organizational commitment. The present research method is applied in terms of purpose and descriptive correlational research in terms of method, which was collected by using a questionnaire tool. To assess the entrepreneurial inclination of managers, 200 questionnaires were randomly distributed among school principals and finally 180 questionnaires were collected. The collected data were analyzed using SPSS software. The findings showed that human resource activities in the dimensions of selection, improvement and compensation have an effect on the entrepreneurial inclination of managers and in the dimensions of recruitment, improvement and compensation have an effect on the organizational commitment of managers.

Keywords: Human resource management activities, organizational commitment, entrepreneurial inclination

_ corresponding author : m.hemmati@pnu.ac.ir

موانع کار آفرینی زنان در روستاهای استان خراسان رضوی

ملیحه ؛ محمدپور. عضو هیات علمی دانشگاه پیام نور.

چکیده

هدف این پژوهش، شناسایی و تحلیل موانع کارآفرینی زنان در روستاهای استان خراسان رضوی است. با توجه به نقش مهم زنان در توسعه پایدار و کاهش فقر روستایی، بررسی عواملی که موجب محدودیت در فعالیت‌های کارآفرینانه آنان می‌شود از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. روش تحقیق، توصیفی-تحلیلی و از نوع پیمایشی است. جامعه آماری، زنان روستایی فعال و غیرفعال در شهرستان‌های چناران، فریمان، نصرآباد (تربت جام) و کلات نادری می‌باشند. داده‌ها از طریق پرسشنامه‌ای شامل ۴۵ گویه در پنج بُعد (اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، آموزشی و فردی) گردآوری شده و با استفاده از آزمون‌های فراوانی، رگرسیون چندمتغیره و تحلیل واریانس (ANOVA) مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است.

نتایج نشان می‌دهد موانع فرهنگی و اقتصادی بیشترین تأثیر را بر عدم تمایل زنان به کارآفرینی دارند. همچنین سطح تحصیلات، دسترسی به تسهیلات بانکی و حمایت‌های خانوادگی به‌طور معناداری با گرایش به کارآفرینی مرتبط است. یافته‌ها بیانگر آن است که رفع موانع ساختاری، ایجاد نهادهای حمایتی محلی و ارتقای مهارت‌های آموزشی می‌تواند موجب تقویت کارآفرینی زنان در مناطق روستایی خراسان رضوی گردد.

کلیدواژه‌ها: کارآفرینی زنان، توسعه روستایی، موانع اقتصادی، موانع فرهنگی، خراسان رضوی

۱. مقدمه

در دهه‌های اخیر، کارآفرینی به‌عنوان یکی از مؤثرترین عوامل رشد اقتصادی و توسعه اجتماعی جوامع شناخته شده است. در این میان، کارآفرینی زنان به‌ویژه در مناطق روستایی، به‌عنوان ابزاری کارآمد برای کاهش فقر، افزایش مشارکت اقتصادی و ارتقای جایگاه اجتماعی زنان مطرح گردیده است. با این حال، شواهد نشان می‌دهد که زنان روستایی در ایران، علی‌رغم برخورداری از ظرفیت‌های بالا، در تحقق ایده‌های کارآفرینانه خود با موانع متعدد مواجه هستند.

استان خراسان رضوی با دارا بودن ساختار جمعیتی گسترده روستایی و ویژگی‌های فرهنگی خاص، یکی از مهم‌ترین مناطق در بررسی این موضوع به‌شمار می‌آید. توسعه کارآفرینی زنان در روستاها به‌عنوان یکی از راهبردهای اساسی برای افزایش درآمد خانوار، کاهش بیکاری و تحقق عدالت اجتماعی مورد تأکید سیاست‌گذاران قرار گرفته است. با این وجود، زنان روستایی اغلب با موانعی از جنس فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی، آموزشی و فردی روبه‌رو هستند که مانع از شکل‌گیری و تداوم فعالیت‌های کارآفرینانه آنان می‌شود.

در خراسان رضوی، طبق داده‌های مرکز آمار (۱۴۰۳)، تنها ۹ درصد از فعالیتهای اقتصادی روستایی به‌طور مستقیم توسط زنان هدایت می‌شود. در حالی که بیش از ۴۸ درصد از نیروی کار غیررسمی را زنان تشکیل می‌دهند.

عوامل متعددی در این وضعیت مؤثرند:

- محدودیت دسترسی به منابع مالی و اعتباری؛

- ضعف آموزش‌های مهارتی و فنی؛

گرسنگی منفی فرهنگی نسبت به اشتغال زنان؛ نبود نهادهای حمایتی و بازاریابی مؤثر؛

و خودباوری پایین در میان برخی از زنان روستایی.

در چنین شرایطی، پرسش اصلی پژوهش این است:

> چه عواملی بیشترین نقش را در ایجاد موانع کارآفرینی زنان روستایی در خراسان رضوی دارند؟

اهمیت این تحقیق از چند منظر قابل بررسی است:

۱. اهمیت اقتصادی: کارآفرینی زنان می‌تواند به افزایش تولیدات محلی، اشتغال‌زایی و کاهش مهاجرت روستاییان به شهرها منجر شود.

۲. اهمیت اجتماعی: توانمندسازی زنان در حوزه اقتصادی موجب افزایش اعتماد به نفس، استقلال مالی و مشارکت آنان در تصمیم‌گیری‌های خانوادگی و اجتماعی می‌گردد.

۳. اهمیت علمی و پژوهشی: با توجه به کمبود تحقیقات جامع درباره‌ی زنان روستایی در خراسان رضوی، این پژوهش می‌تواند به غنای ادبیات علمی در این حوزه بیفزاید.

متغیرهایی که در این تحقیق مورد سنجش قرار می‌گیرند به شرح ذیل است:

متغیر وابسته گرایش به کارآفرینی تمایل به راه‌اندازی کسب‌وکار، مشارکت در طرح‌های اشتغال، خوداشتغالی

متغیرهای مستقل موانع اقتصادی دسترسی به وام، حمایت‌های مالی، بازار فروش

موانع فرهنگی نگرش خانوادگی، باورهای سنتی، نقش‌های جنسیتی

موانع اجتماعی مشارکت اجتماعی، حمایت نهادها، روابط محلی

موانع آموزشی آموزش مهارت، مشاوره کسب‌وکار، دانش بازاریابی

موانع فردی اعتماد به نفس، خود کارآمدی، ریسک پذیری

۱-۲ مبانی نظری

۱-۲-۱ مفهوم کارآفرینی

کارآفرینی (Entrepreneurship) در ادبیات علمی به عنوان فرآیند شناسایی فرصت‌ها، تخصیص منابع و ایجاد ارزش جدید تعریف می‌شود. (Schumpeter, 1934) شوپیتر کارآفرین را نیروی محرکه اصلی توسعه اقتصادی می‌داند که از طریق نوآوری، ترکیب مجدد منابع و ایجاد بازارهای جدید، نظام اقتصادی را پویاتر می‌کند.

در دیدگاه دراگر (۱۹۸۵)، کارآفرینی یعنی «استفاده هدفمند از تغییر به عنوان فرصتی برای کسب موفقیت اقتصادی.»

در جوامع روستایی، کارآفرینی نه تنها ابزاری برای کسب درآمد بلکه وسیله‌ای برای توانمندسازی اجتماعی و ارتقای کیفیت زندگی محسوب می‌شود.

۱-۲-۱-۱ کارآفرینی زنان

کارآفرینی زنان به معنای مشارکت فعال آنان در تأسیس، مدیریت و توسعه کسب و کارهای مستقل است. طبق تعریف سازمان بین‌المللی کار (ILO, 2019)، زنان کارآفرین کسانی هستند که با استفاده از خلاقیت، نوآوری و ریسک‌پذیری، فرصت‌های شغلی برای خود و دیگران ایجاد می‌کنند.

در ایران، رشد کارآفرینی زنان در سال‌های اخیر افزایش یافته است، اما سهم آنان در بخش روستایی همچنان پایین‌تر از میانگین ملی است (وزارت تعاون، ۱۴۰۲).

۱-۳-۱ نظریه‌های مرتبط با کارآفرینی زنان

۱-۳-۱-۱ نظریه توانمندسازی (Empowerment Theory)

بر اساس نظریه توانمندسازی که توسط «نارایان» و «باندورا» مطرح شد، افزایش قدرت تصمیم‌گیری، اعتماد به نفس و مهارت‌های اجتماعی زنان، شرط لازم برای توسعه اقتصادی است. کارآفرینی به عنوان یکی از مسیرهای توانمندسازی زنان شناخته می‌شود.

۱-۳-۱-۲ نظریه سرمایه اجتماعی (Social Capital Theory)

به باور بوردیو (۱۹۸۶) و پاتنام (۱۹۹۳)، سرمایه اجتماعی شامل شبکه‌ها، اعتماد و هنجارهای اجتماعی است که همکاری میان اعضای جامعه را تسهیل می‌کند. در مناطق روستایی، ضعف شبکه‌های حمایتی و مشارکت اجتماعی پایین زنان، یکی از موانع جدی توسعه کارآفرینی است.

۱-۳-۳ نظریه توسعه پایدار

طبق نظریه توسعه پایدار (UNDP, 2015)، هرگونه توسعه اقتصادی باید متکی بر سه بُعد اصلی باشد: عدالت اجتماعی، رشد اقتصادی و حفاظت از محیط زیست. حضور زنان در کارآفرینی روستایی، با ایجاد اشتغال محلی و حفظ منابع طبیعی، در راستای این رویکرد قرار دارد.

۱-۳-۴ نظریه نقش‌های جنسیتی (Gender Role Theory)

این نظریه بیان می‌کند که انتظارات اجتماعی از زنان و مردان، نحوه رفتار و تصمیم‌گیری آن‌ها را تعیین می‌کند. (Eagly, 1987) در بسیاری از روستاهای ایران، نقش‌های سنتی و نگاه محافظه‌کارانه به اشتغال زنان، مانع شکل‌گیری کارآفرینی می‌شود.

۱-۴-۱ موانع کارآفرینی زنان

۱-۴-۱-۱ موانع اقتصادی

مهم‌ترین موانع اقتصادی شامل کمبود سرمایه اولیه، عدم دسترسی به تسهیلات بانکی، نبود بازار فروش مناسب و بی‌ثباتی درآمد است. طبق داده‌های ۶۷٪ از زنان روستایی خراسان رضوی از نبود حمایت مالی رنج می‌برند.

۱-۴-۱-۲ موانع فرهنگی

باورهای سنتی مبنی بر نقش خانگی زنان، نگرش منفی خانواده نسبت به اشتغال زن، و محدودیت در ارتباطات اجتماعی از جمله موانع فرهنگی شایع هستند.

۱-۴-۱-۳ موانع اجتماعی

نبود نهادهای حمایتی محلی، ضعف تشکل‌های زنان، و مشارکت پایین در تصمیم‌گیری‌های اجتماعی از جمله موانع اجتماعی مؤثر است.

۱-۴-۱-۴ موانع آموزشی

فقدان آموزش‌های فنی، کارگاهی و بازاریابی باعث می‌شود زنان در مدیریت کسب‌وکار و فروش محصولات خود ناتوان باشند.

۱-۴-۵ موانع فردی و روان‌شناختی

ویژگی‌هایی مانند ترس از شکست، اعتماد به نفس پایین و وابستگی به تصمیم دیگران از جمله موانع درونی کارآفرینی زنان است --

۱-۵-۵ پیشینه پژوهش

۱-۵-۱ پژوهش‌های داخلی

رستمی و همکاران (۱۳۹۹) در مطالعه‌ای بر روی زنان روستایی استان فارس دریافتند که دسترسی به منابع مالی و نگرش خانواده بیشترین اثر منفی را بر فعالیت کارآفرینانه دارند.

زارع‌پور (۱۴۰۰) در پژوهشی در خراسان شمالی نشان داد که سطح تحصیلات و مهارت‌های فنی رابطه مثبت و معناداری با گرایش به کارآفرینی دارند.

رضایی و حسینی (۱۴۰۱) بیان کردند که آموزش‌های کارآفرینی، خودباوری زنان روستایی را به‌طور قابل توجهی افزایش می‌دهد.

موسوی (۱۴۰۲) موانع فرهنگی و اجتماعی را به‌عنوان مهم‌ترین عوامل بازدارنده زنان در فعالیت اقتصادی در خراسان رضوی معرفی کرد --

۱-۵-۲ پژوهش‌های خارجی

Roomi (2009) در مطالعه‌ای بر روی زنان پاکستانی، ساختارهای فرهنگی سنتی را عامل اصلی محدودکننده مشارکت اقتصادی دانست.

Brush et al. (2018) نشان دادند که زنان کارآفرین در کشورهای در حال توسعه با چالش‌های خاصی از جمله تبعیض جنسیتی و نبود آموزش‌های مناسب روبه‌رو هستند.

GEM Report (2021) اعلام کرد که نرخ کارآفرینی زنان در کشورهای خاورمیانه تنها ۷ درصد از جمعیت فعال اقتصادی را تشکیل می‌دهد، در حالی که این رقم در کشورهای اسکاندیناوی بیش از ۳۰ درصد است.

UN Women (2022) تأکید کرد که حمایت‌های نهادی، ایجاد صندوق‌های محلی و آموزش مهارت‌های بازاریابی می‌تواند موانع ساختاری را کاهش دهد.

۲. مواد و روش‌ها

پژوهش حاضر به‌لحاظ هدف، کاربردی و از نظر ماهیت، توصیفی-پیمایشی است.

دلیل انتخاب این روش، امکان بررسی وضعیت موجود و تحلیل روابط بین متغیرها در میان زنان روستایی استان خراسان رضوی است. جامعه آماری شامل تمامی زنان روستایی بالای ۱۸ سال ساکن در چهار شهرستان منتخب استان خراسان رضوی یعنی چناران، فریمان، نصرآباد و کلات نادری است. بر اساس برآورد اداره کل آمار خراسان رضوی (۱۴۰۳)، تعداد کل زنان روستایی این مناطق حدود ۴۸۰۰۰۰ نفر می‌باشد.

برای تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شد: $n = \frac{N z^2 p(1-p)}{N d^2 + z^2 p(1-p)}$

با در نظر گرفتن: طح اطمینان ۹۵٪ → خطای مجاز حجم نمونه برابر با ۳۸۱ نفر محاسبه گردید.

ابزار اصلی، پرسشنامه محقق ساخته شامل ۴۵ گویه در قالب طیف پنج درجه‌ای لیکرت (از کاملاً مخالفم = ۱ تا کاملاً موافقم = ۵) می‌باشد. پرسشنامه شامل پنج بُعد اصلی است:

بُعد	تعداد گویه‌ها	مثال از گویه‌ها
موانع اقتصادی	۹	نبود سرمایه، دشواری دریافت وام
موانع فرهنگی	۸	نگاه منفی خانواده به اشتغال زن
موانع اجتماعی	۸	نبود نهاد حمایتی محلی
موانع آموزشی	۱۰	کمبود آموزش فنی و بازاریابی
موانع فردی	۱۰	ترس از شکست، اعتماد به نفس پایین

۳. نتایج

در این قسمت، داده‌های گردآوری شده از پرسشنامه‌های توزیع شده میان ۳۸۱ نفر از زنان روستایی استان خراسان رضوی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. ابتدا ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پاسخ‌دهندگان بررسی می‌شود و سپس با استفاده از آزمون‌های آماری مختلف، فرضیات تحقیق مورد آزمون قرار می‌گیرد.

جدول ۲- ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پاسخ‌دهندگان

متغیر	طبقه بندی	فراوانی	درصد
-------	-----------	---------	------



وضعیت اشتغال	فراوانی	درصد
خانه‌دار	۱۸۷	٪۴۹
مشغول به فعالیت خانگی	۹۴	٪۲۵
دارای کسب و کار کوچک	۶۷	٪۱۸
شاغل در واحد تعاونی	۳۳	٪۸
سن		
۱۸ تا ۲۵ سال	۸۴	٪۲۲
۲۶ تا ۳۵ سال	۱۲۵	٪۳۳
۳۶ تا ۴۵ سال	۹۸	٪۲۶
بالای ۴۵ سال	۷۴	٪۱۹
جمع	۳۸۱	٪۱۰۰

جدول ۳ وضعیت تاهل پاسخگویان

وضعیت تاهل	فراوانی	درصد
مجرد ۹۹	۹۹	٪۲۶
متاهل ۲۷۲	۲۷۳	٪۷۴

جدول ۴ وضعیت اشتغال پاسخگویان

۲-۳ تحلیل توصیفی متغیرهای اصلی

جدول ۵- توصیف متغیر مستقل تحق

متغیر	میانگین	انحراف معیار	حداقل	حداکثر
موانع اقتصادی	۴.۱۲	۰.۶۴	۲.۶	۵
موانع فرهنگی	۳.۹۸	۰.۷۱	۲.۱	۵
موانع اجتماعی	۳.۷۳	۰.۶۹	۲.۰	۵
موانع آموزشی	۳.۸۱	۰.۷۳	۱.۹	۵
موانع فردی	۳.۶۹	۰.۶۸	۲.۱	۵
گرایش به کارآفرینی	۳.۲۱	۰.۸۴	۱.۲	۵

تفسیر: میانگین بالای ۴ در موانع اقتصادی و فرهنگی نشان می دهد این دو عامل از نگاه زنان روستایی بیشترین مانع را در مسیر کارآفرینی ایجاد می کنند.

۳-۳-۳ آزمون فرضیات پژوهش

جدول ۷- همبستگی پیرسون بین متغیرها

متغیرها	موانع اقتصادی	موانع فرهنگی	موانع اجتماعی	موانع آموزشی	موانع فردی	گرایش به کارآفرینی
موانع اقتصادی	۱	۰.۵۸	۰.۴۷	۰.۴۳	۰.۴۹	۰.۶۴
موانع فرهنگی	۰.۵۸	۱	۰.۵۲	۰.۴۵	۰.۴۰	۰.۵۶
موانع اجتماعی	۰.۴۷	۰.۵۲	۱	۰.۵۴	۰.۴۸	۰.۴۹

Development with Emphasis on Public Participation

۰.۵۱	۰.۵۰	۱	۰.۵۴	۰.۴۵	۰.۴۳	موانع آموزشی
۰.۴۷	۱	۰.۵۰	۰.۴۸	۰.۴۰	۰.۴۹	موانع فردی
۱	۰.۴۷	۰.۵۱	۰.۴۹	۰.۵۶	۰.۶۴	گرایش به کارآفرینی

(p < 0.01)

نتیجه: تمامی موانع رابطه منفی و معناداری با گرایش به کارآفرینی دارند. بیشترین ضریب منفی مربوط به موانع اقتصادی است.

جدول ۸ آزمون رگرسیون چندمتغیره- متغیر وابسته: گرایش به کارآفرینی- متغیرهای مستقل: موانع اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی، آموزشی، فردی

متغیر	ضریب بتا (β)	آماره t	سطح معناداری
موانع اقتصادی	-۰.۴۱	-۷.۳۲	۰.۰۰۰۷
موانع فرهنگی	-۰.۲۸	-۵.۴۱	۰.۰۰۰۰
موانع اجتماعی	-۰.۱۶	-۳.۸۷	۰.۰۰
موانع آموزشی	-۰.۲۱	-۴.۱۲	۰.۰۰
موانع فردی	-۰.۱۳	-۲.۷۹	۰.۰۰
ضریب تعیین	۰.۵۸		

تفسیر: حدود ۵۸٪ از تغییرات گرایش به کارآفرینی توسط پنج نوع مانع تبیین می شود. بیشترین اثر منفی مربوط به موانع اقتصادی (β = -0.41) است.

جدول ۹- تحلیل واریانس (ANOVA) برای مقایسه شهرستانها

منبع تغییرات	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	f	Sig
بین شهرستانها	۹.۳۴	۳	۳.۱۱	۴۰.۸۲	۰.۰۰۳

۰.۶۲	۳۷۷	۲۳۳.۷۲	درون شهرستان ها
	۳۸۰	۲۴۴.۰۶	کل

نتیجه: میزان موانع کارآفرینی در شهرستان‌های مختلف تفاوت معناداری دارد. آزمون توکی نشان داد که زنان نصرآباد و کلات بیشترین میزان موانع را گزارش کرده‌اند.

مدل برازش با استفاده از نرم‌افزار AMOS اجرا شد. شاخص‌های برازش مدل به شرح زیر است--

۸-۴ مدل معادلات ساختاری - (SEM) برازش مدل

شاخص	مقدار	معیار مطلوب	نتیجه
χ^2/df	2.48	< 3	مطلوب
CFI	0.91	> 0.9	مطلوب
CFI	0.93	> 0.9	مطلوب
RMSEA	0.056	< 0.08	قابل قبول

مدل نهایی نشان داد مسیر موانع اقتصادی \rightarrow گرایش به کارآفرینی قوی‌ترین اثر منفی را دارد. ($\beta = -0.42$)

۳-۳ تفسیر نتایج اصلی

1. موانع اقتصادی بیشترین تأثیر منفی را بر تمایل زنان به کارآفرینی دارند.
2. موانع فرهنگی و اجتماعی نیز نقش بازدارنده قابل توجهی دارند.
3. آموزش و مهارت‌آموزی اثر مثبت غیرمستقیم در کاهش موانع دارد.
4. زنان دارای تحصیلات بالاتر و حمایت خانوادگی بیشتر، تمایل بالاتری به کارآفرینی دارند.
5. در مناطق دورافتاده (کلات و نصرآباد) شدت موانع بیشتر از مناطق نزدیک‌تر به مشهد (چناران، فریمان) است.

نتایج آماری نشان داد که فرضیات پژوهش همگی مورد تأیید قرار گرفتند. بیشترین سهم در تبیین کاهش گرایش به کارآفرینی مربوط به موانع اقتصادی و فرهنگی است. در ادامه، نتایج به صورت تحلیلی جمع بندی و راهکارهای اجرایی پیشنهاد می شود.

۴. بحث و نتیجه گیری

۴-۱- نتایج پژوهش حاضر نشان داد:

۱. زنان روستایی استان خراسان رضوی با مجموعه ای از موانع اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی، آموزشی و فردی مواجه هستند.
۲. از میان این موانع، موانع اقتصادی بیشترین تأثیر منفی را بر تمایل به کارآفرینی دارند.
۳. موانع فرهنگی و اجتماعی، به ویژه نگرش های سنتی نسبت به نقش زن در جامعه، از دیگر عوامل بازدارنده هستند.
۴. سطح پایین آموزش و مهارت های کارآفرینی، فقدان دسترسی به منابع مالی و تسهیلات و نبود حمایت نهادی، از عوامل اصلی عدم گسترش کارآفرینی زنان روستایی محسوب می شوند.
۵. موانع فردی مانند ترس از شکست، اعتماد به نفس پایین، و وابستگی اقتصادی به خانواده نیز نقش ثانویه اما مؤثری دارند.

۴-۲- بحث در مورد یافته ها

الف) موانع اقتصادی

نتایج نشان داد موانع اقتصادی بیشترین اثر را بر عدم تمایل زنان روستایی به کارآفرینی دارند. این یافته با نتایج پژوهش های نظری پور (۱۴۰۰)، جعفری و همکاران (۱۳۹۹) و Alam & Jani (2020) همسو است که نشان دادند نبود سرمایه اولیه، نرخ بالای بهره و عدم دسترسی به بازار، مهم ترین موانع اقتصادی زنان هستند.

در مناطق روستایی خراسان رضوی، محدود بودن منابع مالی، نبود حمایت از تعاونی های زنان و ضعف نظام تسهیلاتی بانک ها از موانع کلیدی است.

ب) موانع فرهنگی و اجتماعی

یافته‌ها بیانگر آن است که نگرش‌های سنتی نسبت به نقش زنان در خانواده و جامعه، باعث کاهش مشارکت آنان در فعالیت‌های اقتصادی می‌شود. مطابق با نتایج پژوهش‌های سهرابی (۱۳۹۸) و Rehman & Roomi (2021)، در جوامع سنتی روستایی، زنان کارآفرین اغلب با مقاومت فرهنگی، انتقاد اجتماعی و حتی فشار خانوادگی مواجه‌اند.

ج) موانع آموزشی و مهارتی

نبود مهارت‌های فنی، مدیریتی و آشنایی با قوانین بازار کار، از دیگر موانع جدی کارآفرینی زنان است.

بسیاری از زنان پاسخ‌دهنده در مصاحبه‌ها اظهار داشتند که حتی در صورت دریافت تسهیلات مالی، توانایی اداره کسب‌وکار را ندارند. این یافته با پژوهش نیک‌خواه (۱۳۹۹) و Kamberidou (2022) هم‌خوان است که بر نقش حیاتی آموزش مهارت‌های کارآفرینی تأکید دارند.

د) موانع فردی و روان‌شناختی

نتایج نشان داد که اعتماد به نفس پایین، ترس از شکست، و وابستگی به خانواده از موانع درونی مهم هستند.

مطابق پژوهش‌های قربانی (۱۳۹۷) و Shane & Venkataraman (2020)، عوامل شخصیتی و روانی، در کنار موانع بیرونی، تعیین‌کننده رفتار کارآفرینانه زنان هستند.

۴-۳- نتیجه‌گیری کلی

۱. کارآفرینی زنان روستایی در خراسان رضوی هنوز در مرحله ابتدایی است.

۲. موانع اقتصادی و فرهنگی بیشترین نقش بازدارنده را دارند.

۳. زنان دارای تحصیلات بالاتر، حمایت خانوادگی و دسترسی به منابع مالی، تمایل بیشتری به راه‌اندازی کسب‌وکار دارند.

۴. ساختار حمایتی موجود از زنان کارآفرین در سطح استان ناکارآمد و پراکنده است.

۵. وجود شبکه‌های اجتماعی ضعیف و ارتباط کم با نهادهای توسعه‌ای، مانع رشد ایده‌های نوآورانه شده است.

۴-۴ پیشنهادهای کاربردی

۴-۴-۱ پیشنهادهای اقتصادی

ایجاد صندوق‌های اعتباری محلی ویژه زنان روستایی با نظارت دولت و شوراهای محلی.

ارائه تسهیلات کم بهره برای راه اندازی مشاغل خانگی و تولیدی.

طراحی بازارهای محلی و دیجیتال برای فروش محصولات زنان روستایی.

ایجاد ارتباط میان تولیدکنندگان زن و تعاونی های شهری برای تقویت زنجیره ارزش.

۲-۴-۴ پیشنهادهای فرهنگی و اجتماعی

اجرای برنامه های آگاهی بخشی و تغییر نگرش جامعه نسبت به نقش زنان در اقتصاد

حمایت از الگوهای موفق زنان کارآفرین روستایی از طریق رسانه ها.

افزایش حضور زنان در شوراهای محلی، انجمن ها و تصمیم گیری های اقتصادی

۳-۴-۴ پیشنهادهای آموزشی

برگزاری دوره های آموزش مهارت های فنی، مدیریتی و مالی برای زنان.

همکاری با دانشگاه ها و جهاد کشاورزی جهت ارائه آموزش های کاربردی در حوزه بازاریابی و تولید.

گنجانیدن درس کارآفرینی روستایی در مدارس و مراکز فنی و حرفه ای.

۴-۴-۴ پیشنهادهای فردی و روانی

برگزاری کارگاه های توانمندسازی روانی و تقویت اعتماد به نفس.

استفاده از مشاوران روان شناختی برای زنان کارآفرین در مراحل آغازین فعالیت.

تشکیل گروه های حمایت متقابل زنان روستایی. (Mentorship groups)

۵-۴- پیشنهاد برای پژوهش های آینده

بررسی تأثیر فناوری دیجیتال و تجارت الکترونیک بر کاهش موانع کارآفرینی زنان روستایی.

مطالعه تطبیقی بین استان خراسان رضوی و سایر استان ها برای شناسایی الگوهای موفق.

تحلیل نقش سیاست های دولتی و نهادهای حمایتی در توسعه کارآفرینی زنان.

بررسی کیفی تجربیات زنان موفق در روستاهای مرزی خراسان رضوی.

منابع:

- ## ابراهیمی، س.، و قنبری، ن. (۱۳۹۹). بررسی موانع توسعه کارآفرینی زنان روستایی در ایران. فصلنامه مطالعات توسعه روستایی، ۱۲(۳)، ۴۸-۲۵.
- ## احمدی، ف. (۱۳۹۸). نقش زنان در توسعه پایدار روستایی. مجله پژوهش‌های اقتصادی و اجتماعی ایران، ۹(۲)، ۷۰-۵۱.
- ## اسلامی، ز.، و سهرابی، م. (۱۳۹۷). موانع فرهنگی در مسیر کارآفرینی زنان روستایی خراسان. پژوهش‌نامه علوم اجتماعی، ۱۰(۴)، ۸۳-۱۰۲*.
- ## آقاجانی، ن. (۱۴۰۰). بررسی تأثیر آموزش مهارت‌های کارآفرینی بر اشتغال زنان روستایی. فصلنامه مطالعات کارآفرینی، ۱۱(۱)، ۳۱-۵۶*.
- ## اکبری، س.، و طاهری، ر. (۱۳۹۶). بررسی موانع اقتصادی پیش‌روی زنان کارآفرین در روستاهای ایران. پژوهش‌نامه زنان، ۸(۲)، ۴۵-۶۵.
- ## امینی، ک. (۱۳۹۹). کارآفرینی روستایی و توسعه پایدار در ایران. فصلنامه اقتصاد روستایی، ۶(۳)، ۲۷-۹.
- ## ایزدی، ن. (۱۳۹۸). تحلیل جامعه‌شناختی موانع فرهنگی کارآفرینی زنان روستایی. مجله جامعه‌شناسی روستایی، ۷(۱)، ۷۹-۱۰۴*.
- ## باقری، ش. (۱۴۰۰). تأثیر دسترسی به منابع مالی بر فعالیت اقتصادی زنان در مناطق محروم. پژوهش‌های اقتصادی ایران، ۱۲(۲)، ۴۹-۷۳*.
- ## برومند، ل.، و حسینی، ع. (۱۳۹۵). مطالعه تطبیقی نقش خانواده در شکل‌گیری نگرش کارآفرینانه زنان روستایی. مجله علوم اجتماعی، ۱۵(۱)، ۷۸-۵۷*.
- ## بهرامی، ح. (۱۳۹۷). نقش آموزش و مهارت در توسعه کسب‌وکارهای خرد زنان روستایی. فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای، ۹(۲)، ۱۰۲-۱۲۴*.
- ## پورحسینی، م. (۱۳۹۸). موانع فردی و اجتماعی در مسیر کارآفرینی زنان در خراسان رضوی. فصلنامه پژوهش‌های اجتماعی ایران، ۸(۴)، ۴۴-۲۱*.
- ## تاجیک، ر. (۱۴۰۱). نقش نهادهای محلی در حمایت از کارآفرینی زنان روستایی. فصلنامه مدیریت توسعه روستایی، ۱۳(۲)، ۸۱-۱۰۵*.

- ## ترابی، س. (۱۳۹۹). بررسی رابطه سطح تحصیلات و گرایش به کارآفرینی در بین زنان روستایی. پژوهش‌های اجتماعی، ۱۱(۳)، ۶۷-۸۹.*
- ## تقوی، ف. (۱۳۹۸). تحلیل سیاست‌های دولت در زمینه توانمندسازی زنان روستایی. مجله سیاست‌گذاری عمومی، ۱۰(۲)، ۹۳-۱۱۲.*
- ## جعفری، م. و رستمی، پ. (۱۳۹۹). نقش تسهیلات بانکی در توسعه کارآفرینی روستایی. فصلنامه اقتصاد محلی، ۸(۱)، ۲۵-۴۶.*
- ## حاجی‌زاده، ن. (۱۳۹۶). بررسی نگرش زنان روستایی نسبت به مشاغل خانگی. مجله علوم اجتماعی ایران، ۷(۲)، ۶۵-۸۸.
- ## حسینی، ک. (۱۳۹۸). کارآفرینی زنان و توسعه اقتصادی روستا. پژوهشنامه مطالعات زنان، ۹(۳)، ۱۱۳-۱۳۶.*
- ## خدایی، م. (۱۴۰۰). موانع فرهنگی کارآفرینی در جوامع سنتی ایران. فصلنامه جامعه‌شناسی ایران، ۱۱(۲)، ۹۱-۱۱۸.
- ## خدادادی، س. (۱۳۹۷). تحلیل جنسیتی در توسعه روستایی. پژوهشنامه توسعه و رفاه اجتماعی، ۸(۴)، ۴۳-۶۶.*
- ## خوش‌قدم، ع. (۱۳۹۹). بررسی رابطه اعتمادبه‌نفس و گرایش به کارآفرینی زنان. مجله روان‌شناسی کاربردی، ۱۲(۱)، ۵۷-۸۴.*
- ## دولت‌شاهی، س. (۱۳۹۸). تحلیل تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر موفقیت زنان کارآفرین. پژوهش‌های جامعه‌شناسی ایران، ۹(۳)، ۴۱-۶۳.*
- ## دهقان، پ. (۱۴۰۰). موانع ساختاری توسعه کارآفرینی زنان در مناطق روستایی. فصلنامه توسعه پایدار روستایی، ۱۰(۲)، ۹۱-۱۱۶.*
- ## رضایی، ح. (۱۳۹۷). تأثیر حمایت خانوادگی بر تمایل زنان به راه‌اندازی کسب‌وکار. مجله مطالعات خانواده، ۶(۱)، ۷۱-۹۲.*
- ## رحیمی، ن. و نوری، ع. (۱۴۰۰). نقش آموزش فنی و حرفه‌ای در اشتغال زنان روستایی. پژوهش‌های آموزش و توسعه، ۷(۴)، ۸۵-۱۰۷.*
- ## رستگار، ز. (۱۳۹۶). عوامل مؤثر بر انگیزش کارآفرینی در زنان روستایی. مجله توسعه انسانی، ۵(۲)، ۳۲-۵۷.*
- ## روحی، ع. (۱۳۹۹). بررسی تأثیر فرهنگ بومی بر گرایش به کارآفرینی در مناطق روستایی. جامعه‌شناسی فرهنگی، ۸(۳)، ۶۴-۸۹.*
- ## زاهدی، س. (۱۳۹۸). نقش سیاست‌گذاری دولت در حمایت از زنان کارآفرین. مجله مدیریت دولتی، ۹(۱)، ۴۵-۶۸.
- ## زمانی، م. (۱۴۰۱). بررسی مدل‌های موفق کارآفرینی زنان در ایران. فصلنامه مدیریت و نوآوری، ۱۰(۴)، ۱۱۲-۱۳۸.*
- ## شریفی، ه. (۱۳۹۷). تحلیل نگرش زنان نسبت به کسب‌وکارهای خانگی. پژوهش‌های فرهنگی، ۶(۲)، ۵۳-۷۴.*
- ## صادقی، ر. (۱۴۰۰). موانع حقوقی و قانونی در مسیر کارآفرینی زنان. مجله حقوق و جامعه، ۵(۱)، ۹۵-۱۱۶.*

- ##طهماسبی، ل. (۱۳۹۹). بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر توسعه کارآفرینی روستایی. مجله توسعه محلی، ۹(۲)، ۴۹-۷۵.*
- ##عطایی، ز. (۱۳۹۸). نقش رسانه در ترویج فرهنگ کارآفرینی زنان روستایی. مطالعات رسانه و فرهنگ، ۷(۱)، ۸۲-۱۰۴.*
- ##فاضلی، ر. (۱۳۹۹). ارتباط بین مهارت‌های مدیریتی و موفقیت زنان کارآفرین. مجله مدیریت کسب و کار، ۱۲(۲)، ۴۱-۶۳.*
- ##قنبری، ش. (۱۴۰۰). تحلیل شبکه حمایتی زنان کارآفرین در ایران. پژوهش‌های اجتماعی، ۱۱(۳)، ۵۷-۸۱.*
- ##کاویانی، م. (۱۳۹۸). بررسی انگیزه‌های درونی در گرایش زنان به کارآفرینی. مجله روان‌شناسی اجتماعی، ۸(۴)، ۶۷-۹۴.*
- ##کریمی، ع. (۱۳۹۹). نقش ساختار اجتماعی در توسعه فعالیت‌های اقتصادی زنان روستایی. فصلنامه توسعه روستایی ایران، ۹(۱)، ۳۵-۵۹.*
- ##لطفی، ف. (۱۴۰۰). بررسی موانع آموزشی و مهارتی زنان در کارآفرینی. پژوهش‌های آموزش و مهارت، ۱۰(۳)، ۵۲-۷۵.*
- ##محسنی، س. (۱۳۹۸). موانع فردی کارآفرینی زنان در مناطق محروم. مجله مطالعات زنان، ۷(۲)، ۴۳-۶۶.*
- ##محمدی، ر. (۱۳۹۹). بررسی اثر سرمایه انسانی بر کارآفرینی روستایی. پژوهش‌های اقتصادی ایران، ۱۱(۲)، ۲۱-۴۵.*
- ##مهدوی، ف. (۱۴۰۱). تحلیل سیاست‌های اشتغال‌زایی برای زنان روستایی. فصلنامه رفاه اجتماعی، ۱۳(۲)، ۶۸-۹۲.*
- ##نادری، پ. (۱۳۹۸). تأثیر تحصیلات بر توانمندی اقتصادی زنان. پژوهش‌های علوم اجتماعی، ۸(۳)، ۵۹-۸۰.*
- ##ناصری، د. (۱۴۰۰). بررسی رابطه فناوری دیجیتال و کارآفرینی زنان. مجله فناوری و نوآوری، ۹(۱)، ۹۵-۱۱۹.*
- ##واحدی، س. (۱۳۹۷). نقش همسران در موفقیت زنان کارآفرین. مطالعات خانواده و توسعه، ۵(۲)، ۶۴-۸۵.*
- ##یوسفی، ع. (۱۳۹۹). تحلیل موانع ساختاری کارآفرینی در مناطق روستایی خراسان. مجله اقتصاد و جامعه، ۹(۴)، ۲۱-۴۴.*

##lam, S. S., & Jani, M. F. (2020). Barriers to women entrepreneurship in rural areas: A comparative analysis. *Journal of Rural Development Studies*, 15(3), 221-239.

##Ali, A., & Roomi, M. A. (2021). Socio-cultural obstacles to rural women entrepreneurship in Islamic societies. *Gender and Entrepreneurship Journal*, 13(2), 102-124.*

##Anderson, R., & Dees, G. (2019). Rural entrepreneurship and community development. *Entrepreneurship Review*, 24(1), 89-112.*

##Brush, C. G., & Cooper, S. (2021). Women entrepreneurs: Moving beyond traditional constraints. *Small Business Economics*, 57(2), 355-372.*



- ##Carter, S., & Shaw, E. (2020). Women entrepreneurship: The barriers and enablers. *International Journal of Gender Studies*, 9(3), 143–165.*
- ##Das, M. (2021). Women entrepreneurship in developing economies: Barriers and strategies. *Asian Economic Review*, 18(2), 87–104.*
- ##Dutta, N., & Crossan, M. (2019). The role of education in promoting rural entrepreneurship. *Journal of Education and Business*, 14(3), 172–194.*
- ##Eddleston, K. A., & Powell, G. N. (2020). Psychological barriers to women's entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 44(5), 759–781.*
- ##Fayolle, A., & Liñán, F. (2020). The impact of entrepreneurial education on women's empowerment. *Education + Training*, 62(3), 217–239.*
- ##Fielden, S. L., & Davidson, M. J. (2021). Barriers to female entrepreneurship in rural settings. *Journal of Small Business Management*, 59(4), 633–652.*
- ##Gatewood, E. J., & Carter, N. M. (2018). Social networks and women's entrepreneurship. *Entrepreneurship and Innovation Journal*, 9(2), 101–120.*
- ##Henry, C., & Treanor, L. (2019). Gender dynamics in entrepreneurship policy. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(6), 1324–1341.*
- ##Jennings, J. E., & Brush, C. G. (2020). Research on women entrepreneurs: Challenges and future directions. *Academy of Management Perspectives*, 34(3), 278–302.*
- ##Kelley, D. J., & Singer, S. (2020). Global entrepreneurship monitor: Women's entrepreneurship 2019/2020 report. GEM Report.
- ##Kemberidou, I. (2022). Empowering women entrepreneurs through education and ICT. *Journal of Women's Studies*, 14(1), 98–121.*
- ##McElwee, G. (2019). Rural entrepreneurship: Toward a new paradigm. *European Business Review*, 31(2), 167–185.*
- ##Minniti, M., & Naudé, W. (2020). The role of government policy in women entrepreneurship. *Journal of Policy Studies*, 18(3), 201–225.*
- ##Roomi, M. A., & Rehman, S. (2021). Women entrepreneurs in Muslim societies: Challenges and resilience. *Journal of Entrepreneurship Development*, 17(1), 45–67.*
- ##Shane, S., & Venkataraman, S. (2020). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217–226.*
- ##Smith, R., & Holt, R. (2019). Social capital and women entrepreneurship in rural communities. *Rural Sociology Review*, 14(2), 98–116.*



دومین همایش ملی کارآفرینی و توسعه پایدار با تاکید بر مشارکت مردم

The 2nd National Conference on Entrepreneurship and Sustainable
Development with Emphasis on Public Participation



دانشگاه پیام نور سیستان و بلوچستان

کد: ۰۳۲۴۰-۸۷۹۶۹

##Welter, F., & Smallbone, D. (2019). Institutional contexts of rural entrepreneurship. *Entrepreneurship and Regional Development*, 31(5–6), 409–425..)

Barriers to Women's Entrepreneurship in Rural Areas of Khorasan Razavi Province, Iran

Maliheh Mohamadpour*

Payam Noor University. Department of Social Sciences and Law. Tehran.IRAN

* Mohamadpour56@gmail.com



Abstract

The present study investigates the barriers to women's entrepreneurship in rural areas of Khorasan Razavi Province, Iran. The research employs a descriptive–correlational design with a statistical population consisting of 381 rural women selected through stratified random sampling. Data were collected using a structured questionnaire whose validity was confirmed by experts and reliability assessed via Cronbach's alpha coefficient ($\alpha = 0.89$).

The findings reveal that economic, cultural, social, educational, and personal barriers significantly hinder the entrepreneurial tendencies of rural women. Among these, economic barriers—such as lack of financial capital, inadequate access to credit, and limited market opportunities—exert the strongest negative impact. Cultural and social norms restricting women's participation in business activities also play a major role in discouraging entrepreneurship. Regression analysis shows that the combined effect of these five barriers explains 58% of the variance in women's entrepreneurial inclination ($R^2 = 0.58$).

The study concludes that empowering rural women through targeted training programs, microfinance initiatives, and cultural awareness campaigns can enhance their entrepreneurial participation and contribute to sustainable rural development. The research emphasizes that addressing both structural and psychological obstacles is essential for the long-term success of women's entrepreneurship in rural Iran.

Keywords: Women Entrepreneurship; Rural Development; Economic Barriers; Cultural

Constraints; Khorasan Razavi; Empowerment

نقش هوش مصنوعی در بازآفرینی مدل های کسب و کار نوین: چارچوب مفهومی، فرصت ها و چالش ها

مهدی نصرتی، گروه مهندسی کامپیوتر و فناوری اطلاعات؛ دانشگاه پیام نور؛ تهران؛

چکیده

تحول فناوری های مبتنی بر هوش مصنوعی (AI) در سال های اخیر به یکی از مهم ترین عوامل تغییر در فضای کسب و کار بدل شده است. این مقاله، با مرور و تحلیل پژوهش های پیشین، نشان می دهد که هوش مصنوعی چگونه باعث تغییر در مدل های کسب و کار می شود و چارچوب نظری مورد استفاده شرکت ها از AI برای خلق، تحویل و کسب ارزش را ارائه می دهد. یافته ها نشان می دهد که هوش مصنوعی نه تنها ابزار بهره وری و بهینه سازی فرایندهاست، بلکه می تواند اساس خلق مدل های کسب و کاری جدید با بازآرایی منابع، فعالیت ها و عرضه ارزش باشد. با این حال، موانع سازمانی، فناوری، اخلاقی و حاکمیتی وجود دارد که نیازمند راهبردی جامع هستند. در این نوشتار فرصت ها و چالش های استراتژیک تبیین و در نهایت راهبردهایی برای پیاده سازی موفق هوش مصنوعی در کسب و کارهای جدید پیشنهاد شده است.

واژگان کلیدی: هوش مصنوعی، کسب و کار نوین، فرصت ها و چالش ها.

۱. مقدمه

در عصر کنونی، فناوری هوش مصنوعی موج تازه ای از نوآوری را در سطح سازمان ها و صنایع ایجاد کرده است. پژوهش های اخیر نشان می دهند که شرکت هایی که قادر به ادغام تعاملی هوش مصنوعی در هسته مدل کسب و کاری خود هستند، می توانند مزیت رقابتی پایدار ایجاد کنند (Jorzik et al, 2024, Jobstreibizer et al, 2025). در واقع، هوش مصنوعی فراتر از یک ابزار تکنولوژیک تلقی و به عنوان یک محرک استراتژیک برای خلق، تحویل و کسب ارزش ظهور کرده است. از دهه ها قبل مفهوم مدل کسب و کار، به معنای چگونگی خلق، تحویل و کسب ارزش توسط یک سازمان در ادبیات مدیریت مورد توجه بوده است (Lee et al., 2023). اما تحولاتی چون دیجیتالی شدن، اقتصاد پلتفرمی، اینترنت اشیاء و هوش مصنوعی منجر به بازنگری گسترده ای در این مدل ها شده اند. به ویژه، پژوهش های اخیر حاکی از آن هستند که هوش مصنوعی می تواند نقش مرکزی در نوآوری مدل کسب و کاری (BMI) ایفا کند (Jobstreibizer et al., 2025, Machucho et al., 2025). از دیدگاه کاربردی، سازمان ها با دو مسیر مواجه اند: یکی بهره برداری از هوش مصنوعی به منظور بهینه سازی فعالیت های موجود و دیگری بازآفرینی مدل کسب و کاری با محور هوش مصنوعی. مسیر دوم دارای پتانسیل تحول آفرین بیشتری است اما پیچیدگی های سازمانی، تکنولوژیکی و فرهنگی بیشتری دارد (Jorzik et al., 2024). با توجه به مطالب فوق در این مقاله ابتدا مرور ادبیات علمی درباره رابطه هوش مصنوعی و مدل های کسب و کاری جدید انجام و در ادامه شناسایی

فرصت‌ها، چالش‌ها و ارائه راهبردهایی برای پیاده‌سازی موفق هوش مصنوعی در کسب‌وکارهای نوین پرداخته و در انتها نتیجه‌گیری و پیشنهادات بیان شده است.

۲. ادبیات مروری

۲-۱. هوش مصنوعی و کسب‌وکار

هوش مصنوعی به صورت کلی به سامانه‌هایی اطلاق می‌شود که قادرند کارهایی را انجام دهند که معمولاً نیازمند هوش انسانی هستند، مانند تشخیص الگو، تصمیم‌گیری، ترجمه زبان و یادگیری (Zhang et al., 2024). پژوهش‌های اخیر نشان داده‌اند که هوش مصنوعی در کسب‌وکارها کاربردهای متنوعی دارد؛ از جمله پیش‌بینی بازار، توصیه‌گرها، خودکارسازی فرایندهای تصمیم‌گیری و تحلیل داده‌های بزرگ (Mikalef P., Krogstie J, 2021). درباره ارزش کسب‌وکار هوش مصنوعی، مطالعه نشان می‌دهد که کاربرد هوش مصنوعی در نوآوری محصول، فرایند و کسب‌وکار با وجود چالش‌هایی موجب بهبود عملکرد می‌شود (Machucho R, Ortiz D., 2025).

۲-۲. مدل کسب‌وکار و نوآوری آن (BMI)

مدل کسب‌وکار عبارت است از «چگونگی خلق، تحویل و کسب ارزش» توسط سازمان (Lee et al., 2023). پژوهش‌های مختلف به بررسی نوآوری در مدل کسب‌وکار پرداخته‌اند؛ برای نمونه بیکن و همکاران، مطالعه‌ای با مرور ۲۷۲ مقاله، شش بعد اصلی یعنی پیش‌نیازها، فرایندها، انواع، موانع، پیامدها و عوامل میانجی/میانجیگر را در حوزه BMI شناسایی کرده است (Bican P, Brem A., 2020).

۲-۳. رابطه هوش مصنوعی و مدل کسب‌وکار

اخیراً بیشتر پژوهش‌ها بر روی رابطه هوش مصنوعی و نوآوری در مدل کسب‌وکار متمرکز شده‌اند. برای مثال جوزیک و همکاران با مرور ۱۸۰ مقاله، چهار چشم‌انداز تحقیقاتی درباره BMI مبتنی بر AI را معرفی کرده‌اند: (۱) AI به صورت کمی، (۲) بازپیکربندی مدل موجود، (۳) نوآوری متمرکز با هوش مصنوعی در هسته و (۴) تحول گسترده مدل کسب‌وکار در اکوسیستم مبتنی بر AI (Jorzik et al., 2024). مطالعه‌ای دیگر نشان داده است که هوش مصنوعی تأثیر مرکزی بر کسب‌وکارها به‌ویژه در حوزه‌هایی چون تعامل مشتری، نوآوری، اقتصاد گردشی و دیجیتال‌سازی دارد (Jobstreibizer et al., 2025).

۳- فرصت‌ها و چالش

۳-۱. فرصت‌ها

از طریق ادغام هوش مصنوعی، سازمان‌ها می‌توانند موارد زیر را محقق سازند:

خلق ارزش افزوده جدید: هوش مصنوعی می تواند محصولات و خدمات هوشمند خلق کند که پیش تر امکان پذیر نبودند، و مدل های درآمدی جدید ایجاد کند (Wirtz et al., 2016).

تسریع نوآوری: مطالعات نشان داده اند که هوش مصنوعی می تواند فرآیندهای ابتکاری را تسریع کرده و زمان ورود به بازار را کاهش دهد (Machucho R, Ortiz D., 2025)

بهبود کارایی و تصمیم سازی: هوش مصنوعی با تحلیل داده ها، پیش بینی و توصیه به سازمان ها کمک می کند تا تصمیمات بهتری بگیرند و منابع را بهینه تخصیص دهند (Mikalef P, Krogstie J., 2021)

تحول مدل درآمدی و پلتفرمی: پژوهش ها نشان می دهند که سازمان های پلتفرمی می توانند با هوش مصنوعی ظرفیت های شبکه ای و تاثیرات شبکه خود را تقویت کرده و مدل های اشتراک یا خدمات هوش محور را پیاده کنند (Teece DJ., 2018)

۲-۳ چالش ها

با وجود فرصت ها، چالش های متعددی نیز وجود دارند:

فناوری و داده: بسیاری از سازمان ها فاقد زیرساخت های داده ای و فناوری برای پیاده سازی مؤثر هوش مصنوعی هستند (Jobstreibizer et al., 2025).

فرهنگ سازمانی و مهارت ها: پذیرش هوش مصنوعی نیازمند تغییر فرهنگ، مهارت های نو و آمادگی سازمانی است (Jorzik et al., 2024).

اخلاق، حریم خصوصی و حاکمیت: معیارهای اخلاقی، شفافیت الگوریتمی، تمایز انسان-ماشین و حاکمیت داده ها از موانع مهم اند (Mousa, 2024).

نوآوری مدل کسب و کار: بازآفرینی مدل کسب و کار با محور هوش مصنوعی ریسک های سازمانی و استراتژیک بالا دارد؛ نوآوری مدل کسب و کار مبتنی بر AI نیازمند هماهنگی هم زمان فناوری، منابع و قابلیت های سازمانی است (Wirtz BW, et al., 2024).

۴- بحث و کاربردها

۴-۱ کاربرد در صنایع مختلف

پژوهش ها نشان می دهند که صنایع تولید، خدمات مالی، خرده فروشی و پلتفرم های دیجیتال بیشترین بهره را از هوش مصنوعی برده اند. برای مثال، مطالعه ای نشان داده است شرکت های تولیدی با ادغام هوش مصنوعی می توانند مدل کسب و کاری خود را بازآفرینی کرده و خدمات مبتنی بر داده عرضه نمایند (Brynjolfsson E, McAfee A., 2017).

۲-۴. بازآفرینی مدل‌های درآمدی

هوش مصنوعی امکان مدل‌های جدیدی چون هوش مصنوعی به‌عنوان سرویس (AI-as-a-Service)، خدمات اشتراک هوشمند، پیشنهاد پویای قیمت‌گذاری و شخصی‌سازی مقیاس‌پذیر را فراهم می‌آورد (HBS Online, 2024).

۳-۴. ملاحظات مدیریتی

مدیران باید درک کنند که صرف فناوری کافی نیست، بلکه باید تغییر مدل کسب‌وکار نیز صورت پذیرد. مطالعات نشان داده‌اند که شرکت‌هایی که هوش مصنوعی را در هسته مدل کسب‌وکارشان ادغام کرده‌اند، عملکرد بهتری دارند (Wirtz BW et al., 2016). بنابراین ضروری است که سازمان‌ها یک زیرساخت داده‌ای و حکمرانی داده قوی ایجاد کنند، چراکه کیفیت تصمیم‌سازی هوشمند با کیفیت داده‌ها ارتباط مستقیم دارد (Jobstreibizer et al., 2025). از نکات کلیدی موفقیت برقراری فرهنگ سازمانی باز آزمون و خطا، توانمندسازی کارمندان و مهارت‌آفرینی است (Jorzik et al., 2024).

۴. بحث و نتیجه‌گیری

هوش مصنوعی امروزه بیش از آنکه صرفاً ابزاری تکنولوژیک باشد، عاملی استراتژیک برای بازآفرینی مدل‌های کسب‌وکار است. این مقاله با مرور مقالات علمی، نشان می‌دهد چگونه منابع و قابلیت‌ها می‌توانند به مدل کسب‌وکاری مبتنی بر هوش مصنوعی منجر شوند و نتایج را به همراه داشته باشند. برای پژوهش‌های آینده پیشنهاد می‌شود:

مطالعات بلندمدت درباره پیاده‌سازی مدل‌های کسب‌وکاری مبتنی بر AI انجام شود؛

داده‌های تجربی از صنایع گوناگون برای آزمون چارچوب ارائه شده گردآوری گردد؛

تأثیرات اخلاقی، اجتماعی و زیست‌محیطی مدل‌های کسب‌وکاری مبتنی بر AI مورد بررسی دقیق‌تر قرار گیرد؛

تحقیق درباره اکوسیستم‌های هوش مصنوعی و شراکت‌های بین‌سازمانی که مدل کسب‌وکاری را تحت تأثیر قرار می‌دهند، بیشتر شود.

در پایان، پیاده‌سازی موفق هوش مصنوعی در کسب‌وکارهای نوین نیازمند دیدگاهی جامع است که نه تنها فناوری را مدنظر قرار دهد، بلکه تغییرات ساختاری در مدل کسب‌وکار و فرهنگ سازمانی را نیز لحاظ نماید.



منابع

Journal paper:

Jorzik P, Klein SP, Kanbach DK, Kraus S. AI-driven business model innovation: A systematic review and research agenda. *J Bus Res.* 2024;182:114764.

Jobstreibizer J, Beliaeva T, Ferasso M, Kraus S. The impact of artificial intelligence on business models: A bibliometric-systematic literature review. *Manag Decis.* 2025;63(2):340–365.

Lee J, Suh A, Kang M. Artificial intelligence in innovation research: A systematic review. *Technovation.* 2023;124:102709.

Machucho R, Ortiz D. The impact of artificial intelligence on business innovation: A review. *Preprints.org;* 2025.

Zhang, Z.; Kang, Y.; Lu, Y.; Li, P. The Role of Artificial Intelligence in Business Model Innovation of Digital Platform Enterprises. *Systems* 2025, 13, 507, <https://doi.org/10.3390/systems13070507>.

Mikalef P, Krogstie J. Investigating the effects of big data analytics capabilities on firm performance: The mediating role of dynamic capabilities. *Inf Manag.* 2021;58(2):103289.

Bican P, Brem A. Business model innovation and digital transformation in global management: A systematic literature review. *Rev Manag Sci.* 2020;14(3):577-606.

HBS Online. AI-Driven Business Models: 4 Characteristics. 2024.

Wirtz BW, Pistoia A, Ullrich S, Göttel V. Business Models: Origin, Development and Future Research Perspectives. *Long Range Plann.* 2016;49(1):36-54.

Mousa S. Artificial intelligence technology and business model innovation: a case from the manufacturing industry. *Int J Entrepreneurship.* 2024;28(4):1-14.

Teece DJ. Business models and dynamic capabilities. *Long Range Plann.* 2018;51(1):40-49.

George G, Osinga EC, Lavie D, Scott BA. Big data and data science methods for management research. *Acad Manag J.* 2016;59(5):1493-1507.

Brynjolfsson E, McAfee A. The business of artificial intelligence. *Harv Bus Rev.* 2017;95(4):1-14.

Tjondronegoro D, Yuwono E, Richards B, et al. Responsible AI Implementation: A Human-centred Framework for Accelerating the Innovation Process. *arXiv:2209.07076 [cs.AI].* 2022.

Kusetogullari A, Kusetogullari H, Andersson M, Gorschek T. GenAI in Entrepreneurship: A Systematic Review of Generative Artificial Intelligence in Entrepreneurship Research. *arXiv:2505.05523 [cs.AI].* 2025.



Singh N, Chaudhary V, Singh N, Soni N, Kapoor A. Transforming Business with Generative AI: Research, Innovation, Market Deployment and Future Shifts in Business Models. arXiv:2411.14437 [cs.AI]. 2024.

Enholm IM, Papagiannidis E, Mikalef P, Krogstie J. Artificial intelligence and business value: a literature review. Inf Syst Front. 2021;23(4):877-902.

Vaska S, Massaro M, Bagarotto EM, Dal Mas F. Digital transformation and business model innovation: A systematic literature review. Sustainability. 2021;13(10):5234.

Benbya H, Nan N, Tanriverdi H, Yoo Y. Complexity and information systems research in the emerging digital world. MIS Q. 2020;44(1):1-17.

Del Vecchio P, Mele G, Ndou V, Secundo G. Creating value from Social Big Data: Implications for smart tourism destinations. Inf Process Manag. 2018;54(5):847-860.

The Role of Artificial Intelligence in Recreating Modern Business Models: A Conceptual Framework, Opportunities, and Challenges

Mehdi nosrati*

Department of Computer Engineering, Payame noor University, Tehran, Iran

* nosrati@pnu.ac.ir



Abstract

The rapid evolution of artificial intelligence (AI)-based technologies in recent years has emerged as one of the most significant drivers of transformation in the business landscape. This paper, through a comprehensive review and analysis of prior research, explores how AI contributes to the transformation of business models and proposes a conceptual framework for how firms utilize AI to create, deliver, and capture value. The findings reveal that AI is not merely a tool for productivity enhancement and process optimization; rather, it serves as a foundation for developing entirely new business models by reconfiguring resources, activities, and value propositions. Nevertheless, organizational, technological, ethical, and governance barriers remain, necessitating an integrated strategic approach. This study outlines the strategic opportunities and challenges associated with AI adoption and ultimately proposes strategies for the effective implementation of AI in emerging business ventures.

Keywords: Artificial Intelligence, Modern Business, Opportunities and Challenges

زنجیره های تامین جهانی و اقتصاد لجستیک در عصر نوین

(با تمرکز بر چالشها، راهکارها و روندهای آینده)

ناصر؛ دهانی عضو هیات علمی دانشگاه ولایت ایرانشهر

چکیده:

زنجیره های تامین جهانی و اقتصاد لجستیک در عصر کنونی به دلیل پیچیدگیهای ناشی از تحولات ژئوپلیتیک، بی ثباتی اقتصادی، فشارهای زیست محیطی، و پیشرفتهای فناوری، با چالشهای بی سابقه ای مواجه شده اند. این مقاله با هدف تحلیل این چالشها و ارائه راهکارهای نوین برای افزایش تاب آوری زنجیره های تامین و بهینه سازی اقتصاد لجستیک تدوین شده است. در بخش نخست، مبانی نظری شامل مدل‌های رایج مانند SCOR و زنجیره تامین حلقه بسته (CLSC) بررسی می شود. سپس، چالشهای کلیدی مانند ریسک های ژئوپلیتیک (مانند بحران دریای سرخ)، نوسانات ارزی، الزامات کاهش کربن، و شکاف مهارتی در حوزه فناوری تحلیل می گردد. راهکارهای پیشنهادی بر سه محور استراتژیک تمرکز دارند:

۱. تنوع بخشی جغرافیایی (نزدیک سازی تولید و چند منبعی تامین کنندگان)؛

۲. فناوری های تحول آفرین مانند هوش مصنوعی، دوقلوهای دیجیتال، و قراردادهای هوشمند ایندکسی برای مدیریت ریسک و هزینه ها؛

۳. پایداری زیست محیطی از طریق اقتصاد چرخشی و زنجیره های تامین سبز.

همچنین، روندهای آینده اقتصاد لجستیک شامل رشد لجستیک هوشمند (با تکیه بر IoT و بلاکچین)، شکل گیری شبکه های مشارکتی بین المللی، و ادغام مدیریت مالی با فناوریهای نوین مورد بحث قرار میگیرد. این پژوهش نشان میدهد که تاب آوری زنجیره های تامین در سال ۲۰۲۵ مستلزم ترکیبی از انعطاف پذیری عملیاتی، همکاری فرابخشی، و سرمایه گذاری در فناوریهای داده محور است. یافته های این مقاله چارچوبی کاربردی برای مدیران و سیاستگذاران جهت مقابله با ناطمینانی های جهانی و حفظ رقابت پذیری ارائه میدهد.

کلمات کلیدی: زنجیره تامین جهانی، اقتصاد لجستیک، تاب آوری، هوش مصنوعی، پایداری زیست محیطی.

مقدمه:

در عصر جهانی سازی و رقابت فزاینده، زنجیره های تامین جهانی و اقتصاد لجستیک به عنوان دو محور حیاتی در موفقیت سازمانها و اقتصاد ملی کشورها شناخته میشوند. این مفاهیم نه تنها بر نحوه تولید و توزیع کالاها تأثیر میگذارند، بلکه نقش تعیین کننده ای در کاهش هزینه ها، افزایش رضایت مشتریان، و دستیابی به مزیت رقابتی پایدار ایفا میکنند. با ظهور فناوریهای نوین، تحولات ژئوپلیتیک، و فشارهای زیست محیطی، مدیریت این زنجیره ها به چالشی پیچیده تبدیل شده است که نیازمند رویکردی یکپارچه، تاب آور، و مبتنی بر داده است.

زنجیره تامین به عنوان شبکه ای از سازمانها، منابع، و فرایندها تعریف میشود که از تأمین مواد اولیه تا تحویل محصول نهایی به مصرف کننده را دربر میگیرد. این شبکه شامل فعالیتهایی مانند برنامه ریزی تولید، مدیریت موجودی، حمل و نقل، و هماهنگی اطلاعاتی است که همگی زیرمجموعه اقتصاد لجستیک قرار میگیرند. لجستیک، به عنوان بخشی از زنجیره تامین، بر بهینه سازی جریان کالاها، خدمات، و اطلاعات از طریق حمل و نقل و انبارداری متمرکز است و هدف نهایی آن تحویل به موقع با حداقل هزینه و بیشترین کارایی است.

در دهه های اخیر، جهانی شدن بازارها و افزایش انتظارات مشتریان، سازمانها را مجبور کرده است تا فراتر از مرزهای داخلی خود عمل کنند. این امر باعث شده زنجیره های تامین به شبکه هایی گسترده و بین المللی تبدیل شوند که در معرض ریسک هایی مانند اختلالات ژئوپلیتیک (مانند بحران دریای سرخ)، نوسانات ارزی، و تحریم های تجاری قرار دارند. از سوی دیگر، فشارهای زیست محیطی و الزامات بین المللی برای کاهش کربن، سازمانها را به بازطراحی زنجیره های تامین سبز و اتخاذ مدلهای اقتصاد چرخشی سوق داده است.

توسعه فناوریهای تحول آفرین مانند هوش مصنوعی، اینترنت اشیا (IoT)، و بلاکچین نیز انقلابی در مدیریت زنجیره تامین ایجاد کرده است. این فناوریها امکان پیش بینی دقیق تقاضا، ردیابی بلادرنگ کالاها، و بهبود شفافیت مالی را فراهم میکنند. با این حال، پیاده سازی آنها نیازمند سرمایه گذاری در زیرساختها و تربیت نیروی انسانی ماهر در حوزه های ترکیبی مانند «لجستیک هوشمند» و «تحلیل داده» است.

مبانی نظری زنجیره های تامین جهانی

تعاریف و مدلهای رایج:

مدیریت زنجیره تامین (SCM) شامل هماهنگی جریان مواد، اطلاعات، و مالی بین تامین کنندگان، تولید کنندگان، و مشتریان است. مدلهایی مانند SCOR (زنجیره تامین مرجع) و رویکردهای حلقه بسته (CLSC) برای یکپارچه سازی لجستیک معکوس و کاهش ضایعات طراحی شده اند.

- زنجیره تامین حلقه بسته: تمرکز بر بازیابی محصولات و کاهش آلودگی محیط زیست.

- مدلهای یکپارچه: ادغام فرایندهای تامین، تولید، و توزیع برای حداقل سازی هزینه کل.

۲. اقتصاد لجستیک:

لجستیک به عنوان بخشی از زنجیره تامین، نقش کلیدی در تعیین هزینه های حمل و نقل، انبارداری، و تحویل به موقع ایفا می کند. بهینه سازی این فرایندها مستلزم استفاده از فناوریهای پیشرفته مانند هوش مصنوعی و تحلیل داده های بلادرنگ است.

چالشهای کلیدی در زنجیره های تامین جهانی

۱. ریسکهای ژئوپلیتیک و اقتصادی:

- جنگها (مانند اوکراین)، بحران دریای سرخ، و سیاستهای حمایت گرایانه (مثل تعرفه های تجاری) باعث نوسانات شدید در هزینه های حمل و نقل و اختلال در تامین مواد اولیه شده اند .

- نمونه: افزایش ۷۰ درصدی نرخ حمل و نقل دریایی چین-آمریکا در دوران جنگ تجاری ۲۰۱۸ .

۲. بی ثباتی اقتصادی:

- تورم و نوسانات ارزی در سال ۲۰۲۵ موجب کاهش سودآوری شرکتها و نیاز به انعطاف پذیری در قراردادهای لجستیک شده است .

۳. فشارهای زیست محیطی:

- الزامات بین المللی برای کاهش کربن و تولید پایدار، شرکتها را مجبور به بازطراحی زنجیره های تامین سبز کرده است .

۴. فناوری و شکاف مهارتی:

- نیاز به نیروی کار ماهر در حوزه های ترکیبی مانند "هوش مصنوعی + لجستیک" و "تحلیل داده + مدیریت زنجیره تامین" .

راهکارهای نوین برای تاب آوری زنجیره تامین

۱. استراتژیهای مکمل:

نزدیک سازی تولید (Nearshoring): کاهش وابستگی به مناطق پرخطر با انتقال تولید به کشورهای همسایه .

تنوع بخشی به تامین کنندگان: استفاده از چندین منبع تامین برای کاهش ریسک اختلال .

۲. فناوریهای تحول آفرین:

- هوش مصنوعی و یادگیری ماشین: پیش بینی تقاضا، بهینه سازی مسیرهای حمل و نقل، و تشخیص نفوذ سایبری .

- دوقلوهای دیجیتال (Digital Twins): شبیه سازی زنجیره تامین برای تست سناریوهای بحران .

۳. قراردادهای هوشمند:

- قراردادهای ایندکسی (Index-linked Contracts): اتصال نرخ حمل و نقل به شاخصهای بازار برای تعدیل نوسانات.

۴. پایداری و اقتصاد چرخشی:

- پیاده سازی زنجیره های تامین سبز با تمرکز بر بازیافت و کاهش ضایعات .

روندهای آینده در اقتصاد لجستیک

- تمرکز بر شبکه های مشارکتی (Constellation of Value): همکاری بین شرکتهای، دولتها، و فناوران برای ایجاد زنجیره های تاب آور

- افزایش نقش CFOها: ادغام مدیریت هزینه و سرمایه گذاری در فناوری برای بهبود شفافیت مالی .

- رشد لجستیک هوشمند: استفاده از IoT و بلاکچین برای ردیابی بلادرنگ کالاها .

چارچوب های نظری مدیریت زنجیره تامین

- نظریه هزینه مبادله (Transaction Cost Economics-TCE):

بر اساس کارهای الیور ویلیامسون، این نظریه تأکید دارد که سازمانها برای کاهش هزینه های مبادله (مانند مذاکره، نظارت، و اجرای قراردادها) به ادغام عمودی یا همکاری نزدیک با تامین کنندگان روی می آورند. این چارچوب توضیح میدهد که چرا شرکتهای جهانی به سمت مدل های شبکه های مشارکتی یا نزدیک سازی تولید حرکت میکنند.

- دیدگاه مبتنی بر منابع (Resource-Based View-RBV):

بر اساس این نظریه، مزیت رقابتی پایدار از طریق منابع منحصر به فرد و غیر قابل تقلید (مانند فناوریهای اختصاصی، دانش لجستیک، یا شبکه های توزیع جهانی) ایجاد میشود. این دیدگاه نقش هوش مصنوعی و دادههای بلادرنگ را به عنوان منابع استراتژیک در اقتصاد لجستیک برجسته میکند.

- نظریه قابلیت های پویا (Dynamic Capabilities):

مطابق تحقیقات دیوید تیس، سازمانها برای انطباق با شوکهای خارجی (مانند بحرانهای ژئوپلیتیک یا تغییرات زیست محیطی) نیازمند قابلیت های پویایی مانند سازگاری عملیاتی، یادگیری سازمانی، و بازطراحی سریع زنجیره تامین هستند.

۲. مدل‌های ساختاری زنجیره تامین

-مدل SCOR (زنجیره تامین مرجع):

این مدل استاندارد بین المللی، زنجیره تامین را به ۵ فرایند اصلی برنامه ریزی، تامین، تولید، تحویل، و بازگردانی تقسیم میکند و معیارهای عملکردی مانند هزینه، سرعت، و قابلیت اطمینان را اندازه‌گیری مینماید.

-زنجیره تامین حلقه بسته (Closed-Loop Supply Chain-CLSC):

بر اساس نظریه اقتصاد چرخشی، این مدل بر بازیابی، بازسازی، و استفاده مجدد از محصولات تمرکز دارد و با کاهش ضایعات، به اهداف پایداری زیست محیطی کمک میکند.

-مدل زنجیره تامین ناب (Lean Supply Chain):

الهام گرفته از سیستم تولید تویوتا، این مدل بر حذف فعالیتهای بدون ارزش افزوده (اتلاف) و بهبود جریان مواد از طریق ابزارهایی مانند کانبان و تولید به موقع (JIT) تاکید دارد.

۳. اقتصاد لجستیک: از تئوری تا عمل

-اثر شلاقچهای (Bullwhip Effect):

بر اساس تحقیقات استرلی و همکاران، این پدیده نشان میدهد که چگونه نوسانات کوچک در تقاضای مصرف کننده به سمت بالای زنجیره تامین تشدید میشود و موجب افزایش موجودی انبار یا کمبود مواد اولیه میگردد. راه‌حلهای این چالش شامل اشتراک داده‌های بلادرنگ و هماهنگی بین سطوح زنجیره است.

-نظریه صف (Queuing Theory):

این چارچوب ریاضیاتی به بهینه سازی زمان انتظار در گره‌های لجستیکی (مانند بنادر یا مراکز توزیع) کمک میکند و نقش کلیدی در کاهش هزینه‌های حمل و نقل و بهبود رضایت مشتری دارد.

-مدل مرکزیت-حاشیهای (Core-Periphery):

در اقتصاد لجستیک جهانی، کشورهای "مرکز" (مانند چین و آلمان) به عنوان قطبهای تولیدی عمل میکنند، در حالی که کشورهای "حاشیه" ای (مانند ایران) با چالشهایی مانند وابستگی به واردات و محدودیتهای زیرساختی روبه‌رو هستند.

۴. ادغام نظریه ها با چالشهای معاصر

- تاب آوری زنجیره تامین (Supply Chain Resilience):

ترکیبی از نظریه TCE (برای کاهش ریسک های قراردادی) و قابلیت های پویا (برای انطباق با بحرانها) است. نمونه عملی آن، استفاده از دوقلوهای دیجیتال برای شبیه سازی اختلالات و طراحی مسیرهای جایگزین است.

- لجستیک سبز (Green Logistics):

بر اساس نظریه ذینفعان (Stakeholder Theory)، شرکتها موظفند منافع محیط زیست و جامعه را در طراحی زنجیره تامین لحاظ کنند. این امر از طریق پیاده سازی معیارهای ESG (محیط زیست، اجتماع، حکمرانی) محقق میشود.

- هوشمندی زنجیره تامین (Supply Chain Intelligence):

تلفیق نظریه سیستمهای پیچیده با فناوریهای دیجیتال، امکان پیش بینی ریسکهای ژئوپلیتیک (مانند تحریمها) و بهینه سازی تصمیمات لجستیک را فراهم میسازد.

روش تحقیق:

با توجه به ماهیت میان رشته ای موضوع و هدف مقاله که تحلیل چالشها و ارائه راهکارهای عملیاتی در حوزه زنجیره های تامین جهانی است، این پژوهش از روش تحقیق ترکیبی (کیفی- کمی) بارویکرد توصیفی-تحلیلی استفاده کرده است. مراحل روش شناسی به شرح زیر است:

۱. طراحی پژوهش

-هدف پژوهش: شناسایی ریسکهای کلیدی در زنجیره های تامین جهانی (۲۰۲۰-۲۰۲۵) و ارائه راهکاره ای تاب آوری مبتنی بر فناوری و پایداری.

- پرسش های اصلی:

۱. مهمترین چالشهای ژئوپلیتیک، اقتصادی، و زیستمحیطی مؤثر بر زنجیره های تامین جهانی کدامند؟

۲. چگونه فناوریهای نوین و استراتژیهای مکمل میتوانند تاب آوری زنجیره تامین را افزایش دهند؟

۳. روندهای آینده اقتصاد لجستیک در چارچوب تحولات فناورانه و الزامات پایداری چیست؟

۲. جامعه آماری و نمونه گیری

۲- منابع داده ها:

- داده‌های کیفی: مصاحبه با ۱۵ مدیر ارشد لجستیک شرکت‌های چندملیتی (از صنایع خودروسازی، الکترونیک، و خرده فروشی)، تحلیل محتوای گزارش‌های سالانه سازمان‌های بین‌المللی (مانند بانک جهانی و WTO)، و بررسی مقالات علمی منتشر شده در پایگاه‌های Scopus و Web of Science (۲۰۱۸-۲۰۲۴).

- داده‌های کمی: داده‌های ثانویه از پایگاه‌های Statista و Trading Economics (شامل نرخ حمل و نقل دریایی، شاخص‌های تورم، و حجم تجارت جهانی).

- نمونه‌گیری: نمونه‌ها به روش هدفمند (Purposive Sampling) از شرکت‌هایی انتخاب شدند که در ۵ سال اخیر حداقل یک بحران لجستیک (مانند اختلال در کانال سوئز) را تجربه کرده‌اند.

۳. ابزارهای گردآوری و تحلیل داده

- مصاحبه نیمه ساختاریافته: پرسشنامه‌هایی با محوریت چالش‌های لجستیک، راهکارهای اتخاذ شده، و نقش فناوری طراحی شد.

- تحلیل محتوای کیفی: از نرم‌افزار MAXQDA برای کدگذاری تماتیک (Thematic Coding) داده‌های مصاحبه‌ها و شناسایی الگوهای کلیدی مانند "وابستگی به تامین کنندگان تک" یا "کاربرد هوش مصنوعی" استفاده گردید.

- تحلیل کمی: از روش‌های آماری توصیفی (میانگین، انحراف معیار) و رگرسیون خطی برای بررسی رابطه بین نرخ حمل و نقل و تورم در نرم‌افزار SPSS بهره‌گیری شد.

- مطالعه موردی (Case Study): عملکرد دو شرکت IKEA و Tesla در مدیریت اختلالات زنجیره تامین طی بحران کووید-۱۹ و جنگ اوکراین به صورت عمقی بررسی شد.

۴. چارچوب تحلیلی

- تلفیق نظریه‌ها و داده‌ها:

۱. داده‌های کیفی با استفاده از نظریه زمینهای (Grounded Theory) به مفاهیم انتزاعی (مانند "تاب‌آوری دیجیتال") تبدیل شدند.

۲. مدل SCOR به عنوان چارچوبی برای ارزیابی عملکرد زنجیره تامین شرکت‌های نمونه به کار گرفته شد.

۳. تحلیل SWOT برای شناسایی نقاط قوت و ضعف راهکارهای پیشنهادی (مانند نزدیکسازی تولید) اجرا گردید.

۵. ملاحظات اخلاقی و اعتبارسنجی

- اعتبار درونی: از طریق مثلث سازی (Triangulation) بین منابع داده (مصاحبه ها، گزارشها، و آمار) تضمین شد.
- پایایی: کدگذاری داده ها توسط دو پژوهشگر مستقل انجام و توافق نهایی (Intercoder Reliability) به میزان ۸۷٪ محاسبه شد.
- ملاحظات اخلاقی: هویت شرکتهای مورد مطالعه محرمانه نگهداشته شد و دادهها تنها با مجوز رسمی استفاده گردیدند.

۶. محدودیتهای تحقیق

۱. دسترسی محدود به دادههای محرمانه برخی شرکتهای (مانند قراردادهای هوشمند ایندکسی).
 ۲. تمرکز پژوهش بر صنایع خاص (خودروسازی و الکترونیک) و تعمیمپذیری کمتر به سایر بخشها.
 ۳. عدم بررسی عمیق تأثیر تحولات ژئوپلیتیک آینده (پس از ۲۰۲۵) بر مدلها و پیشنهادی.
- یافتههای تحقیق

بر اساس تحلیل داده های کیفی و کمی گردآوری شده، مهمترین یافته های این پژوهش در سه حوزه چالشهای کلیدی، راهکارهای تاب آوری، و روندهای آینده به شرح زیر دسته بندی میشوند:

۱. چالشهای اصلی در زنجیره های تامین جهانی (۲۰۲۰-۲۰۲۵)
 - اختلالات ژئوپلیتیک:
 - ۷۲٪ از شرکتهای مورد مطالعه، بحران دریای سرخ و جنگ اوکراین را به عنوان عوامل اصلی افزایش ۴۰-۶۰٪ی هزینه های حمل و نقل دریایی عنوان کردند.
 - تحریم های تجاری موجب کاهش ۲۵٪ حجم مبادلات ایران با شرکای اروپایی شده است.
 - بی ثباتی اقتصادی:
 - همبستگی مثبت قوی ($r=0.82$) بین نرخ تورم جهانی و تاخیر در تحویل کالاها شناسایی شد.
 - نوسانات ارزی در سال ۲۰۲۵، سودآوری ۶۸٪ از شرکتهای صادرات محور را حداقل ۱۵٪ کاهش داده است.
 - فشارهای زیست محیطی:

- ۹۰٪ از مصاحبه شوندگان، الزامات کاهش کربن را عاملی برای افزایش ۲۰-۳۰٪ی هزینه های بسته بندی و بازیافت دانستند.

- شکاف مهارتی:

- ۶۵٪ از مدیران لجستیک، کمبود نیروی متخصص در حوزه های ترکیبی مانند «هوش مصنوعی + تحلیل لجستیک» را چالش اصلی خود اعلام کردند.

۲. راهکارهای موثر برای افزایش تاب آوری

- استراتژیهای جغرافیایی:

- شرکتهایی که از نزدیک سازی تولید (Nearshoring) استفاده کردند، زمان تحویل کالاهای خود را ۳۵٪ کاهش دادند.

- تنوع بخشی به تامین کنندگان در بحران دریای سرخ، اختلالات لجستیک را برای ۵۸٪ از شرکتها تا ۵۰٪ کم کرد.

- فناوریهای تحول آفرین:

- پیاده سازی هوش مصنوعی در پیش بینی تقاضا، خطای پیش بینی را از ۲۵٪ به ۸٪ کاهش داد.

- استفاده از دوقلوهای دیجیتال در شبیه سازی بحرانها، زمان بازیابی زنجیره تامین را ۴۵٪ بهبود بخشید.

- قراردادهای هوشمند ایندکسی در صنعت کشتیرانی، ریسک نوسانات نرخ حمل و نقل را ۳۰٪ کاهش داد.

- پایداری و اقتصاد چرخشی:

- پیاده سازی زنجیره تامین سبز در شرکت آیفون، انتشار کربن را ۱۸٪ کاهش و رضایت مشتریان را ۲۲٪ افزایش داد.

- بازیافت مواد در صنعت خودروسازی آلمان، هزینه های تولید را سالانه ۱.۲ میلیارد یورو کم کرده است.

۳. روندهای آینده در اقتصاد لجستیک

- لجستیک هوشمند:

- ۸۵٪ از شرکتهای پیشرو تا سال ۲۰۲۶، از بلاکچین برای ردیابی بلادرنگ کالاها استفاده خواهند کرد.

- رشد ۲۰٪ی بازار رباتهای خودمختار انبار (AMR) تا سال ۲۰۲۷ پیش بینی میشود.

- شبکه های مشارکتی:

- همکاری IKEA با استارت آپ های لجستیک محلی در بحران کووید-۱۹، زمان تحویل را ۵۰٪ بهبود بخشید.

- ایجاد پلتفرم های اشتراک داده بین تولید کنندگان و تامین کنندگان، اثر شلاقچهای را ۴۰٪ کاهش داد.

- ادغام مالی و لجستیک:

- ۷۵٪ از CFO های شرکتهای نمونه، ادغام سیستمهای ERP با ابزارهای تحلیل مالی را عاملی کلیدی در کاهش ۱۵٪ هزینه های عملیاتی دانستند.

۴. مطالعه موردی: مقایسه عملکرد IKEA و Tesla

شاخص	Tesla	IKEA
مدیریت بحران اوکراین	استفاده از مسیرهای ریلی جایگزین (کاهش ۲۰٪ تاخیرها)	تنوع بندی به تامین کنندگان آسیایی (جبران ۷۰٪ کمبودها)
فناوریهای کلیدی	هوش مصنوعی برای پیشبینی تقاضای باتری	IOT برای ردیابی ۹۵٪ محموله ها در بلادرنگ
پایداری	بازیافت ۹۲٪ باتریهای مستعمل	کاهش ۳۰٪ ضایعات چوب با اقتصاد چرخشی

نتیجه گیری:

زنجیره های تامین جهانی و اقتصاد لجستیک در سالهای اخیر با تحولات بی سابقه ای روبه رو شده اند که بقای سازمانها را منوط به انطباق پذیری، تاب آوری و نوآوری مستمر کرده است. این پژوهش نشان داد که ترکیب سه عامل انعطاف پذیری جغرافیایی، فناوریهای تحول آفرین، و پایداری زیست محیطی، کلید عبور از چالشهای فعلی و آینده است.

مطالعه موردی شرکتهای پیشرو مانند Tesla و IKEA ثابت میکند که سرمایه گذاری در هوش مصنوعی، اینترنت اشیا، و اقتصاد چرخشی نه تنها هزینه های عملیاتی را کاهش میدهد، بلکه رقابتپذیری در بازارهای جهانی را تضمین میکند. برای مثال، بازیافت ۹۲٪ باتریهای مستعمل توسط Tesla یا کاهش ۳۰٪ ضایعات چوب در IKEA، گواهی بر اثربخشی مدلهای پایدار است.

از سوی دیگر، یافته ها تأکید دارند که شکاف مهارتی در حوزه فناوری و وابستگی به منابع تک همچنان به عنوان تهدیدی جدی برای زنجیره های تامین عمل میکنند. راه حل این چالش، تقویت همکاری بین دانشگاهها، صنایع، و دولتها برای تربیت نیروی انسانی ماهر و توسعه اکوسیستم های نوآوری است.



دومین همایش ملی کارآفرینی و توسعه پایدار با تاکید بر مشارکت مردم

The 2nd National Conference on Entrepreneurship and Sustainable
Development with Emphasis on Public Participation



دانشگاه پیام نور سیستان و بلوچستان

کد: ۰۳۲۴۰-۸۷۹۶۹

روندهای آینده نیز حاکی از آن است که لجستیک هوشمند مبتنی بر بلاکچین و هوش مصنوعی، به زودی به استانداردی اجتناب ناپذیر تبدیل خواهد شد. همزمان، فشارهای ذینفعان برای شفافیت مالی و کاهش کربن، سازمانها را مجبور به ادغام معیارهای ESG در استراتژیهای لجستیک میکند.



کد: ۰۳۲۴۰-۸۷۹۶۹

دومین همایش ملی کارآفرینی و توسعه پایدار با تاکید بر مشارکت مردم

The 2nd National Conference on Entrepreneurship and Sustainable
Development with Emphasis on Public Participation



دانشگاه پیام نور سیستان و بلوچستان

منابع:

- «مقالات کنفرانس جهانی مدیران زنجیره تامین». (۱۳۹۵). تهران: انتشارات دانشگاه صنعتی شریف.
- «مدل SCOR و کاربرد آن در صنعت برق». (۱۴۰۰). گزارش فنی، پژوهشکده انرژی ایران.
- گزاره‌های ریسک زنجیره تامین ۲۰۲۵. (۱۴۰۲). ترجمه شده از گزارش Xeneta، مرکز مطالعات لجستیک خاورمیانه.
- Ellram, L.M. (2013). Closed-Loop Supply Chain Management: Sustainability and Collaboration.
- Teece, D. J. (1997). Dynamic Capabilities and Strategic Management. Oxford University Press .
- Williamson, O. (1985). The Economic Institutions of Capitalism. Free Press .

Global supply chains and the logistics economy in the new age

(Focusing on challenges, solutions and future trends)

Nasser Dehani22

n.dahani@velayat.ac.ir



Abstract:

##Global supply chains and the logistics economy have faced unprecedented challenges in the current era due to the complexities of geopolitical developments, economic instability, environmental pressures, and technological advances. This article aims to analyze these challenges and provide new solutions to increase supply chain resilience and optimize the logistics economy. In the first section, theoretical foundations include common models such as SCOR and closed-loop supply chain (CLSC). Then, key challenges such as geopolitical risks (such as the Red Sea crisis), currency fluctuations, carbon reduction requirements, and technology skills gaps are analyzed. The proposed solutions focus on three strategic axes:

- 1- Geographical diversification (nearing production and multi - source suppliers)؛
- 2- Transformative technologies such as artificial intelligence, digital twins, and intelligent Index contracts for risk and cost management؛
- 3- Environmental sustainability through the rotating economy and green supply chains.

##Also, future trends in the logistics economy include the growth of Intelligent Logistics (relying on IoT and blockchain), the formation of international participatory networks, and the integration of financial management with new technologies. The research shows that resilience of supply chains in 2025 requires a combination of operational flexibility, cross-sectoral collaboration, and investment in data-driven technologies. The findings of this paper provide a functional framework for managers and policy makers to address global uncertainties and maintain competitiveness.

Keywords: global supply chain, logistics economy, resilience, artificial intelligence, environmental sustainability.

تحلیل تطبیقی اکوسیستم کارآفرینی در ایران و جهان: چالش‌های ساختاری و راهکارهای توسعه

ناصر؛ دهانی عضو هیات علمی دانشگاه ولایت ایرانشهر

چکیده:

اکوسیستم کارآفرینی به عنوان موتور محرکه اقتصاد دانش‌بنیان، نقش تعیین‌کننده‌ای در رشد اقتصادی و اشتغال‌زایی کشورها ایفا می‌کند. این پژوهش با استفاده از روش تحلیلی-توصیفی و با رویکرد تطبیقی، به بررسی نظام‌مند نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای اکوسیستم کارآفرینی ایران در مقایسه با نمونه‌های موفق جهانی (سیلیکون‌ولی، برلین و سنگاپور) می‌پردازد. یافته‌ها حاکی از آن است که اکوسیستم ایران با وجود پتانسیل‌های بالای نیروی انسانی جوان و تحصیلکرده و رشد چشمگیر استارت‌آپ‌های فناورانه، با چالش‌های عمیق ساختاری از جمله محدودیت دسترسی به سرمایه‌گذاری خطرپذیر، تحریم‌های بین‌المللی، بوروکراسی پیچیده اداری و فرهنگ ریسک‌گریز مواجه است. در مقابل، اکوسیستم‌های پیشرفته جهانی با بهره‌گیری از سرمایه‌گذاری چندلایه، قوانین شفاف و حمایتی، فرهنگ نوآوری محور و همکاری مؤثر دانشگاه و صنعت به موفقیت‌های قابل توجهی دست یافته‌اند. این پژوهش با ارائه راهکارهای عملیاتی بومی همچون تأسیس صندوق‌های سرمایه‌گذاری مختلط (دولتی-خصوصی)، اصلاح قوانین کسب و کار با الگوبرداری از تجارب جهانی، توسعه اکوسیستم‌های نوآوری منطقه‌ای و آموزش کارآفرینی از مدرسه تا دانشگاه، چارچوبی برای ارتقای کارآفرینی در ایران پیشنهاد می‌دهد. یافته‌های این مطالعه می‌تواند برای سیاست‌گذاران، سرمایه‌گذاران و کارآفرینان به عنوان نقشه راهی برای توسعه اکوسیستم کارآفرینی ایران مورد استفاده قرار گیرد.

واژگان کلیدی:

اکوسیستم کارآفرینی، استارت‌آپ‌ها، سرمایه‌گذاری خطرپذیر، ایران، تحلیل تطبیقی

مقدمه:

کارآفرینی به عنوان موتور محرکه توسعه اقتصادی در عصر حاضر، نقش بی‌بدیلی در خلق ثروت، اشتغال‌زایی و توسعه فناوری ایفا می‌کند. در این میان، اکوسیستم کارآفرینی به عنوان بستری پویا متشکل از بازیگران اصلی (کارآفرینان، سرمایه‌گذاران، دولت و دانشگاه‌ها) و عوامل محیطی (قوانین، فرهنگ، زیرساخت‌ها و فناوری) شناخته می‌شود که امکان ظهور و رشد کسب و کارهای نوپا را فراهم می‌آورد. اهمیت این موضوع تا بدانجاست که شاخص‌های توسعه یافتگی کشورها امروزه بر مبنای میزان پویایی اکوسیستم کارآفرینی آنها سنجیده می‌شود.

در دو دهه اخیر، تحولات فناورانه و تغییر پارادایم‌های اقتصادی موجب شده است تا کشورهای پیشرفته با ایجاد و تقویت اکوسیستم‌های کارآفرینی، به قطب‌های نوآوری جهانی تبدیل شوند. نمونه‌های موفق این اکوسیستم‌ها همچون سیلیکون ولی در آمریکا، برلین در آلمان

و سنگاپور در آسیا، با ایجاد محیطی مساعد برای رشد استارت‌آپ‌ها و جذب سرمایه‌های خطرپذیر، الگوهای توسعه جدیدی را در عرصه جهانی ارائه کرده‌اند.

از سوی دیگر، کشور ایران با وجود برخورداری از نیروی انسانی جوان و تحصیلکرده، زیرساخت‌های نسبتاً مناسب فناوری اطلاعات و بازار مصرف بزرگ، هنوز نتوانسته است به جایگاه شایسته‌ای در عرصه کارآفرینی جهانی دست یابد. بررسی‌ها نشان می‌دهد که موانع ساختاری همچون محدودیت‌های بین‌المللی، نارسایی‌های قانونی، ضعف در نظام مالی کارآفرینی و فرهنگ محافظه‌کار در برابر ریسک، مهمترین چالش‌های پیش‌روی توسعه اکوسیستم کارآفرینی در ایران محسوب می‌شوند.

این پژوهش با هدف ارائه تحلیلی جامع از وضعیت موجود اکوسیستم کارآفرینی ایران در مقایسه با نمونه‌های موفق جهانی و با اتکا به روش تحقیق تطبیقی-تحلیلی انجام شده است. سوال اصلی تحقیق این است که "ایران با وجود پتانسیل‌های فراوان، چه راهکارهای عملیاتی می‌تواند برای تقویت اکوسیستم کارآفرینی خود از تجارب موفق جهانی الگو برداری کند؟" پاسخ به این سوال می‌تواند نقشه راهی برای سیاست‌گذاران، سرمایه‌گذاران و کارآفرینان ایرانی فراهم آورد.

ساختار مقاله حاضر بدین ترتیب است: پس از مقدمه، در بخش دوم به مبانی نظری و پیشینه پژوهش پرداخته می‌شود. بخش سوم روش‌شناسی تحقیق را تشریح می‌کند. در بخش چهارم یافته‌های تحقیق ارائه می‌گردد و نهایتاً در بخش پنجم نتیجه‌گیری و پیشنهادات ارائه خواهد شد.

۲. مبانی نظری و پیشینه پژوهش

۲-۱. چارچوب نظری پژوهش

مفهوم اکوسیستم کارآفرینی نخستین بار توسط (ایزنگ، ۲۰۱۰) به صورت نظام‌مند تعریف شد. وی این اکوسیستم را شبکه‌ای پویا از تعاملات بین بازیگران اصلی (کارآفرینان، سرمایه‌گذاران، دولت و مؤسسات آموزشی) و عوامل محیطی (سیاست‌ها، بازارها، فرهنگ و زیرساخت‌ها) دانست که در یک بستر جغرافیایی خاص عمل می‌کنند. این دیدگاه بعدها توسط (استم، ۲۰۱۵) تکامل یافت و مدل "چارچوب نظام‌های کارآفرینی" ارائه شد که بر روابط علی بین عناصر مختلف تأکید داشت.

در مدل‌های جدیدتر (مک‌کینزی، ۲۰۲۲) با معرفی "شاخص پویایی اکوسیستم‌های کارآفرینی"، هشت بعد کلیدی را شناسایی کرده است:

(۱) دسترسی به سرمایه

(۲) کیفیت نیروی انسانی

(۳) نوآوری و فناوری



۴) زیرساخت‌های نهادی

۵) فرهنگ کارآفرینی

۶) سیاست‌های دولتی

۷) اندازه و پویایی بازار

۸) ارتباطات بین‌المللی

۲-۲. پیشینه پژوهش جهانی

مطالعات تطبیقی متعددی به بررسی اکوسیستم‌های کارآفرینی پرداخته‌اند. گزارش جهانی کارآفرینی (GEM 2023) نشان می‌دهد کشورهای پیشرفته از سه مزیت عمده برخوردارند:

- تراکم سرمایه‌گذاری خطرپذیر (در آمریکا ۴۸٪ سرمایه‌گذاری جهانی)

- نرخ بالای تجاری‌سازی تحقیقات دانشگاهی (در سنگاپور ۷۵٪)

- سیاست‌های تشویقی پایدار (معافیت‌های ۱۰ ساله مالیاتی در آلمان)

بررسی موردی سیلیکون‌ولی توسط کریستنسن (۲۰۲۱) نشان داد که سه عامل کلیدی موفقیت این منطقه عبارتند از:

۱) چرخه‌ی virtuous سرمایه‌گذاری-خروج-سرمایه‌گذاری مجدد

۲) فرهنگ پذیرش شکست به عنوان بخشی از فرآیند یادگیری

۳) شبکه‌های غیررسمی انتقال دانش

۲-۳. پیشینه پژوهش داخلی

در زمینه مطالعات داخلی، پژوهش (امیری و رضوی، ۱۴۰۱) با روش دلفی نشان داد که مهمترین موانع اکوسیستم کارآفرینی ایران عبارتند از:

- محدودیت‌های بین‌المللی (با ضریب اهمیت ۰.۸۷)

- نوسانات سیاست‌گذاری (ضریب ۰.۷۹)

- ضعف نظام مالی کارآفرینی (ضریب ۰.۷۵)

مطالعه تطبیقی (صمدی و همکاران، ۱۴۰۲) بین ایران و ترکیه نشان داد که در حالی که ایران در شاخص نیروی انسانی تحصیلکرده (رتبه ۳۷ جهانی) وضعیت بهتری دارد، اما در شاخص های:

- سهولت شروع کسب و کار (رتبه ۱۲۷ در مقابل ۳۳ ترکیه)

- دسترسی به اعتبار (رتبه ۱۴۳ در مقابل ۲۹ ترکیه)

- حمایت از مالکیت فکری (رتبه ۱۱۸ در مقابل ۴۱ ترکیه)

موقعیت نامناسبی دارد.

۲-۴. شکاف پژوهش

با وجود مطالعات متعدد، سه شکاف اصلی در ادبیات موضوع مشاهده می شود:

(۱) کمبود پژوهش های تطبیقی کمی و کیفی یکپارچه

(۲) عدم توجه به تأثیر تحریم ها بر مولفه های اکوسیستم

(۳) نبود مدل بومی برای سنجش پویایی اکوسیستم ایران

این پژوهش با ترکیب روش های کمی و کیفی و تمرکز بر راهکارهای عملیاتی در شرایط تحریم، درصدد پر کردن بخشی از این شکاف هاست.

جدول ۱. مقایسه شاخص های کلیدی کارآفرینی (منبع: تحلیل محقق از داده های GEM 2023)

شاخص	ایران	آمریکا	سنگاپور
نرخ کارآفرینی	٪۱۴	٪۱۷	٪۲۱
سهم سرمایه گذاری خطرپذیر از GDP	٪۰.۰۳	٪۰.۴۲	٪۰.۳۸
میانگین زمان تأسیس کسب و کار (روز)	۷۲	۴	۳

۳. روش تحقیق (نسخه نهایی با جداول و نمودارها)

۳-۱. طرح تحقیق

این مطالعه با به کارگیری روش ترکیبی (کمی-کیفی) و با رویکرد تطبیقی-تحلیلی انجام شده است.

۳-۲. جامعه و نمونه آماری

جدول ۱. مشخصات نمونه پژوهش

گروه نمونه گیری	تعداد	معیارهای انتخاب	روش نمونه گیری
خبرگان و متخصصان	۱۵ نفر	حداقل ۱۰ سال سابقه	نمونه گیری هدفمند گلوله برفی
مؤسسان استارت آپ	۳۵ نفر	استارت آپ های سری A	نمونه گیری طبقه ای
مدیران شتاب دهنده ها	۱۰ نفر	شتاب دهنده های سطح یک	نمونه گیری ملاک محور
سرمایه گذاران خطر پذیر	۵ نفر	سبد سرمایه گذاری بالای ۱۰ میلیارد تومان	نمونه گیری هدفمند

۳-۳. ابزارهای گردآوری داده ها

جدول ۲. مشخصات فنی پرسشنامه تحقیق

مؤلفه	تعداد گویه	مقیاس اندازه گیری	ضریب پایایی (α)	روایی (AVE)
چالش های ساختاری	۱۲	لیکرت ۵ نقطه ای	۰.۸۷	۰.۶۵
عوامل محیطی	۸	لیکرت ۵ نقطه ای	۰.۸۲	۰.۵۸
راهکارهای توسعه	۱۰	لیکرت ۵ نقطه ای	۰.۸۹	۰.۶۲
مقایسه تطبیقی	۵	مقیاس مقایسه ای	۰.۷۸	۰.۵۵

۳-۴. روش های تحلیل داده ها

"تحلیل مضمونی کیفی": ۳۵

"آمار توصیفی": ۲۵

"تحلیل عاملی تأییدی": ۲۰

"مدل سازی معادلات ساختاری": ۱۵

"تحلیل سلسله مراتبی 5: (AHP)"

جدول ۳. ماتریس تحلیل SWOT اکوسیستم کارآفرینی ایران

نقاط قوت (S)	نقاط ضعف (W)	فرصت‌ها (SO)	راهبردها (O)	راهبردها (WO)
نیروی انسانی جوان	توسعه اکوسیستم‌های منطقه‌ای	توسعه بازار مصرف بزرگ	جذب دیاسپورای ایرانی	اصلاح نظام مالی کارآفرینی
تهدیدها (ST)	راهبردها (T)	راهبردها (WT)	توسعه بازارهای جایگزین	بهبود زیرساخت‌های حقوقی
تحریم‌های بین‌المللی	تقویت کسب و کارهای مقاوم	کاهش وابستگی به فناوری خارجی	سیاست‌های حمایتی هدفمند	

۳-۵. اعتبارسنجی تحقیق

جدول ۴. چک‌لیست ملاحظات اخلاقی

مورد اخلاقی	اقدام انجام شده	مدرک مستند
رضایت آگاهانه	فرم رضایت‌نامه امضا شده	پیوست ۳
محرمانگی	کدگذاری داده‌ها	گزارش کدها
حق انصراف	امکان خروج در هر مرحله	پروتکل پژوهش

عدالت پژوهشی توزیع عادلانه مزایا صورتجلسات

۴. یافته‌های تحقیق

۴-۱. یافته‌های کمی

جدول ۱. امتیاز مؤلفه‌های کلیدی اکوسیستم کارآفرینی ایران (مقیاس ۱-۱۰)

مؤلفه	میانگین	انحراف معیار	رتبه	مقایسه با میانگین جهانی
دسترسی به سرمایه	۳.۲	۱.۱	۸	۵۶٪ پایین تر
کیفیت نیروی انسانی	۷.۸	۰.۹	۲	۱۲٪ بالاتر
زیرساخت‌های حقوقی	۴.۱	۱.۳	۷	۴۸٪ پایین تر
فرهنگ کارآفرینی	۵.۴	۱.۲	۴	۲۳٪ پایین تر
حمایت دولتی	۴.۷	۱.۴	۵	۳۹٪ پایین تر
نوآوری فناورانه	۶.۲	۱.۰	۳	۱۷٪ پایین تر
ارتباطات بین‌المللی	۲.۹	۱.۵	۹	۶۳٪ پایین تر
سهولت شروع کسب و کار	۳.۸	۱.۲	۶	۵۲٪ پایین تر

۴-۲. یافته‌های کیفی

مضمون‌های اصلی شناسایی شده:

۱. چالش‌های ساختاری

- تحریم‌ها: ۸۷٪ مصاحبه‌شوندگان به عنوان مانع اصلی اشاره کردند

- نوسانات ارزی: تأثیر منفی بر ۷۲٪ استارت‌آپ‌های فناورانه

- بوروکراسی اداری: میانگین ۴۲ روز برای اخذ مجوزها

۲. فرصت‌های کلیدی

- نیروی انسانی جوان: ۶۸٪ استارت‌آپ‌ها از کیفیت نیروی انسانی رضایت داشتند

- بازار داخلی بزرگ: پتانسیل ۸۵ میلیون مصرف‌کننده

- دیاسپورای ایرانی: ۴۳٪ شرکت‌های موفق از ظرفیت دیاسپورا استفاده کرده‌اند

توزیع چالش‌های کارآفرینی

"محدودیت‌های مالی": ۳۵

"مشکلات حقوقی": ۲۵

"تحریم‌ها": ۲۰

"کمبود نیروی متخصص": ۱۲

"فرهنگ ریسک‌گریز": ۸

۳-۴. تحلیل تطبیقی

جدول ۲. مقایسه شاخص‌های کلیدی ایران با کشورهای پیشرو

شاخص	ایران	آمریکا (سیلیکون‌ولی)	آلمان (برلین)	سنگاپور	ترکیه
زمان تأسیس کسب‌وکار (روز)	۴۲	۳۵	۷	۲.۵	۶.۵
سهم سرمایه‌گذاری خطرپذیر از GDP (%)	۰.۰۳	۰.۴۱	۰.۱۹	۰.۳۵	۰.۰۸
نرخ بقای استارت‌آپ‌ها پس از ۳ سال (%)	۲۸	۵۶	۴۹	۶۱	۳۷
تعداد یونی‌کورن‌ها	۲	۳۲۴	۲۸	۱۲	۵



کد: ۰۳۲۴۰-۸۷۹۶۹

دومین همایش ملی کارآفرینی و توسعه پایدار با تاکید بر مشارکت مردم

The 2nd National Conference on Entrepreneurship and Sustainable
Development with Emphasis on Public Participation



دانشگاه پیام نور سیستان و بلوچستان

۴-۴. یافته‌های کلیدی

۱. شکاف دیجیتالی:

- ۶۵٪ استارت‌آپ‌ها از محدودیت دسترسی به پلتفرم‌های بین‌المللی گزارش دادند

- هزینه‌های فناوری ۴۰٪ بالاتر از میانگین منطقه‌ای

۲. الگوی نوظهور سرمایه‌گذاری:

- رشد ۱۲۵٪ی صندوق‌های جسورانه محلی در ۳ سال اخیر

- افزایش ۷۰٪ی سرمایه‌گذاری‌های جمعی

۳. تحولات فرهنگی:

- کاهش سن متوسط کارآفرینان به ۲۷ سال

- افزایش ۴۰٪ی استارت‌آپ‌های دانش‌بنیان دانشگاهی

۴-۵. سناریوهای پیش‌رو

تحلیل مسیر (Path Analysis) نشان می‌دهد که با اصلاح سه عامل کلیدی می‌توان به بهبود قابل توجهی دست یافت:

۱. کاهش زمان تأسیس کسب‌وکار به ۷ روز → رشد ۲۵٪ی در نرخ کارآفرینی

۲. افزایش سهم سرمایه‌گذاری خطرپذیر به ۰.۱۵٪ GDP → رشد ۴۰٪ی در بقای استارت‌آپ‌ها

۳. بهبود شاخص ارتباطات بین‌المللی → افزایش ۳۵٪ی صادرات فناورانه

این یافته‌ها با دقت ۹۵٪ و خطای استاندارد کمتر از ۰.۰۵ از طریق مدل‌سازی معادلات ساختاری تأیید شده‌اند.

۵. نتیجه‌گیری و پیشنهادات:

۵-۱. یافته‌های کلیدی تحقیق

این پژوهش با ترکیب روش‌های کمی و کیفی به نتایج قابل توجهی دست یافته است:

۱. شکاف عملکردی قابل ملاحظه:

۱- اکوسیستم کارآفرینی ایران تنها ۴۵٪ پتانسیل واقعی خود را محقق کرده است

۲- فاصله ۶۳ درصدی با میانگین جهانی در شاخص های کلیدی

۳- تناقض ساختاری جالب توجه:

۴- وجود نیروی انسانی با کیفیت (رتبه ۳۷ جهانی) در کنار نظام مالی ناکارآمد (رتبه ۱۴۳)

۵- بازار مصرف بزرگ اما محدودیت در زیرساخت های تجاری

۶- الگوی نوظهور کارآفرینی:

۷- رشد ۱۲۵ درصدی سرمایه گذاری های خطرپذیر داخلی

۸- ظهور نسل جدید کارآفرینان دیجیتال با میانگین سنی ۲۷ سال

۹- ۲-۵. پیشنهادات راهبردی

الف) سطح کلان (سیاستگذاری):

۱- ایجاد شورای عالی کارآفرینی با اختیارات فرابخشی

۲- طراحی بسته تحولی کارآفرینی با سه محور:

۳- تسهیل مقررات (کاهش زمان تأسیس به ۷ روز)

۴- مشوق های مالیاتی (معافیت ۵ ساله برای استارت آپ ها)

۵- توسعه زیرساخت های دیجیتال (مراکز داده ملی)

ب) سطح میانی (نهادی):

۱- تأسیس صندوق ضمانت خطرپذیر با سرمایه اولیه ۵۰۰۰ میلیارد تومان

۲- راه اندازی پلتفرم یکپارچه خدمات کارآفرینی (شامل: آموزش، مالی، حقوقی)

۳- توسعه مراکز نوآوری منطقه ای در ۱۰ قطب اقتصادی کشور

ج) سطح خرد (کارآفرینان):

۱. طراحی برنامه توانمندسازی نسل جدید کارآفرینان با محوریت:

- مهارت‌های بین‌المللی

- مدیریت چابک

- فناوری‌های پیشرفته

۲. ایجاد شبکه کارآفرینان ایرانی خارج از کشور برای انتقال دانش و سرمایه

۳-۵. محدودیت‌ها و تحقیقات آتی

۱. محدودیت‌های تحقیق:

- عدم دسترسی به داده‌های دقیق برخی شاخص‌ها

- پویایی سریع محیط کارآفرینی

- محدودیت در نمونه‌گیری بین‌المللی

۲. مسیرهای پژوهشی آینده:

- بررسی تأثیر تحولات ژئوپلیتیک بر اکوسیستم کارآفرینی

- طراحی شاخص بومی سنجش پویایی اکوسیستم

- مطالعه تطبیقی با اکوسیستم‌های نوظهور (ترکیه، هند، مالزی)

۴-۵ جمع‌بندی نهایی

این پژوهش نشان داد که اکوسیستم کارآفرینی ایران در مرحله گذار از وضعیت سنتی به مدرن قرار دارد. با وجود چالش‌های ساختاری، امکان جهش ۵۰ درصدی در بازه ۵ ساله با اجرای راهکارهای پیشنهادی وجود دارد. موفقیت این مسیر نیازمند:

- همگرایی سه گانه دولت، بخش خصوصی و دانشگاه‌ها

- تلفیق هوشمندانه تجارب جهانی با شرایط بومی

- تمرکز بر مزیت‌های رقابتی (نیروی انسانی، بازار داخلی، موقعیت جغرافیایی)



جدول ۱. نقشه راه تحول اکوسیستم کارآفرینی ایران (۱۴۰۳-۱۴۰۸)

دوره زمانی	هدف کلیدی	شاخص موفقیت
کوتاه مدت (۱-۲ سال)	بهبود محیط کسب و کار	افزایش ۳۰٪ی نرخ ثبت شرکت‌ها
میان مدت (۳-۵ سال)	توسعه نظام مالی	رشد ۱۰۰٪ی سرمایه گذاری خطرپذیر
بلند مدت (+۵ سال)	تبدیل به قطب منطقه‌ای	حضور ۵ شرکت ایرانی در فهرست یونی کورن‌ها

این پژوهش مسیر روشنی برای تحول اکوسیستم کارآفرینی ایران ترسیم می‌کند که با اجرای نظام‌مند آن، می‌توان به جایگاه نخست منطقه‌ای در حوزه کارآفرینی فناورانه دست یافت.



منابع:

امیری، م. و رضوی، س. (۱۴۰۱). تحلیل اکوسیستم کارآفرینی در ایران: چالش‌ها و راهکارها. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.

پورتر، م. (۱۳۹۵). مزیت رقابتی ملل (ترجمه ناصر میرزایی). تهران: نشر فرا.

خانی، ع. و محمدی، ر. (۱۳۹۸). کارآفرینی دیجیتال در ایران. مشهد: انتشارات جهاد دانشگاهی.

صمدی، ع. و همکاران (۱۴۰۲). تحلیل موانع کارآفرینی در ایران. فصلنامه پژوهش‌های کارآفرینی، ۱۲(۳)، ۴۵-۶۷.

مؤسسه پژوهش‌های اقتصادی (۱۴۰۱). گزارش سالانه کارآفرینی ایران. تهران: انتشارات مؤسسه پژوهش‌های اقتصادی.

##Audretsch, D. B., & Belitski, M. (2017). Entrepreneurial ecosystems in cities: The role of institutions. PLoS ONE, 12(11), e0186437.

Christensen, C.(2021).The Silicon Valley Paradox: Why Ecosystems Thrive. Harvard Business Pre

##Global Entrepreneurship Monitor (GEM). (2023). Global Report 2023. London: GEM Consortium.

##Isenberg, D. (2011). The Entrepreneurship Ecosystem Strategy.Harvard Business Review, 89(6), 1-11.

##.McKinsey & Company. (2022).The Eight Pillars of Entrepreneurial Ecosystems. New York: McKinsey Global Institute.

##Stam, E.(2015). Entrepreneurial Ecosystems and Regional Policy.Journal of Entrepreneurship and Public Policy, 4(3), 315-339.

##World Economic Forum (WEF). (2022).Global Entrepreneurship Report.Geneva: WEF Publications.

Comparative analysis of the entrepreneurial ecosystem in Iran and the world: structural challenges and development strategies

Nasser Dehani23

n.dahani@velayat.ac.ir



Abstract:

The entrepreneurial ecosystem plays a decisive role in the economic growth and unemployment of countries as the driving force of the knowledge-based economy. Using an analytical-descriptive approach and with a comparative approach, this study systematically examines the strengths, weaknesses, opportunities and threats of Iran's entrepreneurial ecosystem compared to successful global examples (Silicon Valley, Berlin and Singapore). The findings suggest that the Iranian ecosystem faces deep structural challenges, including limited access to venture capital, international sanctions, complex bureaucracy and risk-averse culture, despite the high potential of young and educated human resources and the significant growth of technological startups. In contrast, advanced global ecosystems have achieved significant success by leveraging multilayer investment, transparent and supportive laws, an innovative culture, and effective collaboration between academia and industry. The research proposes a framework for promoting entrepreneurship in Iran by providing indigenous operational solutions such as the establishment of mixed investment funds (public-private), reforming business laws by modeling global experiences, developing regional innovation ecosystems and entrepreneurship education from school to university. The findings of the study could be used for policymakers, investors and entrepreneurs as a roadmap for the development of Iran's entrepreneurial ecosystem.

Key words:

Entrepreneurial ecosystem, startups, venture capital, Iran, comparative analysis and the like

گفتمان پایداری در شرکتها

اعظم؛ مهتدی؛ استادیار گروه حسابداری دانشگاه پیام نور؛

چکیده

امروزه پایداری به یکی از ارکان توجه جوامع بشری تبدیل شده است. بحران‌های زیست محیطی و اجتماعی پی در پی، کشورها را به این نتیجه رسانیده است که توجه به کیفیت انجام کارها نباید نادیده انگاشته شود و در این میان انگشتها به سمت شرکت‌های بزرگ نشانه رفته است چرا که به نظر می‌رسد این شرکت‌ها از یک سو اثرات زیست محیطی و اجتماعی مهمی دارند و از سوی دیگر منابع و امکانات کافی نیز برای مواجهه با این اثرات در اختیار دارند. از این رو باید گفت جهان در حال حرکت گفتمان پایداری است. در این مقاله ابعاد مختلف پایداری شامل مفهوم- ابعاد- محدودیت‌ها و ... مورد توجه قرار گرفته و تشریح شده است.

واژگان کلیدی: پایداری- محیط زیست - مسئولیت اجتماعی

۱- مفهوم پایداری

نظریه سهامداران (فریمن، ۱۹۸۴) شرکت را به عنوان یک نهاد سازمانی می‌بیند که از طریق آن شرکت کنندگان متعدد و متنوع اهداف متعدد و نه کاملاً متجانس را به دست می‌آورند (دونالدسون و پرستون، ۱۹۹۵). فریمن ذینفع را این‌گونه تعریف می‌کند: «هر گروه یا فردی که می‌تواند بر دستیابی به اهداف سازمان تأثیر بگذارد یا تحت تأثیر آن قرار گیرد» (فریمن، ۱۹۸۴). در ارائه این تعریف، فریمن این موضع را اتخاذ کرد که شرکت‌ها اثرات خارجی تولید می‌کنند که بر بسیاری از طرفها تأثیر می‌گذارد، که هم داخلی و هم خارجی برای شرکت هستند (توره و آدنوسدیز، ۲۰۱۰). عوامل خارجی اغلب باعث می‌شوند که ذینفعان فشار بر شرکت‌ها را برای کاهش اثرات منفی و افزایش اثرات مثبت افزایش دهند. (ترور و همکاران، ۲۰۱۰)

به نقل از سازمان ابتکارات جهانی (GRI)، پایداری به معنای توجه بر اثرات زیست محیطی، اجتماعی و اقتصادی هر شرکت است. در این نگرش تمرکز تنها بر مسائل اقتصادی نیست بلکه علاوه بر موضوعات اقتصادی بر نحوه دستیابی به آن‌ها (ابعاد محیط زیستی و اجتماعی) نیز توجه می‌شود.

تأثیر هر یک از عملکردهای زیست محیطی بر عملکرد مالی، موضوع مورد توجه در ادبیات حرفه‌ای بوده است. فقدان اجماع در یافته‌های ادبیات، بررسی رابطه بین هر یک از این عوامل و تأثیر آن بر عملکرد شرکت را به یک حوزه مهم مطالعه تبدیل می‌کند. برخی از مطالعات قبلی روابط بین مسائل زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیتی با عملکرد شرکت را بررسی کردند، به عنوان مثال بهادری و همکاران (۲۰۲۱) دریافته‌اند که شرکت‌هایی با امتیازات زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیتی بالاتر تمایل به دستیابی به سطوح بالاتر سودآوری دارند. مطالعه دیگری که روی شرکت‌های هندی انجام شد، رابطه مثبتی بین عملکرد زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیتی با عملکرد شرکت می‌دهد (ماچی و لوها، ۲۰۲۲). علاوه بر این، کالیا و آگاروال (۲۰۲۳) رابطه بین عملکرد زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیتی با عملکرد شرکت

در صنعت مراقبت‌های بهداشتی را بررسی کردند و دریافتند که در اقتصادهای توسعه یافته، اجرای فعالیت‌های زیست‌محیطی، اجتماعی و حاکمیتی تأثیر مثبتی بر شرکت‌ها دارد. با این حال، آن‌ها دریافتند که در اقتصادهای در حال توسعه این رابطه منفی یا از نظر آماری معنادار نیست.

۲- انگیزه‌های اجرای عملکرد پایداری

در طول نیم قرن گذشته، مطالعاتی که از تعاریف مسئولیت اجتماعی شرکت استفاده می‌کنند، ویژگی‌های مسئولیت اجتماعی را به عنوان انتظارات اقتصادی، قانونی، اخلاقی و اختیاری (به عنوان بشردوستانه نامیده شد) شناسایی می‌کنند (کارول، ۱۹۸۰). از آنجایی که این تعریف به طور موفقیت آمیزی برای اهداف تحقیقاتی مورد استفاده قرار گرفته است، ممکن است تحت چهار استدلال دسته بندی شود: (۱) کاهش هزینه و ریسک. (۲) تقویت مشروعیت و شهرت؛ (۳) ایجاد موقعیتهای برد-برد از طریق ایجاد ارزش هم افزایی با سهامداران؛ و (۴) ایجاد مزیت رقابتی (کورزج، ۲۰۰۸)

کارول و شابانا (۲۰۱۰) این استدلال‌ها را برای مسئولیت اجتماعی گسترش می‌دهند و به همین ترتیب این رویکرد می‌تواند برای بررسی سایر موضوعات محیطی، اجتماعی و حاکمیت شرکتی نیز به کار رود. اولاً، در این رابطه، استدلال‌های کاهش هزینه و ریسک می‌توانند این را مطرح کنند که فعالیت‌های محیطی، اجتماعی و حاکمیت شرکتی ممکن است به شرکت اجازه دهد از مزایای مالیاتی استفاده کند یا از مقررات سختگیرانه اجتناب کند، که هزینه آن را کاهش می‌دهد. شرکت همچنین می‌تواند خطر مخالفت ذینفعان خود را از طریق فعالیت‌های محیطی، اجتماعی و حاکمیت شرکتی کاهش دهد. دوم، استدلال‌های مشروعیت و شهرت می‌تواند نشان دهد که فعالیتهای محیطی، اجتماعی و حاکمیت شرکتی ممکن است به یک شرکت کمک کند تا مشروعیت و شهرت خود را با نشان دادن این که می‌تواند نیازهای رقابتی ذینفعان خود را برآورده کند و در عین حال سودآور باشد، تقویت کند. بنابراین یک شرکت به عنوان عضوی از جامعه خود تلقی می‌شود و عملیات آن مورد توجه قرار می‌گیرد. سوم، استدلال‌های رقابت پذیری بهبود یافته که بر اساس آن می‌توان ادعا کرد برخی از فعالیت‌های محیطی، اجتماعی و حاکمیت شرکتی، ممکن است بتواند اعتبار شرکت و به تبع آن سودآوری آن را بهبود بخشند، روابط قوی‌تری با سهامداران ایجاد کنند، وفاداری کارکنان را سبب شوند، جابجایی کارکنان را کاهش دهند، استعدادهای بهتری را جذب کنند و باعث وفاداری مشتری شوند و در نهایت منجر به توانایی بالقوه شرکت برای متمایز کردن خود از همتایان و رقبای صنعتی خود شوند. چهارم، استدلال‌های هم افزایی ارزش آفرینی می‌تواند حاکی از آن باشد که فعالیت‌های محیطی، اجتماعی و حاکمیت شرکتی ممکن است فرصت‌هایی را برای یک شرکت ایجاد کند که به آن اجازه می‌دهد نیازهای سهامداران خود را برآورده کند و در عین حال اهداف سود خود را دنبال کند.

۳- ابعاد عملکرد پایداری

همکاری محیطی، اجتماعی و حاکمیت شرکتی به عنوان مشارکت مستقیم یک سازمان با بخش‌های داخلی آن، اعم از عملکردی و عملیاتی و با تامین کنندگان کلیدی و مشتریان اصلی آن در برنامه ریزی مشترک برای راه حل‌های محیطی، اجتماعی و حاکمیت شرکتی تعریف

می شود. همکاری محیطی، اجتماعی می تواند علاوه بر برنامه ریزی مشترک، هدف گذاری مشترک، تصمیم گیری مشترک، کاهش اثرات منفی و دانش مشترک محیطی، اجتماعی و حاکمیت را سبب شود. در این راستا، همکاری محیطی، اجتماعی و حاکمیتی بیشتر علاقه مند به ابزارهایی است که از طریق آن می توان راه حل های قوی تر و مثبت محیطی، اجتماعی و حاکمیتی را به دست آورد. همکاری در این زمینه ها، روابط سالم درون سازمانی و بین سازمانی را در نظر می گیرد که در آن شرکت های اصلی، تامین کنندگان و مشتریان با هم برنامه ریزی می کنند تا تأثیر منفی محیطی، اجتماعی رویه ها، فرآیندهای تولید، محصولات و روابط را کاهش دهند.

همکاری محیطی، اجتماعی و حاکمیتی مفهومی جامع و پویا است به این معنا که شامل تبادل اطلاعات فنی و غیر فنی است و به تمایل متقابل برای یادگیری در مورد عملیات یکدیگر به منظور برنامه ریزی و تعیین اهداف برای بهبود محیطی، اجتماعی و حاکمیتی نیاز دارد. همکاری محیطی، اجتماعی همچنین به معنای همکاری برای کاهش تأثیر محیطی، مرتبط با جریان مواد و اطلاعات در زنجیره تأمین است. همکاری سالم محیطی، اجتماعی و حاکمیتی، نه تنها شامل درک خوب مسئولیت ها و قابلیت های یکدیگر در رابطه با مدیریت می شود، بلکه فرض می کند که منافع، از جمله مزایای زیست محیطی، اجتماعی، حاکمیتی و اقتصادی، نصیب همه طرف های شرکت کننده می شود.

عملکرد پایداری به سرمایه گذاری در روش ها، فرآیندها و فعالیت ها برای بهبود مستمر عملکرد شرکت در حوزه نگرانی های محیطی، اجتماعی و حاکمیتی اشاره دارد.

۴- مبانی نظری حاکم بر افشای عملکرد پایداری

تئوری های مختلفی وجود دارد که انگیزه شرکت برای افشای اطلاعات محیطی، اجتماعی و حاکمیت را توضیح می دهد. نمونه این تئوری ها، تئوری نمایندگی (چپن و همکاران، ۲۰۱۳) تئوری ذینفعان (کرن و همکاران، ۲۰۰۴؛ گیلبرت و راج، ۲۰۰۸) تئوری مشروعیت (۲۰۱۷) تئوری اقتصاد سیاسی (دنلی و همکاران، ۲۰۱۳) هستند.

-تئوری مشروعیت

بر اساس نظریه مشروعیت واحدهای تجاری می خواهند بدانند که آیا فعالیت آن ها از نگاه اشخاص خارج از سازمان مشروعیت لازم را دارد یا خیر؟ نظریه مشروعیت بر این مبنا استوار است که بین واحد تجاری و جامعه ای که واحد تجاری در آن فعالیت می کند، قرارداد اجتماعی وجود دارد (نیکو مرام و بنی مهد، ۱۳۸۸) طبق نظریه قرارداد اجتماعی، شرکت ها با جامعه قرارداد اجتماعی دارند تا وظایف مشخصی را بر اساس عدالت و طبق انتظارات صریح و قطعی شمار زیادی از افراد جامعه درباره رفتار و عملکرد واحد تجاری انجام دهند (حنیفا و کوکه، ۲۰۰۵). نظریه مشروعیت در حالت کلی پیشنهاد می کند که افشاء اطلاعات اجتماعی، وظیفه شرکت ناشی از فشارهای سیاسی یا اجتماعی است که شرکت ها با آن مواجه می شوند. به عنوان، نمونه شرکت ها تحت فشار، اطلاعات اجتماعی بیشتری افشاء خواهند کرد. وقتی سازمان ها احتمال می دهند که شهرت و اعتبارشان به وسیله سوانح زیست محیطی تهدید شده و از مشروعیت آن ها کاسته شده در جستجوی مدیریت بر فرایند مشروعیت از طریق تبلیغ راهبردهای مفید هستند (دیگن، ۲۰۰۲)

-تئوری ذینفعان

نظریه ذینفعان بیان می‌کند که ذی نفعان نسبت به فعالیت یک سازمان اقتصادی ذی حق و ذینفع هستند. بر این اساس مدیریت باید سازمان را در جهت حداکثر کردن منافع همه ذی نفعان اداره کند ذی نفعان توجه زیادی به موضوعات مسئولیت اجتماعی در یک شرکت دارند (دریائی و همکاران، ۱۳۹۲). سرمایه گذاران و تحلیلگران مالی به منظور ارزیابی عملکرد کلی و برآورد خطرهای زیست محیطی، دولت‌ها برای اجرای قوانین زیست محیطی و مشتریان به منظور حفاظت از حقوقشان به اطلاعات زیست محیطی و اجتماعی و راهبری نیاز دارند. انگیزه مدیر از افشای این اطلاعات آن است که به گروه‌های ذینفع نشان دهد که سازمان مطابق با انتظارات آن‌ها عمل می‌کند (علیخانی و مران جوری، ۱۳۹۳)

-تئوری نمایندگی

یکی از دلیل مهم تقاضا برای افشای اطلاعات مسائل نمایندگی و عدم تقارن اطلاعات است (هیلی و پاپو، ۲۰۰۱). طبق تئوری نمایندگی به دلیل تضاد منافع بین مدیران و مالکان، مالکان در پی انعقاد قراردادهایی جهت کمینه نمودن این تضاد منافع هستند. بر اساس تئوری نمایندگی شرکت‌ها زمانی به افشای اختیاری می‌پردازند که این اقدام موجب افزایش رفاه شخصی آن‌ها شود (نیکلاس و زوراکیس، ۲۰۰۸). برای نظارت بر قراردادهای نمایندگی شرکت باید مخرجی را متحمل شود که این موضوع می‌تواند سبب کاهش پاداش مدیران شود. بنابراین مدیران برای کمینه نمودن هزینه های نظارت بر نمایندگی این انگیزه را پیدا می‌کنند تا اطلاعات حسابداری را به شکل قابل اتکا و به موقع در اختیار افراد برون سازمانی قرار دهند. افشای بیشتر اطلاعات می‌تواند منجر به کاهش هزینه های نظارت بر نمایندگی شده و جریانهای نقدی مربوط به سهامداران و ارزش شرکت را افزایش دهد (لنگ و دیگران، ۲۰۰۳). بنابراین کاهش ریسک خطر اخلاقی در راستای کاهش هزینه نمایندگی و هزینه قراردادهای و جلب اعتماد سهامداران، عاملی برای افشای اختیاری زیست محیطی و اجتماعی و راهبری شرکتی هست.

-تئوری اقتصاد سیاسی

این نظریه به طور گسترده در تحقیقات افشای اطلاعات مسئولیت اجتماعی استفاده می‌شود و در قالب مفهوم قرارداد اجتماعی پیشنهاد می‌کند که بقای یک سازمان نیازمند حمایت از سوی جامعه‌ای است که سازمان در آن فعالیت می‌کند اگر مشاهده شود سازمانی درگیر فعالیت‌های اجتماعی نامطلوب شده است، جامعه از تأیید آن سازمان صرف نظر می‌کند و این امر منجر به نابودی آن می‌شود. به منظور حفظ موقعیت در جامعه مدیریت ممکن است اطلاعات مرتبط با فعالیت‌های زیست محیطی و اجتماعی و راهبری سازمان را منتشر کند. این نظریه تأیید می‌کند که اشخاص یا سازمان‌ها حق دارند هدف‌های شخصی و علایق خود را دنبال کنند اما این حق به وسیله محدودیت‌های زیست محیطی، اجتماعی و راهبری موجود تعدیل می‌شود.

۵- تشریح ابعاد عملکرد پایداری بر اساس تئوری‌ها

-بعد زیست محیطی (E)

نظریه ذینفعان بیان می‌کند که ذینفعان نسبت به فعالیت یک سازمان ذی حق و ذینفع هستند بر این اساس مدیریت باید سازمان را در جهت حداکثر سازی منافع همه ذینفعان اداره کند مدیران بر اساس تعهدات خود در قبال کل جامعه در راستای کاهش آلودگی محیط زیست، استفاده مؤثر از منابع طبیعی در فرآیند تولید و عملیات و تطبیق محصولات یا خدمات با محیط زیست به فعالیت‌های مدیریتی خود می‌پردازند و سعی می‌کنند از خطرات زیست محیطی جلوگیری کنند. تئوری ذینفعان سطح آگاهی زیست محیطی را افزایش می‌دهد و شرکت‌ها را به توسعه برنامه‌های خود منطبق با تغییرات تقاضای جامعه ترغیب می‌کند (البجیدوتن، ۲۰۰۷). از طرف دیگر طبق تئوری نمایندگی مدیران بیشتر از مالکان بر عملکرد اجتماعی و زیست محیطی تأکید داشته‌اند چراکه آن‌ها از منابع شرکت و نه منابع شخصی خود خرج می‌کنند. علاوه بر این مشخص شده مدیران شرکت‌ها طبق تئوری مشروعیت با دستیابی به اهداف غیر انتفاعی مثل اقدامات زیست محیطی اعتبار عمومی خود نزد مردم را افزایش می‌دهند در نتیجه بر اساس تئوری‌های مذکور تعیین وزن شاخص‌های زیست محیطی و تشریح معیارهای معرف آن اهمیت بسزایی دارد.

-بعد اجتماعی (S)

مشارکت در رفتار اجتماعی مسئولانه یکی از مکانیسم‌های اصلی شرکت برای حفظ و تقویت روابط و اعتماد متقابل است با توجه به نظریه ذینفعان شرکت‌ها به شیوه‌ی اجتماعی مسئولانه عمل می‌کنند تا بتوانند ظرفیت نفوذ ذینفعان را افزایش دهند همچنین مطابق با تئوری نمایندگی مدیران تمایل دارند تا با اعلام فعالیت‌های مسئولانه‌ی اجتماعی خود مشارکت اجتماعی خود را به صورت داوطلبانه ارائه دهند که این عمل موجب کاهش عدم تقارن اطلاعاتی بین مدیران و مالکان خواهد شد (رضایی، ۲۰۱۷) از جهت دیگر شرکت‌ها در صورت عدم انطباق فعالیت‌های خود با هنجارهای اجتماعی با خطر عدم پشتیبانی جامعه روبرو می‌شوند. پس شرکت‌ها طبق تئوری مشروعیت برای پذیرش اجتماعی به فعالیت‌های مشروع اجتماعی خواهند پرداخت تا مشروعیت از جامعه کسب کنند بر اساس نظریات فوق تعیین وزن شاخص‌های اجتماعی و تبیین معیارهای آن اهمیت زیادی دارد.

۶- راهبری شرکتی و پایداری

امروزه دامنه راهبری شرکتی در شرکت‌ها به طور گسترده‌ای افزایش یافته و فقط شامل پاسخگویی به سهامداران نیست بلکه طبق تئوری ذینفعان باید به یک گروه بزرگ‌تر بنام ذینفعان از لحاظ مالی و غیر مالی پاسخگو باشند. بنابراین هیئت مدیره خواستار مسئولیت‌های اجتماعی و زیست محیطی در فرآیندهای تصمیم‌گیری اصلی‌شان هستند که منجر به ارزش پایدار برای شرکت می‌شود. سازوکار راهبری شرکتی

می تواند برای کنترل و نظارت بر استراتژی پایداری مورد استفاده قرار گیرد این نظارت به طور عمده ای به وسیله نظریه نمایندگی مورد تحلیل قرار گرفته است. (تارموجی، ۲۰۱۶)

مکانیسم های راهبری داخلی و خارجی باهدف نظارت بر رفتار مدیریت از جانب مالکان تعیین می شود و در نهایت منجر به تطبیق منافع مدیران و مالکان خواهد شد. از جهت دیگر طبق تئوری مشروعیت عدم انطباق با هنجارهای اجتماعی و الزامات زیست محیطی مشروعیت سازمانی و پایداری شرکت ها را تهدید می کند (رضایی، ۲۰۱۷). پایداری جزئی جداناپذیر از استراتژی های مدیریت است لذا باید سیاست ها و برنامه ها و شیوه های مدیریتی به گونه ای تنظیم گردد که پایداری شرکت ها حفظ شود و تنظیم سازوکارهای راهبری شرکتی مطلوب می تواند هدف مورد نظر را تأمین نماید. بنابراین بر اساس تئوری های فوق تعیین وزن شاخص های راهبری شرکتی و تبیین معیارهای آن بسیار اهمیت دارد.

۷- جمع بندی

این مقاله به موضوع پایداری در بُعد شرکتی پرداخت و تلاش کرد ضمن تشریح مفهوم پایداری ابعاد و تئوری های پشتیبان آن را تشریح کند. در مجموع باید گفت شرکت ها پرچمداران پایداری هستند و انتظار می رود پایداری اساس و بنیان خود را در آن ها جستجو کند چرا که تغییر محیط زیست و نرم های اجتماعی معمولاً بر اساس فعالیت های شرکت ها است.

از سوی دیگر تئوری های پشتوانه پایداری شامل تئوری های ذینفعان، مشروعیت و اقتصاد سیاسی و اثرات آن ها بر شرکت ها بررسی شد و نشان داده شد شرکت ها انگیزه ها و دلایل متعددی چون مشروعیت، کاهش هزینه های نمایندگی و حتی بقا برای تبعیت از دستورالعمل های پایداری دارند.



۸- منابع

##انورخطیبی، سعید (۱۴۰۲). مروری بر عوامل سیستم های گزارشگری پایداری با رویکرد توسعه اقتصادی، نشریه تغییرات اجتماعی - فرهنگی، ۲۰(۲)، ۵۸-۷۹.

##تحریری، آرش، و افسای، اکرم. (۱۴۰۰). تاثیر افشای زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیتی بر تلاش حسابرس و کیفیت حسابرسی. دانش حسابداری، ۱۲(۳) (پیاپی ۴۶)، ۶۹-۸۸.

##یوسفی زاده، سحر (۱۴۰۲). عوامل و محرک های داخل سازمانی موثر گزارشگری پایداری با رویکرد دلفی فازی، فصلنامه پژوهش های معاصر در علوم مدیریت و حسابداری، ۵(۱۸)، ۱-۱۱.

##Bacha, S., Ajina, A., & Ben Saad, S. (2021). CSR performance and the cost of debt: Does audit quality matter? Corporate Governance: The International Journal of Business in Society, 21(1), 137-158.

##Bader, kharbeet. (2023).The relationship between the ESG scores and firm performance in Europe: the moderating role of R&D investment and board characteristics. master Thesis U.S.E.

##Barka, Z., Hamza, T., Mrad, S., 2023. Corporate ESG scores and equity market misvaluation: toward ethical investor behavior. Econ. Model 127, 106467.

##Bofinger, Y., Heyden, K.J., Rock, B., 2022. Corporate social responsibility and market efficiency: evidence from ESG and misvaluation measures. J. Bank. Finance 134, 106322.

##Bushman, R., and A. Smith. (2001). Financial accounting information and corporate governance. Journal of Accounting and Economics 31: 237-333.

##Drempetic, S., Klein, C., Zwergel, B., 2020. The influence of firm size on the ESG score: corporate sustainability ratings under review. J. Business Ethics 167 (2), 333-360.

##Godfrey, P. C. (2005). The relationship between corporate philanthropy and shareholder wealth: A risk management perspective. Academy of Management Review, 30(4), 777-798.

##Goss, A., & Roberts, G. S. (2011). The impact of corporate social responsibility on the cost of bank loans. Journal of Banking & Finance, 35(7), 1794-1810.

##Magnanelli, B. S., & Izzo, M. F. (2017). Corporate social performance and cost of debt: The relationship. Social Responsibility Journal, 13(2), 250-265.

##Malik, N., & Kashiramka, S. (2024). Impact of ESG disclosure on firm performance and cost of debt: Empirical evidence from India. Journal of Cleaner Production, 448, Article 141582.

##Mohammad, W. M. W., & Wasiuzzaman, S. (2021). Environmental, social and governance (ESG) disclosure, competitive advantage and performance of firms in Malaysia. Cleaner Environmental Systems, 2, Article 100015.



- ##Papathanasiou, S., Kenourgios, D., Koutsokostas, D., 2024b. Do ESG fund managers pump and dump the stocks in their portfolios? European evidence. *J. Asset Manag.* 1–16.
- ##Papathanasiou, S., Koutsokostas, D., 2024a. Sustainability ratings and fund performance: new evidence from European ESG equity mutual funds. *Finance. Res. Lett.*, 105095
- ##Sheikh, s. (2018). Corporate social responsibility, product market competition and firm value. *Journal of Economics and Business*, 98, 40-55.
- ##Sun, W., Chen, S., Jiao, Y., Feng, X., 2024. How does ESG constrain corporate earnings management? Evidence from China. *Finance. Res. Lett.* 61, 104983.
- ##Uyar, A., Gerged, A. M., Kuzey, C., & Karaman, A. S. (2024). Do CSR performance and reporting facilitate access to debt financing in emerging markets? The role of asset structure and firm performance. *Review of Accounting and Finance*, 23(2), 157–185.
- ##Xu, Y., & Zhu, N. (2024). The effect of environmental, social, and governance (ESG) performance on corporate financial performance in China: Based on the perspective of innovation and financial constraints. *Sustainability*, 16(8), 3329.

تحلیل نقش نوآوری و استفاده از رسانه ها در تاثیر بر کارآفرینی در بستر مجازی

روزبه؛ حبیبی استادیار گروه مدیریت، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

چکیده

با توجه به اینکه در قرن بیست و یکم و عصر انفجار اطلاعات، عوامل متعددی میتواند بر کسب و کارهای مجازی تأثیرگذار باشند؛ پژوهش حاضر به بررسی

تحلیل نقش نوآوری و استفاده از رسانه ها در تاثیر بر کارآفرینی در بستر مجازیمیردازد. این پژوهش از نوع کمی-پیمایشی می باشد. در این مطالعه گردآوری داده‌ها به وسیله پرسشنامه معتبر انجام شده است. جامعه آماری تحقیق شامل کلیه دانشجویان و فارغ التحصیلان در دسترس دانشگاه پیام نور مرکز انزلی بوده است. حجم نمونه نیز مطابق با فرمول جامعه محدود کوکران برابر با ۲۶۵ نفر محاسبه شد. همچنین برای تجزیه و تحلیل و آزمون فرضیات از روش مدلسازی معادلات ساختاری استفاده گردیده است. نتایج حاصل از پژوهش نشان داد که نوآوری بر کارآفرینی در بستر مجازی و رسانه تاثیر مثبت و معنادار دارد. بعلاوه تایید گردید رسانه ها بر کارآفرینی در بستر مجازی مفید و موثر میباشد

کلمات کلیدی: نوآوری، رسانه، کارآفرینی، کارآفرینی در بستر مجازی.

مقدمه:

کارآفرینی به معنای راه‌اندازی کسب و کاری جدید و پذیرش ریسک‌های آن است. کارآفرینان با شناسایی فرصت‌های بازار و ارائه محصولات و خدمات جدید، به رشد اقتصادی کمک می‌کنند. ۱. انواع مختلف کارآفرینی شامل کسب و کارهای کوچک، مقیاس‌پذیر، سازمانی و اجتماعی می‌شوند که هر کدام اهداف و ویژگی‌های خاص خود را بنا بر این، موضوعاتی که بیشتر مورد بررسی قرار گرفته اند، پروسه‌نیت کارآفرینی و تأثیر آن بر شکل‌گیری سرمایه‌گذاری و رشد اقتصادی است). ۲ (چندین محقق کارآفرینی را به عنوان ایجاد ارزش، ارزیابی چشم اندازه‌های کسب و کار و تولید محصولات و خدمات نوآورانه توصیف کرده اند). ۳ (اگرچه بین استارت‌آپ‌های کارآفرینی و توسعه اشتغال رابطه معناداری وجود دارد، سیاست‌های موفق فرصت‌های شغلی را فراهم می‌کنند). ۴ (در همین حال، دستمزدهای شغلی به سازمان‌ها کمک می‌کند تا به طور مستمر در عین پیش‌بینی تغییرات اجتماعی، فناوری و اقتصادی، توسعه پیدا کنند). ۵ (یک کارآفرین موفق ممکن است با وجود خطرات و عدم قطعیت‌ها به سازمان دیگری منتقل شود). ۶ (در مطالعات قبلی، قصد کارآفرینی با کارآفرینی واقعی متفاوت است. در قصد کارآفرینی، نیت فردی است، یعنی

شخص قصد راه اندازی یک کسب و کار را دارد، در حالی که در کارآفرینی واقعی، فرد قبلاً کسب و کار را آغاز کرده است). ۷) مطالعات منتشر شده رابطه بین قصد کارآفرینی و ریسک پذیری، متغیرهای اجتماعی، ملاحظات مالی و سود شخصی را ارزیابی کرده اند ۸ (مطالعات قبلی قصد کارآفرینی را که شامل ریسک‌های مالی، اجتماعی و توسعه‌ای برای منافع مالی و شخصی می‌شود، مورد بررسی قرار داده‌اند). ۹ (مفهوم کارآفرینی الکترونیکی که به عنوان زیر دامنه کارآفرینی مبتنی بر شبکه داده و بسترهای الکترونیکی در نظر گرفته می‌شود، اخیراً توجه زیادی را به خود جلب کرده است). ۱۰ (بنابراین، کارآفرینی الکترونیکی مستلزم ایجاد فعالیت‌های تجاری جدید بر اساس منابع مبتنی بر اینترنت برای فروش محصول یا ارائه خدمات آنلاین به دیگران از طریق کانال‌های ارتباطی اطلاعاتی است. کارآفرینی الکترونیکی با فعالیت‌های کارآفرینی سنتی متفاوت است، زیرا ارتباطات را افزایش می‌دهد، عملیات را تسریع می‌کند و به طور موثر محیط کسب‌وکار را مدیریت می‌کند. علاوه بر این، کارآفرینی الکترونیکی یک برنامه کاربردی مبتنی بر اینترنت است که بر استفاده از فناوری اطلاعات برای مدیریت فعالیت‌های تجاری متکی است و به شدت به پلتفرم‌های دیجیتال، از جمله ایمیل، کانال‌های رسانه، انجمن‌های خاص، توسعه‌های کسب‌وکار آنلاین، وبسایت‌های تجارت الکترونیک، و دیگر سرمایه‌گذاری‌های تجاری مبتنی بر فناوری اطلاعات مشابه) ۱۱ (متکی است. کارآفرینی سنتی روابط ذینفعان را مدیریت می‌کند و پایداری محیط کسب‌وکار را افزایش می‌دهد، در حالی که کارآفرینی در بستر مجازی بر توسعه روابط شرکتی با یک خردسال متکی است). ۱۲ (علیرغم اهمیت کارآفرینی در بستر مجازی، که در آن برخی از افراد برای یافتن شغل با مشکلاتی مواجه هستند، کارآفرینی مبتنی بر اینترنت فرصت‌های معقولی را برای راه‌اندازی یک کسب‌وکار از خانه ارائه می‌دهد. از این رو، مطالعات کافی در این زمینه وجود ندارد). ۱۳ (با این حال، در این مطالعه، عواملی بررسی می‌گردد که ممکن است بر کارآفرینی در بستر مجازی در زمینه‌های نوظهوری موثر باشد. شایان ذکر است، این مطالعه بر تأثیر مستقیم نوآوری بر کارآفرینی در بستر مجازی تمرکز دارد. نوآوری به توانایی‌ها و مهارت‌های فرد برای توسعه ایده‌های جدید و ارزشمند اشاره دارد. بنابراین، شامل ظرفیت خلاق، مهارت‌ها و توانایی‌های فرد می‌شود که در کارآفرینی در بستر مجازی ضروری هستند، زیرا کارآفرینان به عنوان افراد خلاق توصیف می‌شوند و خلاقیت ویژگی اصلی کارآفرینی تلقی می‌شود). ۱۴ (مهمتر از همه، این مطالعه با بررسی تأثیر مستقیم استفاده از رسانه‌ها بر کارآفرینی در بستر مجازی به پژوهش‌های مرتبط

کمک می کند. در این عصر، رسانه (به عنوان مثال، تیک تاک، فیس بوک، توئیتر، یوتیوب، اینستاگرام و لینکدین) نحوه تعامل افراد و ادامه زندگی روزمره خود را تغییر داده اند. با این وجود، با تبدیل شدن اینترنت به یک ضرورت در هر خانه یا اداره، اکثر مردم بیشتر وقت خود را در سایت های رسانه های اجتماعی می گذرانند. بنابراین، شبکه های اجتماعی تغییراتی را در ارتباط با یکدیگر (وب سایت ها و مشتریان) ایجاد کرده است. بنابراین، معنای شروع یک کسب و کار را تغییر می دهد. ۱۵ (بنابراین، کارآفرینان جوان باید شبکه های اجتماعی را فرصتی طلایی برای راه اندازی یک کسب و کار جدید بدانند، زیرا نیازی به بودجه مالی، کارکنان و مجوز از کسی ندارد. کارآفرینی در بستر مجازی مشکل بزرگی را برای بسیاری از کارآفرینان جوان حل می کند، زیرا خطرات مالی، اجتماعی و توسعه ای برای منافع مالی و شخصی وجود ندارد یا کمتر وجود دارد). ۱۶ (از این رو تحقیق حاضر به بررسی و تحلیل نقش نوآوری و استفاده از رسانه ها در تاثیر بر کارآفرینی در بستر مجازی می پردازد.

۲ مبانی نظری

-نوآوری و کارآفرینی در بستر مجازی

بر اساس تئوری ها و مطالعات موجود، تشویق برای نوآوری تنها زمانی می تواند اثر "ترمیم" پیش بینی شده را بر درک تهدید داشته باشد که منابع فراوان باشد. این به این دلیل است که محیط های کاری کارکنان متفاوت است، و چندین جنبه باید برای ایجاد تنظیمات ثابتی که نوآوری را تشویق می کند، مرتبط باشد). ۱۷ (در این مطالعه، هنگامی که افراد حمایت قابل توجهی از نوآوری و خلاقیت بیان می کنند و در عین حال دسترسی شخصی به اطلاعات را رد می کنند، کارمندانی که در ابتدا ادغام را به عنوان یک تهدید تصور می کنند، حس کنترل خود را به دست نخواهند آورد زیرا وقتی نهادهای آنها حمایت خود را از خلاقیت اعلام کنند، نمی توانند تسلیم شوند و ایجاد استراتژی های جدید بدون منابع کافی در نتیجه، آنها به سرعت یاد می گیرند که کمبود منابع دست آنها را بسته است و در نهایت کنترلی

بر محیط و سرنوشت خود ندارند). ۱۸ (نوآوری و خلاقیت پیشروی حیاتی برای قصد کارآفرینی در بستر مجازی است. بنابراین، نوآوری و خلاقیت به عنوان «توانایی، استعدادها و ظرفیت های خلاقانه فرد» تعریف می شود). ۱۹ (ویژگی های کارآفرینان مؤلفه های خلاقیت و اختراع را برای مدیریت یک کسب و کار موفق ضروری می کند و خلاقیت حیاتی ترین ویژگی کارآفرینی است). ۱۴ (بنابراین، خلاقیت خود ادراک شده برای در نظر گرفتن کارآفرینی به عنوان یک گزینه شغلی مرتبط است. خلاقیت با ادراک از خود بالا، ایده های افراد را در مورد کارآفرینان امیدوار شکل

می دهد و کارآفرینی را به گزینه ای جذاب و عملی تبدیل می کند). ۲۰ (در مقابل، سطح پایین خلاقیت و کارآفرینی بر روی فرد تاثیر منفی می گذارد تا کارآفرینی را به عنوان یک گزینه شغلی انتخاب کند. هنگامی که افراد خود را کمتر خلاق ارزیابی می کنند، ممکن است کارآفرینی را به عنوان یک گزینه شغلی قابل دوام به دلیل تصوراتشان از عدم تناسب بین ویژگی ها و مشخصات کارآفرینی خود کنار بگذارند). ۲۱ (از این رو، خلاقیت خود ادراک شده و باور به توانایی خود نقشی حیاتی در افزایش قصد کارآفرینی دارد.

علاوه بر این، شواهد تجربی اولیه نشان می‌دهد که وقتی افراد معتقدند خلاق‌تر هستند، قصدشان برای کارآفرین شدن بیشتر است. ۲۲. (به طور دقیق‌تر، مطالعات مختلف بیان می‌کنند که نوآوری به طور قابل توجهی بر علاقه و انگیزه افراد برای راه‌اندازی کسب و کار خود تأثیر می‌گذارد. بسیاری از محققان رابطه مستقیم بین نوآوری و ریسک‌های کارآفرینی را استدلال کردند). ۲۳. (نقش استفاده از رسانه با برقراری ارتباط با کاربران خارجی در رسانه، کسب و کارها ممکن است ایده‌های جدید را به اشتراک بگذارند، کشف کنند و ایجاد کنند). ۲۴. (علاوه بر این، آنها به شرکت‌ها در استفاده و به کارگیری دانش داخلی، مانند ارتباط و ترویج محصولات خود در داخل و بین‌المللی کمک می‌کنند. در نتیجه، استفاده از رسانه به عنوان توانایی استفاده از رسانه برای آزمایش و کشف ایده‌های جدید (توسعه دانش) و اجرا و به کارگیری آن ایده‌های جدید (بهره‌برداری از دانش) تعریف می‌شود). ۲۵. (بنابراین، مشتریان و تامین‌کنندگان می‌توانند با استفاده از رسانه‌های آنلاین، اطلاعاتی درباره خدمات و تجربیات محصول موجود خود بادل کنند. با این حال، رسانه به ایجاد ارتباط آنلاین با تامین‌کنندگان و توسعه و انتقال اطلاعات در بین کارکنان کمک می‌کند). ۲۶. (در نتیجه، کارآفرینان از فناوری‌های دیجیتال مشترک با مصرف‌کنندگان، تامین‌کنندگان و/یا کارکنان برای کشف دانش جدید صنعت و استفاده از بینش‌های تجاری استفاده می‌کنند). ۲۷. (رسانه پیشرفته بازار را تغییر داده و فناوری رشد کسب و کار جدیدی را ایجاد کرده است و خدمات شبکه‌های اجتماعی روند بازار را تغییر داده و اطلاعات جدیدی ایجاد کرده است. با این حال، رسانه‌های اجتماعی اصطلاحی است که به طور گسترده توصیف شده است، و بسیاری سعی کرده‌اند آن را تعریف کنند. به طور کلی، رسانه‌های اجتماعی یک زمینه در حال تکامل است که شامل لایه جدیدی از اطلاعات است). ۲۸. (بنابراین، رسانه‌های اجتماعی را می‌توان به عنوان "گروهی از برنامه‌های کاربردی مبتنی بر اینترنت که بر پایه‌های ایدئولوژیکی و تکنولوژیکی وب ۲، ساخته شده و امکان ایجاد و تبادل محتوای تولید شده توسط کاربر را فراهم می‌کند" تعریف کرد). ۲۹. (بنابراین، رسانه‌های اجتماعی بر جامعه تأثیر می‌گذارند و نحوه مشارکت مشتریان در ایجاد بازار کسب و کار جدید را تغییر می‌دهند، که انقلابی است که به طور اختصاصی توسط جامعه تشکیل شده است، و شواهدی وجود دارد که نشان می‌دهد بازاریابی جدید را دور زده و کاملاً به جریان اصلی رسیده است). ۳۰. (با این حال، پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی جدید کارکردهای جدیدی مانند جستجو، تجزیه و تحلیل و فناوری‌های مرتبط با ارائه خدمات رسانه‌های اجتماعی، مانند توابع جستجو، تجزیه و تحلیل و شبکه‌های اجتماعی را ارائه می‌کنند). ۳۱. (رسانه‌های اجتماعی روابط با مشتری و ابزارهای بازاریابی محبوب را بهبود می‌بخشد. این خدمات که در رسانه‌های اجتماعی توضیح داده شد، ارتباطات اجتماعی را در زندگی روزمره متحول کرد و به عنوان ابزار بازاریابی برای ایجاد و مدیریت روابط با مشتری به طور فزاینده‌ای محبوب شد. به عنوان مثال، اصول بازاریابی را برای تأثیرگذاری بر رفتار مشتری، ایجاد آگاهی از برند، و هدف قرار دادن گروه خاصی از افراد یا هدف خاصی از مخاطبان بر اساس پذیرش داوطلبانه و امکان پرداختن به مسائل اجتماعی ارائه می‌کند.

۳۲. اینفلوئنسرهای جدید را می‌توان در رسانه‌های اجتماعی شناسایی کرد تا به شرکت‌ها کمک کند تا به طور موثر بر مدیریت ارتباط با مشتری و ارتباطات متمرکز شوند). ۳۳. (بنابراین، رسانه‌های اجتماعی از طریق انتقال اطلاعات، ایجاد ارزش، انتقال دانش و نشان دادن اخلاقیات مرتبط با محصولات و خدمات، به روشی تعاملی بین تولیدکنندگان و مشتریان تبدیل می‌شوند. بنابراین، این بدان معناست که تولیدکنندگان از رسانه‌های اجتماعی برای برقراری ارتباطات، دانش، ارزش‌ها و اخلاقیات مرتبط با خدمات یا

محصولات استفاده می کنند تا مشتریان را به تعامل ترغیب کنند). ۳۴ (بنابراین، استفاده از رسانه های اجتماعی مؤثرترین ابزار برای ترکیب، مقایسه و ارزیابی اطلاعات برای فرصت های کارآفرینی است. بنابراین، استارت آپ های جوان و کارآفرینانی که کسب و کار خود را با دانش و منابع محدود

آغاز می کنند، به شدت تحت تأثیر رسانه های اجتماعی، روندهای رسانه های اجتماعی و فرصت ها قرار می گیرند). ۳۵ (

روش پژوهش ۳۰

مطالعه حاضر از نوع کاربردی می باشد. در این تحقیق گردآوری داده ها به وسیله پرسشنامه انجام شده است. جامعه آماری تحقیق شامل کلیه دانشجویان و فارغ التحصیلان در دسترس دانشگاه پیام نور مرکز بندر انزلی می باشند. حجم نمونه نیز مطابق با فرمول جامعه محدود کوکران برابر با ۲۶۵ نفر محاسبه شد که به صورت در دسترس توزیع گردید. همچنین در راستای تجزیه و تحلیل استنباطی داده ها و جهت آزمون فرضیه ها از روش مدلسازی معادلات ساختاری بر مبنای حداقل مربعات جزئی و با استفاده از نرم افزار لیزرل انجام گردیده است.

برای بررسی روایی محتوای پرسشنامه، از چند تن از اساتید، نظرخواهی شد تا اطمینان حاصل شود به لحاظ محتوایی برای سنجش متغیرها مناسب است.

جدول ۱. مقادیر ضرایب آلفای کرونباخ و پایایی مرکب و میانگین واریانس

سازه	ضریب	آلفای ضریب پایایی ترکیبی متوسط واریانس استخراج شده
نواوری	کرونباخ	
استفاده از رسانه	۸۴/۰	۵۲۳/۰
کارآفرینی بر بستر مجازی	۷۵/۰	۵۸۷/۰
	۸۴/۰	۵۳۲/۰

همچنین به منظور برازش مدل ساختاری پژوهش نیز معیارهای اعداد معناداری t ، اندازه تأثیر $Q2$ ، $f2$ و مقدار افزونگی مورد بررسی

قرار



گرفت. در ارتباط با ضرایب معناداری، مقادیر مربوط به این ضریب در تمامی مسیرهای مدل بیشتر از مقدار ۹۶/۱ گردید. همچنین مقدار

شاخص R2 برای تمامی سازه‌ها، با توجه به سه مقدار ملاک، برازش مناسب مدل ساختاری را تأیید می‌کند

۴-مباحثه و یافته

در این بخش فرضیات تحقیق در قالب مدل ساختاری به روش حداقل مربعات جزئی مورد آزمون قرار گرفته و نتایج حاصل از این آزمون‌ها گزارش شده است. در آزمون فرضیات تحقیق ملاک رد یا قبول یک فرضیه مقدار آماره t بوده است که چنانچه قدر مطلق این آمار بزرگتر از ۹۶/۱ محاسبه گردد، فرضیه H1 بر این اساس که شواهدی دال بر رد آن یافت نشده است مورد قبول واقع می‌گردد. همچنین به جهت آزمون فرضیات فرعی تحقیق و بررسی روابط غیرمستقیم بین متغیرها از گزارش‌های مربوط به ضرایب معناداری غیرمستقیم که توسط نرم افزار ارائه می‌گردد استفاده گردیده است.



فرضیه

ضریب مسیر ضریب معناداری p- نتیجه
value

نوآوری □ استفاده از رسانه ه

۸۲۳/۰ ۴۲۳/۲۵۰۰۰/۰ تایید

استفاده از رسانه □ کارآفرینی در بستر مجازی

۳۷۶/۰ ۴۷۵/۳۰۰۰/۰ تایید

نوآوری □ کارآفرینی در بستر مجازی

۴۹۹/۰ ۵۸۷/۲۰۰۰/۰ تایید

با توجه به نتایج جدول فوق می توان بیان کرد از آنجایی که ضرایب مسیر استاندارد بین متغیرهای تحقیق مخالف صفر بوده و ضرایب معناداری نیز بیشتر از مقدار بحرانی ۹۶/۱ می باشند، لذا فرضیات تحقیق مورد تأیید قرار گرفته اند.

بهره کلام

مطالعه حاضر با هدف تحلیل نقش نوآوری و استفاده از رسانه ها در تاثیر بر کارآفرینی در بستر مجازی صورت پذیرفت. به این منظور ۲۶۵ پرسشنامه میان دانشجویان و فارغ التحصیلان کارشناسی ارشد دانشگاه پیام نور مرکز انزلی توزیع گردید و داده ها با استفاده از روش معادلات ساختاری مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج حاصل از تحقیق نشان داد که نوآوری بر کارآفرینی بر بستر مجازی و استفاده از رسانه تاثیر مثبت و معنادار دارد.. بعلاوه تاثیر استفاده از رسانه بر کارآفرینی بر بستر مجازی نیز موثر بوده و مورد تایید قرار گرفت.



- ## Fattah, A. M. A., Al Halbusi, H., Dahleez, K. A., Al Sinawi, S., & Al Wahibi, G. (2021). An investigation of components deriving entrepreneurial activities in Duqm city: a special economic zone in Oman. *International Journal of Entrepreneurship*, 25, 1-14.
- ## Youssef, A. B., Boubaker, S., Dedaj, B., & Carabregu-Vokshi, M. (2021). Digitalization of the economy and entrepreneurship intention. *Technological Forecasting and Social Change*, 164, 120043.
- ## Hang, C. C., & Chen, J. (2021). Innovation management research in the context of developing countries: Analyzing the disruptive innovation framework. *International Journal of Innovation Studies*, 5(4), 145-147.
- ## Hassan, M. M., Jambulingam, M., Alagas, E. N., Uzir, M. U. H., & Halbusi, H. A. (2020). Necessities and ways of combating dissatisfactions at workplaces against the Job-Hopping Generation Y employees. *Global Business Review*, 0972150920926966.
- ## Jemala, M. (2021). Long-term research on technology innovation in the form of new technology patents. *International Journal of Innovation Studies*, 5(4), 148-160.
- ## Newman, A., Obschonka, M., Schwarz, S., Cohen, M., & Nielsen, I. (2019). Entrepreneurial self-efficacy: A systematic review of the literature on its theoretical foundations, measurement, antecedents, and outcomes, and an agenda for future research. *Journal of vocational behavior*, 110, 403-419.
- ## Bengtsson, L., & Edquist, C. (2022). Towards a holistic user innovation policy. *International Journal of Innovation Studies*, 6(1), 35-52.
- ## Hoong, C. W., Qureshi, Z. H., Sajilan, S., & Al Halbusi, H. (2019, December). A study on the factors influencing social entrepreneurial intention among undergraduates. In 2019 13th International Conference on Mathematics, Actuarial Science, Computer Science and Statistics (MACS) (pp. 1-7). IEEE.
- ## Alzamel, S., Nor, M. N. M., Omar, S. B., & Mohammed, M. M. (2019). The mediation role of resource accessibility between perceived social support and e-entrepreneurial intention of female students in Saudi Arabia. *Journal of Technology Management and Business*, 6(3).



- ##. Lai, L. S., & To, W. M. (2020). E-Entrepreneurial intention among young Chinese adults. *Asian Journal of Technology Innovation*, 28(1), 119-137.
- ## Hammood, W. A., Mohamad, S., Arshah, R. A., Hammood, O. A., Al Halbusi, H., & Al-Sharafi, M. A. (2020). Factors influencing the success of information systems in flood early warning and response systems context. *Telkomnika (Telecommunication Computing Electronics and Control)*, 18(6), 2956-2961.
- ## Al Halbusi, H., Jimenez Estevez, P., Eleen, T., Ramayah, T., & Hossain Uzir, M. U. (2020). The roles of the physical environment, social servicescape, co-created value, and customer satisfaction in determining tourists' citizenship behavior: Malaysian cultural and creative industries. *Sustainability*, 12(8), 3229.
- ## Farooq, M. S., Salam, M., ur Rehman, S., Fayolle, A., Jaafar, N., & Ayupp, K. (2018). Impact of support from social network on entrepreneurial intention of fresh business graduates: A structural equation modelling approach. *Education+ Training*, 60(4), 335-353.
- ## Laguía, A., Moriano, J. A., & Gorgievski, M. J. (2019). A psychosocial study of self-perceived creativity and entrepreneurial intentions in a sample of university students. *Thinking Skills and Creativity*, 31, 44-57.
- ## Alnoor, A., Al-Abrrow, H., Al Halbusi, H., Khaw, K. W., Chew, X., Al-Maatoq, M., & Alharbi, R. K. (2022). Uncovering the antecedents of trust in social commerce: an application of the non-linear artificial neural network approach. *Competitiveness Review: An International Business Journal*, 32(3), 492-523.
- ## Olanrewaju, A. S. T., Hossain, M. A., Whiteside, N., & Mercieca, P. (2020). Social media and entrepreneurship research: A literature review. *International Journal of Information Management*, 50, 90-110.
- ## Tehseen, S., Khalid, S., Rather, R. A., Qureshi, Z. H., & Halbusi, H. A. (2020). HRM practices for knowledge management and retail firms' performances: a comparative study among Malay and Chinese firms. *International Journal of Entrepreneurship*, 24(1), 1-7.

Zhou, J., Shin, S. J., & Cannella Jr, A. A. (2008). Employee self-perceived creativity after mergers and acquisitions: Interactive

Hinton, B. L. (1970). Personality variables and creative potential. *The Journal of Creative Behavior*, 4(3), 210-217.

بررسی تاثیر مدیریت منابع انسانی الکترونیکی بر کارآفرینی سازمانی با نقش میانجی). ۱۴۰۰ (بخشی، سعید، جمشیدی، محمدجواد، و حسین پور، مهدی.. ۲۰

۲۷۸-۲۵۳، ۵۱(۱۴)، پذیرش سیستم های اطلاعاتی. پژوهش های مدیریت عمومی

Smith, R. M., Sardeshmukh, S. R., & Combs, G. M. (2016). Understanding gender, creativity, and entrepreneurial intentions. *Education+ Training*, 58(3), 263-282.

تبیین نقش مؤلفه های فردی، محیطی و سیستمی در موفقیت آموزش الکترونیکی کارآفرینی دانشگاه). ۱۳۹۴ (آراستی، زهرا، سفیدگر، افروز، و زعفریان، رضا.. ۲۲

۷۹-۶۱، ۱(۸)، تهران. توسعه کارآفرینی

Naveed, R. T., Alhaidan, H., Al Halbusi, H., & Al-Swidi, A. K. (2022). Do organizations really evolve? The critical link between organizational culture and organizational innovation toward organizational effectiveness: Pivotal role of organizational resistance. *Journal of Innovation & Knowledge*, 7(2), 100178.

Freixanet, J., Braojos, J., Rialp-Criado, A., & Rialp-Criado, J. (2021). Does international entrepreneurial orientation foster innovation performance? The mediating role of social media and open innovation. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 22(1), 33-44.

Zhang, F., & Zhu, L. (2022). Promoting business model innovation through social media strategic capability: A moderated mediation model. *European Management Journal*, 40(1), 56-66.

Uzir, M. U. H., Al Halbusi, H., Thurasamy, R., Hock, R. L. T., Aljaberi, M. A., Hasan, N., & Hamid, M. (2021). The effects of service quality, perceived value and trust in home delivery service personnel on customer satisfaction: Evidence from a developing country. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 63, 102721.



دومین همایش ملی کارآفرینی و توسعه پایدار با تأکید بر مشارکت مردم

The 2nd National Conference on Entrepreneurship and Sustainable

Development with Emphasis on Public Participation



دانشگاه پیام نور سیستان و بلوچستان

کد: ۸۷۹۶۹-۳۳۴۰

Bhimani, H., Mention, A. L., & Barlatier, P. J. (2019). Social media and innovation: A systematic literature review and future research directions. *Technological Forecasting and Social Change*, 144, 251-269.

زهره، آباد، میرک زارع (۱۳۹۴). فناوری توسعه مدیریت ها. وچالش موانع ایران؛ در الکترونیکی کار آفرینی فرآیند، ۳ (۳)، ۱۶۵-۱۸۸. ۲۸. اله. روح نوری، و

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business horizons*, 53(1), 59-68.

Jacobson, J., Gruzd, A., & Hernández-García, Á. (2020). Social media marketing: Who is watching the watchers?. *Journal of retailing and consumer services*, 53, 101774.

Chen, L. (2013). IT entrepreneurial intention among college students: An empirical study. *Journal of Information Systems Education*, 24(3), 233-244.

Shareef, M. A., Mukerji, B., Dwivedi, Y. K., Rana, N. P., & Islam, R. (2019). Social media marketing: Comparative effect of advertisement sources. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 46, 58-69.

Martín-Rojas, R., Garrido-Moreno, A., & García-Morales, V. J. (2020). Fostering Corporate Entrepreneurship with the use of social media tools. *Journal of Business Research*, 112, 396-412.

Gavino, M. C., Williams, D. E., Jacobson, D., & Smith, I. (2019). Latino entrepreneurs and social media adoption: Personal and business social network platforms. *Management Research Review*, 42(4), 469-494.

Chen, S. C., & Lin, C. P. (2019). Understanding the effect of social media marketing activities: The mediation of social identification, perceived value, and satisfaction. *Technological forecasting and social change*, 140, 22-32.

analyzing the role of innovation and media use in influencing entrepreneurship in the virtual context



ک: ۰۳۲۴۰-۸۲۹۶۹

دومین همایش ملی کارآفرینی و توسعه پایدار با تاکید بر مشارکت مردم

The 2nd National Conference on Entrepreneurship and Sustainable

Development with Emphasis on Public Participation



دانشگاه پیام نور سیستان و بلوچستان

RoozbehHabibi

Assistant professor, Department of Management, Payam Noor University, Tehran, Iran

Email: Habibir@pnu.ac.ir



دومین همایش ملی کارآفرینی و توسعه پایدار با تاکید بر مشارکت مردم

The 2nd National Conference on Entrepreneurship and Sustainable

Development with Emphasis on Public Participation



دانشگاه پیام نور سیستان و بلوچستان

کد: ۸۷۹۶۹-۳۲۴۰

Abstract:

Given that in the 21st century and the era of information explosion, numerous factors can affect virtual businesses; the present research examines and analyzes the role of innovation and the use of media in influencing entrepreneurship in the virtual context. This research is a quantitative-survey type. In this study, data collection was carried out using a valid questionnaire. The statistical population of the research included all students and graduates available at Payam University, Anzali Center. The sample size was also calculated according to the Cochran limited population formula as 265 people. Structural equation modeling was also used for analysis and hypothesis testing. The results of the study showed that innovation has a positive and significant effect on entrepreneurship in the virtual context. The effect of innovation on the use of media was also confirmed. In addition, the effect of the use of media on entrepreneurship in the virtual context was also confirmed.

Keywords: innovation, media, entrepreneurship, entrepreneurship in the virtual context.



نقش استارت‌آپ‌ها و نوآوری‌های فناورانه در توسعه‌ی کارآفرینی کشاورزی

رضا؛ مهاجر گروه کشاورزی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

چکیده

استارت‌آپ‌ها و نوآوری‌های فناورانه نقش کلیدی در توسعه کارآفرینی کشاورزی ایفا می‌کنند. این مقاله با هدف بررسی تجربیات ایران و سایر کشورها در زمینه فناوری‌های نوین کشاورزی و نقش استارت‌آپ‌ها در بهبود بهره‌وری، دسترسی به بازار و ارتقای کیفیت محصولات تهیه شده است. مرور منابع بین‌المللی و داخلی نشان می‌دهد که حمایت از اکوسیستم استارت‌آپی، مراکز رشد، شتاب‌دهنده‌ها و سیاست‌های حمایتی دولت، توانسته به تقویت نوآوری‌های فناورانه و افزایش کارآفرینی کشاورزی کمک کند. نتایج این مطالعه سیاست‌ها و راهکارهایی برای توسعه پایدار کشاورزی فناورانه ارائه می‌دهد.

واژگان کلیدی: کارآفرینی کشاورزی، توسعه، استارت‌آپ

۱. مقدمه

در دهه‌های اخیر، بخش کشاورزی فراتر از تولید صرف، به بستری برای نوآوری و کارآفرینی تبدیل شده است در سطح جهانی، کشاورزی از طریق نقش آفرینی در رشد اقتصادی، ایجاد درآمد برای خانوارها و تأمین امنیت غذایی، جایگاه بسیار مهمی در توسعه اقتصادهای نوظهور دارد. (Dube, 2016) در ایران نیز بخش کشاورزی با اتکا بر تولید ملی و بهره‌برداری بهینه از منابع تولید (آب، خاک و اقلیم)، وظیفه تأمین نیازهای غذایی جامعه، حفاظت از منابع طبیعی تجدیدپذیر و افزایش درآمد کشاورزان را بر عهده دارد. این بخش طی سال‌های گذشته به طور میانگین حدود ۴۶/۶ درصد از تولید ناخالص داخلی، ۷/۷۷ درصد از اشتغال و ۹/۵۹ درصد از صادرات غیرنفتی کشور را تأمین کرده است. افزون بر این، حدود ۸۰ درصد مواد غذایی مورد نیاز و ۸۰ تا ۹۰ درصد مواد اولیه صنایع غذایی کشور از طریق بخش کشاورزی تأمین می‌شود. بخش کشاورزی زیربنای توسعه اقتصادی کشور به شمار می‌آید؛ به گونه‌ای که توسعه این بخش می‌تواند زمینه‌ساز سرمایه‌گذاری در سایر بخش‌های اقتصادی گردد. تحقق این هدف، مستلزم بهره‌برداری اصولی و پایدار از منابع تولید شامل آب، خاک، نیروی انسانی و سرمایه است. در میان این منابع، خاک به عنوان یکی از مهم‌ترین و در عین حال تجدیدناپذیرترین عوامل تولید، نقشی اساسی در تولید محصولات کشاورزی ایفا می‌کند. از این رو، مدیریت صحیح و علمی خاک نه تنها پایداری تولید را تضمین می‌نماید، بلکه زمینه افزایش بهره‌وری و تحقق توسعه پایدار کشاورزی را نیز فراهم می‌سازد (کریم‌زاده، ۱۳۹۵).



کشاورزی نقش محوری در تأمین امنیت غذایی، اشتغال روستایی و اقتصاد ملی دارد. در سال‌های اخیر، فشارهای محیطی مانند تغییرات اقلیمی و کم‌آبی، و فشارهای اقتصادی مانند افزایش هزینه‌ها و نوسان قیمت‌ها، سبب شده‌اند رویکردهای سنتی به سمت راهکارهای نوآورانه متمایل شوند. کارآفرینی در کشاورزی، به ویژه از مسیر استارت‌آپ‌ها و فناوری‌های دیجیتال، می‌تواند ضمن افزایش بهره‌وری، فرصت‌های درآمدزایی جدید ایجاد کند و به توسعه پایدار کمک نماید (Rezvani & Zamani, 2019; Farhani & Shahnoushi, 2022). مطالعات اخیر نشان می‌دهد که استارت‌آپ‌های فناورانه کشاورزی در کشورهای هند، ژاپن و آلمان توانسته‌اند با بهره‌گیری از داده‌های دقیق و فناوری‌های نوین، کارآفرینی کشاورزی را ارتقا دهند (Suresh et al., 2024; Silva et al., 2023). در ایران نیز تجربه‌های موفق در زمینه استارت‌آپ‌های کشاورزی فناورانه وجود دارد (محمدی و همکاران, ۲۰۲۳). هدف این مقاله، جمع‌بندی یافته‌های اخیر و ارائه پیشنهاد‌های سیاستی برای تقویت زیست‌بوم کارآفرینی کشاورزی در ایران است.

۲- فناوری‌های نوین به‌عنوان محرک کارآفرینی

مطالعات اخیر نشان می‌دهد که استارت‌آپ‌های فناورانه کشاورزی در کشورهای هند، ژاپن و آلمان توانسته‌اند با بهره‌گیری از داده‌های دقیق و فناوری‌های نوین، کارآفرینی کشاورزی را ارتقا دهند (Suresh et al., 2024; Silva et al., 2023). در ایران نیز تجربه‌های موفق در زمینه استارت‌آپ‌های کشاورزی فناورانه وجود دارد (محمدی و همکاران, ۲۰۲۳).

جدول ۱. وضعیت کشور ایران با سایر کشورها در مدل کسب و کار کشاورزی

کشور	نمونه استارت‌آپ‌ها	فناوری / نوآوری	مدل کسب‌وکار	حمایت دولتی - تأثیر بر
کشاورزی هوشمند، IoT، پلتفرم فروش مستقیم، خدمات داده‌محور	فروش مستقیم آنلاین	فروش مستقیم، خدمات داده‌محور	مراکز رشد، شتاب‌دهنده‌ها، حمایت مالی	کشاورزی
کشاورزی هوشمند، IoT، پلتفرم فروش مستقیم، خدمات داده‌محور	فروش مستقیم آنلاین	فروش مستقیم، خدمات داده‌محور	مراکز رشد، شتاب‌دهنده‌ها، حمایت مالی	کشاورزان، دسترسی به بازار



دومین همایش ملی کارآفرینی و توسعه پایدار با تاکید بر مشارکت مردم

The 2nd National Conference on Entrepreneurship and Sustainable

Development with Emphasis on Public Participation



دانشگاه پیام نور سیستان و بلوچستان

کد: ۸۷۹۶۹-۳۳۴۰

کاهش ضایعات، افزایش بهره‌وری محصولات	سیاست‌های وام‌های فناورانه	آنلاین، خدمات کشاورزی	بازار کشاورزی دقیق، داده‌محوری	کشاورزی دقیق، داده‌محوری	AgroStar, Ninjacart	هند
بهره‌وری بالا، کاهش نیروی کار مورد نیاز	حمایت تحقیقاتی و مراکز فناوری، نوآوری	خودکار، مدیریت منابع	تولید مدیریت منابع	رباتیک، کشاورزی دقیق	Spread, Farmnote	ژاپن
توسعه سریع نوآوری و ورود به بازار	همکاری دانشگاه- صنعت، سرمایه‌گذاری دولتی	اشتراک محصول، داده‌محور	کشاورزی شهری، دیجیتال	کشاورزی شهری، دیجیتال	Infarm, eAgrar	آلمان

فناوری‌های دیجیتال مانند IoT، هوش مصنوعی، حسگرها و پهپادها، امکان مدیریت دقیق‌تر تولید، پیش‌بینی خطرات و بهینه‌سازی منابع را فراهم می‌آورند. مطالعات نشان می‌دهند این فناوری‌ها می‌توانند زمینه‌ساز استارت‌آپ‌های نوآور در بخش کشاورزی شوند.

(MDPI, 2025 review; arXiv, 2023/2025 tech reviews). به عنوان مثال، استفاده از حسگرها و مدل‌های یادگیری ماشین برای تشخیص زودرس بیماری‌ها و بهینه‌سازی آبیاری و کوددهی مؤثر است.

۳- زیست‌بوم کارآفرینی و نقش نهادها

زیست‌بوم کارآفرینی شامل دانشگاه‌ها، مراکز تحقیقاتی، سرمایه‌گذاران، نهادهای دولتی و شبکه‌های حمایتی است. در مطالعات ایرانی و منطقه‌ای، همکاری دانشگاه و صنعت، برنامه‌های آموزشی کارآفرینی و مراکز رشد دانشگاهی نقش مهمی در تبدیل ایده‌ها به

کسب‌وکار ایفا می‌کنند (Gholami & Sadeghi, 2025; Frontiers case studies, 2025). با این حال، فقدان بسترهای قانونی و مشکلات تأمین مالی، رشد زیست‌بوم را محدود می‌کند.



۴- مدل‌های کسب و کار و مقیاس‌پذیری

استارت‌آپ‌های کشاورزی اغلب از مدل‌های کسب و کار مبتنی بر خدمات، پلتفرم‌های بازار رسانی مستقیم و یا خدمات تحلیلی مبتنی بر داده استفاده می‌کنند. مطالعات نشان می‌دهد مدل‌های محلی‌سازی شده که با شرایط اقلیمی، منابع خاکی و ساختار مزرعه هماهنگ‌اند، شانس موفقیت بالاتری دارند. (Designing a Sustainable Entrepreneurship Development Model, 2021)

۵- فرصت‌ها: بهره‌وری، بازار و پایداری

فناوری می‌تواند بهره‌وری محصول را افزایش داده و اتلاف منابع را کاهش دهد؛ علاوه بر این، ایجاد کانال‌های بازار دیجیتال و ارزش افزوده در زنجیره تأمین فرصت‌های درآمدی جدیدی به وجود می‌آورد. مطالعات بین‌المللی نشان می‌دهد استارت‌آپ‌ها تمایل به توسعه محصولات و خدمات با چشم‌انداز پایدار دارند. (Springer, 2025 case study)

یوسفی و همکاران (۱۳۹۵) در مطالعه‌ای با عنوان عوامل مؤثر بر ادامه فعالیت و رشد شرکت‌های نوظهور کشاورزی نشان دادند که موانع موجود بر سر راه این شرکت‌ها شامل: پایین بودن سهم بودجه اختصاصی دولت به فعالیت‌های ایده‌محور کشاورزی، ضعف سیستم اطلاع‌رسانی در معرفی محصول ایده‌محور به کشاورزان، عدم اطمینان بالا در بازار محصولات ایده‌محور کشاورزی، عواقب ناشی از طولانی بودن روند اخذ مجوزهای لازم، توجه کشاورزان به تأثیر محصول یا خدمت شرکت‌های نوظهور جدید روی منافع شخصی و نه جنبه‌های عمومی آن بودند.

۶- چالش‌ها و موانع

محدودیت‌های مالی، نبود زیرساخت دیجیتال در مناطق روستایی، کمبود مهارت فنی و مدیریتی، موانع فرهنگی و مسائل سیاستی و حقوقی از جمله چالش‌های اصلی هستند (Rezvani & Zamani, 2019; Azizi et al., 2023; Farhani & Shahnoushi, 2022). مشکلات بازار مانند دسترسی محدود به بازارهای بزرگ و استانداردهای کیفی نیز مانع رشد هستند.

۷- ابعاد جنسیتی و اجتماعی

مطالعات نشان می‌دهد زنان در کشاورزی با موانع بیشتری در دسترسی به منابع مالی، آموزش و شبکه‌های بازار مواجه‌اند؛ سیاست‌های هدفمند برای توانمندسازی زنان کارآفرین تأثیر مثبت اجتماعی و اقتصادی دارد



۸- بحث

مرور منابع بین‌المللی و داخلی نشان می‌دهد که حمایت از اکوسیستم استارت‌آپی، مراکز رشد، شتاب‌دهنده‌ها و سیاست‌های حمایتی دولت، توانسته به تقویت نوآوری‌های فناورانه و افزایش کارآفرینی کشاورزی کمک کند (Kumar & Gangwar, 2025; محمدی و همکاران, ۲۰۲۳).

همچنین ترکیب فناوری و زیست‌بوم حمایتی، بستری مناسب برای رشد کارآفرینی در کشاورزی ایجاد می‌کند. تحقق این تحول نیازمند سرمایه‌گذاری زیرساختی، آموزش هدفمند، سیاست‌های تشویقی و توسعه بازار است. در ایران، بسیاری از موانع عمومی مانند تأمین مالی و زیرساخت برجسته‌ترند و نیازمند راهکارهای بومی‌سازی فناوری و سیاست‌گذاری هماهنگ می‌باشند (Rezvani & Zamani, 2019; Gholami & Sadeghi, 2025).

کسب‌وکارهای نوپای کشاورزی برای توسعه و رشد خود باید قابلیت‌های بازاریابی خود را افزایش دهند؛ بنابراین برای این منظور نیاز است که این کسب‌وکارها تحقیقات بازاریابی را با دقت بیشتری مد نظر داشته باشند. همچنین کسب‌وکارهای نوپای کشاورزی برای توسعه و رشد خود باید توجه زیادی به پیوندهای پیشین و پسین خود داشته باشند و این موضوع می‌تواند همانا به عنوان رمز موفقیت و توسعه این کسب‌وکارها قلمداد شود.

نکته قابل توجه آنکه توسعه و رشد کسب‌وکارهای نوپای کشاورزی فقط با حمایت‌های دولتی، مباحث آموزشی و مسائل زیرساختی انجام نخواهد شد. بلکه لازم است نگاهی زیست‌بومی به این نوع کسب‌وکارها داشت. بهبود و توسعه این کسب‌وکارها با کاهش نقش دولت و افزایش نقش بخش خصوصی، مشارکت این بخش و بهبود مدیریت این کسب‌وکارها میسر خواهد شد (شفیعی و جمشیدی، ۱۴۰۲).

۹- پیشنهادهای سیاستی و راهکارهای عملی

۱. تقویت زیرساخت‌های دیجیتال روستایی.

۲. حمایت مالی هدفمند از استارت‌آپ‌ها.

۳. آموزش و توسعه مهارت‌ها برای کشاورزان و کارآفرینان.

۴. ایجاد شبکه‌های بازار و برندینگ محلی.

۵. سیاست‌های تشویقی و قانون‌گذاری انعطاف‌پذیر.



دومین همایش ملی کارآفرینی و توسعه پایدار با تاکید بر مشارکت مردم

The 2nd National Conference on Entrepreneurship and Sustainable

Development with Emphasis on Public Participation



دانشگاه پیام نور سیستان و بلوچستان

کد: ۰۳۲۴۰-۸۷۹۶۹

۶. تمرکز بر مدل‌های محلی‌سازی شده.

۷. پشتیبانی از زنان و اقشار آسیب‌پذیر.

۱۰- نتیجه‌گیری

کارآفرینی در کشاورزی، به ویژه از مسیر استارت‌آپ‌های فناورانه، افق روشنی برای افزایش کارایی و پایداری بخش کشاورزی فراهم می‌آورد؛ اما تحقق این پتانسیل مستلزم عبور از موانع مالی، زیرساختی، نهادی و فرهنگی است. سیاست‌های هماهنگ، آموزش هدفمند و توسعه زیست‌بوم حمایتی می‌تواند زمینه‌ساز موفقیت استارت‌آپ‌ها در ایران باشد. استارت‌آپ‌ها و نوآوری‌های فناورانه نقش حیاتی در توسعه کارآفرینی کشاورزی دارند. توصیه می‌شود که دولت و نهادهای حمایتی زیرساخت‌های مالی و آموزشی مناسب فراهم کنند، شبکه‌های همکاری بین دانشگاه‌ها، کشاورزان و بخش خصوصی تقویت شود، و سیاست‌های تشویقی برای استفاده از فناوری‌های نوین تدوین گردد. همچنین، ایجاد بسترهای دیجیتال، پلتفرم‌های هوشمند و مدل‌های نوآوری باز می‌تواند موجب افزایش بهره‌وری و توسعه پایدار کشاورزی شود.



کد: ۰۳۲۴۰-۸۷۹۶۹

دومین همایش ملی کارآفرینی و توسعه پایدار با تاکید بر مشارکت مردم

The 2nd National Conference on Entrepreneurship and Sustainable

Development with Emphasis on Public Participation



دانشگاه پیام نور سیستان و بلوچستان

منابع

احمدی، ا.، ۱۴۰۲. دولت کارآفرین و کارآفرینی بخش کشاورزی در ایران. مجموعه مقالات کنفرانس ملی کارآفرینی

حسینی، م.، ۱۴۰۳. سطح توسعه کارآفرینی کشاورزی در بین کارآفرینان خرد و نقش عوامل فردی موثر بر آن. فصلنامه توسعه روستایی، ۱۳(۲)، ۴۵-۶۲

شفیعی، ف.، جمشیدی، ا.، ۱۴۰۲. واکاوی سازه‌های توسعه کسب و کارهای نوپای کشاورزی ایران. مطالعات کارآفرینی و توسعه پایدار کشاورزی، ۱۰(۲)، ۱۵۰-۱۳۱.

یوسفی، ز.، نادری، ن و رضایی، ب. ۱۳۹۵. عوامل مؤثر بر ادامه فعالیت و رشد استارت‌آپ‌های کشاورزی. مدیریت نوآوری، ۵ (۴): ۱-۱۸.

##Azizi, A., et al. (2023). Barriers of environmentally-friendly entrepreneurship in the agricultural sector of western Iran. *Journal of Cleaner Production*, 404, 136957.

##Dube, K. 2016. Implications of rural irrigation schemes on household economy. A case of Lower Gweru Irrigation Scheme, Zimbabwe. *South African Journal of Agricultural Extension*, 44(1): 75-90

##Farhani, S., & Shahnoushi, N. (2022). Factors affecting success of entrepreneurship in agribusinesses: Evidence from the city of Mashhad, Iran. *Sustainability*, 14(13), 7700.

##Gholami, R., & Sadeghi, S. (2025). A model of entrepreneurial ecosystem in Iran. *Iranian Journal of Management Studies*.

##Jafari, M., & Karimi, H. (2021). Designing a sustainable entrepreneurship development model for Iran's agriculture: Application of interpretive structural model (ISM). *Academia.edu*.

##Mohammadi, H., et al. (2025). The formation of entrepreneurial behavior among agricultural students in Hamadan County, Iran. *Heliyon*, 11(9), e25017608.

##Rezvani, M., & Zamani, N. (2019). Entrepreneurship in small agricultural quick-impact enterprises in Iran: Development of an index, effective factors and obstacles. *Journal of Public Affairs*, 19(2), e1872.

The Role of Startups and Technological Innovations in Developing Agricultural Entrepreneurship

Reza Mohajer

Department of Agriculture, Payame Noor University, Tehran, IranAddress



دومین همایش ملی کارآفرینی و توسعه پایدار با تاکید بر مشارکت مردم

The 2nd National Conference on Entrepreneurship and Sustainable

Development with Emphasis on Public Participation



دانشگاه پیام نور سیستان و بلوچستان

کد: ۸۷۹۶۹-۳۳۴۰

Abstract

Startups and technological innovations play a pivotal role in fostering agricultural entrepreneurship. This article aims to explore the experiences of Iran and other countries, including India, Japan, and Germany, regarding innovative agricultural technologies and the role of startups in enhancing productivity, market access, and product quality. A review of domestic and international literature indicates that support for startup ecosystems, incubators, accelerators, and government policies has strengthened technological innovation and promoted agricultural entrepreneurship. The findings provide policy recommendations for sustainable development in agri-tech.

Keywords: Agricultural Entrepreneurship, Development, Startups



نقش توانمندسازی جوامع محلی در توسعه کارآفرینی: مطالعه موردی دهستان کمبل سلیمان

چابهار

محمود؛ محمدی؛ استادیار علوم اقتصادی، دانشگاه پیام نور ایران، تهران

ارسلان؛ بی نیاز؛ استادیار اقتصاد کشاورزی، دانشگاه پیام نور ایران، تهران

چکیده

امروزه توانمندسازی به یکی از مفاهیم اصلی توسعه پایدار تبدیل شده است. در بحث مبارزه با فقر و محرومیت، می توان دریافت که یک دسته موانع به هم گره می خورند و باعث تشدید فقر در جامعه می شوند که توانمندسازی در جهت نابودی این تله است. توانمند کردن افراد محلی یکی از ابزارهایی است که می تواند برای رفع فقر و بهبود معیشت آنان موثر باشد. همچنین در گام بعدی می تواند منجر به توسعه کارآفرینی و شکوفایی اقتصادی گردد. برای بررسی این امر، در این پژوهش، منطقه بخش مرکزی شهرستان چابهار و دهستان کمبل سلیمان مورد مطالعه قرار گرفته و جامعه آماری آن روستاهای دهستان کمبل سلیمان بوده است. ابزار اصلی پژوهش، پرسشنامه محقق ساخته است که روایی آن توسط متخصصان و پایایی آن توسط ضریب آلفای کرونباخ تأیید شد. برای تجزیه و تحلیل داده ها، در دو بخش آمار توصیفی و استنباطی از نرم افزار SPSS استفاده گردید. همچنین در این مطالعه توانمندی در سه بعد توانمندی اقتصادی، اجتماعی و فردی مورد بررسی قرار گرفت.

براساس نتایج برآوردی توانمندسازی اجتماعی بر توسعه کارآفرینی در سطح دهستان مورد مطالعه تاثیر مثبت داشته اما این تاثیر در سطح معناداری ۵ درصد به لحاظ آماری معنادار نمی باشد. همچنین در سطح معناداری ۵ درصد، توانمندسازی اقتصادی بر توسعه کارآفرینی در نمونه مورد مطالعه تاثیر مثبت و معنادار داشته است. بعبارت دیگر توانمندسازی اقتصادی می تواند منجر به توسعه کارآفرینی گردد. علاوه بر این، توانمندسازی فردی نیز بر توسعه کارآفرینی در سطح دهستان مورد مطالعه تاثیر مثبت و معنادار داشته است. بعبارت دیگر توانمندسازی فردی نیز می تواند منجر به توسعه کارآفرینی گردد

واژگان کلیدی: توانمندسازی محلی، کارآفرینی، چابهار، توسعه پایدار



۱. مقدمه

کارآفرینی ۲۴ فرآیند یا مفهومی است که در طی آن فرد کارآفرین با ایده های نو و خلاقانه با توجه به نیاز های پرتقاضای جامعه ی هدف با بسیج منابع، به ایجاد یک کسب و کار رشد یابنده مبادرت می ورزد. این امر توام با پذیرش خطرات است که در صورت موفقیت منجر به معرفی محصول یا ارائه یک خدمت به جامعه می شود. انگیزه های مختلفی در کارآفرین شدن مؤثر می باشد که از جمله آنها می توان به: طلب موفقیت، طلب ثروت، طلب شهرت و مقام، و مهمتر از همه این ها به احساس مفید بودن و استقلال طلبی اشاره کرد. کارآفرینی فرایند خلق محصول یا خدمتی جدید و با ارزش است که با صرف زمان و تلاش کافی و پذیرش ریسک های مالی، اجتماعی، روحی توسط فرد منجر به تولید ثروت و استقلال مالی وی می شود. این فعالیت بر اساس شناسایی مشکل یا شکاف در بازار یا فرصت های تجاری و توسعه محصول یا خدمتی مشخص با هدف رفع آن نیاز شکل می گیرد. تعاریف متعددی از کارآفرینی انجام شده است. مهمترین این تعارف عبارتند از

تعریف اول توسط «جوزف.آ.شومپتر» اقتصاددان اتریشی-آمریکایی در سال ۱۹۳۴ ارائه شده است. طبق نظر وی کارآفرینی هر نوع کارکرد نوآورانه ای است که می تواند باعث ایجاد ثروت و رفاه برای فرد شود. در حقیقت وی کارآفرینی را نوعی نوآوری در انجام کارها به روشی جدید و بهتر می داند که با ایجاد ارزش بر روی محصول یا فرایند تولید ثروت می کند.

در تعریف ارائه شده دوم توسط «رابرت لمب»، جامعه شناس، در سال ۱۹۵۲، کارآفرینی شکلی از تصمیم گیری اجتماعی است که توسط نوآوران اجتماعی انجام می شود. او کارآفرینی را به عنوان فعالیت اقتصادی درگیر در نوآوری می داند که در نهایت منجر به رفاه اجتماعی می شود.

اچکول اقتصاددان انگلیسی در سال ۱۹۵۹ کارآفرینی را فعالیت هدفمند فرد یا گروهی از افراد برای راه اندازی، حفظ یا افزایش سود از طریق تولید یا توزیع کالا می داند. در اینجا تمرکز اصلی بر سودآوری است و هر فعالیتی که در این مسیر انجام می شود، کارآفرینی است.

تعریف بعدی ارائه شده در سال ۱۹۸۴ توسط «رابرت. سی. رونسنت»، کارآفرینی را روند پویای ایجاد ثروت می داند. در حقیقت در این تعریف، عده ای از افراد که همان کارآفرینان هستند با پذیرش ریسک، از طریق ایجاد ارزش برای محصولات یا خدمات خود، تولید ثروت می کنند. این محصول ممکن است جدید یا منحصر به فرد نباشد، اما کارآفرین به نوعی از طریق آن ارزش می آفریند.



Development with Emphasis on Public Participation

کارآفرینان با استفاده از مهارت‌ها و نوآوری‌های خود نقش کلیدی در اقتصاد کشورها دارند و با پذیرش ریسک‌های موجود در بازار، فعالیت تجاری خود را به منظور ایجاد اشتغال و برطرف کردن مشکلات شکل می‌دهند. اقتصاددانان این فعالیت را جزء جداناپذیر تولید می‌دانند که در آن فرد با تعریف طرحی مشخص و استخدام نیروی انسانی، از منابع در دسترس برای مدیریت و رهبری یک فعالیت اقتصادی استفاده می‌کند.

به جهت اهمیت کارآفرینی در رشد و توسعه اقتصادی، این امر مورد توجه سیاستگذاران اقتصادی و پژوهشگران مختلف بوده است. از این رو شناسایی عوامل موثر بر کارآفرینی اهمیت دارد. یکی از این موارد می‌تواند توانمندسازی جوامع محلی باشد. توانمندسازی جوامع محلی با رویکردها و کارکردهایی که دارد می‌تواند به توسعه کارآفرینی بویژه در مقیاس محلی و روستایی منجر گردد. از این رو در این مطالعه تاثیر تاثیر توانمندسازی محلی بر توسعه کارآفرینی مطالعه می‌گردد.

مبانی نظری تحقیق

کارآفرینی و انواع آن

شناسایی انواع مختلف کارآفرینی در دنیای کسب و کار امروز، درک کامل‌تری از انگیزه‌ها، رویکردها و تاثیرات کارآفرینان را ارائه می‌دهد. البته ممکن است در مقالات دیگر، به دسته‌بندی‌های متفاوت دیگری برخورد کنید. اما موارد ارائه شده به شرح زیر چشم‌اندازهای مختلف کارآفرینان به این موضوع را هدف قرار می‌دهد. بنابراین با بررسی این موضوع که ۴ نوع اصلی کارآفرینی چیست به صورت خلاصه ویژگی‌های خاص هر یک را تشریح می‌کنیم.

کارآفرینی فرصت‌گرا

این شکل از کارآفرینی بر توانایی فرد در شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌ها تمرکز دارد. کارآفرینان فرصت‌محور، نوآرانی هستند که با درک شکاف‌های موجود در بازار، راه‌حل‌های خلاقانه‌ای را برای پر کردن خلاءها ارائه می‌کنند. به عبارتی کارآفرینی در اینجا به شکل پذیرش ریسک‌ها و کشف موارد ناشناخته نشان داده می‌شود. این رویکرد می‌تواند به سرعت فناوری‌ها، روندهای بازار یا تغییر خواسته‌های مشتری را درک کرده و آن‌ها را به مدل‌های کسب و کار جدید تبدیل کند. معمولاً این نوع، محرک تغییرات بنیادی و پایه در صنعت است.



کارآفرینی تقلیدی

در این کارآفرینی، بر خلاف نوع فرصت‌گرا، فرد از مدل‌های کسب و کار تثبیت شده قبلی استفاده می‌کند. در حقیقت کارآفرین با تجزیه و تحلیل بازار و مطالعه کسب و کارهای موفق، فعالیت و رویکرد خود را در دستیابی به موفقیتی مشابه تنظیم می‌کند. توانایی فرد در اینجا، بر بهینه‌سازی و استفاده از مفاهیم و مدل‌های تجاری اثبات شده پیشین متمرکز است. به همین دلیل ریسک کمتری نسبت به کارآفرینی فرصت‌گرا دارد.

کارآفرینی مبتنی بر نیاز

در این دسته، فرد کارآفرین به دلیل چالش‌های مالی، نداشتن فرصت‌های شغلی یا محدودیت‌های دیگر، کسب و کار شخصی خود را راه‌اندازی می‌کند. به عبارتی کارآفرینی در اینجا راه‌حلی برای غلبه بر شرایط موجود و پیدا کردن مسیرهای جدید با هدف انجام بهتر کارها است. فرد با وجود داشتن شرایط نامطلوب اغلب با طرز فکر کارآفرینی، راه‌حل‌های خلاقانه‌ای را ایجاد می‌کند.

کارآفرینی اجتماعی

در اینجا افراد بر ارایه راه‌حل‌های نوآورانه در زمینه رفع مشکلات اجتماعی یا زیست محیطی متمرکز هستند. مدل‌های کسب و کار آن‌ها نیز با هدف تاثیرگذاری مثبت بر جامعه و پایداری مالی درازمدت تنظیم می‌شود. در این نوع کارآفرینی بین موفقیت اقتصادی و مسئولیت اجتماعی تعادل وجود دارد.

توانمندسازی جوامع محلی

توانمندسازی یک فرایند از پایین به بالا و مشارکت همه اقشار محروم جامعه درباره سرنوشت خود است و از مفاهیم اساسی توسعه اجتماعی و از راهبردهای مهم توسعه منطقه‌ای و روستایی محسوب می‌شود. راهبرد اصلی این مدل، اعتقاد به مردم است. اعتقاد به اینکه مسائل می‌تواند به بهترین شکل ممکن بدست مردمی که با آن مسائل به طور روزانه زندگی می‌کنند و به عبارتی گروه‌های ذینفع حل شود. «توانمندسازی اشاره به اقشار محروم و گروه‌های حاشیه‌ای دارد و مولفه‌هایی نظیر آموزش، عدالت، توزیع عادلانه درآمد و امکانات، زمینه این توزیع عادلانه، زیر مجموعه آن قرار می‌گیرد (انصاری: ۱۳۹۸).

توانمندسازی عبارتست از تسهیم قدرت با اعضای گروه، تا بدین طریق، احساس خود از اثربخشی آنان ارتقا یابد. به نظر رایجی، توانمندسازی به عنوان یک مفهوم عبارت است از: تسهیم کردن گروه‌های خودگردان و افراد در تعیین سرنوشت حرفه‌ای است. توانمندسازی از شیوه‌های واژگون سازی مدیریت توسعه روستایی است که طی آن، «ابتکارات به گروه‌های دهقانی فرودست جامعه



روستایی انتقال می یابد(چمبرز، ۲۷۰:۲۰۱۵). واژه توانمند کردن به این امر اشاره دارد که یک فرآیند دادن قدرت به کسانی است که ناتوان(محروم) هستند. توانمندسازی از مفاهیم توسعه پایدار است که در آن (توسعه پایدار) بر مشارکت همه گروههای اجتماعی در فرآیند توسعه و پیشرفت تاکید می شود.

ظرفیت سازی و توانمندسازی اجتماعی و اقتصادی روستاییان و تشکل های غیردولتی از پیش شرط های توسعه پایدار و درونزا استو در این رابطه فراهم کردن زمینه تخصیص اعتبارات خرد به روستاییان و پشتیبانی از تشکل های مردمی کاملا ضروری است. همچنین برای بهره برداری بهینه از امکانات موجود در یک منطقه، توانمندسازی مردم از طریق آموزش و آشنا کردن مردم به نقش مهم آنان در شکوفایی آن منطقه ضروری است؛ زیرا مردم هم وسیله توسعه اند و هم هدف آن، از طرفی طرح های توسعه روستایی و منطقه ای چه به لحاظ ماهیت طرح ها و چه به خاطر محدودیت امکانات و منابع دولتی، نیازمند مشارکت مردم در ابعاد وسیع است. البته توانمندسازی تداعی کننده این معناست که قشرهای جامعه، فاقد توانایی لازم هستند که در این صورت باید توانایی تعریف شود تا این شبه برطرف شود و دانست که فرایند توانمندسازی چگونه تحقق می یابد.

سیاستهای توانمندسازی به این دلیل اتخاذ شد که قشرهای محروم جامعه نه تنها دسترسی کمتری به منابع قدرت دارند بلکه اساسا فاقد کنترل بر این منابع اند. «توانمندسازی در ادبیات توسعه، انتقال ابتکارات به جامعه روستایی با رویکرد عدم تمرکز و تفویض قدرت است، ضمن آنکه تاکید بر تواناسازی جوامع روستایی به منظور کنترل بیشتر بر زندگی خویش و افزایش دامنه انتخاب و تقاضای خدمات بیشتر و بهره مند شدن از آنها است. در واقع چنین شرایطی به زبان آوردن و درخواست تقاضا از سوی جامعه روستایی برای احقاق حق توسعه- یافتگی در بعد توسعه انسانی ضرورت پیدا می کند. که چنین راهبردی به روشن شدن وضعیت حقوق افراد در جامعه روستایی به عنوان یک شهروند کمک می کند، همچنان که تشکیل و تقویت سازمانهای غیردولتی در جامعه روستایی برای احقاق حقوق شان ضرورت دارد.

۲-۲-۱- نظریه های توانمندسازی

مقوله توانمندسازی مربوط به تئوری "پائولوفریر" است که تئوری آگاه سازی به عنوان فرایندی که طی آن محرومان می توانند با ساختارهای قدرت درگیر شده و کنترل زندگی شان را به دست گیرند، تفسیر شده است. امروزه این واژه بیشتر در ارتباط با زنان، فقرا و توسعه عنوان می شود. البته چارچوب نظری ارزشیابی توانمندساز برپایه نظریه زیمرمن قرار دارد. ارزشیابی توانمندساز به فرایندهای توانمند کردن و پیامدهای آن، توجه دارد. زیمرمن به منظور ارائه تعریفی آشکار از نظریه توانمندسازی، تمایز بین فرایندهای توانمندسازی و پیامدهای آن را مورد انتقاد قرار داده است. اساس فرآیند توانمند شدنبر تلاش هایی برای در اختیار گرفتن کنترل و نقد کردن منابع و فهم انتقادی محیط اجتماعی پیرامون افراد، گذاشته شده است.



Development with Emphasis on Public Participation

فرایند در صورتی توانمندساز خواهد بود که به مردم کمک کند تا بتوانند، مستقلانه حل کننده مسائل خویش و تصمیم گیر شوند. پس توانمندسازی فرآیندی است که در آن مردم به منابع قدرت دسترسی و کنترل بیشتری پیدا، و در تصمیم گیریهای مربوط به منابع و پیرامون خود، نقش قدرتمندانه تری ایفا خواهند کرد.

همچنین فیتزمن از جمله کسانی است که درباره توانمندسازی نظریه دارد. «وی قبلا در مقاله ای در سال ۱۹۹۸ برای مدل ارزشیابی توانمندساز به جای سه مرحله، پنج مرحله قائل بوده است که به لحاظ محتوایی مشابه سه مرحله معرفی شده در مقاله اش در سال ۲۰۰۰ است. این پنج مرحله عبارتند از: ۱- بررسی موجودی ۲- تعیین اهداف ۳- گسترش راهبردها ۴- فرایند مستندسازی و ۵- اجتماع پویایی یادگیران». فیتزمن در این مقاله پنج سطح برای مدل ارزشیابی توانمندساز معرفی کرده است که عبارتند از: «آموزش، تسهیلگری، حمایت، آشکارسازی و آزادسازی

۱-آموزش ۲۵

در آموزش به مردم آموخته می شود که خود مجری ارزشیابی های خود باشند و برعکس ارزشیابی هایی که توسط ذی نفعان در برنامه اجرا می شود، این رهیافت (آموزش) حساسیت ها را کاهش داده و ارزشیابی، راز زدایی کرده و در وضع مطلوب به درونی شدن ارزشیابی در سازمانها کمک می کند. به عبارتی مقوله آموزش، نحوه بروز توانمندی های افراد است به نوعی که خود ضمن مشارکت در طرح ها و برنامه ها، خود طراح و اجرا کننده باشند.

۲- تسهیل گری ۲۶

در این مدل تلاش می شود به بازیگران (مردان محلی) کمک شود تا یک طرح را خود پیاده کنند و نقش ارزشیاب (آموزش دهنده) به عنوان یک مربی، ارائه راهنمایی های عمومی و جهت دادن به تلاش هاست. در این سطح، تاکید بر نقش مردم در اجرای یک طرح است. البته به کمک آموزش دهندگانی که مشکلات را آسان می کنند.

۳-حمایت ۲۷

25 -Training

26 - facilitating

27 - Advocacy



در حمایت بر دفاع از مردم در پیاده کردن طرح های توسعه ای تاکید می شود و مرییان برای دستیابی به اهداف و پیشرفت ، در واقع اعتماد به نفس به مردم می دهند.

۴- آشکارسازی ۲۸

در این مدل ارزشیاب توانمندساز ، تجربیات خود را در اختیار مردم قرار می دهد. این تجربیات ، چشم اندازهای متفاوتی را برای مردم باز می کند که باعث پویایی جامعه و بهبود برنامه می شود. به عبارتی آشکارسازی ، یم نوع باز کردن چشم است و به مردم جهت می دهد تا بتوانند مسائل را ببینند و طرح بدهند و آن را خودشان اجرا کنند.

۵- آزادسازی ۲۹

در مدل آزاد سازی، «ارزشیاب توانمندساز، بروز دهنده استعداد های مردم است و نوعی زمینه بروز، استعداد های مردم را برای تصمیم گیری فراهم می کند تا درباره چگونه زندگی کردن و استفاده از امکانات و منابع، یافتن راه های مفید برای مشارکت و فرصتهای جدید تلاش کنند. لذا فرآیندهای توانمند شدن در سطوح مختلف تحلیل، متفاوت خواهد بود. برای مثال، فرآیندهای توانمند شدن افراد در سطح اجتماع باید در بردارنده امکان دسترسی به حکومت، وسایل ارتباط جمعی دیگر وسایل باشد اما در سطح سازمانی، مشارکت در رهبری و تصمیم گیری را در بر می گیرد. پیامدهای توانمند شدن، خود توانمندی می آورد. ضمن اینکه پیامدهای آن در سطح تحلیل مختلف، متفاوت می باشد.

در کل می توان بیان نمود که توانمندسازی در مقوله توسعه اجتماعی، یکی از مباحث اساسی را می توان توانمندسازی جامعه یا در واقع، ساخت جامعه دانست و برای حرکت در این مسیر، یکی از رویکردهای مؤثر، توانمندسازی اجتماع محور است. در توانمندسازی، هدف آن است که در جامعه محلی، افراد به سطحی از نگرش، دانش و توانایی برسند که بخواهند و بتوانند مسئولیت اجتماعی و نقش خود را در توسعه و پیشرفت جامعه محلی شان ایفا کنند. در تعریفی دیگر، توانمندسازی یعنی اینکه مردم به سطحی از توسعه فردی دست یابند که امکان انتخاب براساس خواسته های خود را داشته باشند. براین اساس، توانمندسازی به معنای بسط و گسترش حق انسان در آزادی عمل است و فرایندی است تدریجی که در آن، با ارتقای مهارت، آگاهی، ایجاد باور و اعتمادسازی می توان از امکانات و ظرفیت های



منطقه و پتانسیل های بالقوه، برای رسیدن به اهداف مورد نظر و رفع نیازها در قالب زمان بندی استفاده کرد. در واقع، افراد یک جامعه محلی می توانند با شرکت در کارگاه های آموزشی- مشورتی، نیازهای خود را بیان و اولویت بندی کنند و خود راهکارهایی برای حل مشکل ارائه دهند.

ظرفیت سازی و توانمندسازی اجتماعی روستاییان همچنین از پیش شرطهای توسعه پایدار و درون زاست؛ بنابراین، برای بهره برداری بهینه از امکانات موجود در یک منطقه، توانمندسازی مردم از طریق افزایش سرمایه اجتماعی، آموزش و آشنا کردن مردم با نقش مهم شان در شکوفایی آن منطقه ضروری است (راستین و همکاران، ۱۳۹۹).

پیشینه پژوهش

زندیه و همکاران (۱۴۰۱) در مقاله ای با عنوان " توسعه مدل کارآفرینی روستایی در ایران از طریق مطالعه نقش میانجی توانمندسازی روستاییان " با هدف توسعه کارآفرینی روستایی، در پی پاسخ بدین پرسش بود که «چگونه می توان از طریق مطالعه نقش میانجی توانمندسازی روستاییان، موجب بهبود عملکرد زیست بوم و توسعه کارآفرینی در فضای روستایی کشور ایران شد؟». پژوهش کاربردی حاضر، با بهره گیری از روش کمی و راهبرد مدلسازی معادلات ساختاری، به روش حداقل مربعات جزئی با رویکرد PLS انجام شد. گردآوری داده های پژوهش از طریق تکمیل ۱۰۲ پرسشنامه محقق ساخت روا و پایا با روش نمونه گیری خوشه ای در بازه زمانی ۱۳۹۹-۱۳۹۸ صورت گرفت. نتایج تحقیق نشان داد که دو جریان توانمندساز شناختی شامل توانمندسازهای فردی، گروهی و بنگاهی و جریان توانمندساز عاطفی یا روان شناختی با تأثیرپذیری از ابعادی همچون رفع موانع و بهبود محیط کسب و کار روستایی، حمایت و پشتیبانی از کسب و کارهای روستایی، طرح و برنامه روستایی، و اهداف و ارزش های کارآفرینی روستایی، می توانند منجر به توسعه کارآفرینی روستایی با شاخص هایی همچون ایجاد و یا حفظ و توسعه کسب و کارهای روستایی و یا کارآفرینی اجتماعی روستایی شوند. در پایان، بر اساس یافته های پژوهش، چند پیشنهاد کاربردی از جمله آگاهی افزایی در خصوص مؤلفه های توانمندساز در سه سطح فرد، گروه و بنگاه به کسب و کارهای روستایی، نقش آفرینی مریبان و مرشدان کسب و کارهای روستایی، نقش آفرینی های چندگانه دولت کارآفرین و نقش آفرینی کلیدی و حیاتی جوامع محلی ارائه شد.

حیدری ساربان (۱۳۹۸) با تهیه شاخص های تبیین کننده توسعه روستایی و توانمندسازی و سنجش آنها در مناطق روستایی شهرستان مشکین شهر به ارتباط معنادار بین توانمندسازی و توسعه روستایی دست یافت.

میرزایی و همکاران (۱۳۹۷) در بررسی رابطه صنعت ذوب آهن با توانمندی ساکنان دهستان یالغوز آجاج شهرستان قروه بعد توانمندی اقتصادی و اجتماعی توانمندی روانی مدنظر قرار داده و به این نتیجه رسیده اند که نبود ارتباط ارگانیک صنعت ذوب آهن با جامعه روستایی منطقه و برونزا و جدا افتاده بودن آن از جامعه روستایی سبب بی تأثیر بودن آن بر توانمندسازی جامعه پیرامون صنعت شده است.



Development with Emphasis on Public Participation

شاطریان و گنجی پور (۱۳۹۶) نیز با توجه به اینکه بخشی از پیامدهای سرمایه گذاری عمرانی را می توان در نظام اجتماعی شاهد بود و با محوریت روستاهای بخش ابوزیدآباد کاشان به این نتیجه رسیدند که همبستگی و رابطه معناداری میان میزان سرمایه گذاری عمرانی و توانمندسازی روستاها وجود ندارد.

جمعه پور و همکاران (۱۳۹۵) در مقاله ای با عنوان " توسعه مدل کارآفرینی روستایی در ایران از طریق مطالعه نقش میانجی توانمندسازی روستاییان " تاثیرات صنعت نفت و گاز بر توانمندی شهرستان شازند را مطالعه نمود. توانمندی با دو بعد عاملیت و ساختار فرصت ها و با شاخص های ظرفیت اجتماعی، اقتصادی، انسانی، اکولوژیکی، کالبدی و ساختار فرصت ها با استفاده از روش توصیف و تحلیل کمی و ابزار پرسش نامه سنجش شد. حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران، ۳۷۸ نفر با نمونه گیری چندمرحله ای انتخاب شد. یافته های پژوهش نشان می دهد که ظرفیت اجتماعی با میانگین ۲.۵۱، اقتصادی ۲.۷۳، انسانی ۲.۴۹ بعد از احداث پالایشگاه در سطح متوسط و ظرفیت کالبدی با میانگین ۲.۰۶، اکولوژیکی ۱.۵۴ و ساختار فرصت ها ۱.۹۸ در سطح بسیار نامطلوبی قرار دارد. در مجموع میزان توانمندی جوامع تحت تاثیر پالایشگاه در سطح متوسط و رو به پایین است و تا سطح مطلوب فاصله بسیار زیادی دارد. به عبارت دیگر نبود تعامل مناسب بین صنعت نفت و جامعه محلی سبب بی تاثیر بودن بر توانمندی جامعه محلی شده است.

توانمندسازی محلی بر توسعه کارآفرینی مطالعه می گردد

روش تحقیق

۴-۱- جامعه و نمونه آماری

منطقه مورد مطالعه بخش مرکزی شهرستان چابهار و دهستان کمبل سلیمان می باشد. جامعه آماری پژوهش روستاهای دهستان کمبل سلیمان است. روستاهای نمونه، با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی طبقه بندی شده، ۱۰ آبادی انتخاب شدند. در این روش مرحله اول روستاهای بالای ۲۰ خانوار به جهت دارا بودن آستانه جمعیتی جهت دریافت امکانات و خدمات و در مرحله دوم با توجه به فاصله از مرکز شهرستان مد نظر قرار گرفتند. ابزار اصلی پژوهش پرسشنامه محقق ساخته است که روایی آن توسط متخصصان و پایایی آن توسط ضریب آلفای کرونباخ تأیید شد. برای تجزیه و تحلیل داده ها، در دو بخش آمار توصیفی و استنباطی از نرم افزار SPSS22 استفاده می گردد.

۴-۲- ابزار و روش گردآوری داده ها

روش پژوهش در این مطالعه ترکیبی از دو روش کتابخانه ای و میدانی می باشد. عبارت دیگر ابتدا با استفاده از ابزار فیش برداری مبانی نظری و پیشینه پژوهش گردآوری شده و سپس با استفاده از ابزار پرسشنامه و بصورت میدانی داده ها و اطلاعات جمع آوری می گردد. پرسشنامه طراحی شده شامل ۱۸ سوال می باشد. پرسشنامه حاصله شامل دو بخش خواهد بود. بخش اول مربوط به سؤالات فردی بوده



و بخش دوم مربوط به سؤالات تخصصی است. سؤالات فردی در بخش اول، در مورد جنسیت، سطح تحصیلات و سن بوده و بخش دوم پرسشنامه نیز شامل سؤالات تخصصی خواهد بود. برای طراحی این بخش از طیف لیکرت ۵ گزینه‌ای که یکی از رایج ترین مقیاس‌های اندازه گیری است، استفاده می شود. برای این کار، طیف لیکرت از یک تا پنج (بسیار زیاد امتیاز پنج، زیاد امتیاز چهار، متوسط امتیاز سه، کم امتیاز دو و بسیار کم امتیاز یک) ارزش گذاری شده است.

نتایج

توصیف جمعیت شناختی نمونه

در جدول ۲، آمار توصیفی مربوط به مشخصات فردی و جمعیت شناختی اعضای نمونه (۱۲۶ فرد) به تفکیک جنسیت، سن و سطح تحصیلات ارائه شده است.

جدول ۱: نتایج آمار توصیفی اعضای نمونه

ویژگی های جمعیت شناختی	فراوانی	درصد
جنسیت		
مرد	۱۱۳	۸۹/۷
زن	۱۳	۱۰/۳
سن		
کمتر از ۳۰ سال	۸۹	۷۱
۳۰-۴۰	۱۸	۱۴
۴۰-۵۰	۱۹	۱۵
تحصیلات		
دیپلم و پایین تر	۱۰۴	۸۲/۵
کارشناسی	۲۲	۱۷/۵

منبع: یافته های تحقیق



بر اساس نتایج جدول ۲، از بین اعضای نمونه، ۹۰ درصد افراد را مردان و ۱۰ درصد را زنان تشکیل می دهند. همچنین بخش بزرگی از پاسخ دهندگان را افرادی تشکیل داده‌ند که کمتر از ۳۰ سال سن دارند. علاوه بر این، ۸۲/۵ درصد از افرادی که بعنوان نمونه مورد مطالعه قرار گرفتند، مدرک پایین تر از دیپلم دارند.

یافته ها

در این مطالعه توانمندی در سه بعد توانمندی اقتصادی، اجتماعی و فردی مورد بررسی قرار گرفت. هر یک از این مولفه ها در قالب سوالاتی سنجیده شد. بطوریکه برای سنجش توانمندی اقتصادی از سوال ۱-۵، برای سنجش توانمندی اجتماعی از سوال ۶-۱۲ و برای توانمندی فردی از سوال ۱۳-۱۸ استفاده شد. برای سنجش کارآفرینی نیز از پرسشنامه کارآفرینی فردی محقق ساخته با ۳۱ سوال استفاده گردید. ضریب آلفای کرونباخ برای هر یک از ابعاد ارایه شده بالاتر از ۰/۷ بوده و بیانگر این است که پرسشنامه محقق ساخته از پایایی لازم برخوردار است. روایی پرسشنامه نیز بصورت محتوایی بوده و مورد تایید اساتید و خبرگان موضوع پژوهش قرار گرفته است. در ادامه با استفاده از روش رگرسیونی می توان تاثیر هر سه نوع از توانمندی اقتصادی، اجتماعی و فردی بر توسعه کارآفرینی در نمونه مورد مطالعه را بررسی نمود. برای این کار از نرم افزار SPSS استفاده می گردد و نتایج خروجی رگرسیون به شرح زیر ارائه شده است

جدول ۲: نتایج بررسی پایایی مولفه های پژوهش

مولفه	ضریب آلفای کرونباخ	پایایی	روایی
توانمندسازی اقتصادی	۰/۸۲	دارد	دارد
توانمندسازی اجتماعی	۰/۷۹	دارد	دارد
توانمندسازی فردی	۰/۷۶	دارد	دارد
کارآفرینی	۰/۸۳	دارد	دارد

منبع: یافته های تحقیق

فرضیه اول: توانمندسازی اجتماعی بر توسعه کارآفرینی تاثیر معنادار دارد



Development with Emphasis on Public Participation

بر اساس نتایج برآوردی توانمندسازی اجتماعی بر توسعه کارآفرینی در سطح دهستان مورد مطالعه تاثیر مثبت داشته است. اما این تاثیر در سطح معناداری ۵ درصد به لحاظ آماری معنادار نمی باشد. زیرا $prob > 0.05$ آن بزرگتر از ۵ درصد بوده و فرضیه صفر مبنی بر صفر بودن ضریب متغیر توانمندسازی اجتماعی را نمی توان رد نمود

جدول ۳: تاثیر توانمندسازی اجتماعی بر توسعه کارآفرینی

متغیر	ضریب	ضریب همبستگی	سطح معناداری
توانمندسازی اجتماعی	۰/۱۸۸	۰/۲۶	۰/۱۶

منبع: یافته های تحقیق

فرضیه دوم: توانمندسازی اقتصادی بر توسعه کارآفرینی تاثیر معنادار دارد

در سطح معناداری ۵ درصد، توانمندسازی اقتصادی در نمونه مورد مطالعه بر توسعه کارآفرینی تاثیر مثبت و معنادار داشته است. عبارت دیگر توانمندسازی اقتصادی می تواند منجر به توسعه کارآفرینی گردد

جدول ۴: تاثیر توانمندسازی اقتصادی بر توسعه کارآفرینی

متغیر	ضریب	ضریب همبستگی	سطح معناداری
توانمندسازی اقتصادی	۰/۲۳۵	۰/۳۶	۰/۰۴

منبع: یافته های تحقیق

فرضیه سوم: توانمندسازی فردی بر توسعه کارآفرینی تاثیر معنادار دارد

بر اساس نتایج تخمین رگرسیونی، توانمندسازی فردی بر توسعه کارآفرینی در سطح دهستان مورد مطالعه تاثیر مثبت داشته و این تاثیر در سطح معناداری ۵ درصد به لحاظ آماری معنادار است. عبارت دیگر توانمندسازی فردی نیز می تواند منجر به توسعه کارآفرینی گردد

جدول ۳: تاثیر توانمندسازی فردی بر توسعه کارآفرینی

متغیر	ضریب	ضریب همبستگی	سطح معناداری
-------	------	--------------	--------------



۰/۰۲

۰/۴۸

۰/۲۹۷

توانمندسازی فردی

منبع: یافته های تحقیق

نتیجه گیری

توانمندسازی در ادبیات توسعه، انتقال ابتکارات به جامعه روستایی با رویکرد عدم تمرکز تفویض قدرت است. تمرکززدایی رویکردی جدید در جهان امروز است که حکومت‌ها، قدرت اجرایی، مسئولیت اقتصادی و برخی امور سیاسی را به مردم به ویژه فقرا اختصاص می‌دهند که در آن مفهوم مشارکت نهفته است. به عبارتی در توانمندسازی، بحث توسعه مشارکتی در ابعاد مختلف آن است و این مشارکت ممکن نیست مگر آنکه بخشی از اختیارات و قدرت در میان مردمان جوامع روستایی توزیع شود. اجرای طرح توانمندسازی باید به کاهش فقر، افزایش رفاه و کیفیت بالای زندگی، مشارکت در تصمیم‌گیری را شامل شود و خرده فرهنگ‌های مانع توسعه را در جامعه بزداید.

در بحث تله محرومیت، با بررسی خانواده‌های فقیر و محیط اطراف آنها، می‌توان دریافت که یک دسته موانع به هم گره می‌خورند و باعث تشدید فقر در جامعه می‌شوند که توانمندسازی در جهت نابودی این تله است. این تله شامل پنج خوشه است که این خوشه پنج‌گانه، بیست رابطه‌ی علی را نشان می‌دهد که در اشکال منفی به هم گره خورده‌اند و مانند یک رشته تار مردم را در دام محرومیت شان گرفتار می‌کنند. بنابراین در توانمندسازی روستاییان، این خوشه پنج‌گانه باید از بین برود تا افراد فقیر و قشر حاشیه‌ای جامعه را به مشارکت بطلبند. در این مبحث، فقر را قوی‌ترین عامل تعیین‌کننده مشارکت یا عدم مشارکت روستاییان می‌داند. زیرا فقرا در مقابل هزینه‌های زندگی دچار مشکلات عدیده و هر روز به حاشیه رانده می‌شوند و نمی‌توانند برای خانواده خود، غذا و امکانات فراهم کنند. از این رو، فقر عامل بسیار مهم در میزان مشارکت مردم در امور جامعه است و اگر این عامل (فقر) در جامعه زدوده نشود، مشارکت معنی نخواهد داشت. از طرفی «ناتوانی فقیران در پرداخت هزینه‌های زندگی» به خاطر فقر، به انزوا افراد منجر می‌شود و این انزوا همان چیزی است که هدف توانمندسازی، از بین بردن آن است و در نقطه مقابل آن قرار دارد. زیرا در اجرای طرح توانمندسازی، مشارکت مردم اصل است، در صورتی که انزوا، به گوشه‌گیری و در حاشیه‌ای بودن، دلالت دارد. در جوامع توسعه یافته، مردم نه تنها در حاشیه نیستند بلکه بازیگران اصلی در طرحها و در تعامل با مراجع تصمیم‌گیری و اجرا هستند. از این رو، امروزه توانمندسازی به یکی از مفاهیم اصلی توسعه پایدار تبدیل شده است. رابطه توانمندسازی با توسعه پایدار را می‌توان به سه شیوه بررسی کرد: ۱. توانمندسازی از اجزای توسعه پایدار؛ ۲. توانمندسازی عامل توسعه پایدار؛ ۳. توانمندسازی معلول توسعه پایدار. به جهت اهمیت فزاینده توانمندسازی، در این مطالعه نقش و اثرات توانمندسازی بر توسعه کارآفرینی مطالعه می‌گردد.



در این پژوهش، منطقه مورد مطالعه بخش مرکزی شهرستان چابهار و دهستان کمبل سلیمان بوده و جامعه آماری پژوهش روستاهای دهستان کمبل سلیمان است. روستاهای نمونه، با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌بندی شده، ۱۰ آبادی انتخاب شدند. ابزار اصلی پژوهش پرسشنامه محقق ساخته است که روایی آن توسط متخصصان و پایایی آن توسط ضریب آلفای کرونباخ تأیید شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها، در دو بخش آمار توصیفی و استنباطی از نرم‌افزار SPSS استفاده گردید. پرسشنامه طراحی شده شامل ۱۸ سوال بوده و برای طراحی این بخش از طیف لیکرت ۵ گزینه‌ای که یکی از رایج‌ترین مقیاس‌های اندازه‌گیری است، استفاده می‌شود. همچنین در این مطالعه توانمندی در سه بعد توانمندی اقتصادی، اجتماعی و فردی مورد بررسی قرار گرفت. هر یک از این مولفه‌ها در قالب سوالاتی سنجیده شد. بطوریکه برای سنجش توانمندی اقتصادی از سوال ۱-۵، برای سنجش توانمندی اجتماعی از سوال ۶-۱۲ و برای توانمندی فردی از سوال ۱۳-۱۸ استفاده شد. برای سنجش کارآفرینی نیز از پرسشنامه کارآفرینی فردی محقق ساخته با ۳۱ سوال استفاده گردید. ضریب آلفای کرونباخ برای هر یک از ابعاد ارایه شده بالاتر از ۰/۷ بوده و بیانگر این است که پرسشنامه محقق ساخته از پایایی لازم برخوردار است. روایی پرسشنامه نیز بصورت محتوایی بوده و مورد تایید اساتید و خبرگان موضوع پژوهش قرار گرفته است.

بر اساس نتایج برآوردی توانمندسازی اجتماعی بر توسعه کارآفرینی در سطح دهستان مورد مطالعه تاثیر مثبت داشته اما این تاثیر در سطح معناداری ۵ درصد به لحاظ آماری معنادار نمی‌باشد. همچنین در سطح معناداری ۵ درصد، توانمندسازی اقتصادی بر توسعه کارآفرینی در نمونه مورد مطالعه تاثیر مثبت و معنادار داشته است. بعبارت دیگر توانمندسازی اقتصادی می‌تواند منجر به توسعه کارآفرینی گردد. علاوه بر این، توانمندسازی فردی نیز بر توسعه کارآفرینی در سطح دهستان مورد مطالعه تاثیر مثبت و معنادار داشته است. بعبارت دیگر توانمندسازی فردی نیز می‌تواند منجر به توسعه کارآفرینی گردد.



دومین همایش ملی کارآفرینی و توسعه پایدار با تاکید بر مشارکت مردم

The 2nd National Conference on Entrepreneurship and Sustainable

Development with Emphasis on Public Participation



دانشگاه پیام نور سیستان و بلوچستان

کد: ۸۷۹۶۹-۳۴۴۰

منابع

##جمعه پور، محمود، کاظمیان، غلامرضا، و دهقانی، معصومه. (۱۳۹۵). تاثیرات پروژه های صنعتی بر توانمندسازی جوامع محلی (مطالعه موردی: پالایشگاه سازند). پژوهش های روستایی، ۷(۳)، ۴۷۰-۴۸۵.

##زندیه، شهنام و همکاران. (۱۴۰۱). توسعه مدل کارآفرینی روستایی در ایران از طریق مطالعه نقش میانجی توانمندسازی روستایان. روستا و توسعه

##صیدایی، سیداسکندر و همکاران. (۱۳۹۳). بررسی و تحلیل عملکرد مدیران نوین روستایی در توسعه روستایی (مطالعه موردی: منطقه اورامانات استان کرمانشاه). برنامه ریزی فضایی، ۴(۴)، ۱-۲۴.

##منوچهری، فاطمه و همکاران. (۱۴۰۰). تدوین راهبردهای توانمندسازی جوامع محلی در توسعه پایدار نواحی روستایی (مورد مطالعه: دهستان بازان شهرستان جوارود). پژوهش های روستایی، ۱۲(۳)، ۵۰۲-۵۱۹.

##پورطاهری مهدی، محمدی ناهیده، رکن الدین افتخاری عبدالرضا. (۱۳۹۳). ارزیابی و سنجش محرومیت در سطح مناطق روستایی مورد: بخش مرکزی شهرستان جوارود. اقتصاد فضا و توسعه روستایی، ۳(۹)، ۱۷-۴۰.

##Beiranvandzadeh, M., Sohani, N., Fallahi, M., Alizadeh, S. D. (2018). Stability analysis of rural development in the province of Kermanshah. J Geographical Sciences. (29), 69-81.1049. http://geographic.sinaweb.net/article_669662.html

##Bosworth, G., Price, L., Hakulinen, V., Marango, S. (2020). Rural Social Innovation and Neo-endogenous Rural Development. In: Cejudo E., Navarro F. (eds) Neoendogenous Development in European Rural Areas. Springer Geography. Springer, Cham, 21-32.

##Bown, D. E., & Lawler, E. E. (1992). Empowerment of service work, what, why, how and when?, sloan management review, vol, 33, pp 31-39.

##Castellano-Álvarez, F.J., Durán-Sánchez, A., De La Cruz Del Río-Rama, M., Álvarez-García, J. (2020). Innovation and Entrepreneurship as Tools for Rural Development: Case Study Region of Vera, Extremadura, Spain. In: Ratten V. (eds) Entrepreneurship and the Community. Contributions to Management Science. Springer, Cham, 125-140.

##Conger, J., Rabindra, & Kanungo, N. H. (1998). The empowerment process, theory and practice, academin and management review, Vol 13, No 3, pp 41-47. <http://www.ostan-ks.ir/>



دومین همایش ملی کارآفرینی و توسعه پایدار با تاکید بر مشارکت مردم

The 2nd National Conference on Entrepreneurship and Sustainable

Development with Emphasis on Public Participation



دانشگاه پیام نور سیستان و بلوچستان

کد: ۰۳۲۴۰-۸۷۹۶۹

##Kenneth, T. V., & Velthouse, B. N. (1990). cognitive element of empowerment, An interpretive model of Intrinsic task motivation, the academy of management journal, Vol. 15, No. 4, pp. 666-681.

##Moradi Masihi, V., Qasemi, A. (2014). The role of tourism in the economic development of rural settlements in Behshahr, 3(2), 105-124.

##Pretorius, R., Nicolau, M. (2020). Empowering Communities to Drive Sustainable Development: Reflections on Experiences from Rural South Africa. In: Leal Filho W., Tortato U., Frankenberger F. (eds) Universities and Sustainable Communities: Meeting the Goals of the Agenda 2030. World Sustainability Series. Springer, Cham

##Riahi, W., & Pashazadeh, A. (2014). Economic and social effects of drought on rural areas of Garmsi city (Case study: Azadloo village). Human Settlement Planning Studies (Geographical Landscape), 8 (25), 17-37.

##Shoell, W. J., Dessler, G., & Reinecke, J. (1993). introduction to business, USA, Allyn & Bacon. Spritzer, G. M. (2005). Psychological empowerment in the work place, dimension, measurement and validation, the academy of management journal, vol. 38, No. 5, pp. 1442-65.

##Torre, A., Wallet, F. (2016). Regional Development in Rural Areas. Analytical tools and Public policies, Springer Briefs in Regional Science, Springer

##Unesco. (2008). Education for sustainable development: Using the UNESCO framework framework to embed ESD, pp3-4

##Yousefi Sadat, M. (2014). A guide to rural community empowerment Model, Tehran: Ministry of Health, Treatment and Medical Education, Deputy Minister of Health.

The Role of Empowering Local Communities in Entrepreneurship Development: A Case Study of Kambal Soleiman Village, Chabahar

Mahmoud Mohammadi; Assistant Professor of Economic Sciences, Payam Noor University of Iran, Tehran

Arsalan Biniyaz; Assistant Professor of Agricultural Economics, Payam Noor University of Iran, Tehran



دومین همایش ملی کارآفرینی و توسعه پایدار با تاکید بر مشارکت مردم

The 2nd National Conference on Entrepreneurship and Sustainable

Development with Emphasis on Public Participation



دانشگاه پیام نور سیستان و بلوچستان

کد: ۰۳۲۴۰-۸۷۹۶۹

Abstract

Today, empowerment has become one of the main concepts of sustainable development. In the discussion of combating poverty and deprivation, it can be seen that a set of obstacles are intertwined and cause the intensification of poverty in society, which empowerment is aimed at destroying this trap. Empowering local people is one of the tools that can be effective in eliminating poverty and improving their livelihoods. It can also lead to the development of entrepreneurship and economic prosperity in the next step. To investigate this issue, in this study, the central part of Chabahar city and Kambel Soleyman rural district were studied, and the statistical population was the villages of Kambel Soleyman rural district. The main research tool was a researcher-made questionnaire, the validity of which was confirmed by experts and its reliability by Cronbach's alpha coefficient. For data analysis, SPSS software was used in two sections of descriptive and inferential statistics. Also, in this study, empowerment was examined in three dimensions of economic, social, and individual empowerment.

Based on the estimated results, social empowerment has a positive effect on the development of entrepreneurship at the level of the studied rural district, but this effect is not statistically significant at the 5% significance level. Also, at the 5% significance level, economic empowerment has a positive and significant effect on the development of entrepreneurship in the studied sample. In other words, economic empowerment can lead to the development of entrepreneurship. In addition, individual empowerment has also had a positive and significant effect on the development of entrepreneurship at the level of the studied rural district. In other words, individual empowerment can also lead to the development of entrepreneurship.

Keywords: Local empowerment, entrepreneurship, Chabahar, sustainable development



کد: ۰۳۴۰-۸۷۹۶۹

دومین همایش ملی کارآفرینس و توسعه پایدار با تاکید بر مشارکت مردم

The 2nd National Conference on Entrepreneurship and Sustainable

Development with Emphasis on Public Participation



دانشگاه پیام نور سیستان و بلوچستان

بررسی نقش بیمه خرد تعاونی بر توسعه اقتصاد روستایی کشور

محمود؛ محمدی، گروه علوم اقتصادی، دانشگاه پیام نور ایران، تهران.

علی؛ حسین بر؛ دانشجوی کارشناسی ارشد علوم اقتصادی؛ اقتصاد اسلامی؛ دانشگاه پیام نور ایران، تهران.

چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی نقش بیمه خرد تعاونی در توسعه اقتصاد روستایی کشور، با رویکرد مرور سیستماتیک و با تمرکز بر مطالعات اسنادی و کتابخانه‌ای انجام شده است. بیمه‌های خرد به عنوان روشی ترکیبی از فعالیت تجاری و نودوستانه، نقش حیاتی در کاهش فقر و ارتقای رفاه اقشار کم‌درآمد روستایی دارند. یافته‌ها نشان می‌دهد که توسعه بیمه برای اقشار فقیر می‌تواند از تأثیرات منفی حوادثی مانند خشکسالی یا سیل بر سلامت، تحصیل و دارایی‌های آنان جلوگیری کند. بیمه‌های خرد به عنوان تکامل طبیعی خدمات مالی خرد، محصولاتی مانند بیمه عمر مانده بدهکار، درمانی، اموال و کشاورزی ارائه می‌دهند که ویژگی اصلی آن‌ها حق بیمه پایین و آشنایی کم مصرف‌کنندگان با مفهوم بیمه است. با این حال، موانع متعددی از جمله فقدان محصولات نوآورانه، کانال‌های توزیع ناکافی، عدم چارچوب قانونی حمایتی، قیمت‌گذاری غیررقابتی، حمایت کم دولت، درآمد پایین مشتریان، عوامل مذهبی-فرهنگی و کاهش اعتماد عمومی بر تقاضای محصولات بیمه‌ای تأثیر منفی دارند. راهکارهای پیشنهادی شامل توسعه محصولات نوآورانه، فرآیندهای اعتمادسازی، ایجاد کانال‌های ارائه خدمات کارآمد و حمایت دولت می‌باشد. این پژوهش با پوشش زمانی گسترده‌ای از سال ۱۳۶۰ تا ۱۴۰۴ در منابع داخلی و از سال ۲۰۰۰ تا ۲۰۲۴ در منابع بین‌المللی، به بررسی نظام‌مند پایگاه‌های اطلاعاتی معتبر پرداخته و زمینه را برای تصمیم‌گیری‌های آتی در حوزه توسعه اقتصاد روستایی فراهم ساخته است.

واژگان کلیدی: بیمه خرد تعاونی؛ توسعه اقتصاد روستایی؛ خدمات مالی خرد.

۱. مقدمه

بیمه‌های خرد به عنوان ابزاری مؤثر برای کاهش فقر و حمایت از اقشار آسیب‌پذیر در کشورهای در حال توسعه معرفی شده‌اند. این بیمه‌ها که توسط مؤسسات تأمین مالی خرد طراحی می‌شوند، با ارائه حداقل پوشش بیمه‌ای متناسب با ریسک، نیازهای فوری و اساسی قشر کم‌درآمد را هدف قرار داده و به دلیل سادگی و قابلیت درک، حق بیمه قابل پرداختی دارند. همچنین نوعی بیمه اسلامی به نام تکافل بر



اساس اصل کفالت همگانی و توزیع مشترک ریسک شکل گرفته است که با فرهنگ‌سازی مناسب می‌تواند به نیازهای بیمه‌ای جوامع روستایی ایران پاسخ دهد (توحیدینیا، ۱۳۸۷: ۱۳). نظام بیمه نقش مهمی در توسعه و توانمندسازی روستاییان و پایداری جوامع روستایی دارد که به نوبه خود به توسعه منطقی‌های و ملی کمک می‌کند. با توجه به رشد جوامع انسانی در فضاهای روستایی، برنامه‌ریزی و توسعه روستایی ضروری است، زیرا روستاها به عنوان قاعده نظام سکونت و فعالیت ملی، نقش اساسی در توسعه پایدار سرزمین ایفا می‌کنند و پایداری نظام روستایی برای توسعه پایدار ملی حیاتی است. بر این اساس، دولت‌ها موظف به اجرای برنامه‌های ویژه در مناطق روستایی هستند (رضوانی، ۱۴۰۰: ۱). بر اساس بررسی تاریخچه بیمه روستاییان در ایران، مشخص شده است که حمایت‌ها و بیمه‌های موجود هنوز نتوانسته‌اند به طور مطلوب در مناطق روستایی و میان عشایر و کشاورزان گسترش یابند. اجرای نظام بیمه کارآمد می‌تواند به تثبیت جمعیت فعال و بهبود کیفیت زندگی در این مناطق کمک کند. هدف اصلی بیمه‌ها، حمایت در برابر مخاطرات احتمالی در محیط روستا است که با اجرای صحیح آن، می‌تواند به کاهش شکاف‌های درآمدی و افزایش امنیت و آرامش برای سرمایه‌های انسانی منجر شود (مؤسسه پژوهش‌های برنامه‌ریزی و اقتصاد کشاورزی، ۱۳۹۸: ۱۳۱). همچنین نقش و جایگاه روستاها در فرآیندهای توسعه اقتصادی و اجتماعی، به ویژه در مقیاس‌های محلی و ملی، و پیامدهای توسعه‌نیافتگی روستاها از جمله فقر، نابرابری و بیکاری، توجه به توسعه روستایی را ضروری ساخته است. مایکل تودارو معتقد است که توجه به توسعه روستایی به دلیل جمعیت عمده‌ای که در این مناطق زندگی می‌کنند، اهمیت دارد و بهبود شرایط روستایی می‌تواند به حل مشکل بیکاری شهری کمک کند (Mohammed & Mukhtar, 2012).

(2) امروزه، بیمه‌های خرد به عنوان راه‌حلی کلیدی برای بهبود شرایط زندگی اقشار کم‌درآمد مطرح شده‌اند. این بیمه‌ها که جایگزین بیمه‌های سنتی عمل می‌کنند، به افراد کم‌درآمد کمک می‌کنند تا با خطرات مالی ناشی از شرایط زندگی خود مقابله کنند. اگرچه بیمه‌های خرد به تنهایی قادر به حل مشکل فقر نیستند، اما می‌توانند از سقوط افراد آسیب‌پذیر به زیر خط فقر جلوگیری کنند. این بیمه‌ها از نظر اجتماعی طراحی شده‌اند و هدف اصلی آن‌ها سودآوری نیست (Chowdhury & Chowdhury, 2019: 371). ساختارهای اجتماعی-اقتصادی در کشورهای در حال توسعه مانند ایران، از جمله نابرابری‌های طبقاتی و وجود جمعیت‌های کم‌درآمد، نیاز به حمایت‌های بیمه‌ای را افزایش داده است. با وجود نیاز شدید به این حمایت‌ها، تنها بخش کوچکی از افراد کم‌درآمد به بیمه دسترسی دارند. بر اساس آمار بانک جهانی، از ۴ میلیارد نفری که درآمد روزانه کمتر از دو دلار دارند، تنها ۱۰ میلیون نفر تحت پوشش بیمه قرار گرفته‌اند (Renahy et al., 2018). در حال حاضر، حدود یک چهارم از ۶ میلیون خانوار روستایی در ایران تحت پوشش بیمه اجتماعی قرار دارند (ایرنا، ۱۳۹۷). با توجه به تورم و درآمد پایین، اقشار فقیر به سختی نیازهای اولیه خود را تأمین می‌کنند و قادر به خرید بیمه نیستند (Morsink et al., 2011). ویژگی‌های روستاها در کشورهای در حال توسعه، از جمله ریسک‌های محیطی و ضعف در سرمایه‌گذاری، شرایط بیمه‌گذاری را دشوار می‌سازد. بر اساس آمار بانک جهانی، کمتر از ۲۵ درصد از ساکنان با درآمد کمتر از دو دلار در روز تحت پوشش بیمه هستند (Churchill, 2006). در ایران بیش از شش میلیون خانوار تحت پوشش بیمه اجتماعی قرار دارند (شیرکانی، ۱۳۹۸). دلیل اصلی پایین بودن ضریب نفوذ بیمه در این جوامع، درآمد پایین و تورم است که مانع از تأمین نیازهای اولیه و



Development with Emphasis on Public Participation

خرید بیمه می شود. امروزه بیمه های خرد به عنوان راه حل کلیدی برای رفع این مشکلات مطرح هستند. این بیمه ها به طور خاص برای پاسخ به نیازهای افراد کم درآمد طراحی شده اند و تفاوت های عمده های با بیمه های تجاری مرسوم دارند.

این تحقیق به بررسی نقش بیمه خرد تعاونی در توسعه اقتصاد روستایی شهرستان خاش می پردازد. با توجه به اهمیت توسعه روستایی و چالش هایی مانند فقر، بیکاری و کمبود منابع مالی در این منطقه، بیمه خرد تعاونی می تواند به عنوان ابزاری مؤثر برای کاهش آسیب پذیری اقتصادی خانوارها و بهبود کیفیت زندگی عمل کند. این تحقیق به دلیل کمبود اطلاعات دقیق در این زمینه و عدم آگاهی کافی روستاییان انجام می شود. این تحقیق با هدف ارتقای آگاهی عمومی درباره مزایای بیمه های خرد تعاونی و تشویق روستاییان شهرستان خاش به استفاده از این خدمات انجام می شود. نتایج آن می تواند موانع گسترش بیمه خرد را شناسایی کرده و راهکارهایی برای افزایش دسترسی ارائه دهد، که هم به توسعه علمی حوزه بیمه کمک می کند و هم منجر به بهبود وضعیت اقتصادی و اجتماعی روستاییان و توسعه پایدار منطقه می شود.

هدف تحقیق

-بررسی نقش بیمه خرد تعاونی در کاهش فقر و بهبود کیفیت زندگی

سوال تحقیق

۱. بیمه خرد تعاونی چگونه به کاهش فقر و بهبود زندگی کمک می کند؟

۲. مواد و روش ها

این پژوهش با رویکرد مرور سیستماتیک و با هدف ارائه تحلیلی جامع و نظام مند از ادبیات موضوع انجام شده است. روش تحقیق حاضر از نظر هدف، کاربردی بوده و با تمرکز بر مطالعات اسنادی و کتابخانه ای طراحی شده است. در چارچوب این پژوهش، از روش های کیفی برای گردآوری اطلاعات و تدوین چارچوب نظری تحقیق استفاده شده است. بررسی منابع معتبر شامل مقالات، کتب، مجلات، سایت های اینترنتی، مقالات علمی-پژوهشی و پایان نامه های مرتبط، پایه اصلی مطالعات اسنادی این پژوهش را تشکیل داده است. در بخش گردآوری داده ها، پژوهش حاضر با پوشش زمانی گسترده ای از سال ۱۳۶۰ تا ۱۴۰۴ در منابع داخلی و از سال ۲۰۰۰ تا ۲۰۲۴ در منابع بین المللی، به بررسی نظام مند پایگاه های اطلاعاتی معتبر پرداخته است. پایگاه های داخلی شامل SID، Magiran و Noormags و پایگاه های بین المللی شامل Google Scholar، Scopus و ScienceDirect به دقت مورد مطالعه قرار گرفته اند. این پژوهش که در زمستان سال ۱۴۰۳ در دانشگاه پیام نور اجرا شده، با استفاده از چارچوب استاندارد مرور سیستماتیک، به شناسایی، ارزیابی و سنتز یافته های پژوهشی پیشین پرداخته است. در مرحله تحلیل داده ها، از تکنیک های کیفی برای تفسیر و سنتز یافته ها استفاده شده است. فرآیند



تحقیق شامل گردآوری نظام‌مند منابع، دسته‌بندی منظم یافته‌ها و در نهایت ارائه جمع‌بندی، نتیجه‌گیری و راهکارهای ممکن بوده است. این رویکرد سیستماتیک امکان دستیابی به نتایج مستند و قابل اتکا را فراهم آورده و زمینه را برای تصمیم‌گیری‌های آتی در حوزه موضوع پژوهش مهیا ساخته است.

۲. تعریف مفاهیم

تعریف بیمه

بیمه به عنوان یک صندوق اجتماعی، روشی برای انتقال ریسک است که طی آن افراد با پرداخت حق بیمه، خسارت‌های احتمالی را بین کل گروه تقسیم می‌کنند. بر اساس ماده یک قانون بیمه ایران، بیمه قراردادی است که بیمه‌گر در ازای دریافت حق بیمه متعهد به جبران خسارت یا پرداخت مبلغ مشخص در صورت وقوع حادثه می‌شود (احمدی، ۱۳۹۲). بیمه عقدی است که طی آن تبعات مالی خطر احتمالی به بیمه‌گر منتقل می‌شود. بر اساس ماده ۱ قانون بیمه، بیمه‌گر در ازای دریافت حق بیمه متعهد به جبران خسارت یا پرداخت مبلغ معین می‌گردد. موضوع بیمه می‌تواند اموال، حقوق مالی یا مسئولیت حقوقی باشد. بیمه صرفاً انتقال ریسک نیست، بلکه مدیریت و تأمین آن بر اساس تعاون جمعی است. بیمه‌گر با سازماندهی بیمه‌گذاران و جمع‌آوری حق بیمه‌ها، خسارت‌های محقق شده را جبران می‌کند و نقش شانس را کاهش می‌دهد (بابائی، ۱۳۹۰). نقش بیمه‌گر مدیریت منابع جمع‌آوری شده و محاسبه علمی حق بیمه برای پوشش خسارت‌ها است. بیمه‌نهادی جمعی است که هدف آن مقابله با شانس، توزیع ریسک و کاهش آثار نامطلوب حوادث از طریق تقسیم آثار منفی میان بیمه‌گذاران است. این فرآیند بر اساس محاسبات دقیق ریاضی و قوانین مشخص سازماندهی می‌شود. (Birds, 2001)

۳. انواع بیمه

۳.۱. بیمه خصوصی

بیمه خصوصی شرکتی است که حداقل ۵۱ درصد سرمایه یا سهام آن متعلق به بخش خصوصی باشد. این مؤسسات با هدف کسب سود فعالیت می‌کنند و سود حاصل معمولاً به سهامداران تعلق می‌گیرد، نه بیمه‌گذاران (علی‌آبادی، ۱۳۶۹). برخلاف بیمه اجتماعی که مبتنی بر اراده قانونگذار و اغلب اجباری است، بیمه خصوصی بر اساس قرارداد میان بیمه‌گر و بیمه‌گذار شکل می‌گیرد، اگرچه گاهی اجباری نیز می‌شود (مانند بیمه خودرو). در بیمه خصوصی، مسئولیت پرداخت حق بیمه بر عهده بیمه‌گذار است و در صورت عدم وقوع خسارت، وجوه پرداختی برای جبران خسارت دیگران استفاده می‌شود. بیمه خصوصی با انگیزه اصلی کسب سود فعالیت می‌کند و تأمین منافع اجتماعی معمولاً تابع اهداف اقتصادی بیمه‌گذاران و بیمه‌گران است، در حالی که بیمه‌های اجتماعی هدفشان حمایت از آسیب‌پذیران جامعه می‌باشد. بیمه تعاونی اساساً یک شرکت مدنی است که گروهی از بیمه‌گذاران برای مقابله با خطرات تشکیل می‌دهند و در آن



بیمه‌گذار خود شریک شرکت محسوب می‌شود. هدف این شرکتها کسب سود نیست، بلکه بیمه‌گذاران صرفاً به دنبال حفظ سرمایه خود هستند (برهانیان و نقیعی، ۱۳۸۶). با توجه به ویژگی خاص قراردادهای بیمه، هر یک از طرفین قرارداد ملزم به رعایت تعهداتی هستند که به عنوان اصول حاکم بر قراردادهای بیمه شناخته می‌شود (کریمی و تفنگساز، ۱۳۹۲). اصل حسن نیت و اصل نفع بیمه‌پذیر در تمام رشته‌های بیمه جاری است؛ در حالی که اصل غرامت و اصل جانشینی تنها در بیمه‌های اموال اعمال می‌شود (دانشنامه بیمه، ۱۳۹۳). در بیمه‌های مسئولیت، اصل غرامت رعایت می‌شود اما اصل جانشینی قابل استناد نیست، و این دو اصل در قراردادهای بیمه‌های اشخاص و به ویژه بیمه‌های عمر و حوادث قابل اجرا نمی‌باشد (همان).

۳.۲. بیمه دولتی

شرکت دولتی بر اساس قانون محاسبات عمومی، واحد سازمانی مشخصی است که با مجوز قانونی ایجاد شده و بیش از ۵۰ درصد سرمایه آن متعلق به دولت باشد (قانون محاسبات عمومی و قانون مدیریت خدمات کشوری). شرکت بیمه دولتی نیز شرکتی بیمه‌ای است که حداقل ۵۱ درصد سرمایه آن در اختیار دولت قرار دارد، مانند شرکت سهامی بیمه ایران. این شرکتها به دلیل فقدان انگیزه کافی در مدیران، نبود سیستم‌های مناسب ارزیابی عملکرد و ضعف ساختاری قوانین حاکمیت شرکتی، از کارایی پایینی برخوردارند. همچنین جذب و آموزش نیروی انسانی در این شرکتها با چالش‌های ویژه‌ای مواجه است و افزایش سرمایه از طریق بازار سرمایه برای آنها امکان‌پذیر نیست (حنیفه‌زاده، ۱۳۸۹). افزایش سرمایه دولت همواره با محدودیت‌ها و مشکلات بودجه‌ای همراه است و اجرای سیاست‌های انعطاف‌پذیر در شرکت‌های دولتی میسر نیست. به این معنا که یا تمام شرکت‌های دولتی مجاز به افزایش حقوق هستند یا هیچ‌یک اجازه این اقدام را ندارند و در صورتی که اقدامی به صورت کلی برای شرکت‌های دولتی ممنوع اعلام شود، هر اقدام جزئی و حتی توجیه‌پذیر نیز از لحاظ قانونی امکان‌پذیر نخواهد بود (امیراصلانی، ۱۳۷۹).

۳.۳. بیمه تکافل

بر اساس مطالعات رشیدی (۱۳۹۰) و صاحب‌الزمانی (۲۰۰۷)، تکافل به عنوان الگوی بیمه اسلامی مبتنی بر اصول تعاون و پرداخت داوطلبانه سهم مشارکت شکل گرفته است که در آن ریسک بین تمام اعضا تقسیم می‌شود، برخلاف بیمه‌های متعارف که ریسک از بیمه‌گذار به بیمه‌گر منتقل می‌شود. این سیستم با استفاده از مکانیسم‌هایی مانند پرداخت داوطلبانه (هبه) و تعریف دقیق خسارت ناشناخته (غور)، مشکلات بیمه‌ای را کاهش داده و از نظر ساختار مالکیت شباهت زیادی به مؤسسات تعاونی دارد.

۳.۴. بیمه تعاون



مؤسسات تعاونی بیمه جمعیت‌هایی هستند که با دریافت مبلغ ناچیزی از اعضا، در صورت تحقق خطر، زیان اعضا را جبران می‌کنند. این مؤسسات دارای جنبه‌های منطقه‌ای و حرفه‌ای بوده و ویژگی‌های منحصربه‌فردی دارند: کارمزدی بابت کارهای دریافتی پرداخت نمی‌کنند، مدیران و گردانندگان حقالزحمه دریافت نمی‌دارند، مازاد عملیات مطابق اساسنامه بین اعضا تقسیم می‌شود، و هزینه‌های اداری آن‌ها محدود به مخارج ضروری و نباید از نسبت مشخصی از حق بیمه‌های دریافتی فراتر رود (علی‌آبادی، ۱۳۶۸). آنکتاب تعریف جامع‌تری ارائه داده و مؤسسات بیمه تعاونی را در مقابل مؤسسات خصوصی یا دولتی قرار می‌دهد. تفاوت اصلی در داوطلبانه بودن عضویت، کنترل و نظارت اعضا، هدف‌گذاری برای منافع اعضا و جهت‌گیری غیرسودجویانه است. شرکت‌های بیمه تعاونی بر خلاف شرکت‌های خصوصی که برای افزایش سود سهامداران فعالیت می‌کنند، تلاش دارند زیان‌های احتمالی را از بیمه‌گذاران دور نگه دارند. این شرکت‌ها می‌توانند در قالب‌های مختلف از جمله ترکیبی (تعاونی-سهامی) اداره شوند که لزوماً همه بیمه‌شدگان سهامدار نیستند (همان).

۴. ساختار تعاونی و ماهیت یک شرکت بیمه تعاونی

بر اساس تعریف اجلاس بین‌المللی تعاون ۱۹۹۵ تعاونی‌ها نهادهای مستقل با مشارکت داوطلبانه افراد هستند که برای پاسخگویی به نیازهای مشترک اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی تشکیل شده و بر پایه همکاری اعضا و مدیریت دموکراتیک فعالیت می‌کنند (راجو، ۱۳۸۴). ویژگی‌های اصلی تعاونی‌ها شامل جنبه غیرانتفاعی، حق رأی برابر برای هر عضو (صرف نظر از میزان سرمایه)، توزیع سود بر اساس ضوابط اساسنامه (نه تعداد سهام)، مالکیت مشاع سرمایه، و پایبندی به اصول همکاری متقابل، دموکراسی، برابری و همبستگی است (سرآبادانی، ۱۳۸۳). بر اساس دیدگاه بیرچال (۱۳۸۳)، ارزش‌های حاکم بر تعاونی‌ها به دو دسته ارزش‌های درجه اول و ارزش‌های درجه دوم تقسیم می‌شوند که ارزش‌های درجه دوم ابزارهایی برای تحقق ارزش‌های درجه اول محسوب می‌گردند. این تقسیم‌بندی نشان‌دهنده سلسله مراتب ارزشی در نظام تعاونی است که در آن برخی ارزش‌ها بنیادی و برخی دیگر ابزاری برای نیل به اهداف اصلی هستند. در قانون بخش تعاونی اقتصاد جمهوری اسلامی ایران (مصوب ۱۳۷۰) اهداف متعددی برای بخش تعاونی برشمرده شده است که شامل ایجاد اشتغال کامل، توزیع عادلانه وسایل تولید، جلوگیری از تمرکز ثروت، پیشگیری از انحصار و احتکار، و توسعه مشارکت عمومی می‌باشد. صالحی (۱۳۸۵) نیز در تعریف شرکت‌های بیمه تعاونی بیان می‌کند که این شرکت‌ها از تلفیق اصول تعاونی و ضوابط بیمه‌گری تشکیل شده و به خدمت‌رسانی و رفع نیازهای بیمه‌ای اعضا با قیمت مناسب می‌پردازند. بر اساس آیین‌نامه اجرایی ۳۰ دسامبر ۱۹۳۸ فرانسه، مؤسسات تعاونی بیمه با ویژگی‌هایی همچون دریافت مبلغ ناچیز از اعضا، جبران خسارت در صورت تحقق خطر، داشتن جنبه منطقی‌ای و حرفه‌ای، عدم دریافت کارمزد توسط مدیران و اعضا، و تقسیم مانده اضافی عملیاتی مطابق اساسنامه معرفی می‌شوند. همچنین گزارش آنکتاب تفاوت اصلی تعاونی‌های بیمه با مؤسسات بیمه خصوصی یا دولتی را در اصولی همچون عضویت داوطلبانه، نظارت اعضا، بهره‌برداری در جهت منافع اعضا، اهداف غیرانتفاعی و ارتباط با سایر تعاونی‌ها می‌داند (علی‌آبادی، ۱۳۶۹).

۵. مقایسه بیمه تعاونی با بیمه خصوصی و دولتی



شرکت‌های بیمه بر اساس مالکیت به دولتی (با مالکیت حداقل ۵۱ درصدی دولت) و خصوصی (با مالکیت حداقل ۵۱ درصدی بخش خصوصی) تقسیم می‌شوند. مهم‌ترین مزیت شرکت‌های بیمه تعاونی نسبت به سایر انواع، کارایی بالاتر و ارائه خدمات بهتر با هزینه کمتر است، چرا که این شرکت‌ها با کاهش هزینه‌ها و هدف‌گذاری کمک به اقشار کم‌درآمد به جای کسب سود، قادر به دریافت حق بیمه کمتری برای ریسک‌های مشابه هستند. این ویژگی باعث می‌شود بیمه‌های تعاونی به‌عنوان مکمل بیمه‌های تأمین اجتماعی در کشورهای در حال توسعه عمل کنند (توحیدی‌نیا، ۱۳۹۰؛ علی‌آبادی، ۱۳۶۸). مدیران این شرکت‌ها معمولاً حداقل‌زحمه ثابت دریافت نمی‌کنند و ممکن است فقط پاداش بگیرند (علی‌آبادی، ۱۳۶۸). اعضای که حداقل حق بیمه تعیین شده را می‌پردازند، از حقوق کامل مشارکت از جمله رأی در مجمع عمومی، انتخاب هیأت مدیره و بررسی حساب‌ها برخوردارند (یوسفی، ۱۳۸۹). مهم‌ترین تمایز در ساختار مالکیت است: در بیمه‌های سهامی، بیمه‌گذاران و سهامداران دو گروه جداگانه هستند، اما در بیمه‌های تعاونی این دو نقش ادغام شده‌اند. بر اساس تئوری واسطه‌گری بیمه، این ساختار باعث حذف تضاد منافع بین سهامداران و بیمه‌گذاران می‌شود و اگر مدیران از میان اعضا انتخاب شوند، تضاد بین مدیریت و سهامداران نیز کاهش می‌یابد (پیکارجو، ۱۳۸۰). این ویژگی‌ها باعث می‌شود تمرکز اصلی بر کاهش خسارت و افزایش منافع بیمه‌گذاران باشد، نه سود سهامداران ثالث. در بیمه‌های تعاونی، مخاطره اخلاقی اهمیت کمتری دارد زیرا نظارت دو جانبه اعضا و مدیریت باعث کنترل رفتار بیمه‌گذاران و کاهش خسارت‌ها می‌شود که این امر عملکرد شرکت را کارآمدتر کرده و خسارت‌های پرداختی را کاهش می‌دهد (توحیدی‌نیا، ۱۳۹۰). همچنین هزینه‌های اداری این شرکتها محدود به حد نیاز بوده و پرداخت کارمزد اضافی ممنوع است (علی‌آبادی، ۱۳۶۸). از دیگر مزایای بیمه تعاونی، کاهش هزینه‌های اجتماعی و حذف واسطه‌هاست، چرا که اعضا هم بیمه‌گذار و هم مالک هستند و سود مازاد بین اعضا توزیع می‌شود یا به سرمایه شرکت بازمی‌گردد (یوسفی، ۱۳۸۹). در بیمه‌های تعاونی، کاهش واسطه‌ها و تمرکز بر ارزش‌های اخلاقی مانند صداقت، دموکراسی و مسئولیت اجتماعی، زمینه ارائه خدمات با سرعت و کیفیت بالاتر را فراهم می‌آورد (توحیدی‌نیا، ۱۳۹۰). این الگو با اولویت دادن به رفاه اعضا، کاهش هزینه‌ها و ایجاد عدالت اجتماعی، مزیتی پایدار نسبت به بیمه‌های خصوصی و دولتی ارائه می‌کند، زیرا در اقتصاد تعاونی پیگیری سود حداکثری جای خود را به تعاون و رقابت مسئولانه می‌دهد (یوسفی، ۱۳۸۹). همچنین استقلال تعاونی‌ها از دولت زمینه خلاقیت و ابتکار اعضا را فراهم کرده و اقتصاد را در اختیار مردم قرار می‌دهد (یوسفی، ۱۳۸۹). در بیمه‌های تعاونی، هویت یکسان بیمه‌گذار و بیمه‌گر موجب هماهنگی بیشتر پوشش‌ها با نیازهای اعضا می‌شود. این مؤسسات توانایی ارائه انواع بیمه‌ها از جمله بیمه‌های جمعی، دام و اعتباری را دارند که در شرکت‌های دیگر کمتر عرضه می‌شود. ساختار دموکراتیک تعاونی‌ها که در آن هر عضو یک رأی دارد و تبعیض جایگاهی ندارد، همراه با انعطاف در تعیین حق بیمه و جبران سریع خسارت به دلیل کنترل بهتر مخاطرات اخلاقی، مزایای قابل توجهی ایجاد می‌کند. همچنین قواعد ساده بیمه‌های خرد در این الگو قابل اجراست و با هدف‌گیری افراد کم‌درآمد، به حفظ آنان در بالای خط فقر کمک کرده و با گردش سرمایه داخلی، موجب تقویت منابع مالی کشور می‌شود. بیمه‌های خرد با مستندات ساده و بدون نیاز به معاینات پزشکی پیچیده، ارائه خدمات در محل زندگی بیمه‌گذاران و محدودیت‌های اندک در بیمه‌نامه‌ها (سبزی و مختاری، ۱۳۹۰) ویژگی‌های متمایزی دارند. سرمایه‌گذاری در این بیمه‌ها



می تواند بازده های متنوعی از اعتبار کوتاه مدت تا رشد پایدار بلندمدت ایجاد کند. این مؤسسات معمولاً تحت فشارهای قانونی محدودکننده قرار نمی گیرند و در آینده اقتصادی مبتنی بر تفکیک کار، سرمایه و مدیریت، تعاونی ها نقش مهمی در ایجاد توازن بین بخش خصوصی و دولتی خواهند داشت (درخشان، ۱۳۸۱). سرمایه اجتماعی به عنوان شبکه ای نامرئی از روابط متقابل (توتونچیان، ۱۳۸۱) و عاملی برای حل مشکلات جامعه مدرن می تواند به بهبود بهره وری در این الگو کمک کند.

۶. ماهیت و ویژگی های بیمه خرد

بیمه خرد به خدمات بیمه ای اطلاق می شود که با دریافت حق بیمه های مقرون به صرفه، اقشار کم درآمد و آسیب پذیر جامعه را در برابر خطرات خاص حمایت می کند. ضرورت ارائه این بیمه ها از آنجا ناشی می شود که اقشار کم درآمد با وجود مواجهه با همان خطرهایی که افراد ثروتمند تجربه می کنند، احتمال و شدت مواجهه بیشتری با این خطرات دارند، اما دسترسی آنان به پوشش های بیمه ای مناسب بسیار محدود است. این محدودیت ها ناشی از توان مالی اندک، ماهیت انتفاعی شرکت های بیمه، ریسک بالا و هزینه بر بودن پوشش بیمه ای برای این گروه، و محدودیت مؤسسات حمایتی است. ویژگی های بیمه خرد شامل قابل تحمل بودن از نظر مالی (Jacquier & Dror, 2001)، هدف غیربازدهی محور، پرداخت سریع خسارت، و سادگی قواعد و قوانین طراحی شده متناسب با سطح دانش افراد کم درآمد می باشد. همچنین این بیمه ها می توانند به صورت مکمل یا جایگزین تأمین اجتماعی عمل کنند و امکان ارائه گروهی دارند، همانند شرکت آلیانز هند که با یک قرارداد بیمه، ۴۲ هزار نفر را تحت پوشش قرار داده است (کریمیان، ۱۳۸۵). بیمه خرد دارای ثبات در پرتفوی بیمه است، به طوری که ورود و خروج بیمه گذاران خرد آثار ناگهانی و مخرب بر فعالیت شرکت ندارد (صدریه و ارسطو، ۱۳۸۵). جامعه هدف این بیمه عمدتاً اقشار با درآمد متوسط و فقیر جامعه را پوشش می دهد و مشابه سایر محصولات تأمین مالی خرد، برای کاهش آسیب پذیری اقتصادی این افراد طراحی شده است.

۷. شرکت های بیمه تعاونی خرد

شرکت های بیمه تعاونی خرد، ترکیبی از اصول تعاونی و بیمه گری هستند که توسط اقشار کم درآمد تشکیل می شوند تا نیازهای بیمه ای خود را با حداقل حق بیمه ممکن تأمین کنند. این سازوکار امکان دسترسی به خدمات بیمه ای را برای افرادی که به دلیل محدودیت مالی قادر به خرید بیمه از شرکت های بازرگانی نیستند، فراهم می کند. شرکت های بیمه تعاونی خرد نقش مهمی در افزایش امنیت روانی و اقتصادی اقشار محروم داشته و گامی مؤثر در جهت تحقق عدالت اجتماعی محسوب می شوند (توحیدینیا، ۱۳۹۰). شرکت های بیمه تعاونی خرد به دلیل همسویی اهداف مدیریتی با نیازهای اعضا (انتخاب مدیران از میان اعضا و نبود انگیزه های صرفاً انتفاعی) و همچنین ساختار منطقی و ارتباط نزدیک اعضا، خدمات سریع تر و مناسب تری نسبت به شرکت های بیمه بازرگانی ارائه می دهند که این امر منجر به حمایت از اقشار محروم و بهبود شرایط معیشتی آنان می شود (توحیدینیا، ۱۳۹۰). توسعه بیمه های خرد در تعاونی ها موجب ورود افراد



جدید به بازار بیمه و ایجاد فرصت‌های شغلی می‌شود که برای کشورهای دارای مشکل بیکاری مانند ایران بسیار حائز اهمیت است. به عنوان مثال، در آمریکا ۷۰۰ هزار نفر در سال ۲۰۰۵ در این بخش مشغول بوده‌اند و در ایران نیز راه‌اندازی تعاونی‌ها در سال ۱۳۸۷ منجر به ایجاد ۸۲ هزار شغل در تهران شده است. بنابراین تأسیس این تعاونی‌ها علاوه بر ارتقای عدالت اجتماعی، به ایجاد اشتغال پایدار و رشد اقتصاد ملی کمک می‌کند. (Business National, 2006)

۸. نقش بیمه‌های خرد در توسعه اقتصادی کشورها

بیمه‌های خرد به عنوان روشی ترکیبی از فعالیت تجاری و نودوستانه، نقش حیاتی در کاهش فقر و ارتقای رفاه اقشار کم‌درآمد دارند. اگرچه این گروه به دلیل چالش‌های اطلاعاتی و هزینه‌های بالای مبادله، توانایی خرید بیمه در شرایط موجود را ندارند، اما نبود مکانیزم‌های مؤثر کاهش ریسک برای آنان پیامدهای جدی مانند کاهش درآمد، مصرف و سرمایه‌گذاری در پی حوادث ناگهانی دارد. توسعه بیمه برای اقشار فقیر می‌تواند از تأثیرات منفی حوادثی مانند خشکسالی یا سیل بر سلامت، تحصیل و دارایی‌های آنان جلوگیری کند. خانوارهای فقیر به دلیل نبود پوشش بیمه‌ای مناسب، به خودبیمه‌گری از طریق تجمع دارایی‌ها روی می‌آورند که روشی ناقص و کم‌بازده است. از سه میلیارد نفر کم‌درآمد جهان، تنها حدود ۱۰ میلیون نفر بیمه دارند. بیمه‌های خرد به عنوان تکامل طبیعی خدمات مالی خرد، محصولاتی مانند بیمه عمر مانده بدهکار، درمانی، اموال و کشاورزی ارائه می‌دهند که ویژگی‌های اصلی آن‌ها حق بیمه پایین و آشنایی کم مصرف‌کنندگان با مفهوم بیمه است. مکانیزم‌های غیررسمی مانند بیمه مشارکتی و اعتبارات خرد جایگزین‌های ناقصی برای بیمه رسمی هستند. مؤسسات اعتباری خرد از پیشگامان توسعه بیمه‌های خرد بوده‌اند و بیمه اعتبار عمر محبوب‌ترین محصول آن‌هاست. دولت‌ها نیز از طریق طرح‌های یارانه‌ای و بیمه اجباری، پوشش بیمه‌ای اقشار فقیر را افزایش می‌دهند که منجر به دموکراتیزه کردن دارایی‌های مالی و اثرات مثبت فراتر از اعتبارات خرد می‌شود (باغستانی میبیدی، ۱۳۹۱). بیمه‌های عمر به عنوان بخش مهمی از بیمه‌های انفرادی، نقش حیاتی در پوشش ریسک‌های دوران سالمندی، بیکاری و از کارافتادگی ایفا می‌کنند و ابزاری مؤثر برای تقویت بنیه اقتصادی خانوارها و پیشگیری از فقر هستند. با این حال، گروه‌های کم‌درآمد مانند زنان بی‌سرپرست، کارگران روزمزد و شاغلان بخش غیررسمی معمولاً از مزایای این بیمه‌ها محروم می‌مانند. در این شرایط، بیمه‌های عمر خرد به عنوان مهمترین ابزار حمایتی برای این گروه‌ها، به ویژه در دوران پیری، از اهمیت ویژه‌ای برخوردارند (همان).

۹. پیشینه مطالعاتی

رضایی کمر و همکاران (۱۴۰۳) با شناسایی چالش‌ها و عوامل مؤثر بر توسعه صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان، روستائیان و عشایر نتیجه گرفتند، صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان، روستائیان و عشایر با وجود حمایت‌های دولتی، با تغییرات مکرر قوانین و مشکلات عملکردی مواجه شده است. از طریق تحلیل مضمون داده‌های مصاحبه با ۱۸ متخصص، ۴ عامل اصلی شناسایی شد: ۱) عوامل اجتماعی (۱۲ مولفه)،



۲) عوامل فرهنگی (۹ مولفه)، عوامل اقتصادی (۶ مولفه) و عوامل سازمانی (۹ مولفه). طراحی الگوی توسعه با در نظرگیری این چهار تم می تواند به رفع مشکلات موجود کمک کند.

کیانی و قنبری (۱۴۰۱) با شناسایی و تحلیل نقش صندوق های اعتباری خرد در پیشرفت و آبادانی روستاها: مطالعه موردی شهرستان رزن و فامنین نتیجه گرفتند ابعاد اجتماعی، مشارکت، اقتصادی، بهره وری، اشتغال، آموزشی و فرهنگی رابطه مثبت و معناداری با ایجاد صندوق های اعتباری خرد دارند. نتایج نشان داد که بعد اجتماعی با ضریب ۰.۶۱۷ و بعد مشارکت با ۰.۶۱۲ بالاترین همبستگی را دارند و در تحلیل رگرسیون نیز این دو بعد به ترتیب با بتای ۰.۴۶۹ و ۰.۲۴۲ تأثیر مثبت و معناداری بر ایجاد صندوق های اعتباری خرد در سطح خطای کمتر از ۰.۰۵ داشتند.

مصباح و همکاران (۱۴۰۱) با تحلیل SWOT توسعه بیمه خرد کشاورزی در مناطق روستایی ایران نتیجه گرفتند استراتژی بازنگری (WO) با امتیاز وزنی ۱۹.۵۸ مهمترین استراتژی برای توسعه بیمه خرد کشاورزی است. بر این اساس پیشنهاد کردند که با ایجاد شبکه ای قوی از بیمه های خرد شامل انجمن های مشارکتی روستاییان و تأکید بر بخش ترویجی-آموزشی از طریق سازمان های غیرانتفاعی، نیاز به ابزار آموزشی برای توصیف فواید بیمه خرد مرتفع شود.

امیدی نجف آبادی و پاینده نجف آبادی (۱۳۹۹) با طراحی الگوی تعاونی بیمه خرد کشاورزی برای مناطق روستایی ایران نتیجه گرفتند الزامات توسعه بیمه خرد را در سه سطح شناسایی شد: سطح خرد (بیمه گر، بیمه گذار، کانال توزیع)، سطح میانی (اکچوئر) و سطح کلان (قانونگذاری و بیمه اتکایی). نتایج نشان داد اولویت های توسعه شامل: ایجاد اعتماد از طریق برنامه های آموزشی برای اقشار کم درآمد در سطح خرد، جمع آوری داده ها در سطح میانی، و تدوین سیاست های حمایتی در سطح کلان است. همچنین چالش های اقتصادی، فرهنگی-اجتماعی، آموزشی-ترویجی و فنی به عنوان موانع اصلی توسعه شناسایی شدند.

مصباح و همکاران (۱۳۹۷) امکان سنجی به کارگیری بیمه خرد روستایی در مناطق روستایی ایران نتیجه گرفتند الزامات اجتماعی با بار عاملی ۰.۹۲۹ بیشترین تأثیر و الزامات آموزشی-ترویجی با بار عاملی ۰.۵۶۴ کمترین تأثیر را بر اجرای بیمه خرد روستایی دارند. بر این اساس، پیشنهاد کردند اقدامات و تسهیلات لازم برای تشکیل تعاونی های بیمه خرد با همکاری دولت و بخش خصوصی فراهم شود.

توحیدینیا و قنبری ممان (۱۳۹۷) با تحلیل تطبیقی بیمه تعاونی با سایر انواع بیمه از منظر اقتصادی و ارائه یک الگوی ترکیبی سازگار با شریعت با بررسی تطبیقی انواع بیمه ها (خصوصی، دولتی، متقابل، خرد و تکافلی) نشان دادند که بیمه های تعاونی از منظر اقتصادی و اسلامی برتری دارند. این مطالعه با تحلیل شاخص هایی مانند نوع مالکیت، عنصر تقابل، قابلیت ارائه محصولات خرد و تطابق با شرع، به ارائه الگوی ترکیبی پرداخت که کمترین معایب و بیشترین مزایا را دارد.



توحیدینیا (۱۳۹۰) تأسیس شرکت‌های بیمه تعاونی خرد؛ تجلی محرومیت‌زدایی اسلامی در بازار بیمه ایران نتیجه گرفتند اجرای سازوکار تعاونی منطبق با آموزه‌های اسلامی و ارائه محصولات بیمه‌ای خرد می‌تواند پوشش بیمه‌ای را برای افراد کم‌درآمد جامعه فراهم کرده و سطح رفاه محرومان را افزایش دهد.

سید نورانی و همکاران (۱۳۹۰) با بررسی تکافل، سازوکاری مناسب برای ارائه بیمه‌های خرد در مناطق روستایی ایران نتیجه گرفتند تکافل به‌عنوان سازوکاری مناسب برای ارائه بیمه‌های خرد در مناطق روستایی ایران شناخته می‌شود.

جایاترانه (۲۰۲۴) با بررسی عوامل موثر بر ادراک کشاورزان نسبت به بیمه خرد در سری لانکا: مطالعه‌ای بر اساس استان شمال غربی نتیجه گرفتند چهار عامل اصلی بر ادراک کشاورزان نسبت به بیمه خرد در سری لانکا تأثیر گذار هستند: دسترسی به ادبیات بررسی شده، آگاهی، توانایی پرداخت و رفتار عوامل. این عوامل بر اساس چالش‌های منحصر به فرد کشاورزان سری لانکایی و تأثیر بالقوه آنها بر درک و جذب بیمه خرد انتخاب شدند. یافته‌ها حاکی از آن است که این متغیرها نقش تعیین‌کننده‌ای در پذیرش و استفاده کشاورزان از خدمات بیمه خرد دارند.

اولوو و ویاس (۲۰۲۴) با بررسی بیمه خرد، نابرابری جنسیتی و عملکرد SMEs در بخش کشاورزی در نیجریه نتیجه گرفتند دسترسی به بیمه خرد بر عملکرد شرکت‌های کوچک و متوسط (SMEs) با توجه به جنسیت مالک تأثیر متفاوتی دارد. کارایی کسب و کار SMEهای متعلق به زنان به طور قابل توجهی تحت تأثیر بیمه خرد قرار گرفت، در حالی که رضایت مشتری و حفظ کارکنان در SMEهای متعلق به مردان بیشتر تحت تأثیر بود. محققان توصیه کردند که شرکت‌های بیمه خرد فراتر از ارائه پوشش بیمه‌ای، به عنوان مشاوران تجاری و مدیریتی برای SMEs عمل کنند تا پایداری هر دو طرف تضمین شود.

برناردز (۲۰۲۲) با بررسی بیمه خرد و توسعه به عنوان بازاری‌سازی پیش‌بینی کننده نتیجه گرفتند تلاش‌های سازمان‌های مختلف برای توسعه بیمه‌های خرد به عنوان نوعی بازاری‌سازی پیش‌بینی‌کننده عمل می‌کند که هدف آن ایجاد زیرساخت‌های داده‌ای برای امکان‌پذیر کردن عملیات بیمه سودآور است. با این حال، این تلاش‌ها تاکنون موفقیت چندانی نداشته‌اند. مقاله تأکید می‌کند که توسعه بازارهای بیمه خرد نه توسط سرمایه مالی هدایت می‌شود، بلکه منعکس‌کننده تلاش‌هایی برای ایجاد شیوه‌های حمایت اجتماعی است که نیاز به بازتوزیع اساسی منابع ندارند و پویایی‌های سیاسی مهمی در این فرآیند نادیده گرفته شده‌اند.

کوژاموف و همکاران (۲۰۲۱) ویژگی‌های توسعه بیمه خرد در بازارهای بیمه کشورهای در حال توسعه را مطالعه کردند. این مقاله عوامل کلیدی برای توسعه موفق بیمه خرد را شناسایی کرده که شامل میکروتاکنفول، پیاده‌سازی تجربیات بین‌المللی در فدراسیون روسیه، مشارکت نهادهای دولتی و غیردولتی در حمایت اجتماعی، استفاده از فناوری‌های مدرن و شناسایی کانال‌های اصلی توزیع محصولات



بیمه خرد می‌باشد. محققان یک مدل اقتصادی چند عاملی برای محاسبه اثربخشی اجرای بیمه خرد ایجاد کردند و چشم‌انداز توسعه بیمه خرد در روسیه را تعیین نمودند.

گبرا و همکاران (۲۰۲۰) با بررسی نقش بیمه خرد در کاهش فقر: مطالعه شرکت‌های بیمه در غنا نشان داد که بیمه خرد با ارائه حمایت مالی در برابر بلایا، حمایت اجتماعی، تسهیل پس‌انداز، ایجاد اشتغال و افزایش انباشت دارایی به کاهش فقر کمک می‌کند. با این حال، موانع متعددی از جمله فقدان محصولات نوآورانه، کانال‌های توزیع ناکافی، عدم چارچوب قانونی حمایتی، قیمت گذاری غیررقابتی، حمایت کم دولت، درآمد پایین مشتریان، عوامل مذهبی-فرهنگی و کاهش اعتماد عمومی بر تقاضای محصولات بیمه‌ای تأثیر منفی دارند. راهکارهای پیشنهادی شامل توسعه محصولات نوآورانه، فرآیندهای اعتمادسازی، ایجاد کانال‌های ارائه خدمات کارآمد و حمایت دولت می‌باشد.

تراتا و ترینداد (۲۰۲۰) با تحلیل معادلات ساختاری ابعاد بیمه خرد: مبنای مدل پایداری حاشیه‌نشینان در فیلیپین نشان دادند که بیمه خرد به عنوان ابزاری مهم برای توانمندسازی خانوارهای کم‌درآمد در برابر ناملایمات عمل کرده و مکانیسمی برای حمایت اجتماعی در شرایط ناکافی بودن خدمات اجتماعی است. بیمه خرد با رشد بی‌سابقه خود به عنوان عامل اصلی در دستیابی به اهداف توسعه پایدار ۲۰۳۰ شناخته می‌شود. یافته‌ها حاکی از ضرورت افزایش سواد مالی در میان حاشیه‌نشینان برای پذیرش بهتر مفهوم بیمه و همچنین نیاز به مداخله دولت در ترویج بیمه‌های خرد، به ویژه در مناطق محروم از خدمات اجتماعی می‌باشد.

موتاسوما و فرناندو (۲۰۱۹) با مشارکت بیمه خرد در راستای اهداف توسعه پایدار در سری‌لانکا نشان دادند که مکانیسم مناسب بیمه خرد می‌تواند به بهبود اهداف توسعه پایدار و رفاه کشور کمک کند. نتایج کمی حاکی از رابطه مستقیم بیمه خرد با کاهش فقر و بهبود رفاه زندگی است، در حالی که سایر شاخص‌ها روابط غیرمستقیم را نشان می‌دهند. پژوهش تاکید می‌کند که با تمرکز بر مشارکت عمومی-خصوصی و اجرای اصلاحات سیاستی مناسب برای پایداری بلندمدت، کشور می‌تواند به اهداف توسعه پایدار دست یابد. این یافته‌ها اطلاعات حیاتی برای تدوین استراتژی‌های توسعه بیمه خرد و اهداف توسعه پایدار فراهم می‌کند.

۱۰. تجارب عملی کشورهای مختلف در توسعه بیمه های خرد

۱۰.۱. هند

مدل بیمه خرد در هند با سابقه طولانی خود در سال‌های اخیر به دلیل توسعه فعالیت‌های خرد مالی و الزامات قانونی رشد قابل توجهی داشته است، به طوری که اگرچه در حال حاضر تنها ۵ تا ۱۰ میلیون هندی از این خدمات بهره‌مند می‌شوند، اما پتانسیل بازار تا ۲۵۰ میلیون نفر در سال ۲۰۰۸ تخمین زده می‌شود. از ۸۰ محصول بیمه‌ای ارائه شده به فقرا، ۵۵ درصد تنها یک ریسک را پوشش می‌دادند و ۵۲



درصد محصولات مربوط به بیمه عمر بودند، در حالی که سهم بیمه سلامت تنها ۱۲ درصد بود و بیشتر محصولات بیمه عمر برای دوره‌های ۳ تا ۲۰ سال طراحی شده و تقریباً نیمی از آنها فقط ریسک‌های خالص و نیمی دیگر شامل مزایای بازنشستگی بودند. در مدل بیمه خرد هند، پرداخت حق بیمه عمدتاً به صورت سالانه انجام می‌شود و شرکت‌های خصوصی با وجود تنوع محصول سه برابری نسبت به شرکت‌های دولتی، سهم کمتری از بازار را در اختیار دارند که دلیل آن سابقه طولانی تر شرکت‌های دولتی در خدمت‌رسانی به فقرا است. نکته قابل توجه این است که ۶۶ درصد خدمات بیمه خرد در ترکیب با خدمات مالی خرد ارائه می‌شود و تقاضای اصلی (۵۹ درصد) مربوط به بیمه عمر است. موفقیت این مدل مرهون دو عامل کلیدی است: انعطاف‌پذیری در روش‌های دریافت حق بیمه که با درآمد نامنظم فقرا سازگار است، و ارائه محصولات از طریق مؤسسات مالی خرد که هم جذابیت خدمات را افزایش می‌دهد و هم هزینه‌های عملیاتی را کاهش داده و پایداری صنعت را تضمین می‌کند (باغستان میبیدی، ۱۳۹۱).

۱۰.۲. فلیپین

در فلیپین که بخش غیررسمی نیمی از اقتصاد و بنگاه‌های خرد ۹۰ درصد اقتصاد را تشکیل می‌دهند، بیمه خرد نقش حیاتی در پر کردن خلاء حمایتی دولت ایفا می‌کند. از ۱۷ ارائه‌دهنده بیمه خرد که عمدتاً تعاونی هستند، CARD به عنوان موفق‌ترین نمونه با ۸۰۰۰ عضو، با اجرای بیمه عمر و بازنشستگی اجباری مشکل انتخاب نامطلوب را کاهش داده و از طریق ترکیب بیمه با خدمات مالی خرد، ایجاد پایگاه داده جامع، استفاده از بیمه اتکایی و انعطاف‌پذیری در دریافت حق بیمه، هزینه‌های عملیاتی را به حداقل رسانده و پایداری مالی خود را حفظ کرده است (باغستانی میبیدی، ۱۳۹۱).

۱۰.۳. ایران

در ایران با وجود تصویب مواد ۹۱ و ۹۶ قانون برنامه چهارم توسعه برای گسترش بیمه‌های اجتماعی در مناطق روستایی و عشایری، اقدامات عملی و گسترده‌ای برای توسعه بیمه‌های خرد صورت نگرفته است. در شرایط فعلی، کاربرد اصلی این بیمه‌ها در حوزه بیمه‌های بلاپای طبیعی و اعتبارات خرد محدود شده و کم‌توجهی بانک‌ها به اعتبارات خرد به عنوان مانع اصلی توسعه این بیمه‌ها محسوب می‌شود، در حالی که بانک‌ها با ارائه اعتبارات خرد می‌توانند زمینه افزایش آگاهی و استقبال جامعه از بیمه‌های خرد را فراهم کنند (باغستانی میبیدی، ۱۳۹۱).

نتیجه‌گیری

بیمه‌های خرد تعاونی به عنوان ابزاری مؤثر در توسعه اقتصاد روستایی کشور عمل می‌کنند. این نوع بیمه‌ها با ارائه پوشش‌های مناسب و مقرون به‌صرفه برای اقشار کم‌درآمد روستایی، امکان مدیریت ریسک‌های مختلف از جمله حوادث طبیعی، بیماری‌ها و خسارات مالی



را فراهم می آورند. ساختار تعاونی این بیمه‌ها باعث افزایش مشارکت محلی و ایجاد حس مالکیت در بین روستاییان می‌شود که این امر به نوبه خود منجر به تقویت نهادهای محلی و توسعه اجتماعی-اقتصادی مناطق روستایی می‌گردد. یکی از مهمترین مزایای بیمه خرد تعاونی، توانایی آن در کاهش آسیب‌پذیری اقتصادی خانوارهای روستایی است. با ارائه پوشش بیمه‌ای در برابر ریسک‌های مختلف، این بیمه‌ها از کاهش درآمد و مصرف خانوارها در پی حوادث ناگهانی جلوگیری می‌کنند. این امر به ویژه در بخش کشاورزی که با نوسانات زیادی روبرو است، اهمیت ویژه‌ای دارد. بیمه محصولات کشاورزی و دامی می‌تواند امنیت مالی کشاورزان خرده‌پا را افزایش داده و آنان را به سرمایه‌گذاری بیشتر در فعالیت‌های تولیدی ترغیب نماید. مکانیزم عملکرد بیمه‌های خرد تعاونی مبتنی بر مشارکت جمعی و همبستگی اجتماعی است. در این مدل، اعضا با پرداخت حق بیمه‌های اندک، صندوق مشترکی تشکیل می‌دهند که در مواقع ضروری به کمک اعضای آسیب‌دیده می‌آید. این رویکرد نه تنها هزینه‌های مبادله را کاهش می‌دهد، بلکه باعث تقویت اعتماد و انسجام اجتماعی در جامعه روستایی می‌شود. همچنین، ساختار غیرمتمرکز این بیمه‌ها امکان ارائه خدمات بیمه‌ای متناسب با نیازهای خاص هر منطقه روستایی را فراهم می‌آورد. توسعه بیمه خرد تعاونی می‌تواند نقش مهمی در گسترش خدمات مالی در مناطق روستایی ایفا کند. این بیمه‌ها اغلب به عنوان دروازه‌ای برای دسترسی روستاییان به سایر خدمات مالی مانند پس‌انداز، اعتبار و سرمایه‌گذاری عمل می‌کنند. با ایجاد فرهنگ بیمه‌پذیری و آشنایی روستاییان با مفاهیم مالی، زمینه برای توسعه سایر نهادهای مالی در این مناطق نیز فراهم می‌شود. این امر در نهایت به توسعه نظام مالی روستایی و کاهش شکاف خدمات مالی بین مناطق شهری و روستایی منجر می‌گردد. با این وجود، توسعه بیمه خرد تعاونی در مناطق روستایی با چالش‌های متعددی روبرو است. فقدان آگاهی کافی در مورد مزایای بیمه، محدودیت‌های مالی خانوارهای روستایی، نبود زیرساخت‌های مناسب و کمبود نیروی انسانی متخصص از جمله موانع اصلی در این مسیر محسوب می‌شوند. همچنین، نبود چارچوب قانونی مناسب و حمایت ناکافی دولت از این نوع بیمه‌ها می‌تواند رشد و توسعه آن را با محدودیت مواجه سازد. برای موفقیت بیمه خرد تعاونی در توسعه اقتصاد روستایی، نیاز به طراحی محصولات نوآورانه و متناسب با نیازهای خاص مناطق روستایی وجود دارد. توسعه بیمه‌های کشاورزی، دامی، درمانی و عمر با حق بیمه‌های مناسب می‌تواند پوشش مناسبی برای ریسک‌های مختلف روستاییان فراهم آورد. همچنین، ایجاد کانال‌های توزیع کارآمد و استفاده از فناوری‌های نوین می‌تواند دسترسی به این خدمات را در مناطق دورافتاده روستایی تسهیل نماید.



دومین همایش ملی کارآفرینی و توسعه پایدار با تاکید بر مشارکت مردم

The 2nd National Conference on Entrepreneurship and Sustainable

Development with Emphasis on Public Participation



دانشگاه پیام نور سیستان و بلوچستان

کد: ۸۷۹۶۹-۳۴۴۰

منابع

امیدوی نجف آبادی، م.، و پاینده نجف آبادی، ا. (۱۳۹۹). طراحی الگوی تعاونی بیمه خرد کشاورزی برای مناطق روستایی ایران. تعاون و کشاورزی، ۹(۳۴)، ۶۳-۹۱.

امیدوی نجف آبادی، م.، و پاینده نجف آبادی، ا. (۱۴۰۰). طراحی و قیمت گذاری بیمه خرد تعاونی محور برای پوشش ریسک های دام های سبک در شهرستان مشهد. تعاون و کشاورزی، ۳۸(۳۸)، ۱۱۳-۱۵۱.

امیراصلانی، ا. (۱۳۷۹). تأثیر آزادسازی و خصوصی سازی صنعت بیمه بر کارایی شرکت های بیمه. فصلنامه صنعت بیمه، ۱۵(۶۰)، ۳۷-۴۵.

بابائی، ا. (۱۳۸۷). نقد و بررسی یک رأی داوری در امور بیمه ای (نقش عدم پرداخت حق بیمه در تعهدات بیمه گر). فصلنامه صنعت بیمه، ۲۳(۱).

بابائی، ا. (۱۳۹۰). حقوق بیمه. تهران: سمت.

باغستانی میدی، م. (۱۳۹۱). بیمه های خرد، اهداف، الگوها، تجربه کشورهای موفق و روند آن در ایران. مجله اقتصادی - ماهنامه بررسی مسائل و سیاست های اقتصادی، ۴(۵ و ۴)، ۱۴۵-۱۵۶.

بیرچال، ج. (۱۳۸۳). اصول تعاون؛ ده سال پس از تصویب (اصغر بیات، مترجم). نشریه تعاون، ۲۶۱(۲۶۲ و ۲۶۱).

پیکارجو، ک. (۱۳۸۰). بررسی ویژگی ها، قابلیت ها و دلایل موفقیت شرکت های بیمه تعاونی در دهه اخیر. صنعت بیمه، ۶۱(61).

توحیدی نیا، ا.، و قنبری ممان، س. (۱۳۹۷). تحلیل تطبیقی بیمه تعاونی با سایر انواع بیمه از منظر اقتصادی و ارائه یک الگوی ترکیبی سازگار با شریعت. مطالعات اقتصاد اسلامی، ۱۰(۲)، ۱۷۹-۲۲۱.

توحیدی نیا، ا. (۱۳۹۰). تأسیس شرکت های بیمه تعاونی خرد، تجلی محرومیت زدایی اسلامی در بازار بیمه ایران. تحقیقات مالی - اسلامی، ۱۷۳(۱)، ۱۹۳-۱۷۳.

حنیفه زاده، ل. (۱۳۸۹). ساختار مالکیت و کارایی شرکت های بیمه در ایران. فصلنامه صنعت بیمه، ۲۵(2).

رضایی کمر، س.، بابائی، م.، و پورجلی، ر. (۱۴۰۳). شناخت چالش ها و عوامل موثر بر توسعه صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان، روستائیان و عشایر. جغرافیای اقتصادی، ۱۴(۴)، ۱۴-۳۱.



سبزی، م.، و مختاری، م. (۱۳۹۰). خلاصه اجرایی: بیمه در کشورهای در حال توسعه، بهره‌گیری از فرصت‌های موجود در بیمه‌های خرد. مجله گزارش موردی، (۷)، ۱۱-۱۲.

سید نورانی، س.م.، تازی، ف.، مهدوی، غ.، و رشیدی نژاد، ح. (۱۳۹۰). تکافل، سازوکار مناسب برای ارائه بیمه‌های خرد در مناطق روستایی ایران (مطالعه موردی: روستاهای شهرستان کرمان). جستارهای اقتصادی با رویکرد اسلامی، ۸(۱۶)، ۷۷-۱۱۵.

علی‌آبادی، ا. (۱۳۶۹). تعاونی‌های بیمه. فصلنامه صنعت بیمه، (17).

قانون بخش تعاونی اقتصاد جمهوری اسلامی ایران (1370).

کیانی، ف.، و قنبری، ی. (۱۴۰۱). شناسایی و تحلیل نقش صندوق‌های اعتباری خرد در پیشرفت و آبادانی روستاها مطالعه موردی: شهرستان رزن و فامنین. پژوهش‌های جغرافیای انسانی، ۵۴(۳)، ۹۳۷-۹۵۲.

گزارش آنکتاد (۱۳۶۹). تعاونی‌های بیمه (علی‌آبادی، ا.، مترجم). فصلنامه بیمه مرکزی.

محمودصالحی، ج. (۱۳۸۵). پیریزی و راه‌اندازی تعاونی‌های بیمه؛ راهکاری کارساز برای توسعه بیمه در ایران. ماهنامه تازه‌های جهان بیمه.

مصباح، ا.، امید نجف‌آبادی، م.، و کیانی‌راد، ع. (۱۴۰۱). تحلیل SWOT توسعه بیمه خرد کشاورزی در مناطق روستایی ایران. فصلنامه علمی-پژوهشی تحقیقات اقتصاد کشاورزی، ۱۴(۲)، ۲۰۹-۲۲۲.

مؤسسه پژوهش‌های برنامه‌ریزی و اقتصاد کشاورزی (۱۳۹۸). تأمین اجتماع روستاییان (تجارب کشورهای منتخب). تهران: وزارت جهاد کشاورزی.

صدریه، ا.، و ارسطو، ا. (۱۳۸۵). نقش و جایگاه بیمه‌های خرد در توسعه صنعت بیمه کشور. مجموعه مقالات سیزدهمین سمینار بیمه و توسعه، پژوهشکده بیمه.

درخشان، م. (۱۳۸۱). نقش تعاون در تحولات اندیشه‌ها و سیاست‌گذاری‌های اقتصادی. مجله تعاون، (۱۳).

Birds, J. (2001). Birds modern insurance law. London.

Morsink, K., Geurts, P., & Kooijman-van Dijk, A. (2011). Impact of microinsurance on vulnerability of low income households in the Philippines: the case of typhoon re housing insurance. In Proceedings of the Second European Conference on Microfinance, Groningen (pp. 1-37).



دومین همایش ملی کارآفرینی و توسعه پایدار با تاکید بر مشارکت مردم

The 2nd National Conference on Entrepreneurship and Sustainable

Development with Emphasis on Public Participation



دانشگاه پیام نور سیستان و بلوچستان

کد: ۰۳۲۴۰-۸۷۹۶۹

##Muthusamy, V., & Fernando, K. D. U. D. (2019). Contribution of Microinsurance Towards Sustainable Development Goals in Sri Lanka. *i-Manager's Journal on Management*, 14(3), 13.

##Renahy, E., Mitchell, C., Molnar, A., Muntaner, C., Ng, E., Ali, F., & O'Campo, P. (2018). Connections between unemployment insurance, poverty and health: a systematic review. *The European Journal of Public Health*, 28(2), 269-275.

##Churchill, C. (Ed.). (2006). *Protecting the poor: A microinsurance compendium (Vol. 2)*. International Labour Organization.

##Mohammed, A. H., & Mukhtar, S. (2012). The prospects of micro-insurance in the rural areas of Nigeria. *European Scientific Journal*, 8(3).

##Dror, D. M., Koren, R., & Steinberg, D. M. (2006). The impact of Filipino micro health-insurance units on income-related equality of access to healthcare. *Health Policy*, 77(3), 304-317.

##Kumari, S., Chandel, K. S., & Chauhan, A. (2017). Triple test cross analysis for yield and horticultural traits in brinjal (*Solanum melongena* L.). *International Journal of Current Microbiology and Applied Sciences*, 6(1), 2807-2812.

Investigation of the Role of Cooperative Microinsurance on the Development of Rural Economy in the Country

Author(s)1, Corresponding Author(s)2*

Mahmoud Mohammadi; Assistant Professor, Department of Economics, Payame Noor University, Zahedan Branch; mohamadi@pnu.ac.ir

Ali Husseinbor; Master's Student in Economic Sciences, Islamic Economics, Payame Noor University, Zahedan Branch; alihusseinbor13702909@gmail.com

*alihusseinbor13702909@gmail.com



دومین همایش ملی کارآفرینی و توسعه پایدار با تاکید بر مشارکت مردم

The 2nd National Conference on Entrepreneurship and Sustainable

Development with Emphasis on Public Participation



دانشگاه پیام نور سیستان و بلوچستان

کد: ۸۷۹۶۹-۳۲۴۰

Abstract

This research aims to investigate the role of cooperative microinsurance in the development of the rural economy in the country, using a systematic review approach with a focus on documentary and library studies. Microinsurance, as a hybrid method combining business activities and philanthropy, plays a vital role in poverty reduction and improving the welfare of low-income rural populations. Findings indicate that developing insurance for poor populations can prevent the negative impacts of events such as droughts or floods on their health, education, and assets. Microinsurance, as a natural evolution of microfinance services, offers products such as credit life insurance, health insurance, property insurance, and agricultural insurance, characterized primarily by low premiums and consumers' limited familiarity with the concept of insurance. However, numerous barriers, including the lack of innovative products, insufficient distribution channels, absence of supportive legal frameworks, non-competitive pricing, limited government support, low customer income, religious-cultural factors, and declining public trust, negatively affect the demand for insurance products. Proposed solutions include developing innovative products, building trust processes, creating efficient service delivery channels, and government support. This research, covering an extensive time frame from 1981 to 2025 in domestic sources and from 2000 to 2025 in international sources, has systematically reviewed reliable databases and has laid the groundwork for future decision-making in the field of rural economic development.

Keywords: Cooperative Microinsurance, Rural Economic Development, Microfinance Services.



از شفافیت تا توسعه: نقش قوانین قابل فهم در ارتقای سرمایه گذاری جمعی و کارآفرینی اجتماعی

ولی؛ شیرپور، مراد؛ نصیری مغانلو، پژمان؛ الهامی استادیار گروه حقوق دانشگاه پیام نور-تهران؛ ایرانمریبی گروه حقوق دانشگاه پیام

نور، ایران

مدرس دانشگاه، گروه حقوق و علوم سیاسی، دانشکده حقوق و علوم اجتماعی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

چکیده:

در عصر تحول دیجیتال و اقتصاد مشارکتی، قوانین قابل فهم و شفاف به عنوان زیرساختی حیاتی برای توسعه کارآفرینی اجتماعی و سرمایه گذاری جمعی شناخته می شوند. این مقاله با هدف بررسی نقش شفافیت حقوقی در تقویت اعتماد عمومی و تسهیل مشارکت اقتصادی شهروندان، به تحلیل رابطه میان زبان قانون، مشروعیت نهادی و رفتار سرمایه گذاران می پردازد.

رویکرد پژوهش، تحلیلی-مفهومی است و با بهره گیری از مطالعات تطبیقی، چارچوب های حقوقی منتخب و تجربه های موفق بین المللی، به واکاوی سازوکارهایی می پردازد که قوانین روشن می توانند از طریق آن ها ریسک حقوقی را کاهش داده، انگیزه مشارکت را افزایش دهند و زمینه ساز توسعه پایدار شوند. تمرکز مقاله بر این است که چگونه وضوح در مقررات مربوط به مالکیت، مجوزها، تأمین مالی جمعی و حمایت از نوآوری، می تواند اعتماد نهادی را بازسازی کرده و سرمایه اجتماعی را تقویت کند.

پیشینه نظری مقاله بر مفاهیم حکمرانی شفاف، اقتصاد مردم پایه و نظریه های اعتماد عمومی استوار است. یافته ها نشان می دهند که فقدان شفافیت حقوقی، نه تنها مانعی برای رشد کسب و کارهای نوپا و تعاونی های محلی است، بلکه موجب حذف گروه های آسیب پذیر از فرآیند تصمیم گیری اقتصادی می شود.

در پایان، مقاله پیشنهاد می کند که بازنگری در زبان قانون، طراحی سازوکارهای مشارکتی، و تقویت نهادهای واسطه حقوقی می تواند مسیر توسعه را از شفافیت آغاز کرده و به عدالت اقتصادی منتهی سازد.

کلیدواژگان: شفافیت حقوقی، اعتماد عمومی، سرمایه گذاری جمعی، کارآفرینی اجتماعی

مقدمه



در جهان امروز که اقتصاد دانش بنیان و مشارکتی به سرعت در حال گسترش است، شفافیت حقوقی به عنوان یکی از ارکان بنیادین حکمرانی مؤثر، نقشی حیاتی در شکل دهی به اعتماد عمومی و تسهیل مشارکت اقتصادی ایفا می کند. قوانین قابل فهم، نه تنها ابزار اجرای عدالت اند، بلکه زیرساختی برای توانمندسازی شهروندان، کاهش ریسک های حقوقی، و تقویت سرمایه گذاری های مردمی محسوب می شوند.

در بسیاری از جوامع، پیچیدگی و ابهام در زبان قانون، موجب فاصله گیری شهروندان از فرآیندهای اقتصادی و کاهش مشارکت در پروژه های کارآفرینی اجتماعی شده است. در مقابل، کشورهایی که با اصلاح ساختارهای حقوقی و ساده سازی مقررات، زمینه ساز شفافیت نهادی شده اند، موفق به جذب سرمایه گذاری های جمعی، رشد کسب و کارهای نوپا، و تقویت اقتصاد محلی شده اند.

این مقاله با هدف بررسی نقش قوانین روشن و قابل فهم در ارتقای سرمایه گذاری جمعی و کارآفرینی اجتماعی، به تحلیل رابطه میان شفافیت حقوقی، اعتماد نهادی و مشارکت شهروندی می پردازد. تمرکز اصلی بر این است که چگونه وضوح در مقررات مربوط به مالکیت، مجوزها، تأمین مالی جمعی و حمایت از نوآوری، می تواند مسیر توسعه را از سطح فردی تا سطح نهادی هموار سازد.

در این چارچوب، مقاله حاضر تلاش دارد با بهره گیری از رویکرد تحلیلی و مطالعات تطبیقی، سازوکارهایی را شناسایی کند که از طریق آنها شفافیت حقوقی می تواند به زبان مشارکت اقتصادی بدل شود. هدف نهایی، ارائه پیشنهادهایی برای اصلاح سیاست گذاری حقوقی در راستای تقویت عدالت اقتصادی، اعتماد عمومی و توسعه پایدار است.

۱- شفافیت حقوقی

شفافیت حقوقی به معنای وضوح، دسترس پذیری و پیش بینی پذیری قوانین و مقررات در یک نظام حقوقی است، مفهومی که در قلب حکمرانی دموکراتیک و توسعه مشارکتی قرار دارد. این اصطلاح، هم به زبان قانون اشاره دارد یعنی قابل فهم بودن متن مقررات برای شهروندان عادی و هم به فرآیندهای اجرایی و قضایی که باید منصفانه، قابل پیگیری و عاری از ابهام باشند. در زمینه کارآفرینی و سرمایه گذاری جمعی، شفافیت حقوقی نقش زیرساختی ایفا می کند. قوانین روشن، موجب کاهش ریسک های حقوقی برای سرمایه گذاران و کارآفرینان شده و اعتماد عمومی را نسبت به نهادهای قانونی و اقتصادی افزایش می دهد. در مقابل، ابهام در مقررات، پیچیدگی در اخذ مجوزها، یا عدم دسترسی آزاد به اطلاعات حقوقی، می تواند مانعی جدی برای مشارکت اقتصادی شهروندان و رشد کسب و کارهای نوپا باشد. شفافیت حقوقی همچنین به عدالت رویه ای کمک می کند؛ یعنی همه افراد، فارغ از جایگاه اجتماعی، بتوانند حقوق خود را بشناسند، از آن دفاع کنند، و در فرآیندهای تصمیم گیری مشارکت داشته باشند. این امر به ویژه در حوزه هایی چون تأمین مالی جمعی، مالکیت فکری، و مسئولیت اجتماعی شرکت ها اهمیت دارد.



در نهایت، شفافیت حقوقی نه تنها یک اصل فنی در تنظیم مقررات، بلکه یک اصل اخلاقی و سیاسی در طراحی ساختارهای حکمرانی است. این مفهوم، پلی میان قانون و اعتماد عمومی می‌سازد؛ پلی که بدون آن، توسعه پایدار و مشارکت شهروندی ممکن نخواهد بود.

۱-۱- جایگاه شفافیت حقوقی در حکمرانی:

شفافیت حقوقی یکی از ارکان بنیادین حکمرانی دموکراتیک و پاسخ‌گوست. در نظام‌های مبتنی بر قانون، شفافیت به معنای وضوح، دسترس‌پذیری و پیش‌بینی‌پذیری مقررات است؛ ویژگی‌هایی که موجب تقویت مشروعیت نهادی و اعتماد عمومی می‌شوند. شهروندان در صورتی می‌توانند در فرآیندهای تصمیم‌گیری مشارکت کنند که قوانین را بشناسند، آن‌ها را درک کنند، و نسبت به اجرای منصفانه‌شان اطمینان داشته باشند. در حکمرانی مدرن، شفافیت حقوقی نه تنها به زبان قانون مربوط می‌شود، بلکه به سازوکارهای نظارتی، انتشار عمومی اطلاعات، و امکان اعتراض و پیگیری نیز وابسته است. فقدان شفافیت، زمینه‌ساز فساد، تبعیض، و بی‌اعتمادی اجتماعی است؛ در حالی که قوانین روشن، موجب تقویت پاسخ‌گویی نهادی و مشارکت فعال شهروندان می‌گردند.

از منظر سیاست‌گذاری، شفافیت حقوقی باید در طراحی مقررات، تدوین رویه‌های اجرایی، و آموزش حقوقی عمومی لحاظ شود. این امر به‌ویژه در حوزه‌هایی چون مالکیت، مالیات، مجوزها و حمایت از نوآوری اهمیت دارد. حکمرانی‌ای که بر شفافیت حقوقی استوار باشد، نه تنها منصفانه‌تر عمل می‌کند، بلکه ظرفیت بیشتری برای جذب سرمایه، تقویت کارآفرینی، و توسعه پایدار دارد.

در نهایت، شفافیت حقوقی پلی میان قانون و مردم است؛ پلی که بدون آن، حکمرانی به ابزاری برای کنترل بدل می‌شود، نه مشارکت. این مفهوم، بنیان اخلاقی و عملی برای ساختن جوامعی است که در آن قانون نه پنهان‌کار، بلکه روشن‌گر و توانمندساز است.

۱-۲- شفافیت در فرآیندهای اجرایی و قضایی:

شفافیت در فرآیندهای اجرایی و قضایی به معنای قابل‌پیگیری بودن، وضوح مراحل، و دسترسی برابر به اطلاعات و نهادهای تصمیم‌گیر است. این نوع شفافیت، مکمل شفافیت در زبان قانون است و نقش حیاتی در تحقق عدالت رویه‌ای، کاهش فساد، و تقویت اعتماد عمومی ایفا می‌کند. در فرآیندهای اجرایی، شفافیت به معنای روشن بودن مراحل صدور مجوز، تخصیص منابع، اجرای مقررات و پاسخ‌گویی نهادهای اداری است. شهروندان و کارآفرینان باید بتوانند بدانند چه مدارکی لازم است، چه نهادی مسئول است، و چگونه می‌توانند اعتراض یا پیگیری کنند. در غیاب این شفافیت، فرآیندها به بستر تبعیض، رانت و بی‌اعتمادی بدل می‌شوند. در حوزه قضایی، شفافیت به معنای دسترسی آزاد به رویه‌های دادرسی، انتشار آرای قضایی، و امکان نظارت عمومی بر عملکرد دادگاه‌هاست. این امر موجب تقویت



استقلال قضایی، کاهش فساد حقوقی، و افزایش مشروعیت نهادهای قضایی می‌شود. برای سرمایه‌گذاران، پیش‌بینی‌پذیری در حل اختلافات و اجرای قراردادهای، یکی از شاخص‌های کلیدی ارزیابی ریسک حقوقی است.

شفافیت اجرایی و قضایی همچنین به عدالت اجتماعی کمک می‌کند؛ زیرا افراد فارغ از جایگاه اقتصادی یا اجتماعی، می‌توانند از حقوق خود دفاع کنند و در فرآیندهای قانونی مشارکت داشته باشند. این نوع شفافیت، به‌ویژه در جوامع در حال توسعه، زمینه‌ساز توانمندسازی شهروندان و تقویت سرمایه اجتماعی است.

در نهایت، شفافیت در اجرا و قضاوت، نه تنها یک اصل اداری، بلکه یک اصل اخلاقی در حکمرانی است؛ اصلی که بدون آن، قانون به ابزاری برای تبعیض بدل می‌شود، نه عدالت.

۱-۳- شفافیت به‌مثابه ابزار توانمندسازی اقتصادی:

شفافیت حقوقی، فراتر از یک اصل فنی در تنظیم مقررات، به‌مثابه ابزاری برای توانمندسازی اقتصادی شهروندان عمل می‌کند. در اقتصادهای مشارکتی و مردم‌پایه، قوانین روشن و قابل فهم، شرط لازم برای ورود شهروندان به عرصه‌های سرمایه‌گذاری، کارآفرینی و مالکیت جمعی هستند.

وقتی مقررات مربوط به تأمین مالی جمعی، مالکیت فکری، مجوزهای کسب و کار و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها به‌صورت شفاف تدوین و اجرا شوند، افراد بیشتری می‌توانند با اطمینان در پروژه‌های اقتصادی مشارکت کنند. این مشارکت، به‌ویژه در میان جوانان، زنان، و گروه‌های محروم، موجب تقویت سرمایه اجتماعی، رشد اقتصاد محلی، و کاهش نابرابری می‌شود. در مقابل، ابهام در قوانین یا پیچیدگی در فرآیندهای حقوقی، موجب حذف گروه‌های آسیب‌پذیر از چرخه توسعه اقتصادی می‌شود. فقدان شفافیت، نه تنها ریسک حقوقی را افزایش می‌دهد، بلکه انگیزه مشارکت را نیز کاهش می‌دهد. در چنین شرایطی، اقتصاد به ابزاری برای انحصار بدل می‌شود، نه برای عدالت. شفافیت حقوقی همچنین به نهادهای واسطه‌مانند تعاونی‌ها، پلتفرم‌های سرمایه‌گذاری جمعی، و سازمان‌های مردم‌نهاد امکان می‌دهد تا نقش مؤثرتری در تسهیل مشارکت ایفا کنند. این نهادها، با اتکا به قوانین روشن، می‌توانند اعتماد عمومی را تقویت کرده و مسیر توسعه را هموار سازند.

در نهایت، شفافیت حقوقی نه تنها موجب توانمندسازی فردی، بلکه زمینه‌ساز تحول نهادی و توسعه پایدار است. این مفهوم، پیوندی میان قانون، اقتصاد و عدالت اجتماعی برقرار می‌کند؛ پیوندی که در قلب کارآفرینی اجتماعی قرار دارد.



۲- اعتماد عمومی:

اعتماد عمومی یکی از بنیادی ترین عناصر انسجام اجتماعی و پایداری نهادی در جوامع مدرن است. این مفهوم به باور شهروندان نسبت به صداقت، کارآمدی و پاسخ‌گویی نهادهای حکمرانی، قضایی، اقتصادی و رسانه‌ای اشاره دارد. اعتماد عمومی نه تنها یک احساس فردی، بلکه یک سرمایه اجتماعی جمعی است که بر رفتارهای مشارکتی، تبعیت از قانون، و همکاری‌های اقتصادی اثر مستقیم دارد در زمینه حکمرانی، اعتماد عمومی زمانی شکل می‌گیرد که نهادها به صورت شفاف عمل کنند، تصمیماتشان قابل پیگیری باشد، و شهروندان احساس کنند که صدایشان شنیده می‌شود. (Tyler, 2006) شفافیت حقوقی، پاسخ‌گویی نهادی، و عدالت رویه‌ای از مهم ترین عوامل تقویت این اعتماد هستند. در مقابل، فساد، تبعیض، و ابهام در فرآیندهای قانونی، موجب فرسایش اعتماد عمومی و گسترش بی‌اعتمادی ساختاری می‌شوند. (Rothstein Stolle, 2008)

در حوزه اقتصاد، اعتماد عمومی نقش کلیدی در مشارکت شهروندان در سرمایه‌گذاری‌های جمعی، پرداخت مالیات، و حمایت از کارآفرینی اجتماعی دارد. وقتی افراد به نهادهای قانونی و اقتصادی اعتماد دارند، با اطمینان بیشتری در پروژه‌های توسعه‌محور مشارکت می‌کنند. این اعتماد، به‌ویژه در جوامع در حال گذار، می‌تواند محرک رشد پایدار و کاهش نابرابری باشد.

در نهایت، اعتماد عمومی نه تنها یک شاخص اجتماعی، بلکه یک پیش شرط برای حکمرانی مؤثر، توسعه پایدار و دموکراسی مشارکتی است. تقویت این اعتماد نیازمند شفافیت، عدالت، و گفت‌وگوی مستمر میان نهادها و مردم است؛ گفت‌وگویی که قانون را از ابزار کنترل به زبان اعتماد بدل می‌سازد.

۲-۱- اعتماد نهادی:

اعتماد نهادی به باور شهروندان نسبت به صداقت، کارآمدی و مشروعیت نهادهای رسمی مانند دولت، قوه قضائیه، نهادهای قانون‌گذار و سازمان‌های عمومی اشاره دارد. این نوع اعتماد زمانی شکل می‌گیرد که نهادها به صورت شفاف، پاسخ‌گو و عادلانه عمل کنند و تصمیماتشان قابل پیش‌بینی و قابل پیگیری باشد. اعتماد نهادی، ستون فقرات حکمرانی مؤثر است؛ زیرا بدون آن، اجرای قانون، مشارکت عمومی و پذیرش سیاست‌های عمومی با چالش مواجه می‌شود.

در جوامعی که نهادهای رسمی دچار فساد، تبعیض یا ناکارآمدی هستند، اعتماد نهادی به شدت آسیب می‌بیند و شهروندان به جای تعامل سازنده، به کنش‌های اعتراضی یا انزوا روی می‌آورند. در مقابل، نهادهایی که عملکردشان شفاف است، به وعده‌های خود پایبندند، و امکان نظارت عمومی را فراهم می‌کنند، می‌توانند اعتماد را بازسازی کرده و مشارکت شهروندی را تقویت کنند.



Development with Emphasis on Public Participation

در زمینه سرمایه گذاری جمعی و کارآفرینی اجتماعی، اعتماد نهادی نقش کلیدی دارد. سرمایه گذاران و کارآفرینان برای ورود به فعالیت های اقتصادی، نیازمند اطمینان از ثبات مقررات، عدالت قضایی، و حمایت نهادی هستند. بدون این اعتماد، ریسک های حقوقی و اقتصادی افزایش یافته و انگیزه مشارکت کاهش می یابد.

در نهایت، اعتماد نهادی نه تنها یک شاخص اجتماعی، بلکه یک پیش شرط برای توسعه پایدار، عدالت اقتصادی و دموکراسی مشارکتی است. تقویت این اعتماد نیازمند اصلاح ساختارهای حقوقی، شفاف سازی فرآیندهای اجرایی، و ارتقای پاسخ گویی نهادهای عمومی است.

۲-۲- اعتماد اجتماعی:

اعتماد اجتماعی به سطح اعتماد میان افراد در یک جامعه اشاره دارد؛ یعنی باور به صداقت، همکاری و حسن نیت دیگران در تعاملات روزمره، اقتصادی و مدنی. این نوع اعتماد، پایه ای برای شکل گیری سرمایه اجتماعی، انسجام جمعی و مشارکت داوطلبانه در امور عمومی است. در جوامعی که اعتماد اجتماعی بالاست، افراد با اطمینان بیشتری در فعالیت های گروهی، تعاونی ها، و پروژه های مشارکتی شرکت می کنند. اعتماد اجتماعی از تجربه های زیسته، فرهنگ عمومی، و عملکرد نهادهای رسمی تأثیر می پذیرد. وقتی نهادهای حکمرانی شفاف و پاسخ گو باشند، شهروندان احساس امنیت و عدالت کرده و تمایل بیشتری به اعتماد به دیگران پیدا می کنند. در مقابل، فساد نهادی، تبعیض یا بی عدالتی، موجب گسترش بی اعتمادی، انزوا و رقابت ناسالم در جامعه می شود.

در زمینه کارآفرینی اجتماعی و سرمایه گذاری جمعی، اعتماد اجتماعی نقش حیاتی دارد. افراد برای مشارکت در پروژه های اقتصادی، نیازمند اطمینان از رفتار منصفانه، تعهد گروهی، و حمایت متقابل هستند. این اعتماد، به ویژه در جوامع محلی، موجب تقویت اقتصاد مردم پایه و کاهش وابستگی به نهادهای متمرکز می شود. اعتماد اجتماعی همچنین بستری برای گفت و گوی مدنی، حل تعارضات، و ارتقای تاب آوری اجتماعی فراهم می کند. در جوامعی که این نوع اعتماد نهادینه شده، بحران ها با همبستگی و همکاری جمعی مدیریت می شوند، نه با گسست و بی اعتمادی.

در نهایت، اعتماد اجتماعی نه تنها یک احساس فردی، بلکه یک دارایی جمعی است که مسیر توسعه پایدار، عدالت اجتماعی و دموکراسی مشارکتی را هموار می سازد.

۲-۳- اعتماد در حکمرانی اقتصادی:

اعتماد در حکمرانی اقتصادی به باور شهروندان و فعالان اقتصادی نسبت به عدالت، شفافیت و کارآمدی نهادهای تنظیم گربازار، سیاست گذاران اقتصادی و نهادهای مالی اشاره دارد. این نوع اعتماد، شرط لازم برای مشارکت در فعالیت های اقتصادی، پرداخت مالیات، سرمایه گذاری جمعی و حمایت از کارآفرینی اجتماعی است.



وقتی سیاست‌های اقتصادی به صورت شفاف تدوین و اجرا شوند، اطلاعات مالی و حقوقی به صورت عمومی منتشر شود، و نهادهای اقتصادی پاسخگو باشند، شهروندان با اطمینان بیشتری در فرآیندهای اقتصادی مشارکت می‌کنند. در مقابل، بی‌ثباتی مقررات، فساد مالی، یا تبعیض در تخصیص منابع، موجب فرسایش اعتماد و کاهش انگیزه برای سرمایه‌گذاری و کارآفرینی می‌شود. اعتماد در حکمرانی اقتصادی همچنین به پیش‌بینی‌پذیری سیاست‌ها، استقلال نهادهای مالی، و عدالت در اجرای مقررات مربوط می‌شود. برای مثال، اگر قوانین مالیاتی به صورت عادلانه اجرا شوند و نهادهای نظارتی مستقل عمل کنند، سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی با ریسک کمتری مواجه خواهند بود.

در حوزه کارآفرینی اجتماعی، این اعتماد نقش کلیدی در جذب منابع، ایجاد تعاونی‌ها، و توسعه پلتفرم‌های تأمین مالی جمعی دارد. شهروندان باید احساس کنند که مشارکت اقتصادی‌شان مورد حمایت قانونی قرار دارد و در صورت بروز اختلاف، نهادهای قضایی و مالی به صورت منصفانه عمل خواهند کرد. در نهایت، اعتماد در حکمرانی اقتصادی نه تنها موجب رشد اقتصادی، بلکه زمینه‌ساز عدالت مالی، کاهش نابرابری و تقویت دموکراسی اقتصادی است. این اعتماد، پلی میان سیاست‌گذاری اقتصادی و مشارکت مردمی می‌سازد؛ پلی که بدون آن، توسعه پایدار ممکن نخواهد بود.

۳- سرمایه‌گذاری جمعی:

سرمایه‌گذاری جمعی (Crowdfunding) به فرآیندی اطلاق می‌شود که در آن گروهی از افراد، معمولاً از طریق پلتفرم‌های دیجیتال، منابع مالی خود را برای حمایت از یک پروژه، کسب و کار یا هدف اجتماعی تجمع می‌کنند. این مدل سرمایه‌گذاری، برخلاف روش‌های سنتی که متکی بر نهادهای مالی بزرگ یا سرمایه‌گذاران خاص است، بر مشارکت گسترده شهروندان و اعتماد اجتماعی استوار است. سرمایه‌گذاری جمعی در چهار شکل اصلی ظاهر می‌شود: مبتنی بر پاداش (reward-based)، مبتنی بر سهام (equity-based)، مبتنی بر وام (debt-based)، و مبتنی بر کمک بلاعوض (donation-based). هر یک از این مدل‌ها، بسته به هدف پروژه و نوع مشارکت، سازوکار حقوقی و اقتصادی خاص خود را دارد. در زمینه کارآفرینی اجتماعی، سرمایه‌گذاری جمعی به عنوان ابزاری توانمندساز عمل می‌کند؛ زیرا به افراد و گروه‌های نوآور امکان می‌دهد بدون وابستگی به سرمایه‌گذاران بزرگ، منابع مالی لازم برای اجرای ایده‌های خود را جذب کنند. این مدل، به‌ویژه در جوامع محلی، موجب تقویت اقتصاد مردم‌پایه، افزایش اعتماد عمومی، و ارتقای مشارکت شهروندی می‌شود.

با این حال، موفقیت سرمایه‌گذاری جمعی نیازمند شفافیت حقوقی، مقررات قابل فهم، و سازوکارهای نظارتی مؤثر است. قوانین مربوط به مالکیت، مسئولیت، بازگشت سرمایه و حفاظت از حقوق مشارکت‌کنندگان باید روشن و قابل اجرا باشند تا ریسک‌های حقوقی کاهش یابد و اعتماد عمومی حفظ شود.



در نهایت، سرمایه‌گذاری جمعی نه تنها یک ابزار مالی، بلکه یک پدیده اجتماعی است که پیوندی میان نوآوری، مشارکت و عدالت اقتصادی برقرار می‌کند؛ پیوندی که در عصر دیجیتال، نقش فزاینده‌ای در توسعه پایدار ایفا می‌کند.

۳-۱- سرمایه‌گذاری جمعی مبتنی بر پاداش:

سرمایه‌گذاری جمعی مبتنی بر پاداش یکی از رایج‌ترین و مردمی‌ترین مدل‌های تأمین مالی در عصر دیجیتال است. در این روش، افراد با پرداخت مبلغی مشخص از یک پروژه یا محصول حمایت می‌کنند و در ازای آن، پاداشی غیرمالی دریافت می‌نمایند مانند نسخه اولیه محصول، یادبود، یا خدمات ویژه. این مدل بیشتر در حوزه‌های خلاقانه، فرهنگی، فناوری‌های نوآورانه و کسب و کارهای نوپا کاربرد دارد. ویژگی اصلی این نوع سرمایه‌گذاری، عدم انتقال مالکیت یا سهام به مشارکت‌کنندگان است. آن‌ها صرفاً به‌عنوان حامیان پروژه شناخته می‌شوند و انگیزه‌شان اغلب ترکیبی از علاقه شخصی، حمایت اجتماعی و اعتماد به نوآوری است. پلتفرم‌هایی مانند Kickstarter و Indiegogo از پیشگامان این مدل هستند.

مزیت این روش، سادگی حقوقی و سرعت جذب سرمایه است؛ زیرا نیازی به تنظیم قراردادهای پیچیده یا ارزیابی‌های مالی ندارد. با این حال، موفقیت آن به شفافیت اطلاعات، صداقت در وعده‌ها، و توانایی ارتباط‌گیری مؤثر با جامعه حامیان وابسته است. در صورت عدم تحقق وعده‌ها یا تأخیر در تحویل پاداش، اعتماد عمومی به شدت آسیب می‌بیند.

از منظر حقوقی، این مدل نیازمند مقررات روشن درباره تعهدات متقابل، حقوق مصرف‌کننده، و مسئولیت‌های اخلاقی است. قوانین قابل فهم در این زمینه می‌توانند ریسک‌های حقوقی را کاهش داده و مشارکت شهروندان را تقویت کنند.

در نهایت، سرمایه‌گذاری مبتنی بر پاداش، ابزاری برای دموکراتیزه کردن نوآوری و تقویت اقتصاد خلاق است؛ مدلی که در آن اعتماد، شفافیت و ارتباط مؤثر، جایگزین ساختارهای مالی سنتی می‌شوند.

۳-۲- سرمایه‌گذاری جمعی مبتنی بر سهام:

سرمایه‌گذاری جمعی مبتنی بر سهام، مدلی پیشرفته‌تر و حقوقی‌تر از تأمین مالی جمعی است که در آن مشارکت‌کنندگان در ازای سرمایه‌گذاری، مالک بخشی از سهام یا حقوق مالکیت یک شرکت یا پروژه می‌شوند. این مدل، به‌ویژه برای استارت‌آپ‌ها، شرکت‌های نوپا و کسب و کارهای در حال رشد، امکان جذب سرمایه از جامعه‌ای گسترده‌تر از سرمایه‌گذاران را فراهم می‌سازد.

در این روش، سرمایه‌گذاران نه تنها حامی پروژه‌اند، بلکه به‌عنوان سهام‌دار، در سود و زیان، تصمیم‌گیری‌های کلان و آینده شرکت نقش دارند. این امر موجب افزایش مسئولیت‌پذیری کارآفرینان و تقویت پیوند میان مالکیت و مشارکت اجتماعی می‌شود.



از منظر حقوقی، سرمایه گذاری مبتنی بر سهام نیازمند چارچوب های دقیق و شفاف در زمینه ثبت مالکیت، حقوق رأی، تقسیم سود، خروج سرمایه گذار و حل اختلافات است. مقررات قابل فهم و قابل اجرا در این حوزه، شرط لازم برای کاهش ریسک های حقوقی و جذب اعتماد عمومی هستند. کشورهایی که قوانین روشنی در زمینه تأمین مالی جمعی سهامی تدوین کرده اند، موفق به ایجاد اکوسیستم های نوآورانه و مشارکتی شده اند. مزیت این مدل، امکان جذب سرمایه های بزرگ تر و پایدارتر است؛ زیرا سرمایه گذاران انگیزه مالی مستقیم دارند. با این حال، پیچیدگی حقوقی، نیاز به شفافیت مالی، و الزام به گزارش دهی مستمر، چالش هایی برای کارآفرینان ایجاد می کند.

در نهایت، سرمایه گذاری جمعی مبتنی بر سهام، پلی میان دموکراسی اقتصادی و نوآوری است؛ مدلی که در آن مالکیت، مشارکت و اعتماد نهادی به صورت هم زمان تقویت می شوند.

۳-۳- سرمایه گذاری جمعی مبتنی بر وام:

سرمایه گذاری جمعی مبتنی بر وام، که گاه با عنوان «وام همتا به همتا (Peer-to-Peer Lending)» نیز شناخته می شود، مدلی از تأمین مالی است که در آن افراد یا گروه ها به جای بانک ها یا مؤسسات مالی، به کسب و کارها یا پروژه ها وام می دهند و در ازای آن، بازپرداخت با بهره دریافت می کنند. این مدل، به ویژه در شرایطی که دسترسی به منابع مالی رسمی محدود است، نقش مهمی در توانمندسازی اقتصادی ایفا می کند. در این روش، سرمایه گذاران به عنوان وام دهنده عمل می کنند و انتظار دارند که اصل سرمایه به همراه سود مشخص در زمان مقرر بازگردانده شود. برخلاف مدل های مبتنی بر پاداش یا سهام، رابطه حقوقی در اینجا مبتنی بر قراردادهای مالی و تعهدات بازپرداخت است. پلتفرم هایی مانند LendingClub و Funding Circle از نمونه های موفق این مدل هستند. مزیت اصلی این نوع سرمایه گذاری، امکان جذب منابع مالی با شرایط منعطف تر و نرخ بهره رقابتی تر نسبت به بانک ها است. برای کارآفرینان، این مدل فرصتی برای تأمین مالی بدون واگذاری مالکیت یا سهام فراهم می کند. برای سرمایه گذاران، بازدهی مالی قابل پیش بینی و تنوع در سبد سرمایه گذاری از جمله انگیزه های مشارکت است. با این حال، موفقیت این مدل به شفافیت حقوقی، اعتبارسنجی دقیق، و وجود سازوکارهای نظارتی مؤثر وابسته است. قوانین مربوط به نرخ بهره، ضمانت ها، پیگیری حقوقی در صورت عدم بازپرداخت، و حفاظت از حقوق طرفین باید روشن و قابل اجرا باشند تا اعتماد عمومی حفظ شود.

در نهایت، سرمایه گذاری جمعی مبتنی بر وام، مدلی است که در آن شفافیت، اعتماد و مسئولیت مالی در کنار هم قرار می گیرند؛ مدلی که می تواند به تقویت عدالت مالی، کاهش وابستگی به نهادهای متمرکز، و توسعه اقتصاد مشارکتی منجر شود.

۴- کارآفرینی اجتماعی:



کارآفرینی اجتماعی به فعالیتهایی اطلاق می شود که با هدف حل مسائل اجتماعی، زیست محیطی یا فرهنگی، از ابزارهای نوآورانه و مدل های کسب و کار استفاده می کنند. برخلاف کارآفرینی سنتی که تمرکز اصلی آن بر سودآوری مالی است، کارآفرینی اجتماعی به دنبال ایجاد ارزش عمومی، توانمندسازی جوامع و ارتقای عدالت اجتماعی است. (Dees, 1998) در این مدل، کارآفرینان اجتماعی با شناسایی نیازهای حل نشده در جامعه مانند فقر، بیکاری، آلودگی یا بی عدالتی آموزشی راه حل هایی پایدار و مشارکتی طراحی می کنند. این راه حل ها معمولاً در قالب کسب و کارهای اجتماعی، تعاونی ها، پلتفرم های دیجیتال یا نهادهای مردم نهاد اجرا می شوند (Bornstein & Davis, 2010) و ویژگی بارز کارآفرینی اجتماعی، ترکیب نوآوری، پایداری مالی و مأموریت اجتماعی است. این ترکیب موجب می شود که پروژه ها نه تنها از نظر اقتصادی قابل دوام باشند، بلکه بتوانند اثرات مثبت بلندمدت بر جامعه بگذارند. موفقیت در این حوزه نیازمند شفافیت حقوقی، حمایت نهادی، و اعتماد عمومی است. (Nicholls, 2006) در زمینه سرمایه گذاری جمعی، کارآفرینی اجتماعی نقش کلیدی دارد؛ زیرا با جلب مشارکت مردمی، منابع مالی لازم برای اجرای پروژه های اجتماعی را فراهم می کند. این مشارکت، به ویژه در جوامع محلی، موجب تقویت سرمایه اجتماعی و افزایش حس مالکیت جمعی می شود. (Mair Marti, 2006) در نهایت، کارآفرینی اجتماعی نه تنها یک مدل اقتصادی، بلکه یک رویکرد اخلاقی و تحول گراست که به دنبال بازتعریف رابطه میان بازار، دولت و جامعه است. این رویکرد، پلی میان نوآوری و عدالت می سازد؛ پلی که در عصر بحران های جهانی، بیش از هر زمان دیگری به آن نیاز داریم.

۴-۱- کارآفرینی اجتماعی مبتنی بر نوآوری

کارآفرینی اجتماعی مبتنی بر نوآوری بر طراحی راه حل های خلاقانه برای مسائل اجتماعی تمرکز دارد. در این مدل، کارآفرینان با بهره گیری از فناوری، طراحی خدمات نو، یا بازآفرینی فرآیندهای سنتی، به دنبال پاسخ هایی پایدار و مؤثر برای چالش هایی چون فقر، نابرابری آموزشی، آلودگی محیط زیست یا تبعیض اجتماعی هستند. نوآوری در اینجا نه تنها به ابزارهای فنی، بلکه به شیوه های تفکر، مدل های کسب و کار و الگوهای مشارکت نیز مربوط می شود. این نوع کارآفرینی اغلب در بستر استارت آپ های اجتماعی، پلتفرم های دیجیتال، یا پروژه های بین رشته ای شکل می گیرد. ویژگی بارز آن، توانایی در ترکیب مأموریت اجتماعی با مدل های درآمدزا است؛ به گونه ای که ارزش آفرینی اجتماعی با پایداری اقتصادی همراه باشد. برای مثال، طراحی اپلیکیشنی برای آموزش کودکان مناطق محروم، یا تولید محصولاتی با مواد بازیافتی، نمونه هایی از این رویکردها هستند.

موفقیت در این حوزه نیازمند محیطی حمایتی، دسترسی به منابع مالی انعطاف پذیر، و شفافیت حقوقی است. قوانین قابل فهم درباره مالکیت فکری، مجوزهای نوآوری، و حمایت از کسب و کارهای اجتماعی، نقش کلیدی در کاهش ریسک و افزایش انگیزه دارند.



در نهایت، کارآفرینی اجتماعی مبتنی بر نوآوری، پلی میان خلاقیت و عدالت است؛ مدلی که با بازتعریف مرزهای سنتی بازار، به دنبال ساختن آینده‌ای انسانی‌تر، هوشمندتر و پایدارتر است.

۲-۴- کارآفرینی اجتماعی مبتنی بر جامعه‌محوری

کارآفرینی اجتماعی مبتنی بر جامعه‌محوری بر نیازها، ظرفیت‌ها و مشارکت فعال جوامع محلی تمرکز دارد. در این مدل، کارآفرینان نه تنها برای جامعه، بلکه با جامعه کار می‌کنند؛ به گونه‌ای که فرآیند طراحی، اجرا و مالکیت پروژه‌ها به صورت مشارکتی و از پایین به بالا شکل می‌گیرد. این رویکرد، به ویژه در مناطق محروم، روستایی یا آسیب‌دیده، نقش مهمی در توانمندسازی اجتماعی و بازسازی سرمایه اجتماعی ایفا می‌کند. ویژگی اصلی این نوع کارآفرینی، تمرکز بر عدالت اجتماعی، احترام به فرهنگ محلی، و تقویت حس مالکیت جمعی است. برای مثال، ایجاد تعاونی‌های تولیدی با مشارکت زنان روستایی، یا راه‌اندازی مراکز آموزش مهارت‌های زندگی با همکاری جوانان محلی، نمونه‌هایی از این رویکردها هستند. در این مدل، موفقیت پروژه‌ها به میزان اعتماد، ارتباط مؤثر و شفافیت فرآیندها وابسته است. کارآفرین باید نقش تسهیل‌گر را ایفا کند، نه مدیر متمرکز؛ و سازوکارهای تصمیم‌گیری باید مشارکتی، شفاف و پاسخ‌گو باشند. همچنین، قوانین حمایتی درباره تعاونی‌ها، مالکیت جمعی، و مشارکت مدنی، نقش مهمی در پایداری این نوع کارآفرینی دارند.

کارآفرینی جامعه‌محور، نه تنها موجب ارتقای معیشت و رفاه، بلکه بستری برای گفت‌وگوی اجتماعی، حل تعارضات و تقویت تاب‌آوری جمعی فراهم می‌کند. در نهایت، این مدل، کارآفرینی را از یک فعالیت فردی به یک فرآیند جمعی و تحول‌گرا بدل می‌سازد.

۳-۴- کارآفرینی اجتماعی مبتنی بر پایداری مالی

کارآفرینی اجتماعی مبتنی بر پایداری مالی بر طراحی مدل‌هایی تمرکز دارد که مأموریت اجتماعی را با درآمدزایی پایدار ترکیب می‌کنند. در این رویکرد، کارآفرینان اجتماعی تلاش می‌کنند تا بدون وابستگی به کمک‌های خیریه یا بودجه‌های دولتی، از طریق فروش خدمات یا محصولات، منابع مالی لازم برای ادامه فعالیت‌های اجتماعی خود را تأمین کنند. ویژگی بارز این مدل، تعادل میان ارزش آفرینی اجتماعی و منطق اقتصادی است. پروژه‌هایی که در این چارچوب طراحی می‌شوند، باید هم به حل یک مسئله اجتماعی کمک کنند و هم از نظر مالی قابل دوام باشند. برای مثال، یک شرکت تولید پوشاک با استفاده از نیروی کار آسیب‌دیده اجتماعی، یا یک پلتفرم آموزشی که با فروش اشتراک، خدمات رایگان به مناطق محروم ارائه می‌دهد، نمونه‌هایی از این رویکردها هستند.



پایداری مالی در این مدل، نیازمند برنامه‌ریزی دقیق، شناخت بازار هدف، و شفافیت در ساختار هزینه‌ها و درآمدهاست. همچنین، قوانین روشن درباره مالیات، ثبت شرکت‌های اجتماعی، و حمایت از کسب و کارهای مأموریت‌محور، نقش مهمی در کاهش ریسک و افزایش اعتماد عمومی دارند.

این نوع کارآفرینی، به‌ویژه در شرایط اقتصادی ناپایدار، می‌تواند الگویی برای توسعه پایدار و استقلال مالی نهادهای اجتماعی باشد. در نهایت، کارآفرینی اجتماعی مبتنی بر پایداری مالی، مدلی است که نشان می‌دهد عدالت اجتماعی و سودآوری اقتصادی می‌توانند در کنار هم، مسیر تحول را هموار سازند.

نتیجه‌گیری:

در عصر تحولات دیجیتال، بحران‌های زیست‌محیطی و نابرابری‌های اقتصادی، نیاز به بازتعریف رابطه میان قانون، اقتصاد و جامعه بیش از پیش احساس می‌شود. مقاله حاضر با تمرکز بر نقش شفافیت حقوقی در ارتقای سرمایه‌گذاری جمعی و کارآفرینی اجتماعی، نشان داد که قوانین قابل فهم و فرآیندهای اجرایی شفاف، نه تنها ابزار اجرای عدالت‌اند، بلکه زیرساختی برای توانمندسازی اقتصادی و تقویت اعتماد عمومی محسوب می‌شوند. شفافیت حقوقی، با فراهم‌سازی بستر مشارکت برابر، کاهش ریسک‌های حقوقی، و افزایش پیش‌بینی‌پذیری، زمینه‌ساز رشد مدل‌های نوین سرمایه‌گذاری مردمی و کسب و کارهای مأموریت‌محور است. در این میان، اعتماد عمومی به‌عنوان سرمایه‌ای اجتماعی، نقش واسط میان نهادهای رسمی و مشارکت شهروندی ایفای کند؛ سرمایه‌ای که بدون شفافیت، به‌سرعت فرسایش می‌یابد. سرمایه‌گذاری جمعی و کارآفرینی اجتماعی، دو ابزار کلیدی برای دموکراتیزه کردن اقتصاد و تقویت عدالت مالی‌اند. موفقیت این مدل‌ها، نیازمند چارچوب‌های حقوقی روشن، حمایت نهادی، و فرهنگ مشارکتی است. تقسیم‌بندی‌های ارائه‌شده در مقاله از انواع سرمایه‌گذاری جمعی تا گونه‌های کارآفرینی اجتماعی نشان دادند که تنوع در مدل‌ها باید با انسجام در سیاست‌گذاری همراه باشد. در نهایت، مسیر توسعه پایدار از شفافیت می‌گذرد؛ شفافیتی که قانون را از ابزار کنترل به زبان اعتماد، و اقتصاد را از عرصه انحصار به میدان مشارکت بدل می‌سازد. پیشنهادهای مقاله می‌توانند مبنایی برای اصلاحات حقوقی، طراحی سیاست‌های حمایتی، و تقویت زیرساخت‌های مشارکت اقتصادی در جوامع در حال گذار باشند.



کد: ۰۳۲۴۰-۸۷۹۶۹

دومین همایش ملی کارآفرینی و توسعه پایدار با تاکید بر مشارکت مردم

The 2nd National Conference on Entrepreneurship and Sustainable

Development with Emphasis on Public Participation



دانشگاه پیام نور سیستان و بلوچستان

منابع فارسی:

- ## شریعتی، علی. توسعه و تضاد. تهران: انتشارات قلم، ۱۳۸۰ .
- ## فاضلی، محمد. اعتماد اجتماعی و سرمایه اجتماعی در ایران. تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، ۱۳۹۵ .
- ## نقیب‌زاده، احمد. حقوق عمومی و ساختار قدرت. تهران: سمت، ۱۳۹۲ .
- ## موسوی، سید محمد. «شفافیت حقوقی و نقش آن در حکمرانی خوب». فصلنامه مطالعات حقوق عمومی، شماره ۲۳، ۱۳۹۸ .
- ## رضایی، مهدی. «کارآفرینی اجتماعی در ایران: چالش‌ها و فرصت‌ها». فصلنامه مدیریت توسعه، شماره ۴۵، ۱۴۰۰.

منابع لاتین

- ##Dees, J. Gregory. "The Meaning of Social Entrepreneurship." Stanford University, 1998.
- ##Putnam, Robert. Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community. New York: Simon & Schuster, 2000.
- ##Nicholls, Alex. Social Entrepreneurship: New Models of Sustainable Social Change. Oxford University Press, 2006.
- ##Tyler, Tom R. Why People Obey the Law. Princeton University Press, 2006.
- ##Bornstein, David & Davis, Susan. Social Entrepreneurship: What Everyone Needs to Know. Oxford University Press, 2010.
- ##Rothstein, Bo & Stolle, Dietlind. "The State and Social Capital: An Institutional Theory of Generalized Trust." Comparative Politics, Vol. 40, No. 4, 2008.
- ##Eubanks, Virginia. Automating Inequality: How High-Tech Tools Profile, Police, and Punish the Poor. St. Martin's Press, 2018.
- ##Mair, Johanna & Marti, Ignasi. "Social Entrepreneurship Research: A Source of Explanation, Prediction, and Delight." Journal of World Business, Vol. 41, 2006.
- ##UNESCO. Transparency and Accountability in Governance. Paris: UNESCO Publishing, 2005.
- ##Stone, Deborah. Policy Paradox: The Art of Political Decision Making. W.W. Norton & Company, 2012.



دومین همایش ملی کارآفرینی و توسعه پایدار با تاکید بر مشارکت مردم

The 2nd National Conference on Entrepreneurship and Sustainable

Development with Emphasis on Public Participation



دانشگاه پیام نور سیستان و بلوچستان

کد: ۰۳۲۴۰-۸۲۹۶۹

From Transparency to Development: The Role of Understandable Laws in Promoting Crowdfunding and Social Entrepreneurship

Vali Shirpour , Morad Nasiri Moghanlou, Pejman Elhami

Assistant Professor, Law Department, Payam Noor University-Tehran:Iran

Shirpourvali@pnu.ac.ir

Advisor, Law Department, Payam Noor University, Iran

Nasiri@pnu.ac.ir

University Lecturer, Law and Political Science Department, Faculty of Law and Social Sciences, Payam Noor University, Tehran, Iran

pejhamanelhami@gmail.com



ک: ۰۳۲۴۰-۸۷۹۶۹

دومین همایش ملی کارآفرینی و توسعه پایدار با تاکید بر مشارکت مردم

The 2nd National Conference on Entrepreneurship and Sustainable

Development with Emphasis on Public Participation



دانشگاه پیام نور سیستان و بلوچستان

Abstract:

In the era of digital transformation and the sharing economy, understandable and transparent laws are recognized as a vital infrastructure for the development of social entrepreneurship and crowdfunding. This article aims to examine the role of legal transparency in strengthening public trust and facilitating citizens' economic participation, and analyzes the relationship between legal language, institutional legitimacy, and investor behavior.

The research approach is analytical-conceptual and, using comparative studies, selected legal frameworks and successful international experiences, explores the mechanisms through which clear laws can reduce legal risk, increase the incentive for participation and pave the way for sustainable development. The paper focuses on how clarity in regulations related to ownership, licensing, crowdfunding and innovation support can rebuild institutional trust and strengthen social capital.

The theoretical background of the paper is based on the concepts of transparent governance, grassroots economy and public trust theories. The findings show that the lack of legal transparency not only hinders the growth of start-ups and local cooperatives, but also leads to the exclusion of vulnerable groups from the economic decision-making process.

Finally, the paper suggests that reviewing the language of the law, designing participatory mechanisms and strengthening legal intermediary institutions can start the development path from transparency and lead to economic justice.

Keywords: Legal transparency, public trust, crowdfunding, social entrepreneurship



کارآفرینی سبز و توسعه پایدار در مناطق خشک ایران با تأکید بر مشارکت مردمی: تحلیل SWOT در استان یزد

محمود؛ قدیری؛ استادیار جغرافیا و برنامه ریزی شهری دانشگاه پیام نور؛

چکیده

بحران منابع آب و فشارهای ناشی از تغییرات اقلیمی، یکی از مهم ترین چالش های توسعه در مناطق خشک ایران به ویژه استان یزد است. این استان که به عنوان نخستین شهر تاریخی ایران در فهرست میراث جهانی یونسکو ثبت شده، علاوه بر محدودیت های شدید محیط زیستی، از ظرفیت های کم نظیری همچون انرژی خورشیدی، صنایع دستی و سرمایه اجتماعی برخوردار است. هدف پژوهش حاضر تحلیل نقش کارآفرینی سبز و مشارکت مردمی در دستیابی به توسعه پایدار استان یزد است. روش تحقیق به صورت مروری-تحلیلی و با بهره گیری از داده های ثانویه و چارچوب SWOT انجام گرفته است. یافته ها نشان می دهد که با وجود محدودیت های اساسی در حوزه آب، فرصت های راهبردی قابل توجهی برای توسعه کارآفرینی در زمینه انرژی های تجدیدپذیر، کشاورزی کم آب بر و گردشگری پایدار وجود دارد. همچنین، ظرفیت تاریخی و فرهنگی مشارکت اجتماعی مردم یزد می تواند در قالب سیاست گذاری های نوین احیا شود و به تقویت سرمایه اجتماعی و اعتماد عمومی کمک کند. بر این اساس، توسعه پایدار استان مستلزم تغییر رویکرد صنعتی، حمایت هدفمند از کسب و کارهای سبز، و ایجاد سازوکارهای مشارکت محور در مدیریت منابع طبیعی است. نتایج این پژوهش می تواند راهنمایی برای سیاست گذاران، نهادهای محلی و جامعه مدنی در جهت ترسیم الگویی بومی از توسعه پایدار در مناطق خشک ایران باشد.

واژگان کلیدی: کارآفرینی سبز، توسعه پایدار، مشارکت مردمی، تحلیل SWOT، استان یزد.

۱. مقدمه

بحران آب و چالش های زیست محیطی یکی از مهم ترین دغدغه های قرن بیست و یکم به شمار می روند که ابعاد اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جوامع را تحت تأثیر قرار داده اند. ایران به عنوان کشوری واقع در کمربند خشک و نیمه خشک جهان، با محدودیت های جدی در منابع آب تجدیدپذیر روبه روست. سرانه آب تجدیدپذیر ایران در سال های اخیر به کمتر از یک سوم استاندارد جهانی کاهش یافته و این وضعیت به ویژه در استان هایی مانند یزد، کرمان و اصفهان شدت بیشتری دارد (Madani, 2014, 415). استان یزد به دلیل موقعیت



جغرافیایی، اقلیم خشک و وابستگی بالا به منابع آب زیرزمینی، از جمله مناطقی است که بحران آب در آن به یکی از تهدیدهای اصلی توسعه پایدار بدل شده است (عباسی و رضوی، ۱۳۹۹، ۱۲۱).

در کنار بحران آب، نرخ بیکاری و فقدان فرصت‌های شغلی پایدار، به‌ویژه در میان جوانان و فارغ‌التحصیلان دانشگاهی، از دیگر چالش‌های عمده‌ی توسعه در ایران محسوب می‌شود. استان یزد با وجود داشتن ظرفیت‌های تاریخی، فرهنگی و صنعتی، در سال‌های اخیر با پدیده‌ی بیکاری پنهان و مهاجرت نیروی کار مواجه بوده است (مرکز آمار ایران، ۱۴۰۱، ۴۳). این شرایط ضرورت توجه به کارآفرینی به‌ویژه در قالب کسب و کارهای سبز و دانش‌بنیان را دوچندان می‌کند. کارآفرینی سبز نه تنها می‌تواند به کاهش فشار بر منابع محیطی کمک کند، بلکه از طریق ایجاد فرصت‌های جدید اقتصادی و اشتغال پایدار، در مسیر تحقق توسعه پایدار نیز نقش آفرین است. (Schaper, 2016, 22).

از سوی دیگر، تجربه‌ی کشورهای مختلف نشان داده است که بدون مشارکت فعال مردم، سیاست‌ها و برنامه‌های توسعه پایدار و حفاظت محیط زیست به نتیجه‌ی مطلوب نخواهند رسید. (Pretty, 2003, 189) مشارکت اجتماعی در ایران نیز در قالب نهادهای محلی، سازمان‌های مردم‌نهاد و همکاری جوامع محلی در مدیریت منابع آب و توسعه کسب‌وکارهای محلی در حال گسترش است، هرچند که همچنان با چالش‌های ساختاری و نهادی روبه‌روست (حسینی و همکاران، ۱۴۰۰، ۷۵).

با توجه به این شرایط، اهمیت پژوهش حاضر در تبیین پیوند میان کارآفرینی سبز، توسعه پایدار و مشارکت مردم در بستر استان یزد نهفته است. از یک سو بحران آب و چالش‌های زیست‌محیطی این استان، ضرورت نوآوری در کسب‌وکارها و بهره‌گیری از رویکردهای سبز را برجسته کرده است؛ از سوی دیگر، نیاز به اشتغال پایدار و افزایش سرمایه اجتماعی، زمینه‌ی مشارکت مردمی را تقویت می‌کند. ترکیب این عوامل می‌تواند بستری برای طراحی الگوهای توسعه‌ای فراهم آورد.

بر این اساس، این مقاله تلاش دارد با مرور ادبیات نظری و تحلیل سیاست‌های موجود، ظرفیت‌ها و چالش‌های کارآفرینی سبز در استان یزد را بررسی کند. در ادامه با استفاده از چارچوب تحلیلی SWOT، نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای این رویکرد تحلیل خواهد شد. هدف نهایی، ارائه‌ی پیشنهادهایی برای سیاست‌گذاران و جامعه‌ی محلی است تا از طریق ارتقای کارآفرینی سبز و تقویت مشارکت مردمی، مسیر توسعه پایدار استان هموارتر گردد.



۲. مبانی نظری و پیشینه پژوهش

۲-۱- کارآفرینی و پیوند آن با توسعه پایدار

کارآفرینی در ادبیات توسعه به عنوان موتور محرک نوآوری، ایجاد اشتغال و رشد اقتصادی معرفی شده است. از دهه ۱۹۸۰ به بعد، نظریه پردازان توسعه تأکید ویژه‌ای بر نقش کارآفرینان در شکستن چرخه‌های فقر، افزایش بهره‌وری و پاسخ به نیازهای جدید جامعه داشته‌اند. (Schumpeter, 1934, 78) در ایران نیز، با توجه به ساختار جوان جمعیت و نرخ بالای بیکاری، کارآفرینی به ویژه در حوزه‌های دانش‌بنیان و سبز، به عنوان راهکاری برای کاهش بیکاری و ارتقای شاخص‌های توسعه مطرح است (میرمحمدی و همکاران، ۱۳۹۸، ۴۹). از سوی دیگر، توسعه پایدار به عنوان پارادایمی کلان، تنها بر رشد اقتصادی تمرکز ندارد، بلکه به موازات آن، به عدالت اجتماعی و حفاظت از محیط زیست نیز توجه می‌کند. (WCED, 1987, 43) این سه مؤلفه - اقتصاد، جامعه و محیط زیست - به صورت متوازن باید در برنامه‌های توسعه در نظر گرفته شوند. کارآفرینی سبز در همین راستا مطرح می‌شود و تأکید دارد که فعالیت‌های اقتصادی جدید باید ضمن ایجاد ارزش اقتصادی، کمترین فشار را بر منابع طبیعی وارد کرده و حتی در بسیاری موارد به بهبود وضعیت محیطی منجر شوند. (Dean & McMullen, 2007, 58)

۲-۲- کارآفرینی سبز: مفاهیم و ویژگی‌ها

کارآفرینی سبز یا «اکوپرینورشیپ ۳۰» شاخه‌ای از کارآفرینی است که نوآوری‌های آن معطوف به حل مسائل زیست‌محیطی و بهره‌برداری پایدار از منابع طبیعی است. ویژگی‌های اصلی کارآفرینی سبز عبارت‌اند از:

تمرکز بر نوآوری زیست‌محیطی: استفاده از فناوری‌های پاک و شیوه‌های کم‌مصرف در تولید.

ایجاد ارزش سه‌جانبه: سود اقتصادی، منافع اجتماعی و حفاظت محیط زیست.

تکیه بر سرمایه اجتماعی و مشارکت محل: موفقیت این نوع کارآفرینی اغلب وابسته به همکاری جامعه است (Schaltegger & Wagner, 2011, 223).

در مناطق خشک مانند یزد، این نوع کارآفرینی می‌تواند در زمینه‌هایی چون کشاورزی کم‌آب‌بر، صنایع دستی مبتنی بر مواد بومی، گردشگری پایدار و انرژی‌های تجدیدپذیر نمود پیدا کند (یوسفی و احمدی، ۱۴۰۰، ۱۰۸).



۲-۳- بحران آب و ضرورت نوآوری در مناطق خشک

بحران آب در ایران نه تنها یک مسئله زیست محیطی، بلکه یک تهدید اقتصادی-اجتماعی نیز محسوب می شود. مطالعات نشان داده اند که کاهش منابع آب تجدیدپذیر، به افت تولید کشاورزی، مهاجرت روستاییان و گسترش حاشیه نشینی منجر می شود (Madani, 2014, 417). در استان یزد، وابستگی به قنات ها و منابع زیرزمینی، و کاهش شدید سطح سفره های آب، موجب شده است که پایداری کشاورزی به شدت تهدید شود (اکبری، ۱۳۹۷، ۲۲۱). در چنین شرایطی، تنها از طریق نوآوری در الگوهای اقتصادی و حرکت به سوی کسب و کارهای سبز است که می توان به توازن میان مصرف آب، اشتغال زایی و حفاظت از محیط زیست دست یافت. برای مثال، توسعه گلخانه های هوشمند، صنایع تبدیلی کم مصرف و انرژی خورشیدی، ظرفیت هایی هستند که در یزد مورد توجه قرار گرفته اند (UNDP, 2021, 12).

۲-۴- مشارکت مردمی و سرمایه اجتماعی

مفهوم مشارکت مردمی در توسعه پایدار از دهه ۱۹۹۰ به یکی از ارکان سیاست گذاری های بین المللی تبدیل شد. گزارش بانک جهانی (World Bank, 2002, 112) بر این نکته تأکید دارد که مشارکت مردم، ضامن موفقیت سیاست های توسعه ای است؛ چراکه مردم به عنوان ذی نفعان اصلی، انگیزه و توانایی لازم برای مدیریت منابع را دارند.

در ایران نیز، مشارکت اجتماعی در مدیریت منابع آب، به ویژه از طریق سنت های بومی مانند شوراهای قنات، نمونه ای تاریخی از حکمرانی محلی محسوب می شود که امروزه قابلیت بازآفرینی دارد (صفوی، ۱۳۹۵، ۸۳). با این حال، ضعف ساختارهای نهادی، نبود اعتماد اجتماعی کافی و رویکردهای بالا به پایین دولت، از موانع جدی مشارکت مؤثر مردم است (حسینی و همکاران، ۱۴۰۰، ۹۱).

سرمایه اجتماعی، یعنی اعتماد، هنجارها و شبکه های اجتماعی، شرط لازم برای تحقق مشارکت است. در مناطقی مانند یزد که جامعه محلی سابقه همکاری در قالب نهادهای سنتی دارد، می توان با بازتعریف نقش مردم در پروژه های توسعه ای، ظرفیت مشارکت را فعال تر کرد (Pretty, 2003, 191).

۲-۵- پیشینه پژوهش های داخلی و خارجی

مطالعات داخلی در حوزه کارآفرینی سبز هنوز محدود هستند. پژوهش هایی مانند تحقیق میرمحمدی و همکاران (۱۳۹۸) نشان داده اند که کارآفرینی سبز در ایران بیشتر در صنایع کشاورزی و گردشگری مطرح شده است. یوسفی و احمدی (۱۴۰۰) نیز بر این باورند که استان های خشک ایران دارای پتانسیل بالایی در حوزه کسب و کارهای پایدار مبتنی بر انرژی های تجدیدپذیر هستند.



در سطح بین‌المللی، مطالعات متعددی به بررسی نقش کارآفرینی سبز در توسعه پایدار پرداخته‌اند. برای نمونه، پژوهش Dean و (2007) McMullen چارچوبی برای تحلیل بازارهای سبز ارائه می‌دهد. همچنین Schaltegger و (2011) Wagner نشان می‌دهند که موفقیت کارآفرینان سبز وابسته به سیاست‌های حمایتی و مشارکت ذی‌نفعان محلی است.

جمع‌بندی این مطالعات نشان می‌دهد که هرچند کارآفرینی سبز ظرفیت‌های زیادی برای مناطق خشک دارد، اما بدون سیاست‌گذاری حمایتی و مشارکت فعال مردم، این ظرفیت‌ها بالفعل نخواهند شد. بنابراین، پژوهش حاضر می‌کوشد با تمرکز بر استان یزد، الگویی تحلیلی برای پیوند میان این سه حوزه ارائه دهد.

۲-۶- چارچوب نظری و مفهومی

یکی از مهم‌ترین ارکان پژوهش‌های علمی، تدوین چارچوب نظری است که نقش «قطب‌نما» را در مسیر پژوهش ایفا می‌کند. مقاله حاضر با محوریت سه مفهوم کلیدی کارآفرینی سبز، توسعه پایدار و مشارکت اجتماعی شکل گرفته است. از آنجا که این مفاهیم دارای ابعاد نظری گسترده و پیچیده هستند، ضرورت دارد ارتباط میان آن‌ها بر اساس نظریه‌های معتبر علمی تبیین شود. این بخش تلاش می‌کند تصویری منسجم از پیوند مفهومی این سه حوزه ارائه دهد و مدلی نظری برای تحلیل وضعیت استان یزد ترسیم نماید.

۲-۶-۱- کارآفرینی سبز: از نظریه تا عمل

کارآفرینی سبز یکی از گرایش‌های نوین در ادبیات کارآفرینی است که به‌طور همزمان بر خلق ارزش اقتصادی و حفظ محیط زیست تأکید دارد. (Schaltegger & Wagner, 2011) در نظریه «نوآوری‌های پایدار»، کارآفرینی سبز به‌عنوان موتور محرک نوآوری‌های سازگار با محیط زیست شناخته می‌شود که قادر است نیازهای حال حاضر جامعه را بدون به خطر انداختن توان نسل‌های آینده برای تأمین نیازهایشان برطرف کند. (Pacheco, Dean, & Payne, 2010)

از منظر نظری، کارآفرینی سبز سه ویژگی کلیدی دارد:

نوآوری در فرآیندها و محصولات: تمرکز بر فناوری‌های کم‌آب‌بر، انرژی‌های تجدیدپذیر و تولید پاک.

بازارهای جدید: پاسخ به تقاضای روزافزون برای کالاها و خدمات سبز.

منافع اجتماعی و محیطی: فراتر رفتن از سودآوری صرف و توجه به سرمایه اجتماعی و زیست‌محیطی.

۲-۶-۲- توسعه پایدار و نظریه‌های مرتبط



Development with Emphasis on Public Participation

مفهوم توسعه پایدار در گزارش «آینده مشترک ما» (کمیسیون برانتلند، ۱۹۸۷) معرفی شد و به سرعت به یکی از مهم ترین چارچوب های سیاست گذاری در جهان بدل گردید. این مفهوم بر سه رکن اصلی تأکید دارد:

پایداری اقتصادی: ایجاد اشتغال و درآمد پایدار.

پایداری اجتماعی: عدالت، مشارکت و سرمایه اجتماعی.

پایداری زیست محیطی: حفاظت از منابع طبیعی و کاهش آلودگی.

در نظریه «توسعه درونزا»، تأکید می شود که توسعه پایدار باید بر اساس ظرفیت های بومی هر منطقه طراحی شود. (Sachs, 2015) این دیدگاه با شرایط استان یزد همخوانی زیادی دارد، زیرا منابع طبیعی محدود (آب) و ظرفیت های فرهنگی غنی (میراث جهانی و صنایع دستی) هم زمان در این استان وجود دارد.

۲-۶-۳- مشارکت اجتماعی و سرمایه اجتماعی

مفهوم مشارکت اجتماعی در نظریه سرمایه اجتماعی پاتنام (۲۰۰۰) جایگاه ویژه ای دارد. بر اساس این نظریه، هر چه سطح اعتماد عمومی، شبکه های اجتماعی و هنجارهای همکاری در یک جامعه قوی تر باشد، ظرفیت آن جامعه برای دستیابی به توسعه پایدار افزایش می یابد. مشارکت مردمی نه تنها موجب افزایش کارآمدی سیاست ها می شود، بلکه از طریق افزایش حس تعلق اجتماعی، سرمایه اجتماعی را تقویت می کند. در ایران و به ویژه استان یزد، تجربه های تاریخی مانند مدیریت جمعی قنات ها مصداق بارزی از مشارکت اجتماعی در مدیریت منابع طبیعی است. این تجربه می تواند الهام بخش بازطراحی سازوکارهای نوین مشارکتی در مسیر توسعه پایدار باشد.

۲-۶-۴- چارچوب مفهومی پژوهش

بر اساس ادبیات نظری مرور شده، می توان چارچوب مفهومی پژوهش را به شرح زیر ترسیم کرد:

کارآفرینی سبز عامل نوآوری و ایجاد فرصت های شغلی پایدار.

توسعه پایدار هدف نهایی که در سه بُعد اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی تحقق می یابد.

مشارکت اجتماعی بستر نهادی و فرهنگی که تضمین کننده اثربخشی کارآفرینی و پایداری توسعه است.

در این چارچوب، رابطه ای چرخه ای و تعاملی میان سه مفهوم اصلی برقرار است:



کارآفرینی سبز به توسعه پایدار کمک می کند.

توسعه پایدار زمینه رشد کارآفرینی سبز را تقویت می کند.

مشارکت اجتماعی حلقه پیوندی است که هر دو حوزه را به هم متصل و تقویت می کند.

۲-۶-۵- جمع بندی

بنابراین، چارچوب نظری پژوهش حاضر بر این فرض استوار است که ترکیب کارآفرینی سبز با مشارکت اجتماعی می تواند موتور محرک توسعه پایدار در مناطق خشک ایران باشد. این چارچوب هم راستا با نظریه های بین المللی (مانند نوآوری های پایدار، توسعه درونزا و سرمایه اجتماعی) و هم زمان سازگار با بستر تاریخی و فرهنگی استان یزد طراحی شده است.

۳. مواد و روش ها

۳-۱- رویکرد کلی پژوهش

پژوهش حاضر از نوع مروری-تحلیلی است و با بهره گیری از داده ها و منابع ثانویه شامل کتاب ها، مقالات علمی، گزارش های سازمان های ملی و بین المللی و اسناد بالادستی جمهوری اسلامی ایران انجام می شود. در این روش تلاش می شود تا با گردآوری و تحلیل مطالعات موجود، چارچوبی نظری و کاربردی برای بررسی پیوند میان کارآفرینی سبز، توسعه پایدار و مشارکت مردمی در استان یزد ارائه شود. این رویکرد به دلیل محدودیت های عملی در گردآوری داده های میدانی و نیز به دلیل گستردگی موضوع انتخاب شده است. از سوی دیگر، ماهیت موضوع مقاله که در تقاطع چند حوزه های دانشی (جغرافیا، اقتصاد، مدیریت، علوم اجتماعی و محیط زیست) قرار دارد، اقتضا می کند از منابع متنوع و تحلیل اسنادی بهره برداری شود. (Creswell, 2018, 72)

۳-۲- چارچوب تحلیلی

برای تحلیل وضعیت کارآفرینی سبز در استان یزد و ارتباط آن با توسعه پایدار و مشارکت مردمی، از چارچوب SWOT (نقاط قوت، ضعف، فرصت ها و تهدیدها) استفاده می شود. این روش یکی از پرکاربردترین ابزارهای برنامه ریزی استراتژیک است که با شناسایی عوامل درونی (نقاط قوت و ضعف) و عوامل بیرونی (فرصت ها و تهدیدها)، تصویری جامع از وضعیت موجود و چشم انداز آینده ترسیم می کند. (Hill & Westbrook, 1997, 48)

در این پژوهش، چارچوب SWOT به ویژه برای پاسخ به این پرسش ها به کار گرفته می شود:



کد: ۰۳۴۰-۸۷۹۶۹

دومین همایش ملی کارآفرینی و توسعه پایدار با تاکید بر مشارکت مردم

The 2nd National Conference on Entrepreneurship and Sustainable

Development with Emphasis on Public Participation



دانشگاه پیام نور سیستان و بلوچستان

چه نقاط قوتی در استان یزد برای توسعه کارآفرینی سبز وجود دارد؟

مهم ترین ضعف ها و محدودیت ها کدام اند؟

چه فرصت هایی در سطح ملی و جهانی می تواند به کمک توسعه پایدار استان بیاید؟

چه تهدیدهایی، به ویژه در حوزه بحران آب و تغییرات اقلیمی، وجود دارد؟

این تحلیل زمینه ساز ارائه ی پیشنهادهای سیاستی در بخش پایانی مقاله خواهد بود.

۳-۳- جامعه و قلمرو پژوهش

قلمرو مکانی این تحقیق استان یزد است؛ استانی که به دلیل شرایط اقلیمی خشک، سابقه تاریخی در مدیریت آب (قنات ها) و ظرفیت های متنوع اقتصادی (صنایع دستی، گردشگری، صنایع کوچک و متوسط) نمونه ای مناسب برای بررسی پیوند میان کارآفرینی سبز و توسعه پایدار محسوب می شود. قلمرو زمانی پژوهش، سال های اخیر (۱۳۹۵ تا ۱۴۰۳) است که در آن موضوعاتی همچون بحران آب، بیکاری و نیاز به توسعه پایدار بیش از پیش در اسناد ملی و منطقه ای برجسته شده اند

۳-۴- منابع داده و ابزار گردآوری اطلاعات

داده ها و اطلاعات پژوهش از طریق مطالعات کتابخانه ای و اسنادی گردآوری شده اند. منابع اصلی عبارت اند از:

گزارش های مرکز آمار ایران (ویژه نرخ بیکاری، اشتغال و ساختار اقتصادی استان یزد).

اسناد و گزارش های وزارت نیرو و سازمان حفاظت محیط زیست درباره وضعیت منابع آب و محیط زیست.

اسناد توسعه ای مانند برنامه های پنج ساله توسعه کشور و سند آمایش استان یزد.

مقالات علمی منتشر شده در مجلات داخلی و بین المللی درباره کارآفرینی سبز، توسعه پایدار و مشارکت مردمی.

گزارش های سازمان های بین المللی مانند بانک جهانی، برنامه توسعه سازمان ملل (UNDP) و یونسکو.

۳-۵- شیوه تحلیل

پس از گردآوری داده ها، تحلیل پژوهش در دو مرحله انجام می شود:



تحلیل اسنادی و مقایسه‌ای: بررسی تطبیقی دیدگاه‌ها و یافته‌های مطالعات مختلف برای استخراج چارچوب نظری مقاله.

تحلیل SWOT: دسته‌بندی داده‌ها در قالب چهار بعد قوت، ضعف، فرصت و تهدید، به‌منظور تبیین چشم‌انداز توسعه کارآفرینی سبز در یزد.

به این ترتیب، یافته‌های پژوهش نه تنها مبتنی بر داده‌های واقعی و مستند هستند، بلکه در چارچوبی نظری-کاربردی نیز تحلیل خواهند شد.

۳-۶- اعتبار و پایایی پژوهش

اعتبار پژوهش با استفاده از منابع معتبر علمی و رسمی تقویت می‌شود. انتخاب منابع با معیارهایی چون انتشار در مجلات معتبر، وابستگی سازمانی ناشر، و تازگی داده‌ها صورت گرفته است. همچنین، برای افزایش پایایی، داده‌های مشابه از منابع مختلف تطبیق داده شده‌اند.

۴-۴- مطالعه موردی: استان یزد

۴-۱- ویژگی‌های کلی استان یزد

استان یزد در مرکز ایران قرار گرفته و به دلیل موقعیت جغرافیایی خاص خود، همواره با شرایط اقلیمی خشک و نیمه‌خشک مواجه بوده است. میانگین بارندگی سالانه در یزد کمتر از ۱۰۰ میلی‌متر است که آن را در زمره خشک‌ترین مناطق کشور قرار می‌دهد (مرکز آمار ایران، ۱۴۰۱، ص. ۷۹). این شرایط اقلیمی سبب شده منابع آب زیرزمینی و قنات‌ها نقش حیاتی در توسعه تاریخی این استان داشته باشند. قنات‌های یزد که در فهرست میراث جهانی یونسکو ثبت شده‌اند، نمونه‌ای بارز از مشارکت اجتماعی در مدیریت منابع طبیعی به شمار می‌روند. از نظر اقتصادی، یزد ترکیبی از فعالیت‌های سنتی و مدرن را داراست: صنایع دستی مانند نساجی و سفال، گردشگری فرهنگی و تاریخی، صنایع معدنی و فولادی، و کشاورزی محدود ولی ارزشمند (به‌ویژه پسته و زعفران). نرخ بیکاری در این استان در سال‌های اخیر بین ۱۰ تا ۱۲ درصد در نوسان بوده است که از میانگین ملی اندکی بالاتر است (مرکز آمار ایران، ۱۴۰۱، ۴۳).

۴-۲- بحران آب و پیامدهای آن در یزد

بحران آب در یزد ابعاد گسترده‌ای دارد. کاهش بارندگی، برداشت بی‌رویه از منابع زیرزمینی و خشکی قنات موجب شده است که کشاورزی استان با تهدید جدی روبه‌رو شود. بسیاری از روستاها با پدیده‌ی مهاجرت اجباری به شهرها مواجه هستند. از سوی دیگر، توسعه صنایع بزرگ آب‌بر مانند فولاد و کاشی نیز فشار مضاعفی بر منابع محدود آبی وارد کرده است. (Madani, 2014, 417)

پیامدهای این بحران را می‌توان در سه بعد اصلی خلاصه کرد:



دومین همایش ملی کارآفرینی و توسعه پایدار با تاکید بر مشارکت مردم

The 2nd National Conference on Entrepreneurship and Sustainable

Development with Emphasis on Public Participation



دانشگاه پیام نور سیستان و بلوچستان

کد: ۰۳۴۰-۸۷۹۶۹

اقتصادی: کاهش تولید کشاورزی و تهدید اشتغال روستاییان.

اجتماعی: مهاجرت، گسترش حاشیه‌نشینی و تضعیف سرمایه اجتماعی.

زیست‌محیطی: افت سطح آب‌های زیرزمینی، فرونشست زمین و کاهش کیفیت خاک.

این شرایط ضرورت نوآوری در کسب‌وکارها و حرکت به سمت کارآفرینی سبز را آشکار می‌سازد.

۳-۴- ظرفیت‌های کارآفرینی سبز در یزد

با وجود بحران آب، یزد ظرفیت‌های منحصر به فردی برای توسعه کارآفرینی سبز دارد:

انرژی خورشیدی: یزد با بیش از ۳۰۰ روز آفتابی در سال، پتانسیل عظیمی برای سرمایه‌گذاری در انرژی‌های تجدیدپذیر دارد (IEA, 2020, 26). توسعه نیروگاه‌های خورشیدی کوچک‌مقیاس می‌تواند هم به تولید انرژی پاک و هم به اشتغال محلی کمک کند.

کشاورزی هوشمند: استفاده از سیستم‌های آبیاری تحت فشار، گلخانه‌های هیدروپونیک و فناوری‌های کم‌آب‌بر می‌تواند کشاورزی استان را احیا کند.

صنایع دستی و گردشگری پایدار: یزد به‌عنوان شهر جهانی یونسکو در زمینه صنایع دستی و نساجی شهرت دارد. تقویت کسب‌وکارهای محلی در این حوزه می‌تواند نمونه‌ای از کارآفرینی سبز با مصرف حداقل منابع طبیعی باشد.

صنایع تبدیلی کم‌مصرف: فرآوری محصولات کشاورزی (مانند پسته و زعفران) با روش‌های نوین می‌تواند ارزش افزوده بالایی ایجاد کند بدون آنکه فشار زیادی بر منابع طبیعی وارد شود.

۴-۴- مشارکت اجتماعی در یزد: سنت و مدرنیته

یکی از ویژگی‌های منحصر به فرد یزد، سابقه تاریخی مشارکت مردم در مدیریت منابع طبیعی است. نهادهای سنتی مانند میراب‌ها و شوراهای قنات قرن‌ها مسئولیت تقسیم و مدیریت آب را بر عهده داشته‌اند (صفوی، ۱۳۹۵، ۸۳). این تجربه تاریخی نشان می‌دهد که جامعه یزد ظرفیت بالایی برای مشارکت اجتماعی دارد.

امروزه نیز سازمان‌های مردم‌نهاد و گروه‌های محلی در زمینه‌هایی چون محیط زیست، میراث فرهنگی و صنایع دستی فعال‌اند. با این حال، این مشارکت‌ها اغلب پراکنده و فاقد پیوند نهادی با سیاست‌گذاری‌های کلان هستند. چالش اصلی، فاصله میان جامعه محلی و نهادهای دولتی است که مانع از هم‌افزایی ظرفیت‌ها می‌شود (حسینی و همکاران، ۱۴۰۰، ۹۱).



۴-۵- تحلیل سیاست‌ها و برنامه‌های توسعه‌ای

بررسی اسناد توسعه‌ای کشور و استان یزد نشان می‌دهد که هرچند موضوعاتی چون مدیریت آب، توسعه صنایع کوچک و انرژی‌های تجدیدپذیر مطرح شده‌اند، اما اجرای آن‌ها با موانع جدی روبه‌روست.

در برنامه ششم توسعه، کاهش ۱۱ درصدی مصرف آب کشاورزی هدف گذاری شده بود، اما آمارها نشان می‌دهد تحقق آن با مشکلاتی همراه بوده است (وزارت نیرو، ۱۴۰۰، ۵۷).

در سند آمایش استان یزد، انرژی خورشیدی به عنوان مزیت نسبی اصلی معرفی شده است، اما سرمایه‌گذاری در این حوزه همچنان محدود مانده است.

سیاست‌های حمایتی از کارآفرینان محلی، به‌ویژه زنان و جوانان، ناکافی است و بیشتر منابع حمایتی به سمت صنایع بزرگ هدایت می‌شود.

این موارد نشان می‌دهد که برای موفقیت سیاست‌ها، نیاز به تغییر رویکرد از بالا به پایین به سمت مشارکت محور وجود دارد.

۴-۶- جمع‌بندی مطالعه موردی

بر اساس آنچه بیان شد، استان یزد نمونه‌ای شاخص از تعارض میان بحران‌های زیست‌محیطی و ظرفیت‌های توسعه‌ای است. بحران آب تهدیدی جدی برای آینده استان محسوب می‌شود، اما در کنار آن، فرصت‌هایی همچون انرژی خورشیدی، گردشگری پایدار و صنایع دستی وجود دارد. نکته کلیدی در بالفعل‌سازی این ظرفیت‌ها، کارآفرینی سبز همراه با مشارکت فعال مردم است. بدون حضور جامعه محلی در طراحی و اجرای سیاست‌ها، توسعه پایدار در یزد به نتیجه نخواهد رسید.

5. یافته‌ها و بحث: تحلیل SWOT استان یزد در زمینه کارآفرینی سبز، توسعه پایدار و مشارکت مردمی

چارچوب SWOT به ما این امکان را می‌دهد که عوامل درونی (نقاط قوت و ضعف) و عوامل بیرونی (فرصت‌ها و تهدیدها) را در تعامل با یکدیگر تحلیل کنیم. در این بخش، داده‌های مطالعه موردی و مبانی نظری گردآوری شده در قالب این چارچوب دسته‌بندی و تحلیل می‌شوند تا تصویری جامع از وضعیت استان یزد ارائه گردد.

۵-۱- نقاط قوت

سابقه تاریخی در مدیریت منابع آب: وجود قنات‌ها و نهادهای سنتی مانند میراب‌ها نشان‌دهنده ظرفیت فرهنگی و اجتماعی برای مشارکت در مدیریت پایدار منابع طبیعی است (صفوی، ۱۳۹۵، ۸۳).



ظرفیت بالای انرژی خورشیدی: بیش از ۳۰۰ روز آفتابی در سال، یزد را به یکی از مستعدترین استان‌های کشور برای توسعه انرژی‌های تجدیدپذیر تبدیل کرده است. (IEA, 2020, 26)

میراث فرهنگی و گردشگری جهانی: ثبت شهر تاریخی یزد در فهرست یونسکو فرصت بی‌نظیری برای توسعه گردشگری پایدار و صنایع دستی فراهم می‌کند.

تجربه موفق برخی کسب‌وکارهای دانش‌بنیان: در حوزه‌هایی مانند فناوری اطلاعات و صنایع کوچک صادرات‌محور، نمونه‌هایی از کارآفرینی نوین در استان وجود دارد که می‌تواند الگو قرار گیرد (میرمحمدی و همکاران، ۱۳۹۸، ۴۹).

سرمایه اجتماعی بالقوه: همبستگی اجتماعی و ارزش‌های فرهنگی مبتنی بر همکاری جمعی، زمینه‌ای برای تقویت مشارکت مردمی است.

۵-۲- نقاط ضعف

کمبود منابع آب تجدیدپذیر: محدودیت شدید منابع آبی، بزرگ‌ترین مانع توسعه کشاورزی و صنایع آب‌بر است (Madani, 2014, p. 417).

تمرکز بر صنایع بزرگ و آب‌بر: سیاست‌گذاری‌های توسعه‌ای بیشتر به سمت صنایع فولادی و کاشی معطوف بوده است که فشار زیادی بر منابع طبیعی وارد کرده‌اند.

مهاجرت نیروی کار ماهر: کمبود فرصت‌های شغلی پایدار موجب مهاجرت جوانان به سایر استان‌ها شده و پایداری نیروی انسانی را تهدید می‌کند (مرکز آمار ایران، ۱۴۰۱، ۴۳).

ضعف نظام حمایتی از کارآفرینان خرد: سازوکارهای حمایتی موجود بیشتر بر شرکت‌های بزرگ تمرکز دارند و کسب‌وکارهای خرد و محلی سهم اندکی از منابع حمایتی می‌برند.

فقدان پیوند نهادی میان مردم و دولت: مشارکت مردمی در بسیاری از پروژه‌ها به دلیل رویکردهای بالا به پایین دولتی محدود باقی مانده است (حسینی و همکاران، ۱۴۰۰، ۹۱).

۳-۵- فرصت‌ها

رشد تقاضای جهانی برای محصولات سبز: بازارهای جهانی به‌طور فزاینده‌ای به سمت مصرف کالاها و خدمات سبز حرکت می‌کنند، و یزد می‌تواند از این روند بهره‌مند شود. (OECD, 2019, 67)



حمایت‌های بین‌المللی از انرژی‌های تجدیدپذیر: سازمان‌هایی مانند UNDP و بانک جهانی برنامه‌های متعددی برای حمایت مالی و فنی از پروژه‌های انرژی پاک دارند.

جایگاه یزد به‌عنوان شهر جهانی صنایع دستی: این برند جهانی فرصتی برای بازاریابی بین‌المللی و توسعه کارآفرینی فرهنگی-زیست‌محیطی فراهم می‌کند.

گسترش فناوری‌های نوین کشاورزی: فناوری‌های آبیاری هوشمند و کشاورزی کم‌آب‌بر در حال توسعه‌اند و می‌توانند در یزد به‌طور گسترده به کار گرفته شوند.

افزایش آگاهی عمومی درباره محیط زیست: نگرانی‌های زیست‌محیطی در جامعه در حال افزایش است و این امر زمینه‌ساز پذیرش بیشتر کارآفرینی سبز خواهد بود.

۴-۵- تهدیدها

تشدید تغییرات اقلیمی: افزایش دما و کاهش بارش می‌تواند وضعیت منابع آب استان را بیش از پیش بحرانی کند (IPCC, 2021, 312).

رقابت ناعادلانه صنایع بزرگ: صنایع آب‌بر نه تنها منابع آبی را تهدید می‌کنند، بلکه با دریافت حمایت‌های بیشتر، مانع رشد کسب‌وکارهای کوچک و سبز می‌شوند.

بی‌ثباتی اقتصادی ملی: تورم بالا، نوسان نرخ ارز و محدودیت‌های تجاری می‌تواند بر پایداری کارآفرینی سبز اثر منفی بگذارد.

ضعف قوانین و مقررات زیست‌محیطی: قوانین موجود در زمینه مدیریت آب و آلودگی زیست‌محیطی به‌درستی اجرا نمی‌شوند و ضمانت اجرایی کافی ندارند.

کاهش اعتماد اجتماعی: ناکامی برخی پروژه‌های توسعه‌ای دولتی باعث کاهش اعتماد مردم به سیاست‌ها شده است و این امر می‌تواند مانع مشارکت مؤثر گردد.

۵-۵- بحث و تفسیر



تحلیل SWOT نشان می‌دهد که استان یزد در وضعیتی دوگانه قرار دارد: از یک سو، محدودیت‌های زیست‌محیطی و ساختاری به‌ویژه در حوزه آب، آینده‌ی توسعه را تهدید می‌کنند؛ از سوی دیگر، ظرفیت‌های بی‌بدیلی مانند انرژی خورشیدی، صنایع دستی و سرمایه اجتماعی وجود دارند که در صورت بهره‌برداری صحیح می‌توانند الگویی برای توسعه پایدار باشند.

کلید حل این معادله در ترکیب نقاط قوت با فرصت‌ها نهفته است: به‌کارگیری انرژی خورشیدی با حمایت‌های بین‌المللی، یا توسعه گردشگری پایدار با استفاده از برند جهانی یزد. هم‌زمان باید نقاط ضعف (مثلاً کمبود حمایت از کسب‌وکارهای خرد) کاهش یابد و تهدیدها (مانند تغییرات اقلیمی و فشار صنایع بزرگ) مدیریت شوند.

از منظر مشارکت اجتماعی، ظرفیت تاریخی مردم یزد در مدیریت منابع آب می‌تواند احیا شود و با رویکردهای نوین حکمرانی محلی ترکیب گردد. این امر مستلزم تغییر سیاست‌ها از «بالا به پایین» به «مشارکت‌محور» است.

۶. راهبردهای سیاستی SWOT و مقایسه تطبیقی

۶-۱- راهبردهای سیاستی پیشنهادی

تحلیل SWOT صرفاً محدود به شناسایی قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدها نیست؛ بلکه ارزش اصلی آن زمانی نمایان می‌شود که بتوان بر اساس ماتریس SWOT راهبردهای سیاستی عملیاتی طراحی کرد. در این چارچوب، چهار دسته راهبرد اصلی قابل استخراج است:

راهبردهای SO (نقاط قوت + فرصت‌ها): بهره‌گیری از توان داخلی برای استفاده از فرصت‌های بیرونی.

راهبردهای ST (نقاط قوت + تهدیدها): استفاده از ظرفیت‌های داخلی برای مقابله با تهدیدها.

راهبردهای WO (ضعف‌ها + فرصت‌ها): جبران نقاط ضعف از طریق فرصت‌های بیرونی.

راهبردهای WT (ضعف‌ها + تهدیدها): حداقل‌سازی هم‌زمان ضعف‌ها و تهدیدها.

الف) راهبردهای SO

توسعه خوشه‌های صنعتی سبز: بهره‌گیری از انرژی خورشیدی و برند جهانی صنایع دستی یزد برای ایجاد خوشه‌های صادرات‌محور.

گردشگری پایدار: استفاده از ثبت جهانی یزد در یونسکو برای جذب سرمایه‌گذاری در گردشگری فرهنگی-اکولوژیک.



دومین همایش ملی کارآفرینی و توسعه پایدار با تاکید بر مشارکت مردم

The 2nd National Conference on Entrepreneurship and Sustainable

Development with Emphasis on Public Participation



دانشگاه پیام نور سیستان و بلوچستان

کد: ۸۷۹۶۹-۳۳۴۰

کارآفرینی دانش‌بنیان: تقویت شرکت‌های نوآور محلی در حوزه فناوری‌های کم‌آب‌بر با حمایت از دانشگاه‌ها و پارک‌های علم و فناوری.

(ب) راهبردهای ST

مدیریت مشارکتی منابع طبیعی: استفاده از سرمایه اجتماعی محلی برای مقابله با تهدید تغییرات اقلیمی و بحران آب.

جایگزینی صنایع آب‌بر: بهره‌گیری از ظرفیت انرژی خورشیدی برای کاهش وابستگی به صنایع پرمصرف و آلاینده.

تقویت تاب‌آوری اجتماعی: افزایش اعتماد عمومی از طریق مشارکت مردمی در تصمیم‌گیری‌های زیست‌محیطی.

(ج) راهبردهای WO

جذب حمایت‌های بین‌المللی: جبران کمبود سرمایه‌گذاری در کسب‌وکارهای خرد با کمک صندوق‌های بین‌المللی انرژی پاک

آموزش و فرهنگ‌سازی: رفع ضعف مهارتی نیروی کار محلی از طریق دوره‌های آموزشی کارآفرینی سبز در دانشگاه‌ها و فنی-حرفه‌ای.

نوآوری در کشاورزی: کاهش وابستگی به کشاورزی سنتی با بهره‌گیری از فناوری‌های نوین آبیاری هوشمند.

(د) راهبردهای WT

اصلاح سیاست‌های توسعه‌ای: بازنگری در استقرار صنایع فولاد و کاشی و اعمال محدودیت‌های زیست‌محیطی سخت‌گیرانه‌تر.

تقویت نظام حمایتی خرد: ایجاد سازوکارهای حمایتی برای جلوگیری از ورشکستگی کارآفرینان کوچک در شرایط بی‌ثباتی اقتصادی.

مدیریت ریسک اقلیمی: طراحی برنامه‌های سازگاری با تغییر اقلیم شامل توسعه آبخیزداری و احیای فنوئات.

۶-۲- مقایسه تطبیقی (بین‌المللی و ملی)

(الف) تجربه‌های بین‌المللی

مراکش: در مناطق بیابانی جنوب مراکش، توسعه گردشگری اکولوژیک و کشاورزی کم‌آب‌بر توانسته فرصت‌های شغلی جدید ایجاد

کند. شباهت‌های اقلیمی میان مراکش و یزد، این تجربه را قابل اقتباس می‌سازد. (Sachs, 2015)



اسپانیا (آندلس): با وجود اقلیم خشک، استفاده گسترده از انرژی خورشیدی و سرمایه گذاری در فناوری های آبیاری هوشمند، این منطقه را به الگویی موفق در اروپا تبدیل کرده است. (Sharifi & Yamagata, 2016)

ب) تجربه های ملی

استان کرمان: مشابه یزد با بحران آب مواجه است، اما با توسعه صنایع پسته و کشاورزی صادرات محور توانسته بخشی از چالش ها را مدیریت کند.

استان اصفهان: نشان می دهد که وابستگی شدید به صنایع آب بر (فولاد و نساجی) بدون در نظر گرفتن ملاحظات محیط زیستی، می تواند بحران اجتماعی و زیست محیطی را تشدید کند. این تجربه هشدار برای یزد است تا از مسیر مشابه اجتناب کند.

۳-۶- جمع بندی تحلیلی

ترکیب SWOT و مقایسه تطبیقی نشان می دهد که:

یزد با وجود محدودیت های شدید آبی، ظرفیت های منحصر به فردی برای توسعه پایدار دارد.

سیاست گذاری های مشارکت محور و حمایت از کارآفرینی سبز می تواند ضعف های ساختاری استان را جبران کند.

تجربه های موفق بین المللی و ملی می توانند الگوهای عملی برای بازطراحی راهبردهای توسعه ای در یزد ارائه دهند.

۷- نتیجه گیری و پیشنهادات کاربردی

۱-۷- نتیجه گیری

بررسی وضعیت استان یزد نشان داد که این استان نمونه ای بارز از تعارض میان بحران های زیست محیطی (به ویژه بحران آب) و نیازهای توسعه ای است. محدودیت شدید منابع آبی، فشار صنایع بزرگ آب بر، مهاجرت نیروی کار و ضعف سیاست های حمایتی از کارآفرینان محلی، مهم ترین چالش های پیش روی توسعه پایدار در این منطقه هستند. در مقابل، ظرفیت های بی بدیلی همچون انرژی خورشیدی، صنایع دستی، گردشگری پایدار، و سرمایه اجتماعی محلی وجود دارد که در صورت بهره برداری صحیح می تواند الگوی توسعه ای متفاوت و سازگار با محیط زیست را رقم بزند.



Development with Emphasis on Public Participation

یافته‌های تحلیل SWOT نشان دادند که کارآفرینی سبز می‌تواند به‌عنوان پیونددهنده‌ی میان سه رکن اقتصاد، محیط زیست و جامعه، بستری مناسب برای توسعه پایدار در یزد فراهم کند. این نوع کارآفرینی نه تنها امکان ایجاد اشتغال پایدار و کاهش مهاجرت را دارد، بلکه از طریق نوآوری در فناوری‌های کم‌آب‌بر و انرژی‌های تجدیدپذیر، فشار بر منابع طبیعی را کاهش می‌دهد.

از سوی دیگر، مشارکت مردم نقش محوری در موفقیت این مسیر دارد. تجربه تاریخی مدیریت جمعی منابع آب در قالب قنات‌ها نشان می‌دهد که جامعه یزد ظرفیت بالایی برای خودسازمان‌دهی و مشارکت دارد. اما تحقق این ظرفیت در شرایط امروز نیازمند بازتعریف نقش مردم در فرآیند سیاست‌گذاری و اجرای برنامه‌هاست.

به‌طور کلی، آینده توسعه پایدار در یزد وابسته به ترکیب سه مؤلفه است:

کارآفرینی سبز به‌عنوان موتور نوآوری و اشتغال پایدار.

مشارکت اجتماعی به‌عنوان ضامن پایداری سیاست‌ها و افزایش سرمایه اجتماعی.

سیاست‌گذاری هوشمندانه برای هم‌راستا کردن ظرفیت‌های محلی با فرصت‌های ملی و جهانی.

۷-۲- پیشنهادات کاربردی

برای سیاست‌گذاران

تغییر رویکرد صنعتی استان: بازنگری در سیاست‌های صنعتی و کاهش وابستگی به صنایع بزرگ و آب‌بر (مانند فولاد و کاشی)، و تمرکز بر صنایع کوچک، متوسط و سبز.

حمایت هدفمند از کسب‌وکارهای سبز: ایجاد صندوق‌های مالی ویژه برای حمایت از کارآفرینان خرد در حوزه‌هایی مانند کشاورزی هوشمند، گردشگری پایدار و انرژی‌های تجدیدپذیر.

تقویت چارچوب‌های قانونی: اعمال مقررات سخت‌گیرانه‌تر در مصرف آب و مدیریت پسماند، همراه با مشوق‌های اقتصادی برای بنگاه‌هایی که به سمت شیوه‌های سبز حرکت می‌کنند.

سرمایه‌گذاری در آموزش و فرهنگ‌سازی: توسعه برنامه‌های آموزشی در دانشگاه‌ها و مراکز فنی-حرفه‌ای با تمرکز بر کارآفرینی سبز و مهارت‌های مرتبط.



دومین همایش ملی کارآفرینی و توسعه پایدار با تاکید بر مشارکت مردم

The 2nd National Conference on Entrepreneurship and Sustainable

Development with Emphasis on Public Participation



دانشگاه پیام نور سیستان و بلوچستان

کد: ۰۳۴۰-۸۷۹۶۹

ایجاد سازوکارهای مشارکت مردمی: تشکیل شوراهای محلی برای مدیریت پروژه‌های توسعه پایدار، با مشارکت مستقیم مردم، سازمان‌های مردم‌نهاد و بخش خصوصی.

برای جامعه محلی

احیای نهادهای بومی مدیریت آب: بازآفرینی نهادهای سنتی مانند میراب‌ها در قالب ساختارهای جدید مشارکت اجتماعی.

گسترش کسب و کارهای خانوادگی سبز: توسعه صنایع دستی، گردشگری روستایی و مشاغل خرد مبتنی بر منابع بومی با رویکرد پایداری. ترویج فرهنگ مصرف پایدار: آموزش عمومی برای صرفه‌جویی در مصرف آب و انرژی، و تقویت هنجارهای اجتماعی مرتبط با حفاظت از محیط زیست.

شبکه‌سازی اجتماعی: تقویت همکاری میان تعاونی‌ها، انجمن‌ها و نهادهای محلی به منظور ایجاد هم‌افزایی در توسعه کارآفرینی سبز.

برای نهادهای بین‌المللی و سازمان‌های حمایتی

تأمین منابع مالی و فنی: حمایت از پروژه‌های انرژی خورشیدی و کشاورزی هوشمند در یزد.

انتقال دانش و فناوری: تسهیل دسترسی کارآفرینان محلی به دانش فنی روز در حوزه‌های کشاورزی کم‌آب‌بر و انرژی‌های تجدیدپذیر. ایجاد پروژه‌های پایلوت: اجرای طرح‌های آزمایشی در روستاهای منتخب برای الگوسازی و گسترش کارآفرینی سبز در سراسر استان.

۳-۷- چشم‌انداز آینده

اگر پیشنهادها فوق در سطح سیاست‌گذاری و عمل اجرایی شوند، یزد می‌تواند به الگویی برای توسعه پایدار در مناطق خشک ایران و حتی منطقه خاورمیانه تبدیل شود. تحقق این چشم‌انداز مستلزم همکاری سه‌جانبه‌ی دولت، مردم و نهادهای بین‌المللی است. در چنین شرایطی، کارآفرینی سبز نه تنها به ابزاری برای مقابله با بحران‌های زیست‌محیطی تبدیل می‌شود، بلکه به فرصتی برای ارتقای کیفیت زندگی و پایداری اجتماعی بدل خواهد شد.



دومین همایش ملی کارآفرینی و توسعه پایدار با تاکید بر مشارکت مردم

The 2nd National Conference on Entrepreneurship and Sustainable

Development with Emphasis on Public Participation



دانشگاه پیام نور سیستان و بلوچستان

کد: ۸۷۹۶۹-۳۳۴۰

منابع

- ## احمدی، س.، و موسوی، م. (۱۳۹۷). کارآفرینی سبز و نقش آن در توسعه پایدار. مجله مدیریت توسعه پایدار، ۳(۲)، ۵۵-۷۳.
- ## حسینی، م.، رستمی، ع.، و احمدی، س. (۱۴۰۰). مشارکت اجتماعی و توسعه پایدار در ایران: چالش‌ها و فرصت‌ها. فصلنامه مطالعات توسعه، ۱۲(۳)، ۸۵-۱۰۴.
- ## دهقان، ع.، و فلاح، ن. (۱۳۹۶). چالش‌های زیست‌محیطی و توسعه پایدار در مناطق خشک ایران. مجله محیط زیست ایران، ۹(۱)، ۲۱-۴۰.
- ## رحیمی، ک. (۱۳۹۴). نقش سرمایه اجتماعی در توسعه پایدار محلی. تهران: انتشارات جامعه‌شناسی.
- ## صفوی، ح. (۱۳۹۵). نظام‌های سنتی مدیریت منابع آب در ایران: مطالعه‌ای بر قنات‌های یزد. تهران: نشر سمت.
- ## قنبری، م.، و محمدی، ر. (۱۳۹۸). نقش کارآفرینی در توسعه اقتصادی مناطق محروم ایران. مجله کارآفرینی ایران، ۱۱(۴)، ۷۳-۹۲.
- ## مرکز آمار ایران. (۱۴۰۱). نتایج سرشماری عمومی نفوس و مسکن ۱۴۰۰. تهران: مرکز آمار ایران.
- ## میر محمدی، م.، اکبری، ر.، و کیانی، ح. (۱۳۹۸). کارآفرینی دانش‌بنیان و نقش آن در توسعه استانی: مطالعه موردی یزد. مجله کارآفرینی و توسعه پایدار، ۵(۲)، ۴۱-۶۰.
- ## Madani, K. (2014). Water management in Iran: What is causing the looming crisis? *Journal of Environmental Studies and Sciences*, 4(4), 315-328. <https://doi.org/10.1007/s13412-014-0182-z>
- ## Movahedi, R., & Fathi, H. (2015). Entrepreneurship in Iran: Barriers and opportunities. *Middle East Journal of Management*, 2(3), 245-262. <https://doi.org/10.1504/MEJM.2015.070348>
- ## OECD. (2019). *Green entrepreneurship, eco-innovation and SMEs*. Paris: OECD Publishing.
- ## Pacheco, D. F., Dean, T. J., & Payne, D. S. (2010). Escaping the green prison: Entrepreneurship and the creation of opportunities for sustainable development. *Journal of Business Venturing*, 25(5), 464-480. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2009.07.006>
- ## Sachs, J. D. (2015). *The age of sustainable development*. New York: Columbia University Press.
- Schaltegger, S., & Wagner, M. (2011). Sustainable entrepreneurship and sustainability innovation: Categories and interactions. *Business Strategy and the Environment*, 20(4), 222-237. <https://doi.org/10.1002/bse.682>



دومین همایش ملی کارآفرینی و توسعه پایدار با تاکید بر مشارکت مردم

The 2nd National Conference on Entrepreneurship and Sustainable

Development with Emphasis on Public Participation



دانشگاه پیام نور سیستان و بلوچستان

کد: ۰۳۲۴۰-۸۷۹۶۹

Sharifi, A., & Yamagata, Y. (2016). Principles and criteria for assessing urban energy resilience: A literature review. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 60, 1654–1677. <https://doi.org/10.1016/j.rser.2016.03.028>

United Nations Development Programme (UNDP). (2019). *Human development report 2019: Beyond income, beyond averages, beyond today*. New York: UNDP.

United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO). (2017). *Historic city of Yazd*. Paris: UNESCO World Heritage Centre.

Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC). (2021). *Climate change 2021: The physical science basis*. Cambridge: Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781009157896>

International Energy Agency (IEA). (2020). *Renewables 2020: Analysis and forecast to 2025*. Paris: IEA.

World Bank. (2020). *World development report 2020: Trading for development in the age of global value chains*. Washington, DC: World Bank.

Green Entrepreneurship and Sustainable Development in Iran's Arid Regions with an Emphasis on Community Participation: SWOT Analysis in Yazd Province

Mahmoud Ghadiri

Assistant Professor of Geography and Urban Planning, PNU University, Tehran, Iran



دومین همایش ملی کارآفرینی و توسعه پایدار با تاکید بر مشارکت مردم

The 2nd National Conference on Entrepreneurship and Sustainable

Development with Emphasis on Public Participation



دانشگاه پیام نور سیستان و بلوچستان

کد: ۸۷۹۶۹-۳۲۴۰

Abstract

Water scarcity and climate change pressures represent major challenges for sustainable development in Iran's arid regions, particularly Yazd Province. As the first Iranian city inscribed on the UNESCO World Heritage List, Yazd faces severe environmental constraints while also possessing unique potentials such as abundant solar energy, traditional handicrafts, and strong social capital. This study aims to analyze the role of green entrepreneurship and public participation in promoting sustainable development in Yazd Province. The research adopts a descriptive-analytical approach based on secondary data and employs the SWOT framework for evaluation. The findings indicate that despite critical water limitations, there are significant strategic opportunities for entrepreneurship in renewable energy, water-efficient agriculture, and sustainable tourism. Furthermore, Yazd's historical and cultural traditions of collective resource management can be revitalized through participatory governance mechanisms, thereby enhancing social capital and public trust. Accordingly, sustainable development in the province requires a reorientation of industrial policies, targeted support for green businesses, and institutional frameworks to foster citizen participation in resource management. The results of this study provide useful insights for policymakers, local communities, and civil society organizations in designing localized models of sustainable development for arid regions of Iran.

Keywords: Green entrepreneurship, Sustainable development, Public participation, SWOT analysis, Yazd Province.



از دانش بومی تا کارآفرینی دانش‌بنیان: مطالعه موردی توسعه پایدار گیاهان دارویی در شهر خاش

امیر محمد رضایی* ۳۱ دانشجوی دکترای حرفه‌ای داروسازی، دانشکده داروسازی، دانشگاه علوم پزشکی زابل، ایران.

چکیده

توسعه پایدار گیاهان دارویی به‌عنوان یکی از راهبردهای نوین تلفیق حفاظت از منابع طبیعی، ارتقای معیشت محلی و ایجاد ارزش افزوده اقتصادی، در سال‌های اخیر توجه فزاینده‌ای را در ادبیات کارآفرینی سبز و کشاورزی پایدار به خود جلب کرده است. در این میان، دانش بومی جوامع محلی و ظرفیت‌های کارآفرینی دانش‌بنیان، نقشی کلیدی در شکل‌گیری زنجیره‌های ارزش پایدار ایفا می‌کنند. پژوهش حاضر با هدف تبیین ارتباط میان دانش بومی، کارآفرینی دانش‌بنیان و توسعه پایدار گیاهان دارویی، به مطالعه موردی شهرستان خاش در استان سیستان و بلوچستان می‌پردازد؛ منطقه‌ای که به دلیل تنوع اقلیمی، غنای زیستی و پیشینه فرهنگی، از ظرفیت‌های بالقوه قابل توجهی در این حوزه برخوردار است. روش پژوهش از نوع توصیفی-تحلیلی بوده و داده‌ها از طریق بررسی اسناد، مطالعات کتابخانه‌ای، گزارش‌های رسمی و مقالات علمی معتبر گردآوری شده‌اند. تحلیل داده‌ها با رویکرد کیفی و مبتنی بر تحلیل محتوا انجام شده و ابعاد زیست‌محیطی، اقتصادی و اجتماعی توسعه پایدار گیاهان دارویی مورد بررسی قرار گرفته است. نتایج نشان می‌دهد که خاش از نظر تنوع گونه‌های گیاهی دارویی و وجود دانش بومی مرتبط با بهره‌برداری سنتی، دارای مزیت نسبی است؛ با این حال، ضعف در زنجیره ارزش، فقدان صنایع فرآوری و محدودیت‌های نهادی، مانع تحقق کامل ظرفیت‌های کارآفرینی دانش‌بنیان شده است. یافته‌های پژوهش تأکید می‌کند که تلفیق نظام‌مند دانش بومی با فناوری‌های نوین کشاورزی و رویکردهای کارآفرینی سبز می‌تواند به ایجاد زنجیره ارزش پایدار، افزایش ارزش افزوده اقتصادی، حفظ تنوع زیستی و توانمندسازی جوامع محلی منجر شود. مطالعه حاضر با ارائه چارچوبی تحلیلی، الگویی قابل تعمیم برای توسعه پایدار گیاهان دارویی در مناطق مشابه ارائه می‌دهد.

کلیدواژه‌ها:

توسعه پایدار؛ دانش بومی؛ کارآفرینی دانش‌بنیان؛ کارآفرینی سبز؛ زنجیره ارزش گیاهان دارویی؛ کشاورزی پایدار؛ فناوری‌های نوین کشاورزی؛ مدیریت تلفیقی محصول؛ شهرستان خاش؛ سیستان و بلوچستان



مقدمه

توسعه پایدار به عنوان یک رویکرد جامع در دهه های اخیر به محور توجه جهانی تبدیل شده است و تلاش می کند تا نیازهای نسل حاضر بدون به مخاطره انداختن توانایی نسل های آینده برای تأمین نیازهای خود برآورده شود (Brundtland, 1987). این مفهوم در کنفرانس استکهلم و سپس در کنفرانس ریو دو ژانیرو وارد ادبیات علمی و سیاست گذاری شد و از آن زمان تاکنون به عنوان یک چارچوب مهم برای مدیریت منابع طبیعی و برنامه ریزی اقتصادی در کشورهای مختلف مورد توجه قرار گرفته است (Hopwood et al, 2005). اهمیت توسعه پایدار در کشورهای در حال توسعه، به ویژه در مناطق روستایی، به دلیل جمعیت رو به رشد و وابستگی شدید مردم به فعالیت های کشاورزی بیش از پیش مشهود است، زیرا کشاورزی نه تنها منبع اصلی درآمد و معیشت اکثریت جمعیت را فراهم می کند، بلکه به عنوان محرکی برای رشد اقتصادی ملی نیز عمل می کند (امیرزاده مرادآبادی و همکاران، ۱۳۹۹). بخش کشاورزی با توجه به پیوندهای تنگاتنگ آن با سایر بخش های اقتصادی، می تواند نقش مؤثری در ایجاد اشتغال، افزایش درآمد، بهبود تغذیه و تشکیل سرمایه برای گروه های فقیر ایفا کند و شواهد نشان می دهد که توسعه این بخش، به ویژه از طریق بهره گیری از منابع طبیعی و روش های تولید پایدار، می تواند به کاهش فقر و ارتقای رفاه اجتماعی کمک کند، ضمن اینکه می تواند محرکی برای رشد اقتصادی کل کشور به شمار آید (Altieri, 2018). با این حال، شیوه های کشاورزی نوین مبتنی بر استفاده گسترده از نهاده های شیمیایی، کودها و سموم، پیامدهای منفی زیست محیطی و اقتصادی به همراه داشته و امنیت غذایی و کیفیت محصولات را تحت تأثیر قرار داده است (برقی و همکاران، ۱۳۹۶). در این شرایط، کارآفرینی سبز به عنوان یک رویکرد نوین و فرصت محور می تواند نقشی کلیدی در حل این معضلات ایفا کند و ضمن ایجاد ارزش اقتصادی برای بنگاه ها، اثرات زیست محیطی را کاهش دهد و به توسعه پایدار منجر شود (Schaltegger & Wagner, 2011). کارآفرینی سبز نه تنها به بهبود عملکرد اقتصادی کمک می کند، بلکه از طریق ایجاد محصولات و خدمات سازگار با محیط زیست، موجب افزایش اعتبار اجتماعی و اخلاقی بنگاه ها نیز می شود و می تواند به عنوان یک مزیت رقابتی مطرح گردد (Zhao et al, 2021). گیاهان دارویی به دلیل اهمیت آن ها در تأمین نیازهای درمانی و سلامت عمومی، به ویژه در کشورهای در حال توسعه، جایگاه ویژه ای در توسعه پایدار دارند و بهره برداری ناپایدار از آن ها تهدیدی جدی برای محیط زیست و امنیت غذایی محسوب می شود (Kumar & Gupta, 2023). توسعه پایدار گیاهان دارویی مستلزم تلفیق دانش بومی، روش های سنتی کشت و استفاده از فناوری های نوین کشاورزی است تا هم حفاظت از محیط زیست و هم بهبود کیفیت و کمیت محصولات محقق شود (World Health Organization, 2019).

دانش بومی به عنوان مجموعه ای از تجربیات و آگاهی های سنتی که طی نسل ها شکل گرفته و با شرایط محیطی محلی هماهنگ شده است، نقش محوری در مدیریت منابع طبیعی و توسعه پایدار گیاهان دارویی دارد و علاوه بر حفظ تنوع زیستی و گونه های گیاهی، می تواند به ایجاد فرصت های کارآفرینی دانش بنیان منجر شود و زمینه بهره برداری پایدار از منابع طبیعی را فراهم آورد (دیدهور و همکاران، ۱۴۰۰). بهره گیری از زنجیره ارزش گیاهان دارویی، شامل مراحل تولید، فرآوری، بسته بندی و بازاریابی، موجب افزایش درآمد کشاورزان، ارتقای اشتغال و ایجاد فرصت های اقتصادی در مناطق روستایی می شود و تجاری سازی موفق این گیاهان نیازمند شناخت دقیق



از تقاضای بازار، فرآیندهای تولید و روش‌های پایدار بهره‌برداری از منابع طبیعی است (Frederick, 2019). کارآفرینی سبز در بخش کشاورزی، ضمن حمایت از محیط زیست، به افزایش بهره‌وری اقتصادی نیز منجر می‌شود و استراتژی‌های کشاورزی سبز، از جمله کشاورزی ارگانیک و کشاورزی دقیق، با کاهش مصرف نهاده‌های شیمیایی و حفظ سلامت محصولات، همسو با اهداف توسعه پایدار هستند و ارزش افزوده اقتصادی قابل توجهی ایجاد می‌کنند (Fernandez-Stark & Gereffi, 2019). کشاورزی ارگانیک، با تأکید بر حفظ حاصلخیزی خاک، کنترل بیولوژیک آفات و استفاده از کودهای طبیعی، می‌تواند سلامت محصول، محیط زیست و تولید پایدار را تضمین کند و در عین حال به ارتقای سطح زندگی کشاورزان و جامعه محلی کمک نماید (Leifeld, 2012). این نوع کشاورزی بر اصول سلامت، اکولوژی، مراقبت و انصاف مبتنی است و به‌طور مستقیم با اهداف کارآفرینی سبز و توسعه پایدار همسو است. کشاورزی دقیق نیز با بهره‌گیری از فناوری‌های اطلاعات مکانی، سنجش از دور و موقعیت‌یاب جهانی، امکان مدیریت بهینه منابع و نهاده‌ها را فراهم می‌آورد و به افزایش بهره‌وری، کاهش اثرات محیط زیستی و تصمیم‌گیری مبتنی بر داده منجر می‌شود (Pretty & Bharucha, 2014). مدیریت تلفیقی محصول (ICM) نیز با کاهش وابستگی به نهاده‌های شیمیایی و بهره‌گیری از دانش بومی، عملکرد مزرعه را افزایش می‌دهد و به بهبود کیفیت محصولات و حفاظت از محیط زیست کمک می‌کند (Lampkin, 2015). تلفیق کشاورزی ارگانیک، کشاورزی دقیق و مدیریت تلفیقی محصول بستری فراهم می‌کند تا کشاورزان بتوانند محصولات سالم، باکیفیت و با ارزش افزوده بالا تولید کنند و این تلفیق، همسو با رویکرد کارآفرینی دانش‌بنیان، امکان بهره‌برداری اقتصادی و پایدار از منابع گیاهان دارویی را فراهم می‌سازد (Storkey et al, 2024). کارآفرینی دانش‌بنیان در بخش کشاورزی، به ویژه در زمینه گیاهان دارویی، فرصت استفاده از نوآوری‌های علمی و فناوری‌های مدرن را برای ایجاد ارزش افزوده اقتصادی فراهم می‌آورد و موجب ارتقای توانمندی‌های فردی و سازمانی کشاورزان و کارآفرینان می‌شود (Lans et al, 2014). این رویکرد، علاوه بر سودآوری اقتصادی، می‌تواند به ارتقای رفاه اجتماعی، ایجاد اشتغال پایدار و کاهش فقر در مناطق روستایی کمک کند و نقش مؤثری در توسعه پایدار ایفا نماید (Schaltegger et al, 2016). با وجود مزایای متعدد، توسعه گیاهان دارویی با چالش‌هایی مانند محدودیت‌های آموزشی، فنی، مدیریتی و اقتصادی مواجه است که بر دسترسی به بازار و بهره‌وری تولید تأثیرگذارند (حامد و کوهی، ۱۴۰۲). بنابراین، رفع این موانع نیازمند برنامه‌ریزی راهبردی، آموزش و حمایت نهادی و دولتی است. شهر خاش، با توجه به اقلیم متنوع، منابع طبیعی غنی و سابقه طولانی در کشت گیاهان دارویی، ظرفیت بالایی برای توسعه پایدار این بخش دارد و می‌تواند به‌عنوان یک نمونه موفق تلفیق دانش بومی و کارآفرینی دانش‌بنیان مطرح شود.

تلفیق دانش بومی با فناوری‌های نوین در شهر خاش، زمینه بهره‌برداری پایدار از گیاهان دارویی، حفظ گونه‌های گیاهی و افزایش ارزش افزوده اقتصادی را فراهم می‌آورد و نقش مهمی در توسعه زنجیره ارزش این محصولات دارد (Amiri & Joharchi, 2013). علاوه بر جنبه‌های اقتصادی و محیط زیستی، توسعه کارآفرینی سبز در خاش می‌تواند موجب کاهش مهاجرت روستایی، ارتقای رفاه اجتماعی و توانمندسازی جوامع محلی شود. مطالعات نشان داده‌اند که بهره‌گیری همزمان از کشاورزی ارگانیک، کشاورزی دقیق و مدیریت تلفیقی محصول، می‌تواند موجب افزایش کیفیت محصولات، کاهش آلودگی محیط زیست و ارتقای اقتصاد محلی شود و در عین حال با اهداف توسعه پایدار و کارآفرینی سبز همسو باشد (Fernandez-Stark & Gereffi, 2019). بنابراین، مطالعه حاضر با تمرکز بر شهر خاش، به بررسی توسعه پایدار گیاهان دارویی از طریق تلفیق دانش بومی و کارآفرینی دانش‌بنیان می‌پردازد و تلاش دارد تا



راهکارهای عملیاتی برای افزایش بهره‌وری، ایجاد اشتغال و حفاظت از محیط زیست ارائه دهد. دستیابی به توسعه پایدار گیاهان دارویی در مناطق روستایی مانند خاش، مستلزم اجرای همزمان سیاست‌های حمایتی، ارتقای آگاهی و مهارت کشاورزان، ایجاد زیرساخت‌های فناوری و بازاریابی و توسعه کارآفرینی سبز و دانش‌بنیان است و این رویکرد می‌تواند به تولید محصولات سالم، ارتقای کیفیت زندگی کشاورزان و تحقق اهداف اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی منجر شود و الگویی قابل تعمیم برای سایر مناطق مشابه ارائه دهد.

روش شناسی

روش پژوهش در نوشتار حاضر از نوع کیفی، توصیفی-تحلیلی و مطالعه موردی است. این تحقیق با هدف بررسی توسعه پایدار گیاهان دارویی در شهر خاش و تحلیل ارتباط میان دانش بومی و کارآفرینی دانش‌بنیان طراحی شده است و سعی دارد تا از طریق جمع‌آوری و تحلیل داده‌های ثانویه، ابعاد مختلف این موضوع را شناسایی کند. در این پژوهش، اطلاعات مورد استفاده از منابع کتابخانه‌ای، مقالات علمی، گزارش‌های میدانی منتشر شده، اسناد دولتی و منابع معتبر علمی مرتبط با کشاورزی ارگانیک، کشاورزی دقیق، محصولات سالم و زنجیره ارزش گیاهان دارویی گردآوری شده است. مطالعه موردی بر شهر خاش به‌عنوان یکی از مناطق مستعد تولید گیاهان دارویی در جنوب شرق ایران متمرکز است و تلاش دارد تا با تحلیل محیط زیست محلی، شرایط اقلیمی، ویژگی‌های فرهنگی و دانش بومی مرتبط با کشاورزی، ظرفیت‌ها و چالش‌های توسعه پایدار گیاهان دارویی را شناسایی نماید. این رویکرد امکان بررسی تطبیقی میان شیوه‌های سنتی بهره‌برداری از منابع طبیعی و کاربرد فناوری‌های نوین کشاورزی، همچون کشاورزی دقیق و مدیریت تلفیقی محصول، را فراهم می‌آورد. تحلیل داده‌ها به صورت توصیفی و تبیینی انجام شده و تمرکز پژوهش بر ابعاد مختلف توسعه پایدار گیاهان دارویی شامل جنبه‌های اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی است. در این راستا، مولفه‌های کلیدی مطالعه شامل شناسایی گونه‌های گیاهی بومی و دارویی، بررسی نحوه استفاده و بهره‌برداری سنتی، امکان‌سنجی توسعه کارآفرینی دانش‌بنیان مرتبط با فرآوری و تجاری‌سازی محصولات، و ارزیابی ظرفیت‌های محلی برای اجرای سیاست‌های توسعه پایدار می‌باشد.

علاوه بر این، پژوهش تلاش کرده است تا ارتباط میان دانش بومی و کارآفرینی سبز در بخش گیاهان دارویی را تبیین کند و نشان دهد که چگونه تلفیق تجربه سنتی و فناوری‌های نوین می‌تواند به ایجاد زنجیره ارزش پایدار، افزایش کیفیت محصولات، حفظ محیط زیست و ارتقای رفاه جوامع محلی منجر شود. مطالعه موردی خاش، با بررسی داده‌های ثانویه و اسناد مرتبط، امکان تحلیل ساختاری و محتوایی فرآیندهای تولید و بازاریابی گیاهان دارویی، شناخت فرصت‌های اقتصادی و شناسایی محدودیت‌ها و چالش‌های موجود را فراهم ساخته است. در بخش اقتصادی، مطالعه بر شناسایی ظرفیت‌های ایجاد ارزش افزوده و فرصت‌های کارآفرینی دانش‌بنیان مرتبط با گیاهان دارویی تمرکز داشته و ضمن تحلیل بازارهای محلی و ملی، روندهای تجاری‌سازی و فرآوری محصولات بومی را مورد بررسی قرار داده است. در بخش زیست‌محیطی، به ارزیابی تأثیرات روش‌های تولید سنتی و نوین بر منابع طبیعی، حفظ تنوع زیستی، کیفیت خاک و مدیریت آب پرداخته شده است. بخش اجتماعی مطالعه نیز شامل بررسی نقش گیاهان دارویی در ایجاد اشتغال، توانمندسازی کشاورزان و افزایش رفاه اجتماعی جامعه محلی است. با توجه به ماهیت مطالعه موردی، داده‌ها به صورت تحلیلی و موضوعی طبقه‌بندی شده و الگوهای موجود در استفاده از گیاهان دارویی و ظرفیت‌های کارآفرینی محلی استخراج شده‌اند. علاوه بر این، داده‌ها با استفاده از تحلیل محتوا و تطبیقی با مطالعات مشابه در سایر مناطق ایران و جهان مورد بررسی قرار گرفته و به شناسایی عوامل موفقیت و موانع توسعه پایدار گیاهان دارویی



کمک کرده است. از آنجا که پژوهش حاضر بر اسناد و منابع معتبر علمی متکی است، اعتبار نتایج از طریق مقایسه و تطبیق یافته‌ها با مطالعات پیشین افزایش یافته است. این روش امکان تعمیم یافته‌ها به شرایط مشابه در دیگر مناطق مستعد کشاورزی گیاهان دارویی و برنامه‌ریزی سیاست‌های توسعه پایدار را فراهم می‌آورد. در نهایت، روش‌شناسی این تحقیق به گونه‌ای طراحی شده است که بتواند ارتباط بین دانش بومی، فناوری‌های نوین کشاورزی و کارآفرینی سبز را در یک چارچوب تحلیلی جامع بررسی کند و چشم‌انداز عملیاتی برای توسعه پایدار گیاهان دارویی ارائه دهد. این رویکرد، ضمن تأکید بر حفظ محیط زیست و ارتقای کیفیت محصولات، به توسعه اشتغال، افزایش درآمد و بهبود شرایط زندگی جوامع محلی نیز می‌انجامد و امکان شناسایی راهکارهای سیاستی و مدیریتی برای گسترش کارآفرینی دانش‌بنیان در حوزه کشاورزی پایدار را فراهم می‌آورد.

خاش

شهرستان خاش یکی از مناطق برجسته‌ی استان پهناور سیستان و بلوچستان در جنوب شرقی ایران است که با مساحتی معادل حدود ۱۴۰۶۴۰ کیلومتر مربع در دامنه جنوبی قله آتشفشانی تفتان واقع شده و از شمال به زاهدان و میرجاوه، از غرب به ایرانشهر، از جنوب به سراوان و از شرق به کشور پاکستان محدود می‌گردد، موقعیتی که هم از نظر طبیعی و هم ژئوپلیتیکی اهمیت ویژه‌ای دارد. این شهرستان با ارتفاع متوسط حدود ۱۴۱۰ متر از سطح دریا و میانگین دمای سالانه نزدیک به ۲۰ درجه سانتی‌گراد، اقلیمی خشک تا نیمه‌خشک دارد و بارش سالانه آن در حدود ۱۵۳ میلی‌متر است که بیانگر شرایط آب‌وهوایی سخت و چالش‌های آبی منطقه است (فرزانه و همکاران، ۱۴۰۱). موقعیت جغرافیایی خاش در امتداد مرزهای جنوب شرقی ایران باعث پدید آمدن تنوع زیست‌محیطی خاصی شده است؛ از ارتفاعات سردسیر کوه تفتان تا دشت‌های گرم و خشک پیرامون، پوشش گیاهی و گونه‌های بومی متنوعی را فراهم آورده است (براهویی و همکاران، ۱۴۰۴). این اکوسیستم متنوع نه تنها دارای ارزش‌های بوم‌شناختی بالا است، بلکه زمینه‌های مناسبی را برای رشد و رویش گیاهان دارویی مقاوم به شرایط خشک و کم‌آبی ایجاد کرده است، موضوعی که در مطالعات ملی نیز نشان داده شده است که سیستان و بلوچستان به دلیل تنوع اقلیمی و خاک مخصوص، یکی از مهم‌ترین زیستگاه‌های رویش گیاهان دارویی در کشور است (روستاو دهانی، ۱۴۰۳). تحلیل شرایط اقلیمی و زیست‌محیطی نشان می‌دهد که شهرستان خاش دارای طیفی از اقلیم‌هاست که از گرم و خشک در نواحی پایین دست تا خنک‌تر در ارتفاعات تفتان متغیر است؛ این تغییرات اقلیمی موجب تنوع زیستی گسترده‌ای شده است به طوری که منطقه میزبان گونه‌های گیاهی بسیار متنوعی است که با کمبود بارش و دمای بالا سازگارند، موضوعی که برای توسعه پایدار گیاهان دارویی بسیار کلیدی و ممتاز است (فرزانه و همکاران، ۱۴۰۱).

در زمینه پوشش گیاهی بومی و ارزش دارویی آن، تحقیقات اتنوبوتانی در خود شهرستان خاش نشان داده‌اند که این منطقه میزبان گونه‌های گیاهی متنوعی است که مردم بومی برای درمان مشکلات مختلف از آنها استفاده می‌کنند؛ در این مطالعات حداقل ۲۲ گونه گیاهی دارویی از ۱۴ خانواده در منطقه شناسایی شده‌اند که کاربردهای درمانی مختلفی برای مشکلات گوارشی، دردهای مفصلی، بیماری‌های زنان و اختلالات عفونی دارند و استفاده از گونه‌هایی مانند *Artemisia* و *Withania* در فرهنگ درمانی محلی رایج است (میرشکار و همکاران، ۱۳۹۷). وجود این دانش بومی در زمینه گیاهان دارویی نه تنها نمایانگر غنای زیستی منطقه است، بلکه بیانگر نقش عمیق تجارب سنتی در سبک زندگی و سلامت مردم خاش است، چرا که جوامع محلی با انسجام فرهنگی قوی و انتقال تجربه بین نسل‌ها،



راهکارهای درمانی مبتنی بر گیاهان دارویی را برای طیف متنوعی از بیماری‌ها توسعه داده‌اند. این دانش سنتی اگرچه در دهه‌های اخیر تحت تأثیر عوامل اجتماعی و اقتصادی در حال تغییر است، اما هنوز بخش مهمی از هویت فرهنگی و درمانی این جامعه را شکل می‌دهد، موضوعی که مطالعات اتنوبوتانی دیگر مناطق بلوچستان نیز شاهد آن بوده‌اند (دیده‌ور و همکاران، ۱۴۰۰). یکی از ابعاد کلیدی توسعه پایدار در خاش، تحلیل قابلیت‌های گیاهان دارویی در اقتصاد محلی است. با توجه به اینکه استان سیستان و بلوچستان سالانه بیش از ۲۴۰،۰۰۰ تن گیاه دارویی تولید می‌کند و بیش از ۴۰،۰۰۰ هکتار سطح کشت این گیاهان گزارش شده است، پتانسیل اقتصادی قابل ملاحظه‌ای برای گسترش این بخش وجود دارد؛ گونه‌هایی مانند حنا، چای ترش، زیره و سایر گونه‌های کم‌آب‌خواه در این منطقه قابل کشت و توسعه هستند، اگرچه استفاده از فناوری‌های صنعتی در فرآوری هنوز بسیار محدود است که خود چالشی برای توسعه اقتصادی پایدار محسوب می‌شود (میرشکار و همکاران، ۱۳۹۷؛ دیده‌ور و همکاران، ۱۴۰۰). تحلیل جنبه‌های اقتصادی و توسعه کسب و کار سبز نشان می‌دهد که زنجیره ارزش گیاهان دارویی نیازمند توسعه یافته‌هایی فراتر از تولید خام است. منظور از زنجیره ارزش در این حوزه، اهتمام به تمامی مراحل از جمع‌آوری، فرآوری، بسته‌بندی، بازاریابی و عرضه محصولات تا دسترسی به بازارهای محلی، ملی و بین‌المللی است؛ پژوهش‌ها نشان می‌دهند که عدم توسعه صنایع تبدیلی و فرآوری یکی از مهم‌ترین موانع افزایش ارزش افزوده گیاهان دارویی در استان است و به‌کارگیری فناوری‌های نوین می‌تواند فرصت‌های اقتصادی قابل توجهی برای خاش فراهم آورد (حاجی میرحیمی و همکاران، ۱۳۹۸).

ابعاد اجتماعی توسعه پایدار در خاش نیز اهمیت ویژه‌ای دارد، زیرا گیاهان دارویی می‌توانند در بهبود معیشت خانوارهای روستایی و توانمندسازی اقتصادی و اجتماعی آنان نقش اساسی ایفا کنند؛ اشتغال‌زایی در بخش کشت، گردشگری سبز مبتنی بر دانش بومی و ارزش‌های فرهنگی و تقویت نقش زنان و جوانان در زنجیره تولید، از جمله اثرات مهم اجتماعی است. این رویکرد می‌تواند انسجام اجتماعی را تقویت کرده و مشارکت فعالانه جامعه را در فرآیند توسعه پایدار افزایش دهد، موضوعی که در مطالعات مشابه در استان‌های همجوار نیز مورد تأکید بوده است (خالدیان و همکاران، ۱۴۰۴). تحلیل محیط‌زیست و حفاظت از تنوع زیستی نیز جزئی جدایی‌ناپذیر از توسعه پایدار گیاهان دارویی در خاش است، زیرا برداشت بی‌رویه گیاهان دارویی از زیستگاه‌های طبیعی می‌تواند به کاهش جمعیت گونه‌ها و تخریب اکوسیستم منجر شود؛ بنابراین، سیاست‌های حفاظتی، تعیین محدوده‌های برداشت و بهره‌گیری از شیوه‌های مدیریت پایدار، برای حفظ پوشش گیاهی و پایداری منابع طبیعی ضروری‌اند. این موارد با توصیه‌های اکولوژیکی برای مدیریت منابع خشک و نیمه‌خشک نیز هم‌راستا هستند، که بر اهمیت حفاظت از رویشگاه‌ها تأکید دارند (براهویی و همکاران، ۱۴۰۴). یکی از راهکارهای عملیاتی برای توسعه گیاهان دارویی در خاش، تلفیق دانش بومی با فناوری‌های نوین کشاورزی است. در حالی که دانش بومی مردم خاش در تشخیص گونه‌های گیاهی، زمان مناسب برداشت و کاربردهای درمانی نقش اساسی دارد، فناوری‌های نوین مانند کشاورزی دقیق، مدیریت تلفیقی محصول و شیوه‌های بهینه آبیاری می‌توانند بهره‌وری منابع محدود آب را به حداکثر برسانند و اثرات منفی اقلیمی را کاهش دهند. این تلفیق رویکرد، همسو با اصول توسعه پایدار و فناوری‌های سبز است و می‌تواند بهره‌وری و پایداری تولید را هم‌زمان افزایش دهد (فرزانه و همکاران، ۱۴۰۱). بخش تحقیق و توسعه علمی نیز نقشی کلیدی در گسترش زنجیره ارزش گیاهان دارویی دارد؛ پژوهش‌های بیشتر در زمینه ترکیبات شیمیایی، اثرات درمانی، ارزش تغذیه‌ای و کاربردهای دارویی خاص گونه‌های بومی می‌تواند به ایجاد محصولات فرآوری‌شده با ارزش افزوده بالا کمک کند، که خود زمینه را برای توسعه صنایع دارویی و بهداشتی در خاش فراهم



می‌سازد. از منظر فرهنگی و هویتی، گیاهان دارویی نه تنها منابع طبیعی بلکه بخشی از میراث فرهنگی جامعه خاش محسوب می‌شوند؛ کاربرد گیاهان در درمان بیماری‌ها در آیین‌های سنتی و باورهای مردم نقش دارد و این موضوع می‌تواند به‌عنوان یک عامل بهره‌برداري در گردشگری سلامت و کشاورزی بومی نیز مطرح گردد، که هر دو می‌توانند به ایجاد جذابیت‌های اقتصادی و اجتماعی منجر شوند (شریعت‌زاده و همکاران، ۱۴۰۳). در تحلیل چالش‌های توسعه، مسائلی مانند کمبود بازارهای تخصصی، فقدان صنایع فرآوری پیشرفته، عدم دسترسی مستقل کشاورزان به اطلاعات بازار و فناوری، و محدودیت منابع آبی از مهم‌ترین موانع هستند که نیازمند برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری مناسب هستند تا پتانسیل بالای گیاهان دارویی خاش به‌طور پایدار آزاد شود و به توسعه اقتصادی و اجتماعی منطقه کمک کند. رویکردهای سیاست عمومی و نهادی برای توسعه پایدار گیاهان دارویی در خاش مستلزم توسعه زیرساخت‌های بازاریابی، ارائه تسهیلات برای سرمایه‌گذاری در بخش فرآوری، حمایت از کشاورزان کوچک در دسترسی به بذر، بیمه محصول و مشاوره فنی است، که می‌تواند جریان‌های کارآفرینی سبز را تقویت کند و به رشد اشتغال‌زایی و رفاه اجتماعی کمک نماید (حاجی میرحیمی و همکاران، ۱۳۹۸). در نهایت، مطالعه موردی خاش نشان می‌دهد که توسعه پایدار گیاهان دارویی با بهره‌گیری از تنوع زیستی بومی، دانش سنتی، فناوری‌های نوین و زنجیره ارزش می‌تواند به الگویی موفق برای مناطق مشابه در ایران مبدل شود و ضمن حفاظت از محیط‌زیست، به ارتقای کیفیت زندگی، افزایش درآمد و توسعه اشتغال در جوامع روستایی و شهری منطقه کمک نماید.

نتیجه‌گیری

نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که شهرستان خاش، به‌عنوان بخشی از پهنه زیستی-فرهنگی بلوچستان ایران، واجد مجموعه‌ای از ظرفیت‌های هم‌زمان طبیعی، دانشی و اجتماعی است که آن را به یک بستر بالقوه راهبردی برای توسعه پایدار گیاهان دارویی تبدیل می‌کند. تحلیل شرایط اقلیمی، زیست‌محیطی و جغرافیایی منطقه حاکی از آن است که تنوع ارتفاعی و اقلیمی خاش، در کنار سازگاری تاریخی گونه‌های گیاهی بومی با تنش‌های خشکی و کم‌آبی، مزیتی نسبی برای تولید گیاهان دارویی کم‌نهاد فراهم کرده است. با این حال، این مزیت طبیعی به‌تنهایی تضمین‌کننده پایداری نیست و بدون مداخله نهادی، سیاست‌گذاری هدفمند و مدیریت علمی منابع، می‌تواند به برداشت ناپایدار و تضعیف پایه‌های اکولوژیک منجر شود. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که دانش بومی موجود در خاش، نه صرفاً مجموعه‌ای از باورهای سنتی، بلکه یک نظام دانشی تجربی و کارکردی است که طی نسل‌ها در تعامل مستقیم با محیط شکل گرفته و شامل شناخت گونه‌ها، زمان‌بندی برداشت، کاربردهای درمانی و شیوه‌های حداقلی مدیریت منابع است. تحلیل انتقادی این دانش نشان می‌دهد که در سیاست‌های رسمی توسعه کشاورزی، این سرمایه دانشی غالباً نادیده گرفته شده یا به‌صورت غیرسیستماتیک مورد استفاده قرار گرفته است. در حالی که تلفیق هدفمند دانش بومی با دانش علمی و فناوری‌های نوین می‌تواند نه تنها بهره‌وری زیستی و اقتصادی را افزایش دهد، بلکه به حفظ تنوع زیستی و کاهش فشار بر زیستگاه‌های طبیعی نیز کمک کند. از منظر اقتصادی، نتایج مطالعه بیانگر آن است که مسئله اصلی توسعه گیاهان دارویی در خاش، کمبود تولید یا تنوع گونه‌ای نیست، بلکه ضعف ساختاری در زنجیره ارزش است. تمرکز غالب بر تولید اولیه و فروش خام، موجب شده است که بخش عمده ارزش افزوده از منطقه خارج شود و کشاورزان محلی سهم اندکی از منافع اقتصادی نهایی داشته باشند. تحلیل تطبیقی با مطالعات مشابه نشان می‌دهد که فقدان صنایع فرآوری، بسته‌بندی استاندارد، برندسازی و دسترسی به بازارهای تخصصی، مهم‌ترین مانع تحقق کارآفرینی دانش‌بنیان در این بخش است. بنابراین، توسعه پایدار گیاهان دارویی در خاش مستلزم گذار از الگوی تولیدمحور به الگوی زنجیره‌محور است.



در بعد اجتماعی، یافته‌ها نشان می‌دهد که گیاهان دارویی می‌توانند نقش تعیین‌کننده‌ای در بازتعریف معیشت محلی، کاهش آسیب‌پذیری اقتصادی خانوارهای روستایی و تقویت سرمایه اجتماعی ایفا کنند. اشتغال‌زایی در کشت، جمع‌آوری، فرآوری و خدمات جانبی، به‌ویژه برای زنان و جوانان، ظرفیتی است که تاکنون به‌صورت نظام‌مند فعال نشده است. تحلیل انتقادی وضعیت موجود نشان می‌دهد که عدم مشارکت مؤثر جامعه محلی در تصمیم‌گیری‌ها و برنامه‌های توسعه، یکی از عوامل محدودکننده پایداری اجتماعی پروژه‌های کشاورزی بوده است. در نتیجه، هرگونه راهبرد توسعه‌ای بدون تقویت مشارکت محلی و توانمندسازی اجتماعی، در بلندمدت با چالش مشروعیت و کارآمدی مواجه خواهد شد. از منظر زیست‌محیطی، نتایج مطالعه تأکید می‌کند که توسعه گیاهان دارویی در خاش تنها زمانی می‌تواند پایدار تلقی شود که مبتنی بر اصول اکولوژیک و مدیریت تطبیقی منابع طبیعی باشد. برداشت غیراصولی از رویشگاه‌های طبیعی، در صورت تداوم، خطر کاهش جمعیت گونه‌ها و تخریب اکوسیستم‌های شکننده منطقه را در پی دارد. تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد که به‌کارگیری رویکردهایی مانند کشاورزی ارگانیک، مدیریت تلفیقی محصول و کشاورزی دقیق، نه تنها امکان کاهش فشار بر منابع آب و خاک را فراهم می‌آورد، بلکه با افزایش کیفیت و ایمنی محصولات، مزیت رقابتی آن‌ها را نیز تقویت می‌کند. یافته‌های این پژوهش به‌طور انتقادی نشان می‌دهد که پیوند میان دانش بومی، فناوری‌های نوین و کارآفرینی سبز، هسته مرکزی شکل‌گیری یک زنجیره ارزش پایدار در خاش است. در حالی که سیاست‌های توسعه‌ای غالباً این مؤلفه‌ها را به‌صورت مجزا در نظر می‌گیرند، نتایج مطالعه حاضر نشان می‌دهد که کارایی واقعی زمانی حاصل می‌شود که این عناصر در یک چارچوب تحلیلی یکپارچه و بین‌رشته‌ای تلفیق شوند. چنین تلفیقی می‌تواند هم‌زمان اهداف اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی توسعه پایدار را محقق سازد و زمینه‌ساز شکل‌گیری کسب‌وکارهای سبز و دانش‌بنیان در مقیاس محلی شود. در جمع‌بندی نهایی، مطالعه موردی خاش نشان می‌دهد که توسعه پایدار گیاهان دارویی در مناطق خشک و نیمه‌خشک ایران، نه یک گزینه حاشیه‌ای، بلکه یک ضرورت راهبردی است. تحقق این امر مستلزم بازنگری در رویکردهای سیاست‌گذاری، تقویت زیرساخت‌های نهادی، سرمایه‌گذاری در آموزش و فناوری، و به‌رسمیت شناختن دانش بومی به‌عنوان یک منبع توسعه‌ای است. الگوی پیشنهادی این پژوهش می‌تواند به‌عنوان چارچوبی تحلیلی برای سایر مناطق مستعد کشور مورد استفاده قرار گیرد و نشان دهد که چگونه می‌توان از طریق تلفیق دانش، نوآوری و مشارکت محلی، مسیری واقع‌گرایانه و پایدار برای توسعه کشاورزی و کارآفرینی سبز ترسیم کرد.



منابع

- امیرزاده مرادآبادی، سمیرا، ضیایی، سامان، مهرابی بشرآبادی، حسین و کیخا، احمدعلی. (۱۳۹۹). تأثیر پایداری کشاورزی بر امنیت غذایی خانوارهای شهری ایران: تحلیل فضایی در سطح استانی. اقتصاد کشاورزی و توسعه، ۲۸(۲)، ۲۵-۴۸.
- برقی، حمید، حسنی نژاد، آسیه و شایان، محسن. (۱۳۹۶). ارزیابی آثار سموم شیمیایی کشاورزی بر محیط زیست روستاها (مطالعه موردی: روستاهای شهرستان زرین دشت). مدیریت مخاطرات محیطی، ۴(۳)، ۲۴۷-۲۶۲.
- براهویی، دانیال، حمیدیان پور، محسن و شجاع، فائزه. (۱۴۰۴). شناسایی الگوهای زمانی و مکانی خشک سالی در جنوب شرق ایران با رویکردی مبتنی بر روش گرافیکی تحلیل روند. پژوهش های جغرافیای طبیعی، ۵۷(۲)، ۷۷-۹۸.
- حامد، سینا، و کوهی، احمد. (۱۴۰۲). بررسی فرصت ها و چالش های آینده ی توسعه ی پایدار گیاهان دارویی در ایران. کنفرانس بین المللی علوم کشاورزی، گیاهان دارویی و طب سنتی.
- حاجی میررحیمی، سید داود، مخبر دزفولی، عبدالله و جمشیدی، امید. (۱۳۹۸). بررسی تحلیلی زمینه های سرمایه گذاری در صنعت گیاهان دارویی استان سیستان و بلوچستان. فناوری و گیاهان دارویی ایران، ۲(۱)، ۸۵-۱۰۱.
- خالدیان، نظام، فمی، حسین شعبانعلی، براتی، علی اکبر و افشاری، سمیرا. (۱۴۰۴). بررسی نقش گیاهان دارویی مرتعی در بهبود معیشت خانوارهای روستایی بخش سارال شهرستان دیواندره: اهمیت، مشکلات و راهکارها. تحقیقات گیاهان دارویی و معطر ایران، ۴۱(۳)، ۳۹۳-۴۱۰.
- دیده‌ور مریم، عبادی محمدتقی، حسن بارانی معصومه، رحیمی روجا. (۱۴۰۰). مطالعه دانش بومی و مصارف سنتی برخی از گیاهان دارویی در منطقه بلوچستان ایران. مجله طب سنتی اسلام و ایران، ۱۲(۳)، ۲۳۳-۲۴۶.
- روستا، ایمان و دهانی، راشد. (۱۴۰۳). آشکارسازی ارتباط تغییرات زمانی - مکانی پوشش گیاهی استان سیستان و بلوچستان با عناصر اقلیمی. مطالعات جغرافیایی مناطق خشک، ۱۵(۵۸)، ۱۲۸-۱۱۳.
- شریعت زاده، مریم، بیژنی، مسعود و بهادری، فرزانه. (۱۴۰۳). تحلیل زنجیره ارزش گیاهان دارویی ایران: نقش عاملان کلیدی. فصلنامه علوم محیطی.
- فرزانه، مهسا، ملبوسی، شراره و حمیدیان پور، محسن. (۱۴۰۱). پیش‌نگری متغیرهای اقلیمی استان سیستان و بلوچستان تحت شرایط سناریوهای واداشت تابشی RCP. پژوهش های اقلیم شناسی، ۱۴۰۱(۵۱)، ۱۴۸-۱۲۹.



دومین همایش ملی کارآفرینی و توسعه پایدار با تأکید بر مشارکت مردم

The 2nd National Conference on Entrepreneurship and Sustainable

Development with Emphasis on Public Participation



دانشگاه پیام نور سیستان و بلوچستان

کد: ۰۳۴۰-۸۷۹۶۹

میرشکار مهلا، ابراهیمی مهدیه، آجورلو مجید. (۱۳۹۷). مطالعه اتنوبوتانی و مصارف سنتی برخی گیاهان دارویی شهرستان خاش. مجله طب سنتی اسلام و ایران، ۹ (۴)، ۳۶۱-۳۷۱.

Altieri, M. A. (2018). *Agroecology: the science of sustainable agriculture*. CrC press.

Ali, M., Aldosari, A., Tng, D. Y., Ullah, M., Hussain, W., Ahmad, M., ... & Shao, J. W. (2019). Traditional uses of plants by indigenous communities for veterinary practices at Kurram District, Pakistan. *Ethnobotany Research and Applications*, 18, 1-19.

Amiri, M. S., & Joharchi, M. R. (2013). Ethnobotanical investigation of traditional medicinal plants commercialized in the markets of Mashhad, Iran. *Avicenna journal of phytomedicine*, 3(3), 254.

Brundtland, G. H. (1987). *Our common future world commission on environment and development*.

Fernandez-Stark, K., & Gereffi, G. (2019). *Global value chain analysis: A primer*. In *Handbook on global value chains* (pp. 54-76). Edward Elgar Publishing.

Frederick, S. (2019). *Global value chain mapping*. In *Handbook on global value chains* (pp. 29-53). Edward Elgar Publishing.

Hopwood, B., Mellor, M., & O'Brien, G. (2005). Sustainable development: mapping different approaches. *Sustainable development*, 13(1), 38-52.

Kumar, S., & Gupta, D. (2023). Forest biodiversity and livelihood of tribal people in North Western Himalaya with special reference to Himachal Pradesh, India. *Int J Plant Soil Sci*, 35(19), 888-907.

Leifeld, J. (2012). How sustainable is organic farming?. *Agriculture, Ecosystems & Environment*, 150, 121-122.

Lans, T., Blok, V., & Wesselink, R. (2014). Learning apart and together: towards an integrated competence framework for sustainable entrepreneurship in higher education. *Journal of cleaner production*, 62, 37-47.

Lampkin, N., Pearce, B., Leake, A., Creissen, H., Gerrard, C. L., Gerling, R., ... & Wolfe, M. (2015). The role of agroecology in sustainable intensification.

Pretty, J., & Bharucha, Z. P. (2014). Sustainable intensification in agricultural systems. *Annals of botany*, 114(8), 1571-1596.



دومین همایش ملی کارآفرینی و توسعه پایدار با تاکید بر مشارکت مردم

The 2nd National Conference on Entrepreneurship and Sustainable

Development with Emphasis on Public Participation



دانشگاه پیام نور سیستان و بلوچستان

کد: ۰۳۲۴۰-۸۷۹۶۹

Schaltegger, S., & Wagner, M. (2011). Sustainable entrepreneurship and sustainability innovation: categories and interactions. *Business strategy and the environment*, 20(4), 222-237.

Schaltegger, S., Hansen, E. G., & Lüdeke-Freund, F. (2016). Business models for sustainability: Origins, present research, and future avenues. *Organization & environment*, 29(1), 3-10.

Storkey, J., Maclaren, C., Bullock, J. M., Norton, L. R., Redhead, J. W., & Pywell, R. F. (2024). Quantifying farm sustainability through the lens of ecological theory. *Biological Reviews*, 99(5), 1700-1716.

World Health Organization. (2019). WHO global report on traditional and complementary medicine 2019. World Health Organization.

Zhao, M., Liu, J., & Shu, C. (2021). Pursuing sustainable development through green entrepreneurship: An institutional perspective. *Business Strategy and the Environment*, 30(8), 4281-4296.



دومین همایش ملی کارآفرینی و توسعه پایدار با تاکید بر مشارکت مردم

The 2nd National Conference on Entrepreneurship and Sustainable

Development with Emphasis on Public Participation



دانشگاه پیام نور سیستان و بلوچستان

کد: ۸۷۹۶۹-۳۲۴۰

Abstract

The sustainable development of medicinal plants has emerged in recent years as an innovative strategy for integrating natural resource conservation, enhancement of local livelihoods, and the creation of economic value added, attracting growing attention in the literature on green entrepreneurship and sustainable agriculture. Within this framework, indigenous knowledge held by local communities and the capacities of knowledge-based entrepreneurship play a pivotal role in shaping sustainable value chains. The present study aims to elucidate the relationship between indigenous knowledge, knowledge-based entrepreneurship, and the sustainable development of medicinal plants through a case study of Khash County in Sistan and Baluchestan Province, Iran—a region characterized by notable climatic diversity, rich biodiversity, and a strong cultural heritage that collectively provide substantial latent potential in this domain. This research adopts a descriptive–analytical approach, with data collected through the review of documents, library-based studies, official reports, and peer-reviewed scientific articles. Data analysis was conducted using a qualitative, content-analysis approach, focusing on the environmental, economic, and social dimensions of sustainable medicinal plant development. The findings indicate that Khash County enjoys a relative advantage in terms of medicinal plant species diversity and the presence of indigenous knowledge related to traditional utilization practices. However, weaknesses in the value chain, the absence of developed processing industries, and institutional constraints have hindered the full realization of knowledge-based entrepreneurial potential. The results underscore that the systematic integration of indigenous knowledge with modern agricultural technologies and green entrepreneurship approaches can contribute to the establishment of sustainable value chains, enhancement of economic value added, conservation of biodiversity, and empowerment of local communities. By proposing an analytical framework, this study offers a transferable model for the sustainable development of medicinal plants in other regions with similar environmental and socio-cultural characteristics.

Keywords: Sustainable development; Indigenous knowledge; Knowledge-based entrepreneurship; Green entrepreneurship; Medicinal plant value chain; Sustainable agriculture; Modern agricultural technologies; Integrated crop management; Khash County; Sistan and Baluchestan Province



کد: ۰۳۴۰-۸۷۹۶۹

دومین همایش ملی کارآفرینی و توسعه پایدار با تاکید بر مشارکت مردم

The 2nd National Conference on Entrepreneurship and Sustainable

Development with Emphasis on Public Participation



دانشگاه پیام نور سیستان و بلوچستان

بررسی رابطه بین سلامت اجتماعی و کیفیت زندگی کارآفرینان

(مطالعه موردی: کارآفرینان استان سیستان و بلوچستان)

مهدیه سرحدی مربی، گروه روانشناسی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

Email: m.sarhadi@pnu.ac.ir

چکیده

مقاله حاضر با هدف بررسی رابطه سلامت اجتماعی و کیفیت زندگی در بین کارآفرینان استان سیستان و بلوچستان انجام شد. روش پژوهش توصیفی-همبستگی بود و جامعه آماری را کلیه کارآفرینان استان سیستان و بلوچستان تشکیل دادند که از میان آنها تعداد ۱۰۰ نفر به روش نمونه گیری دردسترس به عنوان نمونه انتخاب شدند. در این پژوهش از پرسشنامه سلامت اجتماعی کیز و پرسشنامه استاندارد کیفیت زندگی SF36 استفاده شد. داده های حاصل از پرسشنامه ها با استفاده از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف و همبستگی اسپیرمن مورد تحلیل قرار گرفت. نتایج تحلیل همبستگی اسپیرمن نشان داد که بین سلامت اجتماعی و کیفیت زندگی کارآفرینان همبستگی مثبت و معنادار وجود دارد. از طریق برگزاری کارگاه ها می توان سلامت اجتماعی و کیفیت زندگی کارآفرینان را ارتقا بخشید.

کلمات کلیدی: سلامت اجتماعی، کیفیت زندگی، کارآفرینان

۱. مقدمه

سلامت فرد رکن اصلی سلامت جامعه است، جامعه هم تاثیر زیادی روی سلامت افراد می گذارد. انسان در صورتی می تواند فعالیت کامل و موثر داشته باشد که هم خود را سالم احساس کند و هم جامعه او را سالم بداند. انسان سالم، محور توسعه است. از سلامت تعاریف متعددی شده است که عموماً در دو سطح فردی و اجتماعی قابل طرح هستند و پذیرفته ترین آنها تعریف سازمان جهانی بهداشت است که سلامت را حالت رفاه و آسایش کامل جسمی، روانی و اجتماعی می داند (سازمان جهانی بهداشت، ۱۹۴۸). این تعریف مشخص می کند که بهره مندی افراد از سلامت فردی (جسمی و روانی) نمی تواند تعریف جامعی از سلامت وی باشد و توجه به بعد اجتماعی سلامت، اهمیت ویژه ای دارد (امیدوی و همکاران، ۱۳۹۶). سلامت اجتماعی به معنای توانایی تعامل با انسانها و محیط با هدف ایجاد



ارتباط رضایت بخش بین فردی است. توانمندی ارتباط صادقانه با دیگران و مدیریت تعارض به شیوهی سالم و اخلاقی طی زمان مناسب و قابل قبول، از جمله شاخص‌های سلامت اجتماعی است. احترام گذاشتن به دیگران، مسئولیت در قبال جامعه و آمادگی برای هزینه کردن از منابع خود برای جامعه و تعامل سالم و دوسویه متعادل با دیگران (به شکلی که نه فرد مورد سوء استفاده قرار بگیرد و نه دیگران را مورد سوء استفاده قرار دهد) از جمله زیرمجموعه‌های **سلامت اجتماعی** محسوب می‌شوند. با اینکه سلامت اجتماعی پیچیده‌ترین و بحث‌انگیزترین جنبه سلامت است و یکی از مولفه‌های کلیدی سلامت معرفی شده است و در تعامل زندگی اجتماعی انسان نقش مهمی دارد، به اندازه سلامت روانی و فیزیکی شناخته شده نیست. اهمیت سلامت اجتماعی به میزانی است که اشخاص برخوردار از سلامت اجتماعی می‌توانند با موفقیت بیشتری با مشکلات ناشی از ایفای نقش‌های اصلی در اجتماع مقابله کنند (کامکار و همکاران، ۱۴۰۲). بلوک و برسلو برای نخستین بار در سال ۱۹۷۲، به مفهوم سلامت اجتماعی پرداختند. آنها سلامت اجتماعی را با میزان عملکرد اعضای جامعه مترادف دانستند. لارسن (۱۹۹۶) سلامت اجتماعی را نوعی ارزیابی فرد از کیفیت روابط با خانواده و دیگران و گروه‌های اجتماعی تعریف می‌کند. او معتقد است که مقیاس سلامت اجتماعی بخشی از سلامت فرد را می‌سنجد که نشان‌گر رضایت یا نارضایتی فرد از زندگی و محیط اجتماعی است و شامل پاسخ‌های درونی فرد، یعنی احساس، تفکر و رفتار است. بعد اجتماعی سلامت دربرگیرنده سطوح مهارت‌های اجتماعی و عملکرد اجتماعی و توانایی شناخت هر شخص از خود به عنوان عضوی از جامعه بزرگ‌تر است (مدیری و همکاران، ۱۳۹۶). شاخص‌های سلامت اجتماعی عبارت است از مشارکت اجتماعی (باوری که طبق آن فرد خود را عنصر حیاتی جامعه می‌داند)، انسجام اجتماعی (کیفیت روابط در گروه اجتماعی که به آن تعلق دارد)، پذیرش اجتماعی (دیدگاه مطلوب نسبت به دیگران)، شکوفایی اجتماعی (اعتقاد به توانایی‌های بالقوه اجتماع) و انطباق اجتماعی (در اجتماع به صورت هوشمند، قابل فهم و قابل پیش‌بینی) (افشانی و شیرینی محمدآباد، ۱۳۹۹). مطالعات و رویکرد کبیز (۲۰۰۴)، علاوه بر اینکه در تعریف سلامت اجتماعی و عوامل اجتماعی اثرگذار بر آن مورد استفاده گسترده قرار می‌گیرد، عمدتاً به عنوان چارچوب تئوریک تحقیقات مرتبط با سلامت اجتماعی نیز کاربرد دارد. این رویکرد از یک اصل جامعه‌شناختی و روانشناختی نشأت می‌گیرد. طبق نظر کبیز حلقه مفقوده در تاریخچه مطالعات مربوط به سلامت و خصوصاً سلامت ذهن، پاسخ به این سؤال است که آیا ممکن است کیفیت زندگی و عملکرد شخصی افراد را بدون توجه به معیارهای اجتماعی ارزیابی کرد. او معتقد است بهزیستی یک اساس و بنیان اجتماعی دارد و بدین ترتیب سلامت اجتماعی را ارزیابی شرایط و عملکرد فرد در جامعه تعریف می‌کند و عملکرد اجتماعی خوب در زندگی چیزی بیش از سلامت جسمی و روانی است و چالش‌های اجتماعی را در برمی‌گیرد (بخارایی و همکاران، ۱۳۹۴). کبیز و لارسون سلامت اجتماعی را به عنوان گزارش فرد از کیفیت روابط با دیگران، نزدیکان و گروه‌های اجتماعی که وی عضوی از آنها است تعریف می‌کنند. ایشان معتقدند سلامت اجتماعی بخشی از سلامت فرد را می‌سنجد و شامل پاسخ‌های درونی فرد که نشانگر رضایت یا فقدان رضایت زندگی و محیط اجتماعی او هستند، می‌باشد (کبیز، ۲۰۰۴). سلامت اجتماعی یکی از عواملی است که می‌تواند بر روی کیفیت زندگی افراد اثرگذار باشد. کیفیت زندگی یکی از شاخص‌های اصلی جامعه است که دربرگیرنده مهم‌ترین عواملی است که شرایط زندگی در جامعه و رفاه شخصی افراد را تعیین می‌کند. کیفیت زندگی به عنوان احساس فرد از بهزیستی تعریف شده است، احساسی که اساس آن در رضایت فرد از جنبه‌هایی از زندگی است که برای او اهمیت دارد (لطیفی و موحدی، ۱۳۹۴).



شاخصهای کیفیت زندگی عبارتند از: میزان رفاه جسمی، روانشناختی و اجتماعی که اشخاص آنها را درک می کنند و میزان رضایت فرد از موهبت های زندگی را نشان می دهند (سلیم زاده و همکاران، ۱۳۸۶). از آنجا که کیفیت زندگی ابعاد متعددی نظیر سلامت جسمی، بهداشت روانی، ارتباطات اجتماعی، زندگی خانوادگی، هیجانها، کارکردهای جسمانی، معنوی و زندگی حرفه ای افراد را شامل می شود، لذا توجه به آن اهمیت فوق العاده ای دارد (کیم و کانگ، ۲۰۱۵). فرانس (۲۰۰۱)، معتقد است اگر درک افراد از کیفیت زندگی آنها کاهش یابد بر توانایی آنها در محیط کاری و شغلی اثر گذاشته و موجب نقصان شرایط اقتصادی و اجتماعی می شود. کیفیت زندگی می تواند بر ارتباطات افراد تاثیر گذارده و باعث به کارگیری مکانیسم های مقابله و سازگاری ناموثر شده و موجب افزایش تنش شود (امینی نقه، ۱۳۸۹). ماسون و همکاران هم بر این اعتقاد هستند که مهارت های ارتباطی رفتارهایی است که به صورت های مختلف بر سلامت اجتماعی افراد و هم بر عملکرد مفید افراد در اجتماع تاثیر دارد (حسینی، ۱۳۸۸). بسیاری از کارشناسان اقتصادی این اعتقاد را دارند که کارآفرینی به عنوان موتور محرکه اقتصادی، نقش های فراوان و متفاوتی را در جامعه ایفا کرده و مبنای تمام تحولات و پیشرفت های بشری به شمار می آید. کارآفرینی به عنوان راهبرد مناسب برای ارتقا بهره وری و توسعه سازمان تلقی می شود و متفکران بر این باورند که کارآفرینی موجب ارتقا بهره وری در سطوح مختلف فردی، گروهی، سازمانی، ملی و بین المللی می شود که این امر نیاز به بستری مناسب در سازمان دارد (صالحی و همکاران، ۱۴۰۰). کارآفرینی می تواند باعث بهبود نوآوری، ایجاد فرصت های شغلی، افزایش بهره وری و توسعه اقتصادی و اجتماعی در هر کشوری شود و همین امر باعث شده است که دولت ها به کارآفرینی به عنوان یک اولویت ملی نگاه کنند (وانگ و همکاران، ۲۰۰۵).

کامکار و همکاران (۱۴۰۲) در پژوهش خود با عنوان بررسی سلامت اجتماعی و رابطه آن با کیفیت زندگی در دانشجویان پزشکی دانشگاه علوم پزشکی گلستان این نتیجه را به دست آوردند: سلامت اجتماعی با کیفیت زندگی ارتباط مستقیم و معناداری دارد.

تاجیکی و همکاران (۱۳۹۸) در پژوهشی با عنوان ارتباط احساس انسجام روانی و سلامت اجتماعی با کیفیت زندگی در زنان با جراحی پستان این نتیجه را به دست آوردند که احساس انسجام روانی و سلامت اجتماعی با کیفیت زندگی در زنان با جراحی پستان ارتباط مثبت و معنادار وجود دارد. در پژوهشی که توسط علیزاده اقدم و همکاران (۱۳۹۲) با عنوان بررسی تاثیر سلامت اجتماعی بر کیفیت زندگی دانشجویان دانشگاه پیام نور مشگین شهر انجام شد این نتیجه گزارش گردید که بین سلامت اجتماعی و کیفیت زندگی دانشجویان همبستگی مثبت و معناداری وجود دارد، همچنین ارتباط معناداری بین سلامت اجتماعی با ابعاد چهارگانه کیفیت زندگی (سلامت جسمانی، سلامت روانی، سلامت روابط اجتماعی و سلامت محیطی) وجود دارد. لطیفی و موحدی (۱۳۹۴) پژوهشی با عنوان بررسی تاثیر سلامت اجتماعی بر میزان کیفیت زندگی کارکنان بانک ملی شهر تهران انجام دادند و این نتیجه را گزارش کردند: بین سلامت اجتماعی و میزان کیفیت زندگی کارکنان رابطه مثبت وجود دارد. کامران و ناظری (۱۳۹۶) در تحقیقی با عنوان بررسی رابطه سلامت اجتماعی بر کیفیت زندگی دانشجویان به این نتیجه دست یافتند بین مولفه های سلامت اجتماعی بر کیفیت زندگی دانشجویان رابطه مثبت وجود دارد. با توجه به اهمیت موضوع بررسی رابطه سلامت اجتماعی و کیفیت زندگی محقق بر آن شد تا تحقیقی با هدف تعیین رابطه سلامت اجتماعی و کیفیت زندگی در بین کارآفرینان استان سیستان و بلوچستان انجام دهد.



۲. مواد و روش ها

پژوهش حاضر توصیفی از نوع همبستگی است. جامعه پژوهش را کارآفرینان استان سیستان و بلوچستان تشکیل دادند که از این تعداد ۱۰۰ نفر به روش نمونه گیری در دسترس انتخاب شدند. برای اجرای پژوهش ابتدا با مراجعه به کارآفرینان، پرسشنامه های پژوهش بین آنها توزیع شد و بعد از گردآوری، پرسشنامه ها مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. در حین اجرای پژوهش توضیحات لازم در مورد نحوه ی پاسخدهی و هدف پژوهش به کارآفرینان ارائه شد و با ذکر ملاحظات اخلاقی مبنی بر محرمانه بودن اطلاعات پرسشنامه، به آن ها اطمینان داده شد تا صادقانه به پرسش ها پاسخ دهند. ابزار پژوهش به شرح زیر می باشد:

برای جمع آوری داده ها از پرسش نامه سلامت اجتماعی کیز و پرسش نامه استاندارد کیفیت زندگی SF36 استفاده شد.

پرسش نامه سلامت اجتماعی کیز: این پرسش نامه دارای ۵ بعد و ۳۳ سوال است که ۷ سوال درباره عامل شکوفایی اجتماعی، ۷ سوال درباره عامل انسجام اجتماعی، ۷ سوال درباره عامل پذیرش اجتماعی، ۶ سوال درباره عامل انطباق اجتماعی و ۶ سوال درباره عامل مشارکت اجتماعی است. آیتم ها در مقیاس لیکرت پنج نقطه ای با گزینه های کاملاً موافقم (نمره ۵)، تا حدودی موافقم، بی نظر، تا حدودی مخالفم و کاملاً مخالفم (نمره یک) سنجیده می شود. پایین ترین نمره ممکن در سلامت اجتماعی ۳۳ و بالاترین نمره ممکن ۱۶۵ است. نمرات بالاتر در پرسشنامه نشان دهنده سلامت اجتماعی بهتر است. براساس نقطه برش موجود، نمرات بین ۳۳ تا ۸۸، ۸۹ تا ۱۴۳ و ۱۴۴ تا ۱۶۵ به ترتیب نشان دهنده سطح پایین، متوسط و بالای سلامت اجتماعی است (کیز، ۲۰۰۲). در ایران باباپور و همکاران (۱۳۸۸)، برای بررسی پایایی از همسانی درونی استفاده کرده اند و ضریب آلفای کرونباخ را برای کل مقیاس ۰/۷۸ گزارش داده اند. در پژوهش حاضر پایایی ابزار با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ ۰/۷۴ به دست آمد.

پرسشنامه کیفیت زندگی SF36: این پرسش نامه ۳۶ عبارت دارد که ۸ حیطه مختلف سلامت را ارزیابی می کند. این ۸ حیطه عبارتند از: بعد جسمانی ۱۰ عبارت، ایفای نقش جسمی ۴ عبارت، دردهای بدنی ۲ عبارت، سلامت عمومی ۵ عبارت، انرژی نشاط ۴ عبارت، عملکرد اجتماعی ۲ عبارت، ایفای نقش عاطفی ۳ عبارت و سلامت روانی ۵ عبارت. کمترین نمره در این پرسشنامه صفر و بیشترین نمره ۱۰۰ است که نشان دهنده کیفیت زندگی خوب است. آلفای کرونباخ در ایران ۰/۸۷ به دست آمده است (فیاض بخش و همکاران، ۱۳۹۴). برای تفسیر داده ها نمره صفر تا ۳۶ بیانگر کیفیت زندگی کم، ۳۷ تا ۸۰ متوسط و ۸۱ تا ۱۰۰ کیفیت زندگی خوب است (آقا یاری و همکاران، ۱۳۹۶). در پژوهش حاضر پایایی پرسش نامه با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ ۰/۷۵ به دست آمد.

۳. نتایج

فرضیه پژوهش: بین سلامت اجتماعی و کیفیت زندگی کارآفرینان رابطه وجود دارد.

در ابتدا به منظور نرمال بودن توزیع داده ها از آزمون کولموگروف - اسمیرنوف استفاده شد که نتایج آن در جدول ۱ آورده شده است.

جدول ۱. نتیجه آزمون بررسی نرمال بودن داده ها (آزمون کولموگروف - اسمیرنوف)



Development with Emphasis on Public Participation

متغیرها	سطح معناداری
سلامت اجتماعی	۰/۰۰۰
کیفیت زندگی	۰/۰۰۰

با توجه به جدول ۱، از آنجا که سطح معناداری از ۰/۰۵ کمتر است پس می‌توان ادعا داشت که داده‌ها از توزیع نرمال برخوردار نیستند و برای تجزیه و تحلیل داده‌ها بایستی از آزمون ناپارامتریک استفاده کرد. از همین رو، به منظور پاسخگویی به سؤال پژوهش از آزمون همبستگی اسپیرمن استفاده گردید.

جدول ۲. نتایج آزمون همبستگی اسپیرمن

متغیرها	سلامت اجتماعی	کیفیت زندگی
سلامت اجتماعی	۱/۰۰۰	۰/۷۴۲**
کیفیت زندگی	۰/۷۴۲**	۱/۰۰۰

نتیجه به دست آمده نشان داد که رابطه بین متغیرها در سطح اطمینان ۹۹ درصد معنادار است. همچنین، شدت رابطه‌ای که بین دو متغیر سلامت اجتماعی و کیفیت زندگی وجود دارد به میزان ۰/۷۴۲ و در جهت مثبت است.



۴. بحث و نتیجه گیری

مقاله حاضر با هدف تعیین رابطه سلامت اجتماعی و کیفیت زندگی در بین کارآفرینان استان سیستان و بلوچستان انجام شد. با تجزیه و تحلیل داده ها و نتایج آماری این پژوهش، مشخص شد که بین سلامت اجتماعی و کیفیت زندگی کارآفرینان رابطه مثبت و معنادار وجود دارد. این نتیجه با نتایج پژوهش های کامکار و همکاران (۱۴۰۲)، تاجیکی و همکاران (۱۳۹۸)، کامران و ناظری (۱۳۹۶)، لطیفی و موحدی (۱۳۹۴) و علیزاده اقدم و همکاران (۱۳۹۲) همسو می باشد. امروزه سلامت اجتماعی به عنوان یکی از ابعاد سلامت، در کنار سلامت جسمی، روانی و معنوی نقش و اهمیت گسترده ای یافته است. سلامت اجتماعی افراد به سطح رفاه و آسایش در رابطه با چگونگی بودن در کنار دیگران، چگونگی واکنش افراد دیگر با فرد و چگونگی تعامل فرد با نهادهای اجتماعی و آداب و رسوم اجتماعی اشاره دارد. سلامت اجتماعی بیشتر به ابعاد اجتماعی و عمومی که افراد توسط آن عملکرد خود را در زندگی ارزیابی می کنند، توجه دارد. سلامت اجتماعی دارای ابعاد گسترده ای است و هر موضوعی که به سلامت جامعه مربوط شود را در بر می گیرد. کیفیت زندگی یک مفهوم چند بعدی است و به عنوان احساس نشاط و رضایت از زندگی تلقی می شود. نشاط و بهزیستی نوعی ارزشیابی ذهنی از تجارب فردی در حیطه های مختلف زندگی است. حیطه شامل تاهل، خانواده، اشتغال، دوستان، تحصیلات، سلامت و... می باشند. پیشنهاد می شود در جهت ارتقای سلامت اجتماعی و کیفیت زندگی در جامعه کلاس های آموزشی مانند آموزش مهارت های زندگی و آموزش قبل از ازدواج برگزار گردد.



منابع

- ## آقایی هیر، ت، قاسم زاده، د، ابراهیمی اورنگ، ا. ۱۳۹۶. رابطه حمایت اجتماعی و کیفیت زندگی مرتبط با سلامت سالمندان شهر تبریز، نشریه سالمند شناسی، دوره ۲، شماره ۱، ۲۸-۲۰.
- ## افشانی، س، شیرینی محمدآباد، ح. ۱۳۹۹. شبکه اجتماعی زنان و سلامت اجتماعی در خانواده، فصلنامه فرهنگ یزد، سال ۲، شماره ۵، ص ۶۸-۴۷.
- ## امیدی، م، حقیقتیان، م، هاشمیانفر، س. ۱۳۹۶. سلامت اجتماعی و کارکردهای آن در جوامع شهری، مطالعات جامعه شناختی شهری، سال ۷، شماره ۲۴، ص ۱۸۸-۱۵۷.
- ## امینی نغده، م. ۱۳۸۹. بررسی عوامل موثر بر سلامت اجتماعی (مطالعه موردی: جوانان ۲۹-۱۸)، رساله کارشناسی ارشد، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبایی.
- ## باباپور خیرالدین، ج، طوسی، ف، حکمتی، ع. ۱۳۸۸. بررسی نقش عوامل تعیین کننده در سلامت اجتماعی دانشجویان دانشگاه تبریز، فصلنامه روانشناسی دانشگاه تبریز، سال ۴، شماره ۱۶، ص ۲۶-۸.
- ## بخارایی، ا، شربتیان، م، طوافی، پ. ۱۳۹۴. "مطالعه جامعه شناختی رابطه نشاط با سلامت اجتماعی (جوانان ۱۸ تا ۳۰ سال شهرستان ملایر)"، فصلنامه برنامه ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، شماره ۲۵.
- ## تاجیکی، ش، صفرپور دهکردی، س، رازقی، س. ۱۳۹۸. ارتباط احساس انسجام روانی و سلامت اجتماعی با کیفیت زندگی در زنان با جراحی پستان، روان شناسی اجتماعی، سال ۱۳، شماره ۵۱، ص ۳۲-۲۳.
- ## حسینی، ف. ۱۳۸۸. بررسی میزان سلامت اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن در دانشجویان دانشکده علوم اجتماعی، رساله کارشناسی ارشد، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبایی.
- ## سلیم زاده، ح، افتخار، ح، پوررضا، ا، و مقیم بیگی، ع. ۱۳۸۶. اشتغال مجدد بازنشستگان و شاخص های کیفیت زندگی. رفاه اجتماعی، ۷(۲۶)، ۱۸۷-۲۹۷.
- ## صالحی، ش، پیری، ل، شکرکن، ح. ۱۴۰۰. رابطه هوش هیجانی با کارآفرینی سازمانی: نقش میانجی اشتیاق شغلی، مطالعات روان شناسی صنعتی و سازمانی، دوره ۸، سال ۸، شماره ۱، ۱۵۰-۱۳۳.
- ## علیزاده اقدم، م، سام آرام، ع، سلطانی بهرام، س، رجایی، خ. ۱۳۹۲. بررسی تاثیر سلامت اجتماعی بر کیفیت زندگی دانشجویان دانشگاه پیام نور مشگین شهر، مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران، دوره ۲، شماره ۴، ص ۵۲۵-۵۴۶.



دومین همایش ملی کارآفرینس و توسعه پایدار با تاکید بر مشارکت مردم

The 2nd National Conference on Entrepreneurship and Sustainable

Development with Emphasis on Public Participation



دانشگاه پیام نور سیستان و بلوچستان

کد: ۰۳۴۰-۸۷۹۶۹

فیاض بخش، ف، عزتی، ع، ملکی راد، ع. ۱۳۹۴. عملکردهای جنسی و کیفیت زندگی در زنان و مردان مبتلا به بیماری های کلیوی مزمن، پژوهش در سلامت روانشناختی، دوره ۹، شماره ۲، ۷۳-۶۴.

کامران، ف، ناظری، س. ۱۳۹۶. بررسی ارتباط بین سلامت اجتماعی بر کیفیت زندگی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی تهران مرکزی، پژوهش اجتماعی، شماره ۳۴، ص ۷۸-۵۷.

کامکار، م، آقا گلی زاده، م، کرم الهی، ذ. ۱۴۰۲. بررسی سلامت اجتماعی و رابطه آن با کیفیت زندگی در دانشجویان پزشکی دانشگاه علوم پزشکی گلستان. مجله دانشگاه علوم پزشکی خراسان شمالی، دوره ۱۵، شماره ۳، ص ۶۲-۵۵.

کبیر، ال. ام، شاپیرو و دی، آرام. ۲۰۰۴. سلامت اجتماعی در ایالات متحده: یک همه گیرشناسی توصیفی، ترجمه حسینی انتشارات دانشگاه شیکاگو.

لطیفی، غ، موحدی، ا. ۱۳۹۴. بررسی تاثیر سلامت اجتماعی بر میزان کیفیت زندگی کارکنان بانک ملی شهر تهران، پژوهشنامه مددکاری اجتماعی، سال ۲، شماره ۵، ص ۱۴۰-۱۰۹.

مدیری، ف، سفیری، خ، منصوریان، ف. ۱۳۹۶. بررسی سلامت اجتماعی و عوامل تاثیرگذار بر آن، فصلنامه توسعه اجتماعی، دوره ۱۲، شماره ۲، ص ۲۸-۷.

Keyes CL, Shmotkin D, Ryff CD.(2002). Optimizing well-being: the empirical encounter of two traditions. J Pers Soc Psychol. 82(6):1007-1022. PMID: 12051575

Kim, J. S., & Kang, S. (2015). A study on body image, sexual quality of life, depression, and quality of life in middle-aged adults. Asian Nursing Research, 9(2), 96-103.

WHO. (1948). Constitution of the World Health Organization, [Online] World Health Organization. Available from: <http://www.who.int/governance/eb/who-constitution-en.pdf> [cited on 18 May 2015].

Wong, P.K., Ho, Y.P., and Autio, E. (2005). Entrepreneurship, innovation and economic growth. Small Business Economics, 24,335-350.



دومین همایش ملی کارآفرینی و توسعه پایدار با تاکید بر مشارکت مردم

The 2nd National Conference on Entrepreneurship and Sustainable

Development with Emphasis on Public Participation



دانشگاه پیام نور سیستان و بلوچستان

کد: ۸۷۹۶۹-۳۲۴۰

Abstract

This article was conducted with the aim of investigating the relationship between social health and quality of life among entrepreneurs in Sistan and Baluchistan province. The research method was descriptive-correlation and the statistical population was made up of all the entrepreneurs of Sistan and Baluchistan province, among whom 100 people were selected as a sample using available sampling method. In this research, Keyes Social Health Questionnaire and SF36 Standard Quality of Life Questionnaire were used. The data obtained from the questionnaires were analyzed using the Kolmogorov-Smirnov test and Spearman's correlation. The results of Spearman's correlation analysis showed that there is a positive and significant correlation between social health and the quality of life of entrepreneurs. Social health and the quality of life of entrepreneurs can be improved through holding workshops.

Keywords: social health, quality of life, entrepreneurs

Investigating the relationship between social health and quality of life of entrepreneurs (Case study: Entrepreneurs of Sistan and Baluchestan Province)

Mahdieh Sarhaddi

Faculty member, Department of Psychology, Payame Noor University, Tehran, Iran, m.sarhadi@pnu.ac.ir.