

نقش توانمندسازی روانشناختی بر تقویت کارآفرینی روستایی (مطالعه موردی: استان اردبیل)

وکیل حیدری ساربان (استادیار جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری و روستایی دانشگاه محقق اردبیلی)
Vheidari56@Gmail.com

چکیده

یکی از راه‌های تجربه شده در جهان در بازنگری سیاست‌ها، توجه به کارآفرینی است که از آن در متون توسعه به عنوان بازسازماندهی و باز ساخت اقتصاد روستا نام می‌برند. همچنین تقویت کارآفرینی روستایی، به عنوان اساسی‌ترین رکن در توسعه روستایی در راستای اشتغال‌زایی، انتقال فناوری، ترغیب و تشویق سرمایه‌گذاری، افزایش رفاه و غیره از جنبه‌های گوناگون مدنظر است. در این ارتباط، سازوکار توانمندسازی روانشناختی یکی از جنبه‌های مهم در تقویت کارآفرینی روستایی است. هدف این مقاله بررسی نقش توانمندسازی روانشناختی در تقویت کارآفرینی روستایی در استان اردبیل می‌باشد. این تحقیق از نوع توصیفی-تحلیلی است که با استفاده از روش پیمایش انجام شده است. کارآفرینان روستایی و روستاییان عادی (غیر کارآفرین) استان اردبیل، جامعه آماری این پژوهش را تشکیل می‌دهند. با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده، تعداد ۱۸۰ کارآفرین روستایی و روستاییان عادی (۹۰ نفر کارآفرین و ۹۰ نفر غیر کارآفرین) انتخاب شدند. روایی صوری پرسش‌نامه با کسب نظرات صاحب‌نظران در دانشگاه و کارشناسان اجرایی مربوط به‌دست آمد. آزمون مقدماتی نیز برای به‌دست آوردن پایایی ابزار پژوهش انجام گرفت و ضرایب آلفای کرونباخ (α) برای بخش‌های مختلف پرسش‌نامه بین ۰/۸۳ الی ۰/۹۱ محاسبه شد. نتایج حاصل از آزمون همبستگی اسپیرمن نشان داد که بین ابعاد شایستگی، اثرگذاری، معنی‌داری و خودتعیینی با متغیر تقویت کارآفرینی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. همچنین در آزمون رگرسیون چندگانه خطی ابعاد شایستگی، اثرگذاری و خودتعیینی، توانایی تبیین ۰/۹۲ درصد از تغییرات متغیر تقویت کارآفرینی را دارا می‌باشند. در نهایت با توجه به تحلیل نتایج، پیشنهادات کاربردی ارائه شده است.

کلیدواژه‌ها: کارآفرینی، کارآفرینی روستایی، توانمندسازی روانشناختی، توسعه روستایی، استان اردبیل.

۱- مقدمه

شواهد تجربی حاکی از آن است که امروزه یکی از اساسی‌ترین مشکلات روستاها کمبود درآمد است. کمبود درآمد هم تا حدود زیادی ناشی از افزایش جمعیت روستاییان (قدر مطلق)، بیکاری، بهره‌وری پایین افراد و منابع، عدم جذابیت برای سرمایه‌گذاری و ضعف فضای کسب و کار است. همچنین یکی از مهم‌ترین اهداف توسعه اقتصادی در مناطق روستایی، ایجاد اشتغال و مهم‌ترین ساز و کار و ابزار آن، کارآفرینی است. کارآفرینی باعث کاهش بیکاری و افزایش بهره‌وری روستاییان و منابع می‌شود. به عبارتی، تقویت کارآفرینی روستایی، به عنوان اساسی‌ترین رکن در توسعه روستایی در راستای اشتغال‌زایی، انتقال فن‌آوری، ترغیب و تشویق سرمایه‌گذاری، افزایش رفاه و از جنبه‌های گوناگون مد نظر است.

امروزه در نظریه‌های اقتصادی توجه ویژه‌ای به فعالیت‌های خودجوش اقتصادی با عنوان «کارآفرینی در مناطق روستایی» می‌شود. کارآفرینی به عنوان یک راهبرد نو در توسعه مناطق روستایی به علت ماهیت اشتغال‌زایی بالا می‌تواند برای روستاییان اشتغال مولد و دائم و برای بیکاران فصلی اشتغال موقت ایجاد کند (رکن‌الدین افتخاری و سجاسی، ۱۳۸۹: ۱۸-۱۴).

تاکنون تعاریف متعددی از کارآفرینی شده است. در تعریف کلی می‌توان کارآفرینی را فرآیندی دانست که فرد کارآفرین با ایده‌های نو و خلاق، شناسایی فرصت‌های جدید و بسیج منابع مبادرت به ایجاد کسب و کار می‌کند (حیدری ساریان، ۱۳۹۱: ۲۶۵-۲۶۴). همچنین بنا به تعریف واژه‌نامه دانشگاه ویستر، فرد کارآفرین کسی است که متعهد می‌شود مخاطره‌های یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی و اداره کند (احمدپورداریانی، ۱۳۸۴: ۵۴). بنابراین از ویژگی‌های فرد کارآفرین می‌توان به تعهد، ریسک‌پذیری، صلاحیت و تجربه اشاره کرد (شاه حسینی، ۱۳۸۳: ۷۸). همچنین کارآفرینی در مناطق روستایی به معنای به‌کارگیری خلاقیت و نوآوری در فعالیت‌های مربوط به کشاورزی و غیر کشاورزی است. لازم به ذکر است که صرف داشتن نوآوری و خلاقیت منجر به بروز کارآفرینی نخواهد شد، مگر آنکه با توانمندی‌ها و کارکردهای مدیریتی تلفیق شود (ESCAP, 2000:103).

متون توسعه نشان می‌دهد، توانمندسازی روان‌شناختی یکی از جنبه‌های مهم در گسترش و تقویت کارآفرینی است. با توجه به مطالعات مختلفی که صورت گرفته، ثابت شده است که ویژگی‌های کارآفرینان اغلب اکتسابی است نه توارثی. از این رو در حال حاضر با ارتقای دانش، نگرش و مهارت روستاییان و در یک کلام توانمندسازی روان‌شناختی می‌توان به تقویت کارآفرینی روستایی همت گماشت. در این ارتباط، مهم‌ترین راهبردهای تقویت‌کننده کارآفرینی روستایی شامل ظرفیت‌سازی، توانمندسازی و تسریع رشد از طریق تحرک‌بخشی است، که در این تحقیق راهبرد توانمندسازی آن با رویکرد روان‌شناختی در تقویت کارآفرینی مورد بحث و بررسی قرار می‌گیرد.

سؤال اصلی این تحقیق که در پی بررسی و کاوش آن هستیم این است که آیا بین توانمندسازی روان‌شناختی و تقویت کارآفرینی ارتباط معنادار وجود دارد؟ به همین دلیل ابتدا مبانی نظری توانمندسازی روان‌شناختی و تقویت کارآفرینی مورد بحث قرار گرفته، سپس با ارائه مدل مفهومی ارتباط بین توانمندسازی روان‌شناختی و تقویت کارآفرینی در مناطق روستایی بررسی شده است.

۲- مبانی نظری

بر اساس اصول توسعه پایدار، یکی از ابعاد مهم نظریه توسعه پایدار روستایی، توجه به توسعه اقتصادی در کنار توسعه اجتماعی و بوم‌شناختی و هم‌پوشی با آن می‌باشد؛ زیرا هم‌افزایی با استفاده مطلوب از توانایی و استعداد روستاییان یکی از شیوه‌های آن‌ها برای رسیدن به این هدف است. کارآفرینی می‌تواند چارچوبی برای این مهم فراهم آورد. در برنامه کارآفرینی موضوعات سه‌گانه مشخصی تحت عنوان توسعه اقتصادی ملی مطرح می‌شود: نخست، ایجاد این آگاهی در اذهان مردم که اقتصاد محلی آن‌ها متعلق به خود آن‌هاست و آنان در این اقتصاد مشارکت دارند؛ دوم، تجزیه و تحلیل نظام‌مند راه‌هایی که به یاری آن می‌توان اقتصاد محلی را تقویت کرد؛ سوم، ضروری است ساختارهای نهادی اقتصاد محلی توسعه پیدا کند (رکن‌الدین افتخاری و همکاران، ۱۳۸۸: ۴۶-۴۵). در این چارچوب لیونز معتقد است که تا کنون اندیشه‌های اقتصادی مناطق روستایی چندان مؤثر نبوده است. بنابراین

امروزه در نظریه‌های اقتصادی، توجه ویژه‌ای به فعالیت‌های خودجوش اقتصادی با عنوان کارآفرینی در مناطق روستایی می‌شود.

شایان ذکر است، کارآفرینی تنها استراتژی مناسب برای توسعه اقتصادی روستاها نیست، اما نسبت به سایر استراتژی‌ها هزینه کمتری داشته و برای محیط روستایی مناسب‌تر است (سازمان هم‌پاری اشتغال فارغ‌التحصیلان، ۱۳۸۰: ۱۴۵). در این ارتباط، اقتصاددانان کارآفرینی را مهم‌ترین پیشرو توسعه اقتصادی روستاها، سیاستمداران آن را یک استراتژی کلیدی برای جلوگیری از ناآرامی و اغتشاش در روستاها، کشاورزان و روستاییان آن را ابزاری برای بهبود درآمد خویش و زنان آن را امکانی برای اشتغال در مجاورت محل سکونت خود که می‌تواند خودمختاری، استقلال و کاستن از نیازهای اجتماعی را در پی داشته باشند، می‌دانند (میرزا امینی، ۱۳۸۲: ۶۴). به باور مینارد^۱ و همکاران کارآفرینی در مناطق روستایی تابعی از تشخیص فرصت‌های موجود، بسترسازی برای بروز خلاقیت و به دنبال آن ایجاد نوآوری جهت بهره‌گیری از فرصت‌ها و اقدام مخاطره‌آمیز برای خلق ارزش می‌باشد (۲۰۰۹: ۱۵۰-۱۴۷).

ذکر این نکته لازم است که امروزه استفاده از توانایی و استعداد درونی روستاییان، یکی از شیوه‌های مناسب رسیدن به هدف است که می‌تواند در قالب رویکرد توانمندسازی و ظرفیت‌سازی بروز کند (Mirka, 2005: 11-14). لپی^۲ بر این باور است که توانمندسازی بستر را فراهم می‌کند تا کارآفرینان نیروی کار جسمی را به نیروی فکری تبدیل کنند (۲۰۰۹: ۳۳-۳۲). از دیدگاه نلسون، توانمندسازی فقط دادن قدرت به افراد نیست، بلکه موجب می‌شود افراد با فراگیری دانش، کسب مهارت و افزایش انگیزه بتوانند عملکردشان را بهبود بخشند (رجب‌بیگی و همکاران، ۱۳۸۸: ۱۴). کانگر^۳ و کاننگو^۴ بر این باور است که هر گونه استراتژی یا تکنیک مدیریتی که منجر به افزایش حق تعیین سرنوشت و کفایت نفس افراد گردد، توانمندی آن‌ها را در پی خواهد داشت (۱۹۸۸: ۴۷۴-۴۷۱). گفتنی است سه رویکرد ارتباطی، انگیزشی و روان‌شناختی در توانمندسازی مدنظر می‌باشد. در رویکرد ارتباطی، توانمندسازی فرآیندی است که از طریق آن یک اجتماع، مجموعه، مدیر و یا رهبر سعی در تقسیم قدرت خود در بین زیر

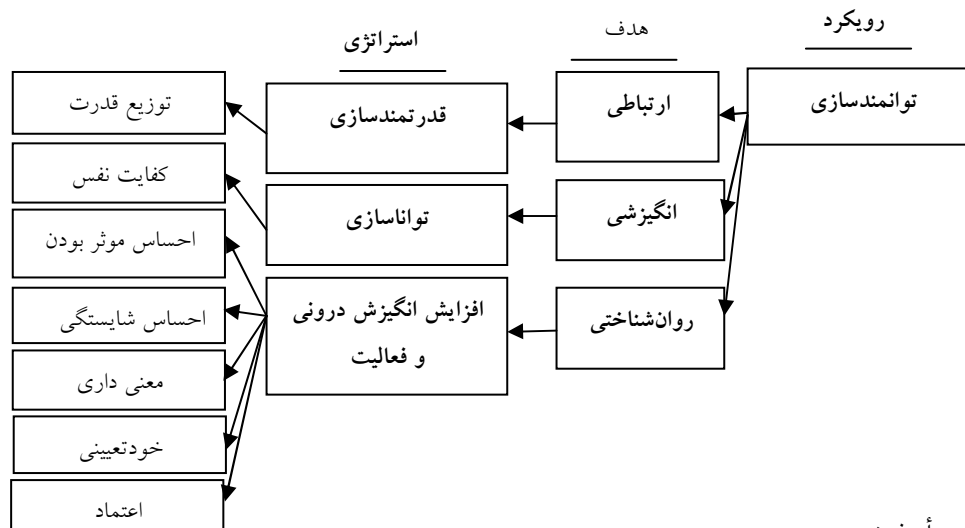
-
1. Mynard
 2. Lipi
 3. Conger
 4. Kananga

دستانش دارد (حیدری ساریان، ۱۳۸۸: ۷-۶). در رویکرد انگیزشی، توانمندسازی ریشه در تمایلات انگیزشی افراد دارد. هر استراتژی که منجر به افزایش تعیین حق فعالیت کاری (خود تصمیم‌گیری) و کفایت نفس افراد شود، توانمندی آن‌ها را در پی خواهد داشت (محمدی، ۱۳۸۵: ۴۵). در رویکردهای ارتباطی و انگیزشی، اعتقاد به استقرار توانمندسازی از طریق دستیابی و تسهیل ویژگی‌های موقعیتی است. در واقع به حضور و عدم حضور شرایط ایجادکننده توانمندسازی در محیط کاری توجه می‌شود. در صورتی که در توانمندسازی روان‌شناختی، تعبیر و تفسیر روانی افراد یا واکنش آن‌ها به این شرایط می‌باشد. به بیان دیگر، توانمندسازی روان‌شناختی واکنش افراد به شرایط توانمندسازی ساختاری است (افجه و میری، ۱۳۸۸: ۵۷-۵۶). نظریه پردازان رویکرد روان‌شناختی معتقدند توانمندسازی، موضوعی چند وجهی است و نمی‌توان تنها بر پایه یک مفهوم خاص به بررسی آن پرداخت. به همین جهت، توانمندسازی را به عنوان فرآیند افزایش انگیزش درونی وظایف واگذار شده به افراد، جامعه، اعضای یک نهاد و... تعریف نموده‌اند که در یک مجموعه از ویژگی‌های روان‌شناختی (مؤثر بودن، شایستگی، معناداری، حق انتخاب و اعتماد) متجلی می‌گردد. به باور باندورا^۱، احساس مؤثر بودن (پذیرفتن شخصی نتیجه) به معنی عدم اعتقاد به کنترل فعالیت‌های آنان توسط موانع محیط بیرونی است (۲۰۰۰: ۱۲۵-۱۲۲). به باور اسپریتزر^۲ احساس شایستگی، یک باور شخصی است که فرد احساس می‌کند، می‌تواند وظایف محول شده را به‌طور موفقیت‌آمیز انجام دهد (۱۹۹۵: ۱۴۵۰-۱۴۴۲). همچنین اسپریتزر احساس خودمختاری (داشتن حق انتخاب) را به احساس فرد از کنترل داشتن بر کار خویش و احساس مؤثر بودن را به معنی اثرگذاری فرد بر نتایج راهبردی، اداری و عملیاتی شغل می‌داند (Ibid, 1451). به اعتقاد بنیس و نانونس، معنی دار بودن به نگرش با ارزش بودن شغل اشاره دارد. به باور میشر، اعتماد به روابط بین فرادستان و زیردستان برمی‌گردد (Aziz et al., 2007: 89). (شکل ۱) سه رویکرد بیان شده را نشان می‌دهد.

در نهایت، یافته‌های علمی نشان می‌دهد که ابعاد توانمندسازی روان‌شناختی چون احساس خودتعیینی، شایستگی، تأثیر، معنی‌داری و اعتماد در کنار مدیریت اصولی و شایسته در تقویت کارآفرینی روستایی و به دنبال آن در عملکرد و موفقیت کارآفرینان روستایی تأثیر شایانی دارد.

1. Bandura
2. Spritzer

شکل ۱: رویکردهای توانمندسازی



مأخذ: نویسنده

گفتنی است، مطالعات متعدد نشان می‌دهد بین توانمندسازی روان‌شناختی و تقویت کارآفرینی در مناطق روستایی، رابطه معنادار وجود دارد. در این ارتباط، مانسکی اثرات توانمندسازی را در تقویت کارآفرینی روستایی در خلق فناوری، ایجاد اشتغال و کسب و کار جدید، تولید محصولات، خدمات و افزایش درآمد و ثروت می‌داند (Manski, 1993: 531-534). به باور میسر، بین توانمندسازی و تقویت کارآفرینی در مناطق روستایی رابطه معنادار وجود دارد؛ زیرا با توانمندسازی روستاییان زمینه به‌کارگیری عوامل کامل اقتصادی، ارتقای سطح بهره‌وری، توجه عمیق به فرصت‌های جدید، اشتغال‌زایی برای تمامی نیروها و سرمایه‌های انسانی فراهم می‌شود (Mishra, 2003: 30). ساندرسون، بر این عقیده است که توانمندسازی روان‌شناختی به تقویت کارآفرینی روستایی از طریق ایجاد خلاقیت و نوآوری، گسترش نگاه جسورانه، ایمان به ایجاد تغییر و غیره منجر می‌شود (Sanderson, 2006: 23). مطالعات جک، نشان می‌دهد بین توانمندسازی روان‌شناختی و کارآفرینی روستایی به سبب تقویت رشد اقتصادی، تحرک اجتماعی و گسترش سرمایه‌های اجتماعی در مناطق روستایی رابطه معنادار وجود دارد (Jacek, 2005: 1248-1237). زوگرافوس، در مطالعات خود دریافت که توانمندسازی روان‌شناختی با ارتقاء دانش، مهارت، ریسک‌پذیری، ارتقای شبکه پشتیبان روحی و

تخصصی به تقویت کارآفرینی منجر می‌شود (Zografos, 2009: 25-29). استرین و همکاران، در یافته‌های خود به این نتیجه رسیدند که با تقویت کارآفرینی در مناطق روستایی زمینه ایجاد فرصت‌های جدید، بهبود کیفیت زندگی، بهره‌برداری مناسب از منابع انسانی از طریق مکانیسم توانمندسازی فراهم می‌شود (Esterin et al., 2008: 693-695). جونز^۱ و انگلیش^۲ (۲۰۰۵)، دریافتند بین توانمندسازی روان‌شناختی با نوآوری، فرصت‌گرایی و آرمان‌گرایی در مناطق روستایی رابطه معنادار وجود دارد. هنری^۳ و همکاران (۲۰۰۳)، در مطالعات خود به این نتیجه رسیدند که داشتن حس اعتماد زمینه خطرپذیری، پیش‌قدم بودن در کارهای گروهی، ایمان به کار و انعطاف‌پذیری را در افراد روستایی بالا می‌برد. چمبرز^۴ (۲۰۰۲)، دریافت که داشتن احساس اثرگذاری در افراد روستایی سبب می‌شود تا منابع مالی، فناوری، تجربه و دانش را با هم ترکیب کرده و مدیریت منابع و فعالیت جدید را ابداع کند و به دنبال آن میزان تولید را افزایش دهد. فری^۵ (۱۹۹۹)، به این باور رسید که داشتن احساس اثرگذاری در افراد روستایی زمینه بروز عقاید، خلاقیت و نوآوری، مداخله در تصمیم‌گیری و روند اجرای برنامه‌ها را فراهم می‌آورد. به باور روی^۶ و هارتیکان (۲۰۰۹)، بین توانمندسازی روان‌شناختی و اشتغال‌زایی، رشد و تقویت اقتصاد روستا و افزایش بهره‌وری تولیدات رابطه معنادار وجود دارد. از دیدگاه رام^۷ (۲۰۰۹)، با توانمندسازی زمینه انعطاف‌پذیری، پیش‌قدمی، پشتکار، سخت‌کوشی، منفعت‌شناسی، خوداشتغالی و به‌طور کلی کارآفرینی در مناطق روستایی ظهور می‌یابد. به باور هانسر (۲۰۱۰)، توانمندسازی روان‌شناختی زمینه لازم را برای اشتغال‌زایی، افزایش درآمد و تولید ثروت از طریق تقویت کارآفرینی فراهم می‌کند.

در نهایت متغیرهای تحقیق در خصوص نقش توانمندسازی روان‌شناختی در تقویت کارآفرینی روستایی در (جدول ۱) و چارچوب نظری تحقیق با توجه به مرور ادبیات و پیش‌نگاشته‌های موضوع و براساس اهداف پژوهش در (شکل ۲) ارائه شده است.

1. Jones
2. English
3. Henry et al
4. Chambers
5. Fry
6. Ray
7. Ram

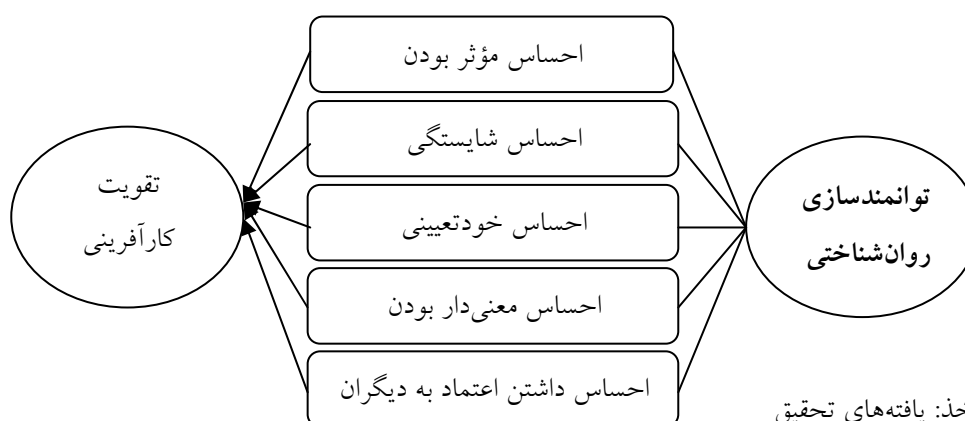
جدول ۱: معرفی متغیرهای تحقیق در خصوص نقش توانمندسازی روان‌شناختی در تقویت

کارآفرینی روستایی

متغیرهای تحقیق	مآخذ
ایجاد نوآوری، اشتغال زایی، تولید محصولات	Manski, 1998
ارتقای بهره‌وری، توجه به فرصت‌های جدید، به‌کارگیری عوامل اقتصادی	Mishra, 2003
ایجادخلاقیت، نوآوری، ایجاد تغییر و باور به شناخت واقعیت	Sanderson, 2006
تحرك اجتماعی و گسترش سرمایه اجتماعی	Jacek, 2005
ارتقای دانش، مهارت و خطرپذیری	Zografos, 2009
ایجاد فرصت جدید، بهبود کیفیت زندگی، بهره‌برداری مناسب از منابع انسانی	Esterin and et al, 2006
افزایش اعتماد، پیش‌قدم بودن در کارهای گروهی، انعطاف‌پذیری	Henry, 2003
پیش‌قدمی، سخت‌کوشی، انعطاف‌پذیری و منفعت‌شناسی	Ram, 2009
اشتغال‌زایی و افزایش درآمد	Hacer, 2010

مآخذ: یافته‌های تحقیق

شکل ۲: چارچوب نظری پژوهش



مآخذ: یافته‌های تحقیق

۳- روش تحقیق

روش انجام این پژوهش توصیفی-هم‌بستگی است. در این تحقیق روش گردآوری داده‌ها برای پاسخگویی به سؤالات تحقیق، به دو صورت اسنادی (داده‌های ثانویه) و پیمایشی (داده‌های اولیه) است و ابزار مورد استفاده در روش پیمایشی، پرسش‌نامه و مصاحبه بوده است. به منظور بررسی ارتباط بین متغیرهای پژوهش از دو نوع پرسش‌نامه توانمندسازی روان‌شناختی و کارآفرینی روستایی استفاده شد. ابزار جمع‌آوری داده، پرسش‌نامه بوده است. همچنین پرسش‌نامه توانمندسازی روان‌شناختی شامل ۴۱ پرسش است، که به سنجش ابعاد خودتعیینی، شایستگی، تأثیر، معنی‌داری و اعتماد پرداخته شده است. این ابعاد به شیوه خودسنجی با طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت (خیلی کم=۰، کم=۱، متوسط=۲، زیاد=۳ و خیلی زیاد=۴) اندازه‌گیری شده است. پس از آن فضای تبیین‌کننده توانمندسازی روان‌شناختی کارآفرینان به شرحی که در ادامه می‌آید و در (شکل ۳) نشان داده شده است، تعریف و از طریق گویه‌های مناسب عملیاتی شده‌اند. در این معنا خودتعیینی به معنی احساس آزادی افراد در مورد چگونگی انجام کارهای خود است که با مؤلفه‌های خودمختار بودن، خودآغازگر بودن و هدایت‌گر بودن مورد سنجش قرار گرفته است.

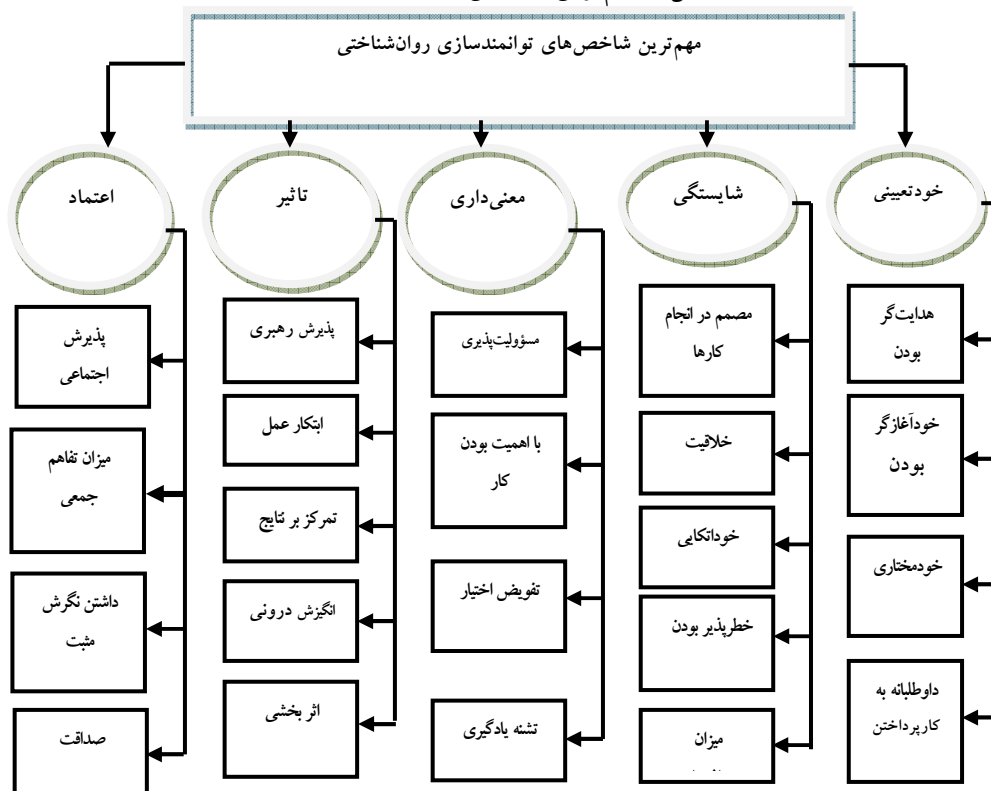
شایستگی به آن معناست که افراد اعتقاد دارند که مهارت و توانایی انجام کارهای خود را دارند. در این معنا، شایستگی با مؤلفه‌های خلاقیت، خطرپذیری، خود اتکایی، میزان مسأله‌یابی و مشکل‌گشایی مورد سنجش قرار گرفته است.

معنی‌دار بودن به معنای با ارزش بودن کاری است که به دست افراد توانمند انجام می‌گیرد و با مؤلفه‌های مسؤولیت‌پذیری، با اهمیت بودن کار برای افراد، اشتیاق یادگیری و به‌دست آوردن اطلاعات نو و جدید سنجش شده است.

مؤلفه تأثیر به معنای آن است که به افراد اجازه داده شود تا تأثیر واقعی بر محیط اطرافشان داشته باشند و نیز به آن‌ها در مورد اینکه تصمیماتشان لحاظ می‌شود، اطمینان داده شود. مؤلفه تأثیر با شاخص ابتکار عمل، تمرکز بر نتایج، انگیزش درونی و اثربخشی تعریف و سنجش شده است. اعتماد به معنای آن است که افراد احساس کنند که با آن‌ها منصفانه و یکسان برخورد خواهد شد.

در پژوهش حاضر، مؤلفه‌ی اعتماد با شاخص پذیرش اجتماعی، میزان تفاهم جمعی، داشتن نگرش مثبت و صداقت، عملیاتی و سنجش شده است.

شکل ۳: مهم‌ترین شاخص‌های توانمندسازی



برای تهیه و تنظیم پرسش‌نامه عوامل روان‌شناختی از پرسش‌نامه روان‌شناختی اسپریتزر نیز استفاده شده است. افزون بر این، برای سنجش تقویت کارآفرینی روستایی با توجه به سؤالات تحقیق به تهیه و تنظیم پرسشنامه مبادرت شد. روایی صوری پرسش‌نامه با کسب نظرات صاحب‌نظران در دانشگاه و کارشناسان اجرایی مربوط به دست آمد. در این پژوهش ضریب آلفای کرونباخ پرسش‌نامه‌های کارآفرینی روستایی و توانمندسازی روان‌شناختی با استفاده از نرم‌افزار SPSS، محاسبه شد که به ترتیب برابر ۰/۹۱ و ۰/۸۳ بوده است. جامعه آماری این پژوهش شامل تمامی روستاییان کارآفرین استان اردبیل ۹۰ نفر بود. انتخاب این ۹۰ نفر بر مبنای کل شماری انجام گرفت. از سویی، برای برابری در آزمون نتیجه، ۹۰ نفر از روستاییان غیر کارآفرین

یا به عبارتی روستاییان عادی به عنوان گروه شاهد استان انتخاب شدند. روش نمونه‌گیری در این پژوهش، نمونه‌گیری تصادفی ساده از روستاهایی بوده است که کارآفرین بودند. به این ترتیب، اصل شانس برابر برای انتخاب افراد جامعه جهت عضویت در نمونه رعایت شد.

شایان ذکر است کارآفرین روستایی در این تحقیق به کسانی اطلاق شده است که با داشتن ویژگی‌های روان‌شناختی منحصر به فرد مانند احساس نیاز به انجام کارهای بزرگ، بهره‌مند از هوش کافی، تأثیرگذار بودن بر دیگران، عمل‌گرایی، تمایل به انجام کارهای ابداعی نه انطباقی، واقع‌گرایی، مقاومت در برابر شکست، مسئولیت‌پذیری، اعتماد به نفس، زمان‌شناسی، امیدواری دائمی به کسب موفقیت و تمایل نسبی به پذیرش خطر، اقدام به تولید ارزش در مناطق روستایی می‌کند.

در این پژوهش اطلاعات به‌دست آمده با استفاده از شیوه‌های آمار استنباطی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. برای تبیین رابطه بین هر یک از ابعاد توانمندسازی روان‌شناختی (خودتعیینی، شایستگی، تأثیر، معنی‌داری، اعتماد) و کارآفرین روستایی از ضرایب همبستگی اسپیرمن، آزمون یومان من وایت‌نی و رگرسیون چند متغیره استفاده شد و همه عملیات آماری با استفاده از نرم افزار SPSS انجام شد. در نهایت در تحقیق حاضر، فرضیه‌های زیر مورد آزمون قرار می‌گیرد:

- بین احساس خودتعیینی و تقویت کارآفرینی روستایی رابطه معنادار وجود دارد.
- بین احساس شایستگی و تقویت کارآفرینی روستایی رابطه معنادار وجود دارد.
- بین احساس مؤثر بودن و تقویت کارآفرینی روستایی رابطه معنادار وجود دارد.
- بین احساس معنی‌دار بودن و تقویت کارآفرینی روستایی رابطه معنادار وجود دارد.
- بین احساس اعتماد به دیگران و تقویت کارآفرینی روستایی رابطه معنادار وجود دارد.

۴- یافته‌های تحقیق

۴-۱- نتایج توصیفی

همان‌طور که جدول (شماره ۲) نشان می‌دهد، افراد مورد مطالعه در چهار گروه سنی توزیع شده‌اند. در بین روستاییان کارآفرین بیش‌ترین فراوانی مربوط به رده سنی ۳۰-۲۱ سال و در گروه روستاییان غیر کارآفرین نیز مربوط به رده سنی ۳۰-۲۱ سال می‌باشد.

جدول ۲: مشخصات فردی نمونه مورد مطالعه

غیر کارآفرین		کارآفرین		گروه سنی
درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
۲۲/۲۲	۲۰	۲۶/۶۶	۲۴	۲۰ سال و کمتر
۲۷/۷۷	۲۵	۳۳/۳۳	۳۰	۲۱-۳۰
۲۵/۵۵	۲۳	۲۸/۸۸	۲۶	۳۱-۴۰
۲۴/۴۴	۲۲	۱۱/۱۱	۱۰	۴۱ سال و بالاتر

مأخذ: یافته‌های پژوهش

همان‌طور که جدول (شماره ۳) نشان می‌دهد، در سطح تحصیلات روستاییان کارآفرین بیش‌ترین فراوانی مربوط به افراد دارای سواد راهنمایی است. در گروه روستاییان غیر کارآفرین بیش‌ترین فراوانی مربوط به افراد دارای سواد خواندن و نوشتن است.

جدول ۳: میزان تحصیلات نمونه فردی مورد مطالعه

غیر کارآفرین		کارآفرین		سطح تحصیلات
درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
۲۲/۲۲	۲۰	۱۲/۲۲	۱۱	بی سواد
۲۶/۶۶	۲۴	۱۱/۱۱	۱۰	خواندن و نوشتن
۱۷/۷۷	۱۶	۲۰	۱۸	ابتدایی
۱۳/۳۳	۱۲	۲۱/۱۱	۱۹	راهنمایی
۱۲/۲۲	۱۱	۱۸/۸۸	۱۷	متوسطه
۷/۷۷	۷	۱۶/۶۶	۱۵	دیپلم و بالاتر

مأخذ: یافته‌های پژوهش

۲-۴- نتایج استنباطی

در این قسمت به منظور مقایسه اختلاف بین میانگین‌های تحقیق از آزمون یومان من وایت نی و برای تعیین رابطه بین متغیرهای تحقیق از ضریب هم‌بستگی اسپیرمن و برای تعیین سهم یک یا چند متغیر مستقل در پیش‌بینی متغیر وابسته از روش رگرسیون چند متغیره (روش گام به گام) استفاده شده است که نتایج آن در زیر ارائه شود:

الف) نتایج آزمون یومان من وایت نی

با توجه به (جدول ۴)، نتایج آزمون من وایت نی نشان می‌دهد که بین روستاییان کارآفرین و غیرکارآفرین از نظر احساس معنی‌داری و احساس خودتعیینی اختلاف معنی‌داری در سطح ۱ درصد خطا وجود دارد. همچنین بین روستاییان کارآفرین و غیر کارآفرین از نظر احساس شایستگی و احساس اثرگذاری اختلاف معنی‌داری در سطح ۵ درصد خطا وجود دارد. با توجه به میانگین‌های رتبه‌ای به‌دست‌آمده از دو گروه می‌توان اظهار کرد که در تمام موارد ذکر شده توانمندسازی روان‌شناختی (در بعد احساس شایستگی، احساس اثرگذاری، احساس معنی‌داری و احساس خودتعیینی) روستاییان کارآفرین روستایی بیشتر از روستاییان غیر کارآفرین روستایی بوده است. همچنین این آزمون نشان می‌دهد که بین روستاییان کارآفرین و غیرکارآفرین از نظر احساس اعتماد، اختلاف معنی‌داری وجود ندارد. به عبارت دیگر توانمندسازی روان‌شناختی روستاییان کارآفرین و غیر کارآفرین در موارد ذکر شده یکسان بوده است.

جدول ۴: نتایج حاصل از آزمون من وایت نی در خصوص اختلاف میانگین روستاییان کارآفرین و غیر کارآفرین

مقدار (P)	مقدار (Z)	مقدار (U)	میانگین دو گروه مستقل		متغیر
			کارآفرین	غیرکارآفرین	
۰/۲۰۵	-۱/۲۶۹	۳۶۱۷	۹۵/۳۵	کارآفرین	احساس اعتماد
			۸۵/۶۹	غیرکارآفرین	
۰/۰۲۶	-۲/۳۳۴	۳۲۸۵/۵	۹۸/۹۹	کارآفرین	احساس شایستگی
			۸۲/۰۱	غیرکارآفرین	
۰/۰۲۴	-۲/۲۶۵	۳/۲۷۴	۹۹/۱۳	کارآفرین	احساس اثرگذاری
			۸۱/۸۷	غیرکارآفرین	
۰/۰۰۱	-۳/۴۲۱	۲/۸۷۴	۱۰۳/۵۷	کارآفرین	احساس معنی‌داری
			۷۷/۴۳	غیرکارآفرین	
۰/۰۰۲	-۳/۱۲۲	۲/۹۷۶	۱۰۲/۴۳	کارآفرین	احساس خودتعیینی
			۷۷/۵۷	غیرکارآفرین	

مأخذ: یافته‌های تحقیق

ب) نتایج حاصل از ضریب هم‌بستگی اسپیرمن

با توجه به اطلاعات مندرج در (جدول ۵)، نتایج ضریب هم‌بستگی اسپیرمن نشان می‌دهد که رابطه بین متغیرهای احساس شایستگی، احساس اثرگذاری، احساس معنی‌داری و احساس خودتعیینی با متغیر

وابسته تقویت کارآفرینی در سطح ۱ درصد خطا مثبت شده است. ضمن اینکه بین متغیر احساس اعتماد با متغیر تقویت کارآفرینی رابطه‌ی معناداری مشاهده نشده است.

جدول ۵: نتایج ضریب هم‌بستگی اسپیرمن جهت تعیین وجود رابطه بین توانمندسازی روان‌شناختی و تقویت کارآفرینی

مقدار (p)	مقدار (r)	متغیر وابسته	متغیر مستقل	توانمندسازی روان‌شناختی
۰/۲۵۴	۰/۰۸۵	تقویت کارآفرینی	احساس اعتماد	
۰/۰۰۰	۰/۴۳۶	تقویت کارآفرینی	احساس شایستگی	
۰/۰۰۰	۰/۳۶۲	تقویت کارآفرینی	احساس اثرگذاری	
۰/۰۰۰	۰/۵۸۹	تقویت کارآفرینی	احساس معنی‌داری	
۰/۰۰۰	۰/۶۱۴	تقویت کارآفرینی	احساس خودتعیینی	

مأخذ: یافته‌های تحقیق

ج) نتایج رگرسیون چندمتغیره

در این روش بر اساس بتای استاندارد به‌دست آمده، متغیرهای احساس شایستگی، احساس خودتعیینی و احساس اثرگذاری به ترتیب به عنوان متغیرهایی بودند که بیش‌ترین سهم را در میزان تغییرات متغیر وابسته داشتند. بنابراین این متغیرها در مدل نهایی باقی‌مانده و بقیه متغیرها از معادله حذف شدند. نتایج نشان می‌دهد این متغیرهای پیش‌بین ۹۲ درصد ($R^2 = ۰/۹۲$) از میزان واریانس متغیر وابسته (تقویت کارآفرینی) را پیش‌بینی می‌کنند. ضریب تعیین، بیانگر این است که متغیرهای دیگری نیز در میزان تقویت کارآفرینی روستاییان تأثیرگذار بوده‌اند که در مطالعه حاضر بررسی نشده است. نتایج تحلیل واریانس یک طرفه نیز معنی‌دار بودن رگرسیون و رابطه‌ی خطی بین متغیرها را در گام نهایی نشان می‌دهد. (جدول ۶ و ۷) اطلاعات مربوط به این تجزیه و تحلیل را نشان می‌دهد. به منظور برآورد معادله تخمین، با توجه به اطلاعات به‌دست آمده و معنی‌دار بودن مدل نهایی رگرسیون چندمتغیره در این پژوهش، با معادله زیر می‌توان میزان توانمندسازی روان‌شناختی را با تقویت کارآفرینی در منطقه مورد مطالعه تخمین زد:

$$Y = ۳/۳۸ + ۱ X_1 + ۰/۹۹۹ X_2 + ۱ X_3$$

جدول ۶: ضرایب رگرسیون چند مرحله‌ای برای تبیین رابطه توانمندسازی روانشناختی و تقویت

کارآفرینی

مقدار (P)	F مقدار	ضریب تعیین تعدیل شده	تغییرات R^2	ضریب تعیین R^2	ضریب رگرسیون	نام متغیر	گام
۰/۰۰۰	۳۸۱/۸۸	۰/۶۸۰	۱۴۲/۸۱	۰/۶۸۲	۰/۸۲۶	احساس شایستگی	۱
۰/۰۰۰	۵۰۴/۸۰	۰/۸۴۹	۹۸/۰۹	۰/۸۵۱	۰/۹۲۲	احساس اثرگذاری	۲
۰/۰۰۰	۷۲۸/۹۷	۰/۹۲۴	۶۹/۵۱	۰/۹۲۶	۰/۹۶۲	احساس خود تعیینی	۳

مأخذ: یافته‌های تحقیق

جدول ۷: ضرایب متغیرهای وارد شده در معادله رگرسیون نهایی برای تبیین رابطه توانمندسازی و

تقویت کارآفرینی

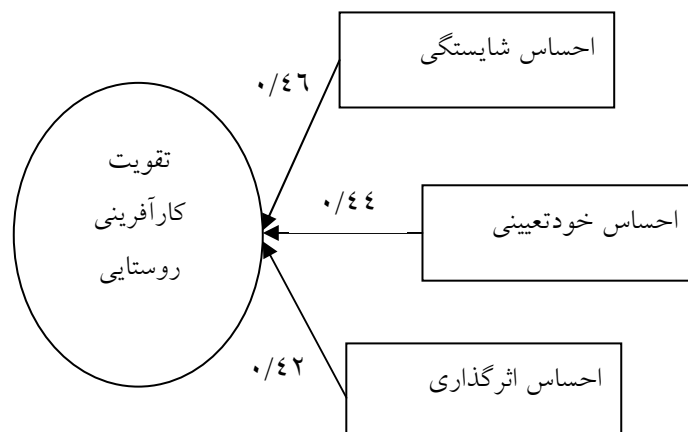
مقدار (P)	t محاسبه شده	ضرایب استاندارد نشده		متغیرهای پیش‌بین	
		ضرایب استاندارد شده بتا (β)	خطای معیار ضریب ورود		
۰/۰۰۰	۲۶/۷۶۸	-----	۰/۱۱۳	۳/۳۸	عدد ثابت (عرض از مبدا)
۰/۰۰۰	۷۸۰/۲۲۳	۰/۴۶۷	۰/۰۰۱	۱	احساس شایستگی (X_1)
۰/۰۰۰	۱/۰۳۶	۰/۴۲۶	۰/۰۰۱	۰/۹۹۹	احساس اثرگذاری (X_2)
۰/۰۰۰	۷۶۶/۶۹۵	۰/۴۴۹	۰/۰۰۱	۱	احساس خود تعینی (X_3)

مأخذ: یافته‌های تحقیق

در نهایت، اطلاعات مندرج در (شکل ۴)، نشان می‌دهد بر اساس نتایج حاصل از ضریب بتا، سهم و نقش متغیر «احساس شایستگی» در تبیین متغیر وابسته «تقویت کارآفرینی روستایی» بیشتر از سایر متغیرها است و متغیرهای احساس خود تعینی و احساس اثرگذاری به ترتیب در اولویت بعدی قرار گرفتند.

1. Beta

شکل ۴: اهمیت نسبی متغیرهای مستقل در تبیین تقویت کارآفرینی روستایی



مأخذ: یافته‌های تحقیق

۵- نتیجه‌گیری

با نگاه توسعه‌ی پایدار، کارآفرینی در محیط روستایی در جنبه‌های اقتصادی، کمک به ایجاد اشتغال، بهره‌گیری از منابع مالی محدود با کم‌ترین میزان ارزشی و کسب درآمد برای خانوارهای فاقد درآمد یا کم‌درآمد و از جنبه‌ی اجتماعی/نهادی، کمک به بهبود عدالت، ارتقای زمینه‌ی مشارکت، هدایت تغییرات اجتماعی، برانگیختن نیروها و استعدادها بالقوه افراد برای سازندگی، اتکا به خود، تعالی فردی و اجتماعی و کمک به گروه‌های خاص جامعه و از جنبه‌ی محیطی، رعایت حقوق مکان‌ها، مدیریت منابع، بهره‌برداری بهینه از محیط، حفظ منابع، کاهش مخاطرات، اکوسیستم سالم و تنوع زیستی در سیاست‌گذاری کارآفرینی مدنظر است. همان‌طور که مطرح شد، نوشتار حاضر نقش توانمندسازی روان‌شناختی را در تقویت کارآفرینی روستایی مورد بررسی و تحلیل قرار داده است. تحلیل‌های آماری نشان داد توانمندسازی روان‌شناختی در تقویت کارآفرینی روستایی استان اردبیل تأثیرگذار بوده است. به‌طوری‌که هم‌بستگی تقویت کارآفرینی در تمامی ابعاد توانمندسازی روان‌شناختی به جز ابعاد احساس اعتماد در قالب فرضیه تحقیق به اثبات رسید و در این ارتباط، میزان P محاسبه شده بین متغیرهای احساس خودتعیینی، شایستگی، معنی‌داری و اثرگذاری با متغیر تقویت کارآفرینی روستایی سطح معناداری کمتر از ۰/۰۱ را

نشان داد. این یافته با مطالعات ویلیمامز^۱ (2007) و فیسک^۲ (2002) مطابقت دارد. از طرف دیگر، نتایج آزمون من‌وایت نی نشان داد، در تمامی ابعاد توانمندسازی روانشناختی، احساس شایستگی، اثرگذاری، معناداری و خودتعیینی روستاییان کارآفرین روستایی بیشتر از روستاییان غیر کارآفرین روستایی بوده است. همچنین این آزمون نشان داد که بین روستاییان کارآفرین و غیر کارآفرین از نظر احساس اعتماد، اختلاف معنی داری وجود ندارد. به عبارت دیگر توانمندسازی روانشناختی روستاییان کارآفرین و غیر کارآفرین در مورد بعد اعتماد یکسان بوده است. این مطالعه با یافته های کلین^۳ (2009) و کابالا^۴ (2008) مطابقت دارد. علاوه بر این، نتایج تحلیل رگرسیون نشان داد که از بین متغیرهای تحقیق، ۳ متغیر (شایستگی، تأثیر و خودتعیینی) توسط رایانه در معادله باقی ماندند و سایر متغیرها از معادله خارج شدند و این سه متغیر توانستند ۹۲٪ درصد از تغییرات را تبیین نمایند. این یافته با مطالعات کرونیس^۵ (2006) و دابسون^۶ (2006) و فاستر^۷ (2006) منطبق است.

افزون بر این، بر اساس نتایج حاصل از ضریب بتا، احساس شایستگی، خودتعیینی و اثرگذاری در تبیین متغیر وابسته (تقویت کارآفرینی) به ترتیب در اولویت اول تا سوم قرار گرفتند. نتایج تحقیق نشان داد توانمندسازی روانشناختی از مهم‌ترین ارکان تقویت کارآفرینی روستایی از طریق تشخیص فرصت‌های موجود، اقدام توأم با خطر، بروز استعداد درونی روستاییان، خلق فنآوری‌های جدید، افزایش خطرپذیری، پیش‌قدمی در کارهای گروهی، ایمان به کار، انعطاف‌پذیری، ابداع مدیریت منابع و فعالیت جدید، گسترش نگاه جسورانه، ایمان به ایجاد تغییر، باور به شناخت واقعیت، گسترش سرمایه‌های اجتماعی، ارتقای دانش، کسب مهارت و تغییر نگرش، ارتقاء شبکه پشتیبان روحی و تخصصی، به‌کارگیری خلاقیت و نوآوری در فعالیت‌های کشاورزی و غیر کشاورزی، بهره‌برداری مناسب از منابع انسانی، ایجاد بستر برای اظهار عقیده، شناسایی فرصت‌های جدید و بسیج منابع، سخت‌کوشی، انعطاف‌پذیری و غیره می‌باشد. تقویت کارآفرینی روستایی هم با افزایش تولید محصولات، افزایش درآمد و ثروت، ارتقای سطح بهره‌وری، اشتغال‌زایی،

1. Williams
2. Fisk
3. Kelin
4. Cabala
5. Cronies
6. Dabson
7. Foster

کاهش بیکاری، ترغیب و تشویق سرمایه‌گذاری، افزایش رفاه، جلوگیری از اغتشاشات و ناآرامی‌ها و رشد اقتصادی روستا به توسعه مناطق روستایی شتاب بیشتری می‌بخشد.

علاوه بر این، با استناد به نتایج تحقیق مبنی بر معنادار نبودن بعد اعتماد توانمندسازی روان‌شناختی در تقویت کارآفرینی روستایی می‌توان با افزایش اعتماد به نفس روستاییان، میزان کارآفرینی آنان را افزایش داد؛ زیرا افراد دارای اعتماد به نفس بالا که خود را مهم، معنی‌دار و ارزشمند می‌دانند، به طور میانگین اثربخش‌تر از آنانی هستند که اعتماد به نفس کمتری دارند. آن‌ها بهتر کار می‌کنند و کمتر به رها کردن خود فکر می‌کنند و همین خود به تقویت کارآفرینی روستایی منجر می‌شود. همچنین با افزایش اعتماد به نفس روستاییان، ادراک منفی یا ضعیف از خود، عزت نفس پایین، ارزیابی ضعیف از توانمندی‌های خود و احتمال شکل‌گیری ساختار روانی و شخصیتی ضعیف افراد کارآفرین روستایی از بین می‌رود؛ زیرا بر اساس ویژگی‌هایی که بر کارآفرینان برشمرده می‌شود، در صورتی می‌توان یک فرد را کارآفرین نامید که در اندیشه تغییر و بهبود شرایط کارش باشد، فکر جدیدی در سر داشته باشد، در برابر عدم قطعیت پایدار باشد و از قدرت رهبری و بسیج منابع در جهت هدف برخوردار باشد. بر اساس یافته‌های علمی، اصل شکل‌گیری مؤلفه‌های بالا تا حدّ بسیار زیادی در گرو افزایش اعتماد به نفس آن‌ها است.

کتابنامه

۱. احمدپور داریانی، محمد. (۱۳۸۴). کارآفرینی، تعاریف، نظریه‌ها و الگوها. چاپ اول. انتشارات مؤسسه پردیس ۵۷
۲. افجه، سید علی اکبر؛ میری، عبدالرضا. (۱۳۸۸). «الگوی توانمندی برای ارتقاء عملکرد کارکنان صنعت قطعه‌سازی خودرو در ایران». فصلنامه علوم مدیریت ایران. شماره ۱۴. صص ۱۶۹-۱۴۹.
۳. حقیقی، ایمان. (۱۳۸۵). «کارآفرینی و توسعه نقش اقتصادی بخش خصوصی در ایران». فصلنامه راهبرد یاس. شماره ۸ ص ۱۷۳.
۴. حیدری ساریان، وکیل. (۱۳۸۸). نقش دانش توانمندسازی کارکنان جهاد کشاورزی و کشاورزان در توسعه کشاورزی، مطالعه موردی: استان اردبیل. رساله دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی. دانشگاه تربیت مدرس.
۵. حیدری ساریان، وکیل. (۱۳۹۱). «بررسی عوامل مؤثر بر تقویت کارآفرینی کشاورزان در مناطق روستایی، مطالعه موردی: شهرستان مشکین شهر». فصلنامه جغرافیا. سال دهم. شماره ۳۵. صص ۲۶۴-۲۶۵.

۶. دنیایی، حمید؛ یعقوبی، جعفر و رجایی، یدالله. (۱۳۸۹). «عوامل مؤثر بر توسعه و تقویت کارآفرینی در تعاونی‌های کشاورزی استان زنجان». *فصلنامه تعاون*. شماره ۱۱۳. ص ۱۱۳.
۷. رجب بیگی، مجتبی؛ فروزنده، لطف الله و افسون، ویزی. (۱۳۸۸). «عوامل مؤثر بر توانمندسازی دانشجویان پژوهشگاه صنعت نفت». *فصلنامه علوم مدیریت ایران*. شماره ۱۴، ص ۱۴.
۸. رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا؛ طاهرخانی، مهدی و سجاسی قیداری، حمدالله. (۱۳۸۸). «تحلیل ابعاد و عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی کشاورزی مناطق روستایی؛ مطالعه موردی روستاهای شهرستان خداآهنده». *فصلنامه روستا و توسعه*. شماره ۳. صص ۴۶-۴۵.
۹. رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا؛ سجاسی قیداری، حمدالله. (۱۳۸۹). *توسعه روستایی با تأکید بر کارآفرینی؛ انتشارات سمت*. صص ۱۸-۱۴.
۱۰. سازمان همیاری اشتغال فارغ التحصیلان. (۱۳۸۰). «شورای عالی اطلاع رسانی». *مجموعه مقالات همایش نقش فناوری اطلاعات در اشتغال*. تهران.
۱۱. شاه حسینی، علی. (۱۳۸۳). *کارآفرینی*. چاپ اول. تهران: نشر آریز.
۱۲. محمدی، محمد. (۱۳۸۵). «توانمند سازی نیروی انسانی». *فصلنامه مطالعات مدیریت*. شماره ۲. ص ۴۵.
۱۳. میرزا امینی، محمدرضا. (۱۳۸۲). *راهکارهای توسعه کارآفرینی و اشتغال زایی روستایی*. اندیشگاه شریف.
14. Azize Ergeneli, Güler Saglam, Ar Selin Metin. (2007). Psychological empowerment and its effect on rural development, Washington. D.C. Vol(2), pp.20.
15. Bandura, Albert. (2000). Cultivate self-efficacy Foa personal and organizational effectiveness, HandBook of Principles of Organization Behavior, Oxford, UK: Blachwell. PP.122-125.
16. Cabala, L. (2008). Design Rural Entrepreneurship in Practice, COTF System for Community Transformation.
17. Canger Jay A . Kanungo Rabindra N. (1988). The empowerment process: integrating theory and practice, Academy of Management Review, Vol.13, No.3, and PP.471-474.
18. Chambers, R. (2002). Human capital for entrepreneurship in higher education. London. Edgar.
19. Cronies, S. (2006). Understanding Enterprise, Entrepreneurship and Small Business, Macmillan, Basingstoke, (5): 243-246.
20. Dabson, B. (2006). Mapping Rural Entrepreneurship, Washington, D.C. Crop. For Enterprise Development.

21. ESCAP(2000) The empowerment of the rural poor through decentralization in poverty alleviation actions, Economics and Social Commission for Asia and the Pacific. Fifty-Sixth Session of the Commission.
22. Esterin, S. Meyer, K. M. Bychkova, M. (2009). Entrepreneurship in transition economics. In Anchor Book, New York.
23. Fry, F. (1999) entrepreneurship: A planning approach, Cornell University.
24. Hancer, M. (2010), Psychological empowerment of non-supervisory employees working in full-service hospitality, *Management*, 22, pp 3-5
25. Henry, C., Hill, F., and Leitch, C. (2003). Entrepreneurship education and training. London, Ashgate Publishing Limited.
26. Jacek, H. (2005). Psychological empowerment at the workplace as a predictor health. *Personality and individual differences*, vol 39, pp. 1237-1248.
27. Jones, C. and English, J. (2005). "A contemporary approach to entrepreneurship education". *Journal of education & Training*. Vol(46), pp 416-420.
28. Lipi, H. (2009). Women empowerment: globalization and opportunity, in Empowerment of Rural Women in India, Kandisha Publishers, New Dehli.
29. Manski, C. (1993). "Identification of endogenous social effects: The Reflection Problem" *Review of Economic Studies*, Vol.60, pp.531-534.
30. Mirka, M.R. (2005). Agri business & entrepreneurship. GDC Rural Research Foundation.
31. Mishra, S.P. (2003). Factors affecting women entrepreneurship in small and cottage industries in India, International Labor Organization, Swedish International Development Cooperation Agency.
32. Mynard, M. T., Mathieu, J., Marsh, W. (2009). A multilevel investigation of the influences of employee resistance to empowerment. *Human performance*. Vol.20. pp 147-150.
33. Ram, N. T. (2009). Empowerment of rural women in India, in empowerment of rural women in India Kanishka Publishers, New Dehli, pp 21.
34. Roy, B., Hartigan, J. (2009). Empowering the rural poor to develop themselves. Innovation, Special edition for the World Economic Forum Annual meeting, Vol.9, pp.71-75.
35. Sanderson, D. (2006). *the ownership enterprise*, Harvard University Press, Cambridge, MA, pp 23.
36. Spritzer, M. (1995). "Psychological empowerment in work place, dimensions, measurement and validation". *The Academy Management Journal*. Vol.38, No.5, PP.1442-1465.

37. Williams, C.(2007). "Socio-Spatial Variations in the Nature of Entrepreneurship". *Journal of Enterprising Communities, People and Places in the Global Economy*. (11): 28-32.
38. Zografos, c.(2009). "Rurality discourse and the role of social enterprise in regenerating rural Scotland". *Journal, of rural studies*. pp25-29