

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمانشاه

پایان نامه برای دریافت درجه کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی

### موضوع

طراحی الگوی نقش صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان، روستائیان و عشایر بر توسعه کارآفرینی (مورد مطالعه: صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان، روستائیان و عشایر استان کرمانشاه)

استاد راهنما:

دکتر سید فرهاد حسینی

نگارنده

سجاد پرسته

پاییز ۱۳۹۸

## پاس گذاری:

باس از سه وجود مقدس:

آنان که ناتوان شدند تا ما به توانایی برسیم...  
موباشان سپید شد تا ما رو سفید شویم...  
و عاشقانه سوختند تا ما کرامت بخش وجود  
ما رو شکر راهبان باشند...

پدرانمان - مادرانمان - استادانمان

این پایان نامه را ضمن تشکر و سپاس بیکران از استاد صبور و باتقوا و شایسته دکتر سید فرهاد حسینی زحمت راهنمایی این  
پایان نامه را بر عهده گرفتند چرا که بدون راهنمایی های ایشان تأمین این پایان نامه برام بسیار مشکل بود. بسیار  
پاس گذارم که بادی بسوزی و مهربانی آرامش روحی و آسایش فکریم را فراهم آوردند.

تقدیم ہے:

خانوادہ عزیزم

## فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۱.....	چکیده
	فصل اول: کلیات تحقیق
۳.....	۱-۱) مقدمه
۳.....	۲-۱) بیان مسئله
۴.....	۳-۱) اهمیت و ضرورت تحقیق
۷.....	۱-۴-۱) اهداف اصلی
۷.....	۲-۴-۱) اهداف ویژه
۷.....	۳-۴-۱) اهداف کاربردی
۸.....	۵-۱) سوالات تحقیق
۸.....	۶-۱) قلمرو پژوهش
۸.....	۳-۲-۱-۱) قلمرو موضوعی
۸.....	۳-۲-۲-۱) قلمرو مکانی
۸.....	۳-۲-۳-۱) قلمرو زمانی
۹.....	۷-۱) تعاریف مفهومی
	فصل دوم: مبانی نظری و پیشینه
۱۲.....	۲-۱) مقدمه
۱۲.....	۲-۲) کارآفرینی
۱۲.....	۲-۲-۱) تاریخچه کارآفرینی
۱۵.....	۲-۲-۲) تعریف کارآفرینی
۱۹.....	۲-۲-۳) سیر تاریخی کارآفرینی

- ۲۱..... انواع کارآفرینی (۴-۱-۲-۲).....
- ۲۱..... کارآفرینی فردی (۱-۴-۱-۲-۲).....
- ۲۱..... کارآفرینی سازمانی (۲-۴-۱-۲-۲).....
- ۲۱..... کارآفرینی گروهی (۳-۴-۱-۲-۲).....
- ۲۱..... کارآفرینی اجتماعی (۴-۴-۱-۲-۲).....
- ۲۲..... ویژگی‌های کارآفرینان (۵-۱-۲-۲).....
- ۲۲..... نیاز به موفقیت (۱-۵-۱-۲-۲).....
- ۲۲..... برخورداری از مرکز کنترل درونی (۲-۵-۱-۲-۲).....
- ۲۲..... مخاطره پذیری (۳-۵-۱-۲-۲).....
- ۲۲..... آزادی عمل و استقلال طلبی (۴-۵-۱-۲-۲).....
- ۲۳..... خلاقیت و نوآوری (۵-۵-۱-۲-۲).....
- ۲۳..... هدف‌گرایی و دستاورد‌گرایی (۶-۵-۱-۲-۲).....
- ۲۳..... فرایند کارآفرینی (۶-۱-۲-۲).....
- ۲۴..... اجزای فرایند کارآفرینی (۷-۱-۲-۲).....
- ۲۵..... روحیه کارآفرینی (۸-۱-۲-۲).....
- ۲۶..... اهمیت کارآفرینی (۹-۱-۲-۲).....
- ۲۷..... تعریف کارآفرینی روستایی (۱۰-۱-۲-۲).....
- ۲۸..... نقش کارآفرینی در توسعه اقتصادی روستاها (۱۱-۱-۲-۲).....
- ۲۹..... تاریخچه بیمه در جهان (۱-۲-۲-۲).....
- ۳۰..... سیر تحول بیمه (۲-۲-۲-۲).....
- ۳۲..... بیمه در قرون وسطی (۳-۲-۲-۲).....
- ۳۳..... تاریخچه بیمه در ایران (۴-۲-۲-۲).....

۳۴	.....انواع بیمه (۵-۲-۲-۲)
۳۵	.....آشنایی با صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان ، روستائیان و عشایر (۶-۲-۲-۲)
۳۶	.....فعالیت های صندوق: (۷-۲-۲-۲)
۳۶	.....فعالیت صندوق بیمه اجتماعی (۸-۲-۲-۲)
۳۸	.....کافآفرینی و حمایت بیمه ای (۹-۲-۲-۲)
۴۰	.....پیشینه پژوهش (۳-۲)
۴۰	.....پیشینه داخلی (۱-۳-۲)
۴۲	.....پیشینه خارجی (۲-۳-۲)
	فصل سوم: روش تحقیق
۴۵	.....۱-۳ مقدمه
۴۵	.....۲-۳ روش تحقیق
۴۶	.....۳-۳ روش و ابزار گردآوری دادهها و اطلاعات
۴۷	.....۴-۳ جامعه آماری
۴۸	.....۵-۳ روش نمونهگیری و تعیین حجم نمونه
۴۹	.....۶-۳ روشها و ابزار تجزیه و تحلیل دادهها
۵۱	.....۷-۳ اعتبار در پژوهش های کیفی
۵۴	.....۸-۳ پایایی
	فصل چهارم: تجزیه تحلیل داده ها
۵۷	.....(۱-۴) مقدمه
۵۷	.....(۱-۴) ویژگی های جمعیت شناختی مصاحبه شوندگان
۵۷	.....(۱-۱-۴) جنسیت
۵۷	.....(۲-۱-۴) سابقه ی کاری

۵۸	..... (۴-۱-۴) تحصیلات
۵۸	..... (۲-۴) تجزیه تحلیل داده های پژوهش
۵۸	..... (۱-۲-۴) کد گذاری
۵۸	..... (۱-۱-۲-۴) کد گذاری باز
۶۳	..... (۲-۱-۲-۴) کد گذاری ثانویه
۶۷	..... (۳-۱-۲-۴) کد گذاری محوری

فصل پنجم: نتایج و پیشنهادات

۷۶	..... ۱-۵ مقدمه
۷۶	..... ۲-۵ یافته های توصیفی
۷۶	..... ۳-۵ تفسیر یافته های پژوهش
۷۹	..... ۴-۵- پیشنهادهای برگرفته از یافته های پژوهش
۸۰	..... ۵-۵- پیشنهادهای برای پژوهشهای بعدی
ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED	..... ۶-۵- محدودیت های پژوهش
ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED	..... ۱-۶-۵ محدودیتهای خارج از اختیار پژوهش
ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED	..... ۲-۶-۵ محدودیتهای در اختیار پژوهشگر



## فهرست جداول

صفحه	عنوان
۵۷	جدول (۱-۴) جنسیت
۵۸	جدول (۳-۴) تحصیلات
۵۹	جدول (۴-۴) نتایج کد گذاری باز
۶۷	جدول (۴-۴) مقولات علی
۶۸	جدول (۵-۴) مقولات محوری
۶۹	جدول (۶-۴) مقولات راهبردی
۷۰	جدول (۷-۴) مقولات محیطی
۷۰	جدول (۸-۴) مقولات مداخله گر
۷۱	جدول (۹-۴) مقولات پیامدی

## چکیده

توسعه روستایی یکی از اهداف بسیاری از کشورها برای رشد اقتصادی روستاها و کاهش مهاجرت به شهرها است. بهترین و ارزان ترین راه برای تحقق توسعه روستایی را می توان کارآفرینی روستایی دانست. با توسعه کارآفرینی در روستاها و ایجاد شرکت های کوچک کارآفرین علاوه بر کمک به اقتصاد روستا و روستائیان، رشد و توسعه کشور نیز تحقق پیدا می کند. بنابراین هدف این پژوهش طراحی الگوی نقش صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان، روستائیان و عشایر بر توسعه کارآفرینی در صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان، روستائیان و عشایر استان کرمانشاه می باشد. بدین منظور تحقیق حاضر با روش کیفی، و با توجه به رویکرد نظریه ی زمینه ای صورت گرفت. روش انتخاب نمونه ها به صورت نمونه گیری هدفمند بود و جمع آوری داده ها با بهره گیری از مصاحبه های عمیق و نیمه ساختاریافته تا مرحله اشباع نظری ادامه یافت. در مجموع از مصاحبه با ۲۲ نفر از کارشناسان اشباع نظری حاصل شد. نتایج نشان داد که توسعه صندوق بیمه اجتماعی و صندوق های توسعه محلی فرایندی مبتنی بر مشارکت داوطلبانه و خود یارانه در میان ساکنان یک محله در جهت بهبود شرایط فیزیکی، اجتماعی و اقتصادی آنها است و نوعی از تحول مثبت در مقیاس محلی با هدف شناسایی مشکلات محلی می باشد. یکی از کارکردهای صندوق بیمه اجتماعی روستائیان و عشایر توانایی افزایش اعتبار منابع مادی و محلی در مناطق روستایی است که این افزایش توان میتواند کارآفرینی و اشتغال رو در بر داشته باشد. همچنین در ادامه با توجه به مصاحبه های انجام گرفته در جامعه آماری و تجزیه و تحلیل آنها مولفه های علی، محوری، راهبردی، محیطی، مداخله گر و پیامدی شناسایی گردید که عدم شناخت منابع محیطی و مزیت های صندوق بیمه اجتماعی، عملکرد صندوق بیمه های اجتماعی بر کارآفرینی، استراتژی های توسعه کارآفرینی، فراهم نمودن زمینه رشد کارآفرینی، توسعه صندوق بیمه اجتماعی، کمبود سرمایه شناسایی گردید

**کلمات کلیدی:** بیمه اجتماعی کشاورزان، روستائیان و عشایر، توسعه کارآفرینی

فصل اول

کلیات پژوهش

## ۱-۱) مقدمه

آن چه جهت و مسیر کارآفرین را برای رسیدن به آرزوهایش تعیین می کند از درون او بر می خیزد. عزم او برای حرکت یا توقف، چیزی نیست که مولد شرایط، محیط یا اطرافیان باشد. (امیری، ۱۳۲، ۱۳۹۲) نقش کارآفرینی در روستا در توسعه اقتصادی را در عواملی مانند توسعه متوازن منطقه‌ای، اشتغال عمومی، بهبود استانداردهای زندگی، افزایش درآمد سرانه، خوداتکایی ملی و توزیع متناسب قدرت اقتصادی برشمرده و معتقد است که کارآفرینی روستایی، این مزایا و منافع مهم را دربردارد: فراهم‌آوری فرصت‌های شغلی، جلوگیری از مهاجرت روستاییان، رشد متوازن منطقه‌ای، ارتقای فعالیت‌های هنری، جلوگیری از آسیب‌های اجتماعی و هوشیارسازی جوانان. کارآفرینی روستایی، بر کارآفرینی در حال ظهور در مناطق روستایی ناظر است. امروزه، نیاز روبه‌رشدی به کارآفرینان روستایی برای ایجاد واحدهای صنعتی با فرصت‌های شغلی فراوان برای اهالی روستاها احساس می‌شود. بر همین اساس صاحب‌نظران و نهادهای توسعه، کارآفرینی روستایی را به‌عنوان مداخله‌ای راهبردی برای ارتقای توسعه روستایی و تسریع در روند آن می‌دانند. از طرفی صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان، روستاییان و عشایر در راستای تحقق اهداف والای نظام جمهوری اسلامی ایران و اجرای ماده ۲۹ قانون اساسی پیش‌بینی و تاسیس شده است. صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان، روستاییان و عشایر خود را موظف به توسعه پوشش بیمه‌ای در جهت تعمیم جامعه هدف به بیمه فراگیر افراد غیر مزد بگیر می‌داند. همچنین گسترش فرهنگ بیمه اجتماعی و سهولت دسترس در استفاده از خدمات بیمه‌ای و تنوع بخشیدن و اصلاح نرخ بیمه متناسب با تعهدات از جمله مواردی است که در زمره وظایف صندوق نهادینه شده است.

## ۱-۲) بیان مسئله

امروزه موضوع کارآفرینی در بین عوامل تولید و کار و در نزد دانش‌آموختگان جایگاه ممتازی داشته به ویژه اینکه با انسان و اراده او ارتباط پیدا می‌نماید از این رو دارای جهت‌گیری‌های مختلف و آثار فردی و اجتماعی متفاوتی نیز در سطح جامعه خواهد داشت در این زمینه مهمترین جهت‌گیریها توجه به ایجاد اشتغال و توسعه کارآفرینی بویژه در صنایع کوچک بوده توسعه کارآفرینی با توسعه اقتصادی و اجتماعی رابطه تنگاتنگی دارد (دلر و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۱۹) و

<sup>1</sup> Deller et al

امروزه یکی از شاخص های توسعه در کشورهای روبه رشد محسوب می شود. به دلیل نقش و جایگاه ویژه کارآفرینان در روند پیشرفت و رشد اقتصادی جامعه، بسیاری از دولتها در کشورهای توسعه یافته و پیشرو تلاش می کنند با حداکثر امکانات و بهره برداری از دستاوردهای تحقیقاتی، شماری از افراد جامعه را که دارای ویژگی های کارآفرینی هستند به آموزش کارآفرینی و فعالیتهای کارآفرینانه هدایت کنند (نوید فر و همکاران، ۱۳۹۴) توسعه کار آفرینی ضمن فراهم آوردن زمینه رشد و توسعه ، مسائل و مشکلات جاری از جمله فقر، نابسامانی اجتماعی و فرهنگی، بیکاری دانش آموختگان دانشگاهی و معضل انبوه سایر بیکاران را مرتفع خواهد کرد. دستیابی به رشد و توسعه اجتماعی نیاز به تدوین و اجرای راهبردهای اثر بخش دارد. کارآفرینی یکی از اجرایی ترین این راهبردها است (آشوکا، ۲۰۱۲). واقعیت امر این است که توسعه در کشور مابه ویژه منطقه غرب از جمله استان های کرمانشاه و کردستان مستلزم ظرفیت سازی کارآفرینانه در بخش های مختلف اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جامعه است (نوید فر و همکاران، ۱۳۹۴). این امر منجر به پرورش افرادی می شود که می توانند در بخش های مختلف جامعه کسب و کارهای نوین ایجاد کنند، ظرفیت های موجود را توسعه دهند و با نوآوری، مشکلات جامعه، دولت و بخش عمومی را کاهش دهند. در صورت تحقق این هدف مهم، از ظرفیت های بالقوه در جامعه حداکثر استفاده به عمل خواهد آمد و اشتغالزایی، عدالت و رفاه اجتماعی، توسعه پایدار، کیفیت زندگی نشاط و امید به زندگی در این مناطق را به دنبال دارد. (بصیری، ۱۳۷۳).

صندوق ارائه دهنده خدمات بیمه اجتماعی به کشاورزان ، روستاییان و عشایر در راستای کاهش فقر ، بهبود زیر ساخت های اقتصادی و در نتیجه توسعه اقتصادی و اجتماعی است . تاسیس صندوق بیمه های اجتماعی کشاورزان، روستاییان و عشایر گامی مهم در سیاستگذاری رفاهی دولت جمهوری اسلامی، در جهت کاهش فاصله طبقاتی جمعیت روستایی و شهری ، کاهش محرومیت و گسترش عدالت اجتماعی به شمار می رود

نقش صندوق بیمه روستائیان استان کرمانشاه نقش مهمی در کاهش فقر ، بهبود زیر ساخت های اقتصادی و کاهش ریسک های کارآفرینی روستایی دارد در تحقیقات گذشته به بحث بیمه پرداخته شده است اما نقش بیمه در توسعه کارآفرینی بالاخص صندوق بیمه روستائیان و عشایر مورد توجه قرار نگرفته است لذا الگویی مناسب از روابط مفاهیم و مولفه های مربوط وجود ندارد بنابراین این پژوهش به دنبال طراحی الگوی نقش صندوق بیمه روستائیان بر توسعه کارآفرینی و کاهش مهاجرت به شهر می باشد.

### ۳-۱) اهمیت و ضرورت تحقیق

کارآفرینی<sup>۲</sup> هم اکنون برای معانی مختلفی به کار برده می‌شود. از یک سو به معنای یک رویکرد توسعه‌ی اقتصادی است که مورد توجه برخی از کشورها قرار گرفته و از طریق اقتصاد کارآفرینی توانسته‌اند به توسعه دست یابند. در آن راستا تعداد کسب و کارهای جدید یک شاخص توسعه یافتگی است. در این عرصه رقابت میان کشورها به رقابت میان شرکت‌ها تبدیل شده است. از نگاهی دیگر توانایی راه‌اندازی کسب و کار و فروش یک ایده، محصول یا خدمت جدید را کارآفرینی می‌نامند. کارآفرینی از موضوعات مهم عصر ما است و عصر امروز را عصر کارآفرینی می‌نامند (الله اکبری، ۱۳۸۷، ص ۱). در عصر حاضر که آن را جامعه فراصنعتی یا اطلاعاتی می‌نامند، سرعت تغییر و کارآفرینی به گونه‌ایی است که از آن به عنوان شگفتی‌های سرعت و کارآفرینی ات نام می‌برند. در این دوره، از اهمیت کار بدنی کاسته شده و به جای آن، نیروی انسانی کیفی که توان نوآوری<sup>۳</sup> با به کارگیری فکر و اندیشه را دارد، اهمیت پیدا کرده است. در چنین فضایی که تفکر و اندیشه عامل تمایز و برتری است، جوامعی می‌توانند توسعه یابند که از منبع انسانی که منبع فکر و ایده است و حیاتی‌ترین عامل تولید محسوب می‌شود، حداکثر بهره برداری را کنند. این منبع انسانی کارآفرین<sup>۴</sup> نامیده می‌شود (بصیری، ۱۳۷۳، ص ۱۸۷-۱۸۹). افراد کارآفرین و خلاق سعی نموده که با نوع نگاه متمایز شان به پدیده‌های اطراف دست به فعالیتهای کارآفرینانه زده و محصول و خدمت جدیدی به جامعه ارایه نمایند. کارآفرینان قدرت درک بالا و توان استفاده از فرصت‌ها را دارا بوده، و می‌توانند در جامعه از طریق پرورش ایده و تبدیل افکارش به یک محصول جدید اقدام به ارزش آفرینی نمایند لیکن این ارزشها میتواند اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و حتی فرهنگی باشد. در تحقق اشتغال تعیین اهداف، نقش تعیین کننده ای در موفقیت داشته بطوریکه مهمترین اصل رسیدن به اهداف تعیین مسیر شغلی و عبارتی پیش بینی و انتخاب شغل برای آینده افراد می باشد عبارتی ضرورت تعیین اهداف شغلی متناسب باعلاقه و توانایی، گامی هوشمندانه بسوی موفقیت بوده بطوریکه اهداف شغلی، شامل کلیه فعالیتهایی بوده که نیروی انسانی بدان میپردازد. کارآفرین با استفاده از توانایی ها و مهارت‌هایش شغل ایجاد می نماید بانگاهی به گذشته می توان توجه نمود که بسیاری از شغل‌های قبلی امروزه وجود نداشته و بجای آنها مشاغل جدیدی ایجاد شده که ناشی از سرعت تغییر و پیشرفت تکنولوژی و فن آوری و دگرگونی در احتیاجات مردم می باشد. بلحاظ همین تغییرات و تحولات و انتشار اطلاعات، عصر حاضر به عصر اطلاعات معروف شده

---

2. Entrepreneurship

3. Innovation

4. Entrepreneur

بطوریکه مشاغلی متناسب با آن بوجود آمده بهرحال در ماهیت کار و شغل در سازمانها نیز تغییرات اساسی بوجود آمده بطوریکه مانند گذشته امکان استخدام دائمی و مادام العمر نیروی انسانی وجود نداشته و بسیاری از امور توسط ماشینها و تجهیزات الکترونیکی انجام می گیرد معهذا، یکی از گزینه های مهم در انتخاب شغل، ایجاد کسب و کار برای استخدام نیروی انسانی در سازمانها و اشتغال آنها می باشد .

توسعه اقتصادی و پیشرفت صنعتی کشورها مستلزم ایجاد صنایع بزرگ بوده اما از چند دهه قبل باتوجه به نقش و اهمیت صنایع کوچک در اقتصاد به اشتغال زایی در این صنایع پی برده شده بدون شک انجام پروژه های عظیم در صنایع و سایر بنگاههای اقتصادی بدون فراهم آوردن سرمایه های عظیم در نظام مدیریت واحد میسر نبوده و از این نظر برای ایجاد کسب و کار می بایستی به صنایع و کسب و کارهای کوچک شخصی نیز توجه نمود که نقش بسیار ارزنده ای در نظام اقتصادی کشور ایفاد می نمایند.

برای حل مشکل بیکاری توسط مقامات (سیاستگذاران و سیاستسازان) که هم اکنون بشدت دامنگیر نسل جوان کشور شده می توان به سه نظریه زیر اشاره نمود .

۱- سیاستگذاران و کارشناسانی که مشکل را در شیوه آموزشی دانسته و معتقدند نظام آموزش عالی ایران نمی تواند انسانهای کارآفرین و متخصص برای نظام اقتصادی تربیت نماید. بنابراین راه حل را در اصلاح سیستم آموزش عالی جست و جو می نمایند.

۲- سیاستگذاران و کارشناسانی که مشکل را نظام اقتصادی دانسته و بر این باورند که به علت قلیل بودن سطح دانش فعالیت های اقتصادی، امکان جذب دانش آموختگان آموزش عالی وجود ندارد. بنابراین راه حل را در اصلاح نظام اقتصادی می دانند.

۳- سیاستگذاران و محققانی که موانع توسعه اشتغال را دوطرفه دانسته بطوریکه از یک طرف نظام آموزش عالی توانایی تربیت انسانهای شایسته را ندارد و از طرف دیگر، نظام اقتصادی توانایی جذب نیروی انسانی تحصیل کرده را در کانونهای جذب ندارد. بنابراین راه حل را در اصلاح همزمان و متقابل دانسته نگارنده نیز معتقد بوده که راه حل مناسب مشکل اشتغال ، گسترش کارآفرینی برپایه دانش بوده که تأثیر در بهبود اشتغال دانش آموختگان آموزش عالی می گذارد امروزه خطر بیکاری جوانان در اقتصاد بیمار ایران موجب افزایش ناهنجاریهای اجتماعی و در پاره ای موارد اعتیاد ، نارضایتی ها ، قاچاق و همچنین مهاجرت از روستا به شهر بوده که شایسته است دولت و سیاست گذاران هر چه سریع تر تمهیدات لازم را در این زمینه بکار گیرند. همچنین صنعت بیمه به دلیل ماهیت توزیع کنندگی ریسک و

تأمین کنندگی منابع مالی بلندمدت در اقتصاد و به دلیل وجود رشته های مختلف بیمه ای که نقش هماهنگ کنندگی بازارهای مالی را بر عهده دارند میتواند به بهبود وضعیت کارآفرینی کمک شایانی نماید. صنعت بیمه به طور مستقیم در شاخصها و زیرشاخصهای بهبود کارآفرینی وارد نمی شود، اما از طریق اثرگذاری بر بازارهای مالی و بر شاخصهای بهبود فضای کسب و کار، میتواند شرایط توسعه کارآفرینی را فراهم آورد. بنا براین با توجه به ضرورت این بحث به دنبال آن هستیم که نقش صندوق بیمه روستائیان بر توسعه کارآفرینی و کاهش مهاجرت به شهر را به صورت کیفی بررسی کنیم

شایان ذکر است که طراحی الگوی نقش صندوق بیمه روستائیان بر توسعه کارآفرینی و کاهش مهاجرت به شهر(مورد مطالعه صندوق بیمه روستائیان استان کرمانشاه) تا کنون در جامعه آماری مورد نظر به صورت کیفی انجام نشده است همچنین با توجه به نقش بیمه روستایی در اشتغال و کارآفرینی انجام این تحقیق دارای نوآوری است

#### ۱-۴) اهداف پژوهش

##### ۱-۴-۱) اهداف اصلی

طراحی الگوی نقش صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان، روستائیان و عشایر بر توسعه کارآفرینی در صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان، روستائیان و عشایر استان کرمانشاه

##### ۱-۴-۲) اهداف ویژه

تعیین نقش صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان، روستائیان و عشایر بر توسعه کارآفرینی و کاهش مهاجرت به شهر

تعیین عوامل تاثیرگذار بر توسعه کارآفرینی و کاهش مهاجرت در صندوق بیمه روستائیان

شناسایی عوامل کلیدی برای توسعه کارآفرینی و کاهش مهاجرت در صندوق بیمه روستائیان

تعیین پیامدهای توسعه کارآفرینی و کاهش مهاجرت در صندوق بیمه روستائیان

##### ۱-۴-۳) اهداف کاربردی

نتایج پژوهش حاضر میتواند مورد استفاده کارآفرینان و دانشجویان مدیریت بازرگانی و کارکنان بیمه روستائیان قرار گیرد



## ۱-۵) سوالات تحقیق

نقش صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان، روستائیان و عشایر بر توسعه کارآفرینی و کاهش مهاجرت به شهر چیست؟

عوامل تاثیرگذار بر توسعه کارآفرینی و کاهش مهاجرت در صندوق بیمه روستائیان کدامند؟

عوامل کلیدی برای توسعه کارآفرینی و کاهش مهاجرت در صندوق بیمه روستائیان کدامند؟

پیامدهای توسعه کارآفرینی و کاهش مهاجرت در صندوق بیمه روستائیان کدامند؟

## ۱-۶) قلمرو پژوهش

یکی از شرایط موفقیت هر تحقیقی، تعیین دامنه پژوهش می باشد. چرا که انجام پژوهش به صورت کلی و عام تا حدی غیر عملی بوده و اگر هم بتوان آن را انجام داد از نتایج جامعی برخوردار نخواهد بود لذا باید سعی کرد که پژوهش را تا حد ممکن محدود نمود و قلمرو آن را مشخص کرده و سپس اقدام به انجام آن نمود. در اینجا به قلمرو پژوهش از سه بعد پرداخته می شود.

## ۳-۲-۱-۱ قلمرو موضوعی

طراحی الگوی نقش صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان، روستائیان و عشایر بر توسعه کارآفرینی در صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان، روستائیان و عشایر استان کرمانشاه که در حوزه کارآفرینی قرار می گیرد.

## ۳-۲-۱-۲ قلمرو مکانی

مکان انجام پژوهش در میان کارکنان و مدیران صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان، روستائیان و عشایر استان کرمانشاه می باشد

## ۳-۲-۱-۳ قلمرو زمانی

در این پژوهش از نظر زمانی، دوره بین تابستان و پاییز ۱۳۹۸ مورد بررسی قرار گرفته است.

## ۷-۱) تعاریف مفهومی

### • تعریف کارآفرینی:

کارآفرینی فرآیند یا مفهومی است که در طی آن فرد کارآفرین با ایده های نو، خلاق و شناسایی فرصت های جدید با بسیج منابع، به ایجاد کسب و شرکت های نو، سازمان های جدید و نوآور رشد یابنده مبادرت می ورزد. این امر توأم با پذیرش خطرات است ولی اغلب منجر به معرفی محصول یا ارائه خدمات به جامعه می شود. انگیزه های مختلفی در کارآفرین شدن مؤثر می باشد که از جمله آنها: نیاز به موفقیت، نیاز به کسب درآمد و ثروت، نیاز به داشتن شهرت، و مهمتر از همه نیازمندی به احساس مفید بودن و استقلال طلبی را می توان نام برد. (صالحی، ۱۳۹۲)

### تعریف کارآفرین:

طبق نظر "شومپیتر" پدر علم کارآفرینی، کارآفرینی نیروی محرکه اصلی در توسعه اقتصادی است و نقش آن عبارتست از نوآوری یا ایجاد ترکیب های تازه از مواد. کارآفرین فردی است که دارای ایده و فکر جدید می باشد و با بسیج منابع از طریق فرآیند ایجاد کسب و کار (کسب و کار اینترنتی، کسب و کار خانگی، کسب و کار خانوادگی، کسب و کار کوچک و متوسط) که توأم با مخاطره مالی و اجتماعی و حیثیتی است، محصول و خدمت جدید به بازار عرضه می کند. کارآفرینی محصول جدید به بازار عرضه می کند یعنی باید محصول کار خود را در بازار ببیند. کارآفرین کسی است که کسب و کار مخاطره آمیز جدید و سازمان جدیدی را بنیانگذاری می کند کارآفرین محصول کار خود را به بازار ارائه می کند یعنی او باید محصول کار خود را در بازار ببیند (صفری، ۱۳۸۴)

### • تعریف بیمه

بیمه عقدی است که طی آن خطر قریب الوقوعی که ممکن است برای دارائی - فعالیت یا جان فردی پیش آید را به شرکت بیمه منتقل می کند تا طی آن زیان مادی ناشی از خطر را جبران نماید در این فرآیند فردی که خطر را منتقل می کند بیمه گذار و قبول کننده خطر را بیمه گر گویند. بیمه گذار وجهی را به بیمه گر می پردازد که حق بیمه و موضوعی که بابت آن عقد بیمه منعقد می گردد موضوع یا مورد بیمه می گویند. (فرهنگی، ۱۳۸۹)

### • تعریف صندوق بیمه روستائیان

صندوق به عنوان یک موسسه دولتی مستقل دارای شخصیت حقوقی و استقلال مالی و اداری و استخدامی بوده و طبق ضوابط و مقررات مورد عمل خود وظایف زیر را بر عهده دارد:

الف - تعمیم و گسترش بیمه روستاییان و عشایر به افراد مشمول.

ب- جمع آوری و تمرکز کلیه وجوه موضوع صندوق.

پ- سرمایه گذاری و بهره داری از وجوه جاری و ذخیره شده.

ت- انجام تعهدات موضوع این آیین نامه .

## فصل دوم

### مروری بر ادبیات و پیشینه پژوهش

این فصل شامل سه بخش است، در بخش اول با معرفی و توسعه کارآفرینی پرداخته می‌شود. در بخش دوم این فصل ظهور و رشد نقش صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان و روستائیان معرفی می‌شوند. در بخش سوم نیز پیشینه تحقیق‌های مربوط به بیمه و نقش آن در کارآفرینی سازمانی مورد بررسی قرار می‌گیرد.

## ۲-۲) کارآفرینی

### ۲-۲-۱) تاریخچه کارفرینی

در سال ۱۹۸۵ بینکات اصطلاح کارآفرینی سازمانی را ابداع کرد و این کلمه به طور فزاینده‌ای در سازمان‌هایی که به دنبال کسب فرصت‌ها، کارهای جدید و تأکید بر خدمات و محصولات جدیدی بودند وارد شده است در واقع شرایط پیرامونی سازمان‌های امروزی به گونه‌ای است که حل مشکلات و تنگناها نیازمند راه‌های جدید و منابع متفاوت می‌باشد و بدون تردید یکی از مهم‌ترین منابع، ابتکار، خلاقیت، نوآوری و در یک کلمه کارآفرینی است که یکی از مهم‌ترین عوامل توسعه شناخته شده است (هیت، ۲۰۱۱) و یک عنصر ضروری برای ایجاد اشتغال و رشد اقتصادی است بنابراین درک بهتر شرایطی که بر اساس آن کارآفرینی شکوفا می‌شود اهمیت دارد اکنون در عرصه جهانی افراد خلاق، نوآور و مبتکر به عنوان کارآفرینان منشا تحولات بزرگی در زمینه‌های صنعتی، تولیدی و خدماتی شده‌اند چرخ‌های توسعه اقتصادی همواره با توسعه کارآفرینی به حرکت در می‌آیند. به نظر بسیاری از محققان عامل کلیدی موثر بر کارآفرینی، خود فرد کارآفرین است منشأ واژه کارآفرینی از قرن هفدهم در فرانسه می‌آید که در آنجا کارآفرین کسی بود که برای انجام یک پروژه خاص تجاری متعهد می‌شد (طالبی ۱۳۹۲). می‌توان مشاهده نمود که پژوهش‌های کارآفرینی در ۲۲ سال گذشته به‌طور چشمگیری دچار تحول شده‌اند. در اواخر دهه ۱۹۸۰ تحقیقات کارآفرینی بیش‌تر بر بررسی روانشناسی شخصیتی کارآفرینان متمرکز بودند، اما پس از آن علومی نظیر جامعه‌شناسی و مطالعات سازمانی، نظریه‌های اقتصادی و سایر علوم نیز به مطالعه کارآفرین و پدیده کارآفرینی پرداختند (گریگوری و دیگران<sup>۶</sup> ۲۰۰۶). بین سال‌های ۱۹۹۳ تا ۱۹۹۸ پژوهش‌های کارآفرینی تحت تأثیر دیدگاه منبع محور به شرکت بود که بعدها منجر به ادغام مدیریت استراتژیک و پژوهش کارآفرینی شد. واژه کارآفرینی از کلمه فرانسوی به معنای "متعهد شدن" نشأت گرفته است. واژه کارآفرینی دیر

<sup>5</sup> Hitt

<sup>1</sup> Gregoire et al

زمانی پیش از آنکه مفهوم کلی کارآفرینی به زبان امروزی پدید آید، در زبان فرانسه ابداع شد. در اوایل قرن شانزدهم میلادی کسانی را که در امر هدایت مأموریت‌ها نظامی بودند، کارآفرین میخواندند. اصطلاح کارآفرین در معنا و مفهوم فعلی را اولین بار ژوزف شومپتر به کار برد. این اقتصاددان که او را پدر علم کارآفرینی مینامند، کارآفرین را نیروی محرکه اصلی در توسعه اقتصادی می‌دانست. اساساً ادبیات کارآفرینی بیانگر آن است که تا به حال برای تعریف کارآفرینی از روش استقرایی استفاده شده است. به این معنی که سعی شده فقط بر اساس خصوصیات عده‌ای از افراد موفق در امور کسب و کار، تعریفی برای کارآفرینی ارائه دهند. در واقع کارآفرین کسی است که نوآوری خاصی داشته باشد این نوآوری می‌تواند ارائه یک محصول جدید، ارائه یک خدمت جدید در طراحی یک فرایند نوین و یا نوآوری در رضایت مشتری و... باشد کارآفرین شخصی است که ذهن کارآفرینانه همراه با نیاز قوی به موفقیت دارد. کارآفرینی مفهومی است که تاکنون از دیدگاه‌های مختلف مورد بررسی قرار گرفته است و همه بر این باورند که کارآفرینی موتور محرکه توسعه اقتصادی کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه است. سه دلیل مهم کشورها برای توجه به مقوله کارآفرینی، تولید ثروت، توسعه تکنولوژی و اشتغال مولد است. تعاریف متعددی از مفهوم کارآفرینی ارائه شده است (حسینی ۱۳۹۰):

- استیونسون و جاریلو<sup>۷</sup> (۱۹۹۰) کارآفرینی را به‌عنوان فرایند دنبال نمودن فرصت‌ها به وسیله افراد بدون توجه به منابعی که اکنون تحت کنترل هستند، تعریف نمودند.
- کارآفرینی را می‌توان به‌عنوان شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌های که پیش از این مورد بهره‌برداری قرار نگرفته‌اند تعریف نمود (هیت و دیگران<sup>۸</sup> ۲۰۱۱).
- کارآفرینی مؤثرترین روش برقراری ارتباط بین علم و بازار است که از طریق خلق بنگاه‌های جدید و عرضه محصولات و خدمات به بازار عمل می‌کند (هیسریچ<sup>۹</sup> ۱۳۸۳، ۲۳).
- کارآفرینی فرایندی است که طی آن محصول یا خدمت جدید با نوآوری و خلاقیت به بازار ارائه شود و این کسب و کار مدام در حال رشد و ترقی باشد (خنیر ۱۳۸۴، ۶۶).

---

Stevenson and Jarylv<sup>2</sup>

<sup>3</sup> Hitt & et al

<sup>4</sup> Hysrych

➤ کارآفرینی یک راهبرد نوین در شرکت‌های بزرگ برای دستیابی به نوآوری، موفقیت، رشد و بقا می‌باشد (خسروشاهی ۱۳۸۳، ۵).

➤ کارآفرینان به دو گروه شومپیتری و کیزنری<sup>۱۰</sup> تقسیم می‌شوند که اولی نقش و وظیفه ایجاد فرصت‌ها را به عهده دارد و دومی از شم شناخت و بهره‌برداری از فرصت‌ها برخوردار است. لازمه نیل به پیشرفت پایدار و به‌ویژه توسعه فناوری، تعادل بین این دو گروه است و در صورتی که تعداد کارآفرینان کیزنری از کارآفرینان شومپیتری بیش‌تر باشد، مسیر سالم تعالی به سمت و سوی مخرب هدایت می‌شود. بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینی به‌نوبه خود منجر به تلاش شرکت‌ها برای ایجاد مزیت‌های رقابتی و خلق ارزش می‌شود از آنجای که مزایای رقابتی که سبب خلق ارزش می‌شود سرانجام توسط رقبا تقلید خواهند شد نوآوری مستمر منبع خلق ارزش و ثروت پایدار در طول زمان است

واژه کسب و کار در دهه‌های اخیر به عنوان یکی از کلید واژه‌ها اقتصاد کلان مطرح است که مورد توجه اقتصاددانان و صاحب‌نظران می‌باشد محیط کسب و کار شامل کلیه عواملی است که بر عملکرد بنگاه مؤثر بوده است اما مدیر نمی‌تواند آن‌ها را تغییر دهد به عبارتی عوامل مؤثر بر عملکرد واحدهای اقتصادی مانند کیفیت دستگاه‌های حاکمیت، ثبات قوانین و مقررات، کیفیت زیرساخت‌ها و... است که تغییر دادن آن‌ها فراتر از اختیارات و قدرت مدیران بنگاه‌های اقتصادی است. (هیت و دیگران ۲۰۱۱). متأسفانه در کشور ما واژه کارآفرینی بیش‌تر به معنی ایجاد کار و یا اشتغال‌زایی در نظر گرفته می‌شود. در حالی که کارآفرینی دارای مفهومی وسیع‌تر و با ارزش‌تر از اشتغال‌زایی است. کارآفرینی دارای پیامدهای مثبت و مهم دیگری همانند بارور شدن خلاقیت‌ها، ترغیب به نوآوری و توسعه آن، افزایش اعتماد به نفس، ایجاد و توسعه فن آوری، تولید ثروت در جامعه و افزایش رفاه عمومی است. در صورتی که اگر فقط به جنبه اشتغال‌زایی آن توجه شود، از سایر پیامدهای آن بی‌بهره خواهیم ماند، تجربه موفقیت‌آمیز اغلب کشورهای پیشرفته و نیز برخی از کشورهای در حال توسعه در عبور از بحران‌های اقتصادی به واسطه توسعه کارآفرینی در آن کشورها، موجب گردیده تا سایر کشورها نیز برای کارآفرینی، کارآفرینان و شکل‌گیری کسب و کارهای نوآورانه اهمیت خاصی قائل گردند، مطالعه کارآفرینی در روانشناسی بر درک این نکته که چگونه صفات افراد با انگیزش و عملکرد کارآفرینانه ارتباط دارد، متمرکز است هزار جریبی، کارآفرینی مستقل را متمایز از کارآفرین سازمانی توصیف نموده و آن را مبتنی بر ادراکی معرفی می‌کند که فرصت‌ها را تشخیص داده، منابع مورد نیاز را جمع‌آوری نموده، طراحی و اجرای نقش‌های عملی را عهده‌دار

<sup>10</sup> Schumpeter and Kyznry

شده و نتایج حاصل را به موقع و با روشی انعطاف پذیر جمع آوری می نماید آموزش کارآفرینی سیاستی است که به طور مستقیم در کمیت و کیفیت کارآفرینی در یک جامعه اثر می گذارد. با اجرای سیاست همواره می توان به اهداف گوناگونی مانند شناخت فرصت ها و چگونگی بهره برداری از آنها، آشنایی با فناوری و دانش فنی جدید و چگونگی به کارگیری آنها در علوم مختلف جامعه عمل پوشید. بررسی های محققین منتج به پیش بینی و طراحی دوره های آموزش کارآفرینی شده است که هدف آنها تربیت افرادی با اعتماد به نفس بالا، فرصت شناس و به طور کلی افرادی که تمایل بیش تری به راه اندازی یک کسب و کاری مستقل دارند، می باشند. در دو دهه گذشته ضرورت کارآفرینی و توسعه آن) به ویژه آموزش کارآفرینی (بیش از پیش مشهود گردیده و این امر موجب افزایش تلاش ها برای توسعه کارآفرینی و آموزش آن شده است (مقیمی و همکاران ۱۳۸۷).

## ۲-۲-۱-۲) تعریف کارآفرینی

بنابر تعریف واژه نامه دانشگاهی وبستر: (کارآفرین کسی است که متعهد می شود مخاطره های یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی، اداره و تقبل کند). واژه کارآفرینی دیر زمانی پیش از آن که مفهوم کلی کارآفرینی به زبان امروزی پدیدآید، در زبان فرانسه ابداع شد. در اوایل سده ی شانزدهم میلادی کسانی را که در امر هدایت مأموریت های نظامی بودند، کارآفرین می خواندند. از آن پس درباره ی دیگر انواع مخاطرات نیز همین واژه با محدودیت هایی مورد استفاده قرار می گرفت. از حدود سال ۱۷۰۰ میلادی به بعد، فرانسویان درباره ی پیمانکاران دولت که دست اندرکار ساخت جاده، پل، بندر و تأسیسات بودند، به کرات لفظ کارآفرین را به کار برده اند (احمد پور، ۱۳۸۹، ۴).

کارآفرینی مفهوم جدیدی نیست، بلکه ریشه آن به قرن ۱۸ باز می گردد یعنی زمانی که ریچارد کانتیلون عوامل اقتصادی را به سه دسته تقسیم کرد: مالکان زمین، عوامل اقتصادی مزد بگیر و آن دسته از عوامل اقتصادی که با قبول خطر در بازار بورس فعالیت می کنند (مقیمی ۱۳۸۲، ۵۰).

به عبارت دیگر فرایند کارآفرینی، فرایندی است که فرد کارآفرین با ایده های نو و خلق و شناسایی فرصت های جدید به معرفی محصول و یا خدمت جدیدی و یا بهبود ساختار تولید، که توأم به پذیرش مخاطرات مالی، روانی و اجتماعی و دریافت منابع مالی، رضایتمندی شخصی و استقلال می باشد، مبادرت می ورزد (سعیدی کیا ۱۳۸۲).



مطابق فرهنگ آریانپور، کارآفرین به معنای متهور در اقدام به کارهای مهم و جسور، بی باک، دل به دریا زن و پیش قدم در تأسیس شرکت است (احمدپور، ۱۳۸۹، ۴۶).

از نظر تراپ مان و مورنینک استار (۱۹۸۹) (کارآفرینی یعنی ترکیب متفکر با مجری؛ کارآفرین فردی است که فرصت ارایه محصول، خدمات، روش و سیاست جدید یا تفکر جدید را برای یک مشکل قدیم را می‌یابد و می‌خواهد تأثیر یک اندیشه و محصول یا خدمات خود را بر نظام مشاهده کند (حسینی ۱۳۹۰، ۲).

کارآفرینی عبارتست از فرایند ایجاد ارزش از راه تشکیل مجموعه منحصر به فردی از منابع به منظور بهره‌گیری از فرصت‌ها. فرایندی است که منجر به ایجاد رضایتمندی و یا تقاضای جدید می‌گردد (احمدپور ۱۳۸۹، ۴۳).

از طرف دیگر شومپتر، به عنوان کسی که برای نخستین بار این مقوله را در نظریات خود به صورت علمی بیان کرد، کارآفرینی را فرایند تخریب خلاق می‌داند (حسینی و کاظمی ۱۳۹۰، ۱۶).

پیتر دراگر (۱۹۸۵) کارآفرینی را به مفهوم جستجوی دائمی برای تغییر، واکنشی در برابر آن و بهره‌برداری از آن به عنوان یک فرصت بیان می‌کند.

کارآفرینی فردی فرایندی است که در آن فردی با اتکا به منابع مالی غالباً شخصی و متکی بر ویژگی‌های شخصیتی نظیر فعالیت، ریسک‌پذیری و اهل عمل بودن اقدام به تأسیس یک کسب و کار جدید می‌نماید و آن را تا رسیدن به موفقیت هدایت می‌کند کارآفرین فردی نیز شخصی است که در مرکز فرایند کارآفرینی قرار دارد و مدیری است که فرایند را به جلو هدایت می‌کند. کارآفرینی فردی را کارآفرینی در قالب افراد، کارآفرینی آزاد، کارآفرینی شخصی و یا کارآفرینی مستقل نیز می‌گویند (حسینی و کاظمی ۱۳۹۰، ۱۹).

مک کله‌لند تعریف گسترده‌تری از کارآفرینی بیان می‌کند و فرایند کارآفرینی را فراتر از شغل و حرفه بلکه یک شیوه زندگی تعبیر می‌نماید به طوری که خلاقیت و نوآوری، عشق به کار و تلاش مستمر، پویایی، مخاطره‌پذیری، آینده‌نگری، ارزش‌آفرینی، آرمان‌گرایی، فرصت‌گرایی، نیاز به پیشرفت، مثبت‌اندیشی، زیر بنا و اساس زندگی کارآفرینانه می‌باشد، در این زندگی شکست مفهومی ندارد به جز این که پله‌ای برای بالا رفتن، موقعیتی برای آموختن، تصور ناقصی از واقعیت، ابهامی که در هدف وجود دارد، واقعه‌ای که هنوز فواید آن تبدیل به سود نشده است، در این زندگی پول انگیزه‌ی اصلی و اولیه فعالیت‌های اقتصادی نیست بلکه معیاری برای سنجش میزان موفقیت فرد محسوب می‌شود. در زندگی کارآفرینانه هدف اصلی از کار و فعالیت ارضاء حس کنجکاوی، تحقق

بخشیدن به آرمان‌ها، آزاد سازی انرژی‌های ذهنی و تبدیل آنها به ایده‌های عملی و نهایتاً خلق ارزش است و همه چیز تحت الشاع آرمان شخصی قرار می‌گیرد (صمدآقایی ۱۳۸۰).

بنابراین واضح است که هیچ تعریف جامع و مانعی از کارآفرینی وجود ندارد. اما برای درک بهتر مفهوم کارآفرینی، به تعدادی از تعاریف صاحب‌نظران کارآفرینی از این مفهوم اشاره می‌کنیم:

همان طور که گفتیم برای اولین بار ریچارد کانتیلون، در سال ۱۷۷۵ واژه کارآفرین را به ادبیات اقتصادی معرفی نمود (احمدپور ۱۳۸۹). واژه کارآفرینی که در نیم قرن اخیر در جهان غرب و در چند سال اخیر در ایران رواج یافته است. کارآفرینی رویکرد نوینی به سازندگی، ایجاد کسب و کار، خلاقیت، نوآوری و توسعه پایدار ملی است که توجه ویژه دانشگاه‌ها و موسسات بزرگ علمی و رشته‌های مختلف دانشگاهی (فنی مهندسی، مدیریت بازرگانی و اقتصادی و...) را به خود معطوف داشته و به خوبی از عهده تحلیل روندهای توسعه پایدار کشور برآمده است. از کارآفرینی به عنوان موتور محرک توسعه اقتصادی که سبب ساز و حرکت ساز توسعه و رشد کشور شده است یاد می‌کنند. بسیاری از کشورها مانند چین، ژاپن، کره، ترکیه، مالزی، تایوان و سنگاپور از وجود برنامه‌های جامع توسعه کارآفرینی بهره‌مند شده‌اند. با توجه به سوابق تاریخی و قدرت و انسجام تحلیل‌ها و مدل‌های کارآفرینی می‌توان به این یقین رسید که کارآفرینی راهکار اساسی و به قول شومپیتر موتور توسعه است. اگر ما به عنوان کشوری صنعتی و در حال رشد به توسعه ملی پایدار می‌اندیشیم، باید به مسائل ملی و جهانی از رویکرد و نظر کارآفرینی بنگریم و به پرورش و توسعه کارآفرینان به ویژه در نسل جوان همت گماریم (احمدپور ۱۳۸۳). یکی از تعاریف اشتباه و مصطلح که تا کنون برای واژه کارآفرینی ارائه شده است، "ایجاد اشتغال" است. در حالی که رسالت کارآفرینی با ایجاد کار و اشتغال تفاوت دارد و حوزه وسیع‌تری را در بر می‌گیرد. در بین تعاریف ارائه شده از طرف دانشمندان علم مدیریت، کارآفرینی فرایندی است که طی آن محصول یا خدمت جدید با نوآوری و خلاقیت به بازار ارائه شود و این کسب و کار مدام در حال رشد و ترقی باشد (احمدپور ۱۳۸۹).

واژه کارآفرینی در طی دوره‌های مختلف، معانی گوناگونی داشته است که اشاره به این معانی می‌تواند در شناخت بهتر از کارآفرینی مؤثر باشد؛ دوران اولیه، قرون وسطی، قرن هفدهم، قرن هجدهم، قرن نوزدهم و بیستم در هر دوره کارآفرینی معانی متفاوتی داشته است. در جدول زیر فرآیند توسعه‌ی مفهومی کارآفرینی در دوره‌های مختلف ارایه شده است:

جدول ۱-۲- مراحل تکامل نظریه‌ی کارآفرینی و واژه کارآفرین

ریشه لغوی واژه: ریشه کارآفرین از زبان فرانسه و به معنای واسطه و میانجی است.		
قرون وسطی	فردی که متصدی پروژه‌های تولیدی در مقیاسی بسیار گسترده بوده است.	
قرن هفدهم	فردی که با قیمتی ثابت با دولت قرارداد می‌بست و ریسک‌های ناشی از کسب سود یا ضررهای مالی آن را می‌پذیرفت.	
۱۷۲۵	ریچارد کانتلیون	ریسک پذیر متفاوت از سرمایه گذار است.
۱۸۰۳	ژان باتیست سی	سودی که کارآفرین به دست می‌آورد متفاوت از سود سرمایه است
۱۸۷۶	فرانسیس واکر	وی بین افرادی که منابع مالی را فراهم و سود آن را دریافت می‌کنند با افرادی که به واسطه‌ی توانای بهای مدیری تشان، سودهای هنگفتی به دست می‌آوردند، تفاوت قایل شد.
۱۹۳۴	جوزف شومپتر	کارآفرین، نوآوری است که تکنولوژی‌های آزمایش نشده را به مرحله‌ی اجرا در می‌آورد.
۱۹۶۱	دیوید مک کلند	کارآفرین فردی فعال و پرانرژی است که ریسک‌های معتدلی را قبول می‌کند.
۱۹۶۴	پیتر دراگر	کارآفرین فردی است که از فرصت‌ها به خوبی استفاده می‌کند.
۱۹۷۵	آلبرت شاپیرو	کارآفرین با انجام کارهای ابتکاری و سازماندهی برخی ساز و کارهای اجتماعی و اقتصادی، ریسک‌های ناشی از آن را می‌پذیرد.

کارآفرین از دیدگاه اقتصاددانان، روان شناسان، بازرگانان و سیاست تمداران متفاوت است.	کارل وسپر	۱۹۸۰
کارآفرین سازمانی فردی است که در درون یک سازمان موجود به فعالیت می پردازد.	گیفورد پینکات	۱۹۸۳
کارآفرینی عبارتست از فرایند خلق چیزی متفاوت و باارزش از طریق اختصاص زمان و تلاش لازم برای آن؛ با فرض همراه بودن ری س کهای مالی، روانی، اجتماعی و هم چنین دریافت پادا شهای مالی و رضایت شخصی از آن	رابرت هیسریچ	۱۹۸۵

منبع: (پرداختچی و شفیع زاده ۱۳۸۵، ۱۳)

## ۲-۲-۱-۳ سیر تاریخی کارآفرینی

روند تحول زندگی از دوران غارنشینی تاکنون به شیوه‌های متفاوتی توصیف شده است اما آنچه که در تمامی تحلیل‌ها مورد توجه قرار گرفته است همانا نقش "عامل تغییر" یا در واقع همان نیرویی است که پیشرفت مادی را سبب شده است. امروزه متوجه شده‌ایم که این عامل تغییر از ابتدا تا کنون وجود داشته و در آینده نیز نقش آن را کارآفرینان ایفا خواهند نمود. کارآفرینان در واقع به تغییر به عنوان مقوله تعیین کننده می‌نگرند. آنها ارزشها را تغییر می‌دهند و ماهیت آنها را دچار تحول می‌کنند. پیدایش مفاهیم نظری کارآفرینی با گسترش وسیع این اصطلاح همزمان بوده است که در زیر به روند تکامل نظری کارآفرینی از ابتدای پیدایش واژه آن می‌پردازیم (مصلح شیرازی و صانعی ۱۳۹۰).

### ➤ دوره اول: قرون ۱۵ و ۱۶ میلادی "صاحبان پروژه‌های بزرگ"

در این دوران اصطلاح کارآفرین هم برای بازیگر وهم برای شخصی که طرح‌های تولیدی بزرگ را اداره می‌کرد به کار می‌رفت. کارآفرینان در قرون وسطی عموماً "از بزرگان بودند. در تعاریف این دوره پذیرش مخاطره، لحاظ نشده است.

### ➤ دوره دوم: قرن ۱۷ میلادی "مخاطره پذیری"

در این دوره بعد جدیدی به کارآفرینی اضافه شد مخاطره‌پذیری در واقع برقراری ارتباط ما بین ریسک و کارآفرینی در قرن هفدهم شکل گرفت، به طوری که کارآفرین به شخصی اطلاق می‌شد که به منظور عرضه خدمات یا تهیه محصولات مقرر با دولت قرارداد می‌بست و از آنجا که قیمت قرارداد ثابت بود، نتیجه سود و زیان از آن کارآفرین بود.

➤ دوره سوم: قرون ۱۸ و ۱۹ میلادی و اوایل قرن بیستم "تمایز کارآفرینان از دیگر بازیگران صحنه اقتصاد". در این دوره، به دنبال صنعتی شدن جوامع بین صاحب سرمایه و فردی که به سرمایه نیاز دارد تفاوت گذاشته شد. به بیان دیگر، کارآفرین از تامین کننده سرمایه (به تعبیر امروز سرمایه گذار فعالیت کارآفرینانه) متمایز شد.

➤ دوره چهارم: دهه‌های میانی قرن بیستم میلادی "نوآوری"

در این دوره، نظریه کارآفرین نوآور پایه ریزی شد و مفهوم نوآوری به یک جزء اصلی تعریف کارآفرینی تبدیل شد. در این دوران بین مدیر و کارآفرین تمایز ایجاد شد. کارآفرین نوآور شخصی است که چیزی بدیع آماده بهره برداری می‌کند.

➤ دوره پنجم: دوران معاصر (از ۱۹۸۰ تا کنون) "رویکرد چند جانبه"

در این دوره همزمان با موج ایجاد کسب و کارهای کوچک و رشد اقتصادی و نیز مشخص شدن نقش کارآفرینی به عنوان تسریع کننده این ساز و کار، توجه زیادی به این مفهوم جلب شد و رویکرد چندجانبه به این موضوع صورت گرفت. تا قبل از این دوره اغلب توجه اقتصاددانان به کارآفرینی معطوف بود، اما در این دوره به تدریج روانشناسان، جامعه شناسان و دانشمندان و محققین علوم مدیریت نیز به ابعاد مختلف کارآفرینی و کارآفرینان توجه نمودند. عمده توجه این محققین به شناخت ویژگی‌های کارآفرینان و علل حرکت فرد به سوی کارآفرینی است (مصلح شیرازی و صانعی ۱۳۹۰).

## ۲-۲-۱-۴) انواع کارآفرینی

### ۲-۲-۱-۴-۱) کارآفرینی فردی

فردی که مسئولیت اولیه‌اش، جمع‌آوری منابع لازم برای شروع کسب و کار است و یا کسی که منابع لازم برای شروع و یا رشد کسب و کاری را بسیج می‌نماید و تمرکز او بر نوآوری و توسعه فرایند، محصول و یا خدمات جدید می‌باشد.

### ۲-۲-۱-۴-۲) کارآفرینی سازمانی

فرایندی است که کارآفرین تحت حمایت یک سازمان، فعالیت‌های کارآفرینانه خود را به ثمر می‌رساند. رقابت تنگاتنگ و شدید بین شرکت‌ها و سازمان‌ها، کاهش کارآمدی مدیریت سنتی در این عرصه و رشد سریع شرکت‌های کوچک، سبب شد که سازمان‌ها اهمیت ویژه‌ای برای نوآوری قایل شوند؛ زیرا نوآوری را تنها تضمین خود برای بقا در عرصه رقابت می‌دانستند، از این رو سعی کردند افراد خلاق و کارآفرین را که پدیدآورندگان اصلی محصولات و خدمات نو در سازمان بودند، تشویق و ترغیب کنند که در سازمان بمانند و ایده‌های خود را در سازمان محقق سازند "پینکات" این افراد را کارآفرین سازمانی نام نهاد.

### ۲-۲-۱-۴-۳) کارآفرینی گروهی

فرایندی است که یک شرکت طی می‌کند تا همه افراد آن به کارآفرینی تشویق شده و تمام فعالیت‌های کارآفرینانه فردی و گروهی به طور مستمر، سریع و راحت در شرکت انجام پذیرد. در این فرایند هر یک از کارکنان در نقش کارآفرین، انجام وظیفه می‌کنند.

### ۲-۲-۱-۴-۴) کارآفرینی اجتماعی

شاید بتوان گفت "گریگوری دیز" از دانشگاه استنفورد بهترین تعریف را از کارآفرینی اجتماعی ارائه کرده است به اعتقاد او کارآفرینی اجتماعی، شور و شوق یک رسالت اجتماعی را با بینش تجربی و بازرگانی ترکیب می‌کند (سعیدی، ۱۳۸۶).

## ۲-۲-۱-۵) ویژگی‌های کارآفرینان

یکی از مباحث مهم در بحث کارآفرینی، شناسایی ویژگی‌های کارآفرینان است. شناخت ویژگی کارآفرینان به عنوان افراد موفق جامعه، باعث می‌شود اشخاص، این ویژگی‌ها را در خود پرورش دهند. محققین فهرست‌های متعددی از انواع ویژگی‌های کارآفرینان را ارائه نموده‌اند که در اینجا مهم‌ترین آنها مورد اشاره قرار می‌گیرند (سعیدی، ۱۳۸۶).

## ۲-۲-۱-۵-۱) نیاز به موفقیت

نیاز به موفقیت، عبارت است از تمایل به انجام کار در استانداردهای عالی به قصد موفقیت در موقعیت‌های رقابتی.

## ۲-۲-۱-۵-۲) برخورداری از مرکز کنترل درونی

عقیده فرد را در این مورد که تحت کنترل وقایع خارجی است یا داخلی، مرکز کنترل می‌نامند. بیش‌تر کارآفرینان را دارای مرکز کنترل درونی توصیف کرده‌اند. افراد دارای کنترل بیرونی معتقدند که وقایع خارجی که خارج از کنترل آنان است، سرنوشت آنان را تعیین می‌کند (سعیدی، ۱۳۸۶).

## ۲-۲-۱-۵-۳) مخاطره‌پذیری

مخاطره‌پذیری عبارت است از پذیرش مخاطره‌های معتدل که می‌توانند با تلاش‌های شخصی مهار شوند. مقصود از مخاطره، ریسک غیرقابل کنترل و بی‌انتهاست، بلکه ریسک معتدل، حساب شده و قابل اندازه‌گیری مدنظر است (سعیدی، ۱۳۸۶).

## ۲-۲-۱-۵-۴) آزادی عمل و استقلال طلبی

نیاز به استقلال از ویژگی‌هایی است که به عنوان یک نیروی انگیزشی مهم برای کارآفرینان بر آن تاکید شده است. در واقع نیاز به استقلال را می‌توان با عبارتی نظیر کنترل داشتن بر سرنوشت خویش، کاری را برای خود به انجام رساندن و رییس خود بودن تعریف کرد (سلیمان پور، ۱۳۹۳).

## ۲-۲-۱-۵-۵) خلاقیت و نوآوری

خلاقیت، عبارت است از توانایی تلفیق ایده‌ها به شیوه‌ای منحصر به فرد، برای برقراری ارتباط غیرمعمول بین ایده‌های مختلف. در حالی که نوآوری، فرایند به کارگرفتن یک ایده خلاق و تبدیل آن به یک محصول، خدمت یا شیوه‌ای مفید است. خلاقیت پیش نیاز نوآوری است و ایده‌ها به خودی خود ارزش چندانی ندارند، مگر اینکه تبدیل به محصول یا خدمت یا فرایندی جدید شوند. افرادی در بین سایر آحاد جامعه با خطرپذیری اقدام به نوآوری کرده و با نوآوری آنها فرایند تخریب خلاق در درون نظام اقتصادی کامل شده و به این ترتیب رشد و توسعه اقتصادی در این نظام امکانپذیر می‌شود. وجود نوآوری در کارآفرینی به قدری ضروری است که می‌توان ادعا نمود کارآفرینی بدون آن وجود ندارد و خلاقیت نیز بدون نوآوری نتیجه‌ای را حاصل نمی‌نماید (سلیمان پور، ۱۳۹۳).

## ۲-۲-۱-۵-۶) هدف‌گرایی و دستاورد‌گرایی

کارآفرینان هدف‌گرا و دستاورد‌گرا هستند؛ آنها دارای خصوصیتی هستند که کار را به خاطر حسن انجام کار و رسیدن به دستاورد خود، انجام می‌دهند. به همین دلیل است که با پاداش‌ها و تنبیه‌ها، تشویق‌ها و ملامت‌ها اهمیتی نمی‌دهند؛ البته این موارد در روحیه کارآفرین بی تأثیر نخواهد بود (سعیدی، ۱۳۸۶).

## ۲-۲-۱-۶) فرایند کارآفرینی

کارآفرینان با غلبه بر نیروهایی که در برابر پیدایش چیزی جدید مقاومت می‌کنند، باید موقعیتی را بیابند و آن را توسعه دهند. این فرایند چهار مرحله دارد (مقیمی و همکاران، ۱۳۸۶):

- شناسایی و ارزیابی فرصت
- تدوین طرح تجاری
- تامین منابع مورد نیاز
- اداره بنگاه تازه تاسیس شده و ایجاد یک شرکت نوپا، فرایند پیچیده‌ای است که از عوامل زیادی تأثیر می‌پذیرد.

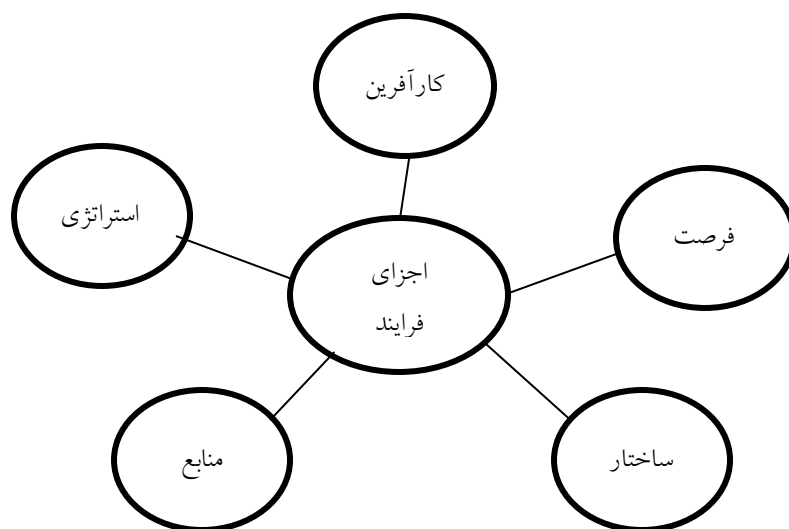


فرایند کارآفرینی شامل کلیه فعالیت‌ها، وظایف و اقدامات مرتبط با درک فرصتها و ایجاد سازمان‌ها برای تعقیب فرصت‌هاست.

## ۲-۲-۱-۷) اجزای فرایند کارآفرینی

کارآفرینی فرایندی است که از عناصر مختلفی تشکیل شده است، مهم‌ترین اجزای فرایند کارآفرینی در شکل نشان داده شده است

۱. کارآفرین: فردی است که بصورت آگاهانه تصمیم می‌گیرد و کسب و کار مخاطره آمیز جدیدی را آغاز می‌کند و کلیدی ترین جز فرایند کارآفرینی است
۲. فرصت: فرصت‌های زیادی در جامعه برای کسب و کار وجود دارد؛ ولی کارآفرین با تجزیه و تحلیل شناسایی موقعیت‌های بازار، فرصت‌هایی را که از ظرفیت بالایی برخوردارند، برای شروع کسب و کار خود بر می‌گزیند.
۳. ساختار: کارآفرین برای انجام کسب و کار خود باید مشخص سازد که در قالب چه نوع ساختاری) به صورت فردی، شراکتی یا شرکتی)، می‌خواهد فعالیت خود را آغاز کند.
۴. منابع: منابع مالی و انسانی، شناسایی و حمایت سرمایه‌گذاران جلب می‌شود.
۵. استراتژی و برنامه‌های کسب و کار: اهداف کلی، استراتژیها و برنامه‌های تفصیلی کسب و کار تعیین می‌شوند (مقیمی و همکاران ۱۳۸۷).



نمودار ۱-۲- فرایند کارآفرینی منبع: (مقیمی ۱۳۸۷)

اما در انجام کارآفرینی در سازمان‌ها و شرکت‌ها موانعی وجود دارد که بسیاری از آنها ناخواسته هستند و بازخوردی از به کارگیری مدیریتی به شمار می‌روند. در برخی مواقع این موانع آنقدر مخرب است که کارآفرینان ترجیح می‌دهند از این کار اجتناب کنند. برخی از ابعاد موانع کارآفرینی از دیدگاه فرای شامل:

۱. ماهیت سازمان‌های بزرگ

۲. فقدان استعداد کارآفرینانه

۳. شیوه‌های نادرست پاداش (احمدپور، ۱۳۸۹).

### ۲-۲-۱-۸) روحیه کارآفرینی

مطمئن‌ترین تئوری درباره ریشه‌های روانی کارآفرینان در دهه ۱۹۶۰ به وسیله دیوید مک کلند ارائه شده است. او دریافت افرادی که خط‌مشی خود را بر کارآفرینی می‌گذارند بیش از حد جاه‌طلب و در پی ترقی و پیشروی دائمی بسیار بلندپرواز هستند و این‌ها از نظر روانی احساس نیاز می‌کنند که همواره باید به موفقیت‌های بزرگی دست یابند. دکتر گودرزی روانشناسی کمال‌یافته و خودباوری را بنیادی‌ترین نیاز انسان در هزاره سوم معرفی کرد که این ویژگی‌ها باعث ارتقا روحیه کارآفرینی می‌شوند وی اعتقاد دارد که کارآفرینان دارای ویژگی‌های زیر هستند:

## جدول ۲-۲- ویژگی‌های کارآفرینان

درک کارآمد واقعیت	تازگی فهم و درک
پذیرش خودشان و دیگران و طبیعت	علاقه اجتماعی
خودانگیختگی و سادگی و طبیعی بودن	خلاقیت
احساس نیاز و جدایی و نیاز به خلوت	عدم مقاومت در برابر فرهنگ‌آموزی
تمرکز بر مشکلات خارج از خودشان	تجربه‌های عرفانی یا اوج

منبع: ابراهیم پور ۱۳۹۲

### ۲-۲-۱-۹ اهمیت کارآفرینی

مطالعات نشان می‌دهد که از نظر برخی از اقتصاددانان و صاحب‌نظران و دانشمندان مدیریت، موتور حرکت و رشد اقتصاد یک جامعه، کارآفرینان هستند که در محیطی رقابتی و در شرایط عدم تعادل (نه تعادل ایستا) جامعه را به حرکت در می‌آورند و توسعه می‌بخشند. کلید موفقیت کارآفرینی، یافتن روش‌های خلاقانه‌ای است که با بکارگیری تکنولوژی‌های جدید یا بازاریابی بهتر، سریع‌تر و کم‌هزینه‌تر کالاهای جدید، خواسته‌های بشری را به نحو احسن برآورده می‌سازند. این به معنای تولید کالاهای موجود با هزینه‌های کمتر یا ارتقاء کیفیت آنها و یا به معنای ایجاد بازارهایی برای کالاهای کاملاً جدید است تعاریفی که از کارآفرینی ارائه شده مبین آن است که، کارآفرین منتظر سرمایه‌گذاری و ایجاد شغل از طرف دولت نیست او خود با شناخت صحیح از فرصت‌ها و استفاده از سرمایه‌های راکد امکاناتی را فراهم نموده و با سازماندهی و مدیریت مناسب منابع، ایده خویش را عملی می‌نماید. او تنها خودش شاغل نمی‌شود، بلکه بدون اتکا به دولت، دربخش غیردولتی برای تعداد دیگری نیز شغل می‌آفریند و علاوه بر آن نقش مهمی در تولید و "اشتغال مولد" دارد. این امر سبب کاهش نرخ بیکاری بدون نیاز به سرمایه‌گذاری دولت برای ایجاد اشتغال می‌گردد. البته دولت می‌تواند با ارائه تسهیلات و پیگیری سیاست‌های مناسب، حرکت کارآفرینان را شدت و شتاب بخشد (ابراهیم پور، ۱۳۹۲) امروزه اکثر کشورهای توسعه یافته در حال انتقال از حالت بوروکراتیک و اداری به وضعیت کارآفرینی می‌باشند. موج گسترده فعالیت‌های اقتصادی و تکنولوژیکی همراه با تغییر فراگیر روش‌ها و نگرش‌ها طی دوره‌ی اخیر توجه بسیاری از دولت‌ها را به توسعه و تقویت

کارآفرینی و سازمان‌ها را به جذب و پرورش کارآفرینان سازمانی سوق داده است. بسیاری از کارشناسان، دو عامل کارآفرینی و کسب و کارهای کوچک را به عنوان عوامل مهم و کلیدی در پیشرفت صنعتی و اقتصادی یک ملت دانسته‌اند. تعدادی از کارشناسان، حدود ۷۰ درصد از رشد اقتصادی را به فعالیت‌های کارآفرینی نسبت می‌دهند و معتقدند که یک سوم از نرخ‌های رشد و تغییرپذیر در اقتصاد ملی، کاملاً تحت تأثیر فعالیت‌های کارآفرینانه است. در سال‌های اخیر، اهمیت رفتار کارآفرینانه و ضرورت وجود کارآفرینان در بخش‌های صنعت، خدمات، سازمان‌های دولتی، شرکت‌های خصوصی و... به شکل فزاینده‌ای در حال افزایش است. طیف گسترده‌ای از عوامل مختلف در احیای علاقه مندی به کارآفرینی و کسب و کارهای کوچک در اروپا و ایالات متحده در دهه‌ی ۱۹۹۰ نقش داشته‌اند. در سال‌های اخیر، بسیاری از کشورهای صنعتی، شاهد رکود اقتصادی، نرخ بالای بیکاری و نوسان در چرخه‌های تجاری بین‌المللی بودند که شدت این عوامل آنقدر زیاد بود که این کشورها، پس از جنگ جهانی دوم، هرگز چنین چیزی را تجربه نکرده بودند. این وضعیت باعث افزایش توجه سیاستگذاران و تصمیم‌سازان سیاسی به نقش بالقوه‌ی کارآفرینان به عنوان تنها راه حل افزایش نرخ بیکاری و دستیابی به رفاه اقتصادی شده است. بسیاری از کشورها، این موضوع را پذیرفته‌اند و تدابیر سیاسی تازه‌ای را برای حمایت از شرکت‌های کوچک و کارآفرین به کار گرفته‌اند. تلاش‌های ویژه‌ای نیز با هدف ارتقای فعالیت‌های نوآورانه (زیرا فعالیت‌های نوآورانه تأثیرات مهمی در ایجاد شغل و کاهش بیکاری دارد) و افزایش توانمندی‌های نوآورانه انجام شده‌اند (کلار<sup>۱۱</sup>، ۲۰۰۹).

## ۲-۲-۱-۱) تعریف کارآفرینی روستایی

کار آفرینی روستایی، اساساً تفاوتی با کارآفرینی در شهر ندارد جز اینکه باید آنرا در فضای روستا تصور نمود.

میتوان کارآفرینی روستایی را سه گزاره ذیل تعریف کرد:

نیرویی که سایر منابع را برای پاسخگویی به یک تقاضای بی پاسخ بازار بسیج میکند.

توانایی خلق و ایجاد چیزی از هیچی.

فرایند خلق ارزش به وسیله امتزاج مجموعه واحدی از منابع در راستای بهره‌گیری از یک فرصت.

آنچه در مجموع میتوان برای تعریف مقوله کارآفرینی روستایی به کار برد، عبارت است از:

---

<sup>11</sup> Claar

بکارگیری نوآورانه منابع و امکانات روستا در راستای شکار فرصت های کسب و کار”

این نوع کسب و کارها با توجه به اندازه کوچک روستاها، در مقیاسی کوچک هستند و اغلب بین ۱۰-۲۰ نفره بوده و با توجه به غالب بودن فعالیت های کشاورزی و کارگاهی از کارایی خاصی برخوردارند. با توجه به تغییرات عصر کنونی و ورود به جامعه اطلاعاتی، کسب و کارهای روستایی نیز در نوع خود دچار تغییر و تحول شده اند. و انواع کسب و کارهای خدماتی؛ تولیدی و صنعتی و فناوری اطلاعات در آن دیده می شود.

## ۲-۲-۱-۱) نقش کارآفرینی در توسعه اقتصادی روستاها

توسعه کارآفرینی تنها استراتژی مناسب برای توسعه اقتصادی روستاها نیست، اما نسبت به سایر استراتژیها هزینه کمتری دارد و برای محیط روستایی مناسب تر است. با توسعه کارآفرینی و ایجاد شرکتهای کوچک کارآفرین، روستاییان به کالاها و خدمات مورد نیاز خود دست می یابند و این امر تاثیر زیادی در رشد اقتصادی روستاها و کاهش پدیده مهاجرت به شهرها دارد. روستاها نیز همچون شهرها، مملو از فرصتهای جدید و کشف نشده هستند که کشف و بهره برداری به موقع از این فرصت ها و ایجاد کسب و کارهای جدید و رقابت پذیر بر مبنای آن، می تواند مزایای اقتصادی چشمگیری برای روستاییان به همراه آورد.

دست اندرکاران توسعه کارآفرینی در روستاها بر دو فعالیت اصلی تاکید دارند

- تشویق و حمایت از کارآفرینان روستایی برای ایجاد کسب و کارهای جدید
  - تشویق کسب و کارهای موجود به توسعه فعالیت ها و حرکت به سمت تحقق ایده های جدید و کارآمد
- توسعه کارآفرینی در روستاها نیز همچون شهرها مستلزم تاکید بر پیش نیاز اساسی است؛ توسعه فرهنگ کارآفرینی فرهنگ کارآفرینی نوعی فرهنگ اجتماعی است که رفتار کارآفرینانه را تشویق و حمایت می کند.

در توسعه فرهنگ کارآفرینی چند هدف اساسی دنبال می شود:

- ایجاد بستر لازم برای تربیت کارآفرینان روستایی

- تشویق روستاییان به مشارکت فعالانه در طرحهای کارآفرینی روستایی

- تشویق سازمانهای دولتی و غیردولتی به حمایت از فعالیتهای کارآفرینی در روستاها

نخستین نوع بیمه که قبل از سده نوزدهم مورد عمل قرار گرفته، بیمه باربری دریایی بوده است. بقیه رشته ها کم و بیش بعد از انقلاب صنعتی و به تدریج از این زمان به بعد به وجود آمده است. دومین رشته، بیمه آتش سوزی است که بعد از آتش سوزی مهیب لندن به فکر اندیشگران رسید. عموماً پیشرفت تکنولوژی و ورود فرآورده های صنعتی، با وجود رفاهی که برای بشر به ارمغان آورده است، خطرهای جانی و مالی بالقوه ای نیز در پی دارد. بیمه گران مدام در فکر ارائه تأمین بیمه ای برای این دسته از خطرها بودند. اینکه کدام قوم یا ملت، نخستین بار با بیمه آشنا شد معلوم نیست. برخی دریانوردان فنیقی را مبتکر بیمه دریایی می دانند. بدین صورت که دریانوردان از بازرگانان وام دریافت می کردند و هرگاه دریانورد بدهکار با موفقیت سفر خود را به پایان می رساند، مؤظف بود که اصل و بهره وام دریافتی را ظرف مدت معین به بازرگانان طلبکار بپردازد. در طی این مدت، کالای دریانورد در گرو بازرگان بود و اگر به موقع موفق به دریافت طلب خود نمی شد می توانست کالا را حراج کند ولی اگر کشتی دریانورد با حوادث دریا مواجه می شد یا دزدان دریایی حمله ور می شدند و کالا به غارت می رفت وام دهنده حقی در مورد اصل و بهره وام پرداختی نداشت. بنابراین بازرگانان وام دهنده، خطر را تقبل می کردند یعنی برگشت اصل و بهره وام در گرو سالم به مقصد رسیدن کالا بود. بهره این نوع وامها بیشتر از وام های عادی بود و این مابه التفاوت بین میزان بهره وام عادی و وام دریایی را می توان حق بیمه خطر محسوب کرد که بازرگان وام دهنده به عهده گرفته بود. این نوع وامها را در تاریخ پیدایش بیمه، بیمه وامهایی دریایی نامیده اند که در سده های پنجم و ششم قبل از میلاد مسیح در مدیترانه شرقی که مرکز تجارت اروپای آن زمان بود رواج داشت. بدین صورت که سرمایه داران یونانی به صاحبان کشتیها و مال التجاره ها وام با نرخ بالا تر از وام عادی پرداخت می کردند. حتی برخی تاریخ نگاران اعتقاد دارند که سابقه این نوع وامها به دو هزار سال قبل از میلاد می رسد که بین بازرگانان و دریانوردان هندی متداول بود. برخی معتقدند که تقسیم ریسک را که امروزه یکی از ویژگی های مهم حرفه بیمه گری محسوب می شود، چینی ها در سه هزار سال قبل از میلاد رعایت می کرده اند. بدین ترتیب که دریانوردان چینی مال التجاره خود را به جای حمل با یک کشتی یا قایق، با چندین کشتی و قایق حمل می کردند که هرگاه یکی یا چند وسیله دچار مخاطرات دریا شد یا دزدان دریایی به غارت بردند، کشتیها و قایقهای دیگر سالم به مقصد برسند و خسارت وارده به حداقل ممکن کاهش یابد. این همان اصل پراکندگی ریسک در اقصی نقاط جهان است که امروزه بین بیمه گران و بیمه گران اتکایی متداول است و رعایت می شود. نوع دوستی، نوع پروری و معاضدت، از ارکان اصلی پیدایش بیمه بوده است. تعاون و نوعی بیمه که به آن بیمه متقال می توان

اطلاق کرد، در قرون وسطی نیز رایج بود. تا سده چهاردهم میلادی اصولاً بیمه به صورت تعاون و کمک متقابل وجود داشت و در حمل و نقل دریایی نیز بیمه برای کشتی و محموله به صورت بیمه وام دریایی و نظایر آن جزء قرارداد حمل و نقل محسوب می شد و بیمه به شکل معامله و قرارداد مستقل مطرح نبود (کریمی، آیت، ۱۳۸۶: ۲۳).

## ۲-۲-۲-۲ سیر تحول بیمه

تعاون و کمکهای متقابل تا اوایل سده چهاردهم میلادی یعنی تا پیدا شدن بیمه به مفهوم حرفه ای آن باقی ماند. به نظر بسیاری از مؤلفان، بیمه به مفهوم واقعی و امروزی آن در سده چهاردهم به وجود آمده است. پس از پیدایش بیمه در این دوران، در اروپای غربی عده ای که به آن اعتقاد نداشتند به مخالفت برخاستند. اینان تصور می کردند که قرارداد بیمه نیز به سرنوشت وام دریایی دچار و ممنوع خواهد شد. زیرا قبلاً کلیسا با بیمه به صورت وامهای دریایی مخالفت کرده بود. دلیل این بود که مقامات کلیسایی طبق موازین مذهبی، بهره را حرام می دانستند. در پی همین مخالفت کلیسا بود که بیمه وامهای دریایی مدتی منسوخ شد تا عاقبت تجار وام دهنده شکل آنرا عوض کردند. بدین منوال که به جای بهره، وام گیرنده جایزه ای می پرداخت که میزان آن به اندازه نرخ بهره بود ولی شکل آن طوری بود که کلیسا نمی توانست با آن مخالفت کند. این امر موجب شده بود که به آینده چندان امیدوار نباشند، ولی بیمه به سرعت توسعه یافت. سوابق تاریخی نشان می دهد که در سال ۱۳۹۳ در یک دفتر رسمی در ژنو، طی یک ماه ۸۰ قرارداد بیمه منعقد شد. سرانجام پس از تحولات بسیاری که در سده چهاردهم پیش آمد برخی بازرگانان حرفه خود را صرفاً بیمه قرار دادند. از اواخر نیمه دوم سده چهاردهم، قرارداد بیمه به تدریج از قرارداد کرایه کشتی تفکیک شد و به صورت سند دیگری که «پلیس» نامیده می شد تنظیم گردید و به سرعت رو به تکامل رفت (کریمی، آیت، ۱۳۸۶: ۲۵). هرچند تاریخ و فرهنگ ماحکایت از فروغ دیرینه قوانین، مقررات و آداب و رسوم زیادی در جهت حمایت از انسانها دارد، لکن از آنجائیکه بیمه بصورت امروزی در کشورهای صنعتی پدید آمده و مباحث مربوط به آن همگام با نیازهای تجاری و اقتصادی این کشورها توسعه یافته است، پیشرفت ما چه در زمینه های نظری و چه در جنبه های عملی قابل توجه نیست و هنوز زمینه ابداع و نوآوری بوجود نیامده است. در دنیای واقعی و پیچیده امروز، ضرورت آگاهی و تخصص در هر امری بویژه در ارتباطات اجتماعی و اقتصادی بر کسی پوشیده نیست. زیرا کسی که زمان خود را بشناسد، امور متشابه و نامتعارف به او هجوم نیاورد. امر بیمه نیز بعنوان یکی از مهمترین عوامل بستر ساز امنیت اجتماعی و توسعه اقتصادی نمی تواند فارغ از واقعیات دنیای

امروز راه خود را پیدا نماید. از آنجا که همه چیز را همگان دانند، لذا نقش گروه‌های واسطه از قبیل وکلا و مشاوران در عرصه‌های مختلف و نمایندگان بیمه بیش از پیش پررنگ تر و جایگاه واقعی آنان ملموس تر می‌گردد. تماس مستقیم بیمه گر با انبوه بیمه گزاران که دلیلی بر آگاهی همه آنان از قوانین و مقررات و شرایط بی شمار بیمه و بیمه گری وجود ندارد، یکی از دلایل مهم عدم توسعه بیمه در کشور و اغلب موجب بروز تنش و مناقشاتی بین بیمه گزار و شرکتهای بیمه می‌باشد. نمایندگان بیمه، در جامعه تماس نزدیکی با تک تک افراد جامعه برقرار می‌نمایند، لذا می‌توانند با توجه به آگاهی و تخصصشان از یکسو بعنوان مشاوران بیمه ای با تطبیق بهترین شرایط و نرخهای بیمه، حافظ منافع بیمه گزاران بوده و از دیگر سو با شناخت نگرانی آنها و انتقال آن به بیمه گر در یافتن راهکارهای جدید بیمه ای در توسعه بازار بیمه نقش شایان توجه ای بازی نماید اولین اشاره ای که در متون قدیم به مداخله بنفع زیان دیده از یک حادثه ناخوشایند مشاهده می‌شود مربوط است به ۴۵۰۰ سال قبل از میلاد . باستناد مندرجات برگهای پایپروس بدست آمده، سنگتراشان حوزه سفلاهی مصر بین خود صندوقی دایر کردند که به آنها اجازه می‌داد هنگام وقوع بعضی حوادث مصیبت بار و بلایای عظیم از کمک یکدیگر بهره مند گردند. قرن‌ها بعد از آن، مبادله کالا بین قبایل و شهرهای مختلف بطور جدی و ضرورتی اجتناب ناپذیر مطرح می‌گردد . وجود راههای نا امن و حمل و نقل کالابوسیله حیوانات که کاری پرمخاطره بوده از یک سو و ارزش کالاهای مورد معامله از دیگر سو، موجبات مسئولیت کاروانیان در مقابل صاحب کالا رافراهم آورد . ضمانت اجرای چنین مسئولیتی یعنی نرساندن کالا به مقصد، بسیار شدید و گاهی به مجازاتهایی از قبیل ضبط و مصادره اموال، توقیف اعضاء خانواده مسئول بعنوان گروگان و حتی اعدام مسئول منجر می‌گردید. ضمانت اجرای شدید یاد شده مانع از این بود که کاروانیان به شغل حمل و نقل رغبتی نشان دهند . اما رکود مبادلات کالا که خود بصورت الزام زمان در آمده، نمی‌توانست مدت زیادی دوام آورد . در سال بابل به وجود قراردادی بنفع حمل کنندگان کالا اشاره می‌کند . یوربی قبل از میلاد، قانون همورابی براین اساس در قرارداد منعقد بین کاروانیان و صاحبان کالا پیش بینی می‌شد در صورت از بین رفتن یا سرقت کالا، اگر کاروانیان ثابت می‌کردند هیچگونه تقصیر یا اهمالی در جریان از بین رفتن و یا سرقت کالا مرتکب نشده اند از مسئولیت مبرا شناخته می‌شدند. در قرون 6 و 7 قبل از میلاد، قانونگزار آتن انجمنی از صنعتگران یک رشته و یا افرادی که دارای عقاید سیاسی، فلسفی و مذهبی واحدی بودند به وجود آورد تا به اعضاء خود که دچار نوعی بلیه شده بودند از طریق صندوق مشترکی که از حق اشتراک اعضاء تغذیه می‌شد، کمک گردد. بابل که مجموعه قوانین و آداب و رسوم یهودیان در دوره معینی را تشکیل



تالمود می‌دهد خاطر نشان می‌سازد باشرایطی به کاروانیانی که در جریان یک مسافرت حیوان خود را از دست میدادند، در صورتیکه مرگ حیوان از بی مراقبتی صاحبش ناشی نمیشد حیوان دیگری میدادند.

## ۲-۲-۲-۳ بیمه در قرون وسطی

وام دادن با بهره زیاد که به اشکال مختلف توسط یونانیها و رومی ها قبل از میلاد عمل می شد طرح اولیه بیمه دریائی را در قرون وسطی پی ریزی کرد. امکان محدود بسیاری از دریانوردان به آنها اجازه نمی داد بدون مشارکت و همکاری بازرگانان که از وضع مساعدی برخوردار بودند، با حوادث بزرگ دریائی مقابله کنند. وامی که بازرگانان به دریانوردان می دادند دارای شرایط خاصی بود. بدین توضیح که اگر کشتی یا محموله آن به دنبال حوادث دریائی از بین می رفت، وام دهنده حق مطالبه وام را نداشت. برعکس وقتی کشتی یا محموله صحیح و سالم بمقصد میرسید علاوه بر استرداد وام سهمی از فروش کالا نیز که به نسبت دوری و نزدیکی راه بین ۱۵ تا ۴۰ درصد متغیر بود دریافت می داشت. این عمل را نمیتوان بیمه به حساب آورد. زیرا خسارت قبل از تحقق خطر پرداخت می شد و حق بیمه بعد از وقوع خسارت مورد محاسبه و مطالبه قرار می گرفت. چنین عملی به شرط بندی و سفته بازی بیشتر شباهت دارد تا به بیمه، خاصه آنکه سود حاصل از این کار هیچگونه تناسبی با خطر نداشت. کلیسا که در این دوره تنها مقام و مرجع عالی مورد احترام و مطاع بود، با این عمل از در مخالفت درآمد و پاپ نهم در سال ۱۲۲۷ بموجب فرمانی اینگونه عملیات را بعنوان رباخواری محکوم کرد. گرگوار برای فرار از این ممنوعیت جوامع تجاری در ازاء دریافت مبلغی که از قبل تعیین می شد بازپرداخت ارزش کشتی یا محموله را در قبال خطر از بین رفتن تضمین میکردند راه حل جدید که دیگر متضمن شرکت وام دهنده در سود حاصل از فروش محموله نبود بعد از مدتی از وضع جنینی خود خارج و شکل گرفت بالاخره بیمه دریائی تولد یافت و اولین قرارداد بیمه دریائی در نیمه قرن چهاردهم در ایتالیا منعقد شد. پیدایش رشته های دیگر بیمه حوزه مدیترانه مخصوصاً "ایتالیا بوجود آمد. متعاقب پیدایش بیمه های دریائی علل اقتصادی و اجتماعی و نیازهای خاص جامعه موجب پیدایش رشته های دیگر بیمه شد. بعنوان مثال: حریق معروف لندن به تاسیس شرکت های بیمه در مقابل آتش سوزی کمک کرد. در ساعت یک صبح روز دوم سپتامبر ۱۶۶۶ در یکی از نانوای های لندن حریقی روی داد که در مدت کوتاهی سیزده هزار خانه که در چهارصد کوچه و خیابان و زمینی به مساحت یکصد و هفتاد و پنج هکتار پراکنده بود دربرگرفت و خسارت هنگفتی ببار آورد. این حریق منشاء پیدایش بیمه آتش سوزی شد. پیدایش بیمه های عمر در کشورهای مختلف معلول عوامل متفاوتی بود. مثلاً "در کشور ایتالیا

بیمه عمر در ابتدا صورت مکمل بیمه دریائی داشت. بدین توضیح که بیمه بردگانی که دارای ارزش تجارتهای بودند مرسوم شد. بعد کاپیتان و کارکنان کشتی هم از این بیمه برخوردار شدند و سپس به مسافری نیز تسری داده مرد سیاسی به مازارین Tonti شد. در فرانسه در سال ۱۶۵۳ یک بانکدار ناپلی بنام تونتی و مذهبی فرانسه که اصلا ایتالیائی بود برای رفع اشکالات مالی کشور طرحی تسلیم کرد

## ۲-۲-۲-۴) تاریخچه بیمه در ایران

بیمه به مفهوم امروزی آن در ایران سابقه چندانی ندارد. در حدود سال ۱۲۸۰ هجری شمسی در دو مؤسسه روسی بنام «ناردژدا» و «کافاکزوری» در ایران شروع به کار کردند که پس از انقلاب تعطیل شدند. بعد از آن شرکت بیمه انگلیسی «آلیانس» نمایندگی خود را در ایران تأسیس کرد و شرکتهای دیگر انگلیسی و آلمانی و سوئیسی در ایران شروع به فعالیت نمودند. بعدها شرکت بیمه دولتی شوروی بنام «اینگستراخ» نیز در ایران شعبه‌هایی تأسیس کرد و تعداد این شرکتهای بتدریج افزایش یافت. فعالیت شرکتهای بیمه خارجی در ایران که در بدو امر مفید به نظر می‌رسید به صورتی درآمدی بود که برای اقتصاد ملی به جای نفع، زیان آور بود. از یک طرف این شرکتهای با استفاده از عدم اطلاع بیمه‌گذاران در مقابل پوششهای محدود، حق بیمه کلانی مطالبه و دریافت می‌کردند و به بهانه‌های گوناگون از پرداخت خسارت سر باز می‌زدند و از طرف دیگر سالانه مقدار قابل توجهی ارز به صورت حق بیمه از کشور خارج می‌نمودند (کریمی، آیت، ۱۳۸۶: ۲۸). بیمه در ایران قبل از سال ۱۳۱۴ که شرکت سهامی بیمه ایران تأسیس گردید، نمایندگی‌های خارجی یکی پس از دیگری تعطیل شده و فقط دو شرکت که نمایندگی شرکتهای بیمه «اینگستراخ» روسیه و «یورکشایر» انگلیس را داشتند باقی ماندند و این شرکتهای حتی تا بعد از تشکیل حکومت جمهوری اسلامی و قبل از تاریخ ۵۸/۴/۴ که شورای انقلاب شرکتهای بیمه را ملی و نمایندگی‌های خارجی را منحل اعلام کرد، به فعالیت خود در ایران ادامه می‌دادند. قبل از انقلاب اسلامی در ایران، یک شرکت بیمه دولتی (شرکت سهامی بیمه ایران) و چهارده شرکت بیمه خصوصی و نمایندگی‌های خارجی (شرکتهای بیمه: ملی، شرق، آریا، ساختمان و کار، حافظ، ایران و آمریکا، البرز، آسیا، امید، تهران، پارس، دانا و شرکتهای نمایندگی اینگستراخ و یورکشایر) فعالیت می‌کردند. از سال ۱۳۵۱ بیمه مرکزی ایران جهت هدایت امر بیمه در کشور و نظارت بر شرکتهای بیمه تشکیل گردید. بعد از انقلاب ابتدا در سال ۱۳۵۸ با مصوبه شورای انقلاب شرکتهای بیمه خصوصی ملی شده و نمایندگی‌های خارجی تعطیل گردید و از شهریورماه ۱۳۶۰ به جز شرکتهای بیمه آسیا و البرز فعالیت سایر شرکتهای ملی شده متوقف گردید. از سال ۱۳۶۷ بر اساس مصوبه مجلس شورای

اسلامی علاوه بر شرکت سهامی بیمه ایران که یک شرکت بیمه دولتی بود، شرکتهای بیمه البرز و آسیا هم دولتی شد و یک شرکت بیمه دولتی دیگر که فقط اجازه فعالیت در بخش بیمه اشخاص به آن داده شد به نام شرکت بیمه دانا تشکیل گردید (کریمی، آیت، ۱۳۸۶ : ۲۸).

## ۲-۲-۲-۵) انواع بیمه

بیمه‌ها به سه دسته کلی تقسیم می‌شوند:

اشخاص

اموال

مسئولیت

و برخی بیمه‌های خاص نیز اخیراً در ایران بوجود آمده است.

### بیمه اشخاص شامل

عمر

حادثه

درمان

### بیمه اموال شامل

بیمه اتومبیل (شخص ثالث، بدنه)

آتش سوزی

بیمه‌های مهندسی

بیمه حمل و نقل (صادرات، واردات، ترانزیت، داخلی)

### بیمه مسئولیت

بیمه‌های مسئولیت دارای انواع مختلفی است که برخی از آنها عبارتند از

مسئولیت کارفرما در قبال کارکنان

مسئولیت حرفه‌ای پزشکان و پیراپزشکان  
مسئولیت مدنی مدیران و مسئولان فنی بیمارستانها - کلینیکها و درمانگاهها  
مسئولیت در مقابل همسایگان مجاور ناشی از سرایت آتش سوزی و انفجار

### بیمه های خاص شامل

بیمه مرهونات بانکی (وامهای بانکی)

بیمه نامه پول در صندوق

بیمه شتر مرغ

بیمه اسب

### ۲-۲-۲-۶) آشنایی با صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان، روستائیان و عشایر

صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان، روستائیان و عشایر در راستای تحقق اهداف والای نظام جمهوری اسلامی ایران و اجرای ماده ۲۹ قانون اساسی پیش بینی و تاسیس شده است. در متن قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران ذیل ماده ۲۹ مقرر شده :

«برخورداری از تأمین اجتماعی از نظر بازنشستگی، بیکاری، پیری، ازکارافتادگی، بی سرپرستی، در راه ماندگی، حوادث و سوانح، نیاز به خدمات بهداشتی و درمانی و مراقبتهای پزشکی به صورت بیمه و غیره، حقی است همگانی. دولت موظف است طبق قوانین از محل درآمدهای عمومی و درآمدهای حاصل از مشارکت مردم، خدمات و حمایتهای مالی فوق را برای یک یک افراد کشور تأمین کند». در راستای این اصل و به منظور ساماندهی نظام تأمین اجتماعی کشور و گسترش پوشش و جامعیت خدمات بیمه‌ای به آحاد ملت شریف ایران، قانون ساختار نظام جامع رفاه و تأمین اجتماعی مصوب ۲۱/۰۲/۱۳۸۳ مجلس شورای اسلامی، صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان، روستائیان و عشایر را به عنوان یکی از ارکان چهارگانه بیمه‌گر اجتماعی تعریف و به عنوان سازوکاری در زیر مجموعه وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی مقرر نموده است. در ادامه این مسیر آیین نامه بیمه اجتماعی کشاورزان، روستائیان و عشایر در تاریخ ۱۲/۱۱/۱۳۸۳ از سوی هیات محترم وزیران تصویب و صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان، روستائیان و عشایر تاسیس گردید.

این صندوق مطابق ماده ۲۰ آیین نامه مذکور، موسسه‌ای دولتی دارای شخصیت حقوقی و استقلال مالی و اداری و استخدامی بوده و بر اساس مصوبه ۱۰/۰۴/۱۳۸۸ مجلس شورای اسلامی به فهرست نهادها و موسسات عمومی غیر دولتی الحاق گردیده است. موضوع فعالیت آن به شرح زیر می‌باشد که از طریق حدود ۲۰۰۰ کارگزاری خود در سراسر کشور، اعم از شرکت‌های تعاونی تولید روستایی، دهیاری‌ها و نیز کارگزاری‌های مستقل، در مراکز دهستان‌ها و روستاها صورت می‌پذیرد.

#### ۲-۲-۲-۷) فعالیت‌های صندوق:

۱. تعمیم و گسترش بیمه کشاورزان، روستاییان و عشایر به افراد مشمول؛
  ۲. جمع آوری و تمرکز کلیه وجوه موضوع صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان، روستاییان و عشایر؛
  ۳. سرمایه‌گذاری و بهره‌برداری از وجوه جاری و ذخیره شده؛
  ۴. انجام تعهدات موضوع آیین نامه (شامل مستمری پیری، از کار افتادگی و فوت).
- صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان، روستاییان و عشایر خود را موظف به توسعه پوشش بیمه‌ای در جهت تعمیم جامعه هدف به بیمه فراگیر افراد غیر مزد بگیر می‌داند. همچنین گسترش فرهنگ بیمه اجتماعی و سهولت دسترس در استفاده از خدمات بیمه‌ای و تنوع بخشیدن و اصلاح نرخ بیمه متناسب با تعهدات از جمله مواردی است که در زمره وظایف صندوق نهادینه شده است.

#### ۲-۲-۲-۸) فعالیت صندوق بیمه اجتماعی

جلوگیری از مهاجرت بی رویه روستائیان به شهرها  
کاهش اختلاف طبقاتی و بالا بردن سطح زندگی روستاییان و عشایر

تامین امنیت اجتماعی

بازتوزیع عادلانه درآمد

ویژگی های صندوق

پرداخت دو برابر سهم بیمه شده توسط دولت

امکان نقل و انتقال سوابق بیمه شده

دریافت مستمری پیری پس از ۱۵ سال پرداخت حق بیمه و داشتن ۶۵ سال سن

### مشمولان بیمه

روستائیان و عشایر

کشاورزان غیرساکن در روستا

شاغلان فصلی و ساکنان شهرهای زیر بیست هزار نفر

رانندگان حمل بار و مسافر برون شهری در روستاها و شهرهای زیر بیست هزار نفر

کارکنان مراکز و شرکت های وابسته به سازمان نظام مهندسی، کشاورزی و منابع طبیعی و نظام دامپزشکی

### مستمری پیری

اگر شما روستایی، عشایر، کشاورز غیرساکن در روستا و یا ساکن شهرهای زیر ۲۰ هزار نفر جمعیت هستید، کافی است حداقل ۱۵ سال، حق بیمه خود را بر اساس سطوح درآمدی مختلفی که صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان، روستائیان و عشایر مشخص کرده پردازید و بعد از ۶۵ سالگی، هر ماه مستمری بگیرید. دقت کنید! مستمری شما دو سوم سطح درآمدی است که در سال آخر پرداخت کرده اید.

### مستمری بازماندگان

تفاوتی ندارد که چقدر سابقه پرداخت حق بیمه داشته باشید. اگر در جریان یک حادثه ناشی از کار فوت کنید، افراد واجد شرایط تحت تکفلتان، مستمری بازماندگان را دریافت می کنند. اگر یک سال سابقه پرداخت حق بیمه داشته باشید و ۹۰ روز از حق بیمه سال آخر را هم پرداخت کرده باشید، در صورت فوت به هر دلیلی، بازماندگانتان مستمری می گیرند.

### مستمری از کارافتادگی کلی

همچنین اگر بر اثر حادثه ای در جریان کار، از کار افتاده شوید، بدون در نظر گرفتن مدت پرداخت حق بیمه، تا پایان عمر مستمری از کارافتادگی می گیرید. حتی پس از فوت، بازماندگانتان هم از این مستمری بهره مند می شوند.

## ۲-۲-۲-۹) کارآفرینی و حمایت بیمه ای

در شرایطی که با تحریم ها مواجه هستیم و شاهد اقدامات هنجارشکنانه رئیس جمهوری آمریکا برخلاف عهد و پیمانمان هستیم، مهمترین استراتژی باید رسیدگی به گروه های محروم و توانمندسازی آنها باشد که در این شرایط روستائیان و عشایر بیش از همه آسیب پذیر هستند به همین دلیل باید چتر حمایتی و اشتغال را برای آنها افزایش دهیم و بیمه اجتماعی با خود اشتغال را به همراه خواهد داشت. رشد و گسترش بیمه اجتماعی راهکار اثربخشی در شرایط موجود کشور خواهد بود. با اشاره به اینکه گسترش کمی و کیفی بیمه در برنامه پنجم و ششم آمده است، در نظام لایه بندی رفاه اجتماعی در سطح اول مساعدت ها شامل افرادی است که قدرت کار ندارند که این افراد معمولاً تحت پوشش نهادهای حمایتی امداد و بهزیستی هستند و در لایه دوم بیمه های پایه است که در این بیمه کارفرما رکن مهمی برای روستائیان و عشایر است که بیمه این افراد در صندوق روستائیان طراحی شده است که شامل بازنشستگی، ازکارافتادگی، فوت و درمان خواهد بود. از طرفی صندوق بیمه اجتماعی روستائیان، با ایجاد تفاهم نامه روستائیان و عشایری که کارآفرین شده و شغل پیدا کرده اند، می توانند تحت پوشش بیمه قرار گیرند و دولت نیز سهم کارفرما را پرداخت می کند. همچنین بر اساس سیاست گذاری و برنامه ریزی های انجام شده علاوه بر بیمه، منابع مالی صندوق کارآفرینی امید را نیز ارتقا داده اند که با حمایت های صندوق های بیمه اجتماعی کشاورزان، روستائیان و عشایر کارآفرینی را در روستاها توسعه داده و اشتغال را در این مناطق رونق ببخشند تجربیات «آزموده شده» کشورها، تئوری های «اقتصاد توسعه و توسعه صنعتی» و تعداد قابل توجهی از نمونه های موفق داخلی، به خوبی نشان می دهند که کارآفرینان می توانند به عنوان ماشه های آغاز جریان های اقتصادی همراه با رشد و نوآوری شناخته شوند. بنابراین حمایت از شخص کارآفرین پیشرو به صورت مستقل در دستور کار اغلب کشورها قرار گرفته است. توسعه اقتصادی و تحول ساختاری در اقتصاد یک کشور، حاصل اکتشاف و انکشاف کارآفرینانی است که دست به «ریسک و آزمون» زده و برای اولین بار در کشور وارد یک حوزه پیچیده، با ارزش افزوده بالا، کاملاً جدید و بازارهای رقابتی بین المللی می گردند. این افراد، در پیرامون خود چه به صورت خوشه ای و چه در طول زنجیره ارزش، شرکت های دیگری تأسیس نموده، و تبدیل به الگویی برای دیگران

جهت ورود به حوزه های مشابه می گردند. در اصطلاح رایج، به آنها «کارآفرینان پیشرو» گفته می شود. از همین رو هر چه این فرآیند در یک کشور، توسط دولت تسریع و تسهیل گردد سرعت توسعه اقتصادی و احتمال وقوع تحول ساختاری در اقتصاد آن کشور نیز به شدن افزایش خواهد یافت. مطالعات و بررسی های میدانی و همین طور تجربه کشورهای موفق نشان می دهند که حمایت مستقیم از کارآفرینان پیشرو منجر به جهت دهی به سایر فعالان، ارائه علامت مثبت به بازار، الگوسازی برای تازه واردان و زمینه سازی برای ارتقای رقابت پذیری بنگاه های کسب و کار می شود. در تجربه ایران، تقریباً همه حمایت ها و ارجحیت های اعمال شده، معطوف به بنگاه های کسب و کار بوده و در قوانین موجود، کمتر به شخص کارآفرین به عنوان عامل و محور فعالیت های اقتصادی پرداخته شده است. با توجه به تجربه چندین ساله انتخاب کارآفرینان برتر در سطح ملی و استانی و همین طور برگزاری جشنواره کارآفرینان برتر به صورت سالانه و با حضور رئیس جمهور یا معاون اول، متن مصوبه برای بسط این فرآیند و گذار به حمایت و ارتقا توجه به شخص کارآفرین با هماهنگی و همراهی دستگاه های ذی ربط از سوی وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی ارائه شده است براساس این متن پیش نویس، کارآفرینان پیشرو از یک هویت ممتاز با قابلیت اجرای آنلاین برخوردار شده و کلیه وزارت خانه ها و دستگاه های اجرایی کشور موظفند نسبت به کاهش حداکثر بروکراسی اداری اقدام و امکان ارتباط مستقیم با مدیران ارشد و مسئولان اجرایی را برای آنها فراهم سازند. هر نوع اقدام قضایی علیه کارآفرین پیشرو از سوی دستگاه های دولتی (در حوزه مالیاتی، بیمه و مانند آن ها) و یا هرگونه تصمیم ارائه دهندگان خدمات زیرساختی (مانند آب، برق، گاز و خدمات شهری) علیه محل کار یا محل تولید کارآفرینان پیشرو، می بایست صرفاً منطبق با «دستورالعمل پیشگیری اجرای سیاست های کلی اقتصاد مقاومتی در قوه قضائیه» در استان مربوطه به مرحله اجرا درآیند. پیشنهاد شده است کلیه صندوق های ضمانت دولتی موظفند تسهیلات مربوط به طرح های سرمایه گذاری در دست اجرای کارآفرینان پیشرو را که به تصویب بانک ها یا مؤسسات اعتباری می رسد مشروط بر اینکه اقساط معوق قبلی کارآفرینان پیشرو از ۲۵ درصد مبلغ تسهیلات درخواستی نباشد، ضمانت نمایند. گمرک جمهوری اسلامی ایران» موظف می شود ورود مواد اولیه و تجهیزات فناورانه مرتبط با فعالیت های اصلی کارآفرینان پیشرو را با تأیید دستگاه های تخصصی مربوطه، مشمول مسیر سبز قرار داده و شامل ۵۰ درصد تخفیف در حقوق و موارد و سود بازرگانی نمایند. همچنین سازمان تأمین اجتماعی موظف می شود معوقه بیمه تأمین اجتماعی کارکنان تحت پوشش کارآفرینان پیشرو را با دوره زمانی حداکثر ۲ سال، به مدت ۴۸ ماه تقسیط و جریمه آن را صرفاً برای یکبار مورد بخشودگی قرار دهد. کلیه دستگاه های اجرایی و سازمان های وابسته موظفند در خرید هر دسته کالا یا خدمت مورد خود تا



۲۰ درصد از نیاز خود را بدون رعایت تشریفات مناقصه، به خرید محصول یا خدمت از کارآفرینان پیشرو اقدام نمایند. مشروط بر اینکه محصول یا خدمت کارآفرینان پیشرو، تکنولوژی و کیفیت هم‌سطحی نسبت به مشابه خارجی و تکنولوژی و کیفیت بالاتری نسبت به مشابه داخلی داشته باشد. کارآفرینان پیشرو، در ازای حمایت‌های دریافتی، باید فعالیت‌هایی را مانند تأسیس شتاب‌دهنده در حوزه تخصصی خود، راه‌اندازی کافه کارآفرینی، اجرای فعالیت‌های سبز و دوستدار محیط زیست به عنوان مسئولیت اجتماعی متقبل شوند.

## ۲-۳) پیشینه پژوهش

### ۲-۳-۱) پیشینه داخلی

زهرا فتاحی (۱۳۹۷) در تحقیقی با عنوان بررسی رابطه بین هوش معنوی و شکلگیری کارآفرینی در اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان ایلام یافته‌های تحقیق نشان داده است که: بین تولید معنی شخصی و شکل‌گیری کارآفرینی رابطه معناداری وجود دارد. بین آگاهی و شکلگیری کارآفرینی رابطه معناداری وجود دارد. بین توسعه حالت آگاهی و شکلگیری کارآفرینی رابطه معناداری وجود دارد. بین تفکر انتقادی و شکلگیری کارآفرینی رابطه معناداری وجود دارد. یعنی بین هوش معنوی و شکلگیری کارآفرینی در اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان ایلام رابطه مثبت و معناداری وجود دارد

میری (۱۳۹۵) در پژوهشی با عنوان نقش بیمه اجتماعی روستاییان و عشایر در کارآفرینان در این راستا تاریخچه بیمه تأمین اجتماعی در ایران و نیز در جامعه روستاییان و عشایر ذکر گردیده است. ساختار و مقررات حاکم بر صندوق بیمه اجتماعی روستاییان و عشایر، شرایط عضویت در آن، نحوه پرداخت حق بیمه‌های مربوطه و چگونگی برقراری حقوق مستمری بگیران و موظفین تشریح گردیده است. همچنین عملکرد اجرای صندوق از ابتدای شروع به کار در شهریور ماه ۱۳۹۰ تا شهریور ماه ۱۳۹۵، بر اساس آمار موجود به تفکیک استان‌های ۳۰ گانه کشور و نیز به صورت کلی و ملی مورد اشاره قرار گرفته و با روش تحلیل ثانوی اطلاعات و آمادار موجود مورد بررسی و تفسیر موضوعی قرار گرفته و دستاوردها و امتیازات صندوق مذکور در رابطه با توسعه روستایی تشریح گردیده است آثار برقراری پوشش بیمه اجتماعی برای روستاییان و عشایر در ایجاد امنیت اقتصادی و اجتماعی بیشتر در محیط روستا و افزایش مزیت‌های زندگی و کارآفرینی و اشتغال در مناطق روستایی منجر به آبادانی بیشتر مناطق روستایی، توسعه اشتغال، کاهش مهاجرت گردیده و فرآیند توسعه روستایی تسهیل می‌گردد.

-فخریه حمیدیان پور(۱۳۹۴) در تحقیقی با عنوان بررسی تاثیر رهبری اخلاق مدار بر کارآفرینی سازمانی با اثر میانجی گری توانمندسازی روانشناختی و پژوهش، مروری توصیفی است و بدین منظور تعداد زیادی از پژوهش های صورت گرفته در این زمینه بررسی شده است. با توجه به پیشین نظری و تجربی پژوهش به این نتیجه دست یافتیم که رهبری اخلاق مدار بر کارآفرینی سازمانی با اثر واسطه ای توانمندسازی روانشناختی تاثیر دارد. برای قابل استناد بودن نیز بایستی این مقاله مورد آزمون قرار گیرد تا صحت آن مورد تایید باشد

پاسبانی ابوالفضل(۱۳۹۲) در پژوهشی با عنوان بررسی وضعیت بیکاری و اشتغال در چند سال اخیر: عوامل موثر بر اشتغال زایی به این نتیجه دست یافت که موضوع اشتغال و دستیابی افراد به شغل مورد نظر از اساسی ترین نیازهای یک جامعه محسوب می شود یکی از اهداف کلان توسعه در اغلب کشورها و از جمله کشور ما ، کاهش بیکاری و توسعه فعالیت های شغلی است . بیکاری به عنوان یک پدیده مخرب اجتماعی ، اقتصادی ، فرهنگی مطرح بوده و رفع آن همواره ، از جمله دغدغه های اساسی برنامه ریزان بوده است بدین روی ، بهره برداری کامل و مناسب از منابع انسانی هر کشور باید به عنوان یکی از اهداف راهبردی توسعه در نظر گرفته شود

-سهیلا ترابی (۱۳۹۰) در تحقیقی با عنوان بررسی رابطه کارآفرینی سازمانی و خلاقیت از دیدگاه سازمان فنی و حرفه ای شهرستان گچساران " این تحقیق توصیفی- پیمایشی و از نوع کاربردی بود. ابزار گردآوری داده ها پرسشنامه بود این تحقیق در نیمسال دوم تحصیلی ۱۳۸۹-۱۳۸۸ انجام پذیرفت. جامعه آماری در این تحقیق کلیه کارکنان رسمی، قراردادی و حق التدریس سازمان فوق با مدارک تحصیلی دیپلم، کاردانی، کارشناسی، کارشناسی- ارشد می باشد. که پرسشنامه ای توسط آن ها تکمیل و با استفاده از آمار توصیفی و آمار استنباطی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج عبارتند از: بین کارآفرینی سازمانی و خلاقیت رابطه مثبت و معناداری وجود دارد و همچنین بین ابعاد کارآفرینی سازمانی با خلاقیت رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. به طور کلی بین کارآفرینی سازمانی با خلاقیت و ابعاد کارآفرینی سازمانی با خلاقیت در سازمان فنی حرفه ای رابطه معناداری وجود دارد.

- مجتبی ناهید (۱۳۹۰) در تحقیق سنجش میزان نوآوری و کارآفرینی سازمانی (مطالعه موردی پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه)" که این تحقیق توصیفی- پیمایشی و از نوع کاربردی بود. ابزار گردآوری داده ها پرسشنامه مشتمل بر ۴۷ سؤال بسته و سه سؤال باز بود که در اختیار مدیران سطوح مختلف کارشناسان و اعضای هیأت علمی پژوهشگاه قرار گرفت. نتایج نشان داد که امتیاز کلی کارآفرینی سازمانی در پژوهشگاه پایین تر از حد متوسط بوده اما امتیاز کلی نوآوری سازمانی در پژوهشگاه بالاتر از حد متوسط می باشد.

## ۲-۳-۲) پیشینه خارجی

-مارکوئیست و همکاران (۲۰۱۹) در تحقیقی با عنوان کارآفرینی روستایی و بیمه به بررسی نقش بیمه در کارآفرینی روستایی پرداختند. نتایج نشان می‌دهد رابطه مثبت بین بیمه روستایی و کارآفرینی و ایجاد شایستگی های بازاریابی متمایز وجود دارد برای این منظور، تجزیه و تحلیل از ۲۲۱ نهاد اقتصادی و اجتماعی اسپانیا از ژانویه تا مه ۲۰۱۴ ساخته شده است. به منظور ارزیابی عملکرد سازمانی، از یک مقیاس معتبر (ناکاتا، ۲۰۰۸) استفاده شده است

صبرین<sup>۱۲</sup> (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان سهم کارآفرینی در سه رکن توسعه که هدف از این مطالعه بررسی توانایی فعالیت کارآفرینی در افزایش همزمان رشد اقتصادی، پیشبرد اهداف زیست محیطی و بهبود شرایط اجتماعی در کشورهای در حال توسعه است. نتایج نشان داد که کارآفرینی در این کشورها به ابعاد اقتصادی و اجتماعی توسعه پایدار کمک می‌کند، در حالی که سهم آن در بعد زیست محیطی منفی است. نتایج آزمون علیت تعامل بین کارآفرینی و این سه بعد در کوتاه مدت و بلند مدت را تأیید می‌کند. محدودیت ها و جهات تحقیقاتی آینده، برخی از پیامدهای مدیریتی و سیاسی برای اقدامات کارآفرینی در توسعه پایدار نیز مورد بحث قرار گرفته است.

سون عزیز<sup>۱۳</sup> (۲۰۱۷) در تحقیقی با عنوان بررسی آمادگی کارآفرینی جوانان و اجزای موفقیت شروع کار: آموزش کارآفرینی به عنوان مدیرعامل برای بررسی آمادگی کارآفرینی تعداد ۴۹۰ پرسشنامه توزیع و بررسی شد نتایج حاکی از اثر آموزش کارآفرینی بر آمادگی کارآفرینی بود

---

<sup>12</sup> sabrian

<sup>1</sup> Seun Azeez Olugbola

زهاریا<sup>۴</sup> (۲۰۱۴) در تحقیقی با عنوان قصد کارآفرینی در میان دانش آموزان تجاری مالزی انجام شد در این تحقیق جامعه آماری ۴۵۰ نفر از دانش آموزان مالزیایی بودند روش تحقیق توصیفی پیمایشی از نوع همبستگی بود و نتایج حاکی از اثر مستقیم آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینی بود و تمامی فرضیات تایید شدند

شارما و همکاران (۲۰۱۱) در پژوهشی با عنوان تأثیر عوامل فردی بر روی کارآفرینی جوانان - مطالعه‌ای از دولت اوتاراکنده، هند. مجله تحقیقات جهانی کارآفرینی به این نتیجه دست یافتند که مشخص شد عوامل فردی تأثیر مثبت و مستقیم بر میزان کارآفرینی تأثیر دارند.

---

<sup>2</sup>Zahariah,

## فصل سوم

### روش اجرای تحقیق

در طول سالیان و از ابتدای حیات بشر، انسان همیشه با تحقیق و بررسی ناشناخته‌ها روبرو بوده است. تحقیقی می‌تواند راهگشا باشد که بر اساس اصول و موازین علمی صورت پذیرد. تحقیق در لغت به معنای درست و راست گردانیدن، پیدا کردن و یا جستجوی حقیقت آورده شده است. جان دیویی معتقد است: " اولین مرحله تحقیق احساس وجود یک مشکل است به این معنی که پژوهشگر در کار خویش با مانع یا مشکلی روبرو گردیده است که در حل آن ابهام یا تردید دارد و نمی‌تواند در مقابل آن ساکت بماند". بنابراین، این نقطه آغازین در انجام هر گونه پژوهش یا تحقیقی بسیار مهم است و پس تنظیم موضوع تحقیق، باید به روش تحقیق و بررسی موضوع پرداخت. باید اذعان داشت که روشی که تحقیق بر اساس آن انجام می‌شود، خون درون رگ‌های آن تحقیق است که به سایرین امکان می‌دهد ساختار درونی آن را ببینند. از دلایل نوشتن این فصل در تحقیق این است که مشخص شود چه روش تحقیقی برای بررسی موضوع لازم است. پژوهشگر به منظور پاسخگویی به مسئله تحقیق ملزم به انتخاب یک متدلوژی و یک استراتژی کلی است تا به کمک همه اطلاعات و داده‌ها بتواند به تجزیه و تحلیل پرداخته و مسئله را پاسخ دهد. به عبارت دیگر، روش تحقیق چهارچوب عملیات یا اقدامات جستجو گرایانه برای تحقق هدف پژوهش، برای آزمودن فرضیه یا پاسخ دادن به سوال‌های تحقیق را فراهم می‌آورد. پژوهشگر می‌تواند از روش‌های مختلف تحقیق استفاده کرده و به اکتشاف، توصیف (طبقه‌بندی)، برقراری رابطه همزمانی و نیز برقراری رابطه علت و معلولی پردازد (سرمد و همکاران، ۱۳۸۲، ۲۲).

در این فصل به بحث درباره روش تحقیق پرداخته می‌شود که روش تحقیق شامل نوع تحقیق، سوالات تحقیق، جامعه آماری، تعیین حجم نمونه مناسب، روش نمونه‌گیری، اعتبار داده‌ها، روش جمع‌آوری داده‌ها و در نهایت روش‌های تجزیه و تحلیل داده‌ها می‌باشد.

### ۲-۳ روش تحقیق

این پژوهش از نوع پژوهش‌های کیفی است و با استفاده از رویکرد نظریه داده بنیاد (گراند تئوری)، به مطالعه میپردازد و به کمک روش تئوری داده بنیاد، مولفه‌های نقش صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان و عشایر بر توسعه کارآفرینی مشخص خواهد شد و مدل مفهومی استخراج میشود و تلاش می‌شود تا ضمن مشخص نمودن

مراحل انجام تحقیق، ابزار مناسبی برای گردآوری داده‌ها طراحی شود و با انتخاب نمونه آماری از بین جامعه آماری تحقیق، داده‌های عینی مورد نیاز جمع‌آوری گردد.

### ۳-۳ روش و ابزار گردآوری داده‌ها و اطلاعات

در طول انجام تحقیق حاضر از روش‌های مختلف و متنوع گردآوری اطلاعات استفاده شد. بخشی از اطلاعات تحقیق از جمله بررسی و مطالعه در زمینه نظری، ادبیات موضوع و پیشینه تحقیق با استفاده از روش کتابخانه-ای (استفاده از کتاب‌ها و مقالات تخصصی، پایان‌نامه‌ها و طرح‌های تحقیقاتی) گردآوری شد و در کنار آن شبکه جهانی اینترنت نیز استفاده شد. همچنین از مصاحبه با کارشناسان (مدیران و کارکنان) صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان، روستائیان و عشایر اطلاعاتی به دست آمد

برای جمع‌آوری اطلاعات به صورت دقیق از روشهای زیر استفاده گردید:

مطالعات کتابخانه‌ای: جهت گردآوری اطلاعات در زمینه مبانی نظری و ادبیات تحقیق موضوع، از منابع کتابخانه‌ای، مقالات، کتاب‌های مورد نیاز و نیز از شبکه جهانی اطلاعات استفاده شده است.

#### ب) ابزار گردآوری اطلاعات:

در این تحقیق از دو ابزار برای جمع‌آوری اطلاعات استفاده گردیده است:

بررسی اسناد و مدارک: همچنین سایر اطلاعات در زمینه ادبیات موضوع، تعیین چارچوب نظری و شاخص‌ها از منابع موجود در کتابخانه که حاوی کتب، مجلات و پایان‌نامه‌ها و گزارشات علمی است، استفاده شده است.

مصاحبه: مصاحبه از فنون یا ابزارهای متداول جمع‌آوری داده‌های پژوهشی است که با گسترش رویکردهای کیفی و رویکردهای تلفیقی (کمی و کیفی) در سال‌های اخیر، به طور فزاینده‌ای بدان توجه شده است. مصاحبه ابزاری متداول برای جمع‌آوری اطلاعات از طریق تعامل مستقیم کلامی میان مصاحبه‌گر و مصاحبه‌شونده است. مصاحبه می‌تواند به صورت فردی یا گروهی و برای سه هدف عمده انجام شود:

۱- مصاحبه می‌تواند پیش از شروع فرایند اصلی پژوهش، به عنوان یک ابزار برای شناسایی متغیرها و روابط آنها و پیشنهاد فرضیه‌ها به کار رود.

۲- مصاحبه می‌تواند ابزار اصلی تحقیق باشد. در این صورت، مصاحبه شامل پرسش‌هایی خواهد بود که مرتبط با هدف‌های تحقیق بوده و با فراهم کردن امکان دسترسی به آنچه درون ذهن افراد است، موجبات اندازه‌گیری

آنچه را فرد می‌داند (آگاهی یا اطلاعات)، آنچه را فرد دوست دارد یا ندارد (ارزش‌ها و ترجیحات) و آنچه را فرد فکر می‌کند (نگرش‌ها و عقاید) ممکن می‌سازد.

۳- مصاحبه می‌تواند به عنوان مکمل سایر ابزارها در یک پژوهش در حال انجام، مورد استفاده قرار گیرد و امکان دنبال کردن نتایج غیر منتظره، تعیین اعتبار سایر روش‌ها یا بررسی عمیق‌تر انگیزه‌های پاسخ‌دهندگان و دلایلی را که برای پاسخ‌هایشان ارائه می‌دهند، ممکن می‌سازد (کوهن و مانین، ۱۹۸۶، ص ۳۰۹)

مصاحبه از نظر میزان سازمان‌یافتگی به سه دسته عمده مصاحبه ساختار یافته، نیمه ساختار یافته و باز یا بدون ساختار تقسیم می‌شود. مصاحبه ساختار یافته شامل یک مجموعه پرسش‌ها و پاسخ‌های طبقه‌بندی شده است که از قبل تعیین شده و باید از پاسخ‌دهنده، به طور شفاهی پرسیده شود. برای همه پاسخ‌دهندگان، سؤالات یکسان است و پاسخ‌دهنده فقط یکی از پاسخ‌های ارائه شده را انتخاب می‌کند. در این مصاحبه، که برای پژوهش‌های کمی استفاده می‌شود، به ندرت از سؤالات باز استفاده می‌شود.

در مصاحبه باز یا بدون ساختار، مصاحبه‌گر باید درباره تعدادی از موضوعات از پیش تعیین شده، ذهن پاسخ‌دهنده را به طور عمیق کاوش کند. در این مصاحبه، سؤالات استاندارد شده و پاسخ از قبل تعیین شده‌ای وجود ندارد. در عوض، مصاحبه‌گر جنبه‌های متعددی از نظرات مصاحبه‌شوندگان را آن گونه که در گفت‌وگو پیش می‌آید، بررسی می‌کند. او از نیروی ابتکار خود استفاده کند و به ایجاد فرضیه‌های جدید و آزمودن آن‌طی مصاحبه می‌پردازد.

مصاحبه نیمه ساختار یافته مصاحبه‌ای است که در آن، سؤالات مصاحبه از قبل مشخص می‌شود و از تمام پاسخ‌دهندگان، پرسش‌های مشابه پرسیده می‌شود؛ اما آنها آزادند که پاسخ خود را به هر طریقی که می‌خواهند پاسخ دهند. البته در راهنمای مصاحبه جزئیات مصاحبه، شیوه بیان و ترتیب آنها ذکر نمی‌شود. این موارد در طی فرایند مصاحبه تعیین می‌شوند (دلاور، ۱۳۸۳).

### ۳-۴ جامعه آماری

در این تحقیق جامعه آماری کارشناسان و مدیران صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان، روستائیان و عشایر استان کرمانشاه است



### ۳-۵ روش نمونه‌گیری و تعیین حجم نمونه

انجام هر تحقیق علمی مستلزم صرف هزینه و زمان است، به همین دلیل امکان بررسی کامل جمعیت (جامعه)<sup>۱۵</sup> به صورت سرشماری<sup>۱۶</sup> وجود ندارد، لذا پژوهشگران با توجه به چنین واقعیتی درصدد بر می‌آیند که از طریق نمونه‌گیری<sup>۱۷</sup> اطلاعات را به جامعه اصلی متناسب نمایند (خاکی، ۱۳۸۲، ۱۵۸).

در این تحقیق برای تعیین حجم نمونه از نمونه‌گیری از نمونه‌گیری هدف مند جهت انجام مصاحبه‌ها شده است و انتخاب نمونه‌ها تا مرحله اشباع نظری (رسیدن به مرحله‌ای که نظر یا مورد جدیدی در زمینه پرسش‌های مطرح شده از سوی افراد ذکر نشود) ادامه یافت. در مجموع از مصاحبه با ۱۹ نفر از کارشناسان و مطلعین کلیدی صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان، روستائیان و عشایر، اشباع نظری حاصل شد.

ردیف	اسامی مصاحبه شونده‌گان	سطح تحصیلات	پست سازمانی
۱	سید عارف رستمی	فوق لیسانس	کارشناس
۲	مولود فرهادی	لیسانس	مسئول دفتر
۳	علی اکبر مظفری	لیسانس	مسئول شرکت کارگزاری
۴	علی مظفری	لیسانس	کارشناس
۵	سعید صدیقی مهر	لیسانس	مدیر شرکت کارگزاری
۶	یحیی ارستانی	لیسانس	مدیر شرکت کارگزاری
۷	علی جعفری	فوق لیسانس	کارشناس
۸	سید حمید محبی	لیسانس	کارمند
۹	رضا ملکی	لیسانس	کارمند
۱۰	ابراهیم خانی	فوق لیسانس	مسئول شرکت کارگزاری
۱۱	مهراب ولدبیگی	لیسانس	بایگانی
۱۲	سیروس شمسی	فوق لیسانس	کارشناس

15 - Population<sup>۱۳</sup>

16- Census

17 - Sampling

۱۳	مریم کریمی	لیسانس	روابط عمومی
۱۴	صادق فلاحی	فوق لیسانس	مسئول امور اداری
۱۵	سهیلا امجدیان	لیسانس	کارمند
۱۶	فاطمه رحمانی	فوق لیسانس	کارمند
۱۷	مصطفی احمدی	لیسانس	کارمند
۱۸	کامران خالدی	فوق لیسانس	کارشناس
۱۹	کیوان رضایی	لیسانس	کارمند

### ۳-۶ روش‌ها و ابزار تجزیه و تحلیل داده‌ها

استفاده از روش‌های آماری در مدیریت مستلزم رعایت به تحقیق علمی است. مطالعه مراحل تحقیق، نه تنها نحوه جمع‌آوری اطلاعات مورد نظر را در پژوهش‌های علمی ممکن می‌سازد، بلکه موجب می‌شود رویه منظم براساس یک برنامه صحیح و با توجه به اصول و موازین علمی و حدود و قلمرو تحقیق بکار برده شود. روش تحقیق علمی شامل اندازه‌گیری، ارزیابی و مقایسه عوامل، براساس اصول و موازین قبول شده از طرف دانشمندان برای حل مشکلات و مسائل بوده و مستلزم قدرت اندیشه و ظرفیت تعمق و تشخیص و قضاوت است. محقق بایستی تحقیقات آماری را از پایه شروع کند یعنی با استفاده از تحقیق علمی به طرح پروژه پردازد. سپس در اجرای پروژه مدرک تحقیق اقدام به تشریح هدف‌ها و جمع‌آوری نموده و با استفاده از رویه‌های منظم، اطلاعات و حقایق گردآوری شده را جهت تعیین مشخصات مورد تجزیه و تحلیل قرار دهد (ستادی و کیبادی، ۱۳۶۴).

این پژوهش با استفاده از راهبرد پژوهشی نظریه پردازی داده بنیان به جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها می‌پردازد. نظریه پردازی داده بنیان نوعی روش تحقیق کیفی است که به دنبال ایجاد نظریه است. نظریاتی که ریشه در داده‌های مفهومی دارد و براساس جمع‌آوری و تحلیل نظام مند آنها تولید شده است. نظریه پردازی داده بنیان، محقق را قادر می‌سازد که درباره پدیده مورد نظرش که درون داده‌ها پنهان است، نظریه پردازی کند. این راهبرد تحقیق با ارائه یک روش نظاممند برای تولید تئوریهایی به کار میرود که میخواهند در سطح بالایی از مفهوم پردازی به توصیف یک فرایند، یک فعالیت و یا کنشهای متقابل پردازند. وقتی نظریه

پردازي داده بنیان به عنوان یک راهبرد تحقیق مبنای عمل قرار میگیرد که پژوهش به دنبال یک تئوری جامع برای توصیف یک فرایند پایه اجتماعی یا روانشناختی است و تئوریهای موجود راهگشا نیستند. از آنجا که در این روش، تئوری ایجاد شده به دادهها بسیار نزدیک است، می تواند توصیف بهتری از پدیده مورد نظر ارائه داده، پیچیدگیهای موجود در پدیده را بهتر بازنمایی کرده و در تبیین و پیش بینی پدیده نسبت به تئوریهای موجود کارایی بیش تری داشته باشد. در این پژوهش از رهیافت نظام مند استفاده خواهد شد. این رهیافت، که در آثار مشترک استراوس و کوربین در سالهای ۱۹۹۰ و ۱۹۹۸ به آن پرداخته خواهد شد، برای تدوین نظریه درباره یک پدیده، به صورت استقرایی مجموعههای سیستماتیک از رویه ها را به کار میبرد بر اساس رویکرد نظاممند، نظریه پردازي در سه گام اصلی انجام می شود: کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی استفاده خواهد شد.

همانطور که گفته شد برای گردآوری دادهها از مصاحبههای انفرادی عمیق نیمه ساختاریافته و متنی (یادداشت برداری) استفاده گردید. مصاحبهها با سؤالات کلی و ساده شروع و به سمت سؤالات تخصصی و جزئی تر پیش رفت و هر مصاحبه حدود ۳۰ تا ۶۰ دقیقه و گاهی تا دقیقه طول کشید. تمامی مصاحبهها دست نویس و تعدادی ضبط گردید و به تأیید مشارکت کنندگان رسید. در نهایت تحلیل دادههای مذکور در قالب کدگذاریهای متداول (باز، محوری و انتخابی) تئوری بنیانی انجام شد.

بدین ترتیب، دادههای بدست آمده از هر مصاحبه جهت کدگذاری به صورت نوشتاری درآمد. تحلیل دادهها با فرایندی منظم و در عین حال مداوم از مقایسه دادهها صورت گرفت. بعد از هر مصاحبه، متون از صداهای ضبط شده و کلیه مصاحبهها خط به خط خوانده شد و به دفعات، مورد بازنگری مجدد قرار گرفت و با استفاده از کلمات یا عبارات کلیدی موجود در متن یا استنباط شده توسط محقق کدگذاری انجام گردید.

فن اصلی تجزیه و تحلیل دادهها در این روش کدگذاری است که در طی فرایندی سه مرحلهای صورت می گیرد و عبارت است از: کدگذاری باز، محوری و انتخابی. در این فرایند سه مرحلهای و غیرخطی، به مضامین اولیه دادهها عنوانهایی داده می شود و سپس از دل آنها مفاهیم و مقولات استخراج می شوند و از این رهگذر خوشه های مفهومی تشکیل می شوند که هر یک به مقولاتی تعلق دارند و سرانجام از ارتباط این مقولات شالوده ای سامان می یابد و مدل پارادایمیک مورد نظر برای توضیح یک پدیده خلق می شود.

در طول مطالعه، روش‌هایی برای اطمینان از صحت و پایایی تحقیق مورد استفاده قرار گرفت. تماس و ارتباط طولانی مدت محقق با محل‌های تحقیق، مسوؤلین مربوطه و مشارکت‌کنندگان، به جلب اعتماد مشارکت‌کنندگان و نیز به درک محیط پژوهش توسط محقق کمک کرد. برای تأیید صحت داده‌ها و کدها از بازنگری شرکت‌کنندگان استفاده گردید. یعنی بعد از کدگذاری متن مصاحبه به شرکت‌کنندگان بازگردانده شد تا از صحت کدها و تفاسیر اطمینان حاصل شود. کدهایی که از نظر شرکت‌کنندگان بیانگر دیدگاه آنان نبود، اصلاح شد. این روش یکی از وجوه مثلث‌سازی می‌باشد که منجر به اعتبار درونی تحقیق می‌گردد.

### ۳-۷ اعتبار در پژوهش‌های کیفی

اعتبار به این موضوع می‌پردازد که آیا موضوعی که ادعا می‌شود، به طور واقعی بررسی شده است؟ (مشابهت با کمی). نکته‌ی افتراق این است که در تحقیقات کمی، ایده‌های اعتبار بر شیوه‌هایی نظیر اعتبار مقیاس‌های رتبه‌متمركز می‌شود، اما در تحقیقات کیفی توجه به اعتبار تفاسیر است مفهوم اعتبار در تحقیقات کیفی از منظرهای مختلفی به کار رفته است. این مفهوم واحد نبوده، بلکه مفهومی پیچیده و فراگیر و هم‌هجانیه بوده است. کاربرد این مفهوم در پروژه‌ها و مطالعات تحقیق اجتناب‌ناپذیر بوده است. هرچند که بعضی از محققان کیفی عنوان داشته‌اند که اعتبار در تحقیقات کیفی کاربردی ندارد، اما در نهایت استفاده از مقیاسی را برای تحقیقاتشان و کنترل صلاحیت آن، لازم دیده‌اند. برای مثال، کرسول و میلر (۲۰۰۰) معتقدند اعتبار تحت تأثیر این قرار می‌گیرد که یک محقق، چه مفروضات پارادایمی را در مطالعه‌ی خود انتخاب نموده است. با وجود این، هر کدام از محققان از منظر دیدگاه خودی به موضوع اعتبار نگرسته و در کاربرد آن از مفاهیم متعددی، نظیر کیفیت، دقت و قابلیت اعتماد استفاده کرده است.

#### • رسیدن به قابلیت اعتبار یا همان اعتبارپذیری با استفاده از تکنیک‌های زیر عملی است:

- ۱- استفاده از تکنیک‌های تثلیث، نظیر استفاده از منابع تاییدگر، محققان و روش‌هایی متعدد در طی فرایند جمع‌آوری و تحلیل داده که این امر به افزایش قابلیت اعتبار می‌انجامد.
- ۲- استفاده از تکنیک کسب اطلاعات دقیق موازی نظیر نمایش و ارائه‌ی تحلیل‌های داده‌ای و نتایج آن به متخصصان امر که این امر نیز می‌تواند به غنای قابلیت اعتبار بینجامد.

۳- استفاده از تکنیک کنترل های اعضا: از طریق ارائه ی تحلیل های داده ای و نتایج آن به پاسخگویان تا از واکنش های آنان در مرحله ی گزارش نوشته ها آگاهی حاصل آید.

۴- قابلیت اعتبار، همچنین می تواند در طی مرحله ی طرح تحقیق از طریق ظرافت کاری محقق در بیان مفروضات، فراگیر بودن آن و جهت دهی تئوریکیش حاصل آید.

۵- خود بازمینی محقق در طی فرایند جمع آوری و تحلیل داده، یکی دیگر از روشهایی است که می تواند به افزایش قابلیت اعتبار بینجامد (آندرس<sup>۱۸</sup>، ۲۰۰۳)

## انواع اعتبار

### الف) اعتبار سازه ای

اعتبار سازه ای به شکل گیری مقیاس های عملیاتی مناسب برای مفاهیم بررسی شده به کار می رود. برای مثال، در مصاحب ههای انجام یافته ، اعتبار سازه ای از طریق سه تاکتیک ایجاد می گردد:

۱- تثلیث پرسش های مصاحبه ای در طرح تحقیق از طریق دو یا چند سؤال عملی؛ به طوری که از زوایای مختلف به پدیده ی مورد نظر پرداخته شود. منظور این است که محقق کیفی برای بررسی پدیده ی مورد نظر، تنها به یک سؤال اکتفا نکند، بلکه بهتر است از چندین سؤال برای رسیدن به فهم های پرمایه از آن موضوع، استفاده نماید

۲- تحلیل موارد منفی که مصاحبه کننده می کوشد تبیینات متناقض تفسیر شده در داده ها را به نوعی حل کند

۳- انعطاف روش: در این صورت محقق می تواند برنامه ی مصاحبه را مجددا ارزیابی و محتوا و فرایندهای آن را بازمینی کند (اعتبار محتوا)<sup>۱۹</sup>

---

<sup>18</sup> Andreas

<sup>19</sup> Content Validity

## ب) اعتبار درونی

اعتبار درونی به روابط علی و میزان تأثیر یک متغیر بر سایر متغیرها اشاره دارد. اعتبار درونی در مصاحبه‌های همگرا بر پایه‌ی انتخاب نمونه‌ی هدفمند و بر اساس پرمایگی اطلاعات ایجاد می‌گردد به منظور افزایش اعتبار درونی داده، رویکردهای تحقیق کیفی، نظیر رویکرد تئوری زمینه‌ای در برگیرنده‌ی کدگذاری باز در توسعه‌ی مفاهیم، مقولات و خصوصیات آنها، کدگذاری محوری در توسعه‌ی روابط بین مقولات و خرده مقولات و نهایتاً کدگذاری انتخابی در یکپارچگی مقولات برای ساخت چهارچوب تئوریک بوده است. این فرایند تا زمانی ادامه می‌یابد که دیگر هیچ موضوعی را نتوان از آن استنباط کرد. این فرایند زمانی پایان می‌پذیرد که پیشرفت مدل به حداقل‌ترین خود رسیده باشد. این مرحله، مرحله‌ی اشباع نظری و مرحله‌ی است که اعتبار درونی آزمون شده

## ج) اعتبار بیرونی

اعتبار بیرونی به توانایی یافته‌های تحقیق برای تعمیم‌پذیری اشاره دارد. این معیار که در پژوهش‌های کیفی معیار انتقال‌پذیری نامیده می‌شود، در اصل همان بحث تعمیم نتایج تحقیق است. در پژوهش کیفی، اعتبار بیرونی از طریق تکرارپذیری تئوریک در نمونه‌ی مصاحبه‌شونده ایجاد می‌گردد. بنابراین، کارشناسان خبره‌ای در زمینه‌های مختلف برای اطمینان از این امر انتخاب می‌شوند بر این اساس، اعتبار بیرونی به نوعی با حذف و یا اصلاح پراکندگی‌های نامربوط مناسبت دارد.

جدول (۳-۱) تکنیک‌ها یا آزمون اعتبار در اعتبار در تحقیقات کیفی

انواع اعتبار	تکنیک‌ها یا آزمون اعتبار در اعتبار در تحقیقات کیفی
اعتبار سازه‌ای	جمع‌آوری داده از منابع متعدد که مقیاسهای متعددی را برای یک پدیده فراهم می‌سازد. ایجاد تثلیث از پرسش‌های مصاحبه تحلیل موارد منفی انعطاف‌پذیری چهارچوب تئوریک پیشنهاد شده
اعتبار	انتخاب نمونه برای پرمایگی اطلاعات

درونی	
اعتبار بیرونی	انتخاب نمونه برای تکرار پذیری تئوریک

منبع <sup>۲۰</sup> (پرتی، ۲۰۰۳)

### ۳-۸ پایایی

در پژوهش کیفی برای رسیدن به پایایی کاربرد چهار راهکار زیر ضروری است:

۱- استفاده از فرایندهای ساخت یافته از مصاحب‌های همگرا؛

۲- سازماندهی فرایندهای ساخت یافته برای ثبت،

نوشتن و تفسیر داده‌ها؛ وجود حداقل دو نفر برای انجام مصاحبه به صورت جداگانه، اما موازی با یکدیگر و مقایسه‌ی یافته‌های دو و یا چند محقق؛ -استفاده از کمیته‌ی راهنما برای ارزیابی و اجرای برنامه‌ی مصاحبه. بنابراین، اگر اعضای کمیته با همدیگر در مورد پدیده‌ی اجماع داشته باشند، در این صورت، ارزیابی جمعی‌شان، صورت عینی و علمی به خود خواهد گرفت

جدول (۳-۱) تکنیک‌های آزمون پایایی در تحقیقات کیفی

پایایی	هدایت دقیق جریان مصاحبه برای گردآوری داده‌ها ایجاد فرایندهای ساختمان‌ساز برای اجرا و تفسیر مصاحبه‌های همگرا استفاده از کمیته‌ی تخصصی
--------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

منبع <sup>۲۱</sup> (پرتی، ۲۰۰۳)

در طول این پژوهش، که با عنوان (طراحی الگوی نقش صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان، روستائیان و عشایر بر توسعه کارافرینی در صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان، روستائیان و عشایر استان کرمانشاه) انجام شد روش‌هایی برای اطمینان از صحت و پایایی تحقیق مورد استفاده قرار گرفت. تماس و ارتباط طولانی مدت محقق با محل‌های

<sup>20</sup> Perry, 2003

<sup>21</sup> Perry, 2003

تحقیق، مسوؤلین مربوطه و مشارکت‌کنندگان، به جلب اعتماد مشارکت‌کنندگان و نیز به درک محیط پژوهش توسط محقق کمک کرد. برای تأیید صحت داده‌ها و کدها از بازنگری شرکت‌کنندگان استفاده گردید. یعنی بعد از کدگذاری متن مصاحبه به شرکت‌کنندگان بازگردانده شد تا از صحت کدها و تفاسیر اطمینان حاصل شود. کدهایی که از نظر شرکت‌کنندگان بیانگر دیدگاه آنان نبود، اصلاح شد. این روش یکی از وجوه مثلث‌سازی می‌باشد که منجر به اعتبار درونی تحقیق می‌گردد.



## فصل چهارم:

### تجزیه و تحلیل پژوهش

#### ۱-۴) مقدمه

در این فصل به بررسی نتایج به دست آمده از جامعه آماری پرداخته شده است این فصل از سه قسمت تشکیل شده ابتدا به بررسی توصیفی مصاحبه شوندگان پرداخته شده و در قسمت دوم تجزیه تحلیل داده های پژوهش نتایج مصاحبه ها و نحوه کد گذاری بررسی می شود و در قسمت آخر مدل کلی استخراج و تفسیر می شود.

#### ۱-۴) ویژگی های جمعیت شناختی مصاحبه شوندگان

##### ۱-۱-۴) جنسیت

تعداد ۱۹ مصاحبه از کارکنان صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان و روستائیان استان کرمانشاه انجام شد و اشباع نظری لازم به وجود آمد جنسیت مصاحبه شوندگان در جدول (۱-۴) آمده است

جدول (۱-۴) جنسیت

جنسیت	تعداد	درصد
مرد	۱۶	۸۴
زن	۳	۱۶
جمع	۱۹	۱۰۰

##### ۲-۱-۴) سابقه کاری

۱- تا ۵ سال    ۶ تا ۱۰ سال    ۱۱ تا ۱۵ سال    ۱۶ سال به بالا

تعداد	۲	۵	۹	۳
درصد	۱۱	۲۶	۴۷	۱۶

#### ۴-۱-۴) تحصیلات

تحصیلات افراد مصاحبه شده به شرح جدول (۴-۳)

جدول (۴-۳) تحصیلات

تحصیلات	تعداد	درصد
لیسانس	۱۲	۶۳
فوق لیسانس و بالاتر	۷	۳۷
جمع	۱۹	۱۰۰

#### ۴-۲) تجزیه تحلیل داده های پژوهش

##### ۴-۲-۱) کد گذاری

فرایندی است که طی آن محقق به جداسازی، مفهوم بندی و ادغام و یکپارچه کردن داده ها می پردازد در این فرایند واحد بنیادین " مفهوم " است.

##### ۴-۲-۱-۱) کد گذاری باز<sup>۲۲</sup>

عبارت است از روند خرد کردن، مقایسه کردن، مفهوم پردازی و مقوله بندی داده ها. روش کدگذاری باز، نه تنها به کشف مقوله ها می انجامد بلکه خصوصیات و ابعاد آنها را نیز روشن می سازد.

به این منظور داده های حاصل از ۱۹ مصاحبه انجام شده به دقت با کمک نرم افزار مکس کیودا تجزیه تحلیل مورد مطالعه و بررسی قرار گرفت و داده های مشابهی که بار معنایی یکسانی داشتند تحت کدهای مشترکی کدگذاری گردید و سپس مفاهیم متناسبی به هر یک اختصاص داده شد. نتایج کد گذاری باز در جدول (۴-۴) نشان داده شده است

جدول (۴-۴) نتایج کد گذاری باز

کد اولیه	نکات کلیدی مصاحبه	ردیف
<p>-افزایش مشارکت و فعالیت روستاییان</p> <p>-افزایش همکاری</p> <p>-افزایش نسبی رفاه عمومی</p> <p>- بهبود شرایط فیزیکی، اجتماعی و اقتصادی</p> <p>-مشارکت داوطلبانه ساکنان</p> <p>- افزایش اعتبار منابع مادی و محلی</p> <p>-حل شدن کمبودهای اجتماعی، اقتصادی،</p> <p>-افزایش توان و قدرت مالی</p>	<p>فعالتهای بیمه اجتماعی روستاییان و عشایر در جهت افزایش مشارکت و فعالیت سایر روستاییان و عشایر با هدف افزایش همکاری و کاهش فقر و افزایش نسبی رفاه اجتماعی می باشد</p> <p>- توسعه صندوق بیمه اجتماعی و صندوقهای توسعه محلی فرایندی مبتنی بر مشارکت داوطلبانه و خود یارانه در میان ساکنان یک محله در جهت بهبود شرایط فیزیکی، اجتماعی و اقتصادی آنها است و نوعی از تحول مثبت در مقیاس محلی با هدف شناسایی مشکلات محلی میباشد</p> <p>-یکی از کارکردهای صندوق بیمه اجتماعی روستاییان و عشایر توانایی افزایش اعتبار منابع مادی و محلی در مناطق روستایی است که این افزایش توان میتواند کارآفرینی و اشتغال رو در بر داشته باشد.</p> <p>- توسعه کارآفرینی به این قصد مطرح می گردد که با کمک آن بتوان برخی از کمبودهایی که در عرصه های اجتماعی و اقتصادی روستا همچون فقر، ضعف روستاییان و فقدان توان و قدرت تهیه منابع مالی آنها مطرح بود را حل کرد</p>	<p>۱</p>
<p>- آموزش کارآفرینی</p> <p>-توسعه دانش کارآفرینی</p>	<p>- آموزش و توسعه دانش کارآفرینی از عواملی است که صندوق بیمه های اجتماعی روستاییان میتوانند از طریق آن کارآفرینی را توسعه دهند</p>	<p>۲</p>

<p>-شناسایی کمبودها و ضعفها -فراهم شدن شرایط استفاده از ظرفیتهای - باز کردن فضایی برای ایجاد خلاقیت -پیاده سازی ایده</p>	<p>- کارشناسان و صاحب نظران باید با شناسایی کمبودها و نقاط ضعف در مناطق روستایی این مشکلات را حل نموده و زمینه را برای ایجاد اشتغال و استفاده از ظرفیتهای فراهم نمایند - باز کردن فضایی برای ایجاد خلاقیت و تشویق آنها از عواملی است که میتواند کارآفرینی را در مناطق روستایی توسعه داده و آنها انگیزه لازم برای پیاده سازی ایده های خود خواهند داشت</p>	
<p>- توانمندی سازی جوامع محلی -بهبود وضعیت معیشتی -معرفی صندوق و اطلاع رسانی به جامعه هدف -تلاش برای گسترش بیمه اجتماعی - ترویج فرهنگ کارآفرینی -ارزش آفرینی -بکارگیری ظرفیتهای محلی -فراهم نمودن شرایط - برگزاری کارگاهها و جشنواره های روستای -تسهیلات اشتغال -در اختیار قرار دادن سرمایه کافی به جوانان</p>	<p>۳ -یکی از مهم ترین و اساسی ترین راه حل ها برای کاهش مشکلات و توسعه مناطق روستایی، توانمند سازی جوامع محلی از لحاظ اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی است و بیمه اجتماعی می تواند نقش موثری در فرایند توانمندسازی جامعه هدف و بهبود وضعیت معیشتی خانوارها داشته باشد - دهیاران، کارگزاران و همه افراد تاثیرگذار باید در معرفی صندوق به عنوان یکی از خدمات ارزنده دولت و اطلاع رسانی به جامعه هدف که از اقشار مولد و زحمتکش هستند، نقش آفرینی کنند و برای گسترش پوشش بیمه اجتماعی روستاییان، کشاورزان و عشایر تلاش کنند و از این طریق زمینه را برای کارآفرینی فراهم نمایند - راه نجات و پیشرفت توسعه در مناطق روستایی ترویج فرهنگ کارآفرینی و ارزش آفرینی است که با حمایتهای بیمه اجتماعی روستاییان باید محقق گردد</p>	

<p>-اعطای تسهیلات</p> <p>-حمایت از افراد خلاق و کارآفرین</p> <p>-ایجاد انگیزه لازم در آنها</p>	<p>- صندوق بیمه اجتماعی روستاییان باید با شناسایی و بکارگیری ظرفیت‌های جامعه محلی و شبکه سازی، شرایط را برای ایجاد کارآفرینی فراهم کند که کشاورزان و عشایر انگیزه بیشتری داشته باشند</p> <p>- برگزاری کارگاهها و جشنواره های روستای خلاق در سطح مناطق روستایی و ایجاد حلقه پیوند کنش‌گران روستایی به ویژه دهیاران با شبکه های مردمی، سازمانهای مردم نهاد استانی و ملی و استفاده از ظرفیت‌های دستگاه های اجرایی به ویژه در حوزه تسهیلات قرض‌الحسنه اشتغال روستایی می‌تواند کارآفرینی را توسعه دهد</p> <p>- سازمانهای مربوطه و مسئولین باید برای ایجاد اشتغال جوانان بیکار سرمایه کافی را در اختیار آنها قرار دهند و مراجعه کنندگان را جهت اعطای تسهیلات به صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان، روستائیان و عشایر معرفی کنند</p> <p>- صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان باید با حمایت از افراد خلاق و کارآفرین در سطح روستا و کمک کردن به آنها در پیاده سازی خلاقیت‌هایشان به کارآفرنی و توسعه آن کمک کند که انگیزه لازم در آنها ایجاد گردد</p>	
<p>- نداشتن شناخت لازم روستاییان از صندوقهای بیمه اجتماعی</p> <p>-عدم آگاهی از حمایت‌های صندوق</p> <p>-عدم اطلاع رسانی مناسب</p>	<p>-نداشتن شناخت لازم روستاییان از صندوقهای بیمه اجتماعی و همچنین عدم آگاهی از نوع حمایت‌های صندوق از فعالیتهای کارآفرینی روستائین باعث گردیده که به این موضوع توجه نگردد</p>	<p>۴</p>

<p>-بی توجهی بر خدمات صندوق - عدم حمایت از افراد خلاق - ترس از دست دادن سرمایه - عدم شناخت مزیت‌های مناسب هر منطقه</p>	<p>-عدم اطلاع رسانی مناسب و ارائه توضیحات کامل و جامع از حمایتهای صندوق بیمه اجتماعی عاملی بر عدم شناخت و بی توجهی به آن می‌باشد -عدم حمایت از افراد خلاق در مناطق روستایی و ترس آنها از شکست و از دست دادن سرمایه عاملی برای عدم توسعه کارآفرینی میباشد عدم شناخت مزیت‌های مناسب هر منطقه باعث گردیده که کارآفرینان و سرمایه گذاران به استیفاء افتتاده و کاره‌خای غیر علمی انجام دهند که ذهنیت دیگران را نیز از کارآفرینی تغییر دهند</p>	
<p>-مشکلات تامین اعتبار عدم تحمل هزینه های بهره عدم دانش کافی از کارآفرینی -موانع ایجاد اشتغال عدم حمایت‌های مناسب دولتی -عدم کارآفرینی</p>	<p>۵ - یکی از مشکلاتی که معمولاً یک طرح کارآفرینانه با خود به همراه دارد، مساله تامین اعتبار است که در جهت حل آن موسسات و سازمانهای مختلفی اقدام به ارائه اعتبار به کارآفرینان نموده‌اند که دارای مشکلاتی چون عدم تحمل هزینه‌های ناشی از بهره، درخواست وثیقه و... میباشد -عدم دانش کافی از کارآفرینی مانعی بزرگ برای ایجاد شغل جدید در مناطق روستایی میباشد که میتواند رکود و خالی شدن روستاها را در بر داشته باشد -تولید در روستاها مستلزم فراهم شدن بازار مناسب برای فعالیتهای آنها میباشد و زمانی که محصولی تولید گردد اما بازار مناسب آن وجود نداشته باشد و دولت نیز حمایت نکند باعث عدم کارآفرینی خواهد شد</p>	
<p>- ایجاد رفاه اجتماعی -رضایتمندی روستاییان و عشایر</p>	<p>۶ - صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان با حمایت از روستاییان در ایجاد کارآفرینی و توسعه آن رفاه اجتماعی را در این مناطق افزایش میدهد</p>	

<p>- گسترش پوشش بیمه اجتماعی - فرصتهای اشتغال زایی - ایجاد اشتغال پایدار - افزایش ظرفیت روستاها - ارزش آفرینی - تضمین آینده زندگی شغلی</p>	<p>- حمایت صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان با گسترش پوشش بیمه اجتماعی امنیت اشتغال را در این مناطق بالا برده و موجب رضایت مندی روستاییان از خدمات خواهد شد - هنگامی که مناطق روستایی کارآفرینی انجام میگیرد و صندوق بیمه اجتماعی هم حمایت می کند میتواند موجبات اشتغال پایدار را فراهم نماید - حمایت صندوق بیمه اجتماعی از کارآفرینان و افراد خلاق و نوآور موجب کارآفرینی اجتماعی و افزایش ظرفیت و فرصت های اشتغالزایی در روستاها خواهد شد - بیمه اجتماعی کشاورزان، روستائیان و عشایر با ارائه خدمات مطلوب که توأم با حفظ منزلت و کرامت شرکای اجتماعی است، آینده زندگی شغلی ارزش آفرینان و کارآفرینان و تمامی شاغلین این حوزه را تضمین کند</p>	
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

#### ۴-۲-۱-۲) کد گذاری ثانویه

مقوله اصلی	طبقه های فرعی	کدهای ثانویه
توسعه صندوق بیمه اجتماعی	- افزایش مشارکت و فعالیت روستاییان	- افزایش همکاری - افزایش نسبی رفاه اجتماعی
	- بهبود شرایط فیزیکی، اجتماعی و اقتصادی	- مشارکت داوطلبانه ساکنان - تحولات مثبت - شناسایی مشکلات



	- افزایش اعتبار منابع مادی و محلی	- کارآفرینی و اشتغال زایی
	- حل شدن کمبودهای اجتماعی، اقتصادی	- کاهش فقر - افزایش توان قدرت مالی

مقوله اصلی	طبقه های فرعی	کدهای ثانویه
فراهم نمودن شرایط لازم	- آموزش کارآفرینی	- توسعه دانش کارآفرینی - توسعه اشتغال
	- شناسایی کمبودها و ضعفها	- ایجاد زمینه های اشتغال - فراهم شدن شرایط استفاده از ظرفیتهای
	- باز کردن فضایی برای ایجاد خلاقیت	- توسعه کارآفرینی - پیاده سازی ایده

مقوله اصلی	طبقه های فرعی	کدهای ثانویه
استراتژیهای توسعه کارآفرینی	- توانمندی سازی جوامع محلی	- توانمندی اقتصادی و فرهنگی اجتماعی - نقش موثر بیمه های اجتماعی - بهبود وضعیت معیشتی
	- معرفی صندوق و اطلاع رسانی به جامعه هدف	- معرفی از طریق افراد تاثیر گذار - تلاش برای گسترش بیمه اجتماعی - فراهم نمودن زمینه کارآفرینی
	- ترویج فرهنگ کارآفرینی	- توسعه مناطق روستایی - ارزش آفرینی - ایجاد انگیزه

	-بکارگیری ظرفیتهای محلی	-شبکه سازی -فراهم نمودن شرایط -ایجاد انگیزه
	- برگزاری کارگاهها و جشنواره های روستای	-ایجاد حلقه پیوند روستایی با شبکه های مردمی نهادهای استانی -تسهیلات اشتغال
	-در اختیار قرار دادن سرمایه کافی به جوانان	-حمایت مسئولین -اعطای تسهیلات -معرفی صندوق اجتماعی کشاورزی
	-حمایت از افراد خلاق و کارآفرین	-کمک به پیاده سازی خلاقیت -ایجاد انگیزه لازم در آنها

مقوله اصلی	طبقه های فرعی	کدهای ثانویه
عدم شناخت منابع محیطی و مزیت های صندوق بیمه اجتماعی	- نداشتن شناخت لازم روستاییان از صندوقهای بیمه اجتماعی	-عدم کارافرینی -عدم آگاهی از حمایت های صندوق
	-عدم اطلاع رسانی مناسب	-عدم ارائه توضیح کامل به روستاییان -بی توجهی بر خدمات صندوق
	-عدم حمایت از افراد خلاق	-ترس از شکست -ترس از دست دادن سرمایه
	-عدم شناخت مزیت های مناسب هر منطقه	-بی توجهی به منابع در دسترس

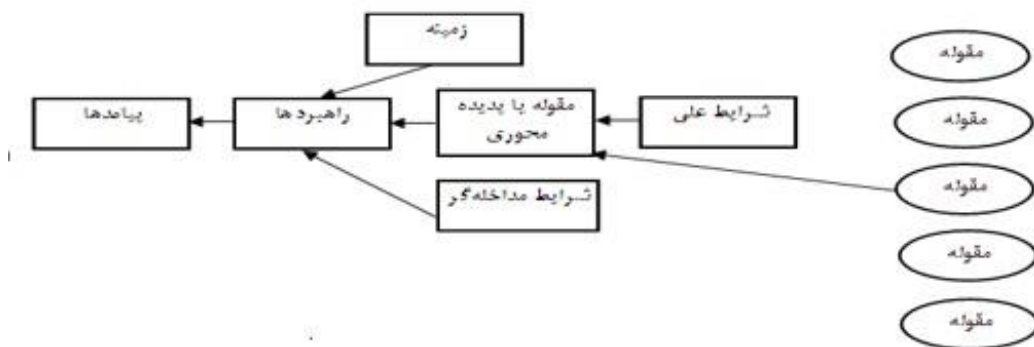
مقوله اصلی	طبقه های فرعی	کدهای ثانویه
کمبود سرمایه	-مشکلات تامین اعتبار	عدم تحمل هزینه های بهره -درخواست وثیقه از طرف بانکها
	عدم دانش کافی از کارآفرینی	-موانع ایجاد اشتغال -رکود و خالی شدن روستاها
	عدم حمایت های مناسب دولتی	-عدم داشتن بازار مناسب برای محصولات -عدم کارآفرینی

مقوله اصلی	طبقه های فرعی	کدهای ثانویه
عملکرد صندوق بیمه های اجتماعی بر کارآفرینی	- ایجاد رفاه اجتماعی	-حمایت از روستاییان
	- گسترش پوشش بیمه اجتماعی	-رضایتمندی روستاییان و عشایر -امنیت اشتغال
	- ایجاد اشتغال پایدار	کارآفرینی در مناطق روستایی -فرصت های اشتغال زایی
	- افزایش ظرفیت روستاها	-ارائه خدمات مطلوب -ارزش آفرینی -حفظ مسئولیت و کرامت شرکا
	-تضمین آینده زندگی شغلی	- ارائه خدمات مطلوب -ارزش آفرینی -حفظ منزلت و کرامت شرکا

#### ۴-۲-۱-۳) کد گذاری محوری

کد گذاری محوری: عبارت است از سلسله رویه‌هایی که پس از کد گذاری باز انجام می‌شوند تا با برقراری پیوند بین مقوله‌ها، اطلاعات را به شیوه‌های جدیدی با یکدیگر مرتبط سازند.

این فرآیند تا زمانی ادامه یافت تا تحقیق به مرحله اشباع نظری رسید. مقوله‌های به دست آمده بطور کلی در شش دسته زیر قرار گرفتند



مدل پارادیمی کد گذاری محوری

#### ۱- مقوله‌های علی<sup>۲۳</sup>

مقوله‌های علی شامل مواردی می‌شود که به وقوع یا رشد و گسترش پدیده اصلی می‌انجامند.

جدول (۴-۴) مقولات علی

مقولات علی
توسعه صندوق بیمه اجتماعی
-افزایش مشارکت و فعالیت روستاییان
- بهبود شرایط فیزیکی، اجتماعی و اقتصادی

- افزایش اعتبار منابع مادی و محلی
- حل شدن کمبودهای اجتماعی، اقتصادی

منبع: یافته های پژوهش

۲ مقوله محوری<sup>۲۴</sup>

مقوله ای محوری است که همواره در داده های جمع آوری شده مشاهده شده و سایر مقوله های اصلی دیگر به آن مرتبط شوند. نام مقوله محوری می تواند متناسب با موضوع تحقیق انتخاب شود.

جدول (۴-۵) مقولات محوری

مقولات محوری
فراهم نمودن شرایط لازم
- آموزش کارآفرینی
- شناسایی کمبودها و ضعفها
- باز کردن فضایی برای ایجاد خلاقیت

منبع: یافته های پژوهش

---

24 (Core Issue)

این مقوله ها راهبردهایی برای کنترل، اداره و برخورد با پدیده ی محوری را ارائه می کنند.

جدول (۴-۶) مقولات راهبردی

استراتژهای توسعه کارآفرینی
- توانمندی سازی جوامع محلی
- معرفی صندوق و اطلاع رسانی به جامعه هدف
- ترویج فرهنگ کارآفرینی
- بکارگیری ظرفیتهای محلی
- برگزاری کارگاهها و جشنواره های روستای
- در اختیار قرار دادن سرمایه کافی به جوانان
- حمایت از افراد خلاق و کارآفرین

منبع: یافته های پژوهش

<sup>25</sup> (Strategies)

#### ۴- مقوله های محیطی<sup>۲۶</sup>

این مقوله ها که به مقوله های زمینه ای هم معروفند، نشان دهنده مجموعه ای از شرایط محیطی هستند که راهبرد را تحت تاثیر قرار می دهند

جدول (۷-۴) مقولات محیطی

-عدم شناخت منابع محیطی و مزیت‌های صندوق بیمه اجتماعی
- نداشتن شناخت لازم روستاییان از صندوق‌های بیمه اجتماعی
-عدم اطلاع رسانی مناسب
- عدم حمایت از افراد خلاق
- عدم شناخت مزیت‌های مناسب هر منطقه

منبع: یافته های پژوهش

#### ۵- مقولات مداخله گر

شرایط ساختاری که به پدیده ای تعلق دارند و بر راهبرد های کنش و واکنش تاثیر می گذارند سه مقوله در این تحقیق به عنوان مقولات مداخله گر شناسایی شد

جدول (۸-۴) مقولات مداخله گر

کمبود سرمایه
-مشکلات تامین اعتبار
عدم دانش کافی از کارآفرینی
عدم حمایت‌های مناسب دولتی

منبع: یافته های پژوهش

۶- مقوله های پیامدی<sup>۲۷</sup>

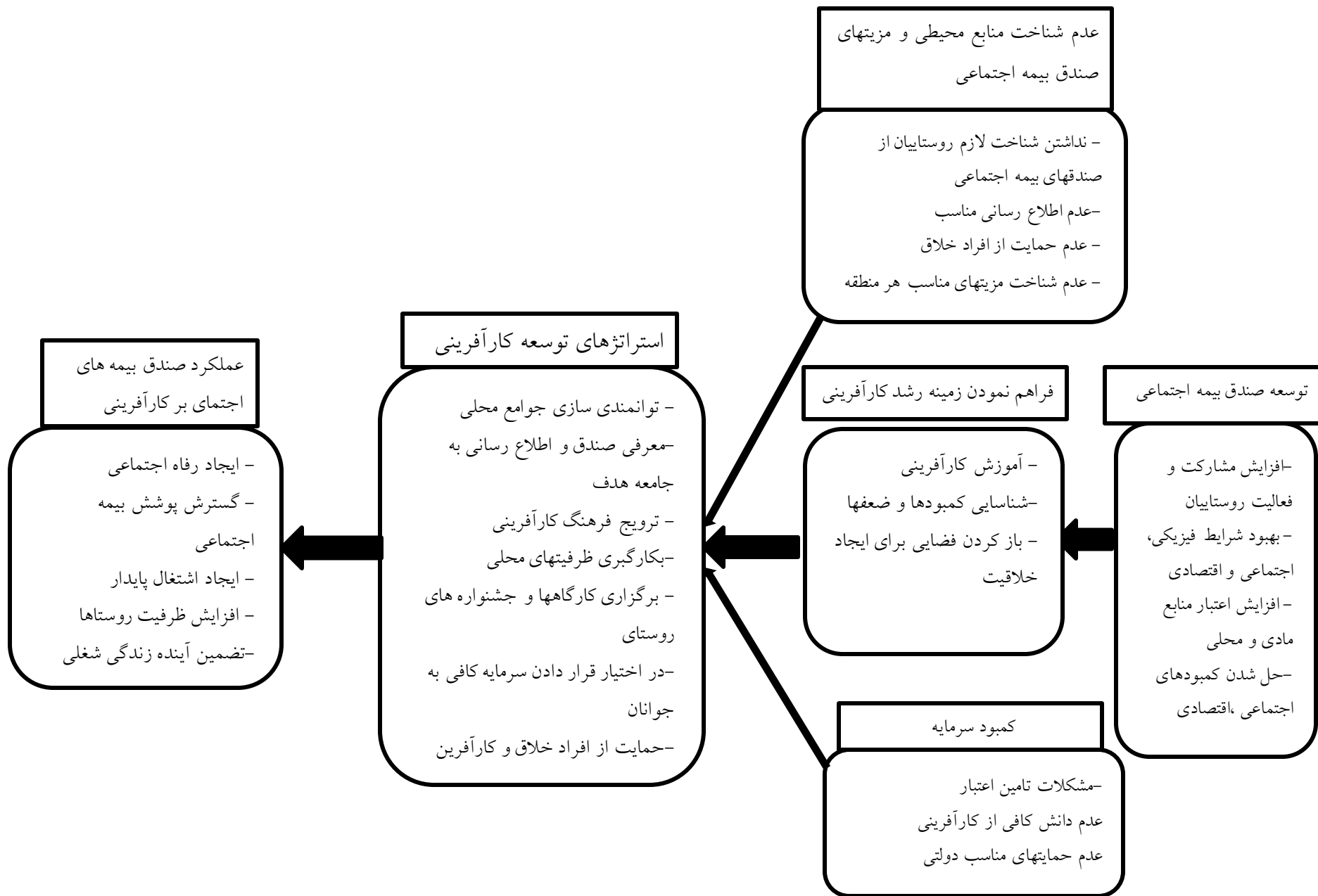
مقوله های پیامدی، نتیجه و حاصل راهبردها در مقابله با پدیده یا جهت اداره و کنترل پدیده هستند .

جدول (۴-۹) مقولات پیامدی

عملکرد صندوق بیمه های اجتماعی بر کارآفرینی
- ایجاد رفاه اجتماعی
- گسترش پوشش بیمه اجتماعی
- ایجاد اشتغال پایدار
- افزایش ظرفیت روستاها
-تضمین آینده زندگی شغلی

منبع: یافته های پژوهش





شکل (۴-۱) چهارچوب مفهومی نقش صندوق بیمه اجتماعی روستاییان بر توسعه کارآفرینی

## نتیجه گیری و تجزیه و تحلیل مدل :

با توجه به مطالعات انجام انجام گرفته نتایج نشان داد که کارآفرینی موتور تحول و توسعه اقتصاد، فرهنگ و جامعه است. رشد و فراگیری این پدیده می تواند به تحول و دگرگونی اساسی در اقتصاد ملی منجر شود آن چه جهت و مسیر کارآفرین را برای رسیدن به آرزوهایش تعیین می کند از درون او بر می خیزد. عزم او برای حرکت یا توقف، چیزی نیست که مولد شرایط، محیط یا اطرافیان باشد نقش کارآفرینی در روستا در توسعه اقتصادی را در عواملی مانند توسعه متوازن منطقه‌ای، اشتغال عمومی، بهبود استانداردهای زندگی، افزایش درآمد سرانه، خوداتکایی ملی و توزیع متناسب قدرت اقتصادی برشمرده و معتقد است که کارآفرینی روستایی، این مزایا و منافع مهم را دربردارد: فراهم‌آوری فرصت‌های شغلی، جلوگیری از مهاجرت روستاییان، رشد متوازن منطقه‌ای، ارتقای فعالیت‌های هنری، جلوگیری از آسیب‌های اجتماعی و هوشیارسازی جوانان. کارآفرینی روستایی، بر کارآفرینی درحال‌ظهور در مناطق روستایی ناظر است.

همچنین در ادامه با توجه به مصاحبه‌های انجام گرفته در جامعه آماری و تجزیه و تحلیل آنها مولفه‌های علی، محوری، راهبردی، محیطی، مداخله‌گر و پیامدی شناسایی گردید که

مقوله‌های علی عبارتند از: توسعه صندوق بیمه اجتماع-افزایش مشارکت و فعالیت روستاییان- بهبود شرایط فیزیکی، اجتماعی و اقتصادی- افزایش اعتبار منابع مادی و محلی- حل شدن کمبودهای اجتماعی، اقتصادی

مقوله‌های محوری عبارتند از فراهم نمودن شرایط لازم- آموزش کارآفرینی- شناسایی کمبودها و ضعفها- باز کردن فضایی برای ایجاد خلاقیت

و مقوله‌های راهبردی عبارتند از: استراتژی‌های توسعه کارآفرینی- توانمندی سازی جوامع محلی- معرفی صندوق و اطلاع رسانی به جامعه هدف - ترویج فرهنگ کارآفرینی- بکارگیری ظرفیتهای محلی - برگزاری کارگاهها و جشنواره های روستای- در اختیار قرار دادن سرمایه کافی به جوانان- حمایت از افراد خلاق و کارآفرین

مولفه‌های محیطی عبارتند از: -عدم شناخت منابع محیطی و مزیت‌های صندوق بیمه اجتماعی- نداشتن شناخت لازم روستاییان از صندوقهای بیمه اجتماعی-عدم اطلاع رسانی مناسب- عدم حمایت از افراد خلاق- عدم شناخت مزیت‌های مناسب هر منطقه

مقوله های مداخله گر عبارتند از : کمبود سرمایه-مشکلات تامین اعتبار-عدم دانش کافی از کارآفرینی-عدم حمایت‌های مناسب دولتی

و در نهایت پیامدها عبارتند از: عملکرد صندوق بیمه های اجتماعی بر کارآفرینی- ایجاد رفاه اجتماعی- گسترش پوشش بیمه اجتماعی- ایجاد اشتغال پایدار- افزایش ظرفیت روستاها- تضمین آینده زندگی شغلی

## فصل پنجم:

### نتایج و پیشنهادات

در پژوهش حاضر، به طراحی الگوی نقش صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان، روستائیان و عشایر بر توسعه کارافرینی صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان، روستائیان و عشایر استان کرمانشاه پرداخته شد. با مروری بر ادبیات نظری و همچنین پیشینه پژوهش، سعی گردید تا اطلاعات جامع و مختلفی در رابطه با سازه‌های پژوهش، بیان گردد.

بعد از مصاحبه در بین افراد نمونه و جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز پژوهش، سوالات تحقیق مورد بررسی قرار گرفت که شرح کامل نتایج در بخش چهارم ارائه شده است، در نهایت در این فصل نیز به نتیجه‌گیری در مورد تجزیه و تحلیل مصاحبه‌ها و یافته‌های تحقیق پرداخته می‌شود. ابتدا یافته‌های پژوهشی در بخش آمار توصیفی به طور خلاصه مورد بحث قرار گرفته و در ادامه نتیجه‌های بدست آمده در مورد سوالات پژوهش مورد بحث قرار می‌گیرد و در قسمت بعد پیشنهادات پژوهش که از نتایج پژوهش بدست آمده و پیشنهادات برای تحقیقات آتی و همچنین محدودیت‌هایی که محقق در انجام این تحقیق با آن‌ها روبرو بوده است، ارائه می‌شود.

## ۲-۵ یافته‌های توصیفی

یافته‌های پژوهش حاضر در بخش آمار توصیفی (ویژگی‌های افراد نمونه آماری)، نشان داد که:

۱۶ نفر از پاسخ‌دهندگان را مردان تشکیل داده‌اند و ۳ نفر را زنان؛

۱۲ نفر از پاسخ‌دهندگان، دارای تحصیلات لیسانس هستند؛ ۷ نفر کارشناسی ارشد

و در نهایت ۲ نفر دارای سابقه کاری بین ۱ تا ۵ سال ۵ نفر ۶ تا ۱۰ سال ۹ نفر ۱۱ تا ۱۵ سال ۳ نفر ۱۶ سال به بالا بودند؛

## ۳-۵ تفسیر یافته‌های پژوهش

بعد از تحلیل داده‌ها در پژوهش حاضر و بررسی سوالات پژوهش، نتایجی حاصل گشت که در این قسمت با ذکر هر کدام از این سوالات، سعی در تفسیر درست و دقیق نتایج شده است.

## سوال اول پژوهش :

نقش صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان، روستائیان و عشایر بر توسعه کارآفرینی و کاهش مهاجرت به شهر چیست؟

با توجه به سوال اول پژوهش در مورد نقش صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان، روستائیان و عشایر بر توسعه کارآفرینی و کاهش مهاجرت به شهر، نتایج بدست آمده نشان داد که توسعه صندوق بیمه اجتماعی و صندوق های توسعه محلی فرایندی مبتنی بر مشارکت داوطلبانه و خود یارانه در میان ساکنان یک محله در جهت بهبود شرایط فیزیکی، اجتماعی و اقتصادی آنها است و نوعی از تحول مثبت در مقیاس محلی با هدف شناسایی مشکلات محلی می باشد. یکی از کارکردهای صندوق بیمه اجتماعی روستائیان و عشایر توانایی افزایش اعتبار منابع مادی و محلی در مناطق روستایی است که این افزایش توان میتواند کارآفرینی و اشتغال رو در بر داشته باشد. نتایج این تحقیق با نتایج مقاله مبنا و پژوهش فخریه حمیدیان پور (۱۳۹۴) هم راستا است.

## سوال دوم پژوهش:

عوامل تاثیرگذار بر توسعه کارآفرینی و کاهش مهاجرت در صندوق بیمه روستائیان کدامند؟

با توجه به سوال دوم پژوهش در مورد عوامل تاثیرگذار بر توسعه کارآفرینی و کاهش مهاجرت در صندوق بیمه روستائیان، در نهایت با توجه به با توجه به مصاحبه های گرفته شده از جامعه آماری عوامل تاثیرگذار مربوطه، شناسایی گردیدند که شامل: توسعه صندوق بیمه اجتماعی، افزایش مشارکت و فعالیت روستائیان، بهبود شرایط فیزیکی، اجتماعی و اقتصادی، افزایش اعتبار منابع مادی و محلی و حل شدن کمبودهای اجتماعی، اقتصادی می باشند. نتایج نشان داد که فعالیت های بیمه اجتماعی روستائیان و عشایر در جهت افزایش مشارکت و فعالیت سایر روستائیان و عشایر با هدف کاهش فقر و افزایش نسبی رفاه اجتماعی باشد... نتایج این تحقیق با نتایج تحقیقات صبرین (۲۰۱۸) و مارکوئیست و همکاران (۲۰۱۹) هم راستا است.

## سوال سوم پژوهش:

### عوامل کلیدی برای توسعه کارآفرینی و کاهش مهاجرت در صندوق بیمه روستائیان کدامند؟

با توجه به سوال سوم پژوهش در مورد عوامل کلیدی برای توسعه کارآفرینی و کاهش مهاجرت در صندوق بیمه روستائیان، در نهایت با توجه به با توجه به مصاحبه های گرفته شده از جامعه آماری عوامل عوامل کلیدی، شناسایی گردیدند که این عوامل شامل: استراتژیهای توسعه کارآفرینی، توانمندی سازی جوامع محلی، معرفی صندوق و اطلاع رسانی به جامعه هدف، ترویج فرهنگ کارآفرینی، بکارگیری ظرفیتهای محلی، برگزاری کارگاهها و جشنواره های روستای، در اختیار قرار دادن سرمایه کافی به جوانان و حمایت از افراد خلاق و کارآفرین می باشند. نتایج بدست آمده نشان داد که یکی از مهم ترین و اساسی ترین راه حل ها برای کاهش مشکلات و توسعه مناطق روستایی، توانمند سازی جوامع محلی از لحاظ اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی است و بیمه اجتماعی می تواند نقش موثری در فرایند توانمندسازی جامعه هدف و بهبود وضعیت معیشتی خانوارها داشته باشد. نتایج این تحقیق با نتایج فخریه حمیدیان پور (۱۳۹۴) و سون عزیز (۲۰۱۷) هم راستا است.

## سوال چهارم پژوهش:

### پیامدهای توسعه کارآفرینی و کاهش مهاجرت در صندوق بیمه روستائیان کدامند؟

با توجه به سوال چهارم پژوهش در مورد پیامدهای توسعه کارآفرینی و کاهش مهاجرت در صندوق بیمه روستائیان، در نهایت با توجه به با توجه به مصاحبه های گرفته شده از جامعه آماری پیامدهای مربوطه، شناسایی گردیدند که شامل: عملکرد صندوق بیمه های اجتماعی بر کارآفرینی، ایجاد رفاه اجتماعی، گسترش پوشش بیمه اجتماعی، ایجاد اشتغال پایدار، افزایش ظرفیت روستاها و تضمین آینده زندگی شغلی می باشند. نتایج نشان داد که حمایت صندوق بیمه اجتماعی از کارآفرینان و افراد خلاق و نوآور موجب کارآفرینی اجتماعی و افزایش ظرفیت و فرصت های اشتغالزایی در روستاها خواهد شد. بیمه اجتماعی کشاورزان، روستائیان و عشایر با ارائه خدمات مطلوب که توام با حفظ منزلت و کرامت شرکای اجتماعی است، آینده زندگی شغلی ارزش آفرینان و کارآفرینان و تمامی شاغلین این حوزه را تضمین کند. نتایج این تحقیق با نتایج تحقیق فخریه حمیدیان پور (۱۳۹۴) هم راستا است.

## ۵-۴- پیشنهادهای برگرفته از یافته‌های پژوهش

با توجه به نتایج بدست آمده از سوالات پژوهش، پیشنهاداتی به شرح زیر ارائه می‌گردند:

### سوال اول پژوهش:

نقش صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان، روستائیان و عشایر بر توسعه کارآفرینی و کاهش مهاجرت به شهر چیست؟

✓ صندوق بیمه اجتماعی روستائیان باید با شناسایی و بکارگیری ظرفیت‌های جامعه محلی و شبکه سازی، شرایط را برای ایجاد کارآفرینی فراهم کند که کشاورزان و عشایر انگیزه بیشتری داشته باشند.

### سوال دوم پژوهش:

عوامل تاثیرگذار بر توسعه کارآفرینی و کاهش مهاجرت در صندوق بیمه روستائیان کدامند؟

✓ کارشناسان و صاحب نظران بیمه روستائیان و عشایر باید با شناسایی کمبودها و نقاط ضعف در مناطق روستایی این مشکلات را حل نموده و زمینه را برای ایجاد اشتغال و استفاده از ظرفیتها فراهم نمایند.

✓ دهیاران، کارگزاران و همه افراد تاثیرگذار باید در معرفی صندوق به عنوان یکی از خدمات ارزنده دولت و اطلاع رسانی به جامعه هدف که از اقشار مولد و زحمتکش هستند، نقش آفرینی کنند و برای گسترش پوشش بیمه اجتماعی روستائیان، کشاورزان و عشایر تلاش کنند و از این طریق زمینه را برای کارآفرینی فراهم نمایند



## سوال سوم پژوهش:

عوامل کلیدی برای توسعه کارآفرینی و کاهش مهاجرت در صندوق بیمه روستائیان کدامند؟

✓ سازمانهای مربوطه و مسئولین باید برای ایجاد اشتغال جوانان بیکار سرمایه کافی را در اختیار آنها قرار دهند و مراجعه کنندگان را جهت اعطای تسهیلات به صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان، روستائیان و عشایر معرفی کنند.

## سوال چهارم پژوهش:

پیامدهای توسعه کارآفرینی و کاهش مهاجرت در صندوق بیمه روستائیان کدامند؟

✓ صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان باید با حمایت از افراد خلاق و کارآفرین در سطح روستا و کمک کردن به آنها در پیاده سازی خلاقیت‌هایشان به کارآفرینی و توسعه آن کمک کند که انگیزه لازم در آنها ایجاد گردد.

✓ حمایت صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان با گسترش پوشش بیمه اجتماعی امنیت اشتغال را در این مناطق بالا برده و موجب رضایت مندی روستائیان از خدمات خواهد شد.

## ۵-۵- پیشنهادها برای پژوهش‌های بعدی

۱. مطالعه تطبیقی با عنوان پژوهش حاضر در سازمان‌های مختلف دیگر.
۲. انجام تحقیقات جداگانه در خصوص کارآفرینی روستائیان و عشایر.
۳. بررسی وضعیت صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان از نظر مولفه کارآفرینی.

## منابع

- ابراهیم پور، حبیب. (۱۳۹۲). تأثیرپذیری عملکرد وظیفه‌ای از اخلاق کاری (مورد مطالعه: کارکنان دانشگاه محقق اردبیلی)، پژوهش‌های مدیریت عمومی، سال ششم، شماره نوزدهم، صص ۸۳-۱۰۱.
- احمدپور داریانی، محمود، کارآفرینی (تعاریف، نظریات، الگوها). انتشارات پردیس، ۱۳۷۸.
- احمدپور، محمود؛ مقیمی، محمد. (۱۳۸۹). کارآفرینی، تهران، موسسه فرهنگی و انتشارات محراب.
- آذر، عادل، الوانی، مهدی، دانایی فرد، حسن، روش‌شناسی پژوهشی کمی در مدیریت: رویکردی جامع چاپ ششم تهران انتشارات صفایی - اشرافی، ۱۳۹۱.
- آشنا مصطفی، منوریان عباس، تسلیمی محمد سعید (۱۳۸۹)، بررسی رابطه بین بازارگرایی و کارآفرینی سازمانی، فرهنگی مدیریت، شماره چهاردهم، صص ۵۶-۲۷
- آقای فیثانی، تیمور؛ خلایق و نوآوری در انسان‌ها و سازمان‌ها؛ انتشارات ترمه، تهران، ۱۳۷۷.
- بازرگان، عباس و همکاران، روش‌های تحقیق در علوم رفتاری، انتشارات آگاه، ۱۳۷۹.
- برماس، حامد؛ مهرابی رزوه، فاطمه، حسینی اصلی، فاطمه. (۱۳۹۰). بررسی تأثیر مشاوره شغلی بر تغییر نگرش و افزایش رفتار کارآفرینانه و اشتغال‌زایی دانشجویان، فصلنامه تاره‌های روانشناسی صنعتی / سازمانی، سال دوم، شماره هفتم، صص ۸۷-۹۵
- پرداختچی، محمدحسن؛ شفیعی زاده، حمید. (۱۳۸۵). درآمدی بر کارآفرینی سازمانی، تهران: ارسباران.
- توکلی، غلامرضا؛ بهشتی پور، بهنام، همدلی تعاملی و سرمایگی (EFQM, 2010)، تهران: انتشارات موسسه فرهنگی رسا، ۱۳۸۹.
- حافظ نیا، محمدرضا، مقدمه‌ای بر روش تحقیق در علوم انسانی، تهران سمت، چاپ پانزدهم، زمستان ۱۳۸۷.
- حسینی، ج؛ کاظمی میانرودی، ف. (۱۳۹۰). نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات در توسعه کارآفرینی، کارآفرینان امیرکبیر، شماره ۶۸، ۱۶.
- خاکی، غلامرضا، روش تحقیق با رویکرد به پایان‌نامه نویسی. تهران، انتشارات کوهسار، چاپ دهم، ۱۳۹۱.
- خسروشاهی، کاظم. (۱۳۸۳). یادداشت‌های کارآفرینی، بر ما چه گذشت، انتشارات کتاب فرزانه
- خنیفر، حسین. (۱۳۸۴). کارآفرینی در نظام ارزشی، انتشارات پردیس قم
- دانایی فرد، حسن و همکاران (۱۳۸۵). روش‌شناسی پژوهش کیفی در مدیریت، تهران، انتشارات صفار.

- دفت، ریچارد، ال، تئوری و طراحی سازمان، ترجمه دکتر پارسائیان و دکتر اعرابی، تهران، دفتر پژوهش های فرهنگی، جداسازی اول، ۱۳۷۷.
- دلاور، علی (۱۳۸۸)، احتمالات و آمار کاربردی در روان شناسی و علوم تربیتی، تهران: انتشارات رشد
- رابینز، استیفن پی (۱۳۷۴)، مدیریت رفتار سازمانی، ترجمه علی پارسائیان و سید محمد اعرابی، ج ۲، تهران، موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی
- رحمان سرشت، حسین، تئوری های سازمان و مدیریت از تجردگرایی تا پساتجدد گرایی، تهران: انتشارات دوران، ۱۳۸۶.
- رضوی نعمت‌اللهی، اقدس السادات (۱۳۹۳) "مفاهیم و کلیات کارآفرینی". روزنامه همشهری. شماره ۳۶۱۷۷ (۳۰ فروردین). ص ۱۰. قابل دسترس در: <http://www.google.com>
- سرمد؛ زهره ، بازرگان؛ عباس ، حجازی؛ الهه (۱۳۸۰). "روش های تحقیق در علوم رفتاری" ، دفتر نشر آگه ، چاپ پنجم .
- سعیدی، مهدی. (۱۳۸۶). آشنایی با کارآفرینی، تهران: نشر سپاس.
- سلیمان پور، جواد. (۱۳۹۳). کارآفرینی در بخش تعاون، پایان نامه.
- سیدجوادین، سیدرضا، مدیریت منابع انسانی. تهران، انتشارات مدیریت دانشگاه تهران، چاپ پنجم، ۱۳۸۸.
- صالحی، سعید . و برادران، مسعود. (۱۳۹۲). راهکارهای بکارگیری کارآفرینی، ماهنامه ی جهاد، شماره ی ۲۴۷، آذر و دی، صص ۱۸۳-۲۰۵.
- صفاری، مهدی، حق شناس، کاشانی، فریده و هادی نژاد، منیژه، ۱۳۸۴، آمار و احتمالات در مدیریت و اقتصاد، تهران، انتشارات آوای نوری، جلد اول.
- صمد آقایی، جلیل، سازمان های کارآفرین، انتشارات مرکز آموزش مدیریت دولتی، ۱۳۷۸.
- صمدآقایی، جلیل. (۱۳۹۱). سازمان های کارآفرین، چاپ پنجم، تهران: مرکز آموزش مدیریت دولتی، موسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه ریزی.
- طالبی، کامبیز، کارآفرینی راهبردی، تهران: دانشکده کارآفرینی دانشگاه، تهران، ۱۳۸۷.
- طالبی، کامبیز. (۱۳۸۷). کارآفرینی راهبردی، تهران، انتشارات دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران، چاپ اول.
- عظیمی، غلامعلی، (۱۳۹۰)، «بررسی الگوهای مطلوب ارزیابی عملکرد دستگاه های دولتی»، مرکز پژوهشهای مجلس شورای اسلامی، خرداد
- فتحی، حسین و پاکدل، مهدی، خلاقیت تا کارآفرینی در هزاره سوم تبریز، چاپ اول، انتشارات فروزش، ۱۳۹۳.

- فدایی کیوانی، رضا؛ محسن، نساج حسینی، کارآفرینی، انتشارات حق شناس، چاپ اول، ۱۳۸
- فرنچ، درک و سارد، هیترا (۱۳۷۱)، فرهنگ مدیریت (توصیفی)، ترجمه محمد صائبی، تهران، مرکز آموزش مدیریت دولتی
- فروزانفر، حمید و همکاران (۱۳۹۱)، کارآفرینی با گرایش کارآفرینانه سازمانی، تهران، انتشارات مرکز آموزش و تحقیقات صنعتی ایران، چاپ اول
- فرهنگی، علی اکبر، صفرزاده، حسین، کارآفرینی (مفاهیم، نظریه ها، مدل ها و کاربردها)، تهران انتشارات: موسسه کار و تأمین اجتماعی، چاپ اول، ۱۳۸۶.
- کردنائیچ، اسدالله؛ زالی، محمدرضا، هومن، علی و شمس، شهاب الدین (۱۳۸۶). ابزار سنجش ویژگی های شخصیتی کارآفرینان ایرانی، چاپ اول، تهران، انتشارات دانشگاه تربیت مدرس.
- کوراتکو، دونالد، کارآفرینی سازمانی، ترجمه عباس نوری زاده و بهاره صبور، تهران سازمان مدیریت صنعتی، ۱۳۸۹.
- مشبکی، اصغر، و موسوی مجد، سید محمد. (۱۳۹۱). رابطه هماهنگی استراتژیک بین استراتژی های تجاری استراتژی های منابع انسانی و ساختار سازمانی. مدیریت فرهنگ سازمانی، ۱۰(۱)، ۳۳-۶۰.
- مصلح شیرازی، علی نقی. (۱۳۹۰). مقایسه ویژگی های کارآفرینی دانشجویان دختر و پسر دانشگاه شیراز، سمینار توسعه کارآفرینی و تجلیل از زنان کارآفرین، دانشگاه شیراز.
- مقیمی، محمد؛ (۱۳۹۳) کارآفرینی در نهاد های جامعه مدنی : پژوهشی در سازمان های غیر دولتی : NGOs؛ ایرانتهران : دانشگاه تهران ، موسسه انتشارات و چاپ ، زمستان ۱۳۹۳
- مقیمی، محمد، کارآفرینی در نهادهای جامعه مدنی، انتشارات دانشگاه تهران، چاپ اول، ۱۳۸۳.
- مقیمی، محمد، کارآفرینی در نهادهای جامعه مدنی، انتشارات دانشگاه تهران، چاپ سوم، ۱۳۸۳.
- مقیمی، محمد، کارآفرینی در سازمان های دولتی، تهران، نشر فراندیش، چاپ دوم، پاییز، ۱۳۸۷.
- مقیمی، محمد، گزارش پروژه بررسی عوامل موثر بر موفقیت کارآفرینی سازمانی سازمان اهی ۳۰ فرهنگی - اجتماعی دولتی ایران، تهران: موسسه توسعه مدیریت سلامت پایدار، ۱۳۸۳.
- مقیمی، سیدمحمد. (۱۳۸۴). کارآفرینی در سازمان های دولتی، تهران، نشر فراندیش.
- نجاری، رضا، طراحی و تبیین مدل عوامل موثر بر کارآفرینی دانشگاهی در دانشگاه پیام نور، پایان نامه دکترا، دانشگاه علامه طباطبایی تهران، ۱۳۸۸. ۳۲-فرنچ، درک و سارد، هیترا (۱۳۷۱)، فرهنگ مدیریت (توصیفی)، ترجمه محمد صائبی، تهران، مرکز آموزش مدیریت دولت
- نوید فر، محمد حجت؛ ۱۳۹۴ کارآفرینی اجتماعی؛ کارآفرینی تطبیقی: مقالات منتخب سمینار، پژوهشگران مرکز کارآفرینی پردیس قم دانشگاه تهران؛ انتشارات اعلام التقی؛ چاپ اول

- وارث.سیدحامد ، پروندی .یحیی ، قاسمی.روح الله. (۱۳۹۱). ارتقاء فضای کسب و کار جهت دستیابی به چشم انداز اقتصادی . دانشکده مدیریت دانشگاه تهران ، مدیریت بازرگانی ، دوره ۴ ، شماره ۱۱
- الوانی، مهدی؛رودگر نژاد، فروغ؛کیاکجوری، کریم، ارائه مدل مفهومی از توسعه کارآفرینی فردی، هفتمین کنفرانس بین المللی مدیریت، تهران، ۱۳۸۸
- هزار جریبی، جعفر(۱۳۸۴)، کارآفرینی، تهران، چاپ و نشر بازرگانی، چاپ اول
- هیستریچ، رابرت دی و پیترز، پی مایکل(۱۳۸۳). کارآفرینی، جلد اول، ترجمه فیض بخش، علیرضا؛تقی یاری، حمیدرضا، چاپ اول، موسسه انتشارات علمی دانشگاه صنعتی شریف، جلد اول.
- هیسریچ، رابرت دی. (۱۳۸۳). کارآفرینی، ترجمه سید رضا فیض بخش، انتشارات موسسه علمی دانشگاه صنعتی شریف، ج ۱
- یدالهی فارسی، جهانگیر؛زالی، محمدرضا؛باقری فرد، مرتضی(۱۳۹۰). مقاله شناسایی عوامل ساختاری موثر بر توسعه کارآفرینی دانشگاهی مطالعه موردی دانشگاه جامع علمی کاربردی فصل نامه علمی-پژوهشی سیاست علم و فناوری.

#### منابع لاتین

- Angeles R. ، Nath R. ، (2007), " *Business – to - businsse e-procurement: success factors and challenges to implementation*", *supply chain management: An international journal* 12/2 pp. 104-115.
- Barsauskas p. ، sarapovas T. ، Cvilikas A. ، (2008), " *The evaluation of e-commerce impact on business efficiency Baltic*", *journal of management* vol 3, No 1, pp. 71-91.
- Bordonaba -Juste, V., Lucia-Palacios, L., Polo-Redondo, Y., 2012. Antecedents and consequences of e-business use for European retailers. *Internet Res.* 25 (5), 532–550.
- Bowers, M. R. (2011). Developing market-driven insurance products: A suggested model. *Journal of Professional Services Marketing* 3(3-4): 161-173.
- *business simplmentation*" *journal* vol 13, No 5, pp 677-693.
- Butler, P. and Peppard, J. (2014), "Consumer purchasing on the internet: processes and prospects", *European Management Journal*, Vol. 16 No. 5, pp. 60-10.
- Cass,A, Carleson,J, 2015, an e-retailing assement of percived website service marketing management, vol.63, pp.643- 653. ...
- Chipai J. ، Hung yeh c. ، (2008), " *factors affecting the implementation of e – businessstrategies*", *management Decision* vol 46, No 5, pp 681-69

- Claar, V. V., Tenhaken, V. R., Frey, R. (2009), Entrepreneurial Attitudes of MBA Student in the United State Relative to the CIS: The Case Of Armenia. International Business & Economics Research Journal, 8(2), pp. 65-76.
- Del Giudice, M., Della Peruta, M.R., 2016. The impact of IT-based knowledge management systems on internal venturing and innovation: a structural equation modeling approach to corporate performance. J. Knowl. Manag. 20 (3), 484–498.
- Fen lin Hsiu (2007), *"The role of organizational capabilities in successful e –*
- Gregoire, D., Noel, M., Dery, R., and Bechard, J-P. (2006), Is There Conceptual Convergence in Entrepreneurship Research? A Co-Citation Analysis of Frontiers of Entrepreneurship Research, 1981–2004", Entrepreneurship Theory and Practice, 30(3).
- Harris G & Mossholder, Johnson,. (1995). Entrepreneurial Intentions and Outcomes: A Comparative Causal Mapping Study. Journal of Management Studies, 34(6), 895-920  
Organization Science, 2(1), 125-134
- Hitt M.A, Ireland R.D, Sirmon D.G, and Trahms C.A. (2011), Strategic entrepreneurship: creating value for individuals, organizations, and society«. The Academy of Management Perspectives 25(2), pp. 57-76.
- Lodish, L., Lee, M. H. and Kallianpur, A. (2010). “Entrepreneurial Marketing Lessons from Wharton's pioneering MBA course”, John Wiley and pp:15-17
- Morris, M., Schindehutte, M. and La Forge, R. W. (2012). “Entrepreneurial Marketing: A construct for integrating emerging entrepreneurship and marketing perspectives”, Journal of Marketing Theory and Practice, Vol. 10, (4), pp:1-19
- Morris, M., Schindehutte, M. and La Forge, R. W. (2012). “Entrepreneurial Marketing: A construct for integrating emerging entrepreneurship and marketing perspectives”, Journal of Marketing Theory and Practice, Vol. 10, (4), pp:1-19.

## **Abstract**

Rural development is one of the goals of many countries for the economic growth of villages and the reduction of migration to cities. The best and cheapest way to achieve rural development can be considered rural entrepreneurship. With the development of rural entrepreneurship and the creation of small entrepreneurial companies, in addition to contributing to the rural and rural economy, growth and development of the country is also realized. Kermanshah province is in the Social Insurance Fund for Farmers, Villagers and Tribes. For this purpose, the present study was carried out by qualitative method and with respect to the underlying theoretical approach. The sampling method was purposive sampling and data collection continued through in-depth and semi-structured interviews until the theoretical saturation stage. Overall, 22 experts were interviewed. Theoretical saturation was achieved. The results indicate that the development of social insurance funds and local development funds is a process of voluntary and self-subsidized participation among residents of a neighborhood to improve their physical, social and economic conditions, and is a positive development at the local scale aimed at identifying local problems. is. One of the functions of the Rural and Tribal Social Insurance Fund is the ability to increase the credibility of local and local resources in rural areas, which can increase entrepreneurship and employment.

**Keywords:** Farmers, Rural and Tribal Social Insurance, Entrepreneurship Development





Islamic Azad University Kermanshah Branch

Faculty of Literature and Humanities

Dissertation for Master Degree in Executive Management

**Title:**

Designing the model of Role of Farmers, Rural and Tribal Social Insurance Funds on Entrepreneurship Development (Case Study: Farmers, Rural and Tribal Social Insurance Fund of Kermanshah Province)

**Supervisor:**

Sayed Farhad Hosini (p.h.d)

**By:**

Sajad parasteh

Winter2020

