

فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال هفتم، شماره سوم (پیاپی ۲۵)، پاییز ۱۳۹۷

شاپای چاپی ۲۳۲۲-۲۱۳۱ شاپای الکترونیکی ۲۵۸۸-۴۷۶X

<http://serd.khu.ac.ir>

صفحات ۲۰۸-۱۸۳

تحلیل موانع توسعه کسب‌وکارهای خرد در نواحی روستایی شهرستان میاندوآب

محمد ولایی*؛ دانشجوی دکتری تخصصی جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران.
حسین کریم‌زاده؛ استادیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران.
رضا منافی‌آذر؛ دانشجوی دکتری تخصصی جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران.

پذیرش نهایی: ۱۳۹۷/۰۲/۱۲

دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۰۷/۲۶

چکیده

توسعهٔ مشاغل یا کسب‌وکارهای کوچک روستایی به علت برخورداری از ماهیت و مزایایی خاص، با استقبال متخصصان توسعهٔ روستایی روبه‌رو شده، به‌گونه‌ای که برخی متخصصان آن را مهم‌ترین راهکار توسعهٔ روستایی در کشورهای جهان سوم در نظر می‌گیرند. هدف این پژوهش، بررسی زمینه‌های ایجاد کسب‌وکارهای کوچک جدید و موانع راه‌اندازی آنها در سکونتگاه‌های روستایی بود. تحقیق حاضر از لحاظ هدف کاربردی، ماهیت و روش توصیفی-تحلیلی و بنیان آن مبتنی بر پراگماتیسم و روش تحقیق آمیخته است. جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات به‌صورت مطالعات میدانی و اسنادی انجام گرفت و قلمرو مکانی تحقیق بخش مرحمت‌آباد شهرستان میاندوآب بود. از مصاحبه‌های نیمه‌ساخت‌یافته با مدیران روستایی و مالکان واحدهای کسب‌وکار برای شناسایی زمینه‌های ایجاد کسب‌وکارها استفاده شد. با انجام ۳۳ مصاحبه به اشباع نظری رسید و با شیوه تئوری زمینه‌ای تجزیه و تحلیل شد. نتایج نشان داد که زمینه‌های متعددی در بخش کشاورزی، صنعت، گردشگری و خدمات وجود دارد ولی فقط بخش کشاورزی زمینه‌ها و توان زیادی برای ایجاد واحدهای کسب‌وکار جدید دارد. روستاهای قیچاق و فیروزآباد با داشتن زمینه ایجاد ۳۴ و ۳۰ نوع از این کسب‌وکارهای مساعدترین روستاها به شمار می‌روند. جهت شناسایی موانع ایجاد کسب‌وکارهای جدید، فرایند روش Q طی شد. جامعه گفتمان از طریق نمونه‌گیری هدفمند معین شد و مجموعه کیو ۴۱ گویه‌ای را ۲۰ نفر از کارآفرینان و مدیران واحدهای کسب‌وکارهای کوچک مرتب کردند. آزمون تحلیل عاملی استفنسون بر مبنای فرد نشان داد ایجاد کسب‌وکار جدید در محدوده مورد موانع سه‌گانه‌ای دارد که عبارتند از: «موانع اقتصادی-اجتماعی»، «موانع زیرساختی» و «ضعف سرمایه اجتماعی و ترجیح سپرده‌گذاری به سرمایه‌گذاری». موانع «اقتصادی و اجتماعی» مهمترین عامل عدم ایجاد کسب‌وکار جدید بوده و با مقدار ویژه ۱۰،۱۰ بیش از ۵۰ درصد واریانس را تبیین کرده است.

واژگان کلیدی: توسعه روستایی، کارآفرینی روستایی، کسب‌وکارهای خرد، شهرستان میاندوآب.

* valaei1365@gmail.com

(۱) مقدمه

علی‌رغم کاهش پیوسته جمعیت روستایی به‌ویژه در کشورهای جهان سوم، هنوز بخش قابل توجهی از جمعیت در فضاهای روستایی سکونت دارند. لیکن کانون‌های روستایی با مسائل و مشکلات عدیده‌ای؛ هم چون ناتوانی بخش کشاورزی در جذب و اداره زندگی اقتصادی خانوارها، فقدان یا کمبود زیرساخت‌ها، بیکاری و کاهش درآمد، فقر اقتصادی، کاهش امنیت‌غذایی، کمبود بهداشت و پایداری محیط‌زیست (Abotaleb, 2008: 145)، کمبود و نبود تجربهٔ زمینه‌های جدید فعالیت‌های اقتصادی و محدودیت امکان رشد اجتماعی افراد مواجه است (Twaulfhoven & Indivers, 1993: 9؛ قدیری‌معصوم و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۸). با این وجود روستاییان از طریق تولید محصولات متنوع، نقش به‌سزایی در اقتصاد، توسعهٔ محلی و سرزمینی ایفا می‌کنند (قدیری‌معصوم و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۸) و رشد و توسعهٔ نواحی روستایی با توجه به نقش آنها در توسعهٔ ملی بویژه در زمینه تأمین مواد غذایی از اهمیت و ضرورت بالایی برخوردار است (رضوانی و نجارزاده، ۱۳۸۸: ۱۶۳). بنابراین، نظریه‌پردازان، برنامه‌ریزان و مجریان دولتی باید برای معضلات و مسائلی که این نواحی گریبان‌گیر آن هستند، راهکارهای نوین و قابل اجرا ارائه دهند (ولایی و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۵۰) تا پایداری اقتصادی روستایی میسر شود.

امروزه در راستای حصول پیشرفت اقتصادی و دستیابی به توسعهٔ پایدار روستایی، رویکرد «کارآفرینی» به عنوان یکی از راهبردهای توسعهٔ روستائی مورد توجه قرار گرفته است (افتخاری و همکاران، ۱۳۸۹: ۲). کارآفرینی یکی از اثرگذارترین راه‌حل‌ها برای افزایش نرخ اشتغال و به تبع آن، کاهش نرخ بیکاری است (Stel and et al., 2004: 25). تا جایی که اقتصاد کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعهٔ یافته برای فرار از بیکاری با کمک نیروی کارآفرینی، حیاتی دوباره یافته و این مهم موجب توجه خاص کشورهای مختلف به موضوع کارآفرینی شده است (جمینی و همکاران، ۱۳۹۵: ۴۷).

از بزرگترین بخش‌های کارآفرینی در مناطق روستایی، ایجاد کسب‌وکار جدید است (ادواردی، ۱۳۸۶: ۱). سیاست‌گذاران حوزه اذغان می‌کنند که هدف از ترویج کارآفرینی، راه‌اندازی کسب و کار کوچک است (Faggio and Silva, 2014: 67). «کسب و کارهای کوچک و متوسط^۱» یکی از راه‌های مطرح در اشتغال‌زایی و ریشه‌کنی بیکاری (Wanhill, 2000, 132) و افزایش درآمد مردم روستایی است (سامیان و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۷؛ سجاسی‌قیداری و همکاران، ۱۳۹۴: ۷۴). نگاهی به فعالیت بنگاه‌های کوچک و متوسط در کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعهٔ بیانگر نوعی ارتباط تنگاتنگ و موثر بین پیشرفت اقتصادی- اجتماعی این کشورها از طریق این بنگاه‌هاست. به علت تخصصی شدن وظایف، عدم تمرکز تصمیم‌گیری و نیاز به انعطاف-

¹ Small and Medium Enterprises

پذیری بیشتر به منظور حضور دائمی یا بیشتر و مطابقت با شرایط متغیر جهان، بنگاه‌های کوچک و متوسط در کشورهای صنعتی و در حال توسعه رو به افزایش بوده است. در ایران نیز اهمیت بنگاه‌های کسب‌وکار کوچک مدنظر بوده و در برنامه‌های سوم، چهارم و پنجم توسعه به این بنگاه‌ها توجه شده و به علت افزایش اشتغال و کاهش بیکاری، افزایش تولید و درآمد ملی، افزایش صادرات و حضور در بازارهای جهانی، خودکفایی، پیشرفت علمی کسب‌وکار و غیره مورد تأکید بوده است (سیدجوادین، حسینقلی‌پور و محمدی، ۱۳۸۹: ۲۱).

با عمل به فحوای رویکرد کارآفرینی، در بین روستاییان جوی رقابتی ایجاد شده و سرمایه‌گذاری در روستاها ترغیب و تشویق می‌شود. از این رهگذر باعث اشتغال‌زایی و تشویق به ایجاد و گسترش کسب‌وکارهای جدید در مناطق روستایی و بهبود کیفیت‌زندگی روستاییان می‌گردد. ضمن این که کارآفرینی می‌تواند منجر به توزیع مناسب درآمد و ایجاد تعادل منطقه‌ای گردد و در نهایت توسعه اقتصادی، اجتماعی و رفاه در روستاها را به همراه داشته باشد که یکی از نتایج آن کاهش مهاجرت به شهرها است (فلاح حقیقی، ۱۳۹۶: ۱۱۸). در واقع هسته اصلی فرآیند حرکت جوامع، حرکت به سوی یک اقتصاد رقابتی، ایجاد بخش خصوصی، توسعه کارآفرینی و ایجاد کسب‌وکارهای کوچک و متوسط می‌باشد. کارکردهای این کسب‌وکارها عبارتند از: اشتغال-زایی، توزیع عادلانه ثروت در جامعه، توسعه مناطق حاشیه‌ای، تأمین تولیدات مورد نیاز داخلی یا صادراتی، تربیت نیروی انسانی مورد نیاز صنایع. علاوه بر کارکردها، کانون اصلی توسعه روستایی در کشورهای در حال توسعه به حساب می‌آیند و حمایت‌های گسترده‌ای توسط مؤسسات دولتی و عمومی از آنها به عمل می‌آید (ملاشاهی و همکاران، ۱۳۹۴: ۷۴۰). زیرا توسعه کارآفرینی در روستاها (همچون شهرها) مستلزم فراهم نمودن پیش‌نیازهای اساسی از جمله؛ آموزش، ترویج فرهنگ کارآفرینی و توسعه زیرساخت‌ها و غیره است (Russel & Kerry, 2008: 431).

در همه جای دنیا و به ویژه کشورهای در حال توسعه، اصلی‌ترین کسب‌وکارها در اختیار روستاییان قرار دارد و آنها اصلی‌ترین ایفا کنندگان نقش در اقتصاد کشورهای خود هستند (Poza, 2007: 14). با این حال، اغلب آنها خصوصیتی مانند درون‌گرایی، انعطاف‌ناپذیری و ثبات در برابر تغییرات را دارند و به همین دلیل مایل به ریسک‌پذیری در قالب فعالیت‌های کارآفرینی و کسب‌وکار جدید نیستند (Johannisson, 2002: 28) و اغلب دارای شیوه زندگی سنتی و معیشتی هستند که مانع از نوآوری خلاقیت و کارآفرینی می‌شود (Habbershon, 2006: 41). همچنین سرپرستان خانوارهای روستایی در شیوه‌ها و الگوهای سنتی کسب‌وکار فعالیت می‌کنند (Hall et al, 2001: 194). در حالیکه، کسب‌وکارهای جدید روستایی پتانسیلی برای کمک به تنوع‌بخشی به اشتغال و درآمد و افزایش میزان تولیدات کشاورزی و غیرکشاورزی است و فرصت‌های مناسبی را برای کاهش ریسک معیشتی و افزایش امنیت غذایی پایدار در مناطق روستایی فراهم می‌کند و یکی از

بسترهای مناسب برای ایجاد اشتغال در بخش‌های کشاورزی و غیرکشاورزی به ویژه در مناطقی که با مسائل اقتصادی و طبیعی دست و پنجه نرم می‌کنند، به شمار می‌رود.

بخش مرحمت‌آباد واقع در قسمت جنوبی دریاچه ارومیه، یکی از نواحی است که با مسائل طبیعی و اقتصادی روبرو است زیرا در طی سال‌های اخیر با دلایل تغییرات اقلیمی و بحران دریاچه ارومیه، اقتصاد روستایی این بخش دستخوش تحولاتی ناخوشایندی شده است. به طوری که با خشک شدن دریاچه ارومیه و بیرون ماندن گنبد‌های نمکی موجب انتقال نمک به اراضی کشاورزی این منطقه شده و این امر موجب شور شدن زمین‌های کشاورزی، خشک شدن درختان باغی مثمر و غیرمثمر، کاهش راندمان تولیدات کشاورزی و سطح زیر کشت محصولات کشاورزی شده و در نتیجه ناپایداری اقتصادی و اجتماعی و مهاجرت جوانان روستایی به شهرهای بزرگ و صنعتی را در پی داشته است. اما در برخی سکونتگاه‌های روستایی ناحیه با راه-اندازی کسب‌وکارهای کوچک به مقابله با این مشکل پرداخته شده است. به همین جهت لزوم ایجاد مشاغل نو و کسب‌وکارهای جدید در راستای پایداری اقتصادی و اجتماعی و مهمتر از همه تحقق توسعه پایدار روستایی در این ناحیه ضرورتی انکارناپذیر است. از سوی دیگر شناسایی موانع موجود در راه‌اندازی این مشاغل، برنامه-ریزان این حوزه را یاری خواهد رساند. هدف تحقیق حاضر بررسی زمینه‌های و اثرات ایجاد کسب‌وکارهای جدید و موانع راه‌اندازی آنها در محدوده مورد مطالعه بوده و به دنبال پاسخ برای این سؤال است که: زمینه‌ها و موانع ایجاد کسب‌وکارهای جدید در منطقه مورد مطالعه کدام است؟

(۲) مبانی نظری

ژائو، ریچی و اچتتر (۲۰۱۱)، کارآفرینی را «شروع تغییر از طریق ایجاد یا نوآوری که معمولاً با خطر همراه است» دانسته‌اند (Zhao et al, 2011: 1571). برخی آن را فرایند خلق فرصت‌های جدید و قبول مخاطرات و منافع آن پنداشته‌اند (Hisrich et al., 2005: 8) که ابتدا به عنوان ایجاد یک کسب‌وکاری است که با استفاده از سرمایه خود مردم ایجاد می‌شود (Sahin & Asunakutlu, 2014: 851; Sharma et al., 2013: 1036). برخی دیگر شناسایی فرصت‌های قابل دوام و پایدار تعریف کرده‌اند (Martin, 2010: 482). برخی نیز به عنوان یک وسیله برای نوآوری و تغییر نیروی اصلی توسعه اقتصادی و رشد تولید در نظر گرفته و به عنوان نوآوری-هایی که بر رشد اقتصاد بازار آزاد و عملکرد کلی آن تأثیر می‌گذارد، شناخته‌اند (Iyigun, 2015: 1227). هاول (۱۹۷۲)، کارآفرینان را بنیان‌گذاران شرکت‌های جدید می‌داند که نقش مهمی در مالکیت کسب‌وکارها دارند و مایل‌اند که کسب‌وکارها را فراتر از مرزهای خود اشتغالی سوق دهند (Forster, 2006: 30).

کارآفرینی روستایی؛ شناسایی فرصت‌های جدید، نوآوری و خلاقیت در فعالیت‌های کشاورزی و غیرکشاورزی، نوآوری و خلاقیت در کاربری زمین و در واقع، استفاده بهینه، متنوع و نوآورانه از منابع روستا در

راستای توسعه پایدار روستایی است (دادورخانی و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۷۳). کارآفرینی روستایی مستلزم سرمایه‌گذاری، اعتماد، ریسک و ارائه خدمات و محصولات، بازار فروش است که به ایجاد کسب‌وکار کوچک در روستا منجر شود (Sonne, 2012: 644). در زمینه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط (SME¹) به دلیل ویژگی‌های خاص و تنوع فعالیت‌های آن تعاریف مختلفی ارائه شده است ولی تاکنون یک تعریف جهان شمول ارائه نشده است (Lucky and Olusegun, 2012: 488). در این مشاغل اندازه کسب و کار، زمینه فعالیت، ارزش‌داری و غیره از رایج‌ترین شاخص‌های مورد استفاده برای تعریف کسب و کارهای کوچک به حساب می‌آیند (Ortega et al., 2016: 59 López؛ صادقلو و همکاران، ۱۳۹۶: ۳). که در این میان، اندازه یا تعداد کارکنان یکی از شاخص‌های مهم به حساب می‌آید (رضایی و صفا، ۱۳۹۵: ۱۴۵). در ایران تنها شاخص دسته‌بندی SMEها، اشتغال بوده، به طوری که وزارت صنایع و بانک مرکزی اندازه بنگاه‌های با تعداد کارکنان کمتر از ۵۰ نفر را صنایع کوچک و ۵۰-۱۵۰ نفر را صنایع متوسط تعریف کرده‌اند (عقیلی و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۴۷). در ژاپن بنگاه‌های با سرمایه کمتر از ۱۰ میلیون ین و کمتر از ۲۰۰ نفر کارکن و در اتریش بنگاه‌های با کارکنان کمتر از ۵۰ نفر و گردش مالی سالیانه کمتر از ۲۰ میلیون یورو و یا جمع ترازنامه آنها کمتر از ۱۰ میلیون یورو باشد SME شناخته می‌شوند (امین‌بیدختی، ۱۳۸۸: ۱۷۱).

بررسی سهم کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در میزان اشتغال، ایجاد ارزش افزوده و تولید ناخالص داخلی کشورها در جهان حاکی از آن است که بیش از ۹۵ درصد کل اشتغال ایجاد شده متعلق به این نوع کسب‌وکارها است. به عنوان مثال، تا سال ۱۹۹۸، در ۲۱ کشور عضو پیمان اوپک حدود ۴۰ میلیون کسب‌وکار کوچک و متوسط وجود داشتند که بین ۳۰-۶۰ درصد تولید ناخالص داخلی این کشورها و بیش از ۸۰ درصد اشتغال را ایجاد می‌نمودند (حجی و پاسبانی، ۱۳۸۸: ۳۲). در اروپا، بیش از ۱۶ میلیون شرکت وجود دارد که کمتر از یک درصد آنها را شرکت‌های بزرگ تشکیل می‌دهند و بقیه شرکت‌های کوچک و متوسط می‌باشند. شرکت‌های کوچک و متوسط ستون فقرات اقتصاد منطقه آسیا-اقیانوسیه نیز بوده و ۹۰ درصد شرکت‌ها بین ۳۲ تا ۴۸ درصد اشتغال و بین ۶۰ تا ۸۰ درصد تولید ناخالص داخلی کشورهای این منطقه مختص شرکت‌های کوچک و متوسط می‌باشند. عملکرد اقتصاد ایالات متحده در سال‌های اخیر تا حد زیادی مدیون ایجاد کسب‌وکارهای کوچک و متوسطی است که ۴۳ درصد از شاخص اشتغال‌زایی را به خود اختصاص داده‌اند (ملاشاهی و همکاران، ۱۳۹۴: ۷۴۰). چین که نرخ رشد آن امروزه به ۱۱ درصد رسیده است در سال ۱۹۹۶ با اختصاص ۹۵،۵۹ درصد تولید و ۷۵ درصد از اشتغال‌های جدید به این بنگاه‌ها، به الگویی کم‌نظیر در جهان تبدیل شده است (سیدجوادین و همکاران، ۱۳۸۹: ۲۱). به هر حال بنگاه‌های کوچک و متوسط به عنوان ستون فقرات

¹ - Small & Medium Enterprises

توسعه صنعتی سهم به‌سزایی در توسعه صنایع پیشرفته^۱ و ایجاد اشتغال داشته (Zulkepli et al., 2015: 439) و در کارآفرینی روستایی نقش و اثر انکارناپذیری دارند. این بنگاه‌ها با ایجاد جو رقابتی در بین روستاییان، عامل ترغیب سرمایه‌گذاری در روستاها، افزایش بهره‌وری و ایجاد اشتغال شده و می‌تواند کیفیت زندگی روستاییان را بهبود بخشد (فلاح حقیقی، ۱۳۹۶: ۱۱۷). در همین راستا، بالا بودن نرخ رشد بیکاری پنهان و آشکار در جامعه روستایی در مقایسه با جامعه شهری از یک طرف و عدم امکان سرمایه‌گذاری گسترده برای توسعه صنایع بزرگ از طرف دیگر، دولت مردان را به گسترش کسب‌وکارهای کوچک در جوامع روستایی وادار نموده است. در حالی که ایجاد اشتغال در جامعه روستایی به یک مشکل حاد بدل شده و مشاغل کوچک روستایی توانسته‌اند زمینه ایجاد اشتغال و ماندگاری در جامعه روستایی را در فعالیتهای کشاورزی و غیرکشاورزی فراهم ساخته و نوعی امید و شادابی را به جامعه هدف ارزانی دارند (نجفی و صفا، ۱۳۹۳: ۶۲)؛ این مسأله با استقبال متخصصان توسعه روستایی نیز روبرو شده، به گونه‌ای که برخی متخصصان، توسعه کسب‌وکارهای کوچک و خانگی در محیط روستایی را مهم‌ترین راهکار توسعه روستایی در کشورهای جهان سوم در نظر می‌گیرند (Gibosen and Olivia, 2006: 29).

گسترش بنگاه‌ها و کسب‌وکارهای خرد روستایی، به منزله یک راهبرد اساسی می‌تواند فرایند توسعه روستایی را تسریع بخشد. از سوی دیگر می‌توان زمینه و بستر لازم را جهت ترکیب منابع، هم در درون و هم در خارج از روستا، فراهم کرده و از این طریق شرایط لازم جهت بهبود کیفیت زندگی فردی، خانوادگی و اجتماعی روستاییان و ابزار لازم برای تثبیت اقتصاد و محیطی سالم را برای روستاییان مهیا نمود (سامیان و همکاران، ۱۳۹۴: ۳۷). امروزه کسب‌وکارهای کوچک، اساساً، مسئول دستیابی به موفقیت اقتصادی به‌شمار می‌روند (Iyigun, 2015: 1227) و چشم‌انداز اقتصادی روستایی را تحت تأثیر قرار داده (Jaafar et al, 2015: 18) و باعث ایجاد هیجان و انگیزه و همچنین به عنوان موتور اصلی رشد و پیشرفت اقتصادی می‌باشند (Juan Pablo, 2012: 158). همچنین، کسب‌وکارهای کوچک یک منبع نوآوری در محصولات و خدمات هستند؛ از طریق ایجاد کسب‌وکارهای کوچک، سرمایه‌گذاری‌ها و پس‌اندازهای محلی افزایش می‌یابند و استفاده از منابع محلی تشویق می‌شود (Mohapatra, et al, 2007: 162). با توجه به اهمیت و سابقه موضوع، مطالعات مختلفی در داخل و خارج از کشور در این زمینه انجام شده که در ادامه به خلاصه‌ای از آنها در جدول شماره ۱ اشاره می‌شود:

^۱ - Hight Technology

جدول شماره (۱) برخی از مطالعات انجام شده در این حوزه

نتایج	محقق و سال
امروزه توسعه فرصت‌های شغلی از طریق گسترش خوشه‌ای کسب و کار، نقش محور و بارزی در سیاست‌های اقتصادی برای کاهش نرخ بیکاری در مناطق روستایی ایفا می‌نماید و موجب افزایش ارزش افزوده برای یک منطقه یا یک روستا و منجر به افزایش فرصت‌های شغلی می‌شود.	سفیدبری و همکاران (۱۳۹۰)
عامل سیاسی با میزان تاثیر ۰/۳۲۱ مهم‌ترین عامل وجود آمدن فرصت‌های کارآفرینی به شمار می‌رود و بعد آن عوامل زیرساختی، فضایی، جاذبه‌ای، اقتصادی و اجتماعی در رتبه های بعدی قرار دارند.	کریم‌زاده و همکاران (۱۳۹۳)
موفقیت کسب‌وکارهای کوچک و متوسط زراعی و باغی با متغیرهای زیر رابطه معناداری دارد: تجربه کار کشاورزی مدیران این کسب‌وکارها، تعداد اعضای خانوار مدیر، میزان وام دریافتی برای احداث کسب و کار، تحصیلات مدیر، سن مدیر، تعداد نیروی کار مشغول در کسب و کار، فاصله محل کسب‌وکار و غیره	ملاشاهی و همکاران (۱۳۹۴)
مهمترین راهکارهای توسعه کسب‌وکارهای خرد روستایی عبارتند از: توسعه مهارت‌ها و توانایی‌های روستاییان با اجرای برنامه‌های آموزشی و مهارتی در زمینه امور فنی و اقتصادی، ایجاد و تقویت شبکه‌های بازاریابی و گسترش تسهیلات و امکانات لازم از جمله تسهیلات بانکی، بیمه و حمل و نقل.	سامیان و همکاران (۱۳۹۴)
سه بعد دانش، نگرش و مهارت در شایستگی جوانان روستایی شهرستان ورامین در زمینه کسب‌وکار صنایع دستی شناسایی شد. در زمینه آموزش شایستگی‌ها به جوانان روستایی باید به شرایط زمینه کاری و حوزه‌ی کسب و کار و شرایط ویژه‌ی روستا توجه نمود.	اکبری و همکاران (۱۳۹۴)
عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی روستایی در سطح شهرستان منوجان در قالب نه مقوله اصلی طبقه‌بندی شد: عوامل فردی، فرهنگ یا اجتماعی، زیرساختی، طبیعی و بوم‌شناختی، قانونی، آموزشی، نهادی، سیاسی و اقتصادی.	حسینی‌نیا و فلاحی (۱۳۹۶)
بین کارکردهای آزادی و استقلال عمل بیشتر کسب و کارهای خانگی، پایین بودن هزینه راه‌اندازی کسب و کارهای خانگی، تناسب با ویژگی‌های جسمی افراد معلول و کم توان، موفقیت بیشتر جسمی افراد معلول و کم توان در انجام کسب و کار خانگی، تناسب با اقشار مختلف کسب و کارهای خانگی، عدم نیاز به مجوز کسب و کارهای خانگی و کاهش فقر خانوارهای روستایی رابطه معنی‌داری وجود دارد.	امیدی و چهارسوقی امین (۱۳۹۷)
ایجاد کسب‌وکارهای جدید، خود اشتغالی و نوآوری است در مناطق شهری انگستان بیش از مناطق روستایی است.	فاجیو و سیلوا ^۱ (۲۰۱۴)
بیشتر کسب‌وکارها کوچک مرتبط با گردشگری در این ناحیه توسط زنان میانسال با تحصیلات پایین ایجاد شده است که بیشترین پس‌انداز خود را در ایجاد و حفظ کسب‌وکارهای جدید صرف می‌کنند. این کارآفرینان از حمایت مالی و آموزشی دولتی استفاده نکرده‌اند.	جعفر و همکاران ^۲ (۲۰۱۵)
کارآفرینی کسب حداکثر سود در کوتاه مدت نیست بلکه مسئولیت اجتماعی شرکتها بیش از این بوده و با نوآوری موجب رشد بازار می‌شوند. کارآفرینان در تأمین نیازهای اساسی تأثیر مثبت داشته و در دستیابی به توسعه پایدار نقش ارزنده‌ای دارد. البته شرایط اجتماعی- فرهنگی و واقعیت‌های نهادی می‌توانند بر روی کارآفرینان تأثیر بگذارند.	اییگون ^۳ (۲۰۱۵)

1- Faggio, Silva

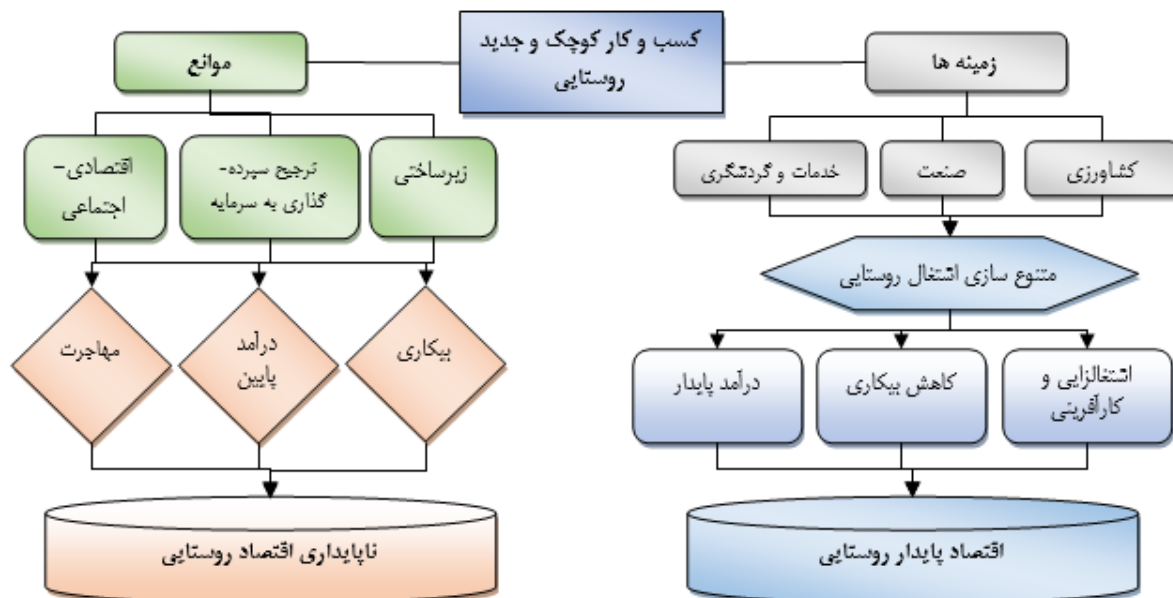
2- Jaafar et al

3- Iyigun

بررسی پیشینه نشان داد، کسب‌وکارهای کوچک و متوسط راهکاری برای کاهش مسائل اقتصادی و اجتماعی در نواحی روستایی است. لیکن عملکرد کشورهای جهان سوم در این زمینه با جایگاه و اهمیت این کسب‌وکارها متناسب نبوده است. در ایران نیز با وجود تأکید برنامه‌های سوم و چهارم و پنجم و ششم بر بنگاه‌های کوچک و متوسط هنوز هم راه‌اندازی این واحدها به کندی پیش می‌رود و مطالعات انجام شده در این زمینه نشانگر غلبه نگرش شهری بر روستایی است. نقطه قوت این تحقیق پرداختن به زمینه‌ها و موانع راه‌اندازی کسب‌وکارهای کوچک جدید در یکی از بخشهای محروم کشور است که در پنج سال اخیر درگیر مسئله زیست‌محیطی ناشی از بحران خشک شدن دریاچه اورمیه شده و اقتصاد غالب آن (زراعت و باغداری و دامپروری) با مسئله مذکور در حال رکود است. از این‌رو شناسایی زمینه‌های ایجاد کسب‌وکارهای جدید در این ناحیه ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است که وجهه همت این تحقیق است.

متنوع‌سازی اقتصاد روستایی، فرایندی است که در آن خانواده‌های روستایی مجموعه متنوعی از فعالیت‌ها، حمایت‌ها و قابلیت‌های اجتماعی را به منظور زنده ماندن و یا برای بهبود استانداردهای زندگی خود ایجاد می‌کنند (Gautam and Andersen, 2016: 239). در یک دهه اخیر، متنوع‌سازی اقتصاد روستایی سهم بالایی از درآمد خانوارهای روستایی را به خود اختصاص داده (Imai et al, 2015: 47) و موجب بهبود فرصت‌های شغلی غیرکشاورزی که نیاز آبی کمتری دارند، شده (محمدی یگانه و ولائی، ۱۳۹۳: ۵۷) و تأثیر چشمگیری در کاهش فقر و بهبود رفاه خانوارهای روستایی داشته است (Che Mat et al, 2012: 270). به همین جهت، به‌عنوان یکی از مهمترین راهکارهای کاهش فقر در جهان امروز مطرح شده (Piramoon, 2014: 712) که می‌تواند موجب بهبود فرصت‌های درآمدی در مناطق روستایی شده (Demurger et al, 2010: 33) و عامل اصلی پایداری اقتصاد روستایی، توانمندی روستائیان و نظام تولید روستایی در برابر قدرت بازار، چالش‌های حاصل از تغییر و تحولات بازار و مخاطرات محیطی گردد (Santos & Barrett, 2010: 1794). در ایران نیز پیشینه سیاست متنوع‌سازی فعالیت‌های اقتصادی به لحاظ اسنادی به برنامه ششم قبل از انقلاب بر می‌گردد، لیکن آثار سیاست مذکور را می‌توان در برنامه‌های اول و دوم پس از انقلاب ردیابی نمود. به نحوی که «افزایش نسبی درآمد روستائیان با ایجاد و تنوع در فرصت‌های اشتغال و تأمین درآمد بخش‌های غیرکشاورزی در محیط‌های روستایی» از سیاست‌های برنامه اول و «ایجاد زمینه اشتغال غیرکشاورزی با تأکید بر ایجاد نواحی صنعتی و استقرار کارگاه‌های صنایع روستایی» از خط مشی‌های اساسی برنامه دوم بوده است (کریم‌زاده و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۳۰). برنامه چهارم بعد از انقلاب (۱۳۸۴-۱۳۸۸) نیز توجه به متنوع‌سازی فعالیت‌های اقتصادی در مناطق روستایی با تأکید بر توسعه بخش‌های غیرکشاورزی را یکی از برنامه‌های مهم خود قرار داده است (سازمان برنامه و بودجه، ۱۳۸۸: ۶۹). در این برنامه به تنوع‌بخشی فعالیت‌ها و افزایش فرصت‌های

شغلی و درآمدی در بخش غیرکشاورزی در کنار بخش کشاورزی به عنوان اهداف کلی و راهبردی برای توسعه روستایی و عشایری اشاره شده است (رضوانی، ۱۳۹۰: ۶۵).



شکل شماره (۱) مدل مفهومی تحقیق

بدین صورت با تحولات موجود در اقتصادی مناطق روستایی و ایجاد گرایش به تنوع بخشی به اقتصاد روستایی ایجاد کسب و کارهای جدید روستای از ضروریات است و نواحی روستایی بخش مرحمت آباد هم در این راستا دارای موانع و زمینه‌های مختلفی برای ایجاد این نوع مشاغل است. بدین صورت مدل تحلیلی پژوهش حاضر به شکل زیر ترسیم شد. (شکل ۱).

۳ روش تحقیق

تحقیق حاضر از لحاظ هدف کاربردی و ماهیت روش توصیفی - تحلیلی است. بنیان روش تحقیق مبتنی بر پراگماتیسم روش تحقیق آمیخته^۱ است. روش‌های آمیخته مفهومی را بیان می‌کند که روش‌های کمی و کیفی به منزله رویکردهای مکمل یکدیگر است (Tashakkori and Teddlie, 2010: 28) و محقق را به ابزارهایی مجهز می‌سازد که کار وی را تسهیل کرده و ابعاد گسترده‌ای از مسئله را مدنظر قرار دهد (Chin Lin & Loftis, 2005: 1). بر اساس روش تحقیق آمیخته، برای تفهیم همزمان پیچیدگی‌ها، ابعاد، ساختار و اشکال پیچیده پدیده‌ها و واقعیات اجتماعی، استفاده از روش‌ها، نظریات و منابع گوناگون یک ضرورت هستی‌شناسی و

^۱ Mixed methods

معرفت‌شناختی است. زیرا همان‌طور که برور^۱ و هانت^۲ عنوان می‌کنند "هیچ روشی به تنهایی کامل نیست" (محمدپور و همکاران، ۱۳۸۹: ۸۱-۸۲). در همین‌راستا، زمینه‌های ایجاد کسب‌وکار جدید با شیوه‌گراندتئوری بررسی و تفسیر شد. داده‌های میدانی در روش کیفی (گراندتئوری) به کمک مصاحبه‌های نیمه‌ساخت‌دار یافته با مدیران روستایی (دهیاران و شوراها) و مالکان واحدهای کسب‌وکار کوچک بدست آمد. با انجام ۳۳ مصاحبه به اشباع نظری رسید (جدول ۲). تجزیه و تحلیل داده‌ها با روش استراس و کوربین و همزمان با جمع‌آوری داده‌ها صورت گرفت. دیدگاه استفنسون درباره ذهنیت، قطعیت نیوتنی را به چالش کشید و در مقابل نسبیت و نظریه کوانتوم را مورد توجه قرار می‌دهد. روش‌شناسی وی به‌جای دنبال کردن روش‌ها و ابزارهای استاندارد برای اندازه‌گیری‌های ویژگی‌ها، افراد مشارکت‌کننده را وادار می‌کند دیدگاه [و تجربه و یا یافته‌های علمی خود] را بصورت عاملانه^۳ بیان کنند. در این روش داده‌های کیفی بدست آمده از مصاحبه‌ها به‌صورت دستی و با روش کدگذاری در سه مرحله باز^۴، محوری^۵ و گزینشی^{۱۷} (افراخته و همکاران، ۱۳۹۵: ۸۸) مورد تحلیل قرار گرفت.

جدول شماره (۲) مشارکت‌کننده در مصاحبه‌های نیمه ساخت‌دار یافته

مسئولیت و شغل	تعداد	مکان
کارآفرینان، تولیدکنندگان و موسسان کسب‌وکار جدید	۱۶	۳ نفر از قیچاق، ۳ نفر فیروزآباد، ۲ نفر فسندوز، ۲ نفر شعبانلو، ۱ نفر خزینه انبار جدید، ۱ نفر آغداش، ۱ نفر منصورآباد، ۱ نفر اسلام آباد، ۱ نفر مرادخانلو، ۱ نفر قره قوزلو،
بخشدار	۱	بخشدار بخش مرحمت آباد
دهیاران	۱۲	دهیاران روستاهای فسندوز، قره قوزلو، مرادخانلو، اسلام آباد، فیروزآباد، خزینه جدید، ازون اوبه، شعبانلو، ابراهیم حصار، قیچاق، منصورآباد و آغداش
شوراهای اسلامی	۴	رئیس شورای روستاهای ابراهیم حصار، ازون اوبه، فیروزآباد و شعبانلو
مجموع	۳۳	-

مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۶.

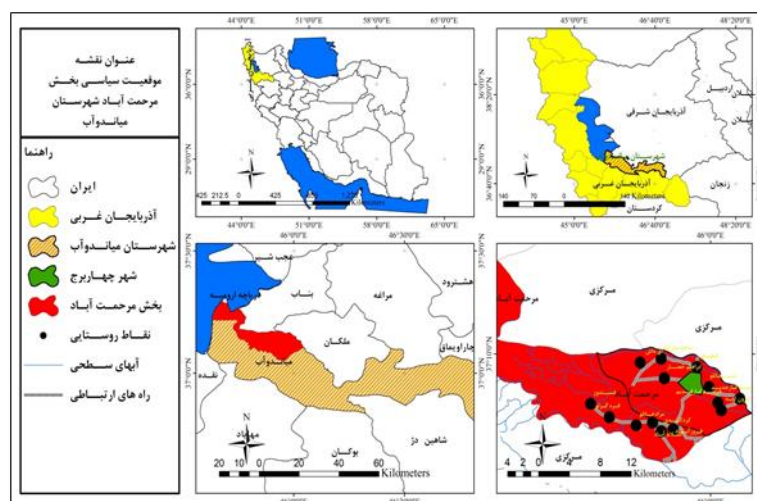
موانع ایجاد کسب‌وکارهای جدید با فرایند روش کیو (Q) بررسی شد. استفنسون با پیوند بین ذهنیت-گرایی و رفتارگرایی و طرح ذهنیت عامل، روش‌شناسی کیو را مطالعه رفتار و فعالیت انسان عنوان کرد (دانایی‌فرد، حسینی و شیخی‌ها، ۱۳۹۲: ۱۴-۲۰). Q دارای جنبه‌های کمی و کیفی (Stenner, 2010: 193) و منطق استدلال این روش «قیاس اقتراعی» یا استدلال استقرایی-قیاسی^۴ است که استنتاج بهترین تبیین نیز گفته می‌شود (منافی‌آذر، ۱۳۹۶: ۶۵). در این روش، گویه‌های بررسی شده بر روی کارت‌هایی که به کارت-

¹ -Brewer

² - Hunter

³ - Subjective

⁴ - Abduction



شکل شماره (۳) موقعیت سیاسی بخش مرحمت آباد

(۴) یافته‌های تحقیق

۴-۱) زمینه‌های ایجاد کسب و کار جدید

بعد از جمع‌آوری اطلاعات اقدام به کدگذاری داده شده است. کدگذاری باز مصاحبه‌ها به شناسایی ۳۹ مفهوم کلی منجر شد و کدگذاری محوری در قالب ۱۵ مقوله و ۲۰ شاخص و ۳ بعد (صنعت، خدمات و کشاورزی) به شرح جدول ۳ گنجانده شده است. زمینه‌های مختلفی جهت ایجاد کسب و کارهای جدید در بخش‌های کشاورزی، صنعت، خدمات و گردشگری در محدوده مورد مطالعه وجود دارد. بخش کشاورزی بیشترین و مهمترین توانایی و زمینه ایجاد این مشاغل را دارد. این بخش در زمینه ایجاد کسب‌وکارهای زیر فراهم است: ایجاد کارخانه بسته‌بندی و فرآوری، تولید رب گوجه‌فرنگی خانگی، تولید دوشاب خانگی، احیای شیلات، کشت جایگزین (پسته، زعفران و ...)، پرورش بلدرچین، بوقلمون، تولید کود کمپوست، کارخانه لبنیات و غیره. در بخش گردشگری نیز، به جهت وجود بقعه تاج‌الدین علی (ع) در این محدوده، زمینه ایجاد مراکز تفریحی و پذیرایی، سفره خانه‌های سنتی، پیست اسب‌سواری و غیره وجود دارد. در بخش صنعت نیز، در زمینه‌های صنایع غذایی، نساجی، صنایع چوبی، فلزی، بتنی، دستی، پلاستیکی، الکتریکی و غیره و همچنین در بخش خدمات در زمینه خدمات ماشینی، اشتغال، حمل‌ونقل و اداری زمینه‌های ایجاد کسب و کارهای جدید و بنگاه‌های اقتصادی وجود دارد و مسئولین امر می‌توانند، کارآفرینان را در جهت ایجاد این نوع مشاغل یاری کنند تا زمینه ایجاد اشتغال مناسب، درآمد پایدار و بالاخره پایداری اقتصادی و اجتماعی و در نهایت توسعه پایدار روستایی تحقق یابد.

جدول شماره (۳) فرآیند کدگذاری محوری و باز

ابعاد	شاخص	مقوله	مفاهیم
کشاورزی	تولید	فرآوری محصولات کشاورزی	ایجاد کارخانه‌های بسته‌بندی انگور، میوه و حبوبات، تولید خانگی رب گوجه فرنگی، تولید دوشاب (شیره انگور) بصورت سنتی؛ پرورش زنبور عسل و تولید عسل
		پرورش گل	راه اندازی گلخانه تولید گل های زینتی
	بازاریابی	خرید و فروش	ایجاد مرکز جمع‌آوری محصولات جالیزی
	شیلات	پرورش ماهی	احیای مرکز شیلات فسندوز و پرورش ماهی
	مکانیزاسیون	دسترسی به تسهیلات	راه اندازی آبیای قطره‌ای و بارانی
	بهباشت	کشت جایگزین	کشت پسته، زعفران، گل محمدی و محصولاتی که نیاز آبی کمتری دارند
	بومی‌سازی	بومی‌سازی	پرورش بلدرچین و تولید تخم بلدرچین؛ پرورش بوقلمون و مرغ محلی؛ تولید کود کمپوست
	توسعه دامداری	دامداری تولید لبنیات	ایجاد گاوداری نیمه صنعتی با نژادهای اصیل هلندی و سیمیتال ایجاد کارگاه‌های تولید لبنیات محلی
گردشگری	گردشگری روستایی	تفریحی و خدماتی	ایجاد مراکز تفریحی و خدمات پذیرایی در تپه‌های باستانی فسندوز و فیروزآباد، ایجاد سفره خانه‌های سنتی در مسیر زیارتگاه، ایجاد نفرگاه در مسیر امامزاده تاج‌الدین علی و پیست اسب‌سواری و پارک تفریحی
صنعت	صنایع غذایی	-	احداث نانوبایی و نان روغنی، تصفیه خانه نمک، تولید آرد سنجد
	نساجی	-	احداث کارگاه‌های خیاطی برای بانوان و آقایان، ایجاد کارگاه‌های تولید تیرچه بلوک
	صنایع چوبی	-	ایجاد کارگاه‌های نجاری، کمدسازی، MDF سازی، تولید جعبه چوبی میوه
	صنایع فلزی	-	ایجاد کارگاه‌های کوچک جوشکاری، آهنگری، آلومینیم‌سازی، درب و پنجره-سازی آهنی، شیشه بری و غیره
	صنایع بتنی	-	تولید پالانه‌های بتنی
	صنایع دستی	-	قالی‌بافی، جاجیم بافی، تابلو فرش، تولید تنورهای سنتی، سبذبافی
	صنایع پلاستیکی	-	تولید جعبه پلاستیکی میوه
	الکتریکی	-	تولید دستگاه هشدار دهنده گاز شهری
خدمات	خدمات ماشین	خدمات ماشین	ایجاد بنگاه معاملاتی ماشین‌های بزرگ و کوچک و موتور سیکلت، خدمات ماشین آلات کشاورزی و غیر کشاورزی
	اشتغال	تجاری	شرکت‌های تعاونی روستایی
		کافه و روستوران	ایجاد سفره خانه های سنتی در مسیر زیارتگاه
	حمل و نقل	حمل و نقل	ایجاد آژانس تلفنی بانوان، ترمینال روستایی
توسعه دامپروری	خدمات درمانی	بیمارستان دامپزشکی، داروخانه دامپزشکی	

مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۶

مشاغل	روستا	فیچاق	شعیالو	آغداش	خزینده جدید	اوزون اویه	منصورآباد	معلم	ابراهیم	خزینده قدیم	فسندوز	قره قوزلو	مرادخانلو	کردکندی	اسلام آباد	فیروزآباد
احداث کارگاه‌های خیاطی برای بانوان و آقایان	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
ایجاد کارگاه‌های تولید تیرچه بلوک	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
ایجاد کارگاه‌های نجاری، کمدسازی، MDF سازی	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
تولید جعبه چوبی میوه	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
ایجاد کارگاه‌های کوچک جوشکاری، آهنگری، آلومینیم- سازی، درب و پنجره‌سازی آهنی، شیشه‌بری و غیره	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
تولید پالانه‌های بتنی	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
قالی بافی، جاجیم بافی، تابلو فرش	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
تولید تنوره‌های سنتی	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
سبدبافی	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
تولید جعبه پلاستیکی میوه	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
تولید دستگاه هشدار دهنده گاز شهری	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
ایجاد بنگاه معاملاتی ماشین‌های بزرگ و کوچک و موتور سیکلت	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
خدمات ماشین آلات کشاورزی و غیر کشاورزی	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
شرکت‌های تعاونی روستایی	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
ایجاد سفره خانه های سنتی در مسیر زیارتگاه	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
ایجاد اژانس تلفنی بانوان	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
ترمینال روستایی	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
بیمارستان دامپزشکی و داروخانه دامپزشکی	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*

مأخذ: مطالعات میدانی و مصاحبه نیمه ساخت‌دار یافت، ۱۳۹۶

۲-۴) موانع ایجاد کسب و کارهای جدید در محدوده مورد مطالعه

با فرایند روش کیو «موانع ایجاد کسب‌وکارهای کوچک و جدید در بخش مرحمت‌آباد» مورد بررسی قرار گرفت. برای تعیین ضرایب مولفه‌های مربوط به متغیرهای اثرگذار بر چنین موانعی از تحلیل عاملی به روش اکتشافی بر مبنای فرد (روش استنفسون) مورد استفاده قرار گرفت. اولین مرحله در تحلیل عاملی، تشکیل ماتریس داده‌ها است. در این مرحله ۲۰ پاسخ دهنده و ۴۱ گزاره (متغیر) ماتریس مورد مطالعه را تشکیل داد. نتایج آماری حاصل از اجرای مدل تحلیل عاملی و معیار KMO و آزمون بارتلت تأیید کننده مدل تحلیل عاملی و تناسب آن برای پژوهش بود. معیار KMO برابر با ۰/۸۵۴ (بیشتر از حداقل مقدار قابل اطمینان ۰/۵) و مقدار بارتلت برابر ۱۵۳۲/۱۷۱ و سطح معناداری آن ۰/۰۰۰ محاسبه شده است.

جدول شماره (۵) آزمون بارتلت در سطح معناداری

sig	df	مقدار بارتلت	KMO	مجموعه مورد تحلیل
۰/۰۰۰	۱۹۰	۱۵۳۲/۱۷۱	۰/۸۵۴	موانع ایجاد کسب‌وکارهای کوچک و جدید

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۶

برای شناسایی عامل‌ها، مقدار ویژه (قدرت و توانایی عامل‌های کشف شده در بیان ذهنیت‌ها) و همه داشت (مقدار پوشش عامل‌ها از هر نمودار کیو) محاسبه شد و با نمودار سنگریزه و معیار کایزر گاتمن، تعداد عامل‌ها تعیین شد. چرخش عامل‌ها با روش ریاضی و مدل واریمکس صورت گرفت و امتیازهای عاملی با روش رگرسیون بدست آمد و آرایه عاملی تشکیل شد. سپس با قیاس اقترانی (منطق استقرائی- قیاسی) تفسیر شد. عامل‌های استخراج شده بعد از دوران مجموعاً ۹۰/۵۵ درصد واریانس کل متغیرها را تبیین می‌کنند. یعنی ۹۰/۵۵ درصد از تغییرپذیری در سه عامل اصلی توضیح داده شده است. بنابراین به طور معنی‌داری می‌توان پیچیدگی مجموعه متغیرها را با استفاده از این سه عامل، با از دست دادن فقط ۹/۴۵ درصد از متغیرها کاهش داد. لازم به ذکر است بعد از چرخش واریماکس، هیچ متغیری به دلیل پایین بودن بار عاملی (کمتر از ۰/۰۵) و در نتیجه نبودن همبستگی آنها با دیگر متغیرها، از تحلیل حذف نگردید (جدول ۶).

جدول شماره (۶) بارهای عاملی اصلی و مقدار واریانس توضیح داده شده برای هر عامل بعد از دوران

عامل‌ها	نام عامل	مقدار ویژه	درصد واریانس	درصد واریانس تجمعی
۱	موانع اقتصادی- اجتماعی	۱۰/۱۰	۵۰/۴۹۹	۵۰/۴۹۹
۲	موانع زیرساختی	۴/۰۶۴	۲۰/۳۱۹	۷۰/۸۱۸
۳	ضعف سرمایه اجتماعی و ترجیح سپرده- گذاری به سرمایه‌گذاری	۳/۹۴۷	۱۹/۷۳۴	۹۰/۵۵۲

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۶

عامل اول: مقدار ویژه این عامل ۱۰/۱۰ است که ۵۰/۴۹۹ درصد واریانس را تبیین نموده است. در این عامل ۱۲ نمودار کیو (دیدگاه مشترک) بارگذاری شد. دیدگاه تمامی صاحبان کسب‌وکارهای کوچک و دو نفر از مدیران محلی در این عامل شناسایی شد. (جدول ۷)

جدول شماره (۷) نمودار کیهوهای (متغیرهای) بار گذاری شده در عامل اول

بار عاملی	پاسخگویان	بار عاملی	پاسخگویان
۰/۹۰۱	کارآفرین شماره ۵	۰/۹۴۲	مدیر شماره ۲
۰/۹۳۲	کارآفرین شماره ۶	۰/۸۹۱	مدیر شماره ۳
۰/۹۳۰	کارآفرین شماره ۷	۰/۹۴۵	کارآفرین شماره ۱
۰/۸۲۰	کارآفرین شماره ۸	۰/۸۹۵	کارآفرین شماره ۲
۰/۸۷۳	کارآفرین شماره ۹	۰/۹۳۴	کارآفرین شماره ۳
۰/۸۹۰	کارآفرین شماره ۱۰	۰/۸۲۷	کارآفرین شماره ۴

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۶

تفسیر کل‌نگرانه با منطق قیاس اقرانی^۱ نشان داد گزینه کیهوهای اولویت‌دار برای موانع ایجاد کسب-وکارهای کوچک جدید عمدتاً مربوط به موانع اجتماعی-اقتصادی است. (جدول ۸) عامل‌های شناسایی شده از مجموع نظرات این گروه نشان داد ۱۴ گزینه کیهو، امتیاز عاملی بالاتر از یک کسب کرده‌اند و در ایجاد کسب‌وکارهای کوچک جدید از دیدگاه این گروه بیشترین اثر را دارند. تجمع این گزاره‌ها در یک عامل بدین معنی است که بین شاخص اقتصادی و اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد. به طوری که فراهم بودن زمینه‌های اجتماعی، برای ایجاد کسب‌وکار جدید شرایط اقتصادی را نیز مهیا می‌سازد. از دیدگاه کارآفرینان کسب-وکارهای کوچک بخش مرحمت‌آباد بستر اقتصادی کشور برای بورژوازی مستغلات مساعدتر از تولیدکنندگان واحدهای صنعتی است. بوروکراسی شدید اداری و ضمانت‌های دشواری برای اخذ تسهیلات بانکی برای راه-اندازی کسب‌وکار کوچک جدید وجود دارد. از سوی دیگر پایین بودن میزان درآمد بخش کشاورزی (اقتصاد غالب بخش مرحمت‌آباد) ایده کارآفرینی و راه‌اندازی واحدهای کسب‌وکار جدید را با کمبود سرمایه مواجه ساخته است. به علاوه با واردات کالاهای خارجی که توان تولید آن در داخل وجود دارد، قدرت و انگیزه کافی و لازم برای راه‌اندازی واحدهای تولیدی کم‌سوی می‌شود. یکی دیگر از مهمترین دلایل برای عدم راه‌اندازی کسب-وکارهای جدید «بهای سرسام‌آور» تأمین انرژی و خدمات اولیه واحدهای تولیدی است. با چنین شرایط اقتصادی، باید شرایط اجتماعی، فردی و مذهبی نیز در نظر گرفت. اعتقاد به آموزه‌هایی همچون قناعت، پوچ بودن دنیا و ... خصیصه‌هایی در افراد جامعه ایجاد می‌کند که ریسک‌گریز باشند و تن‌آسایی پیشه کنند. به-طور کلی مرور گزاره‌های مورد تایید بیشتر به موانع اقتصادی و اجتماعی اشاره داشت بنابراین این عامل را می-توان «موانع اقتصادی-اجتماعی» نام‌گذاری کرد. (جدول ۸)

^۱ در این نوع استدلال، نتیجه یا نقیض آن در مقدمات استدلال وجود ندارد و کوچک‌ترین واحد، قضیه نیست، بلکه اجزای قضیه از جمله موضوع و محمول دارای اهمیت هستند. قالب کلی استنتاج در منطق محمول اصطلاحاً قیاس اقرانی نامیده می‌شود.

جدول شماره (۸) گزاره‌های مشترک با امتیاز عاملی بالا در عامل اول

بار عاملی	متغیر
۱/۹۰۲	سرمایه‌گذاری در زمین و مستغلات و دلالتی‌گری، به صرفه‌تر از سرمایه‌گذاری در تولید یا خدمات است
۱/۸۴۹	سود تسهیلات بانکی و مالیات واحدها برای کارآفرینان بسیار بالاست.
۱/۶۹۴	فرایند اداری سخت و طولانی و موانع بانکی (ضمانتهای دشوار) برای اخذ اعتبارات خرد
۱/۵۹۷	فقدان یا کمبود خدمات مالی - بانکی مانع ایجاد کارآفرینی و ایجاد کسب و کارهای کوچک است.
۱/۵۷۷	واردات انواع محصولات که پتانسیل تولید در داخل را دارند، ایجاد کسب‌وکار جدید را بی‌معنی کرده است.
۱/۵۴۲	کمبود یا عدم دسترسی به تسهیلات بانکی (وام‌های کارآفرینی) و اعتبارات خرد
۱/۴۷۳	روحیه مذهبی ناشی از «بیهوده متاز مقصد خاک است و ...» و قناعت
۱/۴۰۶	فقدان تشکل‌های تعاونی و مردمی و موسسات مردم نهاد
۱/۳۸۱	پایین بودن میزان درآمد در بخش کشاورزی (کمبود سرمایه)
۱/۳۳۸	فرایند اداری سخت و طولانی و موانع بانکی (ضمانتهای دشوار) برای اخذ اعتبارات خرد
۱/۳۳	بازاریابی محصولات تولیدی نارسا است
۱/۹۰	هزینه تأمین انرژی و سوخت برای واحدهای تولیدی بدون سوسید حمایت از تولید و بالا است.
۱/۶۹	تسهیلات بیمه کارآفرینان، جذاب نیست.

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۶

عامل دوم: مقدار ویژه این عامل ۴/۰۶۴ است که ۲۰/۳۱۹ درصد واریانس را تبیین می‌کند. در این عامل

۴ نمودار کیو (متغیر) که جملگی از مدیران محلی بخش مرحمت‌آباد به شمار می‌روند، بارگذاری شد.

جدول شماره (۹) نمودار کیوهای (متغیرهای) بارگذاری شده در عامل دوم

بار عاملی	پاسخگویان	بار عاملی	پاسخگویان
۰/۹۳۰	مدیر شماره ۵	۰/۹۴۶	مدیر شماره ۱
۰/۹۵۵	مدیر شماره ۶	۰/۹۴۴	مدیر شماره ۴

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۶

گزینه کیوهای اولویت‌دار برای موانع ایجاد کسب‌وکارهای کوچک جدید عمدتاً مربوط به موانع زیرساختی است. عامل‌های شناسایی شده از مجموع نظرات این گروه نشان داد ۱۲ گزینه کیو، امتیاز عاملی بالاتر از یک کسب کرده‌اند و در ایجاد کسب‌وکارهای کوچک جدید از دیدگاه این گروه بیشترین اثر را دارند. از دیدگاه این گروه فراهم نبودن زیرساخت‌ها مانع اصلی ایجاد کسب‌وکارهای جدید است. کمبود صنایع تبدیلی در بخش مرحمت‌آباد و انتقال خطوط نیرو از مسیرهای معین و هزینه‌های بالای ایجاد خطوط جدید، کمبود راه‌های دسترسی مناسب و کمبود مهارت‌های فنی در جمعیت فعال موجب می‌شود انگیزه یا توان کافی برای ایجاد

کسب‌وکار جدید کاهش بیابد. یکی دیگر از منابع اولیه در راه‌اندازی واحدهای جدید کسب‌وکار وجود «آب کافی» هست. منابع آب‌های تحت‌الارضی و سطح‌الارضی بخش در دهه اخیر رو به افول گذاشته که خشکی دریاچه اورمیه گواهی بر این مدعاست. از سوی دیگر در سیستم آموزشی کشور، پرورش ذهن بارور و خلاق فراموش شده است. پیامد این فراموشی کمبود ایده‌های کارآفرینی است. همچنین در صورت ایده‌پردازی و تأمین شرایط، کارآفرینان، مناطق شهری را برای ایجاد واحدهای کسب‌وکار بر می‌گزینند زیرا زیرساخت‌های لازم وجود داشته و دسترسی به بازار عرضه محصولات میسر است. اگر واحد کسب‌وکار به ارائه خدمات بپردازد نیز جمعیت کافی برای فروش خدمات وجود دارد. بدین صورت گزاره‌های این عامل را می‌توان «موانع زیرساختی» نامید (جدول ۱۰).

جدول شماره (۱۰) گزاره‌های مشترک با امتیاز عاملی بالا در عامل اول

بار عاملی	متغیر
۱/۲۹۸	فقدان صنایع تبدیلی مانع ایجاد کارآفرینی و ایجاد کسب و کارهای کوچک است.
۱/۲۷۴	پرورش ذهن بارور و خلاق در سیستم آموزش رسمی کشور فراموش شده است.
۱/۲۵۸	خطوط انتقال انرژی (آب و برق و ...) از مکان‌های مناسب احداث واحدهای تولیدی فاصله دارد.
۱/۲۷۴	سرمایه گذاری در مناطق شهری بویژه شهرهای بزرگ که زیرساخت‌های زیادی دارد جذابتر است.
۱/۲۳۶	عدم دسترسی به نهاده‌های مختلف کشاورزی مانع ایجاد کارآفرینی و ایجاد کسب و کارهای کوچک است.
۱/۲۰۱	راههای دسترسی نامناسب و مسائل حمل و نقل مانع ایجاد کارآفرینی و ایجاد کسب‌وکارهای کوچک است.
۱/۱۹۵	فقدان یا کمبود انبار و سردخانه مانع ایجاد کارآفرینی و ایجاد کسب‌وکارهای کوچک است.
۱/۱۷۴	عدم مهارت جمعیت فعال و مهاجرت فصلی و اشتغال در مشاغل یدی
۱/۱۵۶	قوانین زیست محیطی و بهداشتی برای کارآفرینان سختگیرانه است.
۱/۱۰۲	مواد اولیه کافی برای ایجاد برخی صنایع تبدیلی جدید یا کسب و کارهای مشابه وجود ندارد.
۱/۰۶۷	فرایند اداری سخت و طولانی و موانع بانکی (ضمانت‌های دشوار) برای اخذ اعتبارات خرد.
۱/۰۱۱	توپوگرافی منطقه و شیب زمین و کمبود آب مانع ایجاد کارآفرینی و ایجاد کسب و کارهای کوچک است.

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۶

عامل سوم: مقدار ویژه این عامل ۳/۹۴۷ است که ۱۹/۷۳۴ درصد واریانس را تبیین می‌کند. در این عامل ۴ نمودار کیو (جملگی از مدیران محلی بخش مرحمت‌آباد به شمار می‌روند) بارگذاری شده است.

جدول شماره (۱۱) نمودار کیوهای (متغیرهای) بارگذاری شده در عامل سوم

بار عاملی	پاسخگویان	بار عاملی	پاسخگویان
۰/۹۴۰	مدیر شماره ۹	۰/۹۴۰	مدیر شماره ۷
۰/۸۵۴	مدیر شماره ۱۰	۰/۹۴۳	مدیر شماره ۸

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۶

تشکیل آرایه‌های عاملی از گزاره‌های این نمودار کیو نشان می‌دهد، ضعف‌های سرمایه اجتماعی و عدم فعالیت به صورت تعاونی از موانع راه‌اندازی کسب‌وکار است. تجمع پس‌اندازهای خرد روستاییان موجب تشکیل سرمایه اولیه ایجاد کسب‌وکار می‌شود لیکن تبلیغات وسیع بانک‌ها برای دریافت سود ناشی از سپرده‌گذاری، انگیزه تجمیع سرمایه‌ها کم‌سو شده و به‌جای ریسک سرمایه‌گذاری، به سپرده‌گذاری روی می‌آورند. در حالی - که سرمایه‌گذاری و ایجاد کسب‌وکار جدید سرمایه‌ها را در مدار مولد اقتصاد به گردش در می‌آورد. اما سپرده - گذاری آنها را به مدار غیر مولد هدایت می‌کند. این ضعف با کمبود آموزش و کمبود سرمایه موازی شده، ایده کارآفرینی را تضعیف یا عقیم کرده و مانعی برای راه‌اندازی کسب‌وکار می‌گردد. بنابراین این عامل را می‌توان «عامل ضعف سرمایه اجتماعی، ترجیح سپرده‌گذاری به سرمایه‌گذاری» نامید. (جدول ۱۲) در تأیید این عامل مصاحبه‌هایی با ۱۲ کشاورز (دارای بیش از ۵ هکتار زمین) در روستاهای نمونه انجام شد. جملگی آنها سود بانکی سپرده‌های خود را به‌صرفه‌تر از سرمایه‌گذاری و ایجاد واحدهای کسب‌وکار عنوان کردند.

جدول شماره (۱۲) گزاره‌های مشترک با امتیاز عاملی بالا در عامل سوم

بار عاملی	متغیر
۱/۴۰۲	آموزش فنی روستاییان در زمینه روشهای نوین فعالیتهای کشاورزی (کم کاری رسانه‌های جمعی و ارگانهای ذیربط)
۱/۳۲۳	پایین بودن میزان تحصیلات مانع ایجاد کارآفرینی و ایجاد کسب و کارهای کوچک است.
۱/۳۰۸	طرح بنگاه‌های زودبازده برای کسب و کارهای جدید و کارآفرینی فراگیر و ساده انجام نشده و ادامه ندارد.
۱/۲۸۷	عطش برای کسب مشاغل دولتی و کارمندی و بالا بودن جایگاه اجتماعی کارکنان دولت
۱/۲۶۷	تبلیغات وسیع بانک‌ها برای سپرده‌گذاری و قرعه‌کشی، مانع از سرمایه‌گذاری در ایجاد کسب و کار جدید است
۱/۱۷۵	فقدان تشکل های تعاونی و مردمی و موسسات مردم نهاد
۱/۱۴۳	ایده‌های خلاقانه برای کارآفرینی یا ایجاد کسب و کار کوچک وجود ندارد.

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۶

(۵) نتیجه‌گیری

هدف این تحقیق بررسی زمینه‌ها و موانع ایجاد کسب‌وکارهای جدید در بخش مرحمت‌آباد شهرستان میان‌دوآب بود. نتایج نشان می‌دهد زمینه‌های ایجاد کسب‌وکارهای متعددی در ابعاد مختلف در این بخش وجود دارد که عبارتند از: (۱) در بخش کشاورزی؛ ایجاد کارخانه بسته‌بندی و فرآوری، تولید رب گوجه فرنگی، تولید دوشاب (شیره انگور)، احیای شیلات پرورش ماهی، کشت جایگزین مانند پسته و زعفران، پرورش بلدرچین، بوقلمون، تولید کود کمپوست، ایجاد گاوداری نیمه‌صنعتی با نژادهای اصیل هلندی و سیمیتال، احداث کارگاه‌های تولید لبنیات و غیره؛ (۲) در بخش گردشگری؛ ایجاد مراکز تفریحی و پذیرایی، سفره‌خانه - های سنتی، پیست اسب‌سواری؛ (۳) - در بخش صنعت؛ رونق صنایع غذایی، نساجی، صنایع چوبی، فلزی، بتنی،

دستی، پلاستیکی، الکتریکی و غیره و ۴) در بخش خدمات نیز در زمینه خدمات ماشینی، اشتغال، حمل و نقل و درمانی زمینه‌های ایجاد کسب و کارهای جدید وجود دارد. شناسایی مکان‌های مستعد برای راه‌اندازی کسب و کار جدید نشان داد روستای قیچاق به جهت وجود آستانه جمعی، مرکزیت دهستان، امکانات زیرساختی و ارتباطی مناسب، حاصلخیز بودن اراضی زراعی و تنوع تولیدات کشاورزی و وجود سرمایه کافی استعداد و توان ایجاد ۳۴ نوع از کسب و کارهای جدید را دارد. روستای فیروزآباد هم با شرایط مشابه قیچاق زمینه راه‌اندازی ۳۰ نوع از کسب و کارها را دارد.

با وجود زمینه‌ها و استعدادهایی برای راه‌اندازی کسب و کار جدید در سکونتگاه‌های روستایی موانع سه-گانه‌ای وجود دارد که به ترتیب اثرگذاری عبارتند از: ۱- موانع اقتصادی-اجتماعی؛ از سیاست‌های اقتصادی و بستر سیاسی کشور ناشی می‌شود که مدار غیرمولد اقتصاد بر مدار مولد مستولی ساخته است. مصداق‌های این استیلا را می‌توان چنین برشمرد: انباشت سرمایه در مستغلات، بورکراسی شدید اداری، ضمانت‌های بانکی سخت‌گیرانه برای کارآفرین، واردات بی‌رویه کالاهای مشابه داخلی، پایین بودن درآمد بخش تولیدی (کشاورزی و صنعت) و ریسک‌گریزی روستاییان و ۲- موانع زیرساختی و ۳- سوددهی بانک‌ها به سپرده‌ها که خود موجب خروج سرمایه از بخش تولیدی می‌شود. در همین راستا، نتایج تحقیق حاضر را می‌توان با تحقیقات مختلف مورد مقایسه قرار داد. لذا نتایج تحقیقات سفیدبری و همکاران (۱۳۹۰)، ملاشاهی و همکاران (۱۳۹۴)، سامیان و همکاران (۱۳۹۴)، اکبری و همکاران (۱۳۹۴)، فاجیو و سیلوا^۱ (۲۰۱۴)، جعفر و همکاران^۲ (۲۰۱۵) و اییگون^۳ (۲۰۱۵) در یک راستا قرار دارد و تقریباً نتایج یکسانی را ارائه داده‌اند. بنابراین، به طور کلی می‌توان گفت، ایجاد کسب و کارهای جدید را جایگزینی برای بیکاری و نوشدارویی برای توسعه تلقی کنیم شایسته است: برای کارآفرینان روستایی وام‌های کم‌بهره و بی‌بهره با کاهش بوروکراسی اداری اعطا شود. همچنین در سیستم اقتصادی کشور نباید سود بانکی سپرده‌گذاری بیش از سود سرمایه‌گذاری در تولید باشد.

۶ منابع

- افراخته، حسن، رضا منافی‌آذر و محمد ولایی، (۱۳۹۵)، اثرات مکانی- فضایی مهاجرت بازگشتی در شهرستان میان‌دوآب، مجله پژوهش و برنامه‌ریزی روستایی، سال ۵، شماره ۱ (پیاپی ۱۳)، صص ۹۸-۸۳.
- اکبری، مرتضی، رضا غلامزاده و مریم شامانیان، (۱۳۹۴)، شناسایی شایستگی‌های جوانان روستایی در زمینه کسب و کارهای صنایع دستی شهرستان ورامین، فصلنامه پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، شماره ۳۵، صص ۱۳۹-۱۲۵.

1- Faggio, Silva

2- Jaafar et al

3- Iyigun

- امید، سجاد و حامد چهارسوقی امین، (۱۳۹۷)، نقش کسب و کارهای کوچک خانگی در کاهش فقر خانوارهای روستایی شهرستان مهران، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال ۷، شماره ۲۳، صص ۱۸۲-۱۶۷.
- امین بیدختی، علی‌اکبر، (۱۳۸۸)، نقش بنگاه‌های کوچک و متوسط (SME's) صنعتی در خلق فرصت‌های کارآفرینی، کاوش‌های مدیریت بازرگانی، سال اول، شماره ۲، صص ۱۷۱-۱۹۰.
- جمینی، داود، علیرضا جمشیدی، حسن کماسی و عطا هوشنگی، (۱۳۹۵)، تحلیل موانع کارآفرینی زنان در نواحی روستایی مورد: روستاهای شهرستان حرادول، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال ۵، شماره ۴، پیاپی ۱۸، صص ۶۳-۴۵.
- حجبی، رسول و محمد پاسبانی، (۱۳۸۸)، مطالعه روش توسعه خوشه صنعتی با رویکرد UNIDO در SME (موردی: تولید کنندگان قطعات خودرو آذربایجان شرقی)، مدیریت صنعتی، دوره ۴، شماره ۸، صص ۳۱-۵۳.
- حسنی‌نیا، غلام‌حسین و هادی فلاحی، (۱۳۹۶)، عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی روستایی نمونه موردی: مناطق روستایی، شهرستان منوجان، فصلنامه پژوهش‌های روستایی، دوره ۸، شماره ۱، صص ۳۵-۲۵.
- دادورخانی، فضیله و محمدرضا رضوانی، سیاوش ایمنی قشلاق، و خدیجه بوذرجمهری، (۱۳۹۰)، تحلیل نقش گردشگری در توسعه‌ی ویژگی‌های کارآفرینانه و گرایش به کارآفرینی در بین جوانان روستایی (موردی: روستای کندوان و اسکندان)، پژوهش‌های جغرافیای انسانی، شماره ۷۸، صص ۱۹۵-۱۶۹.
- رضایی، روح اله و لیلا صفا، (۱۳۹۵)، عوامل اثرگذار بر توسعه بنگاه‌های کوچک و متوسط کشاورزی در استان زنجان، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال ۵، شماره ۴، پیاپی ۱۸، صص ۱۶۳-۱۴۱.
- رضوانی، محمدرضا و محمد نجارزاده، (۱۳۸۷)، بررسی و تحلیل زمینه‌های کارآفرینی روستاییان در فرایند توسعه نواحی روستایی، فصلنامه توسعه کارآفرینی، سال اول، شماره دوم، صص ۱۸۲-۱۶۱.
- رضوانی، محمد رضا، (۱۳۹۰)، برنامه‌ریزی توسعه روستایی در ایران، چاپ دوم، نشر قومس، تهران.
- رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا، حمدالله سجاسی قیداری و سید حسن رضوی، (۱۳۸۹)، راهبردهای توسعه کارآفرینی کشاورزی در مناطق روستایی، مطالعه موردی: روستاهای شهرستان خدابنده، فصلنامه روستا و توسعه، سال ۱۳، شماره ۳، صص ۱-۲۹.
- سازمان برنامه و بودجه، (۱۳۸۸)، مجموعه اسناد ملی توسعه در برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، جلد دوم، اسناد توسعه ویژه (فرابخشی)، تهران.
- سامیان، مسعود، رضا موحدی و الهام انصاری، (۱۳۹۴)، بررسی راهکارهای ایجاد دکسب و کارهای خرد روستایی با تاکید بر کارآفرینی روستایی، فصلنامه نظام مهندسی کشاورزی و منابع طبیعی، سال ۱۳، شماره ۴۷، صص ۳۷-۴۱.
- سجاسی‌قیداری، طاهره صادقلو و عبدالرضا رکن‌الدین افتخاری، (۱۳۹۴)، سنجش و اولویت‌بندی راهبردهای توسعه کارآفرینی اکوتوریسم در مناطق روستایی، مطالعه موردی: روستاهای گردشگری رود دره‌ای استان تهران، مجله آمایش جغرافیایی فضا، سال ۵، شماره ۱۶، صص ۹۰-۷۵.

- سفیدبری، لیلا، اکبر نجاحی و ابولحسن قاسمپور، (۱۳۹۰)، توسعه خوشه‌های کسب‌وکار در مناطق روستایی، مجموعه مقالات اولین کنفرانس دانشجویی کارآفرینی کشور، تهران، دانشگاه تهران.
- سیدجوادین، سیدرضا، طهمورث حسنقلی‌پور و حمید رضا محمدی، (۱۳۸۹)، آسب‌شناسی فعالیت بنگاه‌های کسب‌وکار کوچک تهران بر اساس نیازهای مشتری، نشریه کار و جامعه، شماره ۱۲۹، صص ۲۰-۳۵.
- طاهره، صادق‌لو، حمیده محمودی و فهیمه جعفری، (۱۳۹۶)، تحلیل تاب‌آوری کسب‌وکارهای گردشگری در نواحی روستایی مورد: حوزه نفوذ گردشگاهی شهر مشهد، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال ۶، (ویژه نامه گردشگری روستایی)، صص ۱-۲۲.
- عقیلی، فریبا السادات، زهرا کمیل طیبی و نسرین ابراهیمی، (۱۳۹۱)، اثر کارآفرینی و توسعه بنگاه‌های کوچک و متوسط بر اشتغال: تجربه چند کشور منتخب در حال توسعه، فصلنامه توسعه کارآفرینی، سال ۵، شماره ۲، صص ۱۴۵-۱۴۶.
- فلاح حقیقی، نگین، (۱۳۹۶)، هرم توسعه کارآفرینی روستایی براساس اصول سیاست‌های توسعه روستایی اتحادیه اروپا، نشریه کارآفرینی در کشاورزی، جلد ۴، شماره ۱، صص ۱۳۱-۱۱۵.
- قدیری معصوم، مجتبی، محمد حجی‌پور، هادی قراگوزلو و محمد رمضان جورن‌بیان، (۱۳۹۵)، تحلیل نقش سرمایه اجتماعی در ریسک‌پذیری و کارآفرینی جوانان روستای مطالعه موردی: شهرستان تنکابن، مجله پژوهش و برنامه‌ریزی روستایی، سال ۵، شماره ۴، پیاپی ۱۶، صص ۳۱-۷۱.
- کریم‌زاده، حسین، محمد رضا نیکجو، میرستار صدرموسوی و حسین کوهستانی، (۱۳۹۳)، شناسایی عوامل موثر در ایجاد فرصت‌های کارآفرینی در بخش گردشگری نواحی روستایی با استفاده از مدل معادلات ساختاری، جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی، سال ۲۵، پیاپی ۵۴، شماره ۲، صص ۲۹۰-۲۶۹.
- کریم‌زاده، حسین، محمد ولایتی و رضا منافی‌آذر، (۱۳۹۵)، نقش تنوع‌بخشی به فعالیت‌ها در پایداری اقتصاد روستایی، مطالعه موردی: دهستان مرحمت‌آباد میانی، شهرستان میاندوآب، مجله آمایش جغرافیایی فضا، سال ۶، شماره ۲۰، صص ۱۴۴-۱۲۳.
- محمدپور، احمد، رسول صادقی و مهدی رضایی، (۱۳۸۹)، روش‌های تحقیق ترکیبی به عنوان سومین جنبش روش‌شناختی: مبانی نظری و اصول عملی، جامعه‌شناسی کاربردی، سال ۲۱، شماره پیاپی ۳۷، صص ۱۰۰-۷۷.
- محمدی‌یگانه، بهروز و محمد ولایتی، (۱۳۹۳)، تنوع‌بخشی به اقتصاد روستاها جهت تحقق توسعه پایدار، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، دوره ۳، شماره ۸، صص ۵۴-۷۰.
- ملاشاهی، غلام‌عباس، شاپور ظریفیان و ولی‌اله سارانی، (۱۳۹۴)، عوامل موثر بر موفقیت کسب‌وکارهای کوچک و متوسط زراعی و باغی شهرستان زابل، مجله تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران، دوره ۲-۴۶، شماره ۴، صص ۷۴۸-۷۳۹.
- نجفی، بهمن و لیلا صفا، (۱۳۹۳)، بررسی کسب‌وکارهای خانگی کارآفرینانه و مانع و چالش‌های توسعه آن‌ها در مناطق روستایی، نشریه کارآفرینی در کشاورزی، جلد اول، شماره دوم، صص ۷۳-۶۱.

- ولایی، محمد، عبدالله عبدالمهی، رضا منافی‌آذر، (۱۳۹۴)، تحلیل عوامل موثر بر توسعه پایدار روستایی با تاکید بر کارافرینی مطالعه موردی دهستان مرحمت‌آباد شمالی شهرستان میاندوآب، فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای، سال پنجم، شماره ۱۹، صص ۱۶۲-۱۴۹.
- Abotaleb, V. (2008), "**An introduction to current opportunities in investment and involvement in Iran country agriculture sector**", Retrieved December 11, from.
- Che Mat, S. Hadijah, Z. A. Jalil, A. Harun, M. (2012), "**Does Non-Farm Income Improve The Poverty and Income Inequality Among Agricultural Household In Rural Kedah?**", International Conference On Applied Economics. 2012, pp 269-275.
- Chin Lin A. & Loftis, K. (2005), "**Mixing quantitative and qualitative methods in political science, a primer, paper presented at the annual meeting of the American political science association**", available at: www.allacademic.com/metaP4197
- Faggio, G. Silva, O. (2014), "**Self-employment and entrepreneurship in urban and rural labour markets, Journal of Urban Economics**", Volume 84, P. 67-85
- Forter L.M., (2006), **Entrepreneurs and Their Social Network: Motivations.**
- Gautam, Y. Andersen, P. (2016), "**Rural livelihood diversification and household well-being: Insights from Humla**", Nepal, Journal of Rural Studies 44, 239-249.
- Gibosen, J., Olivia, S. (2006), "**The effect of infrastructure access and quality on non-farm enterprises in rural Indonesia**", Journal of World Development, Vol 12: 28-36.
- Habbershon, T.G. Pistrui, J. and McGrann, M. (2006), "**Enterprising Families**", Mindset and Methods for Wealth Acceleration in a Dynamic Marketplace.
- Hall, A. Melin, L. and Nordqvist, M. (2001), "**Entrepreneurship as Radical Change in the Family Business: Exploring the Role of Cultural Patterns**", Family Business Re-view, Vol 14, 193-208.
- Hisrich- Robert, D. Peters M.P. and Shepherd, D. A. (2005), "**Entrepreneurship, Sixth Edition**", Published by Mc Graw- Hill / Irwin, New York, America.
- Imai, K. S. Gaiha, R. Thapa, G. (2015), "**Does non-farm sector employment reduce rural poverty and vulnerability? Evidence from Vietnam and India**", Journal of Asian Economics, Vol 36, 47-61.
- Iyigun, N. O. (2015), "**What could Entrepreneurship do for Sustainable Development? A Corporate Social Responsibility-Based Approach**", ScienceDirect, Procedia - Social and Behavioral Sciences, Vol 195, 1226 - 1231.
- Jaafar, M. Rasoolimanesh, S. Mostafa, L. Ku' Azam. T. (2015), "**Tourism growth and entrepreneurship: Empirical analysis of development of rural highlands**", Tourism Management Perspectives, Vol 14, PP. 17-24
- Johannisson, B.(2002), "**Energizing Entrepreneurship: Ideological Tensions in the Mediumsized Family Business**", in Fletcher (Ed) Understanding the Small Family Business, London: Routledge Studies in Small Business.
- López-Ortega, E. Canales-Sanchez, D., Bautista-Godinez, T. and Macias-Herrera, S. (2016), "**Classification of micro, small and medium enterprises (M-SME) based on their available levels of knowledge**", Technovation, 47, PP. 59-69
- Lucky, E. and Olusegun, A. (2012), "**Is small and medium enterprises (SMEs) an entrepreneurship?** International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, 2 (1), PP. 487-496.

- Martina, J. S. Milorad, N. (2010), "**Social entrepreneurship among Kenyan farmers: A case example of acculturation challenges and program successes**", International Journal of Intercultural Relations, Vol 34, 482–492 .
- Mohapatra, S., Rozelle, S., & Goodhue, R. (2007), "**The rise of self-employment in rural china: Development or discrete?**", World Development, 35(1), 163-181.
- Piramoon, L. Rezaei-Moghaddam, K. (2014), "**Investigating the economic and environmental effects of tourism on rural areas in Iran**", Journal of Middle East Applied Science and Technology (JMEAST), Issue 21, pp. 712-715.
- Poza, E.J.(2007), "**Family Business**", Thomson South-Western.
- Russel, S. and Kerry, A. (2008), "**Dose School Choice Increase the Rate of Youth Entrepreneurship?**", Economic of Education Review 27 429-438.
- Sahin, T.K. & Asunakutlu, T. (2014), "**Entrepreneurship in a Cultural Context: A Research on Turks in Bulgaria**", Procedia Social and Behavioral Sciences, Vol 150, 851-861
- Santos, P. and Barrett, C. B. (2010), "**Identity, Interest and Information Search in a Dynamic Rural Economy**", World Development Vol. 38, No. 12, pp. 1788–1796.
- Sharma, M. Chaudhary, V. Bala, R. & Chauhan, R. (2013), "**Rural Entrepreneurship in Developing Countries: Challenges, Problems and Performance Appraisal**". Global Journal of Management and Business Studies, Vol 3(9), 1035-1040.
- Sonne, L.(2012), "**Innovative initiatives supporting inclusive innovation in India: Social business incubation and micro venture capital**", Technological Forecasting & Social Change, Vol 79, 638–647 .
- Stel, A. Caree, M. & Thurik, R. (2004), "**the effect of entrepreneurship on national economic growth: An analysis using the GEM database**", The First GEM Research Conference, Entrepreneurship, Government Policies, and Economic Growth.
- Tashakkori, A. and Teddlie, C. (2010), "**Handbook of mixed methods in social & behavioral reaserch**", Thousand Oaks, Sag publications.
- Twaulfhoven, B.W.M. & Indivers, N.V. (1993), "**The role of dynamic entrepreneurs in dynamic entrepreneurship in eastern Europe. D, F. Abelland T. Koellermeier**", Rural development through entrepreneurship, pp. 7–13.
- Wanhill, S. (2000), "**Small and medium tourism enterprises**", Annals of Tourism Research, 27(1).
- Zhao, W., Ritchie, J. R., & Echtner, C. M. (2011), "**Social capital and tourism entrepreneurship**", Annals of Tourism Research, 38(4), 1570–1593.
- Zulkepli, Z., Hasnan, N. and Mohtar, M. (2015), "**Communication and service innovation in SMEs**", Procedia- Social and Behavioral Sciences, 211, PP. 437-441.