



## شناسایی پیشران‌های موثر بر توسعه پایدار کسب و کارهای روستایی (مورد مطالعه: شهرستان خواف)

امیر حسین گرکانی

گروه معماری، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه آزاد اسلامی علوم تحقیقات، تهران، ایران

سجاد امیری

گروه مهندسی احیا مناطق خشک و کوهستانی، دانشکده منابع طبیعی، دانشگاه تهران، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

samiri@ut.ac.ir

حسین زینتی فخرآباد

گروه جغرافیای انسانی، دانشکده جغرافیا، دانشگاه تهران، تهران، ایران

پذیرش: ۱۴۰۲/۴/۱۳

دریافت: ۱۴۰۲/۲/۴

### چکیده

پایداری کسب و کارهای روستایی در گرو پیشرفت و توان افزایشی جامعه محلی می‌باشد. لذا، پژوهش حاضر با هدف شناسایی پیشران‌های موثر بر توسعه کسب و کارهای روستاییان و به صورت پیمایشی صورت گرفته است. از بین جامعه آماری روستاهای شهرستان خواف، ۲۱۷ نفر از روستاییان صاحب کسب و کار با استفاده از فرمول کوکران و به صورت تصادفی طبقه‌ای به عنوان نمونه انتخاب گردید. ابزار مورد استفاده برای جمع‌آوری داده‌ها پرسشنامه‌ای بود که روایی صوری آن به وسیله آساتید گروه ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه تهران و متخصصین حوزه کسب و کار و توسعه روستایی تایید شد، پایایی آن نیز با استفاده از آلفای کرونباخ ( $\alpha = 0.86$ ) محاسبه شد؛ که نشان‌دهنده قابلیت لازم جهت گردآوری اطلاعات بر خوردار می‌باشد. جهت انجام آزمون‌های آماری و توصیفی از نرم‌افزارهای SPSS26 و LISREL8.8 استفاده شد. یافته‌ها نشان داد که عامل اقتصادی و آموزشی-مهارتی به عنوان موثرترین پیشران‌های توسعه کسب و کار می‌باشد. همچنین، تمایل به استقلال مالی و بهبود وضعیت مالی خود و خانواده‌شان قوی‌ترین عامل پیشران آن‌ها در مسیر راه‌اندازی یک کسب و کار می‌باشد، که بر اساس یافته‌ها، مورد تایید اکثریت افراد مورد بررسی نیز بود. در مقابل کم‌رنگ‌ترین عامل پیشران در توسعه کسب و کار، مرتبط با شرایط اجتماعی و تعاملی ارزیابی گردید. نتایج این پژوهش به سیاست‌گذاران توسعه کسب و کار در مناطق روستایی کشور کمک می‌کند. لذا، با تمرکز بر عوامل شناسایی شده و متناسب با دیدگاه‌های مختلف روستاییان، برنامه‌های مناسبی جهت دستیابی به توسعه پایدار روستایی تدوین و ارائه دهد.

**واژگان کلیدی:** توسعه روستایی، کسب و کار روستایی، پیشران‌های توسعه، توسعه پایدار..



## مقدمه

توسعه پایدار را کمیسیون جهانی محیط زیست و توسعه<sup>۱</sup> (WCED, 1987)، به این صورت تعریف کردند "نیازهای زمان حال را بدون به خطر انداختن توانایی نسل‌های آینده برای برآوردن نیازهای خود تامین می‌کند". در واقع، سهم واقعی مفهوم توسعه پایدار توجه قطعی آن به توسعه آینده می‌باشد (Bithas, 2020). در این راستا، جوامع بین‌المللی به دنبال دستیابی به راهبردهای مناسبی برای حل این معضلات و دستیابی به نظام‌های پایدار می‌باشند (Battino & Lampreu, 2019؛ نادری مهدی و جلیلیان، ۱۳۹۵). از این رو، با افزایش چالش‌های محیط‌زیستی نیاز به دیدگاهی جامع‌نگر و رویکردهایی همچون بررسی سیستم‌های اجتماعی-اکولوژیک ضروری به نظر می‌رسد.

به‌گونه‌ای که موضوع بیکاری و مهاجرت روستاییان به شهرها عوارض غیرقابل‌انکاری بر روند پایداری داشته است (سعدی و جلیلیان، ۱۳۹۵؛ امامی و دربان آستانه، ۱۴۰۰). در این بین تاکید بر نقش و تقویت زمینه‌های کسب و کار آنان راهکاری موثر در راستای ارتقای دو شاخص توسعه، یعنی افزایش اشتغال و کاهش بیکاری تلقی می‌شود (Heidari Sarban & Hassanzadeh, 2014؛ جلیلیان و سعدی، ۱۳۹۴). کسب و کارها از جمله‌ی کسب و کارهای کوچک و نوپای روستایی به عنوان راه‌حلی متناسب با شرایط زندگی فردی و اجتماعی روستاییان می‌تواند باعث ارتقاء وضعیت اقتصادی و اجتماعی آنان شود؛ به طوری که اکثر صاحبان کسب و کارهای کوچک بر این باورند که کارکردن در خانه و روستا، کیفیت زندگی آنان را بهبود می‌بخشد (Muhammad et al., 2021). از این رو، دلایل کافی برای توجیه این مسئله که کسب و کارهای نوپا و کوچک یکی از مناسب‌ترین گزینه‌های اشتغال روستایی و ابزاری مهم جهت دستیابی به توسعه پایدار روستایی می‌باشد (Fallah Jelodar et al., 2008).

براساس مطالعات انجام شده، این‌گونه کسب و کارها توانایی پاسخگویی سریع به تغییرات بازار و نیازهای مشتری را داشته و به آسانی می‌توانند خود را با شرایط جدید هماهنگ کنند (امیدی و چهارسوقی‌امین، ۱۳۹۷). در واقع، این نوع کسب و کارها رفتاری پویا با شرایط متغییر محیطی داشته و تقاضامحور ستند و قادرند روش‌ها، مکانیسم تولید، بازاریابی و فعالیت‌های خود را تغییر دهند (Daniel & Owen, 2022؛ جلیلیان و همکاران، ۱۴۰۰).

امروزه طیف وسیعی از کسب و کارهای متنوع شامل کسب و کارهای بزرگ، متوسط، کوچک و بسیار کوچک وجود دارد (مهدوی و جلال‌آبادی، ۱۴۰۱). کسب و کارهای بسیار کوچک بیش از نیمی از کسب و کارها را تشکیل می‌دهند و در موفقیت کارآفرینان، کمک به اقلیت‌ها و افراد محروم نقش بسیار مهمی دارند (Debski, 2017).

در این زمینه کسب و کارهای بسیار کوچک با توجه به خاصیتی همانند نیاز نداشتن به منابع مالی زیاد، انعطاف-پذیری و سازگاری که با شرایط مختلف کسب و کارهای بسیار کوچک در طول قرن‌ها همواره یکی از مهم‌ترین منابع تولید و درآمد در جوامع انسانی به شمار می‌آمده و تبدیل آن به کارگاه‌های بزرگ‌تر در طول یک سده اخیر منبع شکل‌گیری کارخانه‌های بزرگ صنعتی و تولید شده است (قربانی و همکاران، ۱۴۰۰). با این وجود ارزش اقتصادی و نقش‌آفرینی آنها کاهش نیافته و همچنان تاثیر چشمگیری در افزایش درآمد خانوار داشته و نقش قابل توجه آن در تولید ناخالص ملی سبب شده است که دولت‌های جوامع صنعتی و یا در حال رشد با نگاه متفاوت تری

<sup>1</sup> . World Commission on Environment and Development



به آن بنگرند (Saemifard et al., 2020)، از همین رو است که امروزه این کسب و کارها از بخش های حیاتی و ضروری فعالیت های اقتصادی در کشورهای پیشرفته محسوب می شوند (یعقوبی فرانی و جلیلیان، ۱۳۹۴؛ Soleymani et al., 2021).

بیش از ۵۳ درصد کسب و کارهای جدید در آمریکا کسب و کارهای کوچک بوده است. همچنین با توجه به اینکه اینگونه کسب و کارها در ایران سابقه طولانی دارند (Razavi, 2010)، می توانند به عنوان رویکردی مناسب در فرایند بهینه سازی و نیروی کار و افزایش زمینه ها و فرصت های اشتغال برای روستاییان در کشور محسوب گردند به گونه ای که موجب کاهش فقر و بهبود معیشت جامعه روستایی خواهد شد.

یک کسب و کار نوپا و یا کوچک موفق، قابلیت رشد بیشتری نسبت به یک شرکت بالغ بزرگ دارد، یعنی می تواند به سرمایه ای اندک، نیروی کار و یا زمینه رشد بیشتری داشته باشد (مراد نژادی و واحدی، ۱۳۹۸). هر چند برای گسترش و تسهیل تأسیس این کسب و کارها، قانون حمایت از کسب و کارهای کوچک و روستایی در سال ۱۳۸۹ به تصویب مجلس شورای اسلامی رسیده، اما هنوز ایجاد و توسعه این کسب و کارها با هوانعی نظیر کمبود سرمایه، توسعه نیافتگی نهادهای مالی، دسترسی محدود و نابرابر به بازارهای سرمایه و اعتبار، تورم و هزینه های جاری بالا، نابرابری در دسترسی به دانش و فناوری، توسعه نیافتگی زیرساخت ها، ضعف مدیریتی، کمبود نیروی متخصص، موانع قانونی و حقوقی و ساختار دولتی ناکارآمد و ضدکارآفرین روبرو است (ورمز یاری و همکاران، ۱۴۰۱).

تصمیم به تأسیس یک کسب و کار جدید بر مبنای انگیزه های فردی و ذهنی و همچنین شرایط محیطی صورت می گیرد. هرچه افراد برای راه اندازی کسب و کار مصمم تر و با انگیزه تر باشند تعهد بیشتری به پروژه یا ایده کسب و کار خواهند داشت و در نتیجه بنگاه در آینده عملکرد موفقیت آمیزتری خواهد داشت (Kabir, 2019).

بر اساس داده های سرشماری سال ۱۳۹۵ مرکز آمار ایران، به ترتیب ۵۱، ۲۱ و ۶۸ درصد از جمعیت شهرستان های خواف، گچساران و طارم در نواحی روستایی زندگی می کنند (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵). این نواحی روستایی با مسایل و مشکلاتی از جمله کسری هزینه خانوارها، بالا بودن نسبت بیسوادی، تخلیه روستاها، بالا بودن نسبت بیکاری، بالا بودن بعد خانوار و غیره مواجه هستند که این مسایل و مشکلات موانعی را بر سر راه توسعه روستایی در این شهرستانها به وجود آورده اند. شناخت و تجزیه و تحلیل این مسائل و آرایه راهکارهای مناسب جهت برطرف کردن و یا حداقل کمرنگ کردن آنها آثاری از جمله رونق بخش کشاورزی، استفاده بهینه از پتانسیل های نواحی روستایی و در نهایت، توسعه روستایی در این شهرستانها را در پی دارد (طهماسبی و همکاران، ۱۳۹۹).

در این راستا، می توان گفت که یکی از مهم ترین اقدامات برنامه ریزان و مجریان راه اندازی، حمایت و توسعه کسب و کارهای روستاییان است. بر این اساس می توان گفت یکی از رویکردهای مناسب اجرای طرح آبادانی و پیشرفت منظومه های روستایی می باشد. طرح آبادانی و پیشرفت منظومه های روستایی، طرحی است که به منظور توسعه یکپارچه، هماهنگ، فراگیر و پایدار سکونت گاه های روستایی از طریق ساماندهی شبکه های محلی و با تأکید بر روابط و پیوندهای روستایی- شهری اجرا می گردد. این طرح با توجه به ابعاد و جنبه های کالبدی- فضایی،



فرهنگی - اجتماعی و اقتصادی - سیاسی، به شناخت ظرفیت‌های توسعه همه مراکز و کانون‌های سکونتی درون شبکه می‌پردازد. تحقیق پیش رو در پاسخ به این سوال که کدام عوامل اثر معناداری بر توسعه کسب و کار داشته و با هدف شناسایی و تحلیل پیشران‌های موثر بر توسعه کسب و کارهای کوچک روستایی در شهرستان خواف صورت گرفته است. از این رو، شناسایی و اولویت‌بندی پیشران‌های توسعه کسب و کارهای نوپای روستایی و ترویج فرهنگ کارآفرینی در بین روستاییان می‌باشد. لذا، با توجه به ضرورت توسعه کسب و کارها در روستا به عنوان موتور رشد اقتصادی کشور، هدف پژوهش حاضر شناسایی عوامل پیشران و تسهیل‌کننده توسعه کسب و کارها از دیدگاه روستاییان تحت پوشش طرح در شهرستان خواف می‌باشد. تا بتوان متناسب با پیشران‌های مختلف، سیاست‌ها و راهبردهایی برای حمایت از کارآفرینان روستایی که انگیزه تأسیس و توسعه کسب و کار در روستا را دارند تدوین و از هدررفت منابع جلوگیری گردد.

### طرح موضوع

امروز یکی از مهم‌ترین عوامل ایجاد ثروت و اشتغال کسب و کارهای خانگی است و نقش عمده‌ای در رشد و توسعه اقتصادی بسیاری از کشورهای دارند. کسب و کارهای خانگی به واسطه رشد عواملی چون پیشرفت در ارائه خدمات، سهولت جابه‌جایی نیروهای کاری، پیشرفت‌های تکنولوژیکی و جهانی شدن بازارها در حال توسعه و گسترش‌اند. مدل کسب و کار، طراحی یا معماری سازوکارهای خلق، ارائه و کسب ارزش را تشریح می‌کند. جوهره مدل کسبوکار تعیین رویه‌های است که سازمان به مشتریان ارزش ارائه می‌دهد، مشتریان را تحریک به پرداخت در ازای آن ارزش می‌کند و آن پرداختها را به سود تبدیل می‌کند.

هدف اصلی این طرح مبتنی بر اصول برنامه‌ریزی فضایی توسعه پایدار تعریف شده است. نتایج مطالعات مختلف بیانگر این است که عوامل متعددی در توسعه کسب و کارهای کوچک و بسیار کوچک موثر می‌باشند. در این زمینه رودگر نژاد و کیاکجوری (۱۳۸۹) در پژوهشی تحت عنوان چالش‌ها و موانع توسعه کسب و کارهای خانگی، بکارگیری سیاست‌های تشویقی و حمایتی از صنایع کوچک بویژه تولیدات خانگی، بکارگیری راهکارها و راهبردهای توسعه صادرات تولیدات خانگی، سیاست‌های حمایتی در بازاریابی، بازارشناسی و تبلیغات در سطح جهانی، توسعه همه‌جانبه توانمندی‌های فنی و تکنولوژیکی از راه برنامه‌های اجرایی در سطح کلان کشور، استفاده از شیوه‌های آموزشی نوین، تشویق و ترغیب کارآفرینان خانگی به استفاده از نوآوری و خلاقیت‌های تولید محصولات ویژه و منحصر به فرد، تامین نیازهای مالی و اعتباری از راه سیاست‌های مالی و پولی برای تمهین نیازهای مالی، محدودیت‌های بازرگانی، صادراتی و قوانین حقوقی را مهمترین راهکارهای توسعه کسب و کارها می‌باشند.

شریف‌زاده و همکاران (۱۳۹۰) در پژوهشی در زمینه توسعه کسب و کارهای خانوادگی روستایی در استان گلستان به این نتیجه رسیدند که مسایل عمده توسعه کسب و کارهای خانوادگی روستایی شامل: مساعد نبودن محیط کسبوکار در مناطق روستایی توسعه‌نیافتگی بازار گذار و شکاف بین نسلی در انتقال ارزش‌ها، مهارت‌ها و فرهنگ کسب و کارهای خانوادگی روستایی نبود پشتیبانی رسمی نهادمند برهمکنش نابسود خانواده و کسب و کار ناکارآمدی مدیریت تولید و کارکردهای کسب و کار و فشارهای اجتماعی است.



فرخ و همکاران (۱۳۹۶)، در مطالعه‌ای تحت عنوان شناسایی الگوی رشد کسب و کارهای کوچک و متوسط در صنعت غذایی ایران، با استفاده از نظریه برخاسته از داد هها به این نتیجه رسیدند که چنانچه برخی شرایط زمینه ساز، بر استمرار اشتیاق کارآفرینانه تأثیرگذار باشد، می توان از طریق راهبردها و تحت تأثیر ویژگی‌های محیطی و واسطه-ای خاص، شاهد رشد این شرکت‌ها بود.

نتایج پژوهش فلاح (۱۳۹۷) نشان می‌دهد عواملی چون فرهنگ سازی کارآفرینانه، ظرفیت سازی کارآفرینانه و توانمندسازی کارآفرینانه، مهم‌ترین پیشران‌های توسعه کسب و کارهای بسیار کوچک در بخش مشاغل خانگی روستایی‌اند.

نتایج مطالعات سپهوند و کریمی (۱۳۹۹) نشان داد که "برگزاری کارگاه‌ها برای معرفی توان زنان روستایی در راستای بهبود اوضاع اقتصادی خانوارها برای اعضای خانواده و مردان روستا" از یک سو می‌تواند بر توان و خلاقیت زنان روستایی بیافزاید و از سویی دیگر با معرفی این توان‌ها و قابلیت‌ها به دیگر افراد روستا و حتی اعضای خانواده بتوان مسیر ورود زنان را به عرصه فعالیت‌های کاری و اقتصادی بیشتر باز کند. همچنین "مداخله‌گری مؤثرتر مروجان کشاورزی برای ارائه نمایشگاه‌های دستاوردهای زنان روستایی به‌طور منظم در مناسبت‌های خاص به موازات آموزش برای افزایش کیفیت تولیدات برای ارایه در نمایشگاه" می‌تواند مؤثر باشد.

یافته‌های مهدوی و جلالی (۱۴۰۱) در رابطه با شناسایی پیشران‌های کلیدی مؤثر بر توسعه پایدار منطقه روستایی نشان داد که فاکتورهای کلیدی مهم در بعد کالبدی؛ فاصله روستا از شهر اصلی، ایجاد زیرساخت‌ها، توسعه شبکه حمل و نقل ناحیه‌ای، در بعد مدیریتی؛ افزایش افزایش اعتماد، برنامه باوری و برنامه مجوری منطقه، مسئولیت‌پذیری، در بعد اقتصادی؛ وضعیت امنیت و ثبات شغلی روستاییان، توسعه گردشگری در منطقه، عوامل تاثیرگذار بر آینده توسعه پایدار منطقه شهربابک هستند.

بر اساس نتایج پژوهش‌های مینیتی (Minniti, 2010) مهم‌ترین راهکارهای توسعه کسب و کارخانگی را: افزایش انگیزه، توانمندی، مهارت و تمایل افراد برای راه‌اندازی کسب و کار، افزایش حمایت اجتماعی، ایجاد برنامه‌هایی با اهداف و چشم‌انداز مناسب می‌دانند. یافته‌های پژوهش احمدپورداریانی و همکاران (AhmadpourDarmani et al., 2012) نیز نشان داد شش عامل آموزشی، حمایتی، ارتباطی، مدیریتی، مهارت کسب و کار و سیاست‌گذاری بیشترین تاثیر را بر توسعه کارآفرینی داشته‌اند.

در این ارتباط، پورامینزاده و هاشمی (Hashemi & Pouraminzade, 2011) نشان دادند که نقش عوامل فردی در توسعه کسب و کار زنان ایرانی از سایر عوامل مؤثرتر است و مهم‌ترین انگیزه‌ها و اهداف زنان در کسب و کار، نیاز اقتصادی، کسب اعتبار و قدرت در جامعه است و مهم‌ترین ویژگی آنان خلاقیت و انعطاف‌پذیری است. در پژوهشی جاویدنیا و جاویدنیا (Javidnia & Javidnia, 2012) نتایج نشان داد که رابطه معناداری میان نیاز اقتصادی، افزایش استقلال و نگرانی از آینده با گرایش به مهارت‌آموزی در بخش مشاغل خانگی وجود دارد.

نتایج پژوهش مهرداد (Mehrdad, 2012) نشان داد که عوامل عمده روانشناختی مؤثر در کارآفرینی، عزم و اراده و نیاز به کسب موفقیت بوده و عوامل عمده جامعه‌شناختی مؤثر، کسب جایگاه اجتماعی و جو خانوادگی و همچنین



سیاست‌های تشویقی- ترغیبی دولت عامل عمده دیگری در توسعه کسب و کارهای خانگی است. در پژوهشی پیشین و همکاران (Pishbin et al., 2012) نیز به این نتیجه رسیدند که عوامل اجته‌حاعی، اقتصادی و سیاسی به ترتیب بیش‌ترین اثر علی را بر توسعه کارآفرینی داشته‌اند.

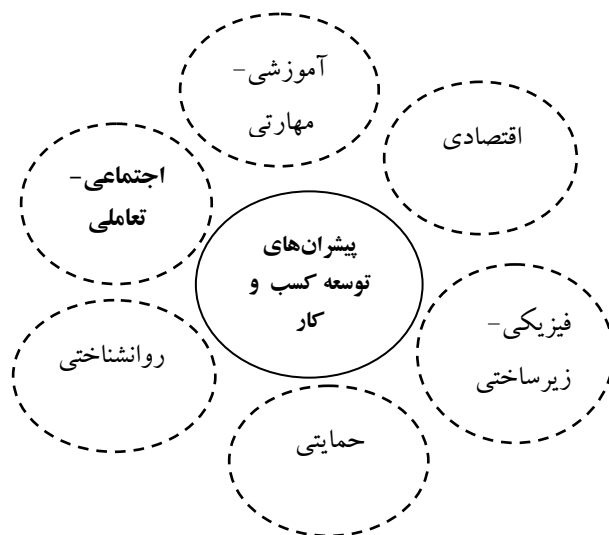
پژوهشگران زیادی بر این باورند که فرایند کارآفرینی، قابل آموزش بوده و از این راه می‌توان افراد را به سمت کارآفرینی و ایجاد شغل برای خود سوق داد (Henry et al., 2005; Kirby, 2000; Motta and Galina, 2023). نتایج پژوهش آراستی و مالکی (Arasti & Maleki, 2014) نیز نشان داد که نیاز و ارزش اجته‌حاعی، نگرش و مسئولیت‌پذیری اجتماعی و ناکارآمدی دولت از عوامل تاثیرگذار بر پیدایش فعالیت‌های کارآفرینانه هستند. در کشورهای اسکاندیناوی، به‌ویژه در فنلاند، انتظارات اعضای خانواده از داشتن شرایط خوب مالی سبب افزایش مشارکت زنان در ورود به فعالیت‌های کارآفرینانه می‌شود (Pettersson et al., 2017).

در این راستا، رالی (Raley, 2015) نیز نشان داد که یکی از مهم‌ترین دلایل انگیزه‌ی زنان به اشتغال، رفع نیازهای مادی است، بر این اساس، داشتن شغل درآمدزا برای زنان سبب رفع نیازهای مالی آنان و کمک اقتصادی در جهت بهبود وضعیت مالی خانواده‌ها است. به علاوه، محمدزاده و همکاران (۱۳۹۵)، در پژوهشی تحت عنوان اثر ترس ادراکی کارآفرینان بر عملکرد فردی و عملکرد کسب و کار در واحدهای کوچک تولیدی شهر ستان گناباد به این نتیجه رسیدند که بین ترس از استرس کاری و اجتماعی و ترس از نداشتن منابع با عملکرد فردی و عملکرد کسب و کار تأثیر منفی و معنی‌داری وجود دارد.

آلکچی (Alecchi, 2020) نیز از جمله مهم‌ترین راهکارهای توسعه این نوع کسب و کارها را بکارگیری سیاست‌های تشویقی و حمایتی از صنایع کوچک به ویژه تولیدات خانگی، اتخاذ راهکارها و راهبرد‌های توسعه صادرات تولیدات خانگی، سیاست‌های حمایتی در بازاریابی، توسعه همه‌جانبه توانمندی‌های فنی و تکنولوژیکی از راه برنامه‌های اجرایی در سطح کلان کشور، استفاده از شیوه‌های آموزشی جدید، تشویق و ترغیب کارآفرینان خانگی به استفاده از نوآوری و خلاقیت‌های تولید محصولات ویژه و منحصر به فرد، تامین نیازهای مالی و اعتباری از راه تعدیل سیاست‌های مالی و پولی، محدودیت‌های بازرگانی، صادراتی و قوانین حقوقی دانسته‌اند.

تیواری و همکاران (Tiwari et al., 2021) راهکارهای توسعه کسب و کارهای خانگی را ایجاد فرصت‌رشد و ارتقای شخصیت زنان برای برداشتن موانع اشتغال آن‌ها، از میان بردن ابهامات و تصورات منفی درباره کار زنان، آگاه کردن زنان از توانایی‌هایشان در فعالیت‌های اقتصادی، بالا بردن سطح آموزش زنان، عضویت در تعاونی‌ها، برگزاری نمایشگاه‌های ملی، منطقه‌ای و محلی می‌داند. همچنین، نتایج پژوهش آراستی و مدرسی (Arasti & Modaresi, 2021) نیز نشان داد که نیاز و ارزش اجتماعی، نگرش و مسئولیت‌پذیری اجته‌حاعی و ناکارآمدی دولت از عوامل تاثیرگذار بر پیدایش فعالیت‌های کارآفرینانه هستند. امروز یکی از مهم‌ترین عوامل ایجاد ثروت و اشتغال کسب‌وکارهای خانگی است و نقش عمده‌ای در رشد و توسعه اقتصادی بسیاری از کشورهای دارند. کسب‌وکارهای خانگی به واسطه رشد عواملی چون پیشرفت در ارائه خدمات، سهولت جابه‌جایی نیروهای کاری، پیشرفت‌های تکنولوژیک و جهانی شدن بازارها در حال توسعه و گسترش‌اند. در واقع می‌توان پیشران‌های توسعه کسب و کار را

در شش معیار آموزشی- مهارتی، حمایتی، روانشناختی، اقتصادی، اجتماعی- تعاملی و زیر ساختی- فیزیکی تقسیم بندی نمود (شکل ۱).



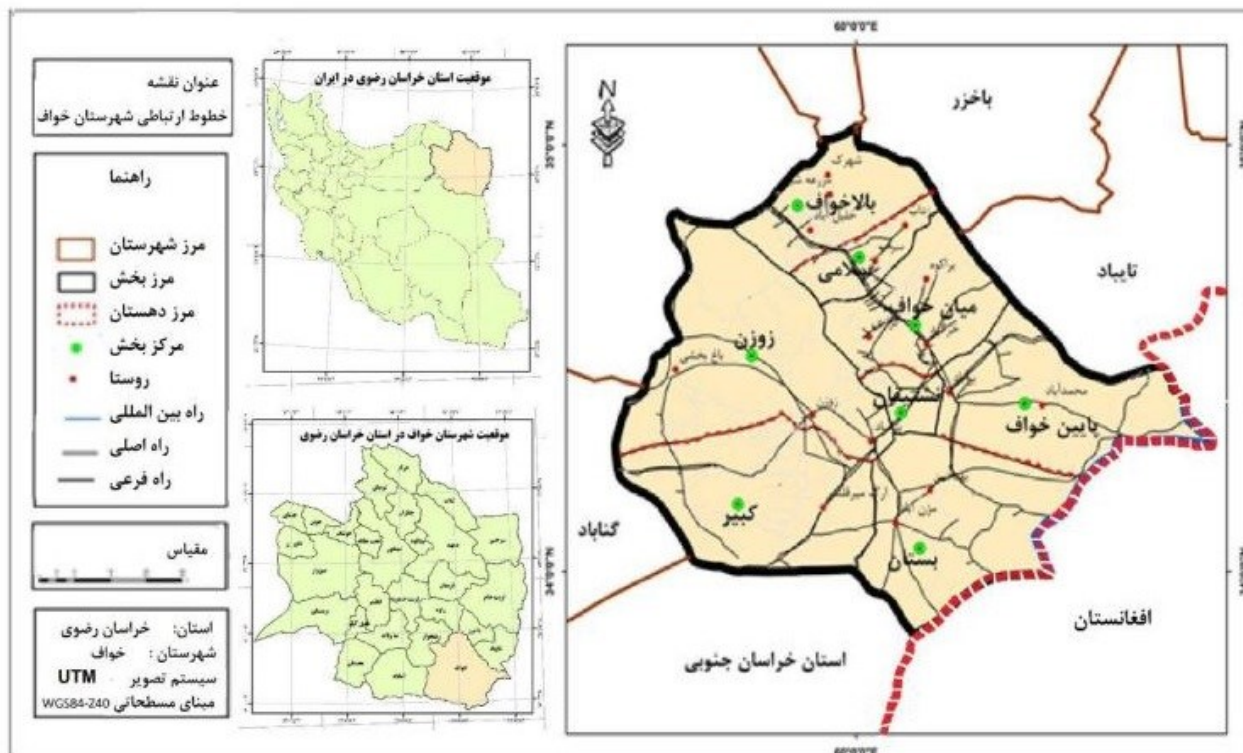
شکل ۱- مدل مفهومی پیشران های توسعه کسب و کار

### روش شناسی

پژوهش حاضر به صورت پیمایشی با جامعه آماری متشکل از روستائیان تحت پوشش طرح آبادانی و پیشرفت منظومه های روستایی دارای کسب و کار در سه شهرستان خواف، گچساران و طارم می باشد. جهت تعیین حجم نمونه، پس از انجام یک پیش آزمون بر روی ۳۰ نفر از روستائیان؛ از فرمول کوکران استفاده شد و تعداد ۲۱۷ نفر به عنوان حجم نمونه تعیین و به شیوه نمونه گیری انتساب متناسب طبقه ای و به صورت تصادفی، نمونه های مورد نظر که به فعالیت کسب و کار مشغول بودند؛ انتخاب و مورد بررسی قرار گرفته اند و دیدگاه های آنها در خصوص عوامل تسهیل کننده توسعه کسب و کارها مورد بررسی قرار گرفت. ابزار تحقیق پرسش نامه طراحی شده توسط محقق بود که بر پایه ی مبانی نظری و پیشینه تحقیق تدوین گردید. روایی ابزار تحقیق توسط اساتید دانشگاه تهران و کارشناسان آشنا با موضوع مورد تایید قرار گرفت و پایایی آن نیز با انجام یک پیش آزمون و استفاده از ضریب آلفای کرونباخ مورد آزمون قرار گرفت ( $\alpha = 0.86$ )؛ که نشان دهنده قابلیت اعتماد و پایایی ابزار تحقیق بود. در بخش توصیف داده ها از آماره های توصیفی فراوانی، درصد، انحراف معیار، واریانس و میانگین با استفاده از نرم افزار SPSS26 انجام شد. در بخش تحلیل داده ها نیز به منظور بررسی اعتبار سازه ای و برازش الگوی اندازه گیری مربوط به سازه "عوامل پیشران توسعه کسب و کار از دیدگاه روستائیان"، داده های گردآوری شده با استفاده از نرم افزار لیزرل به روش تحلیل عاملی تاییدی مرتبه دوم مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. و از شاخص های نیکویی برازش مطلق و تطبیقی استفاده شد.

شهرستان خواف با مساحتی حدود ۹۸۲۶/۹۹ کیلومتر مربع در شرق کشور و در جنوب شرقی استان خراسان رضوی قرار دارد. این شهرستان از شمال به شهرستان رشتخوار با ۶۰ کیلومتر فاصله و از غرب با شهرستان گناباد با ۱۱۰

کیلومتر فاصله و از جنوب با شهرستان قائن با ۱۴۰ کیلومتر فاصله و از شرق با کشور افغانستان با ۹۰ کیلومتر فاصله همسایه است. بر اساس آمار سرشماری نفوس و مسکن سال ۹۵ با ۱۳۸۷۹۷۲ نفر جمعیت ۲.۱ درصد از جمعیت استان را در خود جا داده و بدین ترتیب از لحاظ رتبه جمعیتی در میان بیست و هشت شهرستان استان خراسان رضوی بالاتر از شهرستان‌های همجوارش مانند تایباد ( با ۱.۸ درصد از جمعیت استان) در جایگاه نهم قرار گرفته است. بررسی سهم جمعیت شهرها و روستاها از جمعیت کل شهرستان به صورت مقطعی و در سال ۱۳۹۵ نشان می‌دهد از جمعیت ۱۳۸۰۷۹۷ نفری شهرستان خواف حدود ۷۱۴۶۴ نفر معادل ۵۱٪ جمعیت در نقاط روستایی و ۶۷۵۰۸ نفر معادل ۴۹٪ جمعیت شهرستان در نقاط شهری زندگی می‌کنند. مقایسه ارقام بالا نشان از تعادل نسبی در پراکنش جمعیت شهری و روستایی این شهرستان دارد. از آنجا که بررسی تغییرات حادث شده در نرخ جمعیت شهری و روستایی در یک پیوستار زمانی تصویر واضح‌تری از تحولات نظام جمعیتی شهرستان به دست داده و درک بهتری از تغییرات را سبب خواهد شد، سهم جمعیت شهری و روستایی شهرستان در بازه زمانی سال‌های ۱۳۷۵ تا ۱۳۹۵ به صورت مقایسه‌ای مورد بررسی قرار گرفته است. تحلیل و بررسی آمار مربوطه نشان از این دارد که به تبعیت از روند کاهشی جمعیت روستایی در سطح ملی جمعیت روستایی شهرستان در طول بازه‌ی مورد بررسی نیز بیش از ۲۲٪ کاهش یافته و در مقابل سهم جمعیت شهری به حدود دو برابر افزایش پیدا کرده است. لازم به ذکر است با وجود سهم کاهشی جمعیت روستایی، همچنان بیش از نیمی از جمعیت شهرستان در نقاط روستایی زندگی می‌کنند.



شکل ۲: نقشه محدوده مطالعاتی شهرستان خواف





## نتایج و بحث

نتایج بدست آمده نشان داد که سن جامعه مورد مطالعه بین ۱۸ تا ۲۹ سال متغیر بوده و دارای میانگین سنی ۳۷/۵۴ و انحراف معیار ۹/۰۸۲ سال بودند. بیشتر پاسخگویان ۵۷/۶ درصد مرد و تنها ۴۲/۱ درصد آنها زن (۹۱ نفر) بودند. از لحاظ

سطح تحصیلات نیز اکثر آنها (۴۰/۶ درصد) دارای مدرک فوق دیپلم و بالاتر، ۳۲/۷ درصد دیپلم، ۲۶/۷ درصد نیز مدرک راهنمایی و کمتر داشتند و تنها ۲/۳ درصد افراد مورد مطالعه بی سواد بودند. از مجموع افراد مورد بررسی ۷۶/۵ درصد مجرد، ۲۳/۵ درصد متاهل هستند افراد متاهل دارای ۱ الی ۶ فرزند داشتند که بیشتر آنها ۱۹/۴ درصد دارای ۳ فرزند بودند. همچنین از بین افراد مورد مطالعه ۳۱/۸ درصد دارای کسب و کار در بخش کشاورزی، ۲۲/۱ درصد در بخش دامی و ۱۲/۹ درصد در بخش صنعت و ۳۳/۲ درصد در بخش خدمات هستند؛ به گونه‌ای که روستاییان مورد مطالعه دارای کسب و کارهای کوچک در بخش صنعت بیشترین فراوانی و در بخش دامی کمترین فراوانی را به خود اختصاص داده‌اند.

### اولویت‌بندی عوامل پیشران توسعه کسب و کار از دیدگاه روستاییان مورد مطالعه

با توجه به جدول ۱، نتایج بیانگر آن است که از بین متغیرهای تسهیل‌کننده توسعه کسب و کار از دید روستاییان، علاقه‌مندی به داشتن مسئولیت و مسئولیت‌پذیری در کار، افزایش بهبود وضعیت مالی خود و خانواده و تمایل به داشتن استقلال مالی از مهم‌ترین موارد در راه‌اندازی و توسعه کسب و کار هستند. همچنین این چهارگویه دارای کمترین ضریب تغییرات بوده که نشان دهنده همگنی دیدگاه روستاییان مورد مطالعه می‌باشد. در مقابل اختلاف نظر در رابطه با تاثیر متغیرهایی مانند تعامل با سایر ذینفعان کسب و کار، داشتن تحصیلات و با سواد بودن و تمایل به استفاده از سواد، تعداد کم فرزندان و داشتن وقت و نیاز خانواده به درآمد شما می‌باشد، و این متغیرها کمترین میزان اثرگذاری را بر راه‌اندازی کسب و کار نشان داده‌اند.

جدول ۱- اولویت‌بندی عوامل پیشران توسعه کسب و کار از دیدگاه روستاییان مورد مطالعه بر حسب ضریب

#### تغییرات

اولویت	ضریب تغییرات	انحراف معیار	میانگین	گویه‌ها
۱	۰/۱۴	۰/۶۴۶	۴/۵۲	علاقه‌مندی به داشتن مسئولیت و مسئولیت‌پذیری در کار
۲	۰/۱۵	۰/۶۶۶	۴/۵۴	افزایش بهبود وضعیت مالی خود و خانواده
۳	۰/۱۶	۰/۷۰۱	۴/۶۰	تمایل به داشتن استقلال مالی
۴	۰/۱۶	۰/۷۲۱	۴/۳۷	علاقه‌مندی به فعالیت‌های اجتماعی
۵	۰/۱۷	۰/۷۴۹	۴/۴۴	دسترسی راحت به بازار فروش کسب و کار مورد نظر
۶	۰/۱۷	۰/۷۶۸	۴/۳۹	عزم و اراده و نیاز به کسب موفقیت
۷	۰/۱۷	۰/۷۲۱	۴/۲۴	استفاده از پتانسیل‌ها و منابع طبیعی موجود



۸	۰/۱۷	۰/۸۲۸	۴/۱۳	داشتن برنامه‌ریزی و استفاده از وقت
۹	۰/۱۸	۰/۷۷۷	۴/۲۰	تمایل به داشتن قدرت و اعتبار
۱۰	۰/۱۹	۰/۷۹۰	۴/۳۵	داشتن اعتماد به نفس و خودباوری
۱۱	۰/۱۹	۰/۸۳۷	۴/۳۳	تمایل به ارتباط با کسبو کارهای موفق
۱۲	۰/۱۹	۰/۸۵۹	۴/۲۳	توانایی تشخیص و استفاده از فرصت‌های جدید شغلی
۱۳	۰/۲۰	۰/۸۴۵	۴/۲۵	دارا بودن مهارت‌های حرفه‌ای
۱۴	۰/۲۰	۰/۷۴۶	۴/۲۷	تمایل به مهارت آموزی
۱۵	۰/۲۰	۰/۹۸۵	۳/۸۷	تمایل به ریسک‌پذیری در کسب و کار
۱۶	۰/۲۱	۰/۸۳۸	۴/۱۴	تمایل به کسب تجربه و تخصص
۱۷	۰/۲۳	۰/۹۲۱	۴/۱۷	داشتن حامی و برخورداری حمایت همسر، پدر یا سایر اعضاء خانواده
۱۸	۰/۲۵	۱/۰۷۲	۴/۱۶	حمایت دولت درانجام برخی امورکسب و کار
۱۹	۰/۲۶	۰/۸۳۷	۴/۰۹	تمایل به شرکت در کلاس‌های آموزش کارآفرینی
۲۰	۰/۲۶	۱/۰۷۳	۴/۲۵	تشویق و اعطای تسهیلات در قالب وام‌های قرض‌الحسنه کم بهره
۲۱	۰/۲۷	۰/۹۸۲	۳/۶۹	شرایط فیزیکی و جو روستا
۲۲	۰/۴۱	۱/۳۸۳	۳/۴۳	نیاز خانواده به درآمد شما
۲۳	۰/۴۲	۱/۳۵۷	۳/۲۳	تعداد کم فرزندان و داشتن وقت کافی
۲۴	۰/۴۳	۱/۴۴۴	۳/۳۰	داشتن تحصیلات و با سواد بودن و تمایل به استفاده از سواد
۲۵	۰/۴۷	۱/۴۳۳	۳/۰۹	تعامل با سایر ذینفعان کسب و کار

### بررسی مدل اندازه‌گیری متغیرهای پژوهش

در ادامه به منظور بررسی اعتبار سازه‌ای پرسشنامه و برازش الگوی اندازه‌گیری مربوط به سازه "عوامل پیشران توسعه کسب و کار از دیدگاه روستاییان مورد مطالعه، داده‌های گردآوری شده با استفاده از نرم افزار لیزرل به روش تحلیل عاملی تأییدی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. این روش در پی آن است که تعیین کند؛ آیا تعداد عامل‌های اندازه‌گیری شده با آن چه بر اساس تئوری و مدل نظری انتظار می‌رفت، انطباق دارد؟. به عبارتی دیگر، به آزمون میزان انطباق و هم‌نمایی بین متغیرهای تشکیل‌دهنده و سازه تجربی تحقیق می‌پردازد. در این مرحله برای ارزیابی نقش شاخص‌های موثر در شکل‌گیری توسعه کسب و کار از دیدگاه روستاییان شهرستان‌های مورد بررسی از روش تحلیل عاملی مرتبه‌ی دوم استفاده گردید. دلیل استفاده از تحلیل عاملی مرتبه‌ی دوم به نوع اثرات علی در مدل انتزاعی تحقیق مربوط می‌شود. در مدل طراحی شده می‌توان دید که ساختارهای عاملی شش‌گانه، یک ساختار عاملی مجزا را در سطح دوم تشکیل می‌دهند. بر اساس مدل تحقیق، این مدل در نرم افزار لیزرل پیاده‌سازی شده و مدل



تحلیل عاملی مرتبه دوم قابل قبولی اجرا و استخراج گردید. براساس نتایج به دست آمده در جدول (۲)، مقادیر  $t$  به دست آمده برای تمامی متغیرهای مورد مطالعه از ۱/۹۶ بزرگتر بوده و در نتیجه روابط این متغیرها با عامل‌های مربوطه معنی‌دار می‌باشد. به بیان دیگر، یافته‌های این بخش نشان می‌دهد که تمامی نشانگرهای انتخابی برای سنجش توسعه کسب و کار از دیدگاه روستاییان شهرستان‌های مورد مطالعه از دقت لازم و کافی برخوردار هستند.

جدول ۲- بارهای عاملی نشانگرها و شاخص‌های توسعه کسب و کار از دیدگاه روستاییان مورد مطالعه در قالب مدل اندازه

### گیری

شاخص (سازه)	نماد در مدل	متغیرها	بار عاملی	$t$
آموزشی - مهارتی Educational - Skill (EdSk)		داشتن مهارت حرفه‌ای	۰/۵۰	--
		داشتن تحصیلات و سواد و تمایل به استفاده از آنها	۰/۶۰	۵/۹۱
		کسب تجربه و تخصص در کسب و کار	۰/۷۰	۶/۴۸
		تمایل به شرکت در کلاس‌های آموزشی	۰/۷۰	۶/۴۶
روانشناختی Psychological (Psy)		مسئولیت‌پذیری زنان در کار و علاقه به داشتن مسئولیت	۰/۶۱	--
		داشتن برنامه‌ریزی و استفاده از وقت	۰/۶۵	۷/۶۵
		توانایی تشخیص و استفاده از فرصت‌های جدید	۰/۷۹	۸/۶۳
		تمایل به داشتن قدرت و کسب اعتبار	۰/۶۴	۷/۵۸
اقتصادی Economic (Eco)		نیاز خانواده به درآمد شما	۰/۷۷	--
		داشتن استقلال مالی	۰/۶۷	۹/۷۷
		کمک به بهبود وضعیت مالی خود و خانواده	۰/۵۴	۷/۷۱
		ریسک‌پذیری در کسب و کار	۰/۵۲	۷/۴۳
حمایتی Supportive (Sup)		حمایت دولت در انجام برخی امور	۰/۵۵	--
		تشویق و اعطای تسهیلات در قالب وام‌های کم بهره	۰/۷۱	۶/۷۷
		عزم و اراده و نیاز به کسب موفقیت	۰/۵۹	۶/۱۹
		حمایت همسر، پدر یا سایر اعضای خانواده از شغل شما	۰/۵۹	۶/۰۰
زیرساختی-فیزیکی Infrastructural.Physical (InPh)		شرایط فیزیکی و جو روستا	۰/۷۰	--
		دسترسی به امکانات و منابع	۰/۶۲	۷/۸۱
		دسترسی راحت به بازار فروش	۰/۴۹	۶/۸۵
		استفاده از پتانسیل‌ها و منابع طبیعی موجود روستا	۰/۳۷	۴/۴۹
اجتماعی - تعاملی Socially-		علاقه‌مندی به فعالیت‌های اجتماعی	۰/۳۵	--
		به دست آوردن موقعیت اجتماعی بین خانواده و فامیل	۰/۷۶	۴/۱۲



			Interactiv (SoIn)
۴/۱۵	۰/۴۵	اعتماد به نفس و خودباوری	
۴/۱۱	۰/۷۶	داشتن ارتباط با افراد موفق در کسب و کار	
۴/۱۲	۰/۴۴	تعامل با سایر ذینفعان	

در جدول (۳)، رتبه‌بندی اثر شاخص‌های مرتبه‌ی اول در تشکیل سازه‌ی مرتبه‌ی دوم، همراه با مقدار  $t$  و بارهای عاملی هر یک از عامل‌ها (مقادیر ضریب گاما) نشان داده شده است. مقادیر ضریب گاما می‌توانند شدت رابطه‌ی بین عامل‌های مرتبه‌ی اول و عامل مرتبه‌ی دوم را نشان دهند. در این تحقیق براساس داده‌های میدانی در میان شش معیار بررسی شده، عامل اقتصادی ( $\lambda=1/00$ ) به عنوان قوی‌ترین معیار مرتبط با توسعه کسب‌وکار از دیدگاه روستاییان مورد مطالعه شناسایی شده است.

جدول ۳- رتبه‌بندی اثر شاخص‌های مرتبه اول در تشکیل سازه‌ی مرتبه دوم براساس بارعاملی

رتبه	شاخص‌های مرتبه اول	$\lambda$	T	Sig
۱	اقتصادی	۱/۰۰	۱۲/۵۰	۰/۰۱
۲	آموزشی- مهارتی	۰/۷۷	۶/۲۹	۰/۰۱
۳	حمایتی	۰/۶۲	۸/۴۶	۰/۰۱
۴	زیرساختی- فیزیکی	۰/۴۴	۶/۲۷	۰/۰۱
۵	روانشناختی	۰/۴۰	۴/۵۰	۰/۰۱
۶	اجتماعی- تعاملی	۰/۳۰	۴/۶۱	۰/۰۱

(منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۰)

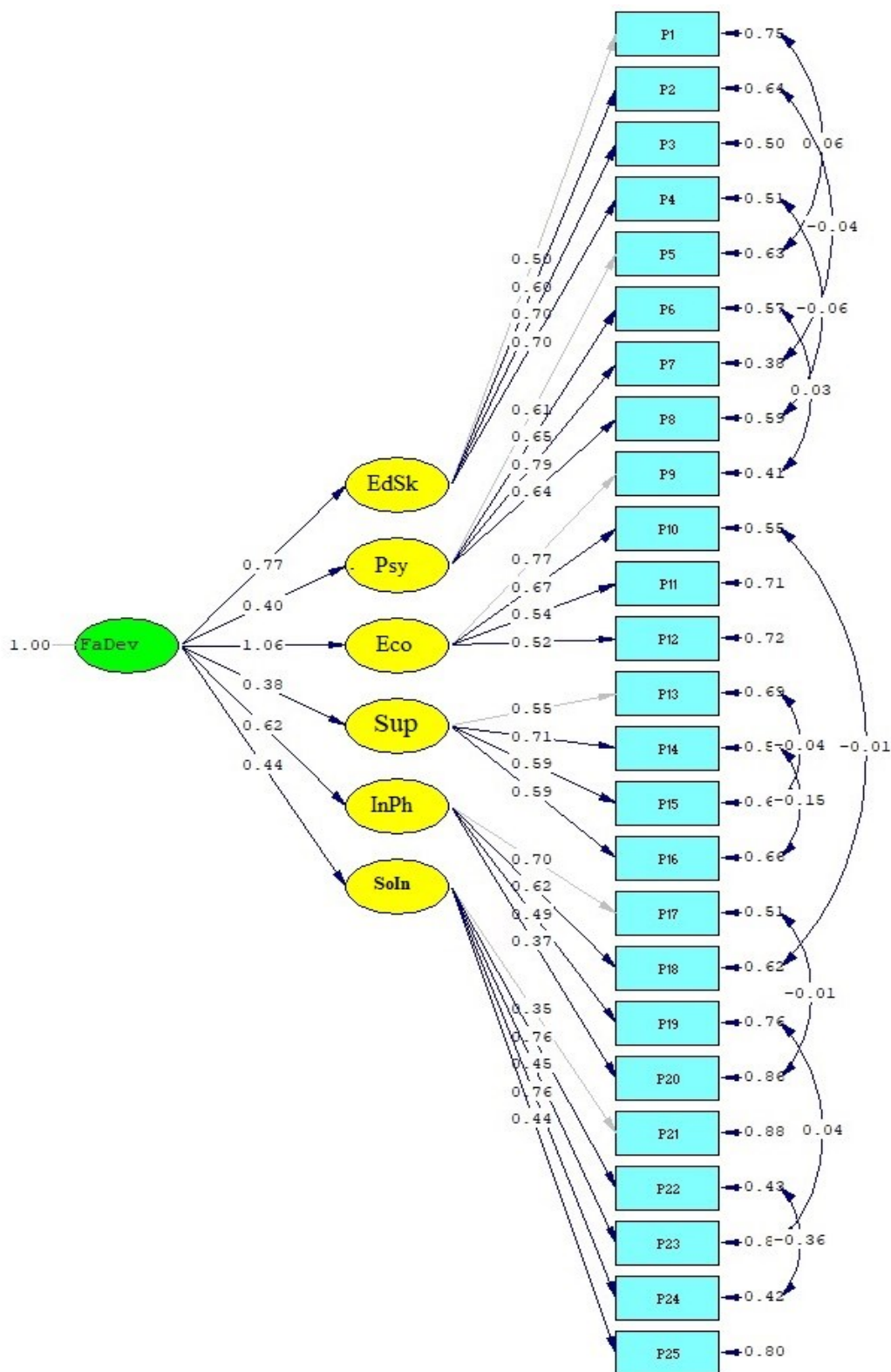
با توجه به نتایج جدول (۳) عوامل اقتصادی با ضریب تاثیر ۱/۰۰ و ۰/۶۱ بیشترین اثرگذاری را بر توسعه کسب‌وکارها در منطقه مورد مطالعه داشته‌اند. در این عامل گویه‌های مرتبط با داشتن تجربه و تخصص و مهارت و کمک به بهبود شرایط اقتصادی خانواده از نظر روستاییان مورد مطالعه از گویه‌های عوامل اقتصادی پیشران و تسهیل‌کننده در توسعه کسب و کار مورد توجه بوده است. از دیدگاه روستاییان مورد مطالعه عامل آموزشی-مهارتی در تسهیل توسعه کسب و کارها با ضریب تاثیر ۰/۷۷ درصد در اولویت دوم قرار گرفت. عامل پیشران حمایتی در تسهیل توسعه کسب و کارهای مرد مطالعه با ضریب تاثیر ۰/۶۲ درصد در اولویت سوم قرار گرفته و در نهایت عوامل روانشناختی در کنار عوامل اجتماعی- تعاملی به ترتیب با ضریب تاثیر ۰/۴۰ و ۰/۳۰ درصد در اولویت‌های آخر قرار گرفتند.

همچنین با توجه به شاخص‌های برازندگی که در جدول (۴) نشان داده شده است، می‌توان بیان کرد که مدل اندازه-گیری توسعه کسب‌وکار از دیدگاه روستاییان مورد مطالعه (شکل، ۲)، به منظور برازش روابط بین معیارها و نشانگرهای مربوط به آن‌ها معتبر و قابل قبول می‌باشد.

جدول ۴- شاخص‌های برازندگی مدل اندازه‌گیری توسعه کسب و کار روستاییان مورد مطالعه

شاخص	$x^2 / df$	NFI	NNFI	CFI	GFI	AGFI	RMSEA
مقادیر قابل قبول	$3 \leq$	$\leq 0/90$	$\leq 0/90$	$\leq 0/90$	$\leq 0/90$	$\leq 0/90$	$0/08 \leq$
مقادیر گزارش شده	۲/۳۳۹	۰/۹۲	۰/۹۳	۰/۹۰	۰/۹۱	۰/۹۰	۰/۰۷۷

(منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۰)



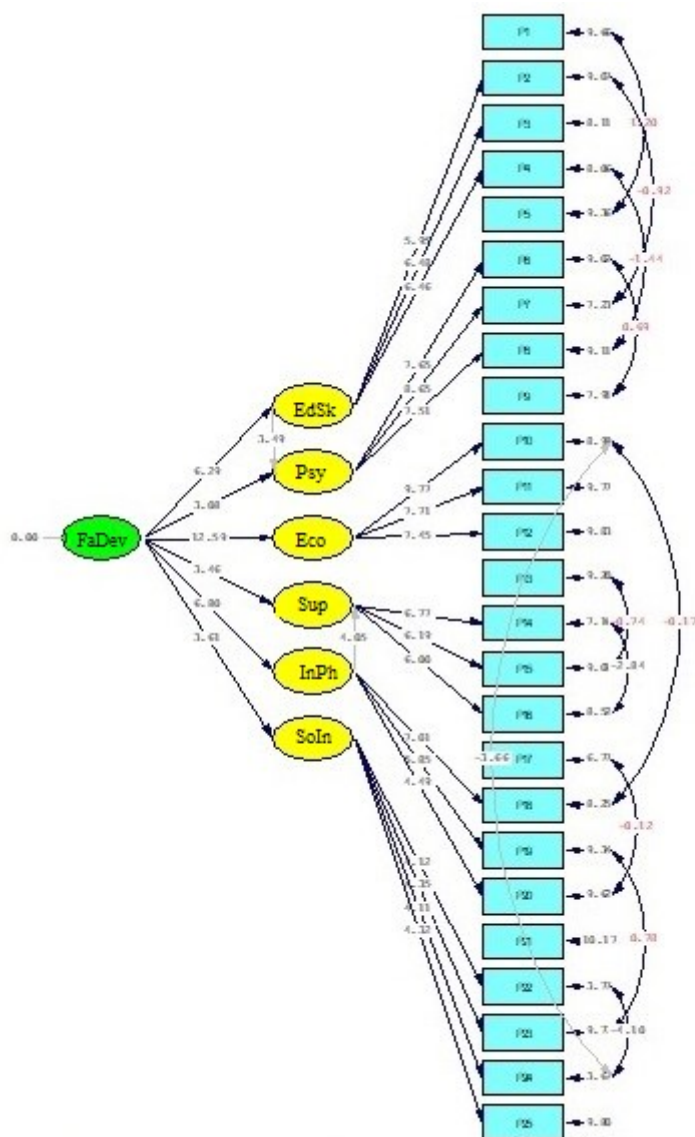
Chi-Square=698.71, df=256, P-value=0.00000, RMSEA=0.077

شکل ۲ - مدل اندازه‌گیری عوامل پیشران توسعه کسب و کار از دیدگاه روستاییان در حالت استاندارد



بر اساس نتایج به دست آمده از جدول (۴)، یکی از شاخص‌های برازش مدل، شاخص میانگین ریشه مجذورات (RMSEA) است. معیار پیشنهاد شده برای این شاخص کوچکتر یا مساوی ۰/۰۸ است. در مدل حاضر این شاخص برابر با ۰/۰۷۷ می‌باشد که نشان دهنده برازش مناسب مدل مورد مطالعه با داده‌های مشاهده شده است. شاخص دیگر، شاخص نیکویی برازش (GFI) و شاخص برازندگی تعدیل یافته (AGFI) است. این شاخص‌ها هر چه به عدد یک نزدیکتر باشد، بیانگر برازش بهتر مدل است که در اینجا مقدار آن به ترتیب ۰/۹۱ و ۰/۹۰ می‌باشد. همچنین نسبت  $\chi^2/df = 2/739$  نیز کمتر از ۳ است که نشان دهنده برازش عالی مدل اندازه‌گیری پژوهش با داده‌های مشاهده شده می‌باشد. سایر شاخص‌های برازش نیز برازش مناسب و عالی مدل را نشان می‌دهند. بنابراین با توجه به نتایج به دست آمده می‌توان گفت که برازش کلی مدل اندازه‌گیری در وضعیت مطلوب قرار داشته و با داده‌های مورد استفاده سازگاری دارد. به عبارت دیگر کیفیت برازش کلی مدل اندازه‌گیری مطلوب سنجیده می‌شود.

در شکل (۳) و جدول (۳) ضرایب معناداری و پارامترهای بدست آمده‌ی مدل اندازه‌گیری مشخص شده است. چنانچه عدد معناداری بزرگتر از ۱/۹۶ یا کوچکتر از ۱/۹۶- باشد رابطه موجود در مدل پژوهش معنادار خواهد بود، با این توضیح کلیه روابط معنادار هستند و تمامی فرضیات تایید می‌شوند. بر این اساس، می‌توان گفت به ترتیب عوامل اقتصادی، آموزشی-مهارتی، حمایتی، فیزیکی- زیرساختی، روانشناختی و در نهایت اجتماعی- تعاملی بخش قابل توجهی از سازه پیشران‌های موثر بر توسعه کسب و کار از دیدگاه روستاییان را تبیین کردند و اولویت‌های اول تا ششم را در تبیین این سازه به خود اختصاص دادند.



Chi-Square=698.71, df=256, P-value=0.00000, RMSEA=0.077

شکل ۳- ضرایب معناداری مدل اندازه‌گیری عوامل پیشران توسعه کسب و کار از دیدگاه روستائیان مورد مطالعه



## نتیجه گیری

اکثر نظریه پردازان توسعه معتقدند که منابع انسانی عامل تعیین کننده خصوصیت و روند توسعه اجتماعی و اقتصادی آن جامعه است و روستاییان (زنان و مردان) هر جامعه‌ی روستایی نه تنها موضوع و هدف هر نوع برنامه توسعه‌ای هستند، بلکه عامل پیشبرد اهداف توسعه اقتصادی و اجتماعی جامعه نیز به شمار می‌آیند. بی شک، مشارکت زنان و مردن روستایی در امور زندگی خویش به ویژه در فعالیت‌های اقتصادی مانند کسب و کارها با هدف ارتقاء توانمندی‌های آنان رهیافت بسیار مناسبی برای افزایش تولیدات اقتصادی و توسعه به شمار می‌آید.

بر این ساس، امروزه کشورها و سازمان‌های بین‌المللی به این نتیجه رسیده‌اند که توسعه‌ی کسب و کارهای روستاییان و افزایش مهارت‌های آنها در این بخش، تاثیری مثبت و مستقیم در سایر جنبه‌ها نیز داشته است؛ زیرا از یک طرف سبب توسعه‌ی اقتصادی و ایجاد فرصت‌های شغلی می‌شود و از طرفی می‌تواند سبب بهبود وضعیت اجتماعی، فرهنگی و بهداشتی آنها و خانواده‌هایشان گردد (بانک جهانی، ۲۰۱۸).

در این تحقیق ابتدا نتایج بررسی‌ها نشان داد که توسعه کسب و کارهای روستایی به عوامل مختلفی بستگی دارد و مولف‌های پیشران توسعه کسب و کارها از قالب مدل مفهومی تحقیق ارائه شد. سپس در جامعه‌ی مورد مطالعه، و در ادامه مدل ارائه شده نیز مورد تست و آزمون قرار گرفت و مدل تجربی تحقیق برآورد شده است. همان‌طور که اشاره گردید این مدل از برازش لازم برخوردار بوده و در جامعه آماری تحقیق، صحیح به کار گرفته شده است.

برای ایجاد ظرفیت‌سازی کارآفرینانه باید به بهبود و تقویت زیرساخت‌های روستایی (منصوری و همکاران، ۱۳۹۶) توجه ویژه‌ای شود. در این بین، عضویت در نهادهای محلی، شرکت در نمایشگاه‌ها و توانمندسازی نهادهای روستایی (نیکولسن، ۲۰۱۰؛ پیشگاهی‌فرد و همکاران، ۱۳۸۸؛ حیدری ساریان، ۱۳۹۴ و فونگتونگ و سوریا، ۲۰۱۳)، تقویت کانال‌های عرضه (دسترسی به اطلاعات بازار) (دفت و آلبرز، ۲۰۱۳؛ بستام و همکاران، ۱۳۹۴ و فونگتونگ و سوریا، ۲۰۱۳) نیز باید در مرکز توجه و تأکید قرار گیرند.

دولت و سایر دستگاه‌های متوالی نیز می‌توانند با ایجاد و تقویت نمایشگاه‌های محلی و منطقه‌ای که موجب برقراری ارتباط مستقیم بین تولیدکننده و مشتری می‌شود، گام بسیار مهمی را در بهبود وضعیت جاری مشاغل روستایی بردارد و موجب پویایی فضای کسب و کار در روستاها شود.

بهبود فضای کسب و کار روستایی با کاهش قوانین و مقررات دست‌وپاگیر و رقابت‌پذیری (کاسادیسوس - ماسانل و ریچارت ۲۰۱۰ و ایزدی و همکاران، ۱۳۹۵) و همچنین بهبود و اصلاح قوانین مالیاتی و بیمه (مقیمی و همکاران، ۱۳۸۹؛ هیسریچ و درنووسک، ۲۰۰۲؛ فرای، ۱۹۹۳؛ نیکولاس، ۲۰۱۰؛ رودگرزاد و همکاران، ۲۰۱۱؛ حسین‌زاده و همکاران، ۱۳۹۰ و میدری و همکاران، ۱۳۹۲) نیز در ایجاد ظرفیت‌سازی کارآفرینانه در نتیجه بهبود کسب و کارهای بسیار کوچک در بخش مشاغل خانگی روستایی نقش مؤثری دارند.

توجه به مهارت و دانش‌افزایی و همچنین برنامه‌ریزی، تدوین طرح کسب و کار، توانمندی اجتماعی (یفاژ و همکاران، ۱۳۹۳؛ ایزدی و همکاران، ۱۳۹۵؛ کریمی و همکاران، ۱۳۹۳؛ خراسانی و همکاران، ۱۳۹۳؛ طوسی و همکاران، ۱۳۹۳؛ دادورخانی، ۱۹۹۷؛ هیسریچ و درنووسک، ۲۰۰۲؛ رای، ۱۹۹۳؛ سعدی و همکاران، ۱۳۹۳ و سعدی و حیدری، ۱۳۹۲) نیز باعث توانمندسازی کارآفرینانه و در نتیجه بهبود کسب و کارهای بسیار کوچک در بخش مشاغل روستایی می‌شوند.





به علاوه، همانطور که ملاحظه شد در پژوهش حاضر بر اساس نتایج تحلیل عاملی تاییدی این عوامل در قالب شش دسته پیشران‌های آموزشی - مهارتی، فیزیکی-زیرساختی، شخصیتی، اقتصادی، حمایتی، روانشناختی و اجتماعی - تعاملی قرار گرفتند. شناسایی پیشران‌ها و عوامل تسهیل‌کننده توسعه کسب‌وکار برای روستاییان می‌تواند به‌عنوان راهنمایی جهت اولویت‌بندی و سیاست‌گذاری صحیح در برنامه‌های توانمندسازی و توان‌افزایی که در سال‌های اخیر در کشور توسعه پیدا کرده‌اند، باشد. عدم آگاهی از اینکه کدام عوامل در میزان مشارکت اقتصادی آنها در یک منطقه تاثیرگذارند، معمولاً سبب می‌شود اهداف حمایت مالی و تمرکز نیروی انسانی مشغول در برنامه‌های توانمندسازی فاقد نتیجه مطلوب بماند. در نتیجه مطالعات پژوهشی پیرامون شناسایی عوامل تسهیل‌کننده کسب‌وکارها از ضرورت‌های برنامه‌های توان‌افزایی خواهد بود.

در پایان براساس نتایج پژوهش پیشنهاداتی در ذیل ارائه شده است:

✓ با توجه به اثر مستقیم عامل اجتماعی - تعاملی بر توسعه کسب و کار از دیدگاه افراد مورد مطالعه؛ پیشنهاد می‌شود از طریق تعیین چشم‌انداز و اهداف مشخص برای آنها و تشریح و شفاف‌سازی کامل آن برای همه روستاییان زمینه ایجاد همکاری و همدلی بین آنها فراهم شود به گونه‌ای که به این باور برسند که دارای منافع مشترک هستند و مشتاقانه برای توسعه و بهبود کسب کارشان با هم کار کنند.

✓ با توجه به اثر مثبت و معنادار مهارت آموزی و آموزش بر توسعه کسب و کار توصیه می‌گردد با برگزاری کارگاه‌ها، دوره‌های آموزشی و غیره نسبت به بهبود مهارت‌های کارآفرینانه آنها اقدام شود.

✓ روستاییان باید از اهمیت استقلال مالی و نتایج آن مطلع باشند تا از این طریق، برای کسب منافع مالی تلاش کنند. از این‌رو، ضروری است با برگزاری دوره‌های مدیریت کسب و کار میل به کار و مسئولیت‌پذیری و استقلال در روستاییان افزایش یابد.

✓ توسعه کسب و کارهای روستایی نیازمند بهبود فضای فرهنگی و فیزیکی روستا می‌باشد. به همین دلیل متولیان باید در این خصوص برنامه‌ریزی مدونی داشته باشند.

✓ و نهایتاً با توجه به اینکه دولت در فرایند بهبود و توسعه کسب و کارها برای روستاییان نقش کاتالیزور را بر عهده دارد و از سویی تامین زیرساخت‌های توسعه بر عهده دولت می‌باشد. از این‌رو، اهمیت این مساله به خصوص در مورد کسب‌وکارهای روستاییان بیشتر می‌گردد. لذا، پیشنهاد می‌شود که دولت باید به‌ویژه در دو مورد تامین تسهیلات و بازاریابی، کارآفرینان روستایی را یاری دهد.



## منابع

۱. امامی، ف. و دربان آستانه، ع. ر. (۱۴۰۰). شناسایی پیش‌ران‌های موثر بر توسعه کالبدی روستایی استان گیلان با رویکرد آینده‌پژوی. مطالعات جغرافیایی نواحی ساحلی. سال دوم، شماره اول، بهار ۱۴۰۰، صص ۱۴۴ - ۱۱۵.
۲. جلیلیان، س. و سعدی، ح. ا. (۱۳۹۴). بررسی تاثیر مولفه‌های اجتماعی - اقتصادی بر توانمندی روانشناختی زنان روستایی در شهرستان اسلام آبادغرب. پژوهش‌های روستایی - زمستان ۱۳۹۴.
۳. جلیلیان، س. و سعدی، ح. ا. (۱۳۹۵). نقش توانمندسازی زنان در تصمیم‌گیری‌های اقتصادی خانوارهای روستایی (مطالعه موردی: خانوارهای روستایی در شهرستان اسلام آبادغرب). برنامه‌ریزی منطقه‌ای - بهار ۱۳۹۵.
۴. جلیلیان، س.، علم بیگی، ا.، حجازی، ی.، رضوانفر، ا. و رضایی، ع. (۱۴۰۰). تحلیل محتوای تحول سازمانی در راستای استقرار نظام اطلاعات در سازمان شیلات ایران. مجله تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران - ۱۴۰۰.
۵. رودگر نژاد، ف. و کیاجوری، ک. (۱۳۸۹). چالش‌ها و موانع توسعه مشاغل خانگی، اولین همایش ملی مشاغل خانگی، چالش‌ها - راهکارها، تهران، صص ۱۳۵ - ۱۴۳.
۶. سپهوند، فاطمه، & کریمی، سعید. (۱۳۹۹). پیش‌ران‌های آموزشی مؤثر بر توانمندسازی اقتصادی زنان روستایی شهرستان نهاوند در توسعه کسب و کارهای خانگی. پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، ۱۲(۵۴)، ۵۲-۳۰. doi: ۲۰۲۱.۳۴۳۶۰۰.۱۷۴۴/jaeear.۱۰.۲۲.۹۲
۷. شریف زاده، ع. عربیون، ع. و شریفی، م. (۱۳۹۰). بررسی موانع توسعه شرکت‌های کشاورزی در استان گلستان. مجله روستا و توسعه، زمستان ۱۳۹۰، دوره ۱۳، شماره ۴، صص ۱۶۰ - ۱۲۹.
۸. طهماسبی، مریم، خسروی پور، بهمن، برادران، مسعود، & غنیا، منصور. (۱۳۹۹). مؤلفه‌های برساننده فضای کسب و کارهای خرد زنان روستایی؛ مورد مطالعه استان‌های گیلان و مازندران. تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران، ۱۲(۴)، ۷۳۱-۷۴۴. doi: ۲۰۱۹.۲۹۰۴۲۸.۶۶۸۸۲۷/ijaedr.۱۰.۲۲.۵۹
۹. فرخ، ش.؛ کردناجی، ا.؛ خدادحسینی، ح. و زالی، م. (۱۳۹۶). شناسایی الگوی رشد کسب و کارهای کوچک و متوسط در صنعت غذایی ایران. با استفاده از نظریه‌ی هم‌برخاسته از داد‌ها، فصلنامه توسعه کارآفرینی، دوره ۱۰، شماره ۳، پاییز ۱۳۹۶.
۱۰. فلاح، محمدرضا. (۱۳۹۷). شناسایی پیش‌ران‌های مؤثر در توسعه کسب‌وکارهای بسیار کوچک (میکرو) در بخش مشاغل خانگی روستایی. تحقیقات بازاریابی نوین، ۸(۳)، ۱۴۰-۱۱۹. doi: ۲۰۲۱.۰۸.۱۵۳۹/nmrj.۱۰.۲۲.۱۰۸.۲۰۱۸.۱۰۸۵۶۸.۱۵۳۹
۱۱. قربانی، مهدی، عوض پور، لیلا، & شریعتی نیاسر، قائم. (۱۴۰۰). واکاوی اثرات توان‌افزایی از طریق تأمین مالی خرد بر راه‌اندازی کسب و کار پایدار روستایی. تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران، ۱۲(۲)، ۳۷۰-۳۵۵. doi: ۲۰۲۱.۲۸۲۲۷۳.۶۶۸۷۶۱/ijaedr.۱۰.۲۲.۵۹



۱۲. کریمی، آ.؛ بانکی پور، ب. و احمدپور داریانی، م. (۱۳۹۳)، تحلیل سازوکارهای توسعه‌ی کسب و کارهای کوچک و متوسط (مطالعه موردی: کسب و کارهای کوچک و متوسط قزوین)، فصلنامه توسعه کارآفرینی، دوره ۷، شماره ۲، تابستان ۱۳۹۹.

۱۳. محمدزاده، ز.؛ مرتضوی، س. و مهارتی، ی. (۱۳۹۵)، اثر ترس ادراکی کارآفرینان بر عملکرد فردی و عملکرد کسب و کار در واحدهای کوچک تولیدی شهرستان گناباد، فصلنامه توسعه کارآفرینی، دوره ۹، شماره ۲، تابستان ۱۳۹۵.

۱۴. مرادنزادی، ه. واحدی، م. (۱۳۹۸). واکاوی موانع راه‌اندازی کسب‌وکارهای خانگی در مناطق روستایی استان ایلام. تحقیقات اقتصاد کشاورزی/ جلد ۱۲ / شماره ۳/ پاییز ۱۳۹۸ (صص ۳۱۸-۳۰۳).

۱۵. مهدوی، افسون، & جلال آبادی، لیلا. (۱۴۰۱). شناسایی پیشران‌های کلیدی موثر بر توسعه پایدار منظومه روستایی شهربابک با رویکرد آینده پژوهی. روستا و توسعه پایدار فضا، ۳(۳)، ۵۸-۸۲. doi: ۲۰۲۲.۵۳۷۲.۱۱۱۲/vssd.۱۰.۲۲۰۷۷

۱۶. مهدوی، ا. و جلال‌آبادی، ل. (۱۴۰۱). شناسایی پیشران‌های کلیدی موثر بر توسعه پایدار منظومه روستایی شهربابک با رویکرد آینده پژوهی. فصلنامه روستا و توسعه پایدار فضا. دوره سوم، شماره سوم، پیاپی یازدهم، پائیز ۱۴۰۱، صفحات ۵۸-۸۲. doi: 10.22077/vssd.2022.5372.1112

۱۷. نادری‌مهدی، ک. و جلیلیان، س. (۱۳۹۵). واکاوی ناامنی غذایی و برخی عوامل موثر بر آن در زنان روستایی سرپرست خانوار شهرستان اسلام آبادغرب. پژوهش و برنامه ریزی روستایی - بهار ۱۳۹۵.

۱۸. ورمزیاری، حجت، امیری میجان، محمد علی، کلاتتری، خلیل، شایق، محمد آصف. (۱۴۰۱). تحلیل موانع اثربخشی صندوق های تأمین مالی خرد در توسعه کسب و کارهای روستایی. تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران، (۰)، - . doi: ۲۰۲۲.۳۴۵۶۷۱.۶۶۹۱۵۸/ijaedr.۱۰.۲۲۰۵۹

۱۹. یعقوبی‌فرانی، ا. و جلیلیان، س. (۱۳۹۴). اثرات اقتصادی و اجتماعی مشاغل خانگی زنان روستایی در شهرستان اسلام آبادغرب. اقتصاد فضا و توسعه روستایی - تابستان ۱۳۹۴.

20. AhmadpourDariani, M., Nikbin, H., Karimi, A. (2012). Factors Affecting Entrepreneurship Development through Agricultural Advisory Services Corporations in Zanjan Province. *Iranian Journal of Agricultural Economics and Development Research*. 42-2 (4), 535-546. [10.22059/ijaedr.2012.28585](https://doi.org/10.22059/ijaedr.2012.28585). (In Persian)

21. Alecchi, B. (2020). Toward Realizing the Potential of Latin America's Women Entrepreneurs: An Analysis of Barriers and Challenges. *Latin American Research Review*, 55(3), 496-514. doi:10.25222/larr.108.

22. Amini A.M., Ahmadishapourabad, M. (2008). The employment of rural women in the two cities of Barkhar - Mimeh and Flowerjan of Isfahan province and the evaluation of its effect on their economic self-reliance. *Womens Studies*, 5(1), 65-91. (in Persian)

23. Arasti, Z., Maleki, M.M. (2014). Formal & Informal Institutional Factors affecting the Implementation of social Entrepreneurial activities by Women. *Women's Studies (Sociological & Psychological)*. 12(1), 97-118. (In Persian)

24. Battino, S.; Lampreu, S. (2019). The Role of the Sharing Economy for a Sustainable and Innovative Development of Rural Areas: A Case Study in Sardinia (Italy). *Sustainability*. 20: 11- 20.



25. Bithas, K. (2020). A bioeconomic approach to sustainability with Ecological thresholds as an operational indicator. *Environmental and Sustainability Indicators* 100027 ,6. <https://doi.org/10.1016/j.indic.2020.100027>.
26. Daniel, E.M., Owen, R. (2022). Home-Based Self-Employment: Combining Personal, Household and Employment Influences. *Journal of Enterprising Culture*, 30 (02), 123-160. <https://doi.org/10.1142/S0218495822500054>.
27. Debski, M. (2017). *Quality in The Marketing Communication of Micro Family Businesses Offering Accommodation Services*. Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu. 148-159.
28. Fallah Jelodar, R., Farajollah Hosseini, S.J., Hosseini, S.M., Mirdamad, S.M. (2008). Factors Contributing to the Success of Rural Women's Entrepreneurship in North of Iran. *Quarterly journal of Village and Development*, 10 (4), 87-116. (In Persian)
29. Fallah M.R. (2019). Identifying Drivers Affecting Micro-Business Development in Rural Home Business. *New Marketing Research Journal*. 8 (3), 119-140. (In Persian)
30. Hashemi, S.H., Pouraminzade, S. (2011). 1st Annual Conference of Management, Innovation, Entrepreneurship. Shiraz, Iran. (In Persian)
31. Heidari Sarban, V., Hassanzadeh, M. (2014). Survey of Barriers to Rural Women Economic Empowerment in Iran. *European Online Journal of Natural and Social Sciences*, 3 (3), 494-500. (In Persian)
32. Henry, C., Hill, F., Leitch, C. (2005). Entrepreneurship education and training: can entrepreneurship be taught? Part I", *Education & Training*, 47 (2), 98-111. <https://doi.org/10.1108/00400910510586524>.
33. Javidnia, K., Javidnia, M. (2012). Factors affecting the tendency of women to learn skills in the labor sector Household: a case study in Garmsar city. *Journal of Research in Educational science*. 6(17), 145-167. (In Persian)
34. Kabir, M. N. (2019). **Knowledge-Based Social Entrepreneurship: Understanding Knowledge Economy, Innovation, and the Future of Social Entrepreneurship**. Springer Nature America, New York, United States.
35. Kirby, D.A. (2000). Entrepreneurship education: can business schools meet the challenge? *Education and Training*, 46 (8/9), 510-519.
36. Mehrdad, H. (2012). A Study of Factors Affecting Entrepreneurship in Lorestan Province with an Emphasis on Education. *Journal of New Approaches in Educational Administration*. 2(8), 97-114. [20.1001.1.20086369.1390.2.8.5.5](https://doi.org/10.1001.1.20086369.1390.2.8.5.5). (In Persian)
37. Minniti, M. (2010) Female Entrepreneurship and Economic Activity. *European Journal of Development Research*. 22, 294-312.
38. Modarresi, M., & Arasti, Z. (2021). Cultural Challenges of Women Entrepreneurs in Iran. DOI:10.1108/978-1-80071-326-020211013.
39. Motta V.F., Galina, S. (2023). Experiential learning in entrepreneurship education: A systematic literature review, *Teaching and Teacher Education*, 121. <https://doi.org/10.1016/j.tate.2022.103919>.
40. Muhammad, S., Ximei, Q., Saqib, Sh.E., Beutell, N.J. (2021). Women's Home-Based Entrepreneurship and Family Financial Position in Pakistan. *Sustainability*. 13(22), <https://doi.org/10.3390/su132212542>
41. Petterson, K., Ahl, H., Berglund, K., Tillmar, M. (2017). In the name of women? Feminist readings of policies for women's entrepreneurship in Scandinavia. *Scandinavian Journal of Management*, 33(1), 50-63.
42. Pishbin, S.A.R., Irvani, H., Movahed Mohammadi, S.H., Shabanali Fami H., Rezvanfar, A. (2012). An investigation of the Role of Environmental Factors on Entrepreneurial Orientation,



- Evidences from Iranian Animal Production Cooperatives. *Iranian Journal of Agricultural Economics and Development Research*. 43(3), 497-509. 10.22059/ijaedr.2012.30509. (In Persian)
43. Raley, S. (2015). *Marriage and the Dual-Career Family*. International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences (Second Edition). 605-610.
44. Razavi, S.M., Zali, M.R., Faghih, N., Poordariyani, M.A., Yadollahi Farsi, J. (2010). *Monitoring Entrepreneurship in Iran GEM-based data, 2008*. Labour and Social Security Institute. (In Persian)
45. Saemifard, M.A., Bakhshipour, A., Mohammadipoor M. (2020). The Effectiveness of Multiaxial Pattern of Vocational Choice on the Development of Small- and Mid-Sized Home-based Businesses. *Journal of Sabzevar University of Medical Sciences*, 27 (06), 761-768. (In Persian)
46. Shafiee, M. (2013). **Organizational Commitment in Knowledge-Based Startups; Team Cohesion and Business Survival in a Competitive Environment** *Journal of technology growth*, 9(34), 44-52. {In Persian}.
47. Soleymani, A., Yaghoubi Farani, A., Karimi, S., Azadi, H., Nadiri, H., Scheffran, J. (2021). Identifying sustainable rural entrepreneurship indicators in the Iranian context. *Journal of Cleaner Production*, 290 (25), <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.125186>.
48. Tiwari, A., Sharma, R. R., & Sharma, T. (2021). A Case of Family Business Strategy of Expansion. *Global Business Review*, 0(0). <https://doi.org/10.1177/0972150921989667>.
49. World Commission on Environment and Development (WCED), 1987. Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future. Retrieved from. <http://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/5987our-common-future.pdf>.
50. WorldBank. (2018). *Reading the rural poor: UN Updated Strategy for Rural Development*. Washington D.C, (1), 65-68.