

واکاوی موانع راه‌اندازی کسب‌وکارهای خانگی در مناطق روستایی استان ایلام

همایون مرادنژادی^۱ و مرجان واحدی^۲*

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۶/۲ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۸/۲

چکیده

این پژوهش باهدف واکاوی موانع راه‌اندازی کسب‌وکارهای خانگی در مناطق روستایی استان ایلام به انجام رسیده است. روش‌شناسی پژوهش توصیفی - پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش کارشناسان اقتصادی ستادی سازمان‌های اجرایی استان ایلام به تعداد ۳۴۵ نفر بودند. بر اساس فرمول کوکران تعداد ۱۴۰ نفر به‌عنوان نمونه آماری برآورد و با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای با انتساب متناسب، مورد مطالعه قرار گرفتند. ابزار پژوهش پرسش‌نامه‌ای بوده که برای تعیین روایی آن از دیدگاه صاحب‌نظران مرتبط با موضوع استفاده شد و پایایی آن با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ، ۰/۷۷ درصد بدست آمد. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS انجام گرفت. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها، از تحلیل عاملی با رویکرد اکتشافی استفاده شد. نتایج نشان دادند، عامل‌های اقتصادی - سیاسی، تجربه کسب‌وکار، مهارتی، آموزشی، فرهنگی - اجتماعی و روان‌شناختی در مجموع ۵۳/۳ درصد از واریانس کل موانع راه‌اندازی کسب‌وکارهای خانگی در مناطق روستایی استان ایلام را تبیین کردند.

طبقه‌بندی JEL: M, M1, M13

واژه‌های کلیدی: کسب‌وکار خانگی، موانع، راه‌اندازی، مناطق روستایی.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

^۱ - دانشیار گروه کارآفرینی و توسعه روستایی، دانشگاه ایلام.

^۲ - استادیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه آزاد اسلامی واحد ایلام.

*- نویسنده مسئول مقاله: h.moradnezehadi@ilam.ac.ir

پیشگفتار

امروزه توسعه روستایی یکی از مباحث مهم در توسعه اقتصادی و اجتماعی کشورها بویژه در کشورهای جهان سوم بشمار می‌رود (امین آقایی، ۱۳۸۸). رشد و توسعه نواحی روستایی با توجه به نقش آن‌ها در فرایند توسعه ملی به‌ویژه در زمینه تأمین مواد غذایی، از اهمیت و ضرورتی بالا برخوردار است به همین دلیل اندیشمندان و سیاست‌گذاران کشورهای گوناگون نسبت به توسعه روستایی و رفع مشکلات و معضلات آن‌ها توجه ویژه دارند (کرد و آبتین، ۱۳۹۲)، اما در ایران نبود فرصت‌های شغلی، وجود بیکاری و هم‌چنین، فقر روستایی را می‌توان از مشکلات اساسی روستاهای کشور برشمرد که به مهاجرت‌های روستا شهری منجر شده و این امر مشکلاتی را هم برای شهرها و هم روستاها و در واقع، برای کل کشور فراهم آورده است. لذا، باید به دنبال راه‌حل‌های مناسب برای رفع مشکل بیکاری به‌منظور دستیابی به رشد اقتصادی پایدار بود (عقیلی و همکاران، ۱۳۹۱). تضمین و تداوم حیات و بقای روستاها نیازمند یافتن راه‌حل‌ها و روش‌های جدید مقابله با مشکلات هستند که به نوآوری، ابداع، خلق، محصولات، فرایندها و روش‌های جدید بستگی زیادی دارد. از جمله راهکارهایی که در این زمینه می‌تواند کارگشا باشد موضوع کارآفرینی روستایی است (هاشمی و همکاران، ۱۳۹۰). روستاهای ایران نیز همچون شهرها، مملو از فرصت‌های نوین و کشف نشده هستند که کشف و بهره‌برداری به موقع از این فرصت‌ها و ایجاد کسب‌وکارهای نوین و رقابت‌پذیر می‌تواند مزایای اقتصادی چشم‌گیری برای روستاییان به همراه آورد (قاسمی سیانی، ۱۳۸۸). تجربه بسیاری از کشورها نشان می‌دهد مشاغل خانگی راهکاری مناسب برای کاهش نرخ بیکاری و فراهم ساختن زمینه اشتغال زنان و جوانان، بشمار می‌رود (فلاح جلودار و همکاران، ۱۳۸۶). ضرورت توسعه کسب‌وکارهای خانگی از جمله راهکارهای مناسب برای توسعه اشتغال‌های خرد و متوسط بویژه برای جمعیت وسیعی از زنان و جوانان که دارای مهارت کافی در انجام برخی از کارها هستند، اما به دلیل بازار نامناسب اشتغال نمی‌توانند جذب بازار شوند، است (بیگدلی شاملو، ۱۳۸۹). توسعه این کسب‌وکارها فرصتی مناسب را برای اجرای یک ایده کارآفرینانه با ریسک و هزینه‌های بسیار پایین فراهم می‌کنند، به گونه‌ای که آن را مرکز رشدی برای کسب‌وکارهای کوچک و متوسط و تبدیل آن به یک کسب‌وکار واقعی می‌دانند. مطالعات نشان می‌دهند که بیش از ۷۰ درصد کارآفرینان موفق در ابتدا کار خود را از خانه شروع کرده‌اند (فین‌مارک^۱، ۲۰۰۶). امروزه کسب‌وکارهای خانگی از بخش‌های حیاتی و ضروری فعالیت‌های اقتصادی کشورهای پیشرفته بشمار می‌روند. کسب‌وکار خانگی از نظر ایجاد شغل، نوآوری در عرضه محصولات یا خدمات، می‌تواند موجب تنوع و دگرگونی زیادی در اجتماع و اقتصاد هر کشور شوند. هم‌چنین، برای جوانان، کسب‌وکارهای خانگی نقطه

^۱ -Finmark

شروعی مناسب برای راه‌اندازی کسب‌وکار شخصی است، زیرا راه‌اندازی آن در مقایسه با دیگر انواع کسب‌وکار ساده و آسان است (محبی، ۱۳۹۰). از آن‌جا که کسب‌وکارهای کوچک و متوسط شاخصه‌هایی همانند اهداف گوناگون بوده و نیاز به منابع متنوع و تمایلی کم‌تر به ریسک‌پذیری و سرمایه‌گذاری کم‌تری نیاز دارند، لازم است مقوله تسهیل‌گری در راه‌اندازی این کسب‌وکارها مورد توجه قرار گیرد (ممیلی^۱ و همکاران، ۲۰۱۵). از لحاظ اجتماعی و روانی توسعه کسب‌وکارهای خانگی در روستا باعث افزایش رفاه ذهنی و عینی روستاییان و بالا رفتن سطح زندگی آنان، افزایش اعتماد و گسترش روابط اجتماعی و روانی روستاییان است (رضوانی و همکاران، ۱۳۸۹). کسب‌وکارهای خانگی به کوچک‌ترین نوع کسب‌وکار گرایش دارند (کارت^۲ و همکاران، ۲۰۰۴). اگرچه کسب‌وکارهای خانگی، بویژه در کشورهای در حال توسعه اغلب به صورت غیررسمی بوده و از آن درآمد چندانی نصیب دولت‌ها نمی‌شود، اما پژوهش‌ها نشان می‌دهد که این نوع کسب‌وکارها نقشی قابل توجه در اشتغال و کارآفرینی ایفا می‌کنند (تایپل^۳، ۲۰۰۶). اغلب این تصور وجود دارد که این نوع کسب‌وکار در کشورهای فقیر و کمتر توسعه‌یافته رواج داشته در حالی که آمارها بیانگر آن است که کسب‌وکارهای خانگی و خوداشتغالی در خانه بخشی قابل توجه از نیروی کار کشورهای پیشرفته را به خود اختصاص داده است (ان‌ای اس‌ای^۴، ۲۰۰۶). در مناطق روستایی، با وجود افراد خلاق، نوآور و کوشا، بنا به دلایلی همچون عدم تأمین مالی کشاورزان، ارایه پیشنهادها و طرح‌های بدون نقشه پیشین و طراحی نشده، پاسخ ندادن سریع به ایده‌ها و پیشنهادها، تازه، نبود سیستم پیشنهادها، اطمینان نداشتن از سرقت ایده‌ها، نبود دورنمای مشترک از نوآوری، نداشتن دسترسی به داده‌های موثق و شفاف، ساختار مکانیکی، نبود فرهنگ حمایت از کارآفرینی، فاصله با بازار و خدمات، شکاف در دسترسی به سرمایه، کاهش فرصت‌های شبکه‌ای و ارتباطی، و نبود خوشه‌های صنعتی تسریع‌کننده نوآوری، فعالیت‌های کارآفرینانه نهادینه نشده است (هریتوت^۵، ۲۰۰۲ و مارکلی^۶، ۲۰۰۲). با وجود این‌که این نوع کسب‌وکارها در ایران نیز سابقه‌ای دیرینه دارد و می‌تواند به‌منزله رویکردی مناسب در فرایند بهینه‌سازی و بهره‌وری نیروی کار و افزایش زمینه‌ها و فرصت‌های اشتغال برای زنان و دختران روستایی محسوب شود، به‌منزله گزینه‌ای مناسب برای اشتغال زنان و دختران ظرفیت‌های مناسبی ندارد و توسعه آن با موانعی روبه‌رو است (یعقوبی فراهانی و همکاران، ۱۳۹۳). نادری مهدیی و تیموری در پژوهشی با عنوان شناسایی موانع و

^۱- Memili

^۲-Carter

^۳- Tipple

^۴- National Association for the Self-Employed

^۵- Heritot

^۶- Markley

راهکارهای مشاغل خانگی زنان روستایی از دیدگاه صاحب‌نظران و متولیان اجرایی، نتیجه گرفته‌اند که نبود بازار فروش مناسب و مشکلات مربوط به بازار، وجود تورم و بی‌ثبات بودن وضعیت اقتصادی در جامعه مانع از گسترش فعالیت‌های کارآفرینانه زنان روستایی در محیط خانگی می‌شود (نادری مهدیی و تیموری، ۱۳۹۲). میرلطفی و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهشی با عنوان آسیب‌شناسی اثرات توسعه مشاغل خانگی در مناطق روستایی (مطالعه موردی: روستاهای بخش دیشموک شهرستان کهگیلویه) خرید ارزان محصولات و حمایت نکردن مسئولان و نبود حمایت مالی را از مشکلات توسعه مشاغل خانگی دانسته‌اند (میرلطفی و همکاران، ۱۳۹۳). تقی بیگی و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهشی با عنوان بررسی موانع و راهکارهای مناسب توسعه مشاغل خانگی روستایی شهرستان اسلام‌آباد غرب نتیجه گرفته‌اند که مهم‌ترین موانع توسعه مشاغل خانگی موارد شخصیتی، فردی، اقتصادی، خانوادگی و دولتی بوده‌اند (تقی بیگی و همکاران، ۱۳۹۳). بر اساس داده‌های سرشماری سال ۱۳۹۰ مرکز آمار ایران، ۳۵/۷۴ درصد از جمعیت استان ایلام در نواحی روستایی زندگی می‌کنند (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۰). نواحی روستایی استان ایلام 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 استان به وجود آورده‌اند. شناخت و تجزیه و تحلیل این مسائل و ارایه راهکارهای مناسب برای برطرف کردن یا حداقل کم‌رنگ کردن آن‌ها آثاری از جمله: رونق بخش کشاورزی، استفاده بهینه از پتانسیل‌های نواحی روستایی، تثبیت جمعیت در این نواحی و در نهایت، توسعه روستایی در این استان را در پی دارد (آزادی و بیگ محمدی، ۱۳۹۱). به نظر می‌رسد که توسعه کسب‌وکارهای خانگی در مناطق روستایی این استان می‌تواند به روند توسعه استان و بهبود وضعیت تولید و اشتغال در روستاها شود. بررسی پیشینه موضوع نشان می‌دهد که تاکنون پژوهشی در زمینه زمینه‌ها، موانع و راهکارهای توسعه کسب‌وکارهای خانگی در این استان انجام نگرفته است. بنابراین، این پژوهش بر آن است تا با واکاوی موانع راه‌اندازی کسب‌وکارهای خانگی در مناطق روستایی استان ایلام، گامی در راستای توسعه روستایی این استان بردارد.

پیشینه پژوهش

رودگر نژاد و کیاکجوری (۱۳۸۹) در پژوهشی با عنوان چالش‌ها و موانع توسعه کسب‌وکارهای 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، تأمین نیازهای مالی و اعتباری از راه سیاست‌های مالی و پولی برای تأمین نیازهای مالی، محدودیت‌های بازرگانی، صادراتی و قوانین حقوقی را مهم‌ترین راهکارهای توسعه کسب‌وکارهای خانگی برشمرده‌اند. انتظاریان و طهماسبی (۱۳۸۹) در پژوهشی با عنوان، موانع و راهکارهای توسعه مشاغل خانگی در ایران نتیجه گرفته‌اند که کمبود فضای مناسب و نبود تعریف مشخص از قوانین کسب‌وکار خانگی موانع راه‌اندازی کسب‌وکارهای خانگی در ایران هستند. یعقوبی فراهانی و همکاران (۱۳۹۲) در پژوهشی با عنوان شناسایی بازدارنده‌های گرایش زنان روستایی به مشاغل خانگی نتیجه گرفته‌اند که عوامل فرهنگی و اجتماعی، زیرساختی و مالی، شخصیتی، حمایتی، خانوادگی و آموزشی از بازدارنده‌های گرایش زنان روستایی به مشاغل خانگی هستند. نادری مهدیی و تیموری در پژوهشی با عنوان شناسایی موانع و راهکارهای مشاغل خانگی زنان روستایی از دیدگاه صاحب‌نظران و متولیان اجرایی، نتیجه گرفته‌اند که نبود بازار فروش مناسب و مشکلات مربوط به بازار، وجود تورم و بی‌ثبات بودن وضعیت اقتصادی در جامعه مانع از گسترش فعالیت‌های کارآفرینانه زنان روستایی در محیط خانگی می‌شود. نظریان و بهبهانی (۱۳۹۲) در پژوهشی با عنوان سیاست‌های بهینه‌سازی و گسترش مشاغل خانگی توسط زنان، عدم استقبال عمومی از تولیدات خانگی به‌خصوص مواد غذایی را مطمئن نبودن مصرف‌کنندگان از کیفیت محصول و رعایت بهداشت در تولید محصولات، نداشتن نظارت از سوی نهادی رسمی و دولتی بر تولیدات خانگی و نبود بازار فروش مشخص دانسته‌اند. بر اساس نتایج پژوهش نجفی و صفا (۱۳۹۳) با عنوان بررسی کسب‌وکارهای خانگی کارآفرینانه و موانع و چالش‌های توسعه آن‌ها در مناطق روستایی مشخص شد که توسعه کسب‌وکارهای خانگی کارآفرینانه در مناطق روستایی با موانع و چالش‌های متعددی روبرو می‌باشند که برخی از مهم‌ترین آن‌ها شامل عدم وجود طرح کسب‌وکار مناسب، نبود تجربه و تخصص لازم در روستاییان، نداشتن دسترسی مناسب روستاییان به بازار، دسترسی نداشتن به داده‌ها و منابع داده‌ای، نبود تأمین اعتبار مالی برای سرمایه‌گذاری کسب‌وکار خانگی و وجود موانع قانونی بودند. شریف‌زاده و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهشی در زمینه توسعه کسب‌وکارهای خانوادگی روستایی در استان گلستان دریافتند که مسایل عمده توسعه کسب‌وکارهای خانوادگی روستایی شامل: مساعد نبودن محیط کسب‌وکار در مناطق روستایی؛ توسعه نیافتگی بازار؛ گذار و شکاف بین نسلی در انتقال ارزش‌ها، مهارت‌ها و فرهنگ کسب‌وکارهای خانوادگی روستایی؛ نبود پشتیبانی رسمی نهادمند؛ برهمکنش نابسود خانواده و کسب‌وکار؛ ناکارآمدی مدیریت تولید و کارکردهای کسب‌وکار؛ و فشارهای اجتماعی بود. میرلطفی و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهشی با عنوان آسیب‌شناسی اثرات توسعه مشاغل خانگی در

مناطق روستایی (مطالعه موردی: روستاهای بخش دیشموک شهرستان کهگیلویه) خرید ارزان محصولات و حمایت نکردن مسئولان و نبود حمایت مالی را از مشکلات توسعه مشاغل خانگی دانسته‌اند. تقی بیگی و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهشی با عنوان بررسی موانع و راهکارهای مناسب توسعه مشاغل خانگی روستایی شهرستان اسلام‌آباد غرب نتیجه گرفته‌اند که مهم‌ترین موانع توسعه مشاغل خانگی موارد شخصیتی، فردی، اقتصادی، خانوادگی و دولتی بوده‌اند. فرای (۱۹۹۳) در پژوهشی با عنوان رویکردها و رهیافت‌های کارآفرینی زنان، نتیجه گرفته است که عدم تخصص، نبودن بازار، نبود داده‌ها، نبودن طرح کسب‌وکار، عدم تأمین مالی و موانع قانونی از موانع اصلی توسعه کسب‌وکارهای خانگی است. کنتاندو و کجلدسن (۲۰۰۰) در پژوهشی با عنوان موانع عدم گرایش زنان به سمت مشاغل خانگی، نتیجه گرفته‌اند که انجام وظایف منزل و وجود فرزندان خردسال مانعی در ورود زنان به مشاغل خانگی است. هیسریچ (۲۰۰۲) در پژوهشی با عنوان مشاغل خانگی زنان، فرصت‌ها و تهدیدها، نتیجه گرفته است که مشکلات قانونی این کسب‌وکارها از جمله نامشخص بودن چتر حمایتی بیمه برای افراد زیرپوشش مشاغل خانگی و قوانین مالیاتی آر موانع توسعه مشاغل خانگی است.

روش‌شناسی

این پژوهش از نظر هدف کاربردی است از نظر سطح نظارت و کنترل جزء پژوهش‌های میدانی است و از نظر گردآوری داده‌ها جزو پژوهش‌های توصیفی است و از میان پژوهش‌های توصیفی از روش پیمایشی بهره برده است. جامعه آماری پژوهش، جامعه آماری پژوهش کارشناسان اقتصادی ستادی سازمان‌های اجرایی استان ایلام به تعداد ۳۴۵ نفر بود. برای برآورد تعداد نمونه آماری از فرمول کوکران استفاده شد که بر اساس این فرمول تعداد نمونه آماری ۱۴۰ نفر محاسبه و با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای با انتساب متناسب انتخاب و مورد مطالعه قرار گرفتند. برای تعیین روایی پرسش‌نامه پژوهش از دیدگاه صاحب‌نظران و متخصصان مرتبط با موضوع و پایایی آن توسط نرم‌افزار SPSS با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ، ۰/۷۷ درصد بدست آمد که بیانگر مناسب بودن پرسشنامه بود. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS انجام گرفت. با توجه به این‌که این پژوهش از نوع پژوهش‌های پیمایشی است و به دنبال کاهش حجم متغیرها و رسیدن به یک رتبه‌بندی در ارتباط با اهداف پژوهش بود، از روش تحلیل عاملی با رویکرد اکتشافی استفاده شد.

نتایج و بحث

همان‌گونه که در روش‌شناسی اشاره شد، نمونه آماری این پژوهش کارشناسان اقتصادی ستادی سازمان‌های اجرایی استان ایلام به تعداد ۱۴۰ نفر بودند که موانع راه‌اندازی کسب‌وکارهای خانگی از دیدگاه آن‌ها مورد مطالعه مورد قرار گرفت. بر اساس داده‌های گردآوری‌شده بیش‌تر (۲۵/۸ درصد) پاسخ‌دهندگان دارای مدرک تحصیلی کارشناسی، ۹/۰۹ درصد دارای مدرک فوق‌دیپلم، ۲۰/۹ درصد مدرک دیپلم و ۲۳/۰۸ درصد نیز دارای مدرک پایین‌تر از دیپلم بوده‌اند. بر اساس داده‌های بدست آمده، در میان پاسخ‌دهندگان، بیش‌ترین فراوانی به گروه سنی کمتر از ۳۸ سال (۴۶/۸ درصد) و کم‌ترین فراوانی به گروه سنی بیش از ۵۰ سال تعلق دارد. برای دست‌یابی به هدف پژوهش و روشن شدن موانع راه‌اندازی کسب‌وکارهای خانگی، از تحلیل عاملی با اکتشافی استفاده شد. بمنظور تعیین مناسب بودن داده‌های گردآوری‌شده در این بخش برای تحلیل عاملی، از ضریب K.M.O و آماره بارتلت استفاده شده است. در این پژوهش مقدار K.M.O برابر ۰/۷۱۴ بدست آمد که در سطح ۰/۱ معنی‌دار بود و نشان داده که وضعیت داده‌ها برای تحلیل عاملی در حد مناسب است. مقدار آماره بارتلت نیز برابر ۳۲۱۲/۱۸۷ بدست آمده است. بنابراین در کل داده‌ها برای تحلیل عامل مناسب بوده‌اند. برای تعیین تعداد عوامل بر اساس ملاک کیسر عمل شده است. در جدول ۱ تعداد عوامل استخراج‌شده همراه با مقدار ویژه هر یک از آن‌ها، درصد واریانس مقدار ویژه هر یک از عوامل و درصد واریانس عوامل آمده است. مقدار ویژه، بیانگر سهم هر عامل از کل واریانس متغیرها است. عامل نخست بیش‌ترین سهم (۰/۱۲/۵۲۰) و عامل ششم کم‌ترین سهم (۰/۴/۳۹۸) را در تبیین واریانس کل متغیرها داشته‌اند و در مجموع این ۶۷ عامل توانسته‌اند ۵۳/۲۸۲٪ از کل واریانس عوامل مرتبط با موانع راه‌اندازی کسب‌وکارهای خانگی در مناطق روستایی استان ایلام را تبیین کنند.

در این پژوهش برای چرخش عاملی از روش واریماکس استفاده شده است. پس از مرحله چرخش، متغیرهایی که مربوط به هر عامل هستند به‌صورت ستونی مشخص می‌شوند. پس از پردازش گویه‌های نمایانگر موانع راه‌اندازی کسب‌وکارهای خانگی در مناطق روستایی استان ایلام، نسبت به نام‌گذاری عوامل بدست‌آمده از تحلیل عاملی اقدام شده است. در جدول ۲ هر یک از عوامل و متغیرهای مربوط به آن عامل همراه با عاملی و گویه‌های پوشاننده آن ارائه شده است.

نتایج تحلیل عاملی موانع راه‌اندازی مشاغل خانگی در مناطق روستایی استان ایلام نشان می‌دهد که عوامل اقتصادی - سیاسی ۱۲/۵۲۰ درصد واریانس را به خود اختصاص داده و با مقدار ویژه ۴/۵۶۶ عامل اول تحلیل عاملی موانع راه‌اندازی مشاغل خانگی در مناطق روستایی استان ایلام بوده است. این یافته همسو با نتایج پژوهش‌های انتظاریان و طهماسبی (۱۳۸۹)، یعقوبی فراهانی

(۱۳۹۲)، نجفی و صفا (۱۳۹۳)، میر لطفی و همکاران (۱۳۹۳)، تقی بیگی و همکاران (۱۳۹۳) و فرای (۱۳۹۳) می‌باشد. بر این اساس، می‌توان گفت که مقررات دست و پاگیر اخذ وام‌های بانکی، نداشتن تمکن مالی برای راه‌اندازی کسب‌وکارهای نوین، هزینه‌های زیاد تأمین منابع تولیدی، انعطاف‌ناپذیری قوانین و مقررات حاکم بر سیستم بانکی و مشکل بازاریابی تولیدات کسب‌وکارهای خانگی، به‌عنوان عامل اول، موانع راه‌اندازی کسب‌وکارهای خانگی در مناطق روستایی استان ایلام، بشمار می‌روند. نتایج تحلیل عاملی موانع راه‌اندازی کسب‌وکارهای خانگی در مناطق روستایی استان ایلام نشان می‌دهند که عامل نداشتن تجربه کسب‌وکار ۱۱/۴۲۷ درصد واریانس را به خود اختصاص داده و با دارا بودن مقدار ویژه ۴/۲۳۵ دومین عامل موانع راه‌اندازی مشاغل خانگی در مناطق روستایی استان ایلام بوده است. این یافته همسو با نتایج پژوهش نجفی و صفا (۱۳۹۳) می‌باشد. بنابراین، می‌توان چنین گفت که نبود فرصت‌های لازم برای افراد برای انجام فعالیت‌های خانگی، کم بودن تجربه روستاییان در زمینه فعالیت‌های اقتصادی، موفق نبودن سایر طرح‌های بکار گرفته‌شده قبلی در این زمینه و کم بودن تعداد شرکت‌ها، واحدها یا تعاونی‌های تولیدی الگویی، به‌عنوان عامل دوم، موانع راه‌اندازی کسب‌وکارهای خانگی در مناطق روستایی استان ایلام، بشمار می‌روند. یافته‌ها نشان داد که عامل آموزشی با مقدار ویژه ۳/۵۱۳ سومین عامل موانع راه‌اندازی کسب‌وکارهای خانگی در مناطق روستایی استان ایلام بوده است و توانسته ۹/۱۱۱ درصد واریانس را تبیین کند. این یافته همسو با نتایج پژوهش‌های یعقوبی فراهانی (۱۳۹۲) و نجفی و صفا (۱۳۹۳) می‌باشد. بنابراین، می‌توان گفت که از میان موانع راه‌اندازی کسب‌وکارهای خانگی در مناطق روستایی استان ایلام، پس از موانع اقتصادی-سیاستی و موانع نداشتن تجربه کسب‌وکار، عامل داده‌هایی و آموزشی از موانع راه‌اندازی کسب‌وکارهای خانگی در مناطق روستایی استان ایلام، بوده است. می‌توان چنین گفت که، پایین بودن داده‌های روستاییان از وضعیت بازار کار، فراهم نبودن آموزش‌های لازم برای روستاییان در زمینه کسب‌وکارهای خانگی، عدم وجود برنامه‌های مناسب جهت الگوسازی از نمونه‌های موفق روستاییان دنیا برای شکل‌گیری فضای مناسب کسب‌وکار، نبود آموزش‌های متناسب با نیازهای جامعه روستای، مانع راه‌اندازی کسب‌وکارهای خانگی به وسیله آنان در استان ایلام، بوده است. نتایج تحلیل عاملی نشان داد که، ضعف مهارتی، ۸/۲۱۲ درصد واریانس را به خود اختصاص داده و با مقدار ویژه ۳/۰۰۱ عامل چهارم تحلیل عاملی موانع راه‌اندازی کسب‌وکارهای خانگی در استان ایلام، بوده است. این یافته همسو با نتایج پژوهش‌های شریف‌زاده و همکاران (۱۳۹۳) و فرای (۱۹۹۳) می‌باشد. بر این اساس، می‌توان گفت که توانایی نداشتن برای برقراری ارتباط با دیگر افراد فعال در زمینه مشاغل خانگی، توانایی نداشتن روستاییان استان ایلام برای انجام مکاتبات اداری موردنیاز برای اخذ وام، فروش، بازاریابی و... محصولات مرتبط با کسب‌وکارهای

خانگی خود، عدم توانایی روستاییان برای کار کردن در شرایط پیچیده بازار و رقابت، مانع از راه‌اندازی کسب‌وکارهای خانگی در استان ایلام، شده است. بر اساس یافته‌های تحلیل عاملی موانع راه‌اندازی کسب‌وکارهای خانگی در مناطق روستایی استان ایلام، عامل فرهنگی-حمایتی، ۶/۶۱۲ درصد واریانس را به خود اختصاص داده و با مقدار ویژه ۲/۷۹۷ عامل پنجم موانع راه‌اندازی مشاغل خانگی بوده است. این یافته همسو با نتایج پژوهش‌های شریف‌زاده و همکاران (۱۳۹۳) و یعقوبی فراهانی و همکاران (۱۳۹۲) می‌باشد. بنابراین، می‌توان چنین استدلال نمود که نگرش منفی بانک‌ها و مؤسسات مالی به کسب‌وکارهای خانگی، نبود انگیزه و مشوق‌های مالی جهت افزایش انگیزه و اشتیاق روستاییان جهت راه‌اندازی و اداره کسب‌وکار حمایت‌نشدن کسب‌وکارهای خانگی از سوی خانواده‌ها، نهادینه‌نشدن فرهنگ کسب‌وکارهای خانگی در سطوح گوناگون جامعه و محدود بودن قدرت آزادی روستاییان برای انتخاب نوع فعالیت در خصوص کسب‌وکارهای خانگی سبب جلوگیری در راه‌اندازی کسب‌وکار خانگی به وسیله روستاییان استان، شده است. عامل روان‌شناختی با مقدار ویژه ۱/۰۱۷ ششمین عامل موانع راه‌اندازی کسب‌وکارهای خانگی بوده است و توانسته است ۴/۳۹۸ درصد واریانس را تبیین نماید. این یافته همسو با نتایج پژوهش‌های تقی بیگی و همکاران (۱۳۹۳) و یعقوبی فراهانی و همکاران (۱۳۹۲) می‌باشد بنابراین می‌توان گفت که پایین بودن روحیه ریسک‌پذیری افراد روستایی و اعتماد به نفس پایین آنان، مانع از راه‌اندازی کسب‌وکارهای خانگی به وسیله روستاییان در استان ایلام، بشمار می‌روند.

پیشنهادها

نتایج تحلیل داده‌های موانع راه‌اندازی مشاغل خانگی در مناطق روستایی استان ایلام نشان داد که مهم‌ترین مانع راه‌اندازی این کسب‌وکارها به مؤلفه‌های اقتصادی برمی‌گردد و در این میان نقش بانک‌ها و نهادهای مالی در این خصوص پررنگ‌تر است. بنابراین، لازم است که مدیران بانک‌های عامل استان به این موضوع واقف شوند که مقررات دست و پاگیر شعب بانک‌ها مهم‌ترین مانع برای توسعه اقتصادی روستاهای استان در بخش کسب‌وکارهای خانگی است. با توجه به اهمیت این کسب‌وکارها در ایجاد ثروت و اشتغال در مناطق روستایی استان و نیز نظر به تلاش دولت برای حل کردن بخشی از مشکل اشتغال از راه کسب‌وکارهای خانگی، پیشنهاد می‌شود که این موضوع در دستور کار کارگروه اشتغال و سرمایه‌گذاری استان قرار گیرد تا راهکارهای لازم برای انعطاف‌پذیر نمودن تعدادی از قوانین و مقررات برای تسهیل در راه‌اندازی این کسب‌وکارها در مناطق روستایی ارایه شود.

نظر به اینکه نتایج این پژوهش نشان داد که ضعف بنیه مالی روستاییان، یکی از موانع راه‌اندازی مشاغل خانگی در مناطق روستایی استان ایلام است. بنابراین، پیشنهاد می‌شود که کارگروه اشتغال و سرمایه‌گذاری استان و شورای کمیسیون بانک‌های استان تسهیل‌گری لازم را برای افزایش راه‌اندازی تعداد بیشتری از نمایندگی شعب بانک‌ها و نهادهای مالی و اعتباری انجام دهند. همچنین، پیشنهاد می‌شود که چگونگی راه‌اندازی و فعالیت یک صندوق اعتباری با استفاده از پس‌اندازهای خرد روستاییان برای حمایت از راه‌اندازی کسب‌وکارهای خانگی در مناطق روستایی بررسی شود.

نظر به این‌که نتایج این پژوهش نشان دادند که مشکلات بازاریابی کالاهای کسب‌وکارهای خانگی مناطق روستایی، یکی از موانع راه‌اندازی مشاغل خانگی در مناطق روستایی استان ایلام است. بنابراین، پیشنهاد می‌شود که در هر یک از شهرستان‌های استان یک یا چند کسب‌وکارهای پشتیبان کسب‌وکارهای خانگی باهدف خرید و بازاریابی کالاهای تولیدی مشاغل خانگی در مناطق روستایی ایجاد شود. همچنین، پیشنهاد می‌شود که معاونت هماهنگی امور اقتصادی استانداری به راه‌اندازی یک سامانه برای معرفی و بازاریابی این کالاها اقدام کند.

پیشنهاد می‌شود کالاهای رقابت‌پذیر کسب‌وکارهای در مناطق روستایی شناسایی و سازمان‌ها و دستگاه‌های اجرایی مرتبط با این کالاها زمینه حضور آن‌ها را در نمایشگاه‌های گوناگون داخلی فراهم آورند. همچنین، با توجه به هم‌جواری کشور عراق و نزدیک بودن بازار عراق به استان ایلام، استانداری ایلام با همکاری اتاق بازرگانی استان، زمینه برگزاری نمایشگاه‌های عرضه و فروش کالاهای کسب‌وکارهای خانگی به صورت متمرکز در استان‌های گوناگون عراق را فراهم کنند.

نتایج نشان دادند که نداشتن تجربه کسب‌وکار توسط روستاییان از موانع راه‌اندازی مشاغل خانگی در مناطق روستایی استان ایلام است. می‌توان گفت که این موضوع به نوعی نشان‌دهنده کم‌کاری نهاد خانواده و نیز آموزش و پرورش در مورد آموزش‌های مرتبط با حوزه کسب‌وکار برای دانش‌آموزان است. بنابراین، پیشنهاد می‌شود که آموزش و پرورش تا جایی که مقررات و امکانات اجازه می‌دهد، به طراحی و اجرای کارگاه‌ها و برنامه‌های مرتبط با حوزه کسب‌وکار برای دانش‌آموزان اقدام کند.

به نظر می‌رسد که معرفی نشدن الگوهای موفق کسب‌وکارهای خانگی به جامعه روستایی، از موانع تأثیرگذار بر راه‌اندازی و توسعه کسب‌وکارهای خانگی در مناطق روستایی استان ایلام است. بنابراین، پیشنهاد می‌شود که الگوهای موفق کسب‌وکارهای خانگی مناطق روستایی استان شناسایی و در دفعات پی‌در پی در نمایشگاه‌های مرتبط به موضوع معرفی شوند. همچنین، پیشنهاد می‌شود که صدا و سیما استان اقدام به تولید و پخش برنامه‌هایی برای معرفی الگوهای موفق

کسب‌وکارهای خانگی مناطق روستایی کند. افزون بر این، پیشنهاد می‌شود که استانداری ایلام با همکاری سازمان‌های اجرایی مرتبط، اقدام به برگزاری مسابقه‌های الگوهای موفق کسب‌وکار خانگی مناطق روستایی کند تا این الگوها بیش‌تر معرفی و در معرض دید قرار گیرند.

پیشنهاد می‌شود که فرمانداری‌های شهرستان‌های استان به طراحی بیلبوردها و بنرهایی برای معرفی الگوهای موفق کسب‌وکار خانگی خود و معرفی کارآفرینان این کسب‌وکارها در مکان‌های مناسب اقدام کنند.

نتایج تحلیل داده‌های موانع راه‌اندازی مشاغل خانگی در مناطق روستایی استان ایلام نشان دادند که یکی از موانع راه‌اندازی این کسب‌وکارها به مؤلفه‌های آموزشی برمی‌گردد. پیشنهاد می‌شود با توجه به اهمیت موضوع، پژوهش‌های جامع‌تری یا هدف‌شناسایی روش‌ها، زمینه‌ها و محتوای مناسب برای ارائه آموزش‌ها مؤثر و اثربخش به پیشنهاد کارگروه اشتغال در یکی از دانشگاه‌های استان به انجام برسد تا بتوان با استفاده از نتایج آن برنامه‌های آموزشی متناسب با شرایط مناطق روستایی استان تدوین و ارائه کرد.

نتایج تحلیل عواملی موانع راه‌اندازی مشاغل خانگی در مناطق روستایی استان ایلام نشان دادند که یکی از موانع راه‌اندازی این کسب‌وکارها پایین بودن ریسک‌پذیری و اعتماد به نفس روستاییان برای راه‌اندازی کسب‌وکارهای خانگی است. بنابراین با توجه به نتایج پژوهش‌های متعدد در زمینه تأثیر ویژگی‌های فردی در راه‌اندازی کسب‌وکارها، پیشنهاد می‌شود که این موضوع مورد توجه دستگاهها و سازمان‌های اجرایی مرتبط با حوزه اقتصاد روستاها قرار گیرد و اقدام به برنامه‌های آموزشی مناسب برای بهبود ویژگی‌های روان‌شناختی کارآفرینان روستاییان کنند.

نتایج تحلیل داده‌های موانع راه‌اندازی مشاغل خانگی در مناطق روستایی استان ایلام نشان دادند که یکی از موانع راه‌اندازی این کسب‌وکارها مؤلفه‌های فرهنگی و از میان آن‌ها نگرش منفی بانک‌ها به کسب‌وکارهای خانگی می‌باشد. با توجه به اینکه مقررات دست و پاگیر بانکی و انعطاف‌ناپذیر بودن این مقررات عنوان در عامل اول نتایج تحلیل عواملی نیز خود را نشان دادند، بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که نقش بانک‌ها در عدم توسعه این کسب‌وکارها قابل توجه است. بنابراین، پیشنهاد می‌شود که مدیریت ارشد اجرایی استان این موضوع را مورد توجه جدی قرار دهد و یک بررسی کلی در این مورد صورت پذیرد.

سیاسگزاری

این پژوهش برگرفته‌شده از طرح پژوهشی شناسایی کسب و کارهای خانگی مناسب برای مناطق روستایی استان ایلام می‌باشد و با کمک مالی بنیاد مسکن استان ایلام به انجام رسیده است. پژوهش‌گر مراتب قدردانی خود را از بنیاد مسکن استان ایلام و معاونت پژوهشی دانشگاه ایلام ابراز می‌دارد.

References

- Aghili, F. Tayebi, S. Zamani, Z. & Ebrahimi, N. (2013). The effect of entrepreneurship and development of small and medium firms on employment: Experience of several developing countries, journal of entrepreneurship development, Article 8, Volume 5, Issue 2, Summer 2013, Page 145-164.
- Ali Beigi, A. H., Athari, Z., & Barani, Sh. (2008). Review the entrepreneurial spirit of Applied Science Students and the factors affecting on it. Articles Collections of entrepreneurship development Conference on Education of Agriculture Applied Science, the publications of The Institute of Technical & Vocational Higher Education.
- Amin Aghaei, M. (2009). Review the factors affecting on job creation of small businesses in Iran, department of social science (Allameh Tabataba'i University) volume 41, page 87-124.
- Kord, B., & Abtin, A., (2013) Review the Factors Affecting on Development of Rural Entrepreneurship in Sistan and Baluchestan Province (With Focus on Developing Rural Growth Centers, Developing in Formation and Communication Technologies and Empowerment of Rural Women), Geography and Development Iranian Journal, Volume 11, Issue 32, Autumn 2013, Page 1-14.
- Bigdeli Shamlu, A. (2010). Organizing the activity of household jobs in the form of Cooperatives that provide jobs needs. Tehran. The ministry of cooperative labor. Deputy of formation, development and supervision of cooperatives. The office of distributive cooperatives. On <http://www.mcls.gov.ir>.
- Carter, S., Mason, C. & Tagg, S. (2004). "Lifting the Barriers to Growth in UK Small Businesses", FSB Biennial Membership Survey, University of Stirling, Stirling.
- Center for Research and Documentation of the ministry of cooperative labor and social affairs and Research Council. Approaches and achievements with an emphasis on job creation. Ministry of labor and social affairs. Demos report. Specialized appendix of Islamic State. Volume 44, 6th of mordad, 3873.
- Entezarian, N., & Tahmasbi, T. (2010). The obstacles and solutions of household jobs development in Iran, Monthly magazine of social, economic, scientific and cultural, volume 27, p 78-93.

- Falah jelou dar, R. Faraj Elah Hosseini, S.J. Hossein, S. M., & Mirdamadi, S.M. (2008). Factors contributing to the success of rural women's entrepreneurship in north of Iran. *Journal of Roosta va Towse'e*. winter 2008, Volume 10, Number 4; P 87 - 115.
- Finmark, T. (2006). Home based entrepreneurs. Retrieved from: www.finmark.org
- Ghasemi Siani, M. (2009). Entrepreneurship and Its Role in the Economic Development of Villages in Iran, volume 128, issue 128, p 28-43.
- Hashemi, S.S., Mehrabi, A.A., Amini, S., & Najahi, A. (2011). Rural Development with an Emphasis on Employment and Entrepreneurship: A Case Study of Shabab Subdistrict in Ilam Province of Iran. Volume 14 issue 1 p 35-58.
- Heritot, K. (2002). A New Approach to Rural Entrepreneurship a Case Study of Two Rural Electric Cooperatives, Western Kentucky University, and Noel D. Campbell, North Georgia College & State University.
- Markley, D.M. (2002). Entrepreneurship in Rural America; Prepared for the NCSL Rural Development Task Force, Center for Rural Entrepreneurship.
- Memili, E., Fang, H., Chrisman, J.J. & Massis, A., D. (2015). The impact of small-and medium – sized family firms on economic growth. *Journal of small business Economocs*. 45(4):771-785.
- Mirlotfi, M.R., Alavizadeh, S.A.M., & Badakhsh, Y., (2014). The Pathology of Home Business Development in Rural Areas (Case Study: Dyshmuk District in Kohgiluyeh County). *Journal of Research and Rural Planning* Vol.3, No.5, p 1-12 (2014).
- Mohebi, M. (2011). A Look at the types of business activities, Armaghan Publications, Tehran.
- Naderi Mahdi'i, K., & Teimuri, Z. (2013). A Study of Barriers and Solutions of household jobs of rural women from the view point of scholars and executive authorities. *Journal of Jahangostar*, Volume 11, issue 111, P 60-69.
- Nazarian, Z., & Behbahani, Z. (2013). Policies to optimization and expansion of Household jobs by women, the article collections of the conference on Business Management focusing on entrepreneurial businesses and knowledge-based economy, Tehran 2013.
- National Association for the Self-Employed 2006. How many home-based businesses are there? Available, <http://news.nase.org/news/homebased.asp> (retrieved June 2006).
- Rezvanai, M., Ramezanzadeh, Lasbooyee, M., & Porgaberei, M. (2010). The Analysis of Socio-Economic Effects of Industrial Areas on Developing Rural Areas Case study: Industrial Area of Soleiman Abad, Tonekabon, *journal of Geography and Development Iranian Journal*, Volume 8, Issue 18, Autumn 2010, Page 5-26.

- Rudgar Nezhad, F., & Kiajuri, K. (2010). Challenges and obstacles to household business development, First National Conference of household jobs, challenges – solutions, Tehran, p 135-143.
- Sharifzadeh, A. Arabiun, A. & Sharifi M. (2011). An Examination of Barriers to development of agro-enterprises in Golestan province of Iran. Journal of Rural and Development, Winter 2011, Volume13, Number4; P129-160.
- Statistical Center of Iran, (2011).
- Taghibaygi, M., Agahi, H., & Mirakzadeh, A.A. (2014). Study of Barriers and Suitable Solution in Development of Rural Household Jobs from the Perspective of Rural Women and Expert in the City of West Islamabad, Journal of rural research, Volume 5, Issue 2, Summer 2014, Page 283-310.
- Tipple, G. (2006). Employment and work conditions in home based enterprises in four developing countries: Do they constitute ‘decent work? Journal of Employment and Society, 20: 167-179.
- Tavakoli, M. (2005). review the factors affecting on the success of rural entrepreneurs, Mahidasht city of Kermanshah, Un Published M.S Dissertation, Razi university of Kermanshah.
- Yaghoubi Farani, A., Vahdat Moaddab, H., & Latifi, S., (2013). Identifying Inhibitions of Rural Women’s Trend to Home Businesses (Case Study: Sardrod district, Razan county), volume 11, issue 4, p 559-574.

پیوست‌ها

جدول ۱- عوامل استخراج‌شده همراه با مقدار ویژه، درصد واریانس و درصد واریانس تجمعی آن‌ها.

ردیف	عامل‌ها	مقدار ویژه	درصد واریانس مقدار ویژه	فراوانی تجمعی درصد واریانس
۱	عامل ۱	۴/۵۶۶	۱۲/۵۲۰	۱۲/۵۲۰
۲	عامل ۲	۴/۲۳۵	۱۱/۴۲۷	۲۴/۹۴۷
۳	عامل ۳	۳/۵۱۳	۹/۱۱۱	۳۴/۰۵۸
۴	عامل ۴	۳/۰۰۱	۸/۲۱۲	۴۲/۲۷۲
۵	عامل ۵	۲/۷۹۷	۶/۶۱۲	۴۸/۸۸۴
۶	عامل ۶	۱/۰۱۷	۴/۳۹۸	۵۳/۲۸۲

جدول ۲- متغیرهای مربوط به هر یک از عوامل، مقدار ضرایب بدست آمده از ماتریس دوران یافته.

نام عامل	متغیرها	بار عاملی
	مقررات دست و پاگیر اخذ وام‌های بانکی	۰/۸۱۸
اقتصادی - سیاستی	نداشتن تمکن مالی برای راه‌اندازی کسب‌وکارهای جدید	۰/۷۲۴
	هزینه‌های زیاد تأمین منابع تولیدی	۰/۷۱۸
	انعطاف‌ناپذیری قوانین و مقررات حاکم بر سیستم بانکی	۰/۷۱۵
	مشکل بازاریابی تولیدات کسب‌وکارهای خانگی	۰/۷۲۱
تجربه کسب‌وکار	نبود فرصت‌های لازم برای افراد خانواده جهت انجام فعالیت‌های کارآفرینانه	۰/۸۲۲
	کم بودن تجربه روستاییان در زمینه فعالیت‌های اقتصادی	۰/۷۹۳
	موفق نبودن سایر طرح‌های بکار گرفته شده قبلی در زمینه کسب‌وکارهای خانگی	۰/۷۴۹
	کم بودن تعداد شرکت‌ها، واحدها یا تعاونی‌های تولیدی الگویی	۰/۶۸۹
داده‌هایی - آموزشی	پایین بودن داده‌های روستاییان از وضعیت بازار کار	۰/۷۴۲
	فراهم نبودن آموزش‌های لازم برای افراد در زمینه کسب‌وکارهای خانگی	۰/۷۲۵
	نبود برنامه‌های مناسب جهت الگوسازی از نمونه‌های موفق کسب‌وکارهای خانگی روستاییان دنیا برای شکل‌گیری فضای مناسب کسب‌وکار	۰/۶۸۱
	نبودن اطلاع کافی روستاییان در رابطه با چگونگی صادرات محصولات مرتبط با کسب‌وکارهای خود	۰/۶۷۸
مهارتی	نبود آموزش‌های کارآفرینی متناسب با نیازهای افراد روستایی	۰/۶۶۹
	توانایی نداشتن افراد روستایی جهت انجام مکاتبات اداری موردنیاز برای اخذ وام، فروش، بازاریابی و... محصولات	۰/۶۸۸
	توانایی نداشتن روستاییان جهت برقراری ارتباط با دیگر افراد فعال در زمینه مشاغل خانگی در کشور	۰/۶۳۴
	توانایی نداشتن روستاییان برای کار کردن در شرایط پیچیده بازار و رقابت	۰/۶۹۱

نام عامل	متغیرها	بار عاملی
فرهنگی	نگرش منفی بانک‌ها و مؤسسات مالی به کسب‌وکارهای خانگی	۰/۱۶۷۲
	نبود انگیزه و مشوق‌های مالی جهت افزایش انگیزه و اشتیاق روستاییان	
	استان ایلام جهت راه‌اندازی و اداره کسب‌وکار	۰/۱۶۸۳
	حمایت نشدن افراد از سوی خانواده‌های خود	۰/۱۶۶۶
	نهادینه نشدن فرهنگ کسب‌وکارهای خانگی در سطوح گوناگون جامعه	۰/۱۶۷۳
روان‌شناختی	محدود بودن قدرت آزادی افراد روستایی برای انتخاب نوع فعالیت	۰/۱۶۸۱
	پایین بودن روحیه ریسک‌پذیری روستاییان	۰/۱۶۲۰
	اعتماد به نفس پایین روستاییان	۰/۱۶۶۶



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی