

روستا و توسعه، سال ۲۲، شماره ۸۸، زمستان ۱۳۹۸

DOI: 10.30490/RVT.2020.273240.1032

## شناسایی و اولویت‌بندی چالش‌ها و فرصت‌های کارآفرینی روستایی: مطالعه موردی دهستان‌های باقران، القورات و شاخن شهرستان بیرجند

محسن محمدی خیاره<sup>۱</sup>، امین عرفان‌نیا<sup>۲</sup>

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۵/۲۳ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۴/۴

### چکیده

فعالیت‌های کارآفرینی عاملی مهم در توسعه روستایی به‌شمار می‌رود. همچنین، کارآفرینی روستایی نقشی فزاینده در توسعه منطقه‌ای دارد. با این حال، تحقیقات پیشین تنها به بررسی چشم‌انداز اقتصادی توسعه روستایی پرداخته و کمتر به اهمیت کارآفرینی روستایی پرداخته‌اند. از سوی دیگر، شناسایی چالش‌ها و فرصت‌های کسب‌وکار برای کارآفرینان در مناطق روستایی بسیار اهمیت دارد. از این‌رو، هدف پژوهش حاضر شناسایی و اولویت‌بندی

---

۱- نویسنده مسئول و استادیار گروه علوم اداری و اقتصادی، دانشگاه گنبد کاووس، گنبد کاووس، ایران.  
(m.mohamadi@gonbad.ac.ir)

۲- دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت کارآفرینی، دانشگاه گنبد کاووس، گنبد کاووس، ایران.

چالش‌ها و فرصت‌های پیش روی کارآفرینان روستایی ساکن در دهستان‌های باقران، القورات و شاخن واقع در شهرستان بیرجند بود. نمونه آماری تحقیق شامل سی نفر از کارآفرینان و صاحبان کسب و کار بوده، که از طریق روش نمونه‌گیری کوکران انتخاب شدند. روش گردآوری داده‌ها از نوع اسنادی و پیمایشی (کتابخانه‌ای، میدانی، مصاحبه و پرسشنامه) بود و برای شناسایی چالش‌ها و فرصت‌ها و تجزیه و تحلیل نظرات خبرگان، از روش دلفی استفاده شد. نتایج تحلیل مقایسه‌ای نشان داد که فرصت‌های موجود شامل موقعیت روستایی، محیط طبیعی، رقابت، سرمایه اجتماعی و دسترسی به ارتباطات و زیرساخت‌هاست؛ افزون بر این، چالش‌های موجود شامل تأمین مالی دولت، یکپارچگی کارکنان، روابط اجتماعی، محدودیت بازار و نیروی کار غیرماهر است.

**کلیدواژه‌ها:** کارآفرینی روستایی، چالش‌ها، فرصت‌ها، باقران (دهستان)، القورات (دهستان)، شاخن (دهستان)، بیرجند (شهرستان).

#### مقدمه

از آنجا که کارآفرینی روستایی نقشی مهم در توسعه منطقه‌ای دارد، در راستای ایجاد اشتغال و رشد اقتصادی منطقه‌ای، دولت‌ها برنامه‌های متعدد برای ایجاد و توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی اجرا می‌کنند (Bergmann, 2002). کارآفرینی روستایی به‌عنوان یک راهبرد اساسی برای توسعه روستایی می‌تواند کمک شایانی به توسعه روستاها کرده، به کاهش بیکاری و افزایش اشتغال و در نتیجه، افزایش درآمد، متنوع‌سازی اقتصاد، استفاده بهینه از منابع و بهبود زندگی روستاییان بینجامد. علاوه بر این، شکی نیست که کسب و کارهای جدید نقش مهمی در توسعه اقتصاد ملی و منطقه‌ای ایفا می‌کنند (Smallbone, 2009). اگرچه ادبیات کارآفرینی و موضوعات مرتبط با آن گسترده بوده، اما پژوهش‌های کمی درباره نقش کارآفرینی روستایی و چالش‌ها و فرصت‌های پیش روی کارآفرینان انجام شده است. گذشته از این،

یک توافق کلی بین محققان (Frazier et al., 2013; Fuller et al., 2006) وجود دارد، مبنی بر آنکه کارآفرینی روستایی یکی از مهم‌ترین اجزای راهبرد توسعه اقتصاد محلی است. با این همه، مطالعات چندان زیادی در ادبیات کارآفرینان روستایی وجود ندارد؛ برای نمونه، در این زمینه که کارآفرینان کیستند، چه نوع کسب‌وکارهایی دارند و با چه مشکلاتی مواجه‌اند (Salleh and Sidek, 2011).

تحقیق حاضر بر کارآفرینان روستایی ساکن در دهستان‌های باقران، القورات و شاخن از توابع شهرستان بیرجند تمرکز دارد. وجود موقعیت و شرایط طبیعی، انسانی و منابع آبی و خاکی این مناطق و همچنین، تنوع تولیدات و فعالیت‌های اقتصادی مانند پرورش محصولات گلخانه‌ای، پرورش ماهی قزل‌آلا، پرورش و نگهداری شترمرغ محلی و تولید محصولاتی مانند زعفران، زرشک و عناب می‌تواند زمینه‌ساز توسعه روستایی در این مناطق شود. از این‌رو، با توجه به موقعیت‌های اقتصادی متعدد در این مناطق روستایی، انجام تحقیقاتی در خصوص شکل‌گیری کسب‌وکارهای کارآفرینانه اهمیت و ضرورت بیشتری می‌یابد. علاوه بر این، آگاهی از چالش‌ها و فرصت‌های کارآفرینی روستایی از هر دو جنبه نظری و پیشنهادی سیاستی در مناطق روستایی ضرورت دارد. همچنین، به دلیل موقعیت خاص شهرستان بیرجند از لحاظ مناطق روستایی مستعد در زمینه فعالیت‌های کارآفرینانه، لزوم انجام تحقیق حاضر دوچندان می‌نمود. از این‌رو، در راستای اهداف پژوهش حاضر، سؤالاتی مطرح شده که عبارت‌اند از: (۱) عمده‌ترین چالش‌ها و فرصت‌های کارآفرینان روستایی در منطقه مورد بررسی کدامند؟ (۲) چگونه این مناطق روستایی بر شکل‌گیری بنگاه‌های کوچک و متوسط تأثیر می‌گذارند؟ و (۳) فرصت‌های موجود برای کارآفرینی در این مناطق روستایی کدامند؟

نظریه اقتصاد سنتی بیان می‌کند که با ثابت بودن سایر شرایط، تولید و کارآفرینی در مکان‌هایی شکل می‌گیرند که دارای انگیزه‌های اقتصادی قوی مانند قیمت‌های زمین، هزینه‌های نیروی کار، مهارت‌های تخصصی نیروی کار یا هزینه‌های مبادله پایین باشند (Pallares-Barbera et al., 2004; Keeble and Tyler, 1995). اینگونه ویژگی‌های

مکان‌های روستایی قابل اندازه‌گیری هستند و ممکن است در جذب نوع سرمایه یا تولید توام با تأکید بر انگیزه‌های اقتصادی مؤثر باشند. از این رو، در ادبیات رقابت‌پذیری، همواره تأکید بر نیاز به مناطق و مکان‌هایی بوده است که برای جذب سرمایه‌گذاری‌های خارجی و جریان‌های بین‌المللی سرمایه و نیروی کار و مهاجرت افراد جذاب باشند (Kitson et al., 2004; Bristow, 2010). در این بین، مکان‌های روستایی از مزایایی ویژه مانند مواد و امکانات فرهنگی و اجتماعی برخوردارند (Brett, 2012; Müller, 2013). این امکانات طبیعی، فرهنگی، اجتماعی و تاریخی را می‌توان به‌عنوان منابع منحصربه‌فرد در فعالیت‌های کارآفرینانه استفاده کرد (Mitchell, 2013; Müller, 2013). علاوه بر این، در مناطق روستایی، برخی از فرصت‌ها نیز وجود دارد، که از آن جمله‌اند سرمایه جدید، استعداد‌های کارآفرینانه، سرمایه‌گذاری‌های مهاجران بدین مناطق، ساکنان جدید در این مناطق و بازنشستگان و بازرگانانی که با توجه به جذابیت امکانات محلی، استانداردهای زندگی بهتر و یا علایق شخصی در این مناطق ساکن می‌شوند (Stathopoulou et al., 2004). با این حال، فرهنگ‌های کارآفرینانه مختلفی در مناطق مختلف وجود دارد، زیرا چالش‌ها و فرصت‌های کارآفرینی در مناطق مختلف متفاوت است (Bergmann, 2002). در عین حال، عواملی مانند دسترسی به محل کار، کیفیت زیرساخت‌های حمل‌ونقل، بازارهای کوچک محلی، ویژگی‌های خاص بازار کار روستایی و میزان دسترسی به منابع مالی و اطلاعات، از ویژگی‌های خاص موجود در محیط‌های روستایی است (Welter and Smallbone, 2011)، اما با وجود این، برخی از پژوهشگران (Dabson, 2001; Dabson et al., 2003) بر این باورند که موقعیت جغرافیایی جوامع و مناطق روستایی ممکن است برای کارآفرینان یک عدم مزیت به حساب آید. همچنین، ویژگی‌های خاص مناطق روستایی که پیش‌تر بدان اشاره شد، به‌نوبه خود می‌تواند مشکلاتی را در جذب کارآفرینان و نیروی کار ماهر در مناطق روستایی پدید آورد.

بررسی سوابق نظری در زمینه کارآفرینی نشان می‌دهد که محققان بسیاری سعی کرده‌اند عوامل مؤثر بر کارآفرینی روستایی را تعیین کنند. در این میان، برخی از پژوهشگران عوامل

فردی را به‌عنوان عوامل مهم در توسعه کارآفرینی روستایی یادآور شده‌اند (Gartner, 1985; Morrison, 1998; Gaglio and Katz, 2001; Carree and Thurik, 2010). در مطالعات آنها، عوامل فردی (ویژگی‌های شخصیتی و رضایت شغلی و تحصیلات)، سازمانی (توانایی مدیریت، استفاده از فرصت‌ها و سازگاری با قوانین و مقررات) و محیطی (دسترسی به منابع مالی و خدمات حمایتی و مشتریان) به‌عنوان عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی روستایی برشمرده می‌شوند. در همین راستا، موریسون (Morrison, 1998) از متغیرهای روان‌شناختی (مانند مهارت‌های تجاری و مدیریتی کارآفرینان و تأمین سرمایه اولیه) و فرصت‌ها (مانند موقعیت بازار، دسترسی به منابع مالی، قوانین و مقررات و نیروی کار ماهر) به‌عنوان عوامل مهم در توسعه کارآفرینی روستایی نام می‌برد. همچنین، در تحقیقی مشابه، کری و توریگ (Carree and Thurik, 2010) نتیجه گرفتند که عوامل اقتصادی، اجتماعی، روان‌شناختی و ترکیب عوامل تولید در تبیین و توسعه کارآفرینی روستایی تأثیرگذار بوده‌اند. در پژوهشی دیگر، موریس و همکاران (Morris et al., 2012) عوامل سازمانی و ویژگی‌های فردی کارآفرینان را در توسعه کارآفرینی روستایی مؤثر می‌دانند. علاوه بر این، در تعدادی از مطالعات موجود، عوامل محیطی و نهادی بر توسعه کارآفرینی روستایی مؤثر شناخته شده‌اند (Lordkipanidze, 2002; Gnyawali and Fogel, 1994; Uwajumogu et al., 2014). بر پایه یافته‌های تحقیق آهیرائو و ساداوارت (Ahirrao and Sadavarte, 2010)، عدم شناخت امور مالی، ناتوانی ارائه وثیقه، سرمایه ثابت اندک، پیچیده بودن فرآیند دریافت وام و نگرش منفی بانک‌ها نسبت به زنان و عدم بازپرداخت به‌موقع اقساط از جمله عوامل مالی محدودکننده کارآفرینی زنان در هند است. موگبو و اوکپیر (Mugobo and Ukpere, 2012)، در بررسی چالش‌ها و فرصت‌های کارآفرینان روستایی در آفریقای جنوبی، نتیجه گرفتند که کارآفرینان روستایی همچنان با چالش‌هایی مانند عدم مهارت فنی و تجاری، کمبود و هزینه بالای مواد خام، دسترسی غیرمستقیم و غیرقابل اعتماد به خدمات ارتباطی و حمل‌ونقل و دسترسی محدود به بازارهای مالی و پایدار مواجه‌اند. دورو (Duru, 2011) به بررسی چالش‌ها و فرصت‌های

کارآفرینی در نیجریه پرداخت و بدین نتیجه رسید که یکی از چالش‌های کارآفرینان فقدان دانش پایه و فناوری است و از این رو، پیشنهاد کرد که باید تجدید نظری در بخش آموزش با تأکید بر علم و فناوری صورت گیرد. ساکسنا (Saxena, 2012) وابستگی نسبتاً زیاد کارآفرینان روستایی به دلالتان برای بازاریابی تولیدات، تأمین نهاده‌های مورد نیاز و منابع مالی و همچنین، عدم وجود امکانات زیرساختی مناسب حمل و نقل را از چالش‌های کارآفرینی روستایی برشمرده است.

نگاهی کارآفرینانه به کسب و کارهای روستایی در ایران نیز حائز اهمیت بوده و مطالعات زیادی در خصوص توسعه مناطق روستایی انجام گرفته است. بر پایه نتایج مطالعات فاضل‌بیگی و یآوری (Fazel-Beigi and Yavari, 2009)، محمدی یگانه و همکاران (Mohammadi Yeganeh et al., 2016)، جمشیدی و همکاران (Jamshidi et al., 2014)، موحدی و یعقوبی فرانی (Movahedi and Yaghoubi Farani, 2012) و رضوانی و نجارزاده (Rezvani and Najjarzadeh, 2009)، آموزش کارآفرینی و آماده‌سازی محیط اجتماعی و اقتصادی روستاها برای جذب نیروی انسانی جوان، متخصص و ماهر به نواحی روستایی و فعالیت‌های کشاورزی می‌تواند به‌عنوان راهکار اصلی برای ایجاد و تقویت کارآفرینی این نواحی در راستای توسعه پایدار بسیار مؤثر باشد. نتایج پژوهش فاضل‌بیگی و یآوری (Fazel-Beigi and Yavari, 2009) نشان داد که سیاست‌های تقویت ظرفیت فرهنگ تعاون و نظام تعاونی یک جامعه از جمله مهارت‌ها و انگیزه‌های استفاده از فرصت‌ها تأثیر به‌سزایی در ارتقای سطح فعالیت‌های کارآفرینی خواهد داشت. ایزدی و برزگر (Izadi and Barzegar, 2013)، با هدف شناسایی نتایج برنامه‌های موفق کارآفرینی روستایی در کشور چین، دریافتند که چالش‌های متعددی در برنامه‌های کارآفرینی روستایی این کشور وجود داشته و اتخاذ راهبردهای مناسب به‌ویژه در سه دهه گذشته، نظیر صنعتی‌سازی نواحی روستایی و عرضه خدمات آموزشی، موجب موفقیت برنامه‌های کارآفرینی روستایی در این کشور شده است. پناهی و همکاران (Panahi, 2016) نشان داد که عوامل درونی موجود در

روستا (فقدان توانایی مدیریتی کارآفرینان، ضعف ارائه آموزش‌های اثربخش فنی و حرفه‌ای، مشخص نبودن اولویت‌های سرمایه‌گذاری، فراهم نبودن زیرساخت‌های فنی در روستا و...) و عوامل مرتبط با کارکرد نظام اقتصادی (تورم رکودی و...) مشکلات زیادی را برای توسعه کارآفرینی ایجاد کرده‌است. برپایه نتایج تحقیق فراهانی و حاجی‌حسینی (Farahani and Haji-Hosseini, 2013)، روستاهای مورد مطالعه آنها در هیچ‌کدام از ابعاد فردی، اقتصادی، اجتماعی و زیرساختی دارای ظرفیت‌های لازم برای توسعه کارآفرینی نبودند و زمینه‌های زیرساختی و فردی بیشترین تأثیر را بر کارآفرینی داشت. نتایج مطالعه اشراقی سامانی و همکاران (Eshraqui Samani et al., 2016) منجر به شناسایی پنج چالش کارآفرینی روستایی در ایلام در قالب موانع اقتصادی، سیاسی، آموزشی، اجتماعی و فرهنگی شد. در همین راستا، صادقلو و همکاران (Sadeghloo et al., 2017)، با بررسی ظرفیت‌های کارآفرینی در زمینه توسعه روستایی در خانوارهای روستایی، نتیجه گرفتند که ابعاد اقتصادی، فردی، محیطی، اجتماعی- فرهنگی، و نهادی و زیرساختی روستاها تأثیر بسیار بالا و مثبت در ایجاد و توسعه ظرفیت‌های کارآفرینی داشته است. در پژوهشی دیگر، امدادی و همکاران (Emdadi et al., 2017)، با آسیب‌شناسی تعاونی‌های توسعه روستایی استان گلستان در راستای تدوین راهبردهای توسعه کارآفرینی، نشان دادند که مهم‌ترین فرصت‌ها شامل «معافیت تعاونی‌ها از مالیات و بیمه»، «تأکید اصول ۴۳ و ۴۴ قانون اساسی بر تعاونی‌ها» و «امکان استفاده از کارشناسان و فارغ‌التحصیلان دانشگاه در اجرای طرح‌های تعاونی» و همچنین، مهم‌ترین نقاط ضعف شامل «عدم وجود کار جمعی و تعاونی در بین اعضا»، «عدم توانایی در تأمین وثیقه مناسب برای اخذ وام» و «عدم بهره‌گیری و استفاده مناسب از فناوری در اداره امور تعاونی» است.

با توجه به آنچه گفته شد، پیداست که تحقیقات زیادی در خصوص عوامل مؤثر بر توسعه روستایی، چالش‌ها و فرصت‌های توسعه روستایی انجام گرفته است. با وجود این، بیشتر این تحقیقات با عبور از محور تخصصی کارآفرینی روستایی، «کارآفرینی» را به صورت عام بررسی کرده‌اند. افزون بر این، مطالعات پیشین اغلب با روش‌های تحلیلی-توصیفی، همبستگی و یا

تحلیل عاملی، به بررسی موضوع پرداخته‌اند. در تحقیق حاضر، از رویکرد تحلیل خاکستری برای اولویت‌بندی چالش‌ها و فرصت‌های پیش روی کارآفرینان روستایی ساکن در دهستان‌های باقران، القورات و شاخن واقع در شهرستان بیرجند استفاده شده است. مزیت این روش نسبت به تحلیل عاملی یا خوشه‌ای این است که در صورت کوچک بودن حجم نمونه و یا مشخص نبودن توزیع نمونه‌گیری، می‌توان از آن استفاده کرد (Wang et al., 2004).

### مبانی نظری

#### کارآفرینی و کارآفرینی روستایی

در دهه‌های اخیر، ادبیات مرتبط با کارآفرینی به گونه‌ای گسترده شکل گرفته است. از آنجا که کارآفرینی به عنوان یکی از عوامل اصلی رشد اقتصادی شناخته شده، پژوهش‌های گسترده در این حوزه انجام گرفته است. کارآفرینی توانایی و تمایل آشکار افراد، به صورت فردی و یا گروهی، چه در داخل و چه در خارج از یک سازمان است که به درک و ایجاد فرصت‌های جدید اقتصادی (محصولات جدید، روش‌های تولید جدید، طرح‌های سازمانی جدید و ترکیبات جدید بازار محصول) منجر شود و علاوه بر این، در مواجهه با عدم اطمینان و موانع دیگر، به تصمیم‌گیرندگان در مورد مکان و روش استفاده از منابع و مؤسسات کمک کند تا ایده‌های خود را در بازار معرفی کند (Wennekers and Thurik, 1999). در ادبیات توسعه روستایی، مفهوم کارآفرینی برای برجسته کردن یک دیدگاه خاص در کشاورزی به کار می‌رود، دیدگاهی که بر صنعتی شدن تولید زراعی از طریق، برای نمونه، تولید در مقیاس بزرگ، حداکثرسازی سود و مخاطره‌پذیری تأکید دارد (Niska et al., 2012). کارآفرینی روستایی عبارت است از ایجاد کسب‌وکار با بهره‌گیری از فرصت‌های محلی همراه با نوآوری و پذیرش خطرهای مالی و روحی و اجتماعی، که با انگیزه‌های مختلف از جمله توفیق‌طلبی، رضایت‌بخشی، استقلال و کسب سود مالی انجام می‌شود (Larsson et al., 2003). در تعریفی دیگر، کارآفرینی روستایی را می‌توان به عنوان همه اشکال کارآفرینی تعریف کرد که در مناطق دارای فضاهاى باز و جمعیت



کوچک صورت می‌گیرد (Kalantaridis and Bika, 2006). فضاهاى روستایی به‌طور کلی تعدادی از امکانات و انگیزه‌های متمایز برای کارآفرینان و انواع خاصی از تولید را ارائه می‌دهند. کشاورزی به‌عنوان یک شکل تولید، با توجه مکان جغرافیایی خاص و دلایل توپوگرافی، در مناطق روستایی رایج بوده و کشت زمین نقش مهمی در شکل‌دهی به بسیاری از فضاهاى روستایی ایفا کرده است (Mitchell, 1998; Brett, 2012). کارآفرینی روستایی را می‌توان به‌عنوان یک تلاش برای مدیریت مخاطره‌پذیری مناسب فرصت‌ها و نیز بسیج منابع انسانی، مادی و مالی به‌منظور اجرای پروژه در مناطق روستایی مطرح کرد (Saxena, 2012). به گفته حسینی‌نیا و فلاحی (Hosseiniinia and Fallahi, 2017)، کارآفرینی روستایی قابلیت برای ایجاد فرصت‌های شغلی است، سیاست‌مداران آن را به‌عنوان راه‌حلی مهم برای پیشگیری از آشفتگی روستا می‌شناسند، کشاورزان کارآفرینی را ابزاری برای بهبود درآمدهای کشاورزی در نظر می‌گیرند و زنان آن را به‌عنوان امکان کار در مجاورت منازلش خود تلقی می‌کنند. لارسون و همکاران (Larsson et al., 2003) راه‌حل مشکل بیکاری را در توسعه روستایی و ایجاد کسب‌وکارهای کوچک در روستا می‌بینند. داس (Das, 2014) نقش کارآفرینی روستایی در توسعه اقتصادی را در عواملی مانند توسعه متوازن منطقه‌ای، اشتغال عمومی، بهبود استانداردهای زندگی، افزایش درآمد سرانه، خوداتکایی ملی و توزیع متناسب قدرت اقتصادی برشمرده است.

افزون بر این، روستا یک محیط کارآفرینی خاص را با خصوصیات کالبدی، اجتماعی و اقتصادی خاص تعریف می‌کند. موقعیت مکانی، منابع طبیعی و چشم‌انداز، سرمایه اجتماعی، حکومت‌داری روستایی، شبکه‌های تجاری و اجتماعی و همچنین، فناوری اطلاعات و ارتباطات تأثیراتی پویا و پیچیده را بر فعالیت‌های کارآفرینی در مناطق روستایی بر جای می‌گذارد (Stathopoulou et al., 2004). در کنار این فرصت‌ها، ممکن است موانع زیادی نیز برای کارآفرینی روستایی وجود داشته باشد. این موانع عبارت‌اند از؛ زیرساخت‌های دانش و ارتباطات ضعیف (Vaessen and Keeble, 1995; Pallares-Barbera et al., 2004)، که

ارتباطات خارجی را کند و پرهزینه می‌کند، دسترسی محدود به حمایت‌های دولتی (McElwee and Annibal, 2010)، دسترسی محدود به منابع انسانی و مالی (Wortman, 1990) و بازارهای نسبتاً کوچک که منجر به صرفه‌های مقیاس محدود می‌شود (Meccheri and Pelloni, 2006; Kalantaridis and Bika, 2006). همچنین، از دیدگاه پاتل و چاودا (Patel and Chavda, 2013)، موانع توسعه کارآفرینی روستایی عبارت‌اند از: (۱) مسائل مالی مانند کمبود زیرساخت‌ها، سرمایه‌گذاری اندک، (۲) مسائل بازار مانند رقابت، واسطه‌ها، (۳) مسائل مدیریتی از جمله کمبود دانش فناوری اطلاعات، تشریفات قانونی و دیوان‌سالاری گسترده، و نواقص تولید، و (۴) مسائل منابع انسانی مانند کمبود نیروی کار ماهر. علی‌رغم محدودیت‌ها و معایب موجود در مناطق روستایی، تحقیقات پیشین مدعی وجود مزایایی خاص هم برای کارآفرینان روستایی بودند، که از آن جمله‌اند: ثبات و وفاداری بیشتر افراد و دسترسی بیشتر و هزینه‌های کمتر زمین (Pallares-Barbera et al., 2004)، هزینه‌های پایین نیروی کار (Julong, 1989)، دستیابی مزایای رقابتی از طریق شرایط و محیط زندگی مناسب‌تر و دسترسی به بازارهای جدید (Keeble and Tyler, 1995; Meccheri and Pelloni, 2006)؛ برای نمونه، بنا به استدلال مولر و کورسگارد (Mueller and Korsgaard, 2014)، مناطق روستایی، به دلیل شرایط اجتماعی و محیطی، دارای مزیت مناسب برای شروع و ایجاد کسب‌وکارهای کارآفرینانه است.

### عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی روستایی

به پیروی از مطالعه استاتوپولو و همکاران (Stathopoulou et al., 2004)، به طور کلی، عوامل مؤثر بر توسعه روستایی در سه سطح طبقه‌بندی می‌شوند.

### محیط کالبدی

محل سکونت: تاکنون، تحقیقات موجود توجه کمتری به تأثیر موقعیت مکانی نسبت به عوامل اجتماعی، اقتصادی و نهادی داشته‌اند (Hindle, 2010; Welter, 2011; Korsgaard et al., 2015). برای نمونه، فاصله از مراکز پرجمعیت متراکم یک نقطه ضعف است، بدین معنی که بازار کوچک‌تر بوده و دسترسی به مشتریان، تأمین‌کنندگان و نهادها ضعیف است (Stathopoulou et al., 2004)؛ اما از سوی دیگر، بعضی از مناطق روستایی برای کسب و کار سودمند و قابل دسترسی محسوب می‌شوند (Keeble and Tyler, 1995).

منابع طبیعی و چشم‌انداز: منابع طبیعی غنی ممکن است فرصت‌های کسب و کار جدیدی را برای تولید و تفریح فراهم آورند. محیط دلپذیر منجر به رضایت بیشتر از کار، شیوه زندگی سالم و یک محیط اداری اخلاقی می‌شود که برای بسیاری از مردم جذاب است (Stathopoulou et al., 2004). بدیهی است که مناطق روستایی دارای امکانات رفاهی قابل توجه می‌توانند باعث ترغیب کارآفرینان به شروع کسب و کار در آن مناطق شوند، اگرچه ممکن است از دیدگاه اقتصادی، این کار گزینه‌ای منطقی نباشد (Johnson and Rasker, 1995).

### محیط اجتماعی

سرمایه اجتماعی: روابط و اعتماد ایجادشده در میان افراد از طریق سرمایه اجتماعی توسعه یافته، شبکه‌های کارآفرینی و همکاری‌های تجاری منطقه‌ای گسترش می‌یابد (Kjeldsen and Svensen, 2011).

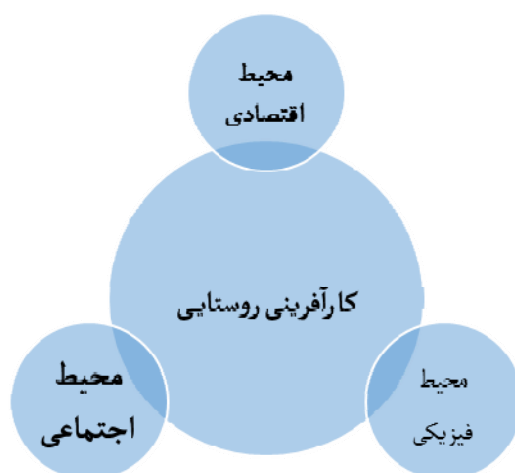
یکپارچگی نیروی کار روستایی: سیاست‌های مطرح شده از طریق ساختارهای حکومتی محلی اغلب منجر به پیشبرد فعالیت‌های کارآفرینی می‌شود و همچنین، یکپارچگی کارکنان به افزایش حس وفاداری، تعلق و مسئولیت‌پذیری میان نیروی کار می‌انجامد (Stathopoulou et al., 2004).

فرهنگ محلی: کارآفرینان روستایی می‌توانند با استفاده از ویژگی‌های منحصر به فرد محلی، از متمایزسازی و فروش محصولات و یا خدمات خود بهره‌مند شوند (Tennesen, 1994).

### محیط اقتصادی

زیرساخت: دوری و هزینه حمل و نقل بالا کسب و کارها را برای مشتریان، تأمین کنندگان و کارکنان رقابتی تر و کم‌جاذبه‌تر می‌کند. وجود زیرساخت‌های مناسب برای کارآفرینان روستایی مطلوب و مفید است (Welter and Smallbone, 2011).

شبکه‌های تجاری: محققان، با توجه به روابط تنگاتنگ میان ساکنان مناطق روستایی، معتقدند که شبکه‌های تجاری با همکاری کسب و کارها بر اساس اعتماد، ساده‌تر و کارآمدتر می‌شوند. یانگ (Young, 2010) نتیجه می‌گیرد که شبکه‌های محلی برای توسعه شرکت‌های روستایی بسیار مهم است، به گونه‌ای که این شبکه‌ها می‌توانند با هم به بازارهای بزرگ‌تر برسند، مقاومت بیشتری را پدید آورند و توانایی هر عضو در برابر مخاطرات را بیشتر فراهم کنند. حتی کسب و کارهای روستایی بین‌المللی به شدت به شبکه‌های محلی خود وابسته‌اند. افزون بر این، روابط دوستانه و خانوادگی فضای حمایت را در درون شرکت‌های روستایی فراهم می‌کند. بر مبنای اطلاعات حاصل از مبنای نظری و همچنین، با تحلیل مصاحبه‌های انجام گرفته در پژوهش حاضر، مدل مفهومی پژوهش به صورت شکل ۱ ترسیم شده است.



شکل ۱- مدل مفهومی پژوهش

### روش تحقیق

پژوهش حاضر بر اساس ماهیت و روش گردآوری داده‌ها، یک پژوهش توصیفی-پیمایشی بوده و جامعه آماری آن شامل کلیه کارآفرینان ساکن در دهستان‌های باقران، القورات و شاخن از توابع شهرستان بیرجند است. نمونه آماری تحقیق شامل سی نفر از کارآفرینان و صاحبان کسب‌وکار منطقه مورد مطالعه در سال ۱۳۹۷ بوده، که به روش نمونه‌گیری کوکران انتخاب شدند. این افراد موفق از سوی اداره تعاون، کار و رفاه اجتماعی شهرستان بیرجند به‌عنوان کارآفرینان، نوآوران و افراد خلاق جامعه روستایی معرفی شده‌اند.

بخش نخست پژوهش، شامل مصاحبه با خبرگان و تکمیل پرسشنامه دلفی، در دسته پژوهش‌های کیفی و بخش دوم آن، شامل اولویت‌بندی نظرات آنها با تحلیل رابطه‌ای خاکستری<sup>۱</sup>، در دسته پژوهش‌های کمی قرار می‌گیرد. فن دلفی توسط هلمر و رشر (Helmer and Rescher, 1959)، در شرکت رند، هنگام کار روی یک پروژه دفاعی ایجاد

1. Gray Relational Analysis (GRA)

شد. هر جا که به کارگیری قضاوت‌ها و نظرات خبرگان و شاغلان حرفه‌ای (در حوزه مورد نظر) ضروری باشد، استفاده از دلفی مفید خواهد بود. علاوه بر این، روش تحلیل رابطه‌ای خاکستری نخستین بار توسط جولانگ (Julong, 1989)، مطرح شد. این نظریه برای حل مسائل مبهم و مسائلی که داده‌های گسسته و اطلاعات ناقص دارد، به کار می‌رود. هنگام مواجهه با مسائل تصمیم‌گیری چندمعیاره، انتخاب بهترین گزینه با وجود معیارهای گوناگون، مشکل است؛ روش تحلیل رابطه‌ای خاکستری این معیارها را با یکدیگر ترکیب می‌کند و یک معیار جدید برای هر گزینه به دست می‌آورد؛ سپس، با مقایسه گزینه‌های مختلف بر اساس معیار محاسبه‌شده، بهترین گزینه انتخاب می‌شود (Kuo et al., 2008). در پژوهش حاضر، این روش برای اولویت‌بندی عواملی که از طریق پرسشنامه توسط کارآفرینان و صاحبان کسب و کار در استان خراسان جنوبی انتخاب شده، به کار رفته است؛ همچنین، اعداد فازی بین صفر و یک برای هر کدام از عوامل به دست آمده و موانع از مهم‌ترین تا کم‌اهمیت‌ترین عامل دسته‌بندی شده است که بر پایه آن، راهکارهای لازم ارائه خواهد شد. در پی، گام‌های این روش تشریح می‌شود.

### مرحله ۱- ایجاد سری‌های مقایسه و سری استاندارد

سری‌های مقایسه، در واقع، همان گزینه‌هایی هستند که باید با هم مقایسه شوند. تعداد گزینه‌ها با حرف  $m$  و تعداد شاخص‌ها با حرف  $n$  نشان داده می‌شود.

$$A_t = (x_{t1}, x_{t2}, \dots, x_{ti}, \dots, x_{tm}) \quad t = 1, 2, 3.$$

در روش دنگک، هر کدام از مؤلفه‌های سری استاندارد ( $A_0$ ) نشان‌دهنده حداکثر مقدار هر شاخص در بین گزینه‌های گوناگون (حداکثر مقدار موجود در هر ستون) است.

$$A_0 = (x_{01}, x_{02}, \dots, x_{0i}, \dots, x_{0n})$$

برای نمونه،  $x_{0i}$  نشان‌دهنده حداکثر مقدار شاخص (دو) و عدد صفر نشانه استاندارد بودن است.

### مرحله ۲- گردآوری داده‌های اولیه

نظرات نمونه آماری از طریق مصاحبه با کارآفرینان و صاحبان کسب‌وکار در منطقه مورد بررسی در قالب بیست پرسشنامه گردآوری شده است.

### مرحله ۳- ایجاد ماتریس تصمیم نرمال شده

از آنجا که شاخص‌های گوناگون واحد اندازه‌گیری گوناگون دارند، برای فراهم شدن امکان مقایسه، شاخص‌ها بدون بعد ساخته شدند. اگر شاخص از نوع «بیشتر، بهتر است» باشد (مانند سود)، از رابطه زیر استفاده می‌شود:

$$x_{ij}^* = \frac{x_{ij} - \min x_{ij}}{\max x_{ij} - \min x_{ij}}$$

که در آن،  $Max_{ij}$  حداکثر مقدار شاخص  $Z_{am}$  در بین تمامی گزینه‌های موجود ( $i=1, 2, \dots, m$ ) و  $Min_{ij}$  حداقل مقدار شاخص  $Z_{am}$  در بین تمامی گزینه‌های موجود ( $i=1, 2, \dots, m$ ) است. پس از انجام این مرحله، تمامی اعداد جدول (ماتریس) مقداری بین صفر و یک خواهند داشت. در این ماتریس، کوچک‌ترین مقدار هر شاخص برابر با صفر، بزرگ‌ترین مقدار هر شاخص برابر با یک و بقیه مقادیر نیز عددی بین صفر و یک خواهد بود (Kuo et al., 2008).

### مرحله ۴- ایجاد سری استاندارد جدید (محاسبه $\Delta_{ij}$ )

سری استاندارد جدید بدین صورت به دست می‌آید:

$$A_0^* = (x_{01}^*, x_{02}^*, \dots, x_{0j}^*, \dots, x_{0n}^*)$$

محاسبات همواره به گونه‌ای است که در تمامی مؤلفه‌های ماتریس استاندارد جدید ( $A_0^*$ ) برابر با یک خواهند شد. در این مرحله، باید تفاوت بین هر کدام از سری‌های مقایسه‌ای (هر کدام از گزینه‌ها) با سری استاندارد به دست آید. برای این کار، از رابطه زیر استفاده می‌شود:

$$\Delta_{0ij} = |x_{0j}^* - x_{ij}^*|$$

که در آن، قدر مطلق اختلاف بین «مقدار استاندارد جدید برای شاخص زام» با «مقدار موجود در سطر i ام و ستون زام» به دست می آید (مقدار استاندارد جدید برای شاخص زام همواره برابر با یک خواهد بود) (Wang et al., 2004).

در واقع، هر کدام از اعداد خروجی از این رابطه، مکمل اعداد خروجی از جدول ماتریس تصمیم نرمال شده است؛ برای نمونه، اگر در جدول  $\gamma_{ij}$  مقدار یک خانه برابر با ۰/۲۵ بوده است، در این جدول، مقدار آن برابر با ۰/۷۵ خواهد بود.

#### مرحله ۵- محاسبه ضرایب رابطه خاکستری (اعداد گاما)

این ضرایب که با  $\gamma_i(j)$  نشان داده می شوند، نمایانگر میزان نزدیکی (شدت رابطه) بین سری مقایسه‌ای و سری استاندارد جدید هستند. هر چه این مقدار بیشتر باشد، رابطه‌ای قوی‌تر بین گزینه مورد بررسی و گزینه ایده‌آل وجود دارد. برای این قسمت، به ترتیب، از روابط زیر استفاده شده است:

$$\gamma_i(j) = \frac{\Delta_{min} + \zeta \Delta_{max}}{\Delta_i(j) + \zeta \Delta_{max}}$$

$$\Delta_{max} = \max_{\gamma_i}(\max \Delta_i)$$

$$\Delta_{min} = \min_{\gamma_i}(\min \Delta_i)$$

که در این روابط،  $\max \Delta$  بزرگ‌ترین مقدار موجود در آخرین جدول به دست آمده است (که همواره برابر با یک خواهد بود) و  $\Delta_{min}$  کوچک‌ترین مقدار موجود در جدول است (که همواره برابر با صفر خواهد بود). ضریب  $\zeta$  که بدان «ضریب متمایز» گفته می‌شود، عددی بین صفر و یک است که معمولاً آن را برابر با ۰/۵ قرار می‌دهند (Wang et al., 2004).



## مرحله ۶- محاسبه درجه رابطه‌ای خاکستری

درجه رابطه‌ای خاکستری که با علامت  $r_{ij}$  نشان داده می‌شود، همان مقداری است که بر اساس آن، می‌توان گزینه‌های گوناگون را اولویت‌بندی کرد. این عدد از رابطه زیر به دست می‌آید:

$$r_i = \sum_{j=1}^n [w_j \times r_{ij}]$$

$$\sum_{j=1}^n w_j = 1$$

که در آن،  $w_j$  وزن هر کدام از شاخص‌ها را نشان می‌دهد. در بسیاری از مقاله‌ها، این وزن‌دهی انجام نمی‌شود و این رابطه بدین صورت ساده نوشته می‌شود:

$$r_i = \frac{1}{n} \sum_{j=1}^n r_{ij}$$

## نتایج و بحث

مرحله اول مطالعه دلفی شامل سه سؤال باز بوده که برای ایجاد یک طیف گسترده از پاسخ‌ها به شرح زیر طراحی شده است:

- الف) چالش‌ها و فرصت‌های اصلی پیش روی کارآفرینان در مناطق روستایی کدامند؟
- ب) مناطق روستایی چگونه بر کسب و کارهای کارآفرینانه تأثیر می‌گذارند؟
- ج) آیا موقعیت مکانی روستاها برای کارآفرینی مفید است؟

پس از تحلیل پاسخ‌های مصاحبه‌شوندگان، چالش‌ها و فرصت‌های شناسایی شده در زمینه کارآفرینی روستایی در منطقه مورد مطالعه، بر اساس سه شاخص محیط کالبدی، محیط اجتماعی و محیط اقتصادی طبقه‌بندی شدند. در مرحله دوم، به منظور رتبه‌بندی عوامل، از یک پرسشنامه ساختاریافته در مقیاس لیکرت استفاده شد. به پیروی از مطالعه استاتوپولو و همکاران

(Stathopoulou et al., 2004)، عوامل و زیرمعیارهای به کار رفته در پرسشنامه در قالب جدول ۱ ارائه شده است.

### جدول ۱- عوامل مؤثر بر کارآفرینی روستایی

عوامل	زیر معیارهای چالش‌ها و فرصت‌ها
محیط کالبدی	۱- موقعیت مکانی
	۲- محیط طبیعی
	۳- رقابت
محیط اجتماعی	۱- تأمین مالی دولت
	۲- یکپارچگی نیروی کار روستایی
	۳- سرمایه اجتماعی
محیط اقتصادی	۱- اندازه کوچک بازار
	۲- نبود نیروی کار ماهر
	۳- زیرساخت

مأخذ: یافته‌های پژوهش

از آنجا که همه پاسخ‌دهندگان روی عوامل و زیرمعیارها توافق داشتند، در مرحله سوم، رتبه‌بندی و کمی‌سازی عوامل و زیرمعیارها بر اساس نتایج مصاحبه صورت گرفت (جدول ۲) و در مرحله چهارم، عوامل شناسایی شده تصویب و به مرحله بعد منتقل شدند.

### جدول ۲- نتایج نهایی رتبه‌بندی عوامل و زیرمعیارها

عوامل	زیر معیارهای چالش‌ها و فرصت‌ها	میانگین امتیاز	نتیجه
محیط کالبدی	۱- موقعیت مکانی	۵/۸	اجماع نظر
	۲- محیط طبیعی	۶/۰۴	اجماع نظر
	۳- رقابت	۶/۲۳	اجماع نظر
محیط اجتماعی	۱- تأمین مالی دولت	۵/۶۹	اجماع نظر
	۲- یکپارچگی نیروی کار روستایی	۵/۵۴	اجماع نظر
	۳- سرمایه اجتماعی	۵/۳۳	اجماع نظر
محیط اقتصادی	۱- اندازه کوچک بازار	۵/۲۷	اجماع نظر
	۲- نبود نیروی کار ماهر	۶/۳۴	اجماع نظر
	۳- زیرساخت	۵/۱۳	اجماع نظر

مأخذ: یافته‌های پژوهش

شناسایی و اولویت‌بندی چالش‌ها و فرصت‌های.....

برای اولویت‌بندی عوامل شناسایی شده، از روش تحلیل رابطه‌ای خاکستری استفاده شده است. اولویت‌بندی نهایی بر اساس مقدار  $\lambda$  انجام می‌شود. هر چه  $\lambda$  بیشتر باشد، یعنی گزینه متناسب با آن به میزان بیشتری می‌تواند الزامات را برآورده سازد. برای به‌دست آوردن درجه رابطه‌ای خاکستری، تنها کافی است که برای هر عامل (سطر)، میانگین اعداد آن سطر محاسبه شود (Kuo et al., 2008). پس از این کار، جدول ۳ با اولویت‌بندی چالش‌های موجود به‌دست می‌آید و اولویت‌بندی این عوامل بر اساس درجه رابطه‌ای خاکستری انجام می‌شود.

### جدول ۳- اولویت‌بندی چالش‌های موجود در کارآفرینی روستایی

اولویت عامل	درجه رابطه‌ای خاکستری	عامل
۱	۰/۷۸۶۴۴۳	محیط اجتماعی
۲	۰/۶۷۲۱۳۸	محیط اقتصادی
۳	۰/۴۵۳۵۱۴	محیط کالبدی

مأخذ: یافته‌های پژوهش

مشابه روند بالا، همان مراحل برای فرصت‌های موجود در کارآفرینی روستایی انجام شده، که نتایج آن در جدول ۴ آمده است.

### جدول ۴- اولویت‌بندی فرصت‌های موجود در کارآفرینی روستایی

اولویت عامل	درجه رابطه خاکستری	عامل
۱	۰/۶۵۶۴۴۳	محیط کالبدی
۲	۰/۶۲۲۱۳۸	محیط اقتصادی
۳	۰/۵۷۳۵۱۴	محیط اجتماعی

مأخذ: یافته‌های پژوهش

بر پایه نتایج به‌دست آمده از پژوهش حاضر، چالش‌های کارآفرینی در مناطق روستایی به‌صورت جدول ۵ ارائه شده است.

**جدول ۵- چالش‌های کارآفرینی در مناطق روستایی**

چالش‌های کارآفرینی در مناطق روستایی	اولویت‌بندی	عامل	زیر عامل	درجه رابطه‌ای خاکستری
	۱	اجتماعی	تأمین مالی دولت	۰/۷۸۶۴۴۳
			یکپارچگی نیروی کار روستایی	
			سرمایه اجتماعی	
	۲	اقتصادی	اندازه کوچک بازار	۰/۶۷۲۱۳۸
			نبود نیروی کار ماهر	
			موقعیت مکانی	
	۳	کالبدی	محیط طبیعی	۰/۴۵۳۵۱۴
			رقابت	

مأخذ: یافته‌های پژوهش

همچنین، طبق نتایج حاصل از پژوهش حاضر، فرصت‌های کارآفرینی در مناطق روستایی به صورت جدول ۶ ارائه شده است.

**جدول ۶- فرصت‌های کارآفرینی در مناطق روستایی**

فرصت‌های کارآفرینی در مناطق روستایی	اولویت‌بندی	عامل	زیر عامل	درجه رابطه‌ای خاکستری
	۱	کالبدی	موقعیت مکانی	۰/۶۵۶۴۴۳
			محیط طبیعی	
			رقابت	
	۲	اجتماعی	تأمین مالی دولت	۰/۶۲۲۱۳۸
			یکپارچگی نیروی کار روستایی	
			سرمایه اجتماعی	
	۳	اقتصادی	اندازه کوچک بازار	۰/۵۷۳۵۱۴
			نبود نیروی کار ماهر	

مأخذ: یافته‌های پژوهش

با توجه به نتایج ارائه شده در جداول ۵ و ۶، چالش‌ها و فرصت‌های کارآفرینان به شرح زیر شناسایی شده است.

## چالش‌ها محیط کالبدی

با توجه به جمع‌بندی نظرات پاسخ‌دهندگان، تمام عوامل موجود در بخش محیط کالبدی مانند موقعیت مکانی، منابع طبیعی و رقابت به‌عنوان فرصت در مناطق روستایی مورد مطالعه شناسایی شدند.

## محیط اجتماعی

تأمین مالی دولت: نتایج بیانگر این است که هنگام نیاز به حمایت مالی از طرف دولت، نوع کسب و کار مهم است. به دیگر سخن، تعدادی از کارآفرینان بر حسب نوع کسب و کار خود، چندان متکی به تأمین مالی دولت نبودند؛ در مقابل، بسیاری از کسب و کارهای کارآفرینان در دسترسی به منابع مالی دولتی دچار مشکل بودند. بدیهی است که نبود حمایت دولتی یک چالش در راه‌اندازی کسب و کارهای کارآفرینان به حساب می‌آید، زیرا دسترسی به سرمایه را محدود می‌کند و موجب سخت‌تر شدن رقابت می‌شود. این محدودیت تأمین مالی به‌ویژه در مورد کسب و کارهای با مقیاس کوچک‌تر شدیدتر است.

یکپارچگی نیروی کار: بنا به پاسخ‌های ارائه‌شده، تعدادی از کارآفرینان اعتقاد داشتند که تعلق به فرهنگ و پیشینه مشابه در مناطق روستایی باعث حس همسان بودن در کارآفرینان می‌شود. از طرفی، بنا به نظر برخی دیگر، گاهی اوقات، یکپارچگی ساکنان مناطق روستایی چالشی برای کارآفرینان به حساب می‌آید، زیرا اعتقاد داشتند که یکپارچه ساختن کارکنان با فرهنگ‌های متفاوت مشکلاتی را برای کارآفرینان به وجود می‌آورد.

سرمایه اجتماعی: از دیدگاه برخی پاسخ‌دهندگان، روابط اجتماعی نزدیک در مناطق روستایی یک فرصت به حساب می‌آید و در بسیاری از موارد، به روابط کاری خوب منتهی می‌شود. با این همه، برخی دیگر از پاسخ‌دهندگان استدلال می‌کردند که روابط نزدیک می‌تواند در برخی موارد، یک چالش به حساب آید، بدین صورت که معمولاً در آمیختگی

روابط شخصی و کاری ساکنان مناطق روستایی ممکن است برای کسب و کار مفید نباشد و بر عملکرد آنها تأثیر منفی بگذارد.

### محیط اقتصادی

*اندازه بازار:* با جمع‌بندی پاسخ‌های ارائه‌شده، اغلب کارآفرینان اعتقاد داشتند که اندازه کوچک بازار یکی از مشکلات عمده برای کارآفرینان روستایی محسوب می‌شود، که به تعداد کمتر مشتریان می‌انجامد. پراکندگی جمعیت یک چالش است که بر تقاضای بازار تأثیر می‌گذارد. جمعیت کم در مناطق روستایی، استفاده از صرفه‌های مقیاس توسط کارآفرینان را سخت‌تر می‌سازد و منجر به سطح پایین تقاضای محلی می‌شود.

*نیروی کار ماهر:* بنا به دیدگاه قریب به اتفاق پاسخ‌دهندگان، دستیابی به نیروی کار ماهر یکی از چالش‌های بزرگ برای کارآفرینان روستایی است. مردم در نواحی روستایی از دانش فناوری اطلاعات (IT) و مهارت‌های رسمی برخوردار نیستند و سطح آموزش آنها نیز پایین است. به همین دلیل، کارآفرینان روستایی اغلب اعضای خانواده خود را استخدام می‌کنند و بیشتر بر ارتباطات خانوادگی متکی هستند. این‌گونه روابط خانوادگی و شخصی در جوامع روستایی ممکن است به ایجاد موانعی برای روابط و نگرش‌های کاری مؤثر بینجامد.

### فرصت‌ها

#### محیط کالبدی

*موقعیت جغرافیایی:* تمامی کارآفرینان انتخاب‌شده از دهستان‌های مختلف موافق این بودند که موقعیت مکانی یکی از اولویت‌های کسب و کارشان بوده است. آنها معتقد بودند که موقعیت مکانی منطقه روستایی هزینه‌های راه‌اندازی و توسعه کسب و کار آنها را به گونه‌ای معنی‌دار کاهش داده است. همچنین، برخی کارآفرینان پایین‌تر بودن هزینه رانت را یکی از فرصت‌های ایجادشده بر حسب موقعیت مکانی کسب و کار می‌دانستند. گذشته از این، برخی از کارآفرینان

نیز سهولت دسترسی به محل کار را یکی دیگر از فرصت‌های ایجادشده بر حسب موقعیت جغرافیایی کسب‌وکار می‌دانستند.

**محیط طبیعی:** اغلب کارآفرینان معتقد بودند که محیط طبیعی یکی از عوامل اساسی برای کسب‌وکار است، که می‌تواند هم به صورت منفی و هم به صورت مثبت بر آن تأثیر بگذارد. البته علی‌رغم تأثیرگذاری عوامل بیرونی بر کسب‌وکار، عامل مهم تأثیرگذار بر موفقیت یک کسب‌وکار، توانایی و قابلیت سوددهی آن است. با وجود این، تعداد زیادی از عوامل محیطی خارج از کنترل کارآفرینان است. همچنین، زیبایی طبیعی مناطق روستایی، محیط کار با تنش کمتر را برای کارآفرینان به وجود می‌آورد.

**رقابت:** صرفه‌جویی در هزینه‌ها تنها مزیت در عامل موقعیت جغرافیایی برای کارآفرینان مناطق روستایی نبوده است. کارآفرینان روستایی معتقد بودند که محیط کسب‌وکار در مناطق روستایی مناسب است؛ برای نمونه، موضوع رقابت کمتر را به عنوان مزیت محیط کسب‌وکار مناطق روستایی قلمداد کرده و در این حالت، مجبور نیستند برای به دست آوردن مزیت رقابتی بر رقبای، تلاش کنند. در صورت وجود رقابت پایین‌تر، کارآفرین شانس بیشتری برای سرپا ماندن کسب‌وکارش دارد. از طرفی، موضوع رقابت پایین‌تر برای کارآفرینانی که مشتریان فراتر از محیط روستایی و در سطح ملی یا حتی بین‌المللی دارند، به عنوان یک چالش در نظر گرفته می‌شود.

### محیط اجتماعی

**سرمایه اجتماعی:** بر اساس دیدگاه پاسخ‌دهندگان، سرمایه اجتماعی یکی از فرصت‌هایی است که کارآفرینان روستایی با آن مواجه‌اند. از طرفی، برخی کارآفرینان دیدگاه مخالف داشتند و معتقد بودند که مناطق روستایی به عنوان یک ناحیه یا منطقه بسته که همه افراد یکدیگر را می‌شناسند، چه بسا باعث کم‌ارزش جلوه دادن یا اعتبار کمتر از حد قائل شدن برای کسب‌وکار شود. همچنین، تعدادی از آنها معتقد بودند که افراد روابط شخصی و کاری را با هم آمیخته

می‌کنند، که ترکیب این دو دارای اثر منفی ضدتولیدی بر کسب و کار است. با این حال، تعدادی از کارآفرینان بر این باور بودند که با توجه به سرمایه اجتماعی و روابط نزدیک در مناطق روستایی، قادرند کسب و کار خود را با دیگر کارآفرینان ادغام کرده و در وقت و هزینه صرفه‌جویی کنند. از طرفی، کارآفرینان استدلال می‌کردند که می‌توانند با ایجاد شبکه از طریق روابط نزدیک، از تجربه شکست یا موفقیت کسب و کار دیگر افراد در شبکه، آگاهی و دانش زیادی برای بهبود کسب و کار خود بیاموزند.

### محیط اقتصادی:

دسترسی به ارتباطات: تعدادی از کارآفرینان معتقد بودند که دسترسی به ارتباطات می‌تواند این فرصت را فراهم کند که به راحتی و در کمترین زمان ممکن، کارآفرینان بتوانند در ارتباط با مشتریان باشند؛ برای نمونه، با استفاده از شبکه‌های اجتماعی به صورت یک ابزار ارتباط جمعی و همچنین، یک ابزار بازاریابی، می‌توانند در دنیای امروز به عنوان یک رقیب در بازار حضور یابند.

زیرساخت: حمل و نقل یکی از اجزای زیرساختی مؤثر بر رفاه کارآفرینان است. وقتی که بخش حمل و نقل کارآباد باشد، فرصت‌های مناسب کارآفرینی از قبیل کاهش هزینه‌ها را فراهم می‌آورد. تعدادی از کارآفرینان معتقد بودند که به علت قرار گرفتن کسب و کارشان در حومه شهر، بخش حمل و نقل به عنوان یک چالش محسوب می‌شود. با این حال، اغلب کارآفرینان معتقد بودند که ارتباط کارآیین تولیدکنندگان و مشتریان به دلیل وجود سامانه حمل و نقل مناسب بوده و موفقیت کارآفرینان نیز بیش از پیش در گرو حمل و نقل مناسب است.

### نتیجه‌گیری و پیشنهادها

هدف پژوهش حاضر کشف چالش‌ها و فرصت‌هایی بوده است که کارآفرینان در مناطق روستایی با آن مواجه‌ند. در پژوهش حاضر، تلاش شده است که دانش موجود در زمینه



کارآفرینی روستایی از دیدگاه کارآفرینان افزایش یابد. با استفاده از یافته‌های تجربی، می‌توان چالش‌ها و فرصت‌های کارآفرینان روستایی در منطقه مورد مطالعه را نشان داد. یافته‌های پژوهش در قالب سه عامل کلی محیط کالبدی، محیط اجتماعی و محیط اقتصادی طبقه‌بندی شدند. بر اساس تحلیل نتایج به دست آمده، نخست، شناسایی چالش‌ها و فرصت‌های پیش روی کارآفرینان در مناطق مورد مطالعه صورت گرفت. سپس، بر اساس تحلیل مقایسه‌ای، این فرصت‌ها و چالش‌ها ارزیابی شدند. فرصت‌های موجود شامل موقعیت روستایی، محیط طبیعی، رقابت، سرمایه اجتماعی و دسترسی به ارتباطات و زیرساخت‌ها بوده، که این نتایج در راستای یافته‌های اشرافی سامانی و همکاران (Eshraqhi Samani et al., 2016)، پناهی (Panahi, 2016)، استیکوما و آدویا (Istiqomah and Adawiyah, 2018) و محمد و همکاران (Muhammad et al., 2017) است. علاوه بر این، چالش‌های موجود عواملی مانند تأمین مالی دولت، یکپارچگی کارکنان، روابط اجتماعی، محدودیت بازار و نیروی کار با مهارت پایین را شامل شده، که این نتایج با یافته‌های رئیسی و همکاران (Reisi et al., 2017)، صادقلو و همکاران (Sadeghloo et al., 2017)، موحد و یعقوبی (Nwankwo and Okeke, 2017) و نوانکو و اوککه (Movahedi and Yaghoubi Farani, 2012) سازگار است. گذشته از این، نتایج بیانگر این واقعیت است که کارآفرینان مختلف، در محیط روستایی تقریباً مشابه، با چالش‌ها و فرصت‌های متفاوت مواجه بوده‌اند، که این تفاوت‌ها را می‌توان از طریق ویژگی‌های منحصر به فرد کسب و کارهای کارآفرینان مانند بازارهای هدف، مقیاس عملیات، اندازه بنگاه و محیط کار تبیین کرد.

با توجه به نتایج تحقیق حاضر، پیشنهادهای سیاستی به شرح زیر ارائه می‌شود:

- بخش عمده کسب و کارهای کارآفرینان در مناطق روستایی مورد بررسی در دسترسی به تأمین مالی دولتی، دچار مشکل بوده‌اند. بدیهی است که وجود حمایت دولتی می‌تواند در سهولت راه‌اندازی کسب و کارهای کارآفرینان (به‌ویژه در مقیاس کوچک) مؤثر واقع شود.

○ از آنجا که اندازه کوچک بازار یکی از مشکلات عمده برای کارآفرینان روستایی در منطقه مورد مطالعه محسوب می‌شود، سیاست‌های جلوگیری از مهاجرت روستاییان به شهرها، ایجاد زیرساخت‌ها و اجرای دوره‌های آموزشی کسب و کار و یا توسعه کشاورزی در راستای افزایش توانمندی روستاییان برای فعالیت در روستاها می‌تواند انگیزه‌هایی برای ماندگاری جمعیت در روستاها و گسترش اندازه بازار و افزایش تقاضا به حساب آید.

○ دسترسی به ارتباطات باعث سهولت ارتباط خریداران و فروشندگان می‌شود. همچنین، زیرساخت‌های حمل و نقل یکی از مؤلفه‌های مهم در توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه در محیط‌های روستایی است، که می‌تواند باعث تسهیل کسب و کار از طریق کاهش هزینه‌ها شود.

○ دستیابی به نیروی کار ماهر یکی از چالش‌های بزرگ برای کارآفرینان روستایی در منطقه مورد مطالعه بوده است. با توجه به سطح آموزش پایین و گاه کم‌سوادی نیروی کار روستایی، اجرای برنامه‌های آموزشی در راستای شکوفایی و پرورش استعدادها و همچنین، اجرای طرح‌ها و برنامه‌های یادگیری حرف و مشاغل مانند پرورش آبیان، زنبورداری و یا آموزش‌های کشاورزی در حوزه تغییر الگوی کشت و یا استفاده بهینه از آب می‌تواند در راستای افزایش و ارتقای مهارت نیروی کار روستایی و ایجاد صنایع و کسب و کارهای کارآفرینانه بسیار سودمند باشد.

### پیشنهادها برای مطالعات آتی

تحقیق حاضر بر یک منطقه جغرافیایی خاص تمرکز داشته است. از آنجا که مناطق روستایی به‌طور ذاتی متفاوت‌اند، فرصت‌ها و چالش‌های یک منطقه را نمی‌توان به دیگر مناطق تعمیم داد؛ بنابراین، برای تقویت کارآفرینی روستایی در سراسر کشور، مطالعات بیشتری در مورد موضوع ضروری می‌نماید که در پایان، به پاره‌ای از آنها اشاره می‌شود:

۱. سهولت دسترسی به تأمین مالی در توسعه کارآفرینی روستایی؛
۲. سیاست‌های توسعه کارآفرینی روستایی به‌منظور گسترش اندازه بازار؛
۳. گسترش ارتباطات و زیرساخت‌ها در توسعه و کارآفرینی روستایی؛ و
۴. اجرای برنامه‌های توانمندسازی نیروی کار روستایی در راستای توسعه کارآفرینی روستایی.

### منابع

1. Ahirrao, J. and Sadavarte, M. (2010). Social and financial constraints of rural women entrepreneur: a case study of Jalna district in Maharashtra. *International Referred Research Journal*, 3(26): 14-18.
2. Bergmann, H. (2002). Entrepreneurial attitudes and start-up attempts in ten German regions: an empirical analysis on the basis of the theory of planned behaviour.
3. Brett, M. (2012). The enigma of capital and the crises of Capitalism. *Socialist Studies (Études Socialistes)*, 8(1).
4. Bristow, G. (2010). Resilient regions: re-'place'ing regional competitiveness. *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 3(1): 153-167.
5. Carree, M.A. and Thurik, A.R. (2010). The impact of entrepreneurship on economic growth. In: *Handbook of Entrepreneurship Research* (pp. 557-594), Springer.
6. Dabson, B. (2001). Supporting rural entrepreneurship. *Exploring Policy Options for a New Rural America*, 35-48.
7. Dabson, B., Malkin, J., Matthews, A., Pate, K. and Stickle, S. (2003). Mapping rural entrepreneurship. Washington, DC: Corp. for Enterprise Development.
8. Das, D.C. (2014). Prospects and challenges of rural entrepreneurship development in NER-A study. *International Journal Of Humanities and Social Science Studies*, 1(3): 178-182.
9. Duru, M. (2011). Entrepreneurship opportunities and challenges in Nigeria. *Business and Management Review*, 1(1): 41-48.
10. Emdadi, A., Mahboobi, M.R. and Abdollahzadeh, G.H. (2017). Diagnosing rural development cooperatives in the direction of formulating the entrepreneurship development strategies. *Entrepreneurship in Agriculture*, 5(1): 61-76. (Persian)

11. Eshraqhi Samani, R., Karimi, T., Vahedi, M. and Saydeh, T. (2016). Challenges of rural entrepreneurship in Ilam province. *Journal of Entrepreneurial Strategies in Agriculture*, 3(5): 57-63. (Persian)
12. Farahani, H. and Haji-Hosseini, S. (2013). Evaluating the potentials of rural areas for entrepreneurship and development of rural people's empowerment, case: Shawl district in Buin-Zahra County. *Journal of Rural Research*, 4(4): 715-748. (Persian)
13. Fazel-Beigi, M.M. and Yavari, G. (2009). The role of rural cooperatives in entrepreneurship development. *Cooperation and Agriculture*, 20(204): 41-62. (Persian)
14. Frazier, B., Stoel, L., Niehm, L. and Eckerson, N. (2013). Optimism for new business survival in rural communities: an institutional perspective. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 26(5): 443-462.
15. Fuller-Love, N., Midmore, P., Thomas, D. and Henley, A. (2006). Entrepreneurship and rural economic development: a scenario analysis approach. *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, 12(5): 289-305.
16. Gaglio, C.M. and Katz, J.A. (2001). The psychological basis of opportunity identification: entrepreneurial alertness. *Small Business Economics*, 16(2): 95-111.
17. Gartner, W.B. (1985). A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation. *Academy of Management Review*, 10(4): 696-706.
18. Gnyawali, D.R. and Fogel, D.S. (1994). Environments for entrepreneurship development: key dimensions and research implications. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(4): 43-62.
19. Helmer, O. and Rescher, N. (1959). On the epistemology of the inexact sciences. *Management Science*, 6(1): 25-52.
20. Hindle, K. (2010). How community context affects entrepreneurial process: a diagnostic framework. *Entrepreneurship and Regional Development*, 22(7-8): 599-647.
21. Hosseininia, G. and Fallahi, H. (2017). Factors affecting the development of rural entrepreneurship: a case study on the rural areas of Manoojan County. *Journal of Rural Research*, 8(1): 22-37. (Persian)
22. Istiqomah and Adawiyah, W.R. (2018). Development of rural group entrepreneurship in Indonesia: benefits, problems, and challenges. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 34(3): 330-342.

23. Izadi, H. and Barzegar, S. (2013). Entrepreneurship and rural development, lessons from the experiences of China. *Journal of Rural Research*, 4(4): 901-918. (Persian)
24. Jamshidi, A., Jamini, D. and Nazari, H. (2014). Studying driving forces and hampering factors affecting development of rural women's entrepreneurship in Miankouh district, Ardal County. *Scientific Journal of Management System*, 5(17): 75-94. (Persian)
25. Johnson, J.D. and Rasker, R. (1995). The role of economic and quality of life values in rural business location. *Journal of Rural Studies*, 11(4): 405-416.
26. Julong, D. (1989). Introduction to grey system theory. *The Journal of Grey System*, 1(1): 1-24.
27. Kalantaridis, C. and Bika, Z. (2006). Local embeddedness and rural entrepreneurship: case-study evidence from Cumbria, England. *Environment and Planning A*, 38(8): 1561-1579.
28. Keeble, D. and Tyler, P. (1995). Enterprising behaviour and the urban-rural shift. *Urban Studies*, 32(6): 975-997.
29. Kitson, M., Martin, R. and Tyler, P. (2004). Regional competitiveness: an elusive yet key concept? *Regional Studies*, 38(9): 991-999.
30. Kjeldsen, C. and Svensen, G.L.H. (2011). Introduction: networking private entrepreneurs in rural areas- social capital or waste of time? *Ager: Revista de Estudios Sobre Despoblación y Desarrollo Rural (Journal of Depopulation and Rural Development Studies)*, (11): 7-28.
31. Korsgaard, S., Müller, S. and Tanvig, H.W. (2015). Rural entrepreneurship or entrepreneurship in the rural - between place and space. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 21(1): 5-26.
32. Kuo, Y., Yang, T. and Huang, G.W. (2008). The use of grey relational analysis in solving multiple attribute decision-making problems. *Computers and Industrial Engineering*, 55(1): 80-93.
33. Larsson, E., Hedelin, L. and Garling, T. (2003). Influence of expert advice on expansion goals of small businesses in rural Sweden. *Journal of Small Business Management*, 41(2): 205.
34. Lordkipanidze, M. (2002). Enhancing entrepreneurship in rural tourism for sustainable regional development: the case of Söderslätt region, Sweden. The International Institute for Industrial Environmental Economics, IIIIEE, Lund University.

35. McElwee, G. and Annibal, I. (2010). Business support for farmers: an evaluation of the Farm Cornwall project. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 17(3): 475-491.
36. Meccheri, N. and Pelloni, G. (2006). Rural entrepreneurs and institutional assistance: an empirical study from mountainous Italy. *Entrepreneurship and Regional Development*, 18(5): 371-392.
37. Mitchell, C.J. (1998). Entrepreneurialism, commodification and creative destruction: a model of post-modern community development. *Journal of Rural Studies*, 14(3): 273-286.
38. Mitchell, C.J. (2013). Creative destruction or creative enhancement? Understanding the transformation of rural spaces. *Journal of Rural Studies*, 32: 375-387.
39. Mohammadi Yeganeh, B., Eynali, J. and Bigdeli, A. (2016). The role of entrepreneurship in rural areas development with emphasis on tourism (case study: Hesar-e-Valiasr, Avaj County). *Scientific Journal of Management System*, 6(21): 193-204. (Persian)
40. Morris, M.H., Kuratko, D.F., Schindehutte, M. and Spivack, A.J. (2012). Framing the entrepreneurial experience. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(1): 11-40.
41. Morrison, A.J. (1998). *Entrepreneurship: an international perspective*. Routledge.
42. Movahedi, R. and Yaghoubi Farani, A. (2012). Analysis of the barriers and limitations for the development of rural women's entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 15(4): 469-487.
43. Mueller, S. and Korsgaard, S. (2014). (Re)sources of opportunities– the role of spatial context for entrepreneurship. Paper Presented at the Academy of Management Proceedings.
44. Mugobo, V.V. and Ukpere, W.I. (2012). Rural entrepreneurship in the Western Cape: challenges and opportunities.
45. Muhammad, N., McElwee, G. and Dana, L.P. (2017). Barriers to the development and progress of entrepreneurship in rural Pakistan. *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, 23(2): 279-295.
46. Müller, S. (2013). *Entrepreneurship and regional development: on the interplay between agency and context*. Department of Business Administration, Aarhus University, Aarhus.

47. Niska, M., Vesala, H.T. and Vesala, K.M. (2012). Peasantry and entrepreneurship as frames for farming: reflections on farmers' values and agricultural policy discourses. *Sociologia Ruralis*, 52(4): 453-469.
48. Nwankwo, F.O. and Okeke, C.S. (2017). Rural entrepreneurship and rural development in Nigeria. *Africa's Public Service Delivery and Performance Review*, 5(1): 1-7.
49. Pallares-Barbera, M., Tulla, A.F. and Vera, A. (2004). Spatial loyalty and territorial embeddedness in the multi-sector clustering of the Berguedà region in Catalonia (Spain). *Geoforum*, 35(5): 635-649.
50. Panahi, I. (2016). A study on obstacles to entrepreneurship in rural areas of Marvdasht in order to reduce unemployment. *Territory*, 13(50): 107-120. (Persian)
51. Patel, B. and Chavda, K. (2013). Rural entrepreneurship in India: challenge and problems. *International Journal of Advance Research in Computer Science and Management Studies*, 1(2).
52. Reisi, A., Sheihaki Tash, M., Salarzahi, H. and Valinafs, A. (2017). Identification and prioritization of factors affecting agricultural entrepreneurship in rural areas (case study: Sarbaz County). *Journal of Entrepreneurial Strategies in Agriculture*, 3(6): 51-58. (Persian)
53. Rezvani, M.R. and Najjarzadeh, M. (2009). Study and analysis of villagers, background knowledge on entrepreneurship in the process of rural development, case study: South Baraan district (Isfahan County). *Journal of Entrepreneurship Development*, 1(2): 161-182. (Persian).
54. Sadeghloo, T., Heidari Sarban, V. and Gholizadeh, S. (2017). Evaluation of the development capacity of entrepreneurship in rural areas with an approach to the development and diversification of the rural economy, case study: sub-district of Bezeqi. *Iranian Journal of Geography and Development*, 15(49): 37-58. (Persian)
55. Salleh, M. and Sidek, N. (2011). Rural entrepreneurship: challenges and opportunities of rural micro enterprise (RME) in Malaysia. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 2(11): 573-585.
56. Saxena, S. (2012). Problems faced by rural entrepreneurs and remedies to solve it. *Journal of Business and Management*, 3(1): 23-29.
57. Smallbone, D. (2009). Fostering entrepreneurship in rural areas.
58. Stathopoulou, S., Psaltopoulos, D. and Skuras, D. (2004). Rural entrepreneurship in Europe: A research framework and agenda. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 10(6), 404-425.

59. Tennesen, M. (1994). HR faces distinct issues in rural areas. *Personnel Journal*, 73(6): 112-119.
60. Uwajumogu, N., Ogbonna, I. and Agu, S. (2014). The impact of finance on Nigeria's rural entrepreneurial development.
61. Vaessen, P. and Keeble, D. (1995). Growth-oriented SMEs in unfavourable regional environments. *Regional Studies*, 29(6): 489-505.
62. Wang, R.T., Ho, C.T., Feng, C.M. and Yang, Y.K. (2004). A comparative analysis of the operational performance of Taiwan's major airports. *Journal of Air Transport Management*, 10(5): 353-360.
63. Welter, F. (2011). Contextualizing entrepreneurship - conceptual challenges and ways forward. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(1): 165-184.
64. Welter, F. and Smallbone, D. (2011). Conceptualising entrepreneurship in a transition context. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 3(2): 165-184.
65. Wennekers, S. and Thurik, R. (1999). Linking entrepreneurship and economic growth. *Small Business Economics*, 13(1): 27-56.
66. Wortman, Jr. M.S. (1990). Rural entrepreneurship research: an integration into the entrepreneurship field. *Agribusiness*, 6(4): 329-344.
67. Young, N. (2010). Business networks, collaboration and embeddedness in local and extra-local spaces: the case of port Hardy, Canada. *Sociologia Ruralis*, 50(4): 392-408.