

آسیب‌شناسی توسعه کسب‌وکارهای خانوادگی روستایی در استان گلستان

ابوالقاسم شریف‌زاده - استادیار ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان
علیرضا خواجه شاهکوهی - استادیار جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه گلستان
غلامحسین عبدالله‌زاده* - استادیار توسعه روستایی و کشاورزی، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان
مهنوش شریفی - دکتری ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه تهران

دریافت مقاله: ۱۳۹۲/۵/۲۶ پذیرش نهایی: ۱۳۹۲/۱۲/۱۲

چکیده

امروزه توسعه کسب‌وکارهای روستایی از راهبردهای اصلی پیشبرد توسعه پایدار روستایی به‌شمار می‌آید. پژوهش حاضر با هدف آسیب‌شناسی توسعه کسب‌وکارهای خانوادگی روستایی در استان گلستان انجام شده است. اطلاعات لازم برای تحقیق، از طریق مصاحبه نیمه‌ساختارمند با نمونه‌ای برگزیده از مدیران کسب‌وکارهای خانوادگی ($n=37$) به‌دست آمده است. با استفاده از فرایند کدگذاری مرسوم در نظریه بنیانی، متن به‌دست‌آمده از مصاحبه‌ها تحلیل شده و یافته‌های حاصل از تحلیل در ساختاری ماتریسی - شامل کدهای باز (۱۰۵ کد)، محوری و انتخابی - تدوین شده است. براساس کدهای طبقه‌بندی‌شده موضوعی (۷ طبقه)، مسائل عمده توسعه کسب‌وکارهای خانوادگی روستایی شامل اینها هستند: 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؛ تعامل غیرسودمند میان خانواده و فعالیت کسب‌وکار؛ ناکارآمدی مدیریت تولید و کارکردهای کسب‌وکار؛ و فشارهای اجتماعی. سرانجام، سازه‌های مفهومی شناسایی‌شده برای توسعه کسب‌وکارهای خانوادگی روستایی به‌هم پیوند زده شده و الگوی «آسیب‌شناسی توسعه کسب‌وکارهای خانوادگی روستایی» ترسیم شده است.

کلیدواژه‌ها: آسیب‌شناسی کیفی، کارآفرینی روستایی، کسب‌وکار خانوادگی، کسب‌وکار روستایی، نظریه بنیانی.

مقدمه

کارآفرینی، توان بالایی برای پیشبرد توسعه پایدار روستایی دارد. آشکارشدن قابلیت و ظرفیت‌های توسعه‌ای کارآفرینی^۱ سبب شده است که کارگزاران توسعه در بخش‌های مختلف - از جمله در حوزه توسعه پایدار روستایی - بر تسهیل توسعه کارآفرینی اهتمام ورزند (افتخاری و سجاسی قیداری، ۱۳۸۹، ۱۷).

هوی (۱۹۸۳) کارآفرین روستایی را چنین توصیف کرده است: فردی مستقل، ریسک‌پذیر، پیشرفت‌مدار، خوداتکا، خوش‌بین، سخت‌کوش و نوآور. کارآفرینی در محیط روستا بر ایجاد فرصت‌های جدید اشتغال از طریق خلق کسب‌وکارهای تازه متمرکز است و با توسعه اجتماعات محلی روستایی و نظام تولید و معیشت مبتنی بر کشاورزی پیوند دارد. از نظر ورتمن (۱۹۹۰) کسب‌وکارهای خانوادگی در دنیا بخش مهمی از اقتصاد کشورها را تشکیل می‌دهند. طبق تحقیقات، کسب‌وکارهایی که به نوعی مالکیت یا مدیریت‌شان خانوادگی است، ۶۵ تا ۹۰ درصد از کل کسب‌وکارهای جهان را تشکیل می‌دهند (Gerscik et al., 1997) و عامل ایجاد ثروت، تجمیع و گردش سرمایه، و اشتغال هستند (سیدامیری و همکاران، ۱۳۸۸).

مروری بر تحقیقات انجام‌شده در این زمینه نشان می‌دهد که نوعی گذر در حوزه کسب‌وکارهای روستایی، از کسب‌وکارهای مبتنی بر کشاورزی به کسب‌وکارهای عمومی رخ داده است. همچنین فعالیت‌های اقتصادی در مناطق روستایی، از تولید به خرده‌فروشی و خدمات روی آورده‌اند. محدودیت‌های عوامل تولید - از جمله کمبود نیروی کار ماهر و پشتیبانی ملی - بر توسعه کسب‌وکارهای روستایی تأثیرگذارند. تولیدکنندگان خرده‌پا در جوامع روستایی از دسترسی به فناوری‌های پیشرفته، پیوندهای شبکه‌ای و نهادهای صنفی پشتیبان بی‌بهره‌اند. در چنین شرایطی، گسترش کارآفرینی از طریق کسب‌وکارهای خانوادگی می‌تواند به توسعه

1. Developmental capacity of entrepreneurship

منابع اقتصادی، درآمد و رفاه، ارتقای ارزش سرمایه‌ها و منابع، بهره‌وری تولید، ایجاد فرصت اشتغال برای جوانان روستایی، صنعتی‌شدن روستا و تنوع‌بخشی به اقتصاد روستایی یاری رساند (لیانگ، ۱۳۸۷).

با توجه به جایگاه کسب‌وکارهای خانوادگی در اقتصاد روستا و ضرورت آسیب‌شناسی به‌منظور حمایت از توسعه این‌گونه کسب‌وکارها در مناطق روستایی و انجام‌نگرفتن تحقیقات علمی داخلی در این زمینه، پژوهش حاضر در پی شناسایی، دسته‌بندی و توصیف آسیب‌ها و محدودیت‌های کسب‌وکارهای خانوادگی روستایی در استان گلستان انجام گرفته است.

مبانی نظری

تأثیر روابط خانوادگی بر توسعه کسب‌وکارها و کارآفرینی، موضوعی است که در حیطه کارآفرینی همواره به آن توجه شده است. نوع تمام‌عیار درگیری خانواده در کسب‌وکار، همان کسب‌وکار خانوادگی است، که شکل‌گیری و تحول آن تحت تأثیر ساختار و کارکرد و منابع خانواده و نیز فضای کارآفرینی جامعه قرار دارد.

هوی و ورسر (1994) نخستین تلاش را برای پیونددهی کسب‌وکار خانوادگی و کارآفرینی برمبنای تلاش گارتنر (1990) از طریق شناسایی مجموعه پیوسته‌ای از عناصر شکل‌دهنده این پدیده انجام دادند. کسب‌وکار خانوادگی عمدتاً بر بنگاه و بقای آن از یک نسل به نسل دیگر بنا می‌شود. این برداشت، بازتاب کارکرد خانواده در حوزه کسب‌وکار است و از نظر مالی بر حفظ ثروت تأکید دارد.

شروع و رشد هر کسب‌وکاری، صرف‌نظر از موقعیت جغرافیایی شکل‌گیری آن، با مخاطرات فراوانی همراه است. اغلب نواحی روستایی جمعیت کمی دارند، یا ممکن است به‌علت دوری از مراکز بزرگ جمعیتی، محدودیت‌هایی در دسترسی به بازار، سرمایه، نیروی کار ماهر، و زیرساخت‌ها داشته باشند. مجموعه این مشکلات در چارچوب نگرش و فرهنگ محلی‌ای که ممکن است برای فعالیت‌های کارآفرینانه مناسب نباشد، تشدید می‌شود (Liechtenstein and

(Lyons, 1996). نواحی روستایی جذابیت چندانی برای پیشبرد فعالیت‌های کارآفرینانه ندارند، که با ضعف ساختارها (زیربناهای ناکافی، کمبود نیروی متخصص و ماهر، مقیاس کوچک بازار و مانند اینها) و همچنین ناکارآمدی نهادی و اجتماعی تشدید می‌شود (Anthopoulou, 2010). در مورد موانع و محدودیت‌های شروع و پیشبرد یک فعالیت کارآفرینانه در نواحی روستایی تقریباً اجماع نظر وجود دارد. موانع و محدودیت‌های گوناگونی مانند ناآشنایی با فناوری، نبود سرمایه (Heritot, 2002)، نبود تنوع در ایده‌ها، دسترسی ناکافی به اطلاعات موثق و شفاف، فقدان فرهنگ حمایتی، دوری از بازار نهاده و ستانده (Markley, 2002)، گسستگی‌های درونی میان جامعه روستایی، ناآگاهی از استفاده از دانش، منابع و شبکه‌های موجود برای ورود به محیط جدید (Edward and Stuart, 2004) همگی از موانع شکل‌گیری کارآفرینی روستایی قلمداد می‌شوند. لیختنشتاین و لیون (1996) موانع شکل‌گیری کارآفرینی روستایی را به سه دسته اصلی تقسیم‌بندی کردند. گروه نخست، موانعی هستند که به کوچکی اندازه، تراکم اندک جمعیت و پراکندگی مکانی جوامع روستایی مربوط می‌شوند. دو جنبه دیگر به دلیل ساختار اقتصادی و اجتماعی جوامع روستایی و همچنین ماهیت ارتباطات داخلی و خارجی آن است. در مطالعات دیگری، موانع شکل‌گیری و خلق فرصت‌های کارآفرینانه در نواحی روستایی با توجه به سه محیط فیزیکی، اجتماعی و اقتصادی روستا تحلیل شده‌اند (Stathopoulou et al., 2004). در ادامه، بر اساس مطالعات انجام‌شده و با توجه به دسته‌بندی‌های صورت‌گرفته، آسیب‌های شکل‌گیری و توسعه کسب‌وکارهای روستایی تحلیل می‌شود.

کوچکی اندازه و تراکم اندک جمعیت و در نتیجه آن، تقاضای محدود محلی، دستیابی کسب‌وکارهای کوچک روستایی را به صرفه‌های مقیاس یا تولید انبوه با مشکل مواجه می‌کند (Stathopoulou et al., 2004). در مقیاس‌های پایین تولید، کالاها و خدمات با قیمت‌های بالاتر فروخته می‌شوند، که اغلب فراتر از توان مصرف‌کنندگان محلی است. بنابراین، بنگاه‌های کوچک بازارهای دورتر از منطقه خود را هدف قرار می‌دهند که هزینه‌های حمل‌ونقل، ترفیع و بازاریابی‌شان را افزایش می‌دهد. به‌ویژه اینکه زیرساخت‌های تجارت الکترونیک و فناوری

اطلاعات و ارتباطات (فاوا) در نواحی روستایی شکل نگرفته است و نگرش مثبتی نیز به آن وجود ندارد. از طرفی، رشد پذیرش فاوا در کسب‌وکارهای روستایی در مقایسه با هم‌تایان شهری آنها، اغلب کندتر است (Keeble et al., 1992; Buhalis and Main, 1998; Smallbone et al., 2002; Haugh and Robson, 2005).

پراکندگی مکانی نیز بر دوری از بازارهای اصلی و دسترسی به مشتریان، عرضه‌کنندگان، منابع اطلاعاتی و نهادهای حمایتی اثر دارد (Stathopoulou et al., 2004). دوری و نزدیکی به مراکز شهری، بر هزینه‌های حمل‌ونقل نهاده‌ها و ستانده‌ها، جابه‌جایی نیروی کار، نشر فناوری (Ruoss and Thompson, 1999)، جنبه‌های گوناگون رشد کسب‌وکارهای روستایی و نشر نوآوری تأثیر زیادی دارد (North and Smallbone, 2000). از طرفی دسترسی بهتر به نواحی شهری به‌علت شکل‌دهی ارتباطات شهری و مهاجرت‌های روزانه، رفتارهای کارآفرینانه را تسریع می‌کند (Keeble and Tyler, 1995)، و مشکلات دسترسی به نواحی روستایی، باعث غفلت نهادهای مالی سرمایه‌گذار و عرضه‌کننده نوآوری از این نواحی می‌شود (Phelps et al., 2001). ساختار اقتصادی و اجتماعی جوامع روستایی نیز می‌تواند فعالیت‌های کارآفرینانه را به تأخیر اندازد. ویژگی اصلی نواحی روستایی، ازدیاد کسب‌وکارهای کوچکی است که وابستگی فزاینده‌ای به نظام تولید محلی (بهره‌برداری از مواد خام محلی) دارند (Anthopoulou, 2010). اقتصاد روستایی تقریباً به‌تمامی با کشاورزی، برداشت از منابع طبیعی، و صنایع منفرد وابسته به تولیدات خام کشاورزی شکل می‌گیرد. همین تنوع‌نداشتن اقتصاد روستایی سبب می‌شود که وقتی قیمت محصولات کشاورزی کاهش می‌یابد و منابع طبیعی تخلیه می‌شوند، ظرفیت مداوم فعالیت‌های کارآفرینانه نیز از بین برود. در بیشتر نواحی روستایی، نیروهای کار فاقد مهارت‌های تخصصی هستند (Laukkanen and Niittykangas, 2003; Patterson and Henderson, 2003)، تنوع مهارت در روستاها اندک است و بین مشاغل موجود و نیروی کار در دسترس تناسب ساختاری وجود ندارد. افراد جوان و تحصیل‌کرده تمایلی به ماندن در روستا ندارند (Laukkanen and Niittykangas, 2003, Courtney and Brydon, 2001)، و دسترسی ناکافی

به نیروی آموزش‌دیده، استفاده از فناوری برای غلبه بر محدودیت‌های بازار محلی را از بین می‌برد (Smallbone et al., 2002; Grant, 2003).

از دیدگاه روان‌شناختی، روستاییان با ویژگی‌هایی از قبیل درون‌گرایی، انعطاف‌ناپذیری و مقاومت در برابر تغییر (Hall and Nordqvist, 2001)، مایل به ریسک‌پذیری در قالب فعالیت‌های کارآفرینی نیستند (Johannisson, 2002) و غالباً شیوه زندگی سنتی و معیشتی را که مانع نوآوری و خلاقیت و کارآفرینی می‌شود (Habbershon, 2006) ترجیح می‌دهند.

فقدان سرمایه‌گذاری منجر به تأخیر توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه در نواحی روستایی می‌شود. سرمایه‌گذاری افزون بر اینکه برای ایجاد زیرساخت‌ها به‌منظور تسهیل دسترسی به نواحی روستایی مورد نیاز است، برای افزایش کارآمدی در هنجارها، قوانین، ساختارهای سازمانی و سازوکارهای عملیاتی موجود در نواحی روستایی - که پایه و اساس توسعه محلی را شکل می‌دهند - نیز ضروری است (Chmielinski, 2007). زیرساخت‌ها به سه شیوه افزایش استفاده از منابع، جذب منابع بیشتر و بهره‌وری بیشتر از منابع، بر عملکرد اقتصادی تأثیر می‌گذارند (Fox and Porca, 2001) و منجر به ایجاد کسب‌وکارهای جدید می‌شوند.

کارآفرینان به ارتباطات داخلی که جریان کالاها، خدمات، اطلاعات و ایده‌ها را امکان‌پذیر می‌سازد، چندان وابسته نیستند (Mitchell and Clark, 1999; Telford, 2006). با اینکه شبکه‌های فردی و بین‌فردی (اعتماد، دوستی، و روابط خانوادگی) در نواحی روستایی به‌خوبی شکل گرفته است، شبکه‌های رسمی کسب‌وکار (روابط بین کارآفرینان، بانک‌ها، متخصصان، نهادهای مالی، و سازمان‌های تجاری) که تأثیر بسزایی بر عملکرد کارآفرینانه دارند (Littunen, 2000) در نواحی روستایی شکل نگرفته یا دارای پیوندهای ضعیفی است (Hoang and Antoncic, 2003).

کسب‌وکارهای روستایی ارتباطات محدودی با محیط بیرون دارند و رقابت با کسب‌وکارهای شهری به‌منظور دستیابی به بازارهای بزرگ‌تر اغلب نابرابر است. شواهد تجربی زیادی، وابستگی به بازارهای محلی را تأیید می‌کنند (Galloway and Mochrie, 2006). از طرفی، منابع طبیعی

روستایی به مراکز شهری انتقال می‌یابند بدون اینکه ارزش‌افزوده حاصل از آنها نفعی برای نواحی روستایی داشته باشد یا از طریق ایجاد صنایع فرآوری، فرصت‌های اشتغال فراهم آورند. بیشتر دارایی‌های روستایی را مالکان غایبی مدیریت می‌کنند که تعهدی به انجام فعالیت‌های کارآفرینانه در نواحی روستایی ندارند.

روش‌شناسی

پژوهش حاضر از منظر پارادایم تحقیق، جزو تحقیقات کیفی است و با رویکرد آسیب‌شناسانه^۱ و با غایت اکتشاف (موانع و محدودیت‌های توسعه کسب‌وکارهای خانوادگی روستایی) انجام شده است. در این پژوهش، از روش نظریه‌پردازی بنیانی و شیوه مصاحبه کیفی و عمیق نیمه‌ساختارمند^۲ برای گردآوری اطلاعات و داده‌ها استفاده شده است. جامعه آماری تحقیق را مالکان و اعضای کسب‌وکارهای خانوادگی روستایی کشاورزی در استان گلستان تشکیل می‌دهند. برای انجام مصاحبه‌ها از تکنیک نمونه‌گیری هدفمند ترکیبی موارد نوعی و بارز^۳ (مصاحبه با افراد باتجربه، شناخته‌شده و دارای توان و آمادگی برای ارائه اطلاعات لازم)، تکنیک گلوله‌برفی^۴ (مصاحبه با افراد معرفی‌شده از سوی سایر نمونه‌ها)، و روش فرصت‌مدار^۵ و موارد مطلوب^۶. در روش فرصت‌مدار و موارد مطلوب، با نمونه‌های در دسترس مصاحبه می‌شود و مصاحبه برای نمونه‌هایی که اطلاعات جامعی به دست می‌دهند، تکرار می‌گردد؛ بدین ترتیب دیدگاه‌های تکمیلی به دست می‌آید و با توجه به اطلاعات لازم و پیشرفت در مسیر رسیدن به اشباع نظری و غنای مفهومی^۷، ابهام‌های احتمالی برطرف می‌شود. در این پژوهش، اندازه نمونه

1. Diagnostic
2. Semi-structured deep interview
3. Typical cases
4. Snow balling
5. Opportunistic
6. Intensity cases
7. Theoretical saturation and conceptual enrichment

و فرایند گردآوری اطلاعات تا سطح اشباع نظری^۱ یا آستانه سودمندی اطلاعات در دسترس^۲ ادامه یافت و سرانجام با ۳۷ نمونه ($n=37$) مصاحبه شد. در مجموع، ۴۳ مصاحبه (شامل ۳۷ مصاحبه در مرحله نخست و ۶ تکرار مصاحبه) انجام گرفت. برای هدایت نظام‌یافته و افزایش روایی مصاحبه‌ها، پروتکل مصاحبه‌گری (شامل مشخصات تکنیکی و پرسش‌های محوری) تدوین و به کار گرفته شد.

به‌منظور رسیدن به روایی و پایایی لازم، افزون بر گزینش هدفمند نمونه‌ها برای مصاحبه همراه با تدوین پروتکل برای روش‌مند کردن مراحل کار، هدف‌نهایی پژوهش نیز با نمونه‌ها درمیان گذاشته شد و پرسش‌ها و محورهای مصاحبه در اختیار آنها قرار گرفت. در طول مصاحبه نیز تلاش شد تا با طرح مفاهیم و مصادیق مرتبط با پرسش‌های محوری، زمینه برای هدایت جریان گفت‌وگو به مسیر موردنظر فراهم شود تا از طرح پاسخ‌های سطحی و غیرضروری پرهیز گردد. بدین ترتیب، روند مصاحبه و جمع‌بندی دیدگاه‌ها در مسیر تعیین‌شده حفظ گردید و درکی کلی از محورهای بحث به‌دست آمد. از دیگر تدابیر می‌توان به این موارد اشاره کرد: طرح شفاف و صریح پرسش‌ها، انجام مصاحبه در شرایط مناسب برای پاسخگویان، بازنگری اولیه و تکرار مصاحبه در موارد معین، تنوع‌بخشی به پرسش‌های مطرح‌شده (از طریق شکستن پرسش‌های محوری) و نحوه طرح آنها، تنوع‌بخشی به روش‌های پیشبرد مصاحبه و نمونه‌های برگزیده (چندجانبه‌گرایی)^۳، اطمینان‌بخشی به مصاحبه‌شوندگان درباره محرمانه‌ماندن و امانت‌داری در قبال اطلاعات ارائه‌شده، و مشارکت‌دهی آنها در جمع‌بندی دیدگاه‌های ارائه‌شده به‌منظور نزدیک‌ساختن برداشت‌های متقابل.

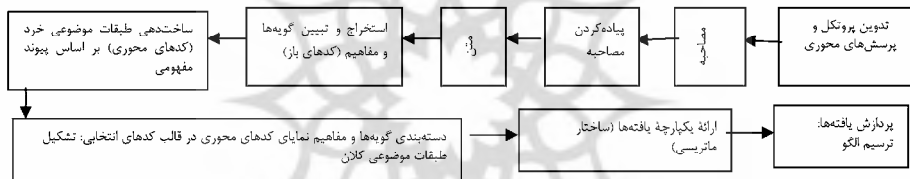
پس از تدوین پروتکل و آماده‌ساختن مصاحبه‌شونده‌ها طبق برنامه زمان‌بندی‌شده، از طریق گفت‌وگو حول پرسش‌های محوری (به‌جای پرسش و پاسخ)، و ثبت شنیداری و نوشتاری

-
1. Theoretical saturation
 2. usefulness threshold of available information
 3. Triangulation

مصاحبه‌ها، متن گفت‌وگو در قالب فرم‌های تدارک دیده‌شده پیاده‌سازی گردید و سپس پالایش، بازخوانی، دسته‌بندی و تبیین یافته‌ها صورت پذیرفت.

یافته‌ها

در این تحقیق، تحلیل و طرح یافته‌های به‌دست‌آمده از مصاحبه‌گری، مبتنی بر ترکیب روش کدگذاری طبقه‌بندی‌شده موضوعی و روند کدگذاری رایج در نظریه‌پردازی زمینه‌زا (تئوری بنیانی) شامل فرایند سه‌مرحله‌ای کدگذاری باز، محوری و انتخابی^۱ و تلفیق مفاهیم به‌دست آمده است. این مراحل با یکدیگر ارتباط و هم‌پوشانی دارند و به ترتیب نسبت به متن حالتی انتزاعی‌تر و تفسیری‌تر به خود می‌گیرند (شکل ۱).



شکل ۱. سیر روش‌شناختی تحلیل اطلاعات و داده‌ها

در روند کدگذاری در این تحقیق، برخی از کدها یا همان مضامین و مفاهیم به‌طور مستقیم از متن مصاحبه‌ها و گفته‌های مصاحبه‌شوندگان برگرفته شده‌اند (کدهای بروزباینده)^۲ و برخی دیگر به‌صورت محقق‌ساخته با توجه به مفاهیم و مضامین برگرفته از مرور مبانی نظری و مطالعات انجام‌شده در حوزه کسب‌وکار و کارآفرینی و شواهد تجربی به‌دست آمده‌اند (کدهای

1. Open Coding, Axial Coding and Selective Coding
2. Emerging Codes

پیش‌ساخته یا کدهای محقق‌ساخته). کدهای تعیین‌شده به‌منظور بازنمایی دیدگاه‌های پاسخگویان در قالب مفاهیم رایج مطرح شده‌اند (جدول ۱).

جدول ۱. نمونه‌ای از مرحله نخست پردازش نتایج: تبدیل متن مصاحبه‌ها به کد

مصاحبه‌شونده	مضمون پرسش	پاسخ	کدهای استخراج‌شده (کدهای باز)
۱	مشکلات هماهنگی بین اعضای خانواده در امور کسب‌وکار	ما که سن‌مان بالا رفته، بچه‌ها هم بعد از اینکه دانشگاه قبول می‌شوند بیشتر دوست دارند در شهر و ادارات کاری دست‌وپا کنند...	پیرگرایی مالکان کسب‌وکارها، شهرگروی و کارمندگروی جوانان روستایی
۲	مسائل مربوط به تولید	مخارج سرسام‌آور شده، دیگر بیشتر درآمد صرف کارگر، آب، برق و گاز می‌شود. بعضی وقت‌ها باید از جیب خرج کنی و وام بگیری تا بتوانی از پس هزینه‌ها بریایی...	افزایش هزینه تولید، تورم، و اقتصادی‌نبودن

پس از آنکه کدهای باز از طریق تحلیل محتوای کیفی به‌طور مستقیم از گفته‌های مصاحبه‌شوندگان برگرفته شد، در مرحله بعد - مرحله کدگذاری محوری - گزینش مضامین و مفاهیم محوری و نمایا از بین کدهای باز انجام شد. در این بین، تلاش شد تا از بین کدهای باز، کدهایی انتخاب شوند که قابلیت بازنمایی و پوشاندن دیگر کدها و شکل‌گیری مقوله‌ها را دارند. اگر کدهای باز به‌مثابه مفاهیم و مضامین خرد در نظر گرفته شوند، کدهای محوری نقش سازه‌ها یا مفاهیم کلی را دارند. سرانجام با مرور و دسته‌بندی مفهومی کدهای محوری، طبقات مفهومی کلان و کدهای انتخابی شکل گرفت. این کدها نقش مؤلفه‌ها را در ترسیم الگوی نمایا آسیب‌شناسی توسعه کسب‌وکارهای خانوادگی در مناطق روستایی ایفا می‌کنند (جدول ۲).

جدول ۲. ساختار ماتریسی یکپارچه تحلیل داده‌ها و اطلاعات

ردیف	کد	فراوانی	درصد	طبقه موضوعی خرد (کدهای محوری)	طبقه موضوعی کلان (کدهای انتخابی / گزاره‌ها)
۱	دشواری نسبی ورود و خروج به عرصه‌های کسب‌وکار در مناطق روستایی در مقایسه با شهری	۶	۱۴	ناهمواری فضای توسعه کسب‌وکار در مناطق روستایی	مساعدنبودن محیط کسب‌وکار در مناطق روستایی
۲	اشباع کسب‌وکارهای روستایی به دلیل اقبال و استقرار تعداد زیادی کسب‌وکار مشابه در یک منطقه	۷	۱۶		
۳	روابط ضعیف بین کسب‌وکارها	۱۷	۴۰		
۴	نبودن جاذبه‌های لازم برای سرمایه‌گذاری در برخی کسب‌وکارهای روستایی	۲۱	۴۹		
۵	کنترل انحصارگونه تولید و بازار از سوی برخی افراد خاص	۱۱	۲۶		
۶	رواج محصولات و حرفه‌های رقیب در مناطق روستایی	۱۲	۲۸		
۷	بروز تغییرات اقلیمی تأثیرگذار	۹	۲۱		
۸	توسعه‌نیافتگی زیرساخت‌های عمومی در برخی مناطق روستایی	۳۰	۷۰		
۹	ضعف زیرساخت تولید و انبارداری و حمل‌ونقل	۱۱	۲۶		
۱۰	مشکلات تأمین امنیت در برخی مناطق	۳	۷		
۱۱	توسعه‌نیافتگی و استقرار نامناسب صنعت در مناطق روستایی	۱۲	۲۸		

ادامه جدول ۲. ساختار ماتریسی یکپارچه تحلیل داده‌ها و اطلاعات

توسعه‌نیافتگی بازار	ضعف بازاریابی	۶۳	۲۷	نبود بازاریابی مبتنی بر تبلیغات و شناخت بازار	۱۲
		۱۹	۸	نداشتن چشم‌انداز بازاری فرامحلی	۱۳
		۱۶	۷	آگاهی نداشتن از سلیق و خواسته‌های مشتریان به‌دلیل نبود ارتباط مستقیم	۱۴
		۱۹	۸	دسترسی محدود به اطلاعات بازار	۱۵
	ناکارآمدی بازار محلی	۲۶	۱۱	ضعف ساماندهی و کارایی بازارهای محلی برای عرضه کالاهای تولیدشده	۱۶
		۸۱	۳۵	حاکمیت واسطه‌گران و دلال‌بازی	۱۷
	روندهای نامساعد بازار	۹۳	۴۰	نوسان قیمت بازار	۱۸
		۵۱	۲۲	تغییر رویکرد مشتریان به کالاهای صنعتی و وارداتی	۱۹
		۷۰	۳۰	واردات بی‌رویه محصولات مشابه	۲۰
		۴۰	۱۷	قیمت‌گذاری متنوع و متغیر محصولات تولیدی مشابه	۲۱
گذار و شکاف بین‌نسلی در انتقال ارزش‌ها، مهارت‌ها و فرهنگ کسب‌وکار	عدم استقبال نسل جوان روستایی	۱۲	۵	کارمندگروی نسل جوان تحصیل‌کرده روستایی	۲۲
		۹	۴	رواج فردگرایی و کسب‌وکارهای مستقل بین نسل جوان روستایی	۲۳
	مشکلات و عوارض گذار بین‌نسلی	۱۴	۶	دشواری انتقال قدرت از والدین به فرزندان، همراه با حفظ انسجام داخلی و موقعیت بیرونی کسب‌وکار	۲۴
		۱۶	۷	ازهم‌گسیختن ساختار اقتصادی - اجتماعی کسب‌وکار در نتیجه تقسیم سهم ارث	۲۵
		۱۲	۵	پیرگرایی صاحبان کسب‌وکارهای خانوادگی	۲۶
		۱۲	۵	از دنیارفتن استادکارهای باتجربه و کار کشته بدون پرورش جایگزین‌های مناسب	۲۷

ادامه جدول ۲. ساختار ماتریسی یکپارچه تحلیل داده‌ها و اطلاعات

		۱۶	۷	فراموشی و زوال برخی از صنایع و حرفه‌های روستایی و دانش بومی مربوط به آن	۲۸
	شکاف نسلی در عرصه کسب‌وکار	۷	۳	ناهماهنگی بین رهبران اجتماعی خانواده (بزرگ‌ترها) و گردانندگان کسب‌وکار (اعضای جوان‌تر)	۲۹
نبود پشتیبانی رسمی نهادمند	عدم انسجام و حمایت صنفی	۴۴	۱۹	عدم انسجام و حمایت صنفی	۳۰
	نداشتن هویت و جایگاه رسمی	۶۰	۲۶	نبود ثبت رسمی و امکان بهره‌مندی از خدمات دولتی (همانند اعتبارات بانکی)	۳۱
		۵۸	۲۵	نداشتن شناسنامه و تعریف رسمی برخی کسب‌وکارهای روستایی نزد مجامع ذی‌ربط	۳۲
		۴۹	۲۱	نبود یا اعمال نشدن استانداردهای تولید و کیفیت در مورد برخی کسب‌وکارهای سنتی و محلی	۳۳
	دریافت نکردن خدمات آموزشی	۷	۳	در نظر نگرفتن کسب‌وکارهای روستایی در برنامه مراکز آموزشی مرتبط نظیر آموزش‌های علمی-کاربردی	۳۴
		۱۴	۶	پوشش نیافتن کسب‌وکارهای غیر کشاورزی در برنامه‌های ترویجی (ترویج کشاورزی، نه ترویج روستایی)	۳۵
	نداشتن چتر حمایتی رسمی	۱۶	۷	ضعف تبلیغ و معرفی مناسب کسب‌وکارهای روستایی و تولیدات آنها در صدا و سیما و رسانه‌های عمومی کشور	۳۶
		۹۳	۴۰	نبود پوشش بیمه‌ای مناسب کسب‌وکارهای خانوادگی	۳۷
		۷	۳	نبود ثبت و حفظ مالکیت فکری و تجاری ایده‌های تولید و کسب‌وکار در صنایع و محصولات روستایی	۳۸
		۹	۴	ضعف پژوهش و بررسی در زمینه کسب‌وکارهای خانوادگی در مناطق روستایی، از جمله ثبت تاریخ و آداب و سنن کسب‌وکار	۳۹
		۱۲	۵	توسعه نیافتگی فناوری مناسب کسب‌وکارهای روستایی	۴۰

ادامه جدول ۲. ساختار ماتریسی یکپارچه تحلیل داده‌ها و اطلاعات

		۱۶	۷	پیش‌بینی نشدن فضای توسعه کسب‌وکارهای غیرزراعی در طرح‌های هادی روستایی	۴۱
		۱۲	۵	تمرکز سیاست‌های حمایتی دولت بر بخش کشاورزی اقتصاد روستایی	۴۲
	نبود سیاست و برنامه حمایتی جامع	۱۲	۵	نبود برنامه‌های جامع برای حمایت از کسب‌وکارهای روستایی با در نظر گرفتن شرایط خاص و ماهیت فرهنگی و اجتماعی آنها	۴۳
	ناهماهنگی نهادی در حمایت از کسب‌وکارها	۶۵	۲۸	تعدد دستگاه‌ها و مراحل اداری کسب‌وکارها (مجزو، دریافت تسهیلات و مانند اینها)	۴۴
		۲۶	۱۱	بی‌متولی بودن برخی کسب‌وکارهای روستایی	۴۵
		۱۹	۸	ضربه خوردن اعتبار خانوادگی در صورت شکست کسب‌وکار	۴۶
		۹	۴	کاهش نشاط و شادی خانوادگی در نتیجه درگیری تمام‌عیار کاری و کم‌رنگ شدن اوقات فراغت و دورهم‌بودن خانواده در خارج از دنیای کار	۴۷
	پیامدهای سوء کسب‌وکار بر ساختار و کارکرد خانواده	۵	۲	درون‌گرایی روابط خانواده و مرزبندی و کاهش تعامل با سایر خانواده‌ها	۴۸
		۷	۳	محدود کردن فرایند اجتماعی شدن اعضای خانواده، به دلیل محدود شدن حوزه فعالیت آنها به چارچوب خانواده	۴۹
		۱۴	۶	ارجحیت یافتن مسائل اقتصادی بر مسئولیت‌های اجتماعی و کارکرد معنوی خانواده، و تداخل مسئولیت‌های خانوادگی و کاری (تداخل کارکردی)	۵۰
		۵	۲	درگیری کودکان در امور کسب‌وکار (کودکان کار)	۵۱
	تعارض‌ها و فشارهای خانوادگی مؤثر بر کسب‌وکار	۷	۳	تعارض بین تبارگماری و شایسته‌سالاری در انتصاب مدیران و متخصصان، به‌ویژه خارج از خانواده	۵۲

ادامه جدول ۲. ساختار ماتریسی یکپارچه تحلیل داده‌ها و اطلاعات

		۹	۴	تنش میان تصمیم‌گیری منطقی برای اداره امور کسب‌وکار و رویکرد احساسی - عاطفی رایج در روابط خانوادگی	۵۳
		۱۶	۷	دشواری توافق نظر و بروز اختلاف سلیقه بین اعضای خانواده	۵۴
		۹	۴	تضاد جنسیتی ناشی از بی‌بهره‌ماندن زنان روستایی از حق مالکیت و درآمد عادلانه، به دلیل ساختار مردسالارانه به‌رغم کار زیاد زنان	۵۵
		۱۹	۸	افزایش حجم کاری برخی اعضای خانواده، به‌ویژه زنان روستایی، و بازماندن آنها از ایفای سایر نقش‌ها	۵۶
		۱۹	۸	کشیده‌شدن اختلافات خانوادگی به محیط کار	۵۷
		۹	۴	برتری مشروعیت سنی بر مشروعیت ایده و تخصص (ناشایسته‌سالاری)	۵۸
		۷	۳	فردسالاری در نتیجه وابستگی عملکرد کسب‌وکار به عضوی معین (عضو ارشد یا گرداننده کسب‌وکار)	۵۹
		۲۸	۱۲	برهم خوردن ترکیب و ساختار نیروی کار در نتیجه ترک خانواده از سوی فرزندان یا دیگر اعضای خانواده	۶۰
		۴۹	۲۱	اضمحلال پیوندهای خانوادگی گسترده و رواج خانواده‌های مستقل	۶۱
		۷	۳	رواج مصرف‌گرایی و رفاه‌طلبی شهری در بین خانواده‌های روستایی	۶۲
ناکارآمدی مدیریت تولید و کارکردهای کسب‌وکار	سرمایه‌گذاری نامناسب	۲۶	۱۱	هزینه‌کرد درآمدهای کسب‌وکار در مصارف خانوادگی	۶۳
		۴۰	۱۷	نبود سرمایه‌گذاری مستمر در ظرفیت‌های تولید	۶۴
	ضعف بنیة نوآوری	۹	۴	ضعف نوآوری در نتیجه تأکید صرف بر پیشینه خانوادگی (محل استقرار، شیوة تولید و عرضه)	۶۵

ادامه جدول ۲. ساختار ماتریسی یکپارچه تحلیل داده‌ها و اطلاعات

	۵	۲	محدودبودن دایره خلق ایده و ابتکارهای کسب‌وکار به فضای محلی، به دلیل ضعف تعاملات (حاکمیت رویکرد محلی‌گرا و غیرجهان‌شهری)	۶۶
ظرفیت و شرایط نامناسب تولید (مشاهدات تیم تحقیق نیز این گویه‌ها را تأیید می‌کند)	۱۹	۸	کیفیت پایین بهداشت محیط کار	۶۷
	۱۶	۷	ایمنی پایین شرایط کار (عدم رعایت مسائل آرگونومیکی)	۶۸
	۴۴	۱۹	سنتی بودن فناوری تولید	۶۹
	۱۴	۶	مقیاس تولید خرده‌پا	۷۰
	۱۴	۱۶	سنتی بودن فناوری تولید	۷۱
	۳۵	۱۵	فرسوده بودن کارگاه‌ها و تجهیزات تولید	۷۲
	۴۹	۲۱	فقدان ساختار و سازماندهی مشخص	۷۳
	۱۴	۶	ضعف تبلیغات	۷۴
	۶۳	۲۷	میهم‌بودن مناسبات مالکیت و تقسیم سود و دارایی	۷۵
	۱۲	۵	فقدان انگیزه فردی در فضای کسب‌وکار خانوادگی	۷۶
	۹	۴	ثب‌نکردن رویدادها و مستندات مربوط به امور کسب‌وکار	۷۷
	۴۹	۲۱	شفاف‌نبودن هزینه‌ها و درآمدها	۷۸
۲۸	۱۲	بی‌توجهی به ارزش‌افزایی به دلیل پرداختن صرف به تولید و توجه‌نکردن به زنجیره‌های فراوری، بسته‌بندی و بازاریابی	۷۹	
مدیریت ناکارآمد نیروی کار	۱۴	۶	عدم سرمایه‌گذاری تخصصی و روزآمد در امر آموزش نیروی کار و اکتفا به یادگیری تجربی و بومی	۸۰
	۲۱	۹	محدودماندن دامنه جذب و گم‌کردن نیروی کار در محدوده خانواده	۸۱
	۱۶	۷	عدم توزیع و تقسیم متوازن کارها (مسئولیت‌گریزی، کم‌کاری و بیکاری پنهان)	۸۲
	۲۱	۹	چندشغله‌بودن و تمام‌وقت‌نبودن نیروی کار	۸۳
مشکل تأمین نهاده‌ها	۱۶	۷	کیفیت پایین نهاده‌ها	۸۴
	۲۳	۱۰	وابستگی روزافزون کسب‌وکارهای روستایی به نهاده‌های خارج از روستا	۸۵

ادامه جدول ۲. ساختار ماتریسی یکپارچه تحلیل داده‌ها و اطلاعات

		۲۶	۱۱	دشواری تأمین نهاده‌های تولید به‌دلیل مستقربودن مراکز عرضه نهاده در مناطق شهری	۸۶
		۲۳	۱۰	دشواری تأمین نیروی کار به‌ویژه در فصول پرکار زراعی	۸۷
		۱۹	۸	دشواری دسترسی به آموزش و خدمات مشاوره‌ای	۸۸
		۵۳	۲۳	محدودیت دسترسی به زمین به‌دلیل ارزش بالای زمین برای امور کشاورزی در برخی روستاها	۸۹
	بهره‌وری و عملکرد نامناسب	۲۶	۱۱	تنوع محدود محصولات	۹۰
		۲۶	۱۱	بهره‌وری پایین کسب‌وکارهای خانوادگی	۹۱
		۱۴	۶	ناتوانی رقابت با محصولات خارجی و صنعتی داخلی	۹۲
		۱۹	۸	نبود فعالیت مستمر برخی کسب‌وکارها در طول سال و فصلی‌بودن تولید برخی محصولات	۹۳
		۱۴	۶	تخریب اراضی و محیط روستا در نتیجه گسترش بی‌رویه و ناموزون برخی کسب‌وکارها	۹۴
	افزایش هزینه‌ها	۹۳	۴۰	تورم و افزایش هزینه نهاده‌ها بیش از افزایش قیمت محصول	۹۵
۹۵		۴۱	قیمت بالای تعرفه‌های سوخت، آب، برق و گاز برای تولیدکنندگان	۹۶	
۸۸		۳۸	دورافتادگی و هزینه بالای حمل‌ونقل	۹۷	
مشکل تأمین سرمایه	۸۶	۳۷	مشکل کمبود سرمایه و نقدینگی	۹۸	
	۹۵	۴۱	دشواری دسترسی به اعتبارات بانکی	۹۹	
	۲۱	۹	بهره بالای وام‌های دریافتی از منابع غیررسمی (نزول خواری و ربا)	۱۰۰	
فشارهای اجتماعی	کاهش سرمایه اجتماعی در عرصه کسب‌وکار	۲۸	۱۲	کاهش همکاری و مشارکت و اعتماد متقابل در بین خانواده‌ها در سطح روستاها در امر تولید و کسب‌وکار	۱۰۱
		۲۳	۱۰	رقابت ناسازنده بین خانواده‌ها	۱۰۲
		۹	۴	چشم‌وهم‌چشمی و حسادت اطرافیان	۱۰۳
		۱۶	۷	رواج کلاهبرداری و بدحسابی در معامله‌ها	۱۰۴

ادامه جدول ۲. ساختار ماتریسی یکپارچه تحلیل داده‌ها و اطلاعات

	۱۶	۷	رواج تقلب در تولید و کم‌فروشی در معامله‌ها	۱۰۵
انتظارات	۹	۴	چشم‌داشت و تقاضای غیرموجه کمک و مساعدت اطرافیان	۱۰۶
اجتماعی	۳۰	۱۳	استقبال نکردن برخی از اهالی روستا از تغییر و تحولات ناشی از	۱۰۷
غیرموجه			استقرار و توسعه کسب‌وکارها در حریم روستا	
تعارض‌های اجتماعی	۵	۲	بهره‌مندی برخی خانواده‌ها از رانت اجتماعی - سیاسی (موقعیت اجتماعی خانواده در ساختار قدرت)	۱۰۸
	۷	۳	تعارض بین موفقیت اقتصادی و جایگاه اجتماعی خانواده در ساختار اجتماعی روستا (موفقیت خانوارهای حاشیه‌ای)	۱۰۹
تأثیرگذار	۷	۳	تأثیر سوء تعارض‌های قومی و خانوادگی بر مناسبات کسب‌وکار	۱۱۰

برپایه یافته‌های جدول ۲، مساعدنبودن محیط کسب‌وکار در مناطق روستایی از ۱۱ کد بارگذاری‌شده در سه طبقه موضوعی خرد - شامل ناهمواری فضای توسعه کسب‌وکار در مناطق روستایی، بروز تغییرات محیطی نامساعد و توسعه‌نیافتگی زیرساخت‌ها- شکل گرفته است. در این بین، بیشترین فراوانی مربوط به توسعه‌نیافتگی زیرساخت‌های عمومی در برخی مناطق روستایی و نبود جاذبه‌های لازم برای سرمایه‌گذاری در برخی کسب‌وکارهای روستایی است.

نتیجه‌گیری

به‌منظور الگوسازی مفهومی یافته‌ها، مفاهیم محوری^۱ از درون ساختار یکپارچه یافته‌ها (طبقات موضوعی کلان در جدول ۲) استخراج شد و مفاهیم نمایا^۲ در قالب خوشه‌های مفهومی (طبقات موضوعی خرد) برای بازنمایی و تبیین سایر یافته‌ها شکل گرفت. این مفاهیم، ماهیت چتری^۳ دارند و می‌توانند بازنمایی یا نمایندگی و پوشش دسته‌ای از مفاهیم خرد دارای پیوند و مضمون

1. Axial concepts
2. Reprehensive concepts
3. Umbrella concepts

به‌منظور تعیین عوامل تأثیرگذار بر توسعه کسب‌وکارهای خانوادگی در مناطق روستایی، شرایط و وضعیت موجود و پیامدهای ناشی از آن، بازتدوین کدهای محوری در الگوی سه‌مرحله‌ای شرایط علی، زمینه و بافتار و پیامدها انجام شد (شکل ۳).



شکل ۳. الگوی پارادایمی آسیب‌شناسی کسب‌وکارهای خانوادگی روستایی

برگرفته از: Strauss and Corbin, 1990; Buckley and Waring, 2013

از منظر الگوهای ترسیم‌شده، توسعه کارآفرینی و کسب‌وکارهای خانوادگی در مناطق روستایی به فرایندی می‌ماند که شکل‌گیری و تداوم آن نیازمند فراهم‌بودن عوامل مختلفی است که همانند شبکه‌ای هم‌کنش از مؤلفه‌های سازنده و برساننده عمل می‌کنند. هر یک از مؤلفه‌های شکل‌دهنده نظام مذکور، بخشی از یک نظام دیگر (اجتماع روستایی، خانوارهای روستایی، اقتصاد روستایی، معیشت روستایی، و فرهنگ و تاریخ روستایی) قلمداد می‌شوند. نظام توسعه کسب‌وکار خانوادگی در مناطق روستایی از همگرایی و هم‌افزایی نظام‌های گوناگون در بستری معین شکل می‌گیرد. این نظام در وضعیت و محیط ویژه‌ای پدیدایش و رشد می‌یابد و همواره با محیط پیرامونش در تعامل است، به‌گونه‌ای که پویایی‌های جاری بر کلیت نظام تأثیر می‌گذارد. این خصیصه را می‌توان با مفهوم آشیان کسب‌وکار خانوادگی روستایی^۱ تبیین کرد.

1. Rural family enterprise niche

دیدگاه مذکور، ماهیت پیچیده، چندنهادی، چندکنشگرانه، چندسطحی و چندزمینه‌ای (چندرشته‌ای) توسعه کسب‌وکار خانوادگی در مناطق روستایی را بازتاب می‌دهد. مجموعه این ویژگی‌ها، اتخاذ رویکردی سیستمی و همه‌جانبه‌نگر را برای سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی توسعه کارآفرینی و کسب‌وکار خانوادگی در مناطق روستایی در ابعاد مختلف نهادی، توسعه زیرساخت‌ها، توسعه بازار، آموزش و مانند اینها ضرورت می‌بخشد. با توجه به یافته‌های تحقیق درخصوص مساعدنبودن محیط کسب‌وکار در مناطق روستایی، پیشنهاد می‌شود در کنار اهتمام دولت به توسعه زیرساخت‌های روستایی، از طریق معافیت‌های مالیاتی و دیگر سیاست‌های تشویقی به جذب سرمایه‌گذاران و کارآفرینان در مناطق روستایی اقدام شود. توسعه شهرک‌ها یا مجتمع‌های کسب‌وکار روستایی در مناطق مستعد روستایی نیز می‌تواند به تجمیع زیرساخت‌های لازم برای توسعه کسب‌وکارهای روستایی و در نتیجه اقتصادی‌کردن سرمایه‌گذاری در این زمینه یاری رساند. شکل‌دهی اصناف و اتحادیه‌های کسب‌وکار روستایی می‌تواند زمینه را برای شبکه‌سازی و ایجاد پیوند و هماهنگی و سرمایه‌گذاری مشترک بین کسب‌وکارهای روستایی فراهم آورد و از بار مسئولیت دولت در این زمینه بکاهد. این اتحادیه‌ها می‌توانند در تأمین نهاده‌ها، توسعه مشترک زیرساخت‌ها و بازاریابی و قیمت‌گذاری مؤثر باشند. درخصوص توسعه نیافتگی بازار به‌عنوان یکی از مشکلات کسب‌وکارهای خانوادگی روستایی، توسعه بازارهای محلی و برگزاری نمایشگاه‌ها و آموزش دارندگان کسب‌وکارها برای تولید و عرضه محصولات متناسب با نیازها و استانداردهای کیفیت ملی و جهانی می‌تواند اثربخش باشد. تغییر رویکرد ترویج کشاورزی از تمرکز صرف بر امور زراعی، و گنجاندن مسائل کسب‌وکارهای روستایی در برنامه‌های ترویجی از طریق تشکیل واحد کسب‌وکارهای روستایی در وزارت جهاد کشاورزی و برگزاری دوره‌های آموزشی کاربردی متناسب با نیازهای کسب‌وکارهای روستایی از سوی مراکز آموزش‌های علمی - کاربردی و فنی و حرفه‌ای پیشنهاد می‌شود. در همین خصوص، راه‌اندازی شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای با هدف عرضه آموزش و مشاوره به کسب‌وکارهای روستایی نیز می‌تواند مورد توجه قرار گیرد. به‌منظور پوشش بهتر کسب‌وکارهای خانوادگی در مناطق روستایی، شناسایی و صدور شناسنامه با کمک دهیاری‌ها و ارگان‌های

ذی‌ربط برای آنها و تهیه بانک اطلاعاتی با رویکرد برنامه‌ریزی و پایش مستمر می‌تواند مفید باشد. در صورت فراهم‌بودن شرایط و خواست اعضا، می‌توان به ساماندهی کسب‌وکارهای خانوادگی در مناطق روستایی در قالب تعاونی‌ها اقدام کرد. ارائه تسهیلات اعتباری به این کسب‌وکارها از طریق راه‌اندازی صندوق کسب‌وکار روستایی یا صندوق اعتبارات خرد روستایی و نیز مؤسسات مالی و اعتباری، شناسایی و بهره‌گیری از استادکاران و کسب‌وکارهای موفق روستایی و مستندسازی و بهره‌برداری از دانش بومی آنها در امور آموزشی و ترویجی و پوشش بیمه‌ای این کسب‌وکارها می‌تواند به توسعه آنها کمک کند. این اقدامات زمانی موفق خواهند بود که سیاست و برنامه‌های جامع با محوریت وزارت جهاد کشاورزی و همکاری نهادها و دستگاه‌های ذی‌ربط با هدف احیا و توسعه کسب‌وکارهای روستایی تدوین و عملیاتی شود. سرانجام به‌منظور پژوهش بیشتر، بررسی فرایند کارآفرینی و توسعه کسب‌وکار نظیر شناسایی فرصت، تصمیمات کسب‌وکار، تأمین مالی، و تسهیم ریسک در کسب‌وکارهای خانوادگی روستایی و مقایسه آن با سایر انواع کسب‌وکار و نیز شناسایی نیازهای حمایتی و الگوسازی کسب‌وکارهای موفق خانوادگی در مناطق روستایی پیشنهاد می‌شود.

منابع

- افتخاری، ع.ر. و سجاسی قیداری، ح.، ۱۳۸۹، توسعه روستایی با تأکید بر کارآفرینی (تعاریف، دیدگاه‌ها و تجربیات)، سمت، تهران.
- سیدامیری، ن.، تهرانی، ر.، و ترجمان، و.، ۱۳۸۸، بررسی الگویی برای تعیین ساختار سرمایه در کسب‌وکارهای خانوادگی (مطالعه موردی: صنعت نساجی و نفت)، توسعه کارآفرینی، سال اول، شماره سوم، صص. ۱۹۰-۱۵۹.
- لیانگ، چ.ل.، ۱۳۸۷، کارآفرینان روستایی در برابر کارآفرینان شهری، در: مقیمی، سیدمحمد و پازوکی، آرش (ترجمه و تألیف). دایرةالمعارف کارآفرینی، انتشارات هم‌پا، تهران، صص. ۴۴۷-۴۳۸.
- های، ف.، ۱۳۸۷، کسب‌وکار خانوادگی، در: مقیمی، سیدمحمد و پازوکی، آرش (ترجمه و تألیف). دایرةالمعارف کارآفرینی، انتشارات هم‌پا، تهران، صص. ۵۷۰-۵۶۵.

- Anthopoulou, T., 2010, **Rural Women in Local Agrofood Production: between Entrepreneurial Initiatives and Family Strategies, A case study in Greece**, Journal of Rural Studies, 26, PP. 394-403.
- Buhalis, D., and Main, H., 1998, **Information Technology in Peripheral Small and Medium Hospitality Enterprises: Strategic Analysis and Critical Factors**, International Journal of Contemporary Hospitality Management 10 (5), PP. 198-202.
- Chmielinski, P., 2007, **The Impact of the CAP on the Development of Rural Entrepreneurship in Poland**, Zemes Ukio Mokslai, 14, PP. 35-40.
- Courtney, P., and Brydon, J., 2001, **Differential Economic Performance: Experience from two Scottish Regions**, Paper presented at RICS Research Foundation Rural Research Conference, London.
- Edward J., Chambers and Stuart E., Shaw, 2004, **A Primer on Western Canadian Entrepreneurship**, The Western Centre for Economic Research gratefully acknowledges the support of Western Economic Diversification Canada, NUMBER: 76.
- Fox, W.F. and Porca, S., 2001, **Investing in Rural Infrastructure**, International Regional Science Review, Vol. 24, No. 1, PP. 103-33.
- Galloway, L., and Mochrie, R., 2006, **Entrepreneurial Motivation, Orientation and Realization in Rural Economies: a study of rural Scotland**, International Journal of Entrepreneurship and Innovation 3, PP. 173-184.
- Gartner, W.B., 1990, **What are we Talking about when we are Talking about Entrepreneurship?** Journal of Business Venturing, 5, PP. 15-28.
- Gersick, K.E., Davis, J.A., McCollom-Hampton, M., and Lansberg, I., 1997, **Generation to Generation: Life Cycles of the Family Business**, Boston: Harvard Business School Press.
- Grant, J., 2003, **Growing Rural Female Entrepreneurs: are they Starved of ICT Skills?** Paper presented at ICSB World Conference, Belfast.
- Habbershon, T.G., Pistrui, J. and McGrann, M., 2006, **Enterprising Families: Mindset and Methods for Wealth Acceleration in a Dynamic Marketplace**, Snider Entrepreneurial Center, Wharton School, Family corporations, P. 40.
- Hall, A., Melin, L. and Nordqvist, M., 2001, **Entrepreneurship as Radical Change in the Family Business: Exploring the Role of Cultural Patterns**, Family Business Re-view, 14(3), PP. 193-208.
- Haugh, H.M., and Robson, P.J.A., 2005, **Are Scottish Firms Meeting the ICT Challenge? Results from a National Survey of Enterprise**, Entrepreneurship and Regional Development, 17 (3), PP. 205-222.
- 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.

- Hoang, H. and Antoncic, B., 2003, **Network-based Research in Entrepreneurship: a critical review**, Journal of Business Venturing, Vol. 18, No. 2, PP. 165-87.
- Hoy, F., 1983, **A Program of Rural Entrepreneurship from Inception through Implementation**, Journal of Community development, 14, PP. 33-49.
- Hoy, F., and Verser, T.G., 1994, **Emerging Field: Entrepreneurship and the Family Firm**, Entrepreneurship Theory and Practice, 19, PP. 9-23.
- Keeble, D., Tyler, P., Broom, G., and Lewis, J., 1992, **Business Success in the Countryside: The Performance of Rural Enterprise**, HMSO, London.
- Laukkanen, M., and Niittykangas, H., 2003, **Local developers as virtual entrepreneurs do difficult surroundings need initiating interventions?**, Entrepreneurship and Regional Development, 15 (4), PP. 309-331.
- Liechtenstein, G.A., and Lyons, T.S., 1996, **Incubating New Enterprises: A Guide to Successful Practices**, The Aspen Institute, PP. 224-32.
- Littunen, H., 2000, **Networks and Local Environmental Characteristics in the Survival of New Firms**, Small Business Economics, 15 (1), PP. 59-71.
- Markley, D.M., 2002, **Entrepreneurship in Rural America; Prepared for the NCSL Rural Development Task Force**, Center for Rural Entrepreneurship.
- Mitchell, S., and Clark, D., 1999, **Business Adoption of Information and Communications Technologies in the Two-tier Rural Economy: some evidence from the South Midlands**, Journal of Rural Studies 15, PP. 447-455.
- North, D. and Smallbone, D., 2000, **The Innovativeness and Growth of Rural SMEs during the 1990s**, Regional Studies, 34 (2), PP. 145-57.
- Patterson, H., and Henderson, D., 2003, **What is Really Different about Rural and Urban Firms? Some evidence from Northern Ireland**, Journal of Rural Studies, 19 (4), PP. 477-490.
- Phelps, N.A., Fallon, R.J. and Williams, C.L., 2001, **Small Firms, Borrowed Size and the Urban-rural Shift**, Regional Studies, 35 (7), PP. 613-24.
- Ruoss, E. and Thompson, D.B.A., 1999, **Introduction: the Alps and the mountains of Northern Europe**, in Price, M. (Ed.), Global Change in the Mountains, Parthenon Publishing, New York, NY, PP. 31-3.
- Smallbone, D., North, D., Baldock, R., Ekanem, I., 2002, **Encouraging and Supporting Enterprises in Rural Areas**, Report to the Small Business Service London.
- Stathopoulou, S., Psaltopoulos, D. and Skuras, D., 2004, **Rural Entrepreneurship in Europe A Research Framework and Agenda**, International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research, 10 (9), PP. 404-425.
- Telford, R., 2006, **Small Businesses in Rural Areas, How are they Different?**, Paper presented at the 26th ISBE Conference, Cardiff.