

تحلیل موانع محیطی مؤثر بر گرایش روستاییان به کسب‌وکارهای خرد کارآفرینانه

مطالعه موردی: شهرستان‌های مریوان و سروآباد کردستان

دکتر سعدی محمدی^{۱*}، رسول صفیاری^۲، رضا خسروی^۳

چکیده

پژوهش حاضر، در پی شناسایی موانع و مشکلات پیش‌روی ایجاد محیط مناسب و گرایش روستاییان شهرستان‌های مرزی و محروم مریوان و سروآباد به کسب‌وکارهای کارآفرینی است. جمع‌آوری داده‌ها در بخش نظری با استفاده از منابع اسنادی و در بخش عملی با روش پیمایشی و مبتنی بر توزیع پرسشنامه در میان ۷۸ نفر از روستاییان شاغل در عرصه کسب‌وکارهای خرد نوآور در سطح روستاهای شهرستان‌های مورد مطالعه و ۳۲ نفر از آگاهان، مسئولان و متخصصان توسعه روستایی است که به روش هدفمند در سطح منطقه انتخاب شدند. تجزیه و تحلیل داده‌های گردآوری شده با آزمون‌های آمار استنباطی (تحلیل عاملی و همبستگی پیرسون و جزئی) نشان دادند که در مجموع، چهار عامل موانع قانونی، ضعف در سیاست‌گذاری و نارسایی در تأمین زیرساخت‌ها، خدمات و امکانات؛ ضعف‌های بازاریابی، فروش و موانع فنی و عملی؛ موانع اجتماعی و فرهنگی؛ و محدودیت‌های آموزشی و ضعف منابع مالی، مهم‌ترین موانع پیش‌روی گرایش روستاییان منطقه به فعالیت در کسب‌وکارهای خرد کارآفرینانه هستند. در این میان، مانع اول یعنی، موانع قانونی، ضعف در سیاست‌گذاری و نارسایی در تأمین زیرساخت‌ها، خدمات و امکانات، با دارا بودن بیشترین شاخص تجمع یافته و بیشترین مقدار ویژه، مهم‌ترین نقش را در ضعف محیط کارآفرینی روستاهای منطقه دارد. همچنین، نتایج نشان دادند که با توجه به گستره و شدت اثرگذاری این موانع محیطی در منطقه، متغیرهای شخصی و زمینه‌ای نمی‌توانند اثرگذاری آن‌ها را در میزان تمایل روستاییان به کسب‌وکارهای خرد کارآفرینانه خنثی کنند.

جغرافیا و توسعه، شماره ۵۸، بهار ۱۳۹۹

تاریخ دریافت: ۹۷/۱۱/۱۵

تاریخ پذیرش: ۹۸/۰۹/۰۴

صفحات: ۱۵۴-۱۳۳



واژه‌های کلیدی:

موانع محیطی، کسب‌وکارهای خرد کارآفرینانه، گرایش روستاییان، روستاهای شهرستان مریوان و سروآباد، محیط کارآفرینی.

هستند (Amiriand and Marimaei, 2015: 151)

(Roig et al, 2011: 21)

در حال حاضر، یکی از اصلی‌ترین استراتژی‌های توسعه اروپا نیز، تا سال ۲۰۳۰ و همچنین یک راه‌حل مهم در راستای بهبود وضعیت رشد اقتصادی در کشورهای عضو این اتحادیه که با کاهش رشد اقتصادی روبه‌رو شده‌اند، ترویج و توسعه مشاغل خرد و کوچک از طریق کارآفرینی به‌منظور ایجاد مشاغل بیشتر و به تبع آن کسب درآمد و تضمین ارتقای سطح

مقدمه

فعالیت‌های کارآفرینانه با شناسایی، ارزیابی و تشخیص فرصت‌های کسب‌وکار، ایجاد کسب‌وکارها و شرکت‌های اقتصادی کوچک و خرد جدید و یا تجدید ساختار وضع موجود به ساختار و سازمانی نوین و پویا و با ایجاد رشد و پیشرفت اقتصادی از طریق نوآوری، ایجاد شغل و درآمد و در نهایت کمک به رفاه اجتماعی، عنصر ضروری، با اهمیت و کاتالیزوری در راستای پیشرفت اقتصادی و بهبود وضعیت اجتماعی

Saadi@pnu.ac.ir

Rasol.safyari@znu.ac.ir

Reza.kh@pnu.ac.ir

۱- استادیار جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

۲- کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه زنجان، زنجان، ایران

۳- کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه پیام‌نور، تهران، ایران

روبه‌رو شده و این بنگاه‌ها در دستیابی به هدف‌های ازپیش‌تعیین‌شده خود به شکل بسیار ضعیفی عمل کرده‌اند (علی‌آبادی و همکاران، ۱۳۹۶: ۴۳). توسعه کسب و کار کوچک، براساس مزیت‌های استانی و منطقه‌ای یکی از برنامه‌های دولت یازدهم و دوازدهم برای مقابله با هیولای بیکاری است که به یک «اپیدمی» ریشه‌دار در اقتصاد و معیشت ایرانیان بدل شده‌است؛ واکنش دولت به این مطالبات به‌حق و قرارگرفتن در یک وضعیت طبیعی آن است که نهضت کارآفرینی برای ایجاد کسب‌وکارهای خرد را به‌صورت مویرگی از بخش‌ها و مناطق دورافتاده و مرزی تا کلان‌شهرهای اصلی کشور، گسترش دهد.

در این میان، استان کردستان یکی از استان‌های مرزی کشور است که به‌دلیل درحاشیه قرارگرفتن در برنامه‌ریزی تمرکزگرای کشور، دارای نرخ بالای بیکاری است، به‌گونه‌ای که به‌گفته‌ی معاون آمار و اطلاعات سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان کردستان، این استان با دارا بودن نرخ بیکاری ۱۶ و سه دهم درصدی، حدود ۲ و هشت دهم درصد کل بیکاران کشور را در خود دارد و این نرخ ۱۶ و سه دهم درصدی، حدود ۳ و هفت دهم درصد از نرخ بیکاری کشور بیشتر است که در مقایسه با بقیه استان‌های کشور، از نظر شمار بیکاران، استان کردستان بعد از کرمانشاه و چهارمحال و بختیاری رتبه سوم را دارد. حدود ۲۱ درصد این بیکاران در روستاها زندگی می‌کنند و نرخ بیکاری در جامعه روستایی استان ۱۱ و دو دهم درصد است. در این میان، بیشترین میزان بیکاری در نواحی روستایی شهرستان‌های مرزی مریوان و سروآباد دیده می‌شود. شهرستان سروآباد ۸۱ درصد و شهرستان مریوان نیز، دارای ۲۱ درصد روستانشین از کل جمعیت این شهرستان‌ها هستند که به‌ترتیب نیز، دارای ۲۸،۲ و

کیفیت زندگی است (Sima et al, 2015: 73)؛ در این‌راستا، بانک توسعه صنایع کوچک و حتی سازمان‌های غیردولتی در هند، طرح‌های ویژه‌ای را برای کارآفرینی و ایجاد مشاغل خرد و به‌ویژه خانگی برای زنان و با تأکید بر نواحی روستایی به‌اجرا می‌گذارند (Vinesh, 2014: 47).

این درحالی است که کارآفرینی و مشاغل خرد حاصل از آن برای شکوفایی نیاز به یک محیط کارآمد دارد (Gnyawali & Fogel, 1994: 58-61). مطابق با رویکرد جامعه‌شناختی، کارآفرین حاصل و آفریننده محیط اطرافش است؛ بنابراین می‌بایست شرایط محیطی مؤثر، یعنی شرایط اقتصادی، اجتماعی، محیطی، کالبدی، سیاسی و... زمینه‌های توسعه کارآفرینی و حمایت از کارآفرینان را فراهم آورند (Heaton, 2005: 3). مهم‌ترین ویژگی و عنصر در راه‌اندازی کسب‌وکارهای کارآفرینانه، شناسایی، خلق و کشف فرصت‌های قابل‌بهره‌برداری است که این امر نیز در گرو ایجاد محیط مطلوب کارآفرینی است (Taktak&Triki, 2015: 13-15 ; Nedelcheva, 2012: 9). صاحبان کسب‌وکارهای خرد و تازه‌تأسیس، در ابتدا و با گذر زمان و بزرگ‌ترشدن، موانع فعالیت‌شان به مسائل استراتژیک و محیطی مربوط می‌شود (سبحانی‌فرد، ۱۳۹۴: ۷). عملکرد عناصر محیطی، شرایط را متناسب با فعالیت کارآفرین تنظیم کرده و با انواع تسهیلات، حمایت‌ها و تشویق‌ها جامعه را برای فعالیت افراد خالق و کارآفرین مهیا می‌کند (موحدی و همکاران، ۱۳۹۵: ۴۲).

در ایران نیز، اهمیت کسب‌وکار کوچک مدنظر بوده و در برنامه‌های سوم، چهارم و پنجم توسعه به این بنگاه‌ها توجه شده (کریم‌زاده و همکاران، ۱۳۹۵: ۳۳). هرچند با وجود فعالیت‌های انجام‌شده، نتیجه بررسی‌ها گویای آن است که راه‌اندازی و توسعه آن‌ها در همه بخش‌ها با مسائل و بازدارنده‌های چندی

این منطقه مرزی به واسطه رونق اشتغال و کسب و کار و منافع حاصل از آن باشد. در این راستا نیز سؤال‌هایی به شرح زیر مطرح هستند:

سؤال اول: مهم‌ترین موانع مؤثر بر گرایش روستاییان به کسب و کارهای خرد کارآفرینانه در منطقه مورد مطالعه کدام‌اند؟

سؤال دوم: با توجه به اهمیت ویژگی‌های فردی؛ آیا مشخصه‌های فردی و زمینه‌ای روستاییان، می‌توانند نقش موانع محیطی را در گرایش و تمایل آن‌ها به راه‌اندازی کسب و کارهای خرد کارآفرینانه خنثی کنند؟

مبانی نظری

کارآفرینی و کسب و کارهای کوچک کارآفرینانه

کارآفرینی عبارت است از ایجاد کسب و کار جدید که با خطرپذیری و عدم قطعیت همراه است (مکرر و سارانی، ۱۳۹۴: ۴). کارآفرینی فرایندی است که در آن، فرد کارآفرین با توجه به ویژگی‌های شخصیتی خود آگاهانه در پی حل یک مشکل بوده و با روحیه نوآوری و خلاقیت خود راه‌حل، ابزار و یا طرحی را ارائه و برای عملی کردن آن با پذیرش خطرپذیری‌های مربوطه اقدام و نهایتاً تلاش می‌کند که محصول خود را عرضه کند و یک جریان جدید را پی‌ریزی و توسعه دهد. همچنین کارآفرینی، فرایند خلق پدیده نو و باارزش، با صرف وقت و تلاش بسیار و با پذیرش خطرپذیری‌های مالی، روحی و اجتماعی برای به دست آوردن منافع مالی، رضایت شخصی و استقلال اقتصادی و اجتماعی است (انبارلو و هرائینی، ۱۳۹۵: ۱؛ Wube, 2010: 10). کارآفرین، فردی است که فرصت‌های کسب و کار را تشخیص می‌دهد یا آن را ایجاد می‌کند و سپس از طریق کسب و کارهای کوچک و متوسط آن‌ها را عملیاتی کرده و به کار می‌اندازد (Roig et al, 2011: 2). براین اساس، کارآفرینی

۱۱،۳ درصد بیکاری در این نواحی هستند (معاونت آمار و اطلاعات برنامه و بودجه استان کردستان، ۱۳۹۷). این در حالی است که همان‌طور که در شرایط محلی و میدانی مشاهده هم می‌شود؛ چهره فقر کاملاً بر نواحی روستایی این دو شهرستان مرزی استان که قدر مسلم نقش مهمی در تأمین امنیت پایدار استان و کشور خواهند داشت، مشاهده می‌شود و در هر دوره آماری از تعداد روستانشینان کاسته می‌شود. از سویی دیگر، بسیاری از نیروهای فعال روستایی این دو شهرستان نیز، مجبور هستند که جهت اشتغال و کسب درآمد به شهرهای بزرگ و مشاغل سخت بپردازند. این در حالی است که مناطق روستایی این دو شهرستان مرزی، دارای پتانسیل‌های زیادی در عرصه‌های کشاورزی، گردشگری، خدمات و تولیدهای خرد صنعتی هستند و به دلیل موقعیت استراتژیک و قرار گرفتن در همسایگی اقلیم کردستان عراق که بازار مصرف بزرگی برای محصولات کشور و استان است، می‌توان زمینه‌های تنوع‌بخشی به اقتصاد این روستاهای محروم و منزوی که تنها به کشاورزی سنتی کم‌درآمد متکی هستند و به همین سبب، آسیب‌پذیری زیادی به لحاظ معیشتی و سطح نازل زندگی را تجربه می‌کنند، از طریق ایجاد و حمایت از کسب و کارهای کوچک نوآور، فراهم آورد. حال، بایستی این مسئله مدنظر قرار گیرد که چرا با وجود پتانسیل‌ها و توانمندی‌های مختلف نواحی روستایی این شهرستان‌ها هنوز فرهنگ خوداشتغالی و کارآفرینی و ایجاد مشاغل خرد حاصل از آن که می‌تواند راهکار بی‌بدیلی جهت رفع معضل و هیولای بیکاری آن‌ها باشد، نتوانسته است در میان جوانان و فعالان اقتصادی این نواحی روستایی رواج یابد تا رهیافت این امر حرکت به سمت ایجاد محیطی بانشاط و زیست‌پذیر در روستاها و در نهایت تأمین پایداری توسعه و امنیت

محیط کار آفرینی

روستاها نیز همچون شهرها، مملو از فرصت‌های جدید و کشف‌نشده هستند که تنوع‌بخشی به اقتصاد روستاها با ایجاد کسب‌وکارهای جدید و رقابت‌پذیری بر مبنای آن‌ها می‌تواند زمینه‌ساز کشف و بهره‌برداری از آن‌ها شود (قدیری‌معصوم و همکاران، ۱۳۹۶: ۱۴۰)، اما در این بین، عدم رونق کارآفرینی در نواحی روستایی متأثر از مجموعه شرایط اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سازمانی است که می‌توانند به‌عنوان موانع توسعه مطلوب کارآفرینی ایفای نقش کنند (طغرابی و همکاران، ۱۳۹۵: ۲۰). کارآفرین، متولد نمی‌شود، بلکه وی حاصل و آفریننده محیط اطرافش است؛ بنابراین می‌بایست شرایط محیط مؤثر یعنی شرایط اقتصادی، اجتماعی، محیطی، کالبدی، سیاسی و... زمینه‌های توسعه کارآفرینی و حمایت از وی را فراهم آورند (3: Heaton, 2005). کارآفرینی برای ایجاد شکوفایی نیاز به یک محیط کارآمد دارد. عوامل محیطی، شرایط و چارچوبی هستند که بر کم و کیف فرصت‌های کارآفرینی و نیز بر ظرفیت افراد برای کارآفرینی مؤثر هستند. ظرفیت افراد برای کارآفرینی به دو عامل گرایش به کارآفرینی و توان کارآفرینی، قابل تقسیم‌بندی است و احتمال کارآفرینی افراد در یک جامعه تابعی از تأثیرات عوامل محیطی دانسته شده‌است. محیط، شامل همه عوامل، متغیرها و پارامترهایی است که امکان کنترل و تغییر آن‌ها توسط کارآفرین وجود ندارد (طغرابی و همکاران، ۱۳۹۵: ۲۱).

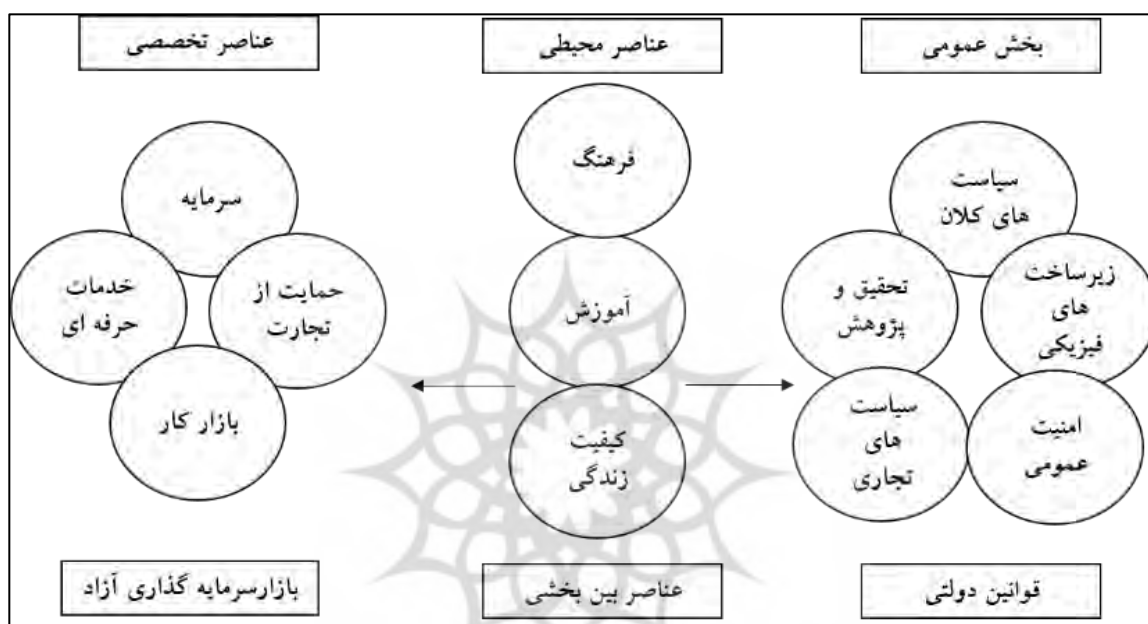
فوگل و گنیوالی^۱ (۱۹۹۴) محیط کارآفرینی را به پنج بُعد و عامل، شامل سیاست‌ها و رویه‌های دولت، شرایط اقتصادی و اجتماعی، مهارت‌های کارآفرینی و تجاری، حمایت‌ها و پشتوانه‌های مالی و حمایت‌ها و پشتیبانی‌های غیرمالی (زیرساخت‌ها، خانوادگی و...) تقسیم‌بندی می‌کنند (Gnyawali & Fogel, 1994: 58-61).

روستایی را می‌توان به این صورت تعریف کرد: شناسایی فرصت‌های جدید، نوآوری و خلاقیت در فعالیت‌های کشاورزی و غیرکشاورزی، نوآوری و خلاقیت در کاربری زمین و در واقع، استفاده بهینه، متنوع و نوآورانه از منابع روستا در راستای توسعه پایدار روستایی (د/دورخانی و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۷۳). کسب‌وکارهای کوچک و فعالیت‌های کارآفرینی در نواحی روستایی در بسیاری از مطالعات به یک معنا به کار برده شده‌اند، زیرا فعالیت‌های کارآفرینانه در بسیاری از مواقع با توجه به محیط روستاها با تأسیس و راه‌اندازی کسب‌وکارهای کوچک آغاز می‌شوند؛ بنابراین ایجاد کسب‌وکارهای کوچک، نماد عینی کارآفرینی روستایی هستند. در نواحی روستایی کسب‌وکارهای خرد کارآفرینانه معمولاً کسب‌وکارهایی هستند که به صورت خانوادگی یا فامیلی اداره می‌شوند. غالباً در این کسب‌وکارها یک خانواده به کار و کاسبی مشغول بوده و نهایتاً چند نفری را هم برای کمک استخدام کرده‌است. به کمک تعداد نیروی انسانی در یک تعریف، کسب‌وکارهایی که دارای حداکثر ۵ نفر نیروی انسانی در مجموعه خود باشند، یک کسب‌وکار خرد به حساب می‌آیند (سبحانی‌فرد، ۱۳۹۴: ۲).

این دسته از کسب‌وکارها در نواحی روستایی از سه ویژگی کیفی: مالکیت و مدیریت واحد، مالکیت فردی و خانوادگی و استقلال از سایر بنگاه‌ها برخوردارند (بیددختی و زرگر، ۱۳۹۰: ۳۶). طبق تعریف مرکز آمار در ایران نیز صناعی که تعداد کارکنان‌شان کمتر از ۹ نفر هستند، به‌عنوان صنایع کوچک تلقی می‌شوند، ولی می‌توان صناعی را که تعداد کارکنان آن‌ها زیر ۵۰ نفر است، به‌عنوان کسب‌وکارهای کوچک و متوسط به حساب آورد (امیدی و امین، ۱۳۹۷: ۱۷۰).

و شرایط عمومی جامعه، سیاست‌های دولتی و ویژگی‌های تخصصی (بخش خصوصی) و مورد نیاز مرتبط با کارآفرینی است که با یکدیگر در ارتباط و تعامل هستند. شکل زیر این عناصر را نشان داده است (Lordkipanidze, 2002: 30).

کارآفرینان برای موفقیت‌شان به عوامل محرکی همچون انگیزش‌ها و شرایط خاص نیازمندند، اما مهم‌ترین مسئله در این زمینه تواناسازی محیط است که آرامش و پشتیبانی را برای کارآفرین فراهم کند. محیط کارآفرینی یک مجموعه پیچیده از ارتباط بین وضعیت



شکل ۱: عناصر تشکیل‌دهنده و مؤثر محیط عمومی به منظور رونق کارآفرینی

مأخذ: Lordkipanidze, 2002: 30

(مرادنژاد و همکاران، ۱۳۸۶: ۷۷). ترویج و توسعه کارآفرینی، نیازمند محیطی مناسب انگیزشی است (ایمنی قشلاق و خانی، ۱۳۹۱: ۲۲۶). بر این مبنا، جامعه‌ای که دارای فرهنگ تولید و مصرف بوده، نظام آموزشی که متأثر از ارزش‌ها و باورهای جامعه، دانش‌آموزان را به تولید تشویق می‌کند، والدینی که فرزندان خود را در جهت مفیدبودن برای جامعه سوق می‌دهند، قدر مسلم افراد با روحیه و ذهنیت تولیدگری و نوآوری بیشتر، به کارآفرینی روی می‌آورند. زمانی که بی‌ثباتی سیاسی وجود داشته باشد و امنیت عمومی به منظور رونق کسب‌وکارها و انجام ریسک‌های مورد نیاز کارآفرینی فراهم نباشد، قدر مسلم امید به

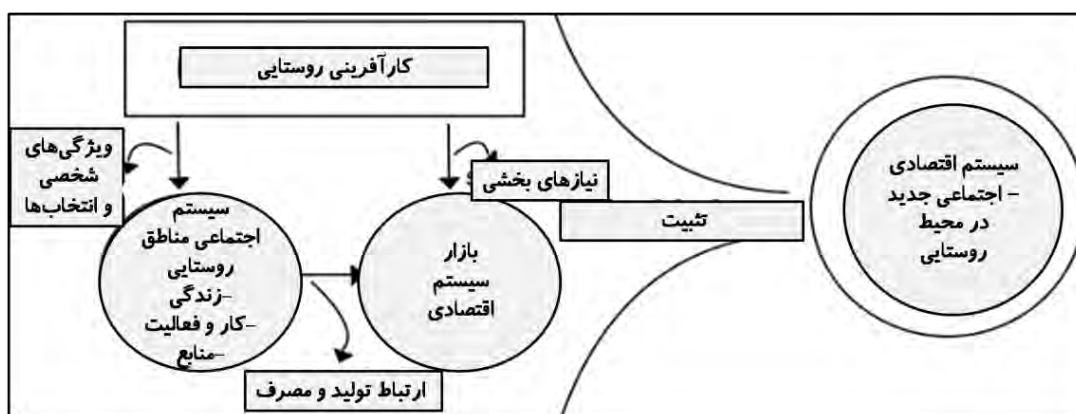
کارآفرینانی که دارای اهداف و آرمان‌های بلندمدت و تحول‌گرایانه هستند، بیشتر در محیط‌ها و کشورهای بیشتری رشد می‌کنند که دارای نظم و قانونمندی بیشتری هستند (Stephan et al, 2013: 11).

در زمینه سیاست‌گذاری نامناسب در جهت توسعه کارآفرینی، می‌توان به موانعی همچون: مقررات دست‌وپاگیر در اخذ وام‌های بانکی، قوانین دست‌وپاگیر صادرات محصولات، نبود امنیت برای سرمایه‌گذاری، عدم هماهنگی لازم بین ادارات و سازمان‌های ذی‌ربط در امور صادرات محصولات، بی‌ثباتی در سیاست‌های دولت، نامناسب بودن سیاست‌های ارزی دولت، ضعف بیمه‌ای و محدودیت‌های قوانین کار اشاره کرد

مناطق روستایی یک سیستم اجتماعی هستند که محل فعالیت، زندگی و گذران معیشت روستاییان محسوب می‌شوند. از سوی دیگر، یک کارآفرین در محیط روستایی علاوه بر زندگی و معیشت، نیاز به بازار فروش نیز دارد، به همین دلیل محیط روستایی علاوه بر محیط زندگی به محیط کار و بازار نیز، تبدیل می‌شود؛ یعنی شکل‌گیری یک محیط تولید و مصرف. محیط اجتماعی روستاها بایستی با سیستم بازار که در روستاها مرحلهٔ فروش و مصرف را دربرمی‌گیرد، هماهنگ باشد و توسعه یابد؛ بدین معنی که مشتریان و بازارهای جدید جذب و ایجاد شوند. در این حالت، مفهوم تثبیت مطرح می‌شود که اشاره به ارتباط، وابستگی و اثرگذاری محیط اجتماعی به‌عنوان ساختار گسترده‌تر و بالادستی بر فعالیت‌های اقتصادی دارد که در نتیجهٔ این امر یعنی ارتباط مداوم ساختار اجتماعی و معیشتی با بازارهای در حال گسترش حاصل از رونق کارآفرینی در محیط روستا، یک محیط اقتصادی-اجتماعی جدید روستایی در روستاها شکل می‌گیرد که می‌تواند، حمایت‌کننده یا مانعی در راستای کسب‌وکارهای روستاییان باشد (Amedashvili, 2013: 9-10).

ایجاد کارآفرینی وجود نخواهد داشت. زمانی که محیط طبیعی به‌ویژه در روستاها ناتوان بوده و مواد و فرصت‌های اولیه و انرژی را در اختیار افراد قرار ندهد و زمانی که شرایط اقتصادی به‌دلیل رکود و تورم، به‌گونه‌ای پیش رود که هر روز قدرت خرید مردم کاهش یابد، کارآفرینی افراد، بسیار دشوار بوده و بیشتر کارآفرینان در کسب‌وکار خود با شکست مواجه می‌شوند (Sheikh, 2015: 15-16).

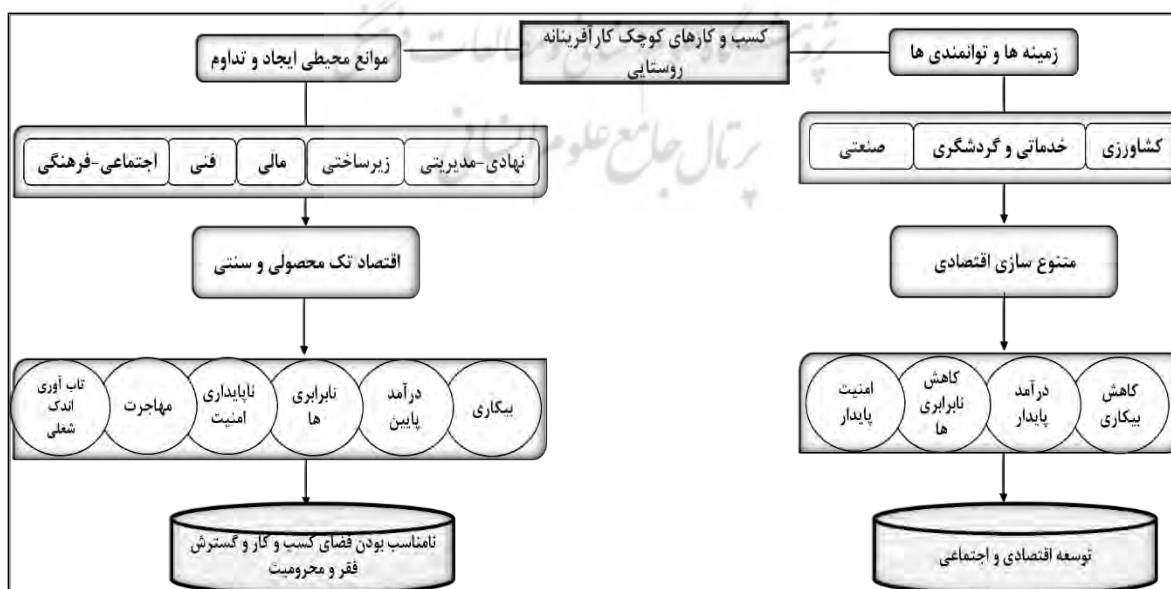
اودونویو^۱ (۲۰۱۳) بیان می‌کند که امکانات زیرساختی ناکارآمد و ناکافی که منجر به افزایش هزینه‌های تولید و توزیع می‌شود، کمبود اعتبارات مالی تخصیص‌یافته، همراه با عدم تمایل بانک‌ها به سرمایه‌گذاری و اختصاص اعتبار به کارآفرینان، تقاضای اندک برای خرید محصولات تولیدی کارآفرینان به‌دلیل کاهش قدرت خرید مصرف‌کنندگان و درنهایت، عدم مدیریت و سازماندهی صحیح کسب‌وکار به‌دلیل ضعف در آموزش و مهارت کارآفرینی در کارآفرینان، مهم‌ترین موانع مؤثر بر عملکرد مطلوب کسب‌وکارهای کوچک و متوسط کارآفرینی در نیجریه هستند (Odunayo, 2013: 39). اگرچه در چند سال اخیر همراه با اهمیت‌یافتن کارآفرینی، خدمات مشاوره‌ای در چگونگی راه‌اندازی و موفقیت کسب‌وکارها بیشتر شده، اما تعداد کمی از کارآفرینان از این خدمات بهره‌مند بوده و حتی تعداد کمی از افراد هم تمایل به استفاده از این خدمات مشاوره‌ای دارند. کمبود آگاهی در ارتباط با اثرگذاری این آموزش‌ها بر روند پیشرفت کارآفرینی و روند پیچیدهٔ درخواست و اجرای آن به‌دلیل بروکراسی اداری از عوامل رقم‌خوردن چنین وضعیتی هستند (Jurdana & Dadić, 2015: 2).



شکل ۲: نقش کارآفرینی روستایی در شکل‌گیری سیستم اقتصادی-اجتماعی جدید در روستاها
 مأخذ: Imedashvili, 2013:10

این امر به معنی تداوم اقتصاد تک‌محصولی و سنتی و تداوم آسیب‌های مختلف اقتصادی و اجتماعی در محیط روستایی است که برآیند آن نیز، ناپایداری محیط‌های روستایی، کاهش جمعیت و تخلیه آن‌ها خواهد بود، چراکه فقر و بیکاری غالب گشته و چاره‌ای جز ترک روستاها را برای روستاییان باقی نمی‌گذارد و بدون شک، در چنین محیطی نیز، نمی‌توان انتظار ایجاد فرصت‌های جدید و راه‌اندازی کسب‌وکارهای خرد نوآورانه را داشت (شکل ۳).

در محیط‌های روستایی، می‌توان برپایه توانمندی‌های مختلف روستاها و با فراهم آوردن بسترهای محیطی موردنیاز به گرایش روستاییان به کسب‌وکارهای خرد کارآفرینانه امیدوار بود و با تبدیل محیط روستا از محیطی منزوی و راکد به محیطی فعال و پویا در مسیر توسعه پایدار روستایی گام برداشت، اما در صورتی که در این محیط موانع و معضلات متعددی در عرصه‌های مختلف نهادی، اقتصادی، اجتماعی و... وجود داشته باشد، قدر مسلم



شکل ۳: مدل مفهومی پژوهش

تهیه و ترسیم: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۷

پیشینه پژوهش

بررسی پیشینه‌های پژوهش که شماری از آن‌ها در زیر آورده شده‌اند، نشان می‌دهند که موانع زیادی پیش‌روی توسعه کسب‌وکارهای کارآفرینانه به‌ویژه در مناطق روستایی وجود دارد که اثربخشی این کسب‌وکارها را با چالش مواجه می‌سازد.

کریم‌زاده و همکاران (۱۳۹۵)، در مقاله‌ای با عنوان تحلیل موانع توسعه کسب‌وکارهای خرد در نواحی روستایی شهرستان میاندوآب، نشان دادند که ایجاد کسب‌وکار جدید در محدوده مورد مطالعه، موانع سه‌گانه‌ای دارد که عبارت‌اند از: موانع اقتصادی-اجتماعی، موانع زیرساختی و ضعف سرمایه اجتماعی. همچنین، موانع اقتصادی و اجتماعی، مهم‌ترین عامل عدم ایجاد کسب‌وکارهای خرد جدید در نواحی روستایی مورد مطالعه هستند.

جمینی و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهش دیگری با عنوان تحلیل موانع توسعه کارآفرینی زنان در نواحی روستایی (مورد مطالعه: روستاهای شهرستان چرداول) با استفاده از روش تحلیل عاملی نشان دادند که به ترتیب ۸ عامل اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی، آموزشی-ترویجی، فردی-رفتاری، زیرساختی، سیاست‌گذاری، فنی-مدیریتی و محیطی، مهم‌ترین موانع مؤثر بر کارآفرینی زنان روستایی در منطقه مورد مطالعه هستند.

در پژوهش غفوری و زراعت‌کیش (۱۳۹۵) با عنوان آسیب‌شناسی بنگاه‌های کوچک و متوسط (SMES) بخش کشاورزی در استان کردستان، نتایج اولویت‌بندی آسیب‌ها و مشکلات بنگاه‌های کوچک و متوسط، نشان می‌دهد که هزینه‌های بالای تولید، بیشترین اهمیت و نرخ بهره نامناسب اعتبارات تولیدی، کمترین اهمیت را دارند.

سبحانی‌فرد (۱۳۹۴) در پژوهش دیگری با عنوان موانع محیطی تأسیس و رشد کسب‌وکارهای خرد در تهران، بیان می‌کند که براساس انجام مطالعه میدانی با بیش از ۴۰ کسب‌وکار خرد در تهران، ۶۰ درصد مصاحبه‌شوندگان بالابودن میزان اجاره‌ها، ۵۰ درصد، رکود بازار و ۳۸ درصد، ناعادلانه‌بودن مالیات‌ها را به عنوان مانعی مهم در برابر تأسیس و رشد کسب و کارهای خرد، عنوان کرده‌اند.

انصاری و فکور (۱۳۹۳)، در پژوهش دیگری با عنوان موانع محیطی گرایش دانشجویان و دانش‌آموختگان به کارآفرینی، مؤلفه‌های کمبود آموزش‌ها و مهارت‌های کارآفرینی، تأمین‌نشدن منابع مالی، نبود نگرش‌های اجتماعی و فرهنگی مثبت به کارآفرینی، نبود دسترسی به دانش و فناوری، ضعف سیاست‌ها و برنامه‌های حمایتی دولتی، بازنبودن بازار و قوانین و مقررات، به ترتیب اهمیت، مهم‌ترین عوامل محیطی بازدارنده دانشجویان و دانش‌آموختگان جوان ایرانی در تأسیس بنگاه کسب‌وکار را تشکیل می‌دهند.

الاولاکی و همکاران^۱ (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان تأثیر آموزش‌های کارآفرینانه در گرایش کارآفرینان با تأکید بر کسب‌وکارهای کوچک، به صورت نیمه‌تجربی و با داشتن یک گروه کنترل و یک گروه آزمایش و انجام پیش‌آزمون به این نتیجه رسیده‌اند که افرادی که تحت تأثیر ارزش‌های کارآفرینانه بوده‌اند، هم توانایی بیشتری در جهت راه‌اندازی کسب‌وکارهای خرد و هم، تداوم موفقیت در این کسب‌وکارها را دارند و براین اساس، فقدان این چنین آموزش‌هایی را مانعی عمده در راستای ایجاد محیط مطلوب، جهت راه‌اندازی کسب‌وکارهای خرد کارآفرینانه برمی‌شمارند.

شیک^۲ (۲۰۱۵) در پایان‌نامه خود به بررسی وضعیت کارآفرینی گردشگری؛ چالش‌ها و فرصت‌های کسب‌وکارهای کوچک گردشگری در فنلاند پرداخته

بازارها و اطلاعات جدید بهره گرفته شود. سامیتوسکا^۳ (۲۰۱۱) در پژوهش دیگری با عنوان موانع مؤثر بر توسعه کارآفرینی کوچک، خرد و متوسط در لهستان، شکاف منابع مالی بین شرکت‌های داخلی و خارجی سرمایه‌گذار در لهستان، عدم حمایت مطلوب دولت و کمبود قوانین و سیاست‌های حمایت‌کننده را مهم‌ترین موانع گسترش بنگاه‌های کوچک و متوسط کارآفرینانه در لهستان معرفی می‌کند.

هیتن^۴ (۲۰۰۵) در مقاله‌ای دیگر با عنوان توسعه کارآفرینی؛ آزمون رویکردهای سیستمیک برنامه‌ریزی برای توسعه کارآفرینی روستایی، بیان می‌کند که رویکرد سیستمی در برنامه‌ریزی کارآفرینی موجب ایجاد شبکه‌سازی، هموار و مساعد کردن محیط اثرگذار بر توسعه کارآفرینی روستایی می‌شود. همچنین در این مطالعه تأکید خاصی بر سیاست‌ها و برنامه‌ریزی‌های دولتی در انعطاف‌پذیری و موفقیت کارآفرینان روستایی می‌شود و باید این سیاست‌ها متناسب با شرایط محلی و حمایت‌کننده کارآفرینان باشد که در رویکرد سیستماتیک برنامه‌ریزی، قابل تأمین خواهد بود.

سرواتو و جایارامان^۵ (۲۰۰۱) در پژوهشی، عوامل تعیین‌کننده سرمایه‌گذاری خصوصی را در راستای ایجاد کسب‌وکارهای جدید در فیجی مورد بررسی قرار داده و آن‌ها را به سه دسته عوامل نوکلاسیکی، عوامل سیاست‌گذاری و عوامل اقتصادی تقسیم کرده‌اند. نتایج بررسی‌ها حاکی است که متغیرهای اقتصادی (سرمایه‌گذاری دولت، اعتبارات، نرخ مبادله...) روی رفتار سرمایه‌گذاری خصوصی در کشور فیجی نسبت به عوامل دیگر تأثیر کمتری دارد و عوامل اصلی بازدارنده سرمایه‌گذاری، عوامل سیاست‌گذاری، مانند قوانین و مقررات دولت، موقعیت سیاسی، هزینه‌های کاربردی آب و برق و نبود نیروی کار ماهر هستند.

است تا بدین ترتیب، بتواند چشم‌اندازی روشن را برپایه شناخت وضع موجود در جهت توسعه کارآفرینی گردشگری این کشور ترسیم کند. این پژوهش، به صورت کیفی و با بهره‌گیری از روش پیمایش مبتنی بر مصاحبه نیمه‌ساختارمند با نقش‌آفرینان عرصه کارآفرینی گردشگری انجام پذیرفته است. یافته‌ها نشان دادند که محیط کارآفرینی گردشگری و راه‌اندازی کسب‌وکارهای کوچک وابسته به آن در کشور فنلاند مطلوب بوده و در این میان، بیشتر مصاحبه‌شوندگان بر مشکلات روانشناختی و مالی، در راه‌اندازی کسب‌وکارها تأکید داشتند و این چالش‌ها بیشتر درباره عدم اطمینان از درآمد پایدار، فصلی بودن مشاغل گردشگری، سودآوری مشاغل گردشگری، حمایت سیستم مالی کشور از آن‌ها و غیرقابل پیش‌بینی بودن بازار گردشگری بودند.

مونز و همکاران^۱ (۲۰۱۴) در مقاله‌ای دیگر با عنوان کسب‌وکارهای خرد کارآفرینانه در مالزی، بر روی عوامل موفقیت مدیریت این دسته از کسب‌وکارها تأکید دارند. در این راستا نیز دسترسی به منابع مالی به ویژه سرمایه‌های خارجی، حمایت‌های دولت، بهره‌گیری از فناوری‌های نوین و آموزش کارآفرینان و شبکه‌سازی در میان آن‌ها را مهم‌ترین عواملی می‌دانند که می‌توانند بر عملکرد موفق مدیریت کسب‌وکارهای کارآفرینانه در مالزی مؤثر باشند. اولوکایده و همکاران^۲ (۲۰۱۴) در مقاله‌ای دیگر، تحت عنوان کسب‌وکارهای کوچک و متوسط روستایی؛ فناوری اطلاعات و ارتباطات، پس از تأکید بر اهمیت این دسته از کسب‌وکارها در رونق و توسعه نواحی روستایی در جهان، متذکر می‌شوند که با توجه به تغییر و تحولات اجتماعی و فن‌آوری در عصر جهانی امروزی، نیاز است که در جهت توسعه و رونق و تدوام این کسب‌وکارها در نواحی روستایی، از ابزارهای جدید فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات به منظور دسترسی به

گرفته شد. جامعه آماری این پژوهش را مسئولان توسعه‌ای شهرستان، شوراها و دهیاری‌ها، محققان و صاحب‌نظران دانشگاهی در عرصه توسعه روستایی منطقه و در نهایت صاحبان کسب‌وکارهای خرد روستایی در دو شهرستان مریوان و سروآباد تشکیل می‌دهند. به منظور انتخاب افراد نمونه در گروه مسئولان و متخصصان به روش هدفمند برمبنای معیارهایی همچون: داشتن سابقه کاری (۵ سال به بالا) و مسئولیت مرتبط با توسعه روستاهای منطقه (در گروه مسئولان)، دارا بودن تحصیلات و گرایش تحصیلی مرتبط (دکترای تخصصی در گروه متخصصان دانشگاهی و کارشناسی ارشد در گروه مسئولان در رشته‌های جغرافیا، اقتصاد، جامعه‌شناسی و مدیریت)، پژوهش‌های میدانی مشابه در منطقه (در گروه متخصصان) و اعتبار و آگاهی مطلوب (در گروه شوراها و دهیارها) تعداد ۳۲ نفر در سطح شهرستان، انتخاب شدند. همچنین با مراجعه به فرمانداری، دهیاری‌ها، بخشداری‌ها و نیز، اداره‌های جهاد کشاورزی، گردشگری و صنایع دستی و صنعت، معدن و تجارت دو شهرستان و پرس‌وجوی میدانی، صاحبان کسب‌وکارهای خرد نوآور شناسایی شدند که بر این مبنا نیز پس از مراجعه و مشاهده وضع موجود کسب‌وکارها با توجه به تعداد کم این افراد به روش تمام شماری، همه افراد مشغول در کسب‌وکار خرد نوآور در سطح روستاها که ۷۸ نفر بودند (شاغل در عرصه‌های گردشگری، زراعت، باغداری، پرورش زنبور عسل، پرورش ماهی، تولید گیاهان دارویی، تولیدی‌های خرد)، مورد ارزیابی قرار گرفتند. لازم‌به‌ذکر است که در این پژوهش کسب‌وکارهایی که به صورت فردی یا خانوادگی به صورت مستقل اداره می‌شدند و تعداد افراد مشغول به کار در آنها کمتر از ۱۰ نفر بودند، مدنظر قرار گرفت، همچنین، منظور از فرد نوآور، کسانی بودند که کسب‌وکار خرد را اولین بار و با ایجاد یک روش تولید یا ارزش افزوده جدید، در

در بیشتر این پژوهش‌ها در ابتدا شناسایی موانع و مشکلات محیطی با توجه به دیدگاه متخصصان و آگاهان بوده و از سویی دیگر نیز نقش متغیرهای فردی در چگونگی تعامل و اثرگذاری با موانع محیطی نادیده گرفته شده‌است؛ این در حالی است که بایستی وضعیت اثرگذاری این متغیرها نیز در کنار متغیرهای محیطی مؤثر بر گرایش به کارآفرینی، سنجیده شده و با توجه به میزان اثرگذاری‌شان، راهکارهای کاربردی ارائه شود، چراکه کارآفرین، هم ساخته (محیط پیرامون) و هم‌زاده (ویژگی‌های روانشناختی و شخصیتی) می‌شود؛ بنابراین شرایط محیط پیرامون و عوامل فردی توأمان با یکدیگر در گرایش به کارآفرینی و عملکرد کارآفرینان مؤثر هستند. در این راستا، این پژوهش با مدنظر قرار دادن این موارد، علاوه بر انجام مصاحبه با صاحبان کسب‌وکار روستایی، تأثیر متغیرهای فردی و زمینه‌ای مؤثر بر گرایش روستاییان به کسب‌وکارهای خرد کارآفرینانه را نیز در کنار عناصر محیطی، مورد سنجش قرار داده‌است.

روش تحقیق

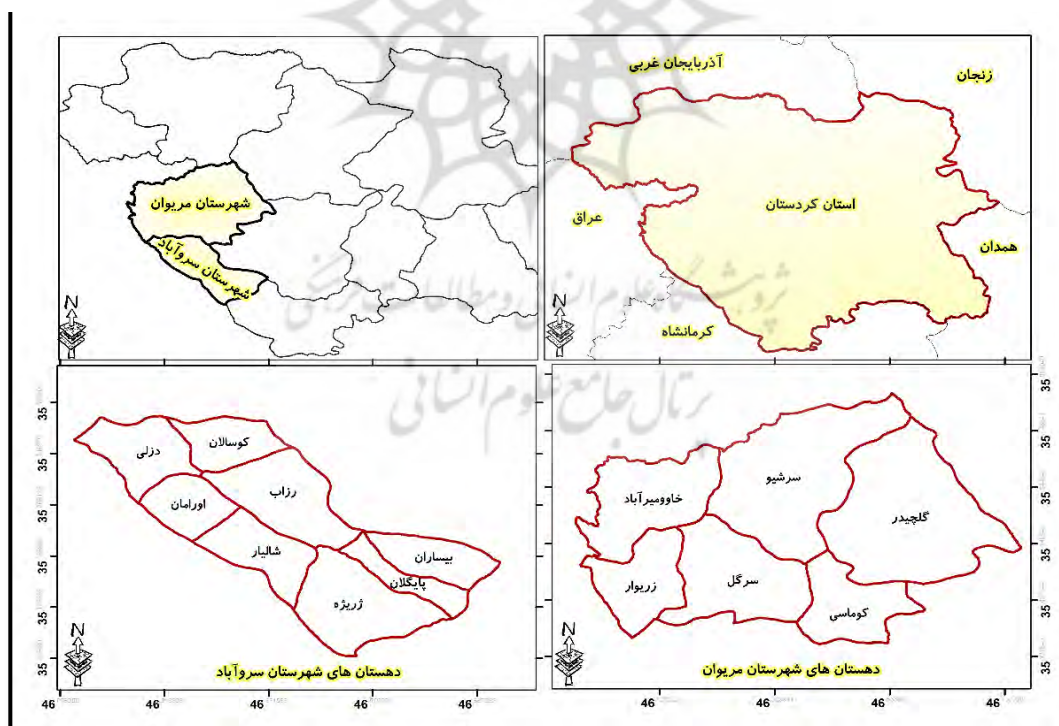
پژوهش کاربردی حاضر با روش توصیفی-تحلیلی و از نوع پیمایشی است. جهت گردآوری اطلاعات مورد نیاز، در بخش نظری از منابع اسنادی و در بخش عملی از فنون جمع‌آوری اطلاعات در تحقیقات پیمایشی یعنی مصاحبه، مشاهده و پرسشنامه بهره گرفته شده‌است. بدین ترتیب که در ابتدا به روش قیاسی و با بهره‌گیری از مطالعات پیشین، موانع محیطی که می‌توانند در ایجاد و راه‌اندازی کسب‌وکارهای کوچک در نواحی روستایی مؤثر باشند، شناسایی و سپس در جهت تأیید و تعمیم در قالب پرسشنامه‌ای در اختیار جامعه آماری پژوهش، قرار گرفته و در مرحله بعد، به منظور تحلیل یافته‌ها از مشاهدات میدانی و مصاحبه‌های نیمه‌ساختارمند با نمونه‌های پژوهش تا رسیدن به اشباع نظری بهره

شده نیز با آزمون‌های تحلیل عاملی و تحلیل همبستگی پیرسون و جزئی انجام گرفت.

معرفی منطقه مورد مطالعه

شهرستان‌های مریوان و سروآباد به مرکزیت شهرهای مریوان و سروآباد یکی از ۱۰ شهرستان استان کردستان در غرب استان و در مجاورت خاک عراق واقع شده‌اند. شهرستان مریوان دارای ۴۶۷۱۱ نفر جمعیت ساکن در نقاط روستایی است که ۲۸ درصد کل جمعیت شهرستان را دربر گرفته و در ۱۴۲ روستا در قالب سه بخش و ۶ دهستان ساکن هستند، در شهرستان سروآباد نیز ۳۶۸۴۳ هزار نفر معادل ۸۱٫۵ درصد از کل جمعیت شهرستان در قالب ۸ دهستان و ۷۰ نقطه روستایی منطقه جای گرفته‌اند (آمارنامه جمعیتی استانداری استان کردستان، ۱۳۹۵) (شکل ۴).

روستاهای شان راه‌اندازی کرده‌اند. با گردآوری داده‌های حاصل از پرسشنامه‌ها، تجزیه و تحلیل آن‌ها با استفاده از آزمون تحلیل عاملی از نوع اکتشافی مبتنی بر روش تحلیل مؤلفه‌های اصلی^۱ و چرخش واریمکس^۲ به منظور خلاصه‌سازی و تعیین موانع اصلی ایجاد محیط مطلوب کارآفرینی در منطقه مورد مطالعه، تعیین روایی سازه و برای تعیین این مطلب که محتوای پرسشنامه از چه عواملی اشباع شده‌است، بهره گرفته شد. روایی صوری و محتوایی نیز با توزیع ۲۰ پرسشنامه به‌عنوان پیش‌آزمون و نیز تأیید متخصصان دانشگاهی منطقه که دارای سوابق پژوهشی مشابه بودند و پایایی پاسخ‌ها نیز با محاسبه ضریب آلفای کرونباخ برابر مقدار مطلوب، ۰٫۷۸، مورد تأیید قرار گرفت. تجزیه و تحلیل داده‌های گردآوری



شکل ۴: نمایش موقعیت منطقه مورد مطالعه

تهیه و ترسیم: نگارندگان، ۱۳۹۷

یافته‌های پژوهش

در ابتدا به منظور تعیین مهم‌ترین موانع محیطی اثرگذار بر گرایش روستاییان به راه‌اندازی و تداوم کسب‌وکارهای خرد کارآفرینانه در محیط‌های روستایی مورد مطالعه از آزمون تحلیل عاملی بهره گرفته شد. به منظور آزمون مناسب بودن داده‌های

مربوط به مجموعه متغیرهای مورد تحلیل در خصوص تعیین عوامل و برای شروع تحلیل عاملی، از آزمون Bartlett و KMO استفاده شد. معناداری آزمون بارتلت در سطح اطمینان ۹۹٪ و مقدار مناسب KMO حاکی از همبستگی کیفی و مطلوبیت کمی متغیرهای مورد نظر برای انجام تحلیل عاملی است (جدول ۱).

جدول ۱: نتایج آزمون kmo و بارتلت

مجموعه متغیرهای مورد تحلیل	مقدار KMO	مقدار بارتلت	سطح معناداری
موانع محیطی مؤثر بر گرایش روستاییان به کسب‌وکارهای خرد کارآفرینانه	۰,۷۲۵	۲,۶۷	۰,۰۰۰

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۷

شاخص‌های بارگذاری شده در هر عامل که دارای مقدار ویژه بیشتر از ۱ هستند، یک عامل را شکل می‌دهند. نتیجه حاصل، تقلیل ۴۰ شاخص اولیه به ۳۴ شاخص اصلی در قالب ۴ عامل بود که در مجموع ۷۶,۵۴٪ از واریانس را تبیین می‌کنند. این رقم نشانگر رضایت بخش بودن تحلیل عاملی و متغیرهای مورد بررسی برای تلفیق در عوامل است. حذف ۶

شاخص به دلیل تکراری بودن و عدم دارابودن مقدار ویژه بیشتر از مقدار ۱ بود. مقدار ویژه، درصد واریانس و درصد واریانس تجمعی در جدول ۲ آورده شده است. لازم به ذکر است که با توجه به مقدار ضریب پایایی و همبستگی بالای پاسخ‌ها، مبنای بار عاملی برای شاخص‌ها به منظور تجمع معنی‌دار در عامل‌ها، مقدار ۰,۵ قرار داده شد (جدول ۲).

جدول ۲: عامل‌بندی متغیرهای پژوهش

عامل	مقدار ویژه	درصد واریانس	درصد واریانس تجمعی
۱	۸,۶۴	۲۶,۰۱	۲۶,۰۱
۲	۷,۰۳	۲۱,۲۷	۴۷,۲۹
۳	۶,۲۲	۱۹,۴۹	۶۶,۷۹
۴	۳,۰۱	۹,۷۵	۷۶,۵۴

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۷

عامل اول

با نگاهی به شاخص‌های تجمع یافته در این عامل (جدول ۳) می‌توان پی برد که عموماً شاخص‌ها به ضعف در عملکرد نهادهای توسعه‌ای مسئول در منطقه و ناکافی بودن خدمات، امکانات و زیرساخت‌های مورد نیاز راه‌اندازی و تداوم کسب‌وکارهای کارآفرینانه در منطقه اشاره دارند؛ بنابراین می‌توان این عامل را «موانع قانونی، ضعف در سیاستگذاری و نارسایی در تأمین در زیرساخت‌ها، خدمات و امکانات مورد نیاز کسب‌وکارهای خرد کارآفرینانه» نامید. همان‌طور که

ملاحظه می‌شود، میزان همبستگی بالا، نشانگر اتفاق نظر پاسخگویان به شاخص‌های تجمع یافته در این عامل است. در این میان، شاخص نبود برنامه‌ای جامع در راستای توسعه روستایی منطقه با تمرکز بر کسب‌وکارهای خرد کارآفرینانه با بار عاملی ۰,۹۲۸، شاخص آشنایی اقتصادی کشور و افزایش هزینه‌های روزمره تولید با بار عاملی برابر ۰,۹۰۷ و شاخص فقدان صنایع تبدیلی در منطقه با بار عاملی ۰,۸۹۰، دارای بیشترین بارهای عاملی یا همبستگی با عامل مذکور بوده و در واقع از دید پاسخگویان این شاخص‌ها

انگور در سطح کشور جایگاه ممتازی دارد، وجود نداشته باشد، این‌ها به معنی عدم ایجاد فرصت‌هایی است که هسته اصلی کسب‌وکارهای خرد کارآفرینانه را تشکیل می‌دهند. فقدان زیرساخت‌های زیربنایی به‌عنوان موتور محرکه ایجاد کسب‌وکارهای کارآفرینانه به معنی حرکت ایده‌ها و فرصت‌ها به سمت شهرها و شکست آن‌ها در روستاهای منطقه خواهد بود. دو شاخص نداشتن وثیقه و یا ضامن برای دریافت وام‌های دولتی با بار عاملی ۰,۸۵۱ و بهره بالای وام‌های بانکی با بار عاملی ۰,۵۷۷ که در این شاخص تجمع یافته‌اند نیز اشاره به مشکل همیشگی قانون‌گذاری در عرصه حمایت‌های مالی از روستاییان دارد. باید پذیرفت که یک فرد روستایی با سرمایه و اعتبار اندک و در روستاهایی همانند منطقه مورد مطالعه که فقر و محرومیت بر چهره روستاها نمایان است، نمی‌تواند در بروکراسی اداری دوام آورده، ضامن بی‌بورد و بهره بالا پرداخت کند. این امر نشان از بی‌اعتمادی نظام بانکی و مالی کشور به این قشر است که قدر مسلم، فقدان منابع مالی، راه‌اندازی کسب‌وکارهای روستایی را با چالشی بزرگ مواجه خواهد ساخت.

بیشترین نقش را در ایجاد موانع مذکور دارا هستند. درواقع در عرصه‌های روستایی که در دیدگاه تمرکزگرای کشور تا حدی به فراموشی سپرده شده‌اند، این دولت است که به‌عنوان اولین و مهم‌ترین متولی توسعه روستایی، بایستی زیرساخت‌ها و امکانات لازم در عرصه میدانی و قوانین تسهیل‌کننده را در عرصه قانون‌گذاری و حمایتی برای ایجاد و رونق کسب‌وکارهای خرد کارآفرینانه که در نواحی روستایی به‌دلیل ضعف ساختارهای اقتصادی و اجتماعی و زیرساختی، بسیار شکننده خواهند بود، فراهم آورند. زمانی که برنامه‌ای مدون و چراغ راهی در جهت توسعه، مبتنی بر کسب‌وکارهای خرد کارآفرینانه که امروزه بیشتر از هر زمانی به‌عنوان راه‌حل بی‌بدیل، برای معضل و مبارزه با هیولای بیکاری و فقر در روستاها قلمداد می‌شود، وجود نداشته‌باشد و یا اینکه افزایش هر روزه هزینه‌های تولید به‌واسطه آشفستگی اقتصادی کشور و عدم نظارت‌ها افزایش یابد و همچنین صنایع تبدیلی محصولات تولیدی در منطقه‌ای که دارای محصولات تولیدی متفاوت در عرصه زراعی و باغداری است و حتی در محصولات مانده انار، توت‌فرنگی و

جدول ۳: شاخص‌های بارگذاری شده در عامل اول

ردیف	نام شاخص	میزان همبستگی
۱	عدم وجود یک متولی خاص و فعال در زمینه حمایت از کارآفرینی روستاها	۰,۸۸۰
۲	نداشتن وثیقه یا ضامن برای دریافت وام‌های دولتی	۰,۸۵۱
۳	نبود برنامه‌ای جامع در راستای توسعه روستایی منطقه با تمرکز بر کسب‌وکارهای خرد کارآفرینانه	۰,۹۲۸
۴	آشفستگی اقتصادی کشور و افزایش هزینه‌های روزمره تولید	۰,۹۰۷
۵	ضعف بیمه‌ای در زمینه کارآفرینی	۰,۸۴۲
۶	ناآشنا بودن مسئولان توسعه روستایی با مفهوم کارآفرینی و نقش آن در توسعه روستاها	۰,۸۱۵
۷	بهره بالای وام‌های بانکی	۰,۵۷۷
۸	نرخ بالای فقر و مهاجرت در میان روستاییان	۰,۶۵۰
۹	ضعف در زیرساخت‌های عمومی (حمل‌ونقل، انرژی و...)	۰,۸۳۹
۱۰	فقدان دسترسی به فضاهای مناسب در جهت راه‌اندازی کسب‌وکار	۰,۸۱۵
۱۱	فقدان صنایع تبدیلی در منطقه	۰,۸۹۰
۱۲	عدم هماهنگی بین اداره‌ها و ارگان‌های مختلف توسعه روستایی منطقه در راستای توسعه کسب‌وکارهای خرد کارآفرینانه	۰,۷۸۲

عامل دوم

با نگاهی به شاخص‌های تجمع‌یافته می‌توان این عامل را «ضعف‌های بازاریابی، فروش و موانع فنی و عملی پیش‌روی راه‌اندازی و تداوم کسب‌وکارهای خرد کارآفرینانه در نواحی روستایی» نام نهاد. در این عامل (جدول ۴)، شاخص‌های سطح اندک مهارت‌های عملی روستاییان با بار عاملی ۰,۹۲۹، دشواری رقابت زنان روستایی با مردان روستایی و روستاییان با صاحبان کسب‌وکارهای شهری با بار عاملی ۰,۹۰۸ و شاخص عدم ایجاد شبکه‌سازی و ارتباطات میان کارآفرینان و فعالین اقتصادی در روستاهای منطقه با بار عاملی ۰,۸۸۹، دارای بیشترین بارهای عاملی یا به عبارتی بیشترین همبستگی با عامل مذکور هستند. در این ارتباط لازم‌به‌ذکر است که در روستاها نیز همانند شهرها فرصت‌های بسیاری برای کارآفرینی وجود دارد که یا شناخته نمی‌شوند و یا اینکه با شناخته‌شدن و ایجاد کسب‌وکار، بازاریابی و تبلیغات در ارتباط با آن‌ها بسیار ضعیف عمل کرده و در واقع، زنجیره تولید تا فروش تأمین نشده و با ضعف بازاریابی و فروش، بیشتر سود خدمات و کالاهای تولیدی همانند شرایطی که در منطقه مورد مطالعه مشاهده می‌شود، نصیب دلالان و واسطه‌ها می‌شود که این شاخص نیز با بار عاملی ۰,۸۸۱ در این عامل تجمع یافته است. از سوی دیگر با توجه به سود فعالیت‌های واسطه‌ای در این منطقه مرزی، بیشتر روستاییان ترجیح می‌دهند که به این مشاغل پردازند و از ریسک تولید و کسب‌وکار

مستقل نوپا بگریزند. روستاییانی که عموماً دارای سطح تحصیلات پایینی هستند، قدر مسلم به لحاظ مهارت‌های عملی و تخصصی نیز در وضعیت مطلوبی قرار ندارند، قدر مسلم در صورت داشتن و آگاهی از مهارت‌های عملی به‌روز، کالا و خدمات کنونی با کمیت و کیفیت بیشتر تولید و عرضه شده و این امر می‌تواند فرصت‌های کسب‌وکار را نیز در روستاها افزایش دهد. اهمیت این امر در عرصه گردشگری و کشاورزی که پتانسیل‌های عمده و فرصت‌آفرین منطقه هستند، کاملاً واضح است. همچنین نادیده گرفتن زنان در عرصه تولید و کسب‌وکار در فضای مردسالارانه روستاها موجب شده تا یکی از منابع تولیدی بالقوه و کارا در عرصه کارآفرینی روستاها نادیده گرفته شود، به همین دلیل زنان روستایی با دشواری بسیاری در راه‌اندازی کسب‌وکارهای کارآفرینانه روبه‌رو هستند و نمود چندانی در عرصه کسب‌وکار روستاهای منطقه ندارند. این در حالی است که نوع پتانسیل‌های منطقه یعنی کشاورزی و گردشگری، وابستگی زیادی به فعالیت‌های زنان در منطقه دارد. از سوی دیگر، با توجه به ضعف حمایت‌های دولتی در منطقه ایجاد شبکه‌هایی از فعالان اقتصادی و ارتباط آن‌ها با همدیگر، قدر مسلم می‌تواند زمینه‌های ارتقای مهارت‌های عملی و فنی و نیز توان بهره‌برداری از فرصت‌ها را برای روستاییان فراهم آورد.

جدول ۴: شاخص‌های بارگذاری شده در عامل دوم

ردیف	نام شاخص	میزان همبستگی
۱	عدم شناخت روستاییان ارتباط با چگونگی ورود به بازار	۰,۸۷۷
۲	وابستگی بیش از حد روستاییان به دولت	۰,۸۵۹
۳	وجود واسطه و دلالان	۰,۸۱۱
۴	سطح اندک مهارت‌های عملی روستاییان	۰,۹۲۹
۵	نبود یک بازار محلی مناسب برای فروش محصولات تولیدی و تشویق دیگر روستاییان	۰,۸۳۷
۶	ناآگاهی و بهره‌گیری از فناوری‌ها و ابزارآلات جدید در جهت تولید خدمات و محصولات	۰,۷۸۸
۷	دشواری رقابت زنان روستایی با مردان روستایی و روستاییان با صاحبان کسب‌وکارهای شهری	۰,۹۰۸
۸	ناآشنایی با مهارت‌های تبلیغات و جذب مشتری	۰,۶۳۵
۹	عدم ایجاد شبکه‌سازی و ارتباطات میان کارآفرینان و فعالان اقتصادی در روستاهای منطقه	۰,۸۸۹

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۷

عامل سوم

با نگاهی به شاخص‌های تجمع‌یافته (جدول ۵) می‌توان، این عامل را «موانع اجتماعی و فرهنگی و محدودیت‌های آموزشی در زمینه راه‌اندازی و تداوم کسب‌وکارهای خرد کارآفرینانه» نام نهاد. تجمع این دو مؤلفه در یک عامل، نشان از اهمیت آموزش‌های رسمی و غیررسمی در ایجاد محیط مطلوب کارآفرینی در روستاهای منزوی و محرم دارد.

باید دانست که فقر اقتصادی، فقر فرهنگی و اجتماعی را نیز به‌همراه می‌آورد؛ شرایطی که در منطقه مورد مطالعه کاملاً به چشم می‌خورد و نمودهای آن‌ها نیز در این عامل تجمع یافته‌اند. محیط اجتماعی روستایی منطقه در قدمتی طولانی و با توجه به انزوای جغرافیایی (قرارگرفتن در منطقه صعب‌العبور با توپوگرافی خشن و دور از مرکز) به‌صورتی عرفی، دارای ارزش‌ها و هنجارهای خاصی شده که شاخص‌های تجمع‌یافته به‌عنوان نمودهای این هنجارها و ارزش‌ها، به‌صورت مانع در مقابل توسعه کارآفرینی و فعالیت اقتصادی روستاییان به‌ویژه زنان

منطقه عمل می‌کنند. در این میان، شاخص‌های ضعف و کمبود آموزش‌های رسمی و غیررسمی در زمینه ترویج کارآفرینی روستایی با بار عاملی ۰,۹۰۶، تسلط فرهنگ تقدیرگرایی در روستاها با بار عاملی ۰,۸۹۳ و عدم وجود فرهنگ تعاون و تعاونی‌های تولیدی در سطح روستاها با بار عاملی ۰,۸۷۳، دارای بیشترین بارهای عاملی و همبستگی با این عامل هستند. در این میان، تسلط فرهنگ تقدیرگرایی در میان روستاییان به‌عنوان مانعی مهم و متضاد گرایش به کارآفرینی در محیط روستایی عمل می‌کند، چراکه روستاییان وضعیت نامطلوب موجود را نشانه‌ای از تقدیر دانسته که در نتیجه تلاشی هم برای تغییر آن انجام نخواهند داد. از سویی دیگر، تسلط این فرهنگ موجب می‌شود که روستاییان تنها و تنها به دولت وابسته بوده و منتظر باشند که دولت آن‌ها را از وضعیت نامطلوب کیفیت زندگی‌شان نجات دهد. قدر مسلم، در چنین محیطی نیاز به تحول، توانایی ریسک و تشخیص فرصت که محرک‌های اصلی گرایش به کسب‌وکارهای کارآفرینانه است، شکل نخواهد گرفت.

جدول ۵: شاخص‌های بارگذاری در عامل سوم

ردیف	نام شاخص	میزان همبستگی
۱	کثرت وظایف زنان در خانوارهای روستایی	۰,۷۷۴
۲	گرایش روستاییان به سرمایه‌گذاری در شهر و مشاغل واسطه‌ای	۰,۵۸۱
۳	عدم وجود سازمان‌های غیردولتی حمایت‌کننده کارآفرینی	۰,۸۶۹
۴	سطح نازل تحصیلات و سواد در میان روستاییان	۰,۷۹۷
۵	عدم حمایت خانواده‌ها از صاحبان کسب‌وکارهای خرد کارآفرینانه	۰,۷۸۹
۶	عدم دسترسی به مشاوران و متخصصان کارآزموده در عرصه کارآفرینی	۰,۸۵۲
۷	ضعف و کمبود آموزش‌های رسمی و غیررسمی در زمینه ترویج کارآفرینی روستایی	۰,۹۰۶
۸	عدم وجود فرهنگ تعاون و تعاونی‌های تولیدی در سطح روستاها	۰,۸۷۳
۹	تسلط فرهنگ تقدیرگرایی در روستاها	۰,۸۹۳

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۷

عامل چهارم

روستایی منطقه مورد مطالعه که فقر اقتصادی در آن به وضوح به چشم می‌خورد، زمینه‌های هرگونه فعالیت و اقدامی را در راستای ایجاد کسب‌وکارهای نوپا با مخاطره و شکست روبه‌رو می‌سازد. شاخص‌های تجمع یافته نشان می‌دهند که این ضعف در هر سه سطح یا منبع تأمین‌کننده سرمایه، یعنی فرد و خانوار روستایی، بخش خصوصی و بانک‌ها به‌عنوان نمایندگان مالی دولت در عرصه کسب‌وکارهای نوپا هستند.

با نگاهی به شاخص‌های تجمع یافته، این عامل (جدول ۶) را می‌توان «ضعف منابع مالی در زمینه راه‌اندازی و تداوم کسب‌وکارهای خرد کارآفرینانه» نام گذاشت. شاخص‌هایی که در این عامل، دارای بیشترین بار عاملی یا همبستگی هستند، شاخص کمبود سرمایه شخصی با بار عاملی ۰,۸۹۰ و سپس شاخص عدم اطمینان بانک‌ها به موفقیت کسب‌وکارهای خرد روستایی با بار عاملی برابر ۰,۸۷۳ هستند. قدر مسلم فقدان منابع مالی در محیط‌های

جدول ۶: شاخص‌های بارگذاری در عامل چهارم

ردیف	نام شاخص	میزان همبستگی
۱	عدم اطمینان بانک‌ها به موفقیت کسب‌وکارهای خرد روستایی	۰,۸۷۳
۲	تخریب محیط طبیعی و چشم‌انداز طبیعی منطقه به‌عنوان یکی از مهم‌ترین توانمندی‌های روستاها	۰,۶۶۳
۳	عدم دسترسی به سرمایه‌های بخش خصوصی	۰,۷۸۰
۴	کمبود سرمایه شخصی	۰,۸۹۰

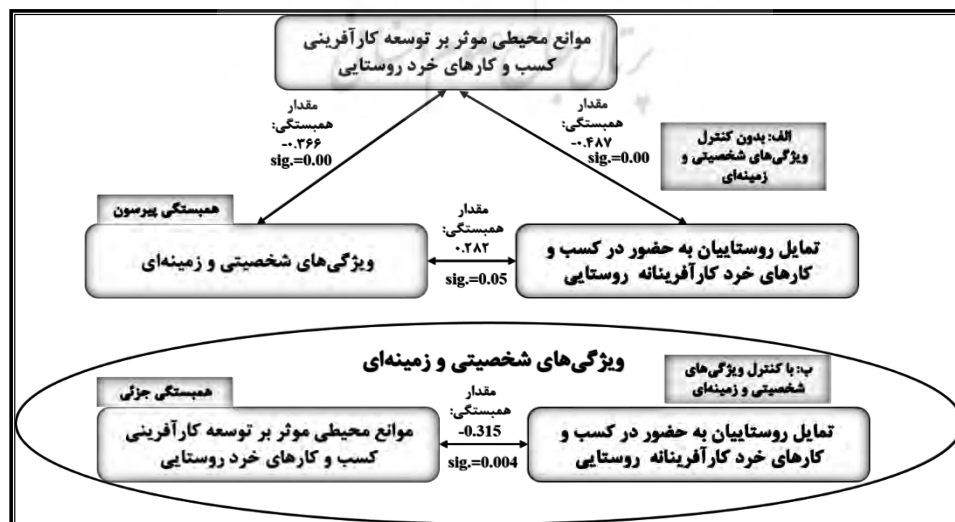
مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۷

شد. واحد تحلیل در این مرحله به پاس‌خگویان روستایی تقلیل یافت. ویژگی‌های شخصیتی و زمینه‌ای در قالب متغیرهایی همچون: میزان سن،

در ادامه تأثیر متغیرهای شخصی و زمینه‌ای و موانع محیطی در وضع موجود گرایش و تمایل روستاییان به کسب‌وکارهای خرد کارآفرینانه مورد سنجش واقع

کنترل یا متغیری که بایستی نقش آن از ارتباط دو متغیر دیگر حذف و مورد کنترل قرار گیرد، بررسی شد. همان‌طور که نتایج آزمون اولیه همبستگی پیرسون در شکل ۵ نشان می‌دهد، بین سه متغیر ارتباط معنی‌دار وجود دارد، به‌گونه‌ای که هرچه وضعیت ویژگی‌های فردی و زمینه‌ای مطلوب‌تر باشد، تمایل روستاییان به حضور در کسب‌وکارهای خرد بیشتر و اثرگذاری موانع محیطی بر عزم آن‌ها کاهش می‌یابد. در مرحله بعدی و در همبستگی تفکیکی یا جزئی نیز که نتایج آن مشاهده می‌شود، با مقداری کاهش همبستگی، این ارتباط حفظ شده‌است تا بدین ترتیب، بتوان اظهار کرد که ویژگی‌های شخصیتی و زمینه‌ای مورد بررسی در محیط روستایی مورد مطالعه، تأثیر چشمگیری بر کاهش اثرگذاری موانع محیطی شناسایی شده در راستای گرایش روستاییان به کسب‌وکارهای نوپا و خرد کارآفرینانه ندارند و می‌توان پی برد که شدت اثرگذاری موانع محیطی شناسایی شده در میل به حضور در کسب‌وکارهای خرد به حدی است که تفاوت‌های فردی نیز نمی‌توانند، آن‌ها را از بین ببرند و تنها به مقدار بسیار کمی، اثرگذاری این موانع را کاهش می‌دهند.

سطح تحصیلات، تعداد افراد دارای کسب‌وکار مستقل و خرد در سطح روستاها، داشتن دوست، آشنا یا اعضای فعال خانواده در عرصه کسب‌وکارهای خرد روستایی، امید به آینده، اطمینان به خود، میزان سخت‌کوشی، قدرت ریسک، قدرت مقابله و ایستادگی در برابر مشکلات و فشارهای روانی و هدف‌بودن در زندگی سنجیده شد. لازم‌به‌ذکر است که سطح مطلوب هریک از ویژگی‌های فردی و زمینه‌ای که به آن‌ها اشاره شد، لازمه توسعه فعالیت‌های کارآفرینی هستند. بدین منظور در ابتدا ویژگی‌های زمینه‌ای و شخصیتی در پنج سطح (خیلی زیاد، زیاد، متوسط، کم و خیلی کم، و یا خیلی خوب، خوب، متوسط، بد و خیلی بد) دسته‌بندی و سپس تلفیق و با تغییر مقیاس آن‌ها به مقیاس فاصله‌ای، یکبار همبستگی آن‌ها با دو متغیر موانع محیطی (حاصل تلفیق مجموع عوامل شناخته‌شده) و میزان تمایل به حضور در کسب‌وکارهای نوپا و خرد کارآفرینانه (که در مقیاس پنج‌گانه خیلی کم تا خیلی زیاد ارزیابی شد) از طریق روش پیرسون سنجیده شد و سپس در بار دوم به‌صورت همبستگی جزئی و قراردادن متغیر ویژگی‌های زمینه‌ای و شخصیتی به‌عنوان متغیر



شکل ۵: نتایج همبستگی جزئی بین متغیرهای شخصیتی، تمایل به کارآفرینی و موانع توسعه کسب‌وکارهای

خرد کارآفرینانه در میان روستاییان (تهیه و ترسیم: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۷)

نتیجه

به منظور شناسایی مهم‌ترین موانع محیطی مؤثر بر گرایش روستاییان شهرستان‌های مریوان و سروآباد به کسب‌وکارهای خرد کارآفرینانه، سؤال‌هایی در پژوهش مطرح شد که با توجه به یافته‌ها، پاسخ‌های آن‌ها به شرح زیر است:

سؤال اول: مهم‌ترین موانع مؤثر بر گرایش روستاییان به کسب‌وکارهای خرد کارآفرینانه در منطقه مورد مطالعه کدام‌اند؟

در این راستا، یافته‌های حاصل از تحلیل عاملی موجب تقلیل ۴۰ شاخص اولیه در قالب ۴ عامل (مانع) به ۳۴ شاخص اصلی بود. موانع شناسایی شده عبارت بودند از: موانع قانونی، ضعف در سیاست‌گذاری و نارسایی در تأمین زیرساخت‌ها، خدمات و امکانات؛ ضعف‌های بازاریابی، فروش و موانع فنی و عملی؛ موانع اجتماعی و فرهنگی و محدودیت‌های آموزشی و ضعف منابع مالی. نگاهی به موانع شناسایی شده نشان می‌دهد که محیط کسب‌وکار منطقه با نارسایی‌های متعددی روبه‌رو است که مانع از پرورش کارآفرینان و فعالیت‌های کارآفرینانه صاحبان کسب‌وکار می‌شود، در نتیجه این امر آنچه که به وضوح در سطح منطقه نیز به چشم می‌خورد و یکی از دلایل اصلی رقم‌زننده وضعیت نامطلوب موجود کیفیت زندگی روستاییان به دلیل وجود فقر و بیکاری است، تسلط فرهنگ وابستگی و تقدیرگرایی در محیط‌های روستایی است که در تضاد با فرهنگ خوداشتغالی، کار و تلاش و ایجاد فضای مناسب برای کسب‌وکارهای خرد محلی در جهت پویایی و نوآوری است. منطقه مورد مطالعه در عرصه‌های گردشگری، باغداری، زراعت، دامداری، تجارت مرزی، شیلات و آبی‌پروری، دارای توانمندی‌های بسیاری است که با توجه به ماهیت این مشاغل نیز که نیاز به تخصص و سرمایه‌ی زیادی ندارند،

در صورت مطلوب‌بودن محیط کسب‌وکار براساس رقابت و نوآوری، می‌توانستیم شاهد توسعه منطقه‌ای پایدار و متوازن و کیفیت زندگی مطلوب در روستاها باشیم. برخلاف وضعیت کنونی که کسب‌وکارهای خرد مرتبط با این عرصه‌ها با تاب‌آوری اندک، به صورت سنتی و با درآمد ناچیزی از مزیت‌های نسبی روستاها بهره می‌گیرند.

در این میان، مانع اول یعنی موانع قانونی، ضعف در سیاست‌گذاری و نارسایی در تأمین در زیرساخت‌ها، خدمات و امکانات، با دارا بودن بیشترین شاخص تجمع‌یافته و بیشترین مقدار ویژه، مهم‌ترین نقش را در ضعف محیط کارآفرینی روستاهای منطقه دارد. در این ارتباط می‌توان بیان کرد که نهادهای دولتی در مناطق روستایی به ویژه مناطق روستایی در انزوای مرزی همانند منطقه مورد مطالعه این پژوهش، متولیان اصلی توسعه روستایی و ایجاد فضای مناسب در راستای توسعه کسب‌وکارهای خرد کارآفرینانه هستند و قدر مسلم عملکرد نامطلوب آن‌ها می‌تواند به صورتی کاملاً محسوس و مستقیم، وضعیت سایر عناصر محیطی مؤثر بر فضای کسب‌وکار روستایی را به منظور اثربخشی فعالیت‌های توسعه‌ای با چالش مواجه ساخته و این فعالیت‌های اقتصادی نوپا با شکست روبه‌رو شوند، چراکه این قوانین، سیاست‌ها، برنامه و عملکرد نهادهای دولتی و متولی توسعه منطقه هستند که می‌توانند زیرساخت و امکانات مورد نیاز، منابع مالی، بازارهای فروش و عرضه محصولات تولیدی را برای کسب‌وکارهای روستایی منطقه مهیا کنند. همچنین، آموزش مردم محلی در راستای ایجاد فرهنگ خوداشتغالی و کارآفرینی و ارتقای مهارت‌های روستاییان نیز تابعی از وضعیت عملکرد و برنامه‌های نهادهای دولتی و مسئول توسعه روستایی منطقه است.

منطقه برای روی آوردن روستاییان به کسب و کارهای خرد کارآفرینانه پیشنهاد می‌شود:

موانع قانونی، ضعف در سیاست‌گذاری و نارسایی در تأمین در زیرساخت‌ها، خدمات و امکانات

- در ابتدا با توجه به نقش غیرقابل‌انکار دولت در محیط روستایی در غیاب بخش خصوصی و انجمن‌های مردم‌نهاد، ورود نهادهای دولتی مسئول توسعه منطقه به صورت جدی در تمامی مراحل راه‌اندازی تا اجرا و حمایت‌هایی در جهت بقای کسب و کارهای نوپا ضروری بوده و در واقع، گام اول و اساسی‌ترین اقدام در راستای توسعه کارآفرینی روستاهای مورد مطالعه و ایجاد گرایش در مردم محلی است.

- با توجه به اینکه مدیریت بخشی در نواحی روستایی وجود دارد و در واقع نهادهای مختلفی عهده‌دار مدیریت و توسعه روستاها هستند، نیاز است که نهادی واحد و مرکب از تمامی نهادهای مسئول توسعه روستاهای دو شهرستان به منظور هماهنگی برنامه‌های حمایتی از صاحبان کسب و کارهای خرد روستایی و ایجاد زمینه‌های گرایش روستاییان به خوداشتغالی و کارآفرینی تشکیل شود.

- حرکت مدیران محلی روستایی یعنی شوراهای دهیاری‌های روستاها در راستای مطلوب کردن محیط‌های روستایی، برای کارآفرینی روستاییان ضروری است.

- ایجاد زمینه‌های تأسیس و راه‌اندازی صنایع تبدیلی کشاورزی در منطقه.

- در نظرگیری حمایت‌ها و تشویق‌های بیمه‌ای برای صاحبان کسب و کارهای نوپا.

- آموزش مردم محلی در ارتباط با فرهنگ خوداشتغالی و کارآفرینی.

- ایجاد محل‌ها و فضاهای مناسب برای فعالیت‌های تولیدی زنان روستایی شاغل در عرصه گردشگری و کشاورزی منطقه.

سؤال دوم: با توجه به اهمیت ویژگی‌های فردی، آیا مشخصه‌های فردی و زمینه‌ای روستاییان می‌توانند نقش موانع محیطی را در گرایش و تمایل آن‌ها به راه‌اندازی کسب و کارهای خرد کارآفرینانه خنثی کنند؟ یافته‌های به دست آمده از آزمون همبستگی پیرسون و همبستگی جزئی، نشان دادند که اثرگذاری مطلوبیت ویژگی‌های فردی و زمینه‌ای در ایجاد تمایل روستاییان به راه‌اندازی و شرکت در کسب و کارهای کارآفرینانه با خنثی و کم‌اثر کردن موانع محیطی، اندک و جزئی است (کاهش همبستگی از ۰,۴۸۷- به ۰,۳۱۵-) و در واقع، می‌توان بیان کرد که شدت اثرگذاری موانع محیطی بر فضای کسب و کار منطقه به حدی است که تنها نمی‌توان با اتکا بر بهبود ویژگی‌های فردی مورد نیاز، به منظور کارآفرینی به گرایش روستاییان به کسب و کارهای کارآفرینانه امیدوار بود. این نتیجه مطابق با رویکرد رفتاری در توسعه کارآفرینی است؛ رویکردی که معتقد است محیط کارآفرینی یعنی شرایط اقتصادی، اجتماعی، طبیعی و نهادی، نقش مؤثر و قاطعی در رشد کارآفرینی و فعالیت‌های کارآفرینانه دارند و تنها نمی‌توان به صرف مطلوبیت ویژگی‌های شخصی و روانشناختی به رشد و توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه متکی بود. در این منطقه به دلیل مرزی و درحاشیه بودن که انزوای اقتصادی و اجتماعی را برای آن به وجود آورده است، روستاییان علاوه بر اینکه زمینه‌ها و شرایط مورد نیاز در جهت رونق کسب و کارهای کارآفرینانه را ندارند، بلکه تسلط محیط نامطلوب اقتصادی و اجتماعی، موجب شده است تا از لحاظ ویژگی‌های فردی مورد نیاز فعالیت‌های کارآفرینانه نیز تحت تأثیرات منفی قرار گرفته و در نتیجه ویژگی‌های افراد کارآفرین و نوآور در میان روستاییان کم‌رنگ است.

در نهایت با توجه به نتایج به دست آمده، راهکارهای زیر در جهت بهبود فضای محیطی کسب و کار روستاهای

ضعف‌های بازاربایی، فروش و موانع فنی و عملی

- ایجاد بازارهای روزانه و هفتگی در جهت فروش محصولات تولیدی روستاییان.

- بهره‌گیری از اداره فنی و حرفه در جهت آموزش مستمر روستاییان علاقه‌مند به منظور بهبود مهارت‌های فنی به‌ویژه در زمینه توانمندی‌های کشاورزی و گردشگری روستاها.

- بهره‌گیری از ابزارهای تبلیغاتی مختلف در راستای رونق گردشگری کشاورزی در منطقه به منظور افزایش فرصت‌های کسب‌وکار که در این زمینه برگزاری جشنواره‌هایی ویژه در زمان برداشت محصولاتی مانند انار، توت‌فرنگی، گردو و انگور پیشنهاد می‌شود.

موانع اجتماعی و فرهنگی و محدودیت‌های آموزشی

- حمایت از راهاندازی و تداوم فعالیت انجمن‌های مردم نهاد اقتصادی در منطقه.

- آموزش در راستای فرهنگ‌سازی به‌خانوارهای روستایی در ارتباط با تقسیم وظایف خانه در میان اعضای خانواده در خانوارهایی که زنان آن‌ها می‌توانند با توجه به توانمندی‌های‌شان در عرصه کسب‌وکار رسمی روستاها فعالیت داشته باشند.

- آموزش خانوارهای روستایی در ارتباط با شیوه‌های حمایت از ایده‌های مرتبط با کسب‌وکار جوانان‌شان.

- بهره‌گیری از مسئولان دینی و ریش‌سفیدان و آگاهان روستایی، به‌منظور تغییر فرهنگ تقدیرگرایی به فرهنگ تحول و اشتغال.

ضعف منابع مالی

- ایجاد صندوق‌های اقتصادی و سرمایه‌گذاری در توانمندی‌های روستاها از پس‌اندازهای خرد روستاییان در قالب تعاونی‌ها.

- در نظرگیری وام‌هایی کم‌بهره و بلندمدت برای روستاییان علاقه‌مند به ورود به عرصه کسب‌وکارهای نوپا.

- در نظرگیری حمایت‌های مالی همچون معافیت‌های مالیاتی به‌منظور حمایت از سرمایه‌گذاران و سرمایه‌گذاری بر روی ایده‌های روستاییان در ارتباط با راه‌اندازی کسب‌وکار جدید در روستاهایشان.

منابع

- امیدی، سجاد؛ حامد چارسوقی‌امین (۱۳۹۷). نقش کسب‌وکارهای کوچک خانگی در کاهش فقر روستایی شهرستان مهران، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی. سال ۷. شماره ۱. صفحات ۱۸۲-۱۶۷.
- انبارلو، مسعود؛ مصطفی هرائینی (۱۳۹۵). جایگاه کارآفرینی در توسعه پایدار سکونتگاه‌های روستایی، پنجمین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت؛ الگوی پایه پیشرفت. مرکز الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت. تهران.
- انصاری، محمدتقی؛ بهمن فکور (۱۳۹۳). موانع محیطی گرایش دانش‌جویان و دانش‌آموختگان به کارآفرینی، پژوهش برنامه‌ریزی در آموزش عالی. شماره ۷۲. صفحات ۱۴۱-۱۱۷.
- ایمنی قشلاق؛ فضیله خانی (۱۳۹۱). نقش گردشگری در توسعه کارآفرینی زنان روستایی (مطالعه تطبیقی: روستای کندوان و اسکندان شهرستان اسکو)، مجله جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای. شماره ۱۸. صفحات ۲۲۸-۲۱۷.
- بیددختی، علی‌اکبرامین؛ مجتبی زرگر (۱۳۹۰). بررسی موانع موجود در توسعه بنگاه‌های کوچک و متوسط و ارائه چارچوب حمایت از این بنگاه‌ها، فصلنامه کار و جامعه. شماره ۱۳۸. صفحات ۴۱-۳۲.
- جمینی، داود؛ علیرضا جمشیدی؛ حسین کوماسی؛ عطا هوشنگی (۱۳۹۶). تحلیل موانع توسعه کارآفرینی زنان در نواحی روستایی (مطالعه موردی: روستاهای شهرستان چرداول)، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی. شماره ۴. پیاپی ۱۸. صفحات ۶۳-۴۵.

- دادورخانی، فضیله؛ محمدرضا رضوانی؛ سیاوش ایمنی قشلاق؛ خدیجه بوذرجمهری (۱۳۹۰). تحلیل نقش گردشگری در توسعه ویژگی‌های کارآفرینانه و گرایش به کارآفرینی در بین جوانان روستایی (مطالعه موردی: روستای کندوان و اسکندان شهرستان اسکو)، پژوهش‌های جغرافیای انسانی. شماره ۸۷. صفحات ۱۶۹-۱۹۵.
- سبحانی فرد، یاسر (۱۳۹۴). موانع محیطی تأسیس و رشد کسب‌وکارهای خرد در تهران، مرکز پژوهش مجلس شورای اسلامی.
- طغرایبی، محمدتقی؛ مهران رضوانی؛ محمدحسین مبارکی؛ جهانگیر یدالهی فارسی؛ زینب میرزایی (۱۳۹۵). شناسایی عوامل محیطی مؤثر بر کارآفرینی فرهنگی در صنایع دستی عشایری، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی. سال ۵. شماره ۳. صفحات ۱۹-۳۶.
- علی‌آبادی، وحید؛ سعید غلام‌رضایی؛ سمیره محمدی (۱۳۹۶). نقش شایستگی‌های کارآفرینانه در پیش‌بینی گرایش راه‌اندازی کسب‌وکارهای کوچک در بین دانشجویان ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه بوعلی سینا، فصلنامه پژوهش‌های مدیریت کشاورزی. شماره ۴۱. صفحات ۴۱-۵۲.
- غفوری، حدیث؛ یعقوب زراعت‌کیش (۱۳۹۵). آسیب‌شناسی بنگاه‌های کوچک و متوسط بخش کشاورزی در استان کردستان، فصلنامه اقتصاد کشاورزی. دوره ۱۰. شماره ۲. صفحات ۱۰۹-۹۳.
- قدیری معصوم، مجتبی؛ علی غلامی؛ فاطمه لاریجانی؛ حجت رضایی (۱۳۹۶). الگوی توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی شهرستان خوی با رویکرد الگوی ساختاری تفسیری، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی. شماره ۳. پیاپی ۲۱. صفحات ۱۶۴-۱۳۹.
- کریم‌زاده، حسین؛ محمد ولایی؛ رضا منافی‌آذر (۱۳۹۵). نقش تنوع‌بخشی به فعالیت‌ها در پایداری اقتصاد روستایی (مطالعه موردی: دهستان مرحمت‌آباد میانی، شهرستان میاندوآب)، مجله آمایش جغرافیایی فضا. سال ۶ شماره ۳. صفحات ۱۴۱-۱۲۹.
- مرادنژاد، همایون؛ حسین شعبانعلی‌فمی؛ هوشنگ ایروانی؛ سید محمود حسینی (۱۳۸۶). تحلیل موانع توسعه کارآفرینی در واحدهای تولیدی گلخانه‌ای در ایران. علوم کشاورزی ایران. دوره ۲. شماره ۲. صفحات ۱۷۵-۱۸۴.
- مکرر، حیدر؛ افسانه سارانی (۱۳۹۴). تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان در مناطق روستایی، همایش ملی عمران و معماری با رویکرد توسعه پایدار. دانشگاه آزاد اسلامی واحد فومن.
- موحدی، رضا؛ فائزه گلی؛ مریم محمدی (۱۳۹۵). توسعه آموزش عالی کشاورزی با تأکید بر کارآفرینی پایدار، نشریه کارآفرینی در کشاورزی. جلد ۳. شماره ۱. صفحات ۷۷-۵۵.
- Amiriand, N., & Marimaei., M. R (2015). Concept of Entrepreneurship and Entrepreneurs Traits and Characteristics. *Journal of Business Administration*. 7(2), 150-155.
- Awlaqi, M.A., Aamer, A., & Habtoor, N. (2018). The effect of entrepreneurship training on entrepreneurial orientation: Evidence from a regression discontinuity design on micro-sized businesses, *The International Journal of Management Education*. 15(2), 1-15.
- Gnyawali, D. Rand Fogel, D.S (1994). Environments for entrepreneurship development: Key dimensions, and research implications. *Journal Entrepreneurship Theory and Practice* (SAGE Journals), 18(4), 43-62.
- Heaton, J. (2005). Developing entrepreneurs: an examination of systematic approaches to Entrepreneurial development for rural Areas, *Rural Research Report*, 16(1), 1-11.
- Imedashvili, S. (2013). Rural Entrepreneurship: Challenges and Opportunities. Bachelor thesis within Business Administration, Jonkoping international business school, Jonkoping university.
- Jurdana, S., & Dadić, L (2015). Entrepreneurship in tourism as a factor of rural development. *Journal of Business and Economics*, 4(2), 9-1.

- Sheikh, R (2015). Tourism entrepreneurship challenges and possibilities in small tourism businesses, bachelor's thesis centra university of applied sciences Degree programme in Tourism, centra University of applied science Finland.
- Sima, E., Sima, C & bordânc,F (2015). Entrepreneurship role in promoting rural tourism. *Journal agricultural economics and rural development*, 12(1), 71-80.
- Stephan,U., Hart ,M., Mickiewicz ,T., & Drews, C. C (2013). Understanding Motivations for Entrepreneurship, Global Entrepreneurship Monitor (GEM) project for the UK for the 6 years 2008 to 2013, at: eprints.aston.ac.uk/25296/1/Understanding_motivations_for_entrepreneurship.pdf.
- Taktak,S & Triki, M (2015).The importance of behavioral factors: how do overconfidence affect entrepreneurial opportunity evaluation?. *Journal of behavioural economics, finance, entrepreneurship, accounting and transport*, 3(1), 12-20.
- Vinesh, M (2014). Role of Women Entrepreneurs in India. *Global Journal of Finance and Management*.6(1), 473-480.
- Wube, M (2010). Factors affecting the performance of women entrepreneurs in micro and small enterprises (the case of dessie town), A Thesis Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for Degree of Master of Arts in Technical and Vocational Education Management, faculty of education and behavioral sciences department of educational planning and management, Bahir Dar university.
- 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, Lund University, Sweden.
- Munoz, J. M., Welsh, D.H.B., Chan, S.H., Raven, P. V (2014). Microenterprises in Malaysia: a preliminary study of the factors for management success. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11 (3), 673- 694.
- Nedelcheva, S (2012). Female Entrepreneurship in Denmark. MSc Thesis. Denmark: International Business, Aarhus University, Business and Social Sciences.
- Odunayo, O.(2013). Challenges faced by entrepreneurs and the performance of small and medium scale (SMEs) In Nigeria: An Intellectual capital issue. *International Letters of Social and Humanistic Sciences*.(42(4), 32-40.
- Olukayode, O. M., Sheik, O., Wan, R., Hussein, H. A.d., Ismael, A. N., Masoud, A.A., & Mansor, A. G.(2014). Rural Small and Medium Enterprise: Information and Communication Technology as Panacea. *Journal of Computer Engineering*,16(3), 28-31.
- Roig, S.,Ribeiro, D., & Cuervo, A. (2011). *Introduction Entrepreneurship: Concepts, Theory and Perspective*. Berlin, : Springer.
- Seruvatu, E.,& T.K. Jayaraman (2001). Determinants of privative investment of Fiji, Economics department reserve Bank of Fiji, Working Paper.