



University of Tehran Press

Designing a Rural Entrepreneurship Development Model in Small Businesses

Parvaneh Gelard¹ - Khosro Farahi²

1. Department of Public Administration, Faculty of Management, Islamic Azad University, South Tehran Branch, Tehran, Iran. E-mail: P_gelard@azad.ac.ir

2. Department of Public Administration, Faculty of Management, Islamic Azad University, South Tehran Branch, Tehran, Iran. E-mail: kh.farahi45@azad.ac.ir

Article Info

ABSTRACT

Article type:

Research Paper

Article history:

Received: 28 March, 2021

Received in revised form: 2 August, 2021

Accepted: 7 December, 2021

Keywords:

small business , Rural business , Rural entrepreneurship, Entrepreneurship Development

The aim of this study is to design a rural small business development model with an entrepreneurial approach. The statistical population of the study includes academic experts in the field of entrepreneurship and rural business as well as entrepreneurship project managers and officials and policy makers of job creation in rural areas. The statistical sample was selected by a purposeful judgment method of 16 people. Data collection tools included library studies and semi-structured interviews with experts. The validity of the interview questions was confirmed by the content method and its reliability was confirmed by the retest method (0.882). Data analysis was performed with a qualitative approach using data-based theorizing method and the coding process was performed in three stages of open, axial and selective coding. Based on this, each component of the coding paradigm was described and the model of rural small business development was drawn, and at the end, a theory based on six propositional theorems was created. Based on the calculated model, causal conditions (including private and general conditions of rural entrepreneurship), central category (rural entrepreneurship process), platform makers (including structures and enablers of rural small business development), contextual conditions (including physical, social and economic environment), strategies (soft and hard strategies for rural small business development), and consequences (including local and transnational consequences of rural small business development) were explained in a paradigm model and finally the relationships between them were drawn in a selected model.

Cite this article: Gelard, Parvaneh & Farahi, Khosro (2023). Designing a Rural Entrepreneurship Development Model in Small Businesses. *Journal of Entrepreneurship Development*, 15(4), 657-667. <https://doi.org/10.22059/JED.2022.312215.653492> (in Persian)



© The Author(s).

Publisher: University of Tehran Press

DOI: <http://doi.org/10.22059/JED.2022.312215.653492>

طراحی الگوی توسعه‌ی کار آفرینی روستایی در کسب و کارهای خرد

پروانه گلرد^۱ | خسرو فرحی^۲

۱. گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران جنوب، تهران، ایران. رایانامه: P_gelard@azad.ac.ir

۲. گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران جنوب، تهران، ایران. رایانامه: kh.farahi45@azad.ac.ir

چکیده

اطلاعات مقاله

نوع مقاله:

مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت:

۱۴۰۰/۰۱/۱۸

تاریخ ویرایش:

۱۴۰۰/۰۵/۱۱

تاریخ پذیرش:

۱۴۰۰/۰۹/۱۶

واژه های کلیدی:

کسب و کار کوچک، کسب و کار روستایی، کار آفرینی روستایی، توسعه کار آفرینی

پژوهش حاضر با هدف طراحی الگوی توسعه‌ی کار آفرینی روستایی در کسب و کارهای خرد انجام شده است. این تحقیق از نوع هدف، کاربردی و از حیث ماهیت اکتشافی؛ برحسب روش تحقیق، کیفی - گراند تئوری است. جامعه آماری، شامل خبرگان دانشگاهی، مجریان طرح‌های اشتغال‌زایی و مسئولان و سیاستگذاران اشتغال‌زایی در مناطق روستایی در سال ۱۳۹۹ می‌باشند. نمونه آماری به روش گلوله برفی به تعداد ۱۶ نفر انتخاب شده‌اند. مصاحبه با مشارکت کنندگان تا حد اشیاع نظری ادامه یافته است. روایی سوالات مصاحبه به روش محتوایی و پایایی آن با اجرای روش بازآزمون (۰/۸۸۲) تأیید گردیده است. تجزیه و تحلیل داده‌ها بر اساس کدگذاری و در سه مرحله: کدگذاری باز، محوری و انتخابی اجرا گردید. براین مبنای یکایک اجزای پارادایم کدگذاری تشریح و الگوی توسعه‌ی کار آفرینی روستایی در کسب و کارهای خرد ترسیم گردید و در پایان نظریه‌ای مبتنی بر شش قضیه حکمی خلق شد. مبتنی بر الگوی احصاء شده، شرایط علی، مقوله محوری، بسترسازها، شرایط زمینه‌ای، راهبردها، و پیامدها مشتمل بر (پیامدهای محلی و فرامحلی توسعه کسب و کار کوچک روستایی) در الگوی پارادایمی مشخص گردید.

استناد: گلرد، پروانه و فرحی، خسرو (۱۴۰۱). طراحی الگوی توسعه‌ی کار آفرینی روستایی در کسب و کارهای خرد. توسعه کار آفرینی، ۱۵(۴): ۶۵۷-۶۶۷

نوع مقاله: علمی پژوهشی

ناشر: انتشارات دانشگاه تهران.



© نویسندگان.

DOI: <http://doi.org/10.22059/JED.2022.312215.653492>

مقدمه

کارآفرینی پایدار راهبردی برای توسعه، رشد و شکوفایی است که مورد توجه محققان به‌ویژه در حوزه‌های توسعه اقتصادی و مشاغل روستایی قرار گرفته است.

(De Rosa et al., 2021) کارآفرینی روستایی را می‌توان به‌عنوان یک حوزه منحصربه‌فرد در نظر گرفت که ویژگی‌ها و الزامات خاص خود را در یک زمینه دارد. (Zivdar & Sanaeepour, 2022) مفهوم سازی در مورد کارآفرینی روستایی دیگر نباید تنها مرتبط با عملکرد کشاورزی، مد نظر باشد. (Arias-Vargas, 2022) اکنون بیش از هر زمان دیگری توسعه اکوسیستم کارآفرینی روستایی می‌تواند به‌عنوان یک پدیده مستقل، بینشی جدیدی را برای توسعه مناطق روستایی از طریق فرآیند کارآفرینی ارائه دهد. (Zivdar & Sanaeepour, 2022) در شرایط سخت اقتصادی کشور که تحت تأثیر تحریم‌های همه‌جانبه و همچنین عدم سیاست‌گذاری و مدیریت صحیح در بخش‌های اقتصادی ایجاد گردیده است، به نظر می‌رسد، در راستای توسعه پایدار و کاهش فقر و بهبود وضعیت زندگی روستائیان و ایجاد درآمد پایدار بخصوص در بخش زندگی روستایی و ضرورت توجه ویژه به تقویت و توانمندسازی خانوارهای روستایی، توجه به توسعه کسب و کارهای کوچک روستایی بیش از همیشه بایستی مورد توجه مسئولین ذی‌ربط قرار گیرد. (خسروی‌پور و پورجاوید، ۱۳۹۶؛ علوی‌زاده، ۱۳۹۶). امروزه تقویت کارآفرینی و ایجاد بستر مناسب برای توسعه آن، از مهمترین ابزارهای پیشرفت اقتصادی و به‌ویژه توسعه کسب و کارها به شمار می‌آید. (Sutter et al., 2019). کارآفرینان روستایی با چالش‌های منحصربه‌فردی مرتبط با بافت مواجه هستند که مانع از مشارکت مؤثر آنها در کارآفرینی روستایی می‌شود. به‌طور خاص، دسترسی محدود به زمین‌های کشاورزی و بازارهای سودآور، فقدان شبکه‌های تجاری، زمان محدود، فقر و منابع مالی ناکافی، مشارکت کارآفرینان را محدود می‌کند. (Semkunde et al., 2021) بنابراین، در سالیان اخیر در نظریه‌های اقتصادی، به فعالیت‌های خودجوش اقتصادی در قالب کارآفرینی در مناطق روستایی توجه ویژه می‌شود (Bhuiyan & Ivlevs, 2019). کارآفرینی با ایجاد فرصت‌های شغلی در مناطق روستایی، پیش‌زمینه اساسی برای ارتقای سطح توسعه جامعه است (Lang & Fink, 2019). اما باید توجه داشت که شکل‌گیری کارآفرینی نیازمند فراهم بودن بسترها و زمینه‌هایی است. (فلاح، ۱۳۹۷). بررسی‌ها نشان می‌دهد که در راستای راه‌اندازی کسب و کارهای کوچک در مناطق روستایی، کارآفرینان با چالش‌هایی همچون عوامل شخصیتی و رفتاری مانند عدم ریسک‌پذیری بالا، پایین بودن میل به ایده‌پردازی و کشف راه‌حل‌های خلاقانه: (قدیری معصوم و همکاران، ۱۳۹۶؛ خسروی‌پور و پورجاوید، ۱۳۹۶؛ قنبری و همکاران، ۱۳۹۶) چالش‌های ساختاری و تجهیزات، امکانات، (رضائی و همکاران، ۱۳۹۷؛ دهقانی و جمینی، ۱۳۹۶؛ مرادی، ۱۳۹۵) و مشکلات مالی و نبود شغل مواجه بوده‌اند که این چالش‌ها موجب مهاجرت بی‌رویه به شهرها، مشکلاتی نظیر حاشیه‌نشینی و ایجاد اشتغال کاذب و همچنین تهی شدن روستاها به‌عنوان یکی از راهبردی‌ترین تولیدکنندگان مواد غذایی را به همراه داشته است. همچنین مسأله بیکاری و ابعاد آن، بخش‌های اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی اجتماع روستائیان را تحت تأثیر قرار داده است که به نظر می‌رسد رفع این مسائل تا حدود بسیار زیادی با ارزیابی ظرفیت‌ها و تقویت و توسعه کسب و کارهای کوچک با تأکید بر کارآفرینی در نواحی روستایی قابل انجام است. از این جهت، ضروری است که در این پژوهش به ارائه الگوی توسعه کسب و کارهای کوچک روستایی با تأکید بر کارآفرینی پرداخته شود تا ضمن حل مسأله کسب و کار روستایی در کشور، خلأ نظری موجود در این زمینه نیز پوشش داده شود. بنابراین پژوهش با این سوال آغاز می‌شود که الگوی توسعه‌ی کارآفرینی روستایی در کسب و کارهای خرد چگونه است؟

مروری بر مبانی نظری و پیشینه پژوهش

با وجود پیشرفت فناوری در ابعاد مختلف در هزاره سوم، مناطق روستایی به‌عنوان کانون تولید کشورهای پیشرفته محسوب شده و نقش حیاتی در تأمین استقلال هر کشور به‌خصوص از جهت امنیت غذایی ایفا می‌نمایند (Bosworth & Turner, 2018). اقتصاددانان بر این باورند که روستاها دارای قابلیت‌های اقتصادی فراوانی هستند که در صورت برنامه‌ریزی صحیح، می‌توان با شکوفایی آن‌ها، اقتصاد پویا و متنوعی را فراهم ساخت (Lang & Fink, 2019). این اثر سیر تحول تاریخی نقش کارآفرین روستایی را که با توجه به تغییرات بافت در طول زمان و مفهوم‌سازی‌های جدید پیرامون کارآفرینی روستایی به‌عده گرفته‌اند. (Arias-Vargas, 2022) صاحب‌نظران در تعریف کسب و کارهای روستایی، سه معیار را مدنظر قرار داده‌اند؛ اول اینکه به روستائیان

خدمات ارائه دهند، دوم اینکه در منطقه روستایی واقع شده باشند و سوم اینکه به عرضه و فروش خدمات و محصولات روستائیان اعم از مواد غذایی و سایر تولیدات طبیعی، صنایع دستی، فعالیت‌های تفریحی و یا کالاهای محیط زیستی پردازند (Bosworth, 2012). کارآفرینی روستایی به عنوان یک رویکرد اساسی و موازی با اهداف توسعه روستایی می‌تواند کمک شایانی به این امر بنماید (علوی‌زاده، ۱۳۹۶). تقویت کارآفرینی روستایی و ایجاد بستر مناسب برای توسعه، از ابزارهای پیشرفت کشورها به ویژه کشورهای در حال توسعه است (Greenberg et al., 2018). برای اینکه کارآفرینی در روستاها توسعه داده شود نیازمند شناسایی ظرفیت‌ها و قابلیت‌های موجود در روستاها و مردم روستایی می‌باشد (رضائی و همکاران، ۱۳۹۷). امروزه در اکثر کشورها توجه خاصی به کارآفرینی و کارآفرینان می‌شود و تقویت کارآفرینی و ایجاد بستر مناسب برای توسعه آن از ابزارهای پیشرفت اقتصادی کشورها، به ویژه کشورهای در حال توسعه به شمار می‌آید. (Bhuiyan & Ivlevs, 2019).

پیشینه‌های تجربی پژوهش

در جدول ذیل با رویکرد مقایسه‌ای به بررسی پیشینه‌های تحقیقاتی و توجیه نوآوری این پژوهش در قیاس با سایر مطالعات صورت گرفته پرداخته شده است:

جدول ۱. بررسی پژوهش‌های پیشین

ردیف	محققین	سال	نتایج
۱	Tabares et al.	۲۰۲۲	این مطالعه فرصت‌های تحقیقاتی را در موضوعات نوظهور مرتبط با کارآفرینی اجتماعی، حکومت و نهادها، رشد معیشت و کارآفرینی زیست محیطی برای گسترش مرزهای کارآفرینی روستایی از چارچوب معیشت پایدار ارائه می‌دهد.
۲	Kulawiak et al.	۲۰۲۲	در این مقاله، نویسندگان تلاش می‌کنند تا تحقیقات جاری در مورد کارآفرینی روستایی را با تأکید بر ادبیات لهستان و شامل مطالعات جغرافیایی بررسی و ارزیابی کنند.
۳	Zivdar and Sanaeepour	۲۰۲۲	اکوسیستم کارآفرینی پایدار روستایی را می‌توان به‌عنوان یک اکوسیستم منحصربه‌فرد در نظر گرفت که ویژگی‌ها و الزامات خاص خود را در یک زمینه دارد.
۴	Moumeni helali	۲۰۲۲	مؤسسات، به ویژه مراکز آموزشی و ترویجی در بخش‌های دولتی و خصوصی که در مناطق روستایی فعالیت می‌کنند، می‌توانند برنج‌کاران را به ایجاد و توسعه کسب‌وکار بر اساس انگیزه‌های خود تشویق کنند.
۵	Karki & Risal	۲۰۲۲	سرمایه‌گذاری فرصت جدیدی را برای کشاورزان محلی ایجاد کرده است تا سود زیادی کسب کنند.
۶	Arias-Vargas	۲۰۲۲	عملکرد کشاورزی، راه را برای توسعه انواع دیگر مشاغل غیر کشاورزی در قلمرو باز می‌کند و رویکرد جدیدی را برای بررسی در ادبیات کارآفرینی به همراه دارد.
۷	Elkafrawi et al.	۲۰۲۱	کارآفرینی روستایی و نقش آفرینی زنان در کسب و کار روستایی نابرابری اقتصادی را تعدیل می‌کند.
۸	Dimand, RW and Saffu,	۲۰۲۲	
۹	Celbiş	۲۰۲۱	نتایج نشان می‌دهد که چگونه محدودیت‌های سرمایه، سن، عوامل مرتبط با اعتماد و اعتماد بیش از حد، آگاهی از روندهای فعلی، استفاده از ابزارهای رسانه‌ای مختلف، شخصیت رقابتی، عوامل نهادی و آموزش با موفقیت و شکست کارآفرینان بالقوه در روستاها مرتبط است.
۱۰	Dal Bello	۲۰۲۱	وجود عناصر جذاب برای فعالیت کارآفرینانه در هر قلمرو تحقیق، از بین بردن موانع کارآفرینی و همچنین مجموعه‌ای از حمایت‌های نهادی از سوی شهرداری‌ها و مؤسسات پلی تکنیک و در شروع کسب و کارهای روستایی یک ضرورت است.
۱۱	Modrego & Foster	۲۰۲۱	این مطالعه یک رویکرد سیستمی و مبتنی بر رفاه به کشورهای با درآمد متوسط فرصت‌هایی برای توسعه کارآفرینی روستایی نوآورانه‌تر از طریق سیاست‌های سرزمینی ارائه می‌دهد که کالاهای عمومی محلی را فراهم می‌کند و شرایط زندگی را بهبود می‌بخشد.
۱۲	Semkunde et al	۲۰۲۱	این مطالعه با تمرکز بر این که چگونه زمینه‌های روستایی ادراکات جدیدی برای نظریه جنسیت و کارآفرینی روستایی و پیامدهای سیاست‌گذاری آن ارائه می‌نماید.
۱۳	حسینی نیا و همکاران	۱۳۹۸	بر اساس نتایج این تحقیق مشخص شد، بعد سیاسی (حمایت صریح از کارآفرینی تعاون-محور در اسناد بالادستی کشور)، فرهنگی-اجتماعی (کاهش ریسک مالی در سرمایه-گذاران محلی)، تأمین مالی (تأمین مالی ارزان قیمت کسب-وکارهای روستایی تعاون-محور)، بعد حمایتی (بهبود همه-جانبه زیرساخت-ها (ارتباطی، مالی و...)) و بازار (ایجاد شبکه‌های ارتباطی در بین کارآفرینان ایرانی و بین-المللی)، از اهمیت بیشتری در یک اکوسیستم کارآفرینی در کسب-وکارهای روستایی تعاون-محور برخوردارند.

ردیف	محققین	سال	نتایج
۱۴	فلاح	۱۳۹۷	برخی پیشران‌های مؤثر در توسعه کسب‌وکارهای خانگی روستایی چون فرهنگ‌سازی کارآفرینانه، ظرفیت‌سازی کارآفرینانه و توانمندسازی کارآفرینانه مورد توجه قرار گرفته است.
۱۵	شریف‌زاده و همکاران	۱۳۹۷	صرفاً به عوامل تأثیرگذار بر کارکرد خوشه‌ها در توسعه واحدهای کسب‌وکار روستایی پرداخته است.
۱۶	رضائی و همکاران	۱۳۹۷	در این تحقیق صرفاً عوامل مؤثر بر توسعه پایدار کارآفرینی روستایی در ۴ گروه کلی: اقتصادی، اجتماعی، محیطی و نهادی شناسایی و وزن‌دهی شده‌اند.
۱۷	ندافی و احمدوند	۱۳۹۶	توجه بر پرورش خلاقیت و ایجاد زمینه‌های بروز نوآوری‌ها در افراد مستعد از طریق آموزش و ایجاد بسترهای فرهنگی در جامعه مورد اشاره است. حمایت از ظرفیت‌های بالقوه، تأمین امنیت سرمایه‌گذاری و فرهنگ‌سازی کارگروهی در کسب‌وکارهای مورد نظر است.
۱۸	قدیری معصوم و همکاران	۱۳۹۶	صرفاً عوامل زیرساختی، اقتصادی، نهادی، مشارکتی، فردی و نظام‌های حمایتی مؤثر در کارآفرینی مستقل روستایی شناسایی شده و سطح‌بندی گردیده‌اند.
۱۹	خسروی‌پور و جاوید	۱۳۹۶	صرفاً عوامل مؤثر بر رشد کارآفرینی در کسب‌وکارهای کوچک در هفت دسته عوامل فردی، محیطی، فرهنگی - اجتماعی، انگیزشی، آموزشی - ترویجی، سیاست‌گذاری و مدیریتی شناسایی شده‌اند.
۲۰	علوی‌زاده	۱۳۹۶	در این تحقیق صرفاً عوامل مؤثر بر کارآفرینی و نقش آنان بصورت کمی در توسعه پایدار روستایی مورد ارزیابی قرار گرفته است.
۲۱	قنبری و همکاران	۱۳۹۶	صرفاً موانع و چالش‌های زنان روستایی در ایجاد کسب و کارهای کوچک شامل: موانع نهادی (دولتی و غیردولتی)، موانع اقتصادی، موانع اجتماعی - فرهنگی و موانع فردی شناسایی شده‌اند.
۲۲	دهقانی و جبینی	۱۳۹۶	صرفاً پنج عامل اثرگذار بر کارآفرینی روستایی شامل عوامل اقتصادی، مدیریتی - آموزشی، زیرساختی، اجتماعی - فرهنگی و محیطی بررسی و اثرات آنان سنجیده شده است.
۲۳	مرادی	۱۳۹۵	صرفاً موانع پیشروی کارآفرینی در نواحی روستایی، مؤلفه‌های مؤثر بر بنیان‌های کارآفرینی، و پیامدهای فضای کارآفرینی را شناسایی نموده است.
۲۴	ایزدی و همکاران	۱۳۹۵	سازه‌های مؤثر بر توسعه کارآفرینی شامل: فضای کسب و کار، به کارگیری مدیریت دانش، تجربه قبلی، وجود ویژگی‌های شخصیتی مانند خلاقیت و برخورداری از مرکز کنترل درونی، حمایت دولت و مهارت‌های مدیریتی بر توسعه کارآفرینی در مشاغل خانگی بررسی شده است.
۲۵	اشراقی سامانی و همکاران	۱۳۹۵	صرفاً چالش‌های کارآفرینی روستایی در قالب موانع اقتصادی، سیاستی، آموزشی، اجتماعی و فرهنگی تبیین شده‌اند.
۲۶	رئیزی و همکاران	۱۳۹۵	صرفاً تأثیر پنج عامل اقتصادی، اجتماعی، محیطی، رفتاری و ترویجی در توسعه کارآفرینی کشاورزی الویت‌بندی شده است.
۲۸	واحدی و موسیون	۱۳۹۴	صرفاً مشکلات کسب و کارهای کشاورزی در شش عامل سیاستی - زیرساختی، اقتصادی، بازاریابی، مدیریتی، آموزشی و مشکلات اجتماعی - فرهنگی شناسایی شده‌اند.

با جمع‌بندی از پیشینه‌های پژوهشی انجام شده در بالا، در ادامه به بیان جنبه‌های نوآورانه این پژوهش پرداخته شده است؛ در تحقیقات گذشته به صورت مجزا به هریک از مقوله‌های «کسب و کار روستایی» و یا «کارآفرینی روستایی» پرداخته شده است و الگویی دربرگیرنده رابطه بین دو مقوله ارائه نشده است. در این رابطه می‌توان به مطالعه فلاح (۱۳۹۷)، شریف‌زاده و همکاران (۱۳۹۷)، قدیری معصوم و همکاران (۱۳۹۶) و ... اشاره کرد که صرفاً به ارائه الگوی توسعه کسب و کار روستایی یا کسب و کار کوچک پرداخته‌اند. و یا گروه دوم مانند (Wu et al., 2017)، رضایی و همکاران (۱۳۹۷)، مرادی (۱۳۹۵) و ... بر الگوی کارآفرینی روستایی تأکید داشته‌اند. با این حال در کمتر پژوهشی به ارائه الگوی توسعه کسب و کار روستایی مبتنی بر کارآفرینی اشاره شده است.

در این پژوهش‌ها به شناسایی عوامل مؤثر در کسب و کار روستایی و عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی روستایی پرداخته شده است (مانند پژوهش شریف‌زاده و همکاران (۱۳۹۷)، رضائی و همکاران (۱۳۹۷)، قدیری معصوم و همکاران (۱۳۹۶)، خسروی‌پور و پورجاوید (۱۳۹۶) و یا موانع پیش‌روی آنان شناسایی شده‌اند (مانند پژوهش‌های قنبری و همکاران (۱۳۹۶)، مرادی (۱۳۹۵)، ایزدی و همکاران (۱۳۹۵)، اشراقی سامانی و همکاران (۱۳۹۵)). این در حالی است که به سایر مقوله‌ها مانند بسترسازها، عوامل زمینه‌ای، راهبردها و پیامدهای توسعه کسب و کار روستایی با تأکید بر کارآفرینی توجه چندانی نشده است.

در پژوهش‌های پیشین یا الگوی توسعه کسب و کار رو ستایی را ارائه نموده‌اند یا توسعه پایدار رو ستایی (مانند علوی‌زاده ۱۳۹۶). این در حالی است که در کمتر پژوهشی الگوی توسعه کسب و کار رو ستایی در سطح واحدهای کسب و کار کوچک پرداخته شده است.

روش‌شناسی

پژوهش حاضر از نوع هدف، کاربردی و از حیث ماهیت اکتشافی؛ برحسب روش تحقیق، کیفی - گراند تئوری است. ابزار گردآوری داده‌ها با استفاده از ابزار مصاحبه نیمه ساختاریافته انجام شده است. جامعه آماری پژوهش شامل خبرگان و صاحب‌نظران دانشگاهی و همچنین مجریان طرح‌های اشتغال‌زایی رو ستایی، و مسئولان و سیاستگذاران اشتغال‌زایی در مناطق رو ستایی در سال ۱۳۹۹ بوده است. نمونه‌گیری با رویکرد هدفمند قضاوتی و به روش گلوله برفی، تا سرحد اشباع نظری داده‌ها انجام و تعداد نفر (۶ نفر اساتید دانشگاهی، ۴ نفر مجریان طرح‌های اشتغال‌زایی رو ستایی و ۶ نفر مسئولان و سیاستگذاران اشتغال‌زایی در مناطق رو ستایی در سطح ملی) شناسایی و در فرآیند مصاحبه مشارکت داده شدند. لازم به ذکر است مشارکت کنندگان حداقل دارای پنج سال سابقه مدیریتی مرتبط بوده‌اند و یا تحصیلات تکمیلی مرتبط به این حوزه داشته‌اند و یا در طرح‌های اشتغال‌زایی در سطح ملی مشارکت فعال داشته‌اند.

برای اطمینان از روایی و پایایی از معیارهای خاص پژوهش کیفی شامل مقبولیت ۱ و قابلیت تأیید ۲ استفاده شد. برای افزایش مقبولیت از روش‌های بازنگری توسط شرکت‌کنندگان در مصاحبه بهره‌برداری شد. برای رسیدن به آن، محققان علاوه بر بازگرداندن گفتار و پنداشت‌ها در طول انجام مصاحبه و خلاصه کردن گفته‌های مصاحبه‌شونده‌ها، متن کاملی از جمع‌بندی صورت گرفته به همراه دست‌نوشته‌های مربوط به مصاحبه ابتدایی همراه با کدهای سطح اول به افرادی که از آنها مصاحبه به عمل آمده بود جهت تأیید و یا اصلاح برگرداندند که همگی مورد تأیید قرار گرفته و نکات پیشنهادی آنان در نظر گرفته شد. برای قابلیت تأیید در مرحله پایانی، طبقات به دست آمده به سه نفر از مشارکت‌کنندگان اولیه به منظور بازبینی و تأیید برگردانده شد و نکات پیشنهادی اعمال گردید. علاوه بر آن در تحقیق کنونی برای محاسبه پایایی مصاحبه از روش بازآزمون استفاده گردیده است. در این راستا از بین مصاحبه‌های انجام گرفته، تعداد سه مصاحبه برگزیده و هر کدام دو بار در فاصله زمانی ۱۴ روز توسط پژوهشگران کدگذاری شده‌اند. همان‌طور که در جدول (۲) مشاهده می‌شود میزان پایایی باز آزمون بالای ۸۸ درصد محاسبه شده است که قابلیت اعتماد فرآیند کدگذاری عبارت مصاحبه توسط پژوهشگر را مشخص می‌نماید.

جدول ۲. محاسبه پایایی بازآزمون (شاخص ثبات)

ردیف	عنوان مصاحبه	تعداد کل کدها	تعداد توافقات	تعداد عدم توافقات	پایایی بازآزمون
۱	IN3	۲۱	۹	۳	۸۵/۷۱ درصد
۲	IN7	۲۵	۱۱	۳	۸۸ درصد
۳	IN13	۲۲	۱۰	۲	۹۰/۹۰ درصد
	کل	۶۸	۳۰	۸	۸۸/۲۳ درصد

تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه نیز با روش گرند تئوری بر مبنای نظریه استراوس و کوربین (۱۹۹۸) در قالب سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی انجام شده است.

۱ Credibility

۲ Confirmability

۳ Strauss & Corbin

یافته‌ها

الف) توصیف جمعیت شناختی

مشارکت کنندگان در این تحقیق، ۵ خبره دانشگاهی (اساتید) و ۱۱ خبره سازمانی (مدیران) تعداد ۹ مرد و ۷ زن بوده‌اند که ۱۱ نفر مدرک تحصیلی دکتری داشته‌اند و ۵ نفر مدرک فوق لیسانس داشته‌اند. حداقل سابقه‌ی کاری این افراد ۵ سال، تجربه کاری مرتبط بوده است.

ب) تحلیل داده‌ها

پس از گردآوری داده‌ها و جمع‌بندی مصاحبه‌های انجام‌شده، تلاش شد با استفاده از روش نظریه‌پردازی داده‌بنیان و مبتنی بر سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی، نظریه مربوطه پدیدار گردد. در ادامه به تشریح گام‌های سه‌گانه روش گردند تئوری پرداخته شده است.

گام اول) کدگذاری باز:

در ادامه نتایج کدگذاری باز بشکل خلاصه در جدول (۳) ارائه شده است:

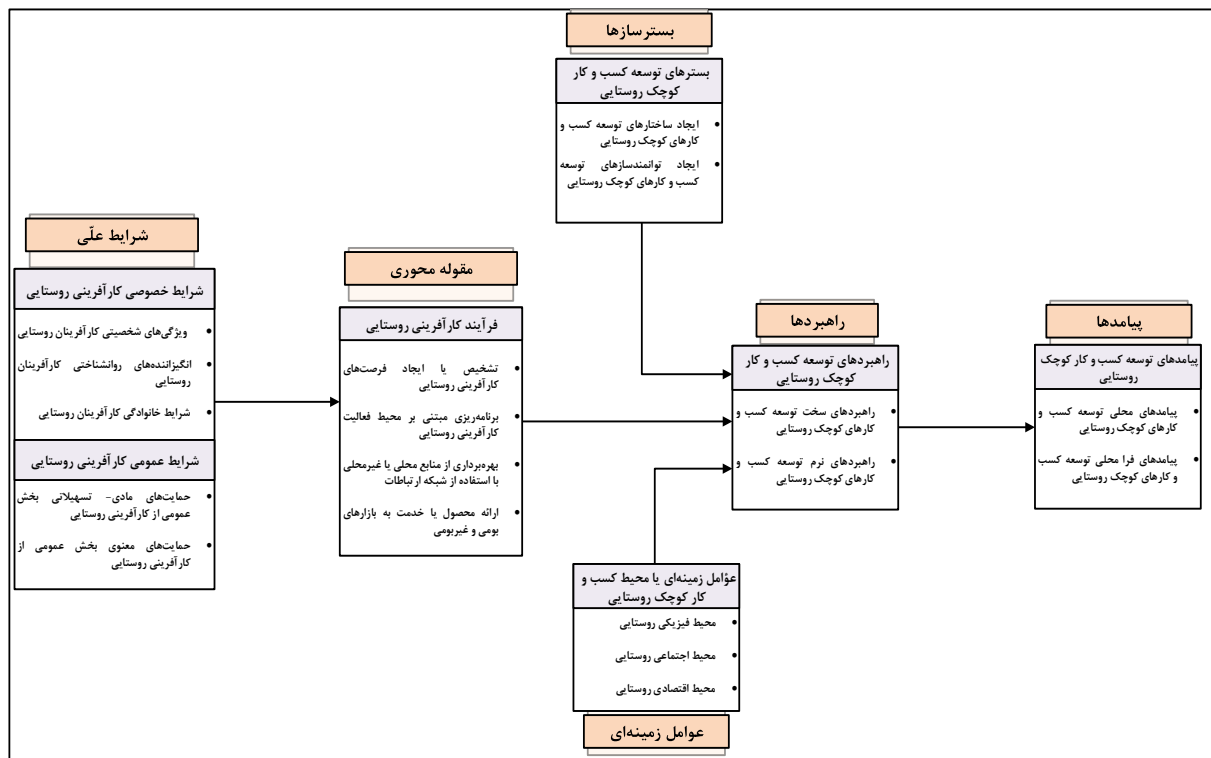
جدول ۳. مضامین احصا شده از فرآیند کدگذاری باز در نظریه‌پردازی داده‌بنیان

مضامین فراگیر	مضامین سازمان دهنده	مضامین پایه	
شرایط خصوصی کارآفرینی روستایی	ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان روستایی	توانایی فعالیت در شرایط عدم اطمینان و ریسک‌پذیری	
	انگیزاننده‌های روانشناختی کارآفرینان روستایی	توانایی ایده‌پردازی و کشف راه‌حل‌های خلاقانه	
	شرایط خانوادگی کارآفرینان روستایی	میل به خوداتکایی و پیشرفت	توفیق‌طلبی و هدف‌گرایی
		شرایط خانوادگی کارآفرینان روستایی	شرایط اقتصادی خانوادگی
		ارزش‌های خانوادگی	ارائه خدمات و تسهیلات مالی برای خریداری تجهیزات و وسایل راه‌اندازی و توسعه کسب و کار
شرایط عمومی کارآفرینی روستایی	حمایت‌های مادی - تسهیلاتی بخش عمومی از کارآفرینی روستایی	در دسترس قرار دادن زیر ساختها (آب، برق و گاز و ...) و مواد اولیه	
	حمایت‌های معنوی بخش عمومی از کارآفرینی روستایی	توسعه حمایت‌های اجتماعی از طریق رسانه ملی و شبکه‌های مجازی از کسب و کارهای روستایی	
		ارائه خدمات آموزشی برای راه‌اندازی و توسعه کسب و کارهای روستایی	
فرآیند کارآفرینی روستایی	تشخیص یا ایجاد فرصت‌های کارآفرینی روستایی	شناسایی فرصت‌های توسعه کسب و کار در مناطق روستایی	
	برنامه‌ریزی مبتنی بر محیط فعالیت کارآفرینی روستایی	خلق فرصت‌های توسعه کسب و کار روستایی مبتنی بر خلاقیت و ایده‌پردازی	
		شناسایی فرصت‌ها و تهدیدات محیط کسب و کار روستایی	
	بهره‌برداری از منابع محلی یا غیرمحلی با استفاده از شبکه ارتباطات	برنامه‌ریزی برای حداکثر استفاده از فرصت‌ها بر مبنای نقاط قوت موجود در مناطق روستایی	
		بهره‌برداری از منابع محلی یا غیرمحلی با استفاده از شبکه ارتباطات	برقراری ارتباطات محلی با سایر مناطق روستایی برای شناسایی و بهره‌برداری از منابع طبیعی آنان
ارائه محصول یا خدمت به بازارهای بومی و غیربومی	ایجاد شبکه ارتباطات وسیع برای جذب سرمایه‌گذار در مناطق روستایی		
	ارائه محصول متنوع و بازاریابی محلی با ابزار تبلیغات دهان به دهان		
	توسعه فعالیت‌های ترویجی در شبکه‌های اجتماعی و مجازی برای بازاریابی محصول به مناطق غیربومی		

مضامین فراگیر	مضامین سازمان دهنده	مضامین پایه	
بسترهای توسعه کسب و کار کوچک روستایی	ایجاد ساختارهای توسعه کسب و کارهای کوچک روستایی	شکل دهی و عضویت کسب و کارهای کوچک روستایی در اصناف، تعاونی‌ها و NGOهای محلی	
	ایجاد توانمندسازهای توسعه کسب و کارهای کوچک روستایی	تقویت کانال‌های عرضه محصولات کسب و کارهای کوچک روستایی ارتقای مشارکت و اعتماد اجتماعی در کسب و کارهای کوچک روستایی توسعه و تقویت ارتباطات قومی و قبیله‌ای برای ارتقای ظرفیت‌های کسب و کارهای کوچک روستایی	
عوامل زمینه‌ای (محیط) کسب و کار کوچک روستایی	محیط فیزیکی روستایی	موقعیت روستا منابع طبیعی در دسترس روستا شگفتی‌ها و جاذبه‌های روستا	
	محیط اجتماعی روستایی	میزان سرمایه اجتماعی در روستا مبانی ارزشی حاکم بر روستا نرخ اشتغال در روستا	
	محیط اقتصادی روستایی	توان مالی و سطح درآمد در روستا وجود سرمایه‌گذاران محلی در روستا وجود بسترهای ساختاری- تسهیلاتی در روستا	
	راهبردهای توسعه کسب و کار کوچک روستایی	راهبردهای سخت توسعه کسب و کارهای کوچک روستایی	ارائه اثربخش خدمات توسعه‌ای کسب و کار کوچک روستایی یکپارچه‌سازی کسب و کارهای کوچک روستایی
		راهبردهای نرم توسعه کسب و کارهای کوچک روستایی	توانمندسازی نهادی محیط کسب و کارهای کوچک روستایی ترویج فرهنگ توسعه کسب و کارهای کوچک روستایی
		توسعه محلی کسب و کارهای کوچک روستایی	ارائه محصولات و خدمات متنوع روستایی و ایجاد فضای رقابتی ارتقای انعطاف‌پذیری و سرعت در پاسخ‌گویی به نیازهای بازار
		توسعه	توسعه اقتصادی، اجتماعی
	توسعه کسب و کار کوچک روستایی	فرا محلی کسب و کارهای کوچک روستایی	توسعه امنیتی- دفاعی

گام دوم) کدگذاری محوری:

هدف این مرحله برقراری رابطه بین ابعاد (مقولات) تولید شده در مرحله کدگذاری باز است. این کار بر اساس یک الگو و سرمشق جامع و کلی موسوم به مدل پارادایم ۱ انجام می‌شود و به نظریه پرداز کمک می‌کند تا نظریه مورد مطالعه را راحت‌تر توسعه دهد.



شکل ۱. الگوی پارادایمی توسعه کسب و کار کوچک روستایی مبتنی بر کارآفرینی

گام سوم) کدگذاری انتخابی:

کدگذاری انتخابی - ای مرحله - ه اص - لی نظریه‌پردازی است که بر اساس نتایج دو مرحله قبلی کدگذاری به تولید نظریه می‌پردازد. به این ترتیب که مقوله محوری را به شکلی نظام‌مند به دیگر مقوله‌ها ربط داده، آن روابط را در چارچوب یک روایت روشن کرده و مقوله‌هایی را که به بهبود و توسعه بیش‌تری نیاز دارند، اصلاح می‌کند (Creswell, 2004). در ادامه به تبیین قضایای تئوریک پرداخته شد. در این بخش پژوهشگر به شش قضیه تئوریک حکمی دست یافت که به شرح زیر مطرح می‌شوند:

قضیه ۱. شرایط خصوصی کارآفرینی روستایی (اعم از ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان روستایی، انگیزاننده‌های روانشناختی کارآفرینان روستایی، و شرایط خانوادگی کارآفرینان روستایی)، به عنوان شرایط علی موثر بر فرآیند کارآفرینی روستایی می‌باشند.

قضیه ۲. شرایط عمومی کارآفرینی روستایی (اعم از حمایت‌های مادی - تسهیلاتی بخش عمومی از کارآفرینی روستایی، و حمایت‌های معنوی بخش عمومی از کارآفرینی روستایی)، به عنوان شرایط علی موثر بر فرآیند کارآفرینی روستایی می‌باشند.

قضیه ۳. فرآیند کارآفرینی روستایی (شامل فرآیندهایی از قبیل، تشخیص یا ایجاد فرصت‌های کارآفرینی روستایی، برنامه‌ریزی مبتنی بر محیط فعالیت کارآفرینی روستایی، بهره‌برداری از منابع محلی یا غیرمحلی با استفاده از شبکه ارتباطات، و ارائه محصول یا خدمت به بازارهای بومی و غیربومی)، بسترهای توسعه کسب و کارهای روستایی را ایجاد می‌نماید.

قضیه ۴. ایجاد بسترهای توسعه کسب و کارهای کوچک روستایی (اعم از ایجاد ساختارهای توسعه کسب و کارهای کوچک روستایی، و ایجاد توانمندسازهای توسعه کسب و کارهای کوچک روستایی)، منتج به توسعه کسب و کارهای کوچک روستایی خواهد شد.

قضیه ۵. فرآیند کارآفرینی روستایی، بسترهای توسعه کسب و کارهای کوچک روستایی (اعم از ساختارهای توسعه کسب و کارهای کوچک روستایی، و توانمندسازهای توسعه کسب و کارهای کوچک روستایی) را ایجاد و از آن طریق شرایط لازم برای توسعه کسب و کارهای کوچک روستایی را فراهم می‌سازد.

قضیه ۶. محیط کسب و کارهای کوچک روستایی (اعم از محیط فیزیکی، اجتماعی و اقتصادی) به عنوان عامل زمینه‌ای در رابطه بین بسترهای توسعه کسب و کارهای کوچک روستایی و توسعه کسب و کارهای کوچک روستایی ورود کرده و این رابطه را تعدیل می‌نماید.

بحث و نتیجه‌گیری

اخیرا رابطه بین نابرابری اقتصادی و کارآفرینی مورد توجه محققان قرار گرفته است که به محققان توصیه کرده‌اند «از داده‌های جدید استفاده کنند و به دنبال روش‌های جدید برای مطالعه نابرابری اقتصادی باشند» (Dimand, R. W., & Saffu, 2022) فقرزدایی یکی از مهم‌ترین مسائل جامعه بشری به ویژه در مناطق روستایی بوده است. (Dong & Cha, 2021) کسب و کارهای کوچک در جوامع روستایی نیروی محرکه کاهش فقر، ایجاد شغل، تاب‌آوری و توسعه اقتصادی هستند. (Gyimah & Lussier, 2021) پژوهش حاضر در پی طراحی الگوی توسعه کارآفرینی روستایی در مشاغل خرد بوده است. در این راستا تلاش شد تا با استفاده از روش گردن‌توری الگوی مذکور ارائه گردد و در نهایت شش قضیه تئوریک مطرح گردید که لازم است در پژوهش‌های آتی این قضایای نظری در قالب فرضیه‌های پژوهش مطرح و اعتبارسنجی شوند.

نتایج نشان داد فرآیند کارآفرینی برای توسعه کسب و کار کوچک روستایی شامل چهار بُعد کلی؛ تشخیص یا ایجاد فرصت‌های کارآفرینی، برنامه‌ریزی مبتنی بر محیط فعالیت، بهره‌برداری از منابع محلی یا غیرمحلی با استفاده از شبکه ارتباطات، و ارائه محصول یا خدمت به بازارهای بومی و غیربومی می‌گردد.

همچنین شرایط علی در فرآیند کارآفرینی شامل دو مقوله کلی؛ شرایط خصوصی کارآفرینی روستایی و شرایط عمومی کارآفرینی روستایی مشخص شدند. مقوله "شرایط خصوصی کارآفرینی روستایی" شامل شرایطی از قبیل؛ ویژگی‌های شخصیتی، انگیزاننده‌های روانشناختی، و شرایط خانوادگی کارآفرینان روستایی می‌گردد. همچنین مقوله "شرایط عمومی کارآفرینی روستایی" شامل شرایطی از قبیل؛ حمایت‌های مادی-تسهیلاتی بخش عمومی، و حمایت‌های معنوی بخش عمومی از کارآفرینی روستایی می‌گردد. فلاح (۱۳۹۷) و قدیری معصوم و همکاران (۱۳۹۶) نیز در مطالعات خود به برخی از این پدیده‌ها مانند جذب سرمایه‌گذاری‌های داخلی و خارجی، ارائه تسهیلات بانکی، افزایش شبکه بازاریابی محصولات روستاییان، فراهم کردن زیرساخت‌های مناسب، بهبود سیستم حمل و نقل، و ... اشاره کرده‌اند.

همچنین بسترسازها در توسعه کسب و کار کوچک روستایی شامل مقوله‌هایی چون؛ ایجاد ساختارهای توسعه و توانمندسازهای توسعه کسب و کارهای کوچک روستایی می‌گردد. بر اساس نتایج تحقیق مقوله "ساختارهای توسعه کسب و کارهای کوچک روستایی" شامل مواردی از قبیل؛ شکل‌دهی و عضویت در اصناف، تعاونی‌ها و NGOهای محلی، تقویت کانال‌های عرضه محصولات، بهبود و اصلاح نظام مالیاتی، ایجاد شبکه‌های بازاریابی محلی و توسعه بازارهای محلی، و ایجاد بسترهای فناورانه برای توسعه کسب و کارهای کوچک روستایی می‌گردد.

همچنین مقوله "توانمندسازهای توسعه کسب و کارهای کوچک روستایی" شامل معیارهایی از قبیل؛ ارتقای مشارکت و اعتماد اجتماعی، توسعه و تقویت ارتباطات قومی و قبیله‌ای، توسعه نیروی کار، و ترویج و تقویت کار تیمی و فعالیت‌های گروهی در کسب و کارهای کوچک روستایی می‌گردد.

عوامل زمینه‌ای در توسعه کسب و کار کوچک روستایی نیز شامل مقوله‌هایی چون؛ محیط فیزیکی، اجتماعی و اقتصادی روستایی می‌گردد. مقوله "محیط فیزیکی" شامل شاخص‌هایی از قبیل؛ موقعیت روستا، منابع طبیعی در دسترس، و شگفتی‌ها و جاذبه‌های روستا می‌گردد. همچنین مقوله "محیط اجتماعی" شامل شاخص‌هایی از قبیل؛ میزان سرمایه اجتماعی، مبنای ارزشی حاکم، نرخ اشتغال، میزان بزهکاری و جرائم، و وجود نیروی کار جوان و فعال در روستا می‌گردد. در عین حال، مقوله "محیط اقتصادی" شامل شاخص‌هایی از قبیل؛ توان مالی و سطح درآمد، وجود سرمایه‌گذاران محلی، و وجود بسترهای ساختاری-تسهیلاتی در روستا می‌گردد. یافته‌های این بخش نیز با مطالعات شریف‌زاده و همکاران (۱۳۹۷)، علوی‌زاده (۱۳۹۶)، قنبری و همکاران (۱۳۹۶) و ... سازگاری دارد.

در ادامه بر مبنای یافته‌های پژوهش، پیشنهادهایی به شرح زیر ارائه می‌شود:

یکی از شرایط علی در توسعه کسب و کار کوچک روستایی، شرایط خصوصی کارآفرینی روستایی می‌باشد. در این رابطه پیشنهاد می‌شود در راستای توسعه ویژگی‌های شخصیتی از قبیل: توانایی فعالیت در شرایط عدم اطمینان و ریسک‌پذیری، توانایی ایده‌پردازی و کشف راه‌حل‌های خلاقانه، توانایی مواجهه با سختی‌های کسب و کار و تاب‌آوری بالا، هوشمندی بالا در کسب و کار، و عمل‌گرایی و پشتکار و ... در کارآفرینان روستایی اقدام مناسب صورت گیرد. در این رابطه برگزاری دوره‌های آموزشی و همچنین نهادینه‌سازی ویژگی‌های یاد شده در بین جوانان روستایی از طریق فرهنگ‌سازی و الگو سازی پیشنهاد می‌گردد. همچنین بایستی در راستای ارتقای انگیزاننده‌های روانشناختی اعم از، میل به خوداتکایی و پیشرفت، میل به بلندپروازی و آرمان‌گرایی، میل به تغییر کیفیت زندگی، و توفیق‌طلبی و هدف‌گرایی اقدام لازم صورت گیرد. در خصوص شرایط خانوادگی کارآفرینان نیز توصیه می‌شود خانواده‌های روستاییان در راستای توسعه حمایت‌های اجتماعی و اقتصادی خود اقدام شایسته را انجام دهند.

یکی دیگر از شرایط علی در توسعه کسب و کار کوچک روستایی، ایجاد شرایط عمومی کارآفرینی روستایی می‌باشد. در راستای حمایت‌های مادی- تسهیلاتی بخش عمومی لازم است تا خدمات و تسهیلات مالی برای خریداری تجهیزات و وسایل راه‌اندازی و توسعه کسب و کار روستایی فراهم شود، منابع اولیه (آب، برق و گاز و ...) و مواد اولیه در دسترس قرار گیرد، بسترهای حمل و نقل و در دسترس نمودن مناطق ایجاد شود، جذب سرمایه‌گذار داخلی و خارجی برای توسعه کسب و کار روستایی انجام شود. همچنین در راستای حمایت‌های معنوی بخش عمومی لازم است تا حمایت‌های اجتماعی از طریق رسانه ملی و شبکه‌های مجازی توسعه یابد، خدمات آموزشی برای راه‌اندازی و توسعه کسب و کارهای روستایی فراهم شود، کارآفرینان به توسعه کسب و کار با الگوسازی کارآفرینان برتر روستایی ترغیب شوند، ثبت مالکیت معنوی و توسعه برند کسب و کار روستایی انجام شود.

یکی دیگر از بسترهای مؤثر، ایجاد ساختارهای توسعه کسب و کارهای کوچک روستایی می‌باشد. در این راستا پیشنهاد می‌گردد مدیران سازمان‌های ذی‌ربط، نسبت به شکل‌دهی و عضویت کسب و کارهای کوچک روستایی در اصناف، تعاونی‌ها و NGOهای محلی، تقویت کانال‌های عرضه محصولات، بهبود و اصلاح نظام مالیاتی، ایجاد شبکه‌های بازاریابی محلی و توسعه بازارهای محلی، و ایجاد بسترهای فناورانه برای توسعه کسب و کارهای کوچک اقدام نمایند.

یکی دیگر از بسترهای مؤثر، ایجاد توانمندسازهای توسعه کسب و کارهای کوچک روستایی می‌باشد. در این راستا پیشنهاد می‌گردد مدیران سازمان‌های ذی‌ربط، نسبت به ارتقای مشارکت و اعتماد اجتماعی، توسعه و تقویت ارتباطات قومی و قبیله‌ای، توسعه نیروی کار، و ترویج و تقویت کار تیمی و فعالیت‌های گروهی در کسب و کارهای کوچک روستایی اقدام نمایند.

یکی از عوامل زمینه‌ای مؤثر، محیط کسب و کار کوچک روستایی می‌باشد. در این راستا پیشنهاد می‌گردد مدیران سازمان‌های ذی‌ربط، نسبت به شناسایی روستاهای با موقعیت مناسب که دارای منابع طبیعی در دسترس بوده و یا از شگفتی‌ها و جاذبه‌ها برخوردارند اقدام نمایند و آنان را به کارآفرینان معرفی نمایند. همچنین توصیه می‌شود میزان سرمایه اجتماعی در بین روستاییان افزایش یافته و مبنای ارزشی حاکم بر روستا که تأیید کننده کارآفرینی است تقویت شوند، نرخ اشتغال در روستا بالا رفته و میزان بزهکاری و جرائم در روستا کاهش یابد. همچنین بایستی در راستای افزایش توان مالی و سطح درآمد در روستا، افزایش میزان سرمایه‌گذاران محلی در روستا، و وجود بسترهای ساختاری- تسهیلاتی در روستا اقدام لازم صورت گیرد.

یکی از راه‌های توسعه کارآفرینی روستایی آموزش و افزایش توانمندی و مهارت در روستاییان است. پیشنهاد می‌شود مشارکت نهادی در سازمان‌های ذی‌ربط ایجاد شود تا آمادگی لازم برای مهارت آموزی روستاییان فراهم شود. سازمان‌هایی همچون جهاد کشاورزی، سازمان فنی و حرفه‌ای و وزارت کار، تعاون و رفاه اجتماعی می‌توانند مشترکاً برنامه توانمند سازی روستاییان را در دستور کار قرار دهند.

در پایان بایستی اشاره کرد که اگرچه در این پژوهش تلاش شد با رویکردی کیفی و با استفاده از روش نظریه‌پردازی داده‌بنیان به ارائه الگوی توسعه کسب و کارهای کوچک روستایی با رویکرد کارآفرینی پرداخته شود، با این حال در راستای افزایش تعمیم‌پذیری یافته‌های کسب شده لازم است که قضایای تئوریک در یک جامعه مورد مطالعه اعتبارسنجی شوند. با توجه به محدودیت در قلمرو زمانی، پیشنهاد می‌شود که در پژوهش‌های آتی مبتنی بر روش‌شناسی کمی به آزمون قضیه‌ها پرداخته شود.

منابع

- اشراقی سامانی رویا، کریمی طیبه، واحدی مرجان، صیده طیبه. (۱۳۹۵) چالش‌های کارآفرینی روستایی در استان ایلام. راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی؛ ۳ (۵): ۶۳-۵۷
- ایزدی بنت الهدی، رضایی مقدم کوروش، اسداله پور علی (۱۳۹۵) سازه‌های موثر و موانع تحقق توسعه کارآفرینی در مشاغل خانگی بخش کشاورزی در مناطق روستایی شیراز، نشریه: علوم ترویج و آموزش کشاورزی ایران، ۱۳ (۱): ۳۹-۵۱
- حسینی نیا، غلامحسین، علی ابادی، وحید، عطائی، پوریا. (۱۳۹۸). طراحی الگوی زیست بوم کارآفرینی در کسب و کارهای روستایی تعاون محور. توسعه کارآفرینی 12(3), 341-360. doi: 10.22059/jed.2019.286203.653083
- خسروی پور، بهمن. و پورجاوید، سهیلا. (۱۳۹۶). شناسایی عوامل مؤثر بر رشد کارآفرینی در کسب و کارهای کوچک (SME) زنان روستایی در شهرستان اسلام آباد غرب با استفاده از تکنیک تحلیل محتوا، فصلنامه راهبردهای توسعه روستایی، ۴ (۱۵): ۳۱۵-۲۹۹.
- دهقانی امین، جمینی داود. (۱۳۹۶). سنجش وضعیت شاخص‌های کارآفرینی، تعیین‌کننده‌ها و راهکارهای توسعه آن در سکونتگاه‌های روستایی (مطالعه موردی: شهرستان جوانرود). فصلنامه فضای جغرافیایی. ۱۷ (۶۰): ۲۴۷-۲۶۵.
- رضائی، حمید؛ سمیعی، روح اله؛ دیده خانی، حسین؛ شجاعی، سامره. (۱۳۹۷). طراحی الگوی توسعه پایدار کارآفرینی روستایی با استفاده از تکنیک دلفی فازی، فصلنامه پژوهش‌های اجتماعی، ۱۰ (۳۸): ۴۵-۶۵.
- رکن الدین افتخاری، عبدالرضا؛ حمدالله سجاسی قیداری؛ سیدحسن رضوی. (۱۳۸۹). راهبردهای توسعه کارآفرینی کشاورزی در مناطق روستایی، مطالعه موردی: روستاهای شهرستان خدابنده، فصلنامه روستا و توسعه، ۱۳ (۳): ۱-۲۹.
- رئیس‌ابوبکر، شیهکی تاش مهیم، سالارزهی حبیب اله، ولی نفس عبدالعزیز (۱۳۹۵) شناسایی و اولویت بندی عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی کشاورزی در مناطق روستایی (مطالعه موردی: شهرستان سرپاز)، نشریه: راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی، ۳ (۶): ۵۸-۵۱
- شریف زاده، محمد شریف، عبدالله زاده، غلامحسین، جیوار، رقیه. و دیو سالار، اسدالله. (۱۳۹۷). نقش خوشه‌های صنعتی کشاورزی در توسعه کسب و کار روستایی استان مازندران. فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی. ۷ (۲۴): ۲۲۷-۲۴۷.
- علوی‌زاده، سیدامیر محمد. (۱۳۹۶). کارآفرینی و نقش آن در توسعه پایدار روستایی (مطالعه موردی: استان ایلام)، فصلنامه فرهنگ ایلام، ۱۸ (۵۶ و ۵۷): ۱۵۴-۱۷۰.
- فرجی سبکبار، حسنعلی، بدری، سیدعلی، سجاسی قیداری، حمدالله، صادق‌لو، طاهره، شهدادی خواجه عسگر، علی. (۱۳۹۰). اولویت‌بندی توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی با استفاده از تکنیک پرومتی، مطالعه موردی: دهستان حومه بخش مرکزی شهرستان خدابنده استان زنجان، فصلنامه پژوهش‌های جغرافیای انسانی، ۴۳ (۷۵): ۵۳-۶۸.
- فلاح، محمدرضا. (۱۳۹۷). شناسایی پیشران‌های مؤثر در توسعه کسب و کارهای بسیار کوچک (میکرو) در بخش مشاغل خانگی روستایی، فصلنامه تحقیقات بازاریابی نوین، ۸ (۳۰): ۱۷۹-۲۰۰.
- قدیری معصوم، مجتبی؛ غلامی، علی؛ محمد زاده لاریجانی، فاطمه و حجت رضایی (۱۳۹۶) الگوی توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی شهرستان خوی با رویکرد الگوسازی ساختاری تفسیری فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، ۶ (۲۱): ۱۳۹-۱۶۴.
- قنبری، نصیه؛ بوزرجمهری، خدیجه و صادق‌لو، طاهره (۱۳۹۶). موانع و چالش‌های زنان روستایی در ایجاد کسب و کارهای کوچک مطالعه موردی: دهستان پایین رخ شهرستان تربت حیدریه، همایش ملی بررسی راهکارهای مدیریت توسعه کارآفرینی روستایی در ایران، سبزوار.
- نجفی، بهمن. و صفا، لیلا. (۱۳۹۳). بررسی کسب و کارهای خانگی کارآفرینانه و موانع و چالش‌های توسعه آن‌ها در مناطق روستایی، نشریه کارآفرینی در کشاورزی، ۱ (۲): ۶۱-۷۳.
- ندافی، راضیه، احمدوند، مصطفی. (۱۳۹۶). شناسایی و اولویت‌بندی پیشران‌های توسعه کسب و کارهای نوپا (استارت آپ‌ها) با استفاده از روش‌شناسی کیو. توسعه کارآفرینی، ۱۰ (۳): ۵۱۷-۵۳۴. doi: 10.22059/jed.2018.236443.652249

- واحدی، مرجان. و موسویون، سارا. (۱۳۹۴). شناسایی مشکلات کسب و کارهای کشاورزی زیر بخش امور دام در شهرستان ایلام، دوفصلنامه کشاورزی و منابع طبیعی، نشریه راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی، ۳: ۳۵-۴۲.
- Arias-Vargas, F. J. (2022). Rural entrepreneurship: a historical approach. *Retos*, 12(23), pp. 45-66. <https://doi.org/10.17163/ret.n23.2022.03>
- Bhuiyan, M. F., & Ivlevs, A. (2019). Micro-entrepreneurship and subjective well-being: Evidence from rural Bangladesh. *Journal of Business Venturing*, 34(4), 625-645.
- Bosworth, G. (2012). Characterizing rural businesses—Tales from the paperman. *Journal of Rural Studies*, 28(4), 499-506.
- Bosworth, G., & Turner, R. (2018). Interrogating the meaning of a rural business through a rural capitals framework. *Journal of rural studies*, 60, 1-10.
- Creswell, J. W., Fetters, M. D., & Ivankova, N. V. (2004). Designing a mixed methods study in primary care. *The Annals of Family Medicine*, 2(1), 7-12.
- Celbiş, M. G. (2021). A machine learning approach to rural entrepreneurship. *Papers in Regional Science*, 100(4), 1079-1104.
- Dimand, R. W., & Saffu, K. (2022, April). Economic Inequality and Rural Entrepreneurship: Polly Hill on Rural Capitalism in West Africa. In *Forum for Social Economics* (Vol. 51, No. 2, pp. 245-251). Routledge.
- Dal Bello, U., Marques, C. S., Sacramento, O., & Galvão, A. R. (2021). Entrepreneurial ecosystems and local economy sustainability: institutional actors' views on neo-rural entrepreneurship in low-density Portuguese territories. *Management of Environmental Quality: An International Journal*. Vol. 33 No. 1, pp. 44-63. <https://doi.org/10.1108/MEQ-04-2021-0088>
- De Rosa, M., Bartoli, L., & McElwee, G. (2021). Spaces of innovation and women rural entrepreneurship in Italy. *New Medit*, 20(3 SI), 85-100.
- Dong, J., Xu, W., & Cha, J. (2021). Rural entrepreneurship and job creation: the hybrid identity of village-cadre-entrepreneurs. *China Economic Review*, 70, 101704.
- Elkafrawi, N., Roos, A., & Refai, D. (2021). Contextualising rural entrepreneurship—A strong structuration perspective on gendered-local agency. *International Small Business Journal*, 1-22
- Greenberg, Z., Farja, Y., & Gimmon, E. (2018). Embeddedness and growth of small businesses in rural regions. *Journal of Rural Studies*, 62, 174-182.
- Gyimah, P., & Lussier, R. N. (2021). Rural Entrepreneurship Success Factors: An Empirical Investigation in an Emerging Market. *Journal of Small Business Strategy*, 31(4), 5-19
- Heriot, K. C., & Campbell, N. D. (2002). A new approach to rural entrepreneurship: a case study of two rural electric cooperatives. *Entrepreneurship in a Diverse World*, 10(1), 1-11.
- Lang, R., & Fink, M. (2019). Rural social entrepreneurship: The role of social capital within and across institutional levels. *Journal of Rural Studies*, 70, 155-168.
- Karki, D., & Risal, H. G. (2022). Rural entrepreneurship in wintergreen oil. *FIIB Business Review*, 11(1), 23-29.
- Kulawiak, A., Suliborski, A., & Rachwał, T. (2022). Research on Rural Entrepreneurship in Terms of the Literature: Definition Problems and Selected Research Issues. *Quaestiones Geographicae*, 41(2), 7-19.
- Semkunde, M. A., Elly, T., Charles, G., Gaddefors, J., & Chiwona-Karlton, L. (2021). Rural entrepreneurship and the context: navigating contextual barriers through women's groups. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*. DOI 10.1108/IJGE-01-2021-0013
- Strauss, A., & Corbin, J. (1998). *Basics of qualitative research techniques*. Thousand Oaks, CA: Sage publications.
- Sutter, C., Bruton, G. D., & Chen, J. (2019). Entrepreneurship as a solution to extreme poverty: A review and future research directions. *Journal of Business Venturing*, 34(1), 197-214.
- Tabares, A., Londoño-Pineda, A., Cano, J. A., & Gómez-Montoya, R. (2022). Rural Entrepreneurship: An Analysis of Current and Emerging Issues from the Sustainable Livelihood Framework. *Economies*, 10(6), 142-162.
- Moumeni Helali, H., Sadighi, H., Abbasi, E., & Chizari, M. (2022). Mediating Role of Rural Entrepreneurship Ecosystem in the Relationship between Pluriactive Rice Farmers' Motives and Pluriactivity Consequences. *Journal of Agricultural Science and Technology*, 24(1), 29-41. (*in Persian*)
- Modrego, F., & Foster, W. (2021). Innovative rural entrepreneurship in Chile. *Ciencia e investigación agraria: revista latinoamericana de ciencias de la agricultura*, 48(3), 149-170.
- Wu, J., Zhuo, S., & Wu, Z. (2017). National innovation system, social entrepreneurship, and rural economic growth in China. *Technological Forecasting and Social Change*, 121, 238-250.
- Zivdar, M., & Sanaeepour, H. (2022). Dimensions and Strategies of Sustainable Rural Entrepreneurship Ecosystem: An Explorative-Mixed Research Study. *Qualitative Report*, 27(3)626-647. (*in Persian*)