

Analysis of development mechanisms of the rural entrepreneurship in Zirkoh county

Elham Ghaderi¹, Khalil Kalantari^{2*}, Ali Akbar Barati³, Somayeh Kordalivand⁴

¹Department of Agricultural Management and Development, University of Tehran, Tehran, Iran, Email: khkalan@ut.ac.ir

²Department of Agricultural Management and Development, University of Tehran, Tehran, Iran

³Department of Agricultural Management and Development, University of Tehran, Tehran, Iran

⁴Department of Agricultural Management and Development, University of Tehran, Tehran, Iran

Article Info

Article type:
Research Full Paper

Article history:
Accepted: 08.05.2023
Received: 06.08.2023
Revised: 18.08.2023

Keywords:
Rural development
Rural employment
Entrepreneurial
components

ABSTRACT

Despite the importance of developing rural entrepreneurship, reports indicate insufficient development of rural entrepreneurship. Therefore, the present research has analyzes the effective mechanisms on the development of rural entrepreneurship in Zirkoh county. The study population included people who used employment loans (840 people). The sample size was determined using G*Power software (215 people). was used to select the samples. The data collection tool was a researcher-made questionnaire. The reliability of the questionnaire was confirmed through Cronbach's alpha and content validity analysis based on the opinion of the professors of the Department of Agricultural Management and Development of Tehran University and the experts of the Agricultural Jihad of Zirkoh county. Descriptive statistics and confirmatory factor analysis were used for data analysis (using Smart PLS software V.3). The results showed that among the various components that indicate the development of entrepreneurship, the sub-components of the educational system with the path coefficient (0.921), market (0.809), infrastructures (0.753), and cultural factors (0.691); and finally, laws and policies (0.678) are respectively the most important. The findings also showed that among the various mechanisms for the development of rural entrepreneurship, legal and political mechanisms with a path coefficient (0.304) have the greatest effect on the development of entrepreneurship. After these mechanisms there are social (0.226), infrastructure (0.209), economic (0.207) and management (0.171) mechanisms. To develop rural entrepreneurship, it is suggested to use educational methods as well as develop appropriate legal and policy mechanisms to support rural entrepreneurs.

Cite this article: Ghaderi, E., Kalantari, Kh., Barati, A.A., Kordalivand, S. 2023. Analysis of development mechanisms of the rural entrepreneurship in Zirkoh county. *Journal of Studies in Entrepreneurship and Sustainable Agricultural Development*, 10 (4), 39-58.



© The Author(s).

DOI: 10.22069/JEAD.2023.21338.1721

Publisher: Gorgan University of Agricultural Sciences and Natural Resources

تحلیل سازوکارهای توسعه کارآفرینی روستایی: مطالعه شهرستان زیرکوه

الهام قادری^۱، خلیل کلانتری^{۲*}، علی اکبر براتی^۳، سمیه کدعلیوند^۴

^۱ گروه مدیریت و توسعه کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه تهران، تهران، ایران، رایانامه: khkalan@ut.ac.ir

^۲ گروه مدیریت و توسعه کشاورزی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

^۳ گروه مدیریت و توسعه کشاورزی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

^۴ گروه مدیریت و توسعه کشاورزی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: مقاله کامل علمی- پژوهشی	علی رغم اهمیت توسعه کارآفرینی روستایی گزارش‌ها حاکی از توسعه ناکافی کارآفرینی در روستاها است. بنابراین تحقیق حاضر به تحلیل سازوکارهای مؤثر بر توسعه کارآفرینی روستایی در شهرستان زیرکوه استان خراسان جنوبی پرداخته است. جامعه آماری این پژوهش شامل افرادی بودند که از وام اشتغال استفاده کرده بودند (۸۴۰ نفر). حجم نمونه مورد مطالعه با استفاده از نرم افزار G*Power، ۲۱۵ نفر تعیین که به صورت طبقه‌ای با انتساب متناسب انتخاب شدند. ابزار جمع‌آوری داده پرسشنامه محقق ساخته بود. پایایی پرسشنامه از طریق آلفای کرونباخ و تحلیل روایی محتوایی بر اساس نظر جمعی از اساتید گروه مدیریت و توسعه کشاورزی دانشگاه تهران و کارشناسان بخش اجرایی جهاد کشاورزی شهرستان زیرکوه مورد تأیید قرار گرفت. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها علاوه بر آمار توصیفی از روش تحلیل عاملی تأییدی استفاده شد. نتایج این تحقیق نشان داد که از نظر پاسخگویان از میان مؤلفه‌های مختلف نشان‌دهنده توسعه‌یافتگی کارآفرینی، زیرمؤلفه‌های نظام آموزشی با ضریب مسیر (۰/۹۲۱)، بازار (۰/۸۰۹)، زیرساخت‌ها (۰/۷۵۳)، عوامل فرهنگی (۰/۶۹۱) و در نهایت قوانین و سیاست‌ها (۰/۶۷۸) به ترتیب دارای بیشترین اهمیت هستند. یافته‌های این مطالعه همچنین نشان داد از میان سازوکارهای مختلف توسعه کارآفرینی روستایی در حال حاضر سازوکارهای قانونی و سیاستی با ضریب مسیر (۰/۳۰۴) بیشترین تأثیر را بر توسعه کارآفرینی دارا هستند. پس از این سازوکارها به ترتیب سازوکارهای اجتماعی (۰/۲۲۶)، زیرساختی (۰/۲۰۹)، اقتصادی (۰/۲۰۷) و در نهایت مدیریتی (۰/۱۷۱) قرار دارند. به منظور توسعه کارآفرینی روستایی استفاده از روش‌های آموزشی و همچنین تدوین سازوکارهای قانونی و سیاستی مناسب در جهت حمایت از کارآفرینان روستایی پیشنهاد می‌شود.
تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۲/۱۸ تاریخ ویرایش: ۱۴۰۲/۰۵/۱۵ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۵/۲۷	
واژه‌های کلیدی: توسعه روستایی اشتغال روستایی مؤلفه‌های کارآفرینی	

استناد: قادری، الف، کلانتری، خ، براتی، ع، کدعلیوند، س. (۱۴۰۲). تحلیل سازوکارهای توسعه کارآفرینی روستایی: مطالعه شهرستان زیرکوه. *مطالعات کارآفرینی و توسعه پایدار کشاورزی*، ۱۰ (۴)، ۳۹-۵۸.

DOI: 10.22069/JEAD.2023.21338.1721



© نویسنده‌گان.

ناشر: دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان

مقدمه

روستاها به‌عنوان کوچکترین واحد اجتماعی در هر جامعه‌ای از اهمیت زیادی برخوردار هستند (شهبازی، ۱۴۰۱). اما امروزه توسعه روستایی به چالش سیاسی مهمی تبدیل شده است، فرصت‌های شغلی به‌طور فزاینده‌ای در مناطق شهری متمرکز شده‌اند و مناطق روستایی از آن محروم مانده‌اند، در این زمینه فعالیت‌های کارآفرینی روستایی در توسعه روستاها نقش مهمی ایفا می‌کند (Kusio et al., 2022). کارآفرینی روستایی فرایندی است که فرد در روستا با شناسایی فرصت‌ها و داشتن روحیه ماجراجو، ریسک‌پذیر و خلاق و با اراده قوی کسب و کار جدیدی را آغاز می‌کند (Paul and Sharma, 2013). در واقع کارآفرینی روستایی وسیله‌ای برای افزایش درآمد و بهبود سطح زندگی روستائیان و ایجاد یک اقتصاد و محیط زیست سالم به شمار می‌رود (Lopez et al., 2019) و با ایجاد اشتغال و جلوگیری از مهاجرت روستائیان باعث به حداقل رساندن نابرابری اقتصادی، حل مشکل بیکاری و توسعه مناطق روستایی می‌شود (Supekar and Dhage, 2022) و راهی برای احیای مجدد روستاها تلقی می‌شود (Leunbach, 2021). استان خراسان جنوبی، بویژه نواحی روستایی آن، یکی از مناطقی است که با مشکل فقر گسترده، به ویژه از نوع روستایی، مواجه است. به گونه‌ای که شاخص فقر چند بعدی در این استان (۰/۳۰۳) بالاتر از بسیاری از استان‌های کشور است (Barati et al., 2022؛ براتی و همکاران، ۱۴۰۱). شهرستان زیرکوه در استان خراسان جنوبی نیز از این قاعده مستثنی نیست و از فقر گسترده به ویژه در نواحی روستایی رنج می‌برد. یکی از مهم‌ترین چالش‌ها در شهرستان زیرکوه، وضعیت ناپایدار اشتغال و درآمد روستائیان با توجه به محرومیت و مرزی بودن شهرستان است. تمرکز روی کشاورزی در مناطق روستایی باعث

افزایش فشار بر منابع آبی شده و از طرفی مصرف بیش از حد کودها و سموم شیمیایی باعث کاهش تنوع زیستی و فرسایش خاک نیز شده است. در کنار این موارد، روند کاهش بارندگی و نزولات جوی در طی سال‌های اخیر و بروز خشکسالی‌ها باعث کاهش کیفیت منابع آبی و کاهش مواد آلی خاک و نتیجه کاهش عملکرد و تولید محصولات کشاورزی نیز شده است (محمدزاده، ۱۴۰۰). با توجه به مشاغل و شیوه زندگی ساکنان شهرستان که اکثراً روستایی می‌باشند، توسعه کارآفرینی می‌تواند باعث رونق نواحی روستایی و بهبود وضعیت شاخص‌های توسعه شهرستان گردد. وجود بازارچه مرزی یزدان یکی از پتانسیل‌های مهم این شهرستان می‌باشد. به خاطر موقعیت جغرافیایی خاص و داشتن راه ارتباطی با استان سیستان و بلوچستان و استان خراسان رضوی و وجود اقلیم متنوع آب و هوایی، این شهرستان از موقعیت مناسبی برای توسعه کارآفرینی برخوردار است. بر همین اساس، پژوهش حاضر با هدف بررسی سازوکارهای مؤثر بر توسعه کارآفرینی روستایی در شهرستان زیرکوه انجام شد تا ضمن شناسایی مؤلفه‌های مهم توسعه کارآفرینی، سازوکارهایی را در جهت توسعه کارآفرینی در این شهرستان ارائه کند. لازم به توضیح است، منظور از سازوکار، اقداماتی است که اگر انجام شوند، می‌توانند منجر به توسعه سطح کارآفرینی در نواحی روستایی این شهرستان شوند.

مبانی نظری و پیشینه تحقیق

کارآفرینی در بسیاری از کشورها به عنوان یکی از عوامل مهم برای توسعه و دستیابی به رشد اقتصادی، اشتغال‌زایی و افزایش بهره‌وری مطرح است (Lopez et al., 2019) و در کشورهای اروپایی امروزه کارآفرینی به عنوان پاسخی به نیازهای نسل جوان رو به گسترش است (Strachan, 2018). توسعه کارآفرینی

رشد و توسعه بازار، نقش مهمی در گسترش و رونق کارآفرینی دارد، بازار هم با کشف و شناخت فرصت‌ها و هم از طریق فروش محصولات و مشارکت در رونق کارآفرینی مؤثر است (مبارکی، ۱۳۹۵).

توسعه هماهنگ شهری و روستایی یک عامل کلیدی در دستیابی به توسعه پایدار است (Cheng and Zheng, 2023). اما وضعیت درآمد و اشتغال در مناطق روستایی به خاطر نبود زیرساخت‌های حمل و نقل، نداشتن سرمایه مالی و انسانی، نبود بازار مناسب و پایین بودن حمایت دولت نسبت به مناطق شهری پایین‌تر است. به دلیل این که اشتغال و درآمدهای حاصل از فعالیت‌های کشاورزی به تنهایی ظرفیت تأمین جمعیت در حال رشد را ندارد آسیب‌پذیری روستاییان افزایش می‌یابد. بنابراین، لازم است گزینه‌های جدیدی به منظور کارآفرینی برای روستاییان در نظر گرفته شود (محمدی یگانه و همکاران، ۱۳۹۴). در همین زمینه کارآفرینی روستایی در کانون توجهات مسئولیت امر قرار گرفته است، زیرا راهبردی مهم برای بهبود کیفیت زندگی افراد، خانواده‌ها و جوامع و حفظ اقتصاد و محیط زیست سالم محسوب می‌شود (Aggraval, 2018). اما علی‌رغم اهمیت توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی در ایران کارآفرینان روستایی با موانعی همچون مشکلات مالی، بازارگرایی، ضعف اطلاعات، فضای ضعیف و نامناسب کسب‌وکار و ضعف در سیاست‌های حمایتی دولت روبرو هستند (Rezaei Moghadam and Izadi, 2019).

کارآفرینی روستایی به‌عنوان مهم‌ترین راهبرد برای توسعه روستایی در اکثر کشورها مورد مطالعه قرار گرفته است و پژوهشگران به فعالیت‌های پژوهشی در این زمینه پرداخته‌اند که بررسی این پژوهش‌ها علاوه بر ایجاد آگاهی در زمینه کارآفرینی روستایی، خلأهای موجود را مشخص ساخته است و به محدود کردن دامنه موضوعی نیز کمک می‌کند. با همین هدف در

خود مستلزم توجه به مؤلفه‌های آن است. منظور از مؤلفه‌های توسعه کارآفرینی مجموعه نشانگرهایی هستند که می‌توانند نشان‌دهنده وضعیت توسعه یافتگی کارآفرینی در یک منطقه باشند. مؤلفه‌های توسعه کارآفرینی روستایی شامل:

الف) قوانین و سیاست‌ها: وجود معافیت مالیاتی و اجرای مشوق‌های حمایت از کسب و کارهای جدید و کوچک مانند اعطای یارانه و تسهیلات ارزان قیمت، قوانین صادرات و واردات، قوانین سلامت و امنیت فعالیت، قوانین حمایت از نیروی کار از جمله موارد مؤثر در توسعه کارآفرینی است (Darnihamedani et al., 2018).

ب) زیرساخت‌ها: وجود زیرساخت‌هایی مانند سیستم حمل و نقل مناسب، وجود جاده‌های آسفالت‌ه و آزادراه، وجود شبکه‌های ارتباطی و اینترنت با سرعت بالا، دسترسی به آب، برق، تلفن و گاز، داشتن سیستم بانکی کارآمد، دسترسی به اماکن آموزشی و ترویجی، از مواردی است که باعث افزایش جذب سرمایه‌گذار و رونق کارآفرینی در روستاها می‌شود (Yaluner et al., 2018).

ج) عوامل فرهنگی: عوامل فرهنگی یکی دیگر از مؤلفه‌های مهم در گسترش کارآفرینی در مناطق روستایی محسوب می‌شود که شامل، فرهنگ حمایت از کارآفرینی، فرهنگ انجام کار گروهی، فرهنگ ریسک‌پذیری است (Lordkipanidze, 2005).

د) نظام آموزشی: جامعه امروزی به متخصصان آموزش‌دیده با قابلیت‌ها و توانمندی بالا در حوزه کارآفرینی جهت رشد و توسعه اقتصادی نیاز دارد (Syam et al., 2018) و دانشگاه‌ها وظیفه ارائه آموزش و فراهم نمودن نیروهای متخصص خلاق در کارآفرینی را دارد (Chen et al., 2015).

هـ) بازار: یکی از منابع مهم شناسایی فرصت‌های کارآفرینی، شناخت و آگاهی از نیاز مشتریان است.

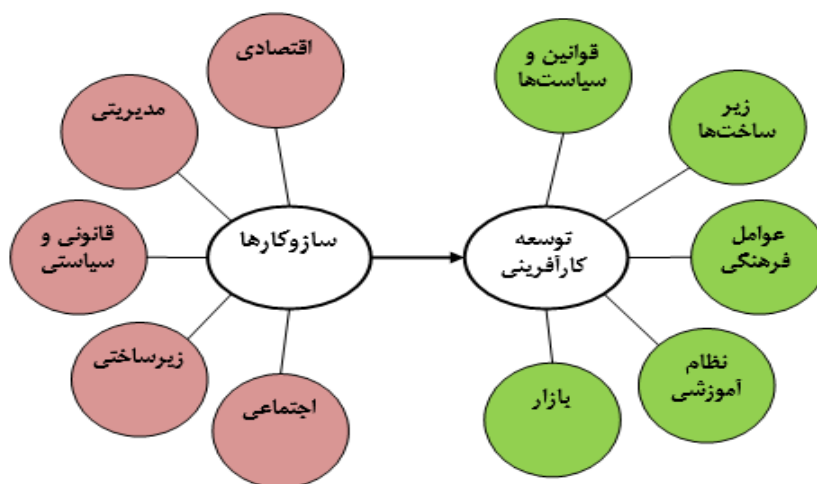
ادامه ابتدا در دو بخش به مرور پیشینه مربوط به سازوکارهای توسعه کارآفرینی روستایی و مؤلفه‌های کارآفرینی روستایی پرداخته شده است و در نهایت با توجه به مرور ادبیات و پیشینه‌های مورد بررسی مدل مفهومی پژوهش ارائه شده است. در رابطه با توسعه کارآفرینی، پاداش (۱۳۹۵) معتقد است شناسایی پتانسیل‌ها و استعدادها در هر منطقه، حمایت دولت، اصلاح مقررات و قوانین، حمایت مالی، توسعه بازار، ارج نهادن بر نیروی انسانی از مکانیسم‌های مؤثر بر توسعه کارآفرینی نوپا در ایران هستند. علیزاده و همکاران (۱۳۹۸) نیز در پژوهشی به شناسایی و اولویت‌بندی راهبردهای توسعه کارآفرینی و تجاری‌سازی زعفران در مناطق روستایی خراسان جنوبی پرداختند. آن‌ها معتقدند که مهم‌ترین راهبرد برای توسعه کارآفرینی شناخت قابلیت‌ها و زمینه‌های مؤثر بر بخش کشاورزی است. فراهم‌سازی بسترهای مناسب برای بازاریابی، برنامه‌ریزی دقیق برای آموزش در زمینه تجاری‌سازی، حمایت از شرکت‌های تعاونی و ارائه تسهیلات بانکی مناسب از جمله راهکارهایی است که به پیشنهاد آن‌ها می‌تواند در راستای توسعه کارآفرینی نقش مؤثری را ایفا کند. مطالعه انجام شده توسط Iancu و همکاران، (۲۰۲۱) در رومانی نیز نشان داد، کمبود بودجه و سرمایه لازم، ترس از شکست و نداشتن درآمد ثابت، نداشتن تجربه کافی و عدم مشارکت در پروژه‌ها تأثیر منفی بر ایجاد کارآفرینی دارد و از طرفی شناخت عوامل مؤثر بر نیت کارآفرینی، مهم‌ترین مؤلفه ایجاد و توسعه کارآفرینی است. از نظر Senou و همکاران، (۲۰۲۱) نیز ویژگی‌هایی مانند سن، تحصیلات، وضعیت درآمد و فقر، تجربه و وجود شعبه بانک از مهم‌ترین عوامل تعیین‌کننده دسترسی جوانان به منابع مالی و خدمات و تسهیلات مالی مقرون به صرفه است که احتمال کارآفرینی جوانان را به میزان قابل توجهی افزایش

می‌دهد.

مرور مطالعات حوزه کارآفرینی نشان می‌دهد که برخی دیگر از این مطالعات تمرکز خود را بر روی مؤلفه‌های توسعه کارآفرینی گذاشته‌اند. از جمله، Barinova و همکاران، (۲۰۱۸) برای توسعه شرکت‌های کوچک در روسیه به این نتیجه رسیدند که ریسک‌های سرمایه‌گذاری بالا و تعداد زیاد جرائم اقتصادی عوامل بازدارنده قابل توجهی برای توسعه فعالیت‌های کارآفرینی در روسیه هستند و در عوض در دسترس بودن خدمات بانکی و نزدیکی بازارهای بزرگ همراه با تمرکز سرمایه انسانی باعث توسعه فعالیت‌های کارآفرینی می‌شوند. به عقیده آنها عوامل نهادی مانند فرهنگ کارآفرینی، کنترل فساد، دسترسی به اعتبارات بانکی، محیط قانونی و سیاست حمایتی دولت نقش مهمی در توسعه کارآفرینی دارند. Ariffin (۲۰۲۰) نشان داد که برای توسعه کارآفرینی زنان لازم است مداخلات سیاستی و برنامه‌های مثبت برای حمایت از زنان کارآفرین به ویژه برای کاهش بیکاری و کاهش فقر اتخاذ شود و باید یک چارچوب استراتژیک برای حمایت و توسعه کارآفرینی اجرا شود. رحمانی فضلی و همکاران (۱۳۹۷) نیز نشان دادند که رابطه نزدیکی بین میزان بیکاری، فقر و توزیع نابرابر درآمد وجود دارد و با توجه به پتانسیل‌های موجود در مناطق روستایی در زمینه کشاورزی، گردشگری و صنایع دستی، می‌توان با ایجاد اشتغال باعث درآمدزایی و کاهش فقر گردید. همچنین، به عقیده آنها هر چه میزان پتانسیل و ظرفیت‌های توسعه کارآفرینی در یک روستا بالاتر باشد باعث افزایش اشتغال‌زایی نیز می‌شود. به عقیده آنها مؤلفه‌های کارآفرینی دارای ابعاد مختلف از جمله فیزیکی و زیرساختی، نهادی، اجتماعی، اقتصادی، زیست‌محیطی و فردی است. یافته‌های مؤمنی هلالی و همکاران (۱۳۹۸) نیز حاکی از آن است که سرمایه انسانی،

سازوکارهای مؤثر بر توسعه کارآفرینی روستایی در قالب پنج گروه سازوکار اقتصادی، مدیریتی، قانونی و سیاستی، زیرساختی و اجتماعی و همچنین مؤلفه‌های توسعه کارآفرینی در قالب پنج مؤلفه قوانین و سیاست‌ها، زیرساخت‌ها، عوامل فرهنگی، نظام آموزشی و بازار دسته‌بندی و به صورت مدل مفهومی ارائه شده در شکل (۱) مورد مطالعه قرار گیرند.

حمایت، بازار، فرهنگ، تامین مالی و سیاست از جمله مؤلفه‌های اصلی نشان‌دهنده توسعه‌یافتگی کارآفرینی هستند. مرور پیشینه فوق حاکی از آن است که اگر چه هر یک از این مطالعات تحت عنوان مؤلفه‌ها، سازوکارها یا متغیرهای مؤثر بر کارآفرینی سعی نموده‌اند به این موارد بپردازند، اما همچنان تمایز مشخصی بین این مفاهیم قائل نشده‌اند. در نتیجه، در مطالعه حاضر و براساس مرور پیشینه فوق، سعی شد



شکل ۱- مدل مفهومی تحقیق

در این پژوهش به منظور تعیین حجم نمونه از نرم افزار G*Power استفاده شد (Kang, 2021). برای این منظور با هدف دستیابی به توان آماری حداقل ۸۰ درصد ($\beta=0.8$) که حد قابل قبول و مطلوب برای مطالعات اجتماعی و اقتصادی است و دستیابی به سطح اطمینان ۹۵ درصد (خطای قابل پذیرش ۵ درصد) و با فرض نوع آزمون کفایت برازش مدل و فرضیات دو دامنه، حجم نمونه ۲۱۵ مورد برآورد شد. لازم به توضیح است این حجم از نمونه بر اساس تخمین‌های مرتبط با روش حداقل مربعات جزئی که برابر با حداقل ۱۰ برابر حداکثر متغیرهای ورودی به یک سازه است، نیز مناسب است. داده‌ها و اطلاعات مورد نیاز برای انجام این مطالعه با استفاده از ابزار

مواد و روش‌ها

تحقیق حاضر از لحاظ هدف کاربردی، به لحاظ روش‌شناسی توصیفی-تحلیل و از لحاظ نحوه جمع‌آوری اطلاعات از نوع تحقیقات پیمایشی است. جامعه آماری تحقیق حاضر شامل افرادی بودند که از وام اشتغال که از طریق نهادهای کمیته امداد امام خمینی (ره)، صندوق کارآفرینی امید، اداره بهزیستی، بانک مهر و جهاد کشاورزی شهرستان زیرکوه استفاده کرده بودند و ساکنان روستاهای شهرستان زیرکوه هستند. دریافت کنندگان وام اشتغالزایی در شهرستان زیرکوه در سال ۱۳۹۹، برابر ۹۶۰ و در سال ۱۴۰۰ به تعداد ۸۴۰ نفر بوده‌اند.

و همکاران، ۱۳۹۵)، قانونی و سیاستی (پاداش، ۱۳۹۵)، زیرساختی (علیزاده و همکاران، ۱۳۹۸)، اجتماعی (Iancu, 2021) و اقتصادی (Iancu, 2021; Senou et al., 2021) می‌باشد. برای اطمینان از پایایی ابزار اندازه‌گیری از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. مقادیر این ضریب برای سازه‌های مختلف در این تحقیق بین ۰/۷۲ تا ۰/۸۵ بود (جدول ۱). تجزیه و تحلیل داده‌ها براساس تحلیل‌های توصیفی (شامل میانگین، انحراف معیار، واریانس و فراوانی با استفاده از نرم افزار SPSS 25) و استنباطی (روش حداقل مربعات جزئی در محیط نرم افزار Smart PLS v.3) بود. جهت بررسی عدم هم‌خطی میان نشانگرهای بارگذاری شده بر یک سازه از نتایج آزمون تورش واریانس بهره گرفته شد، مقدار این شاخص برای هیچ کدام از متغیرهای موجود در مدل این تحقیق بالای پنج نبودند، پس مدل فاقد مشکل هم‌خطی بود.

پرسشنامه جمع‌آوری شد (جدول ۱). به منظور تعیین روایی (اعتبار) پرسشنامه از اعتبار محتوایی بهره گرفته شد. اعتبار محتوایی تحقیق به قضاوت و نظر افراد متخصص و کارشناس در موضوع مورد مطالعه استوار است. لذا، برای تعیین اعتبار ابزار تحقیق، پرسشنامه در اختیار پنج نفر از اعضای هیئت علمی دانشگاه تهران و پنج کارشناسان بخش اجرایی جهاد کشاورزی شهرستان زیرکوه قرار گرفت و پس از جمع‌بندی نقطه نظرات آن‌ها نسبت به اصلاح و تنظیم پرسشنامه نهایی اقدام شد. مؤلفه‌های توسعه کارآفرینی شامل قوانین و سیاست‌ها (Barinova et al., 2018)، زیرساخت‌ها (فراهانی و همکاران، ۱۳۹۲)، فرهنگی (Barinova et al., 2018)، نظام آموزشی (Aladejebi, 2018) و بازار (مؤمنی هلالی و همکاران، ۱۳۹۸؛ Barinova et al., 2018؛ Ariffin, 2020) هستند. سازوکارهای توسعه کارآفرینی هم شامل سازوکارهای مدیریتی (شریف‌زاده

جدول ۱- آلفای کرونباخ سازه‌ها

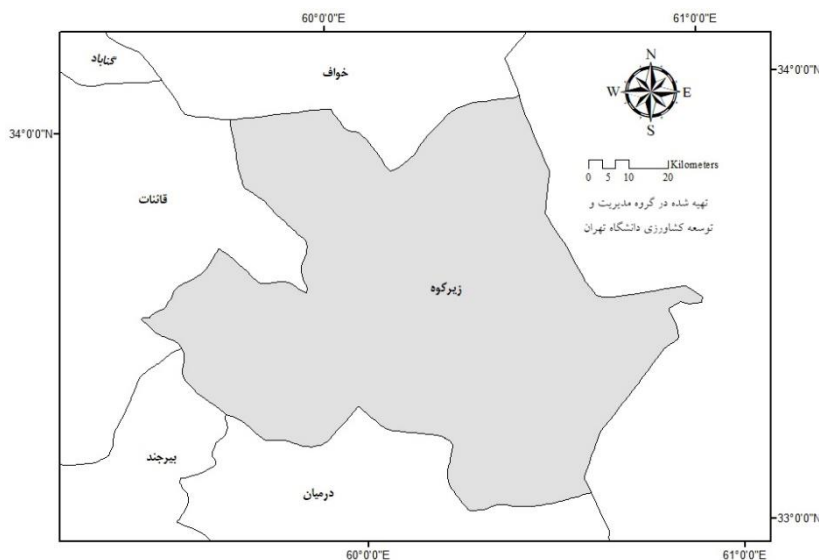
مفاهیم	مؤلفه‌ها	تعداد گویه‌ها	آلفای کرونباخ
سازوکارهای توسعه کارآفرینی	سازوکارهای مدیریتی	۴	۰/۷۷۹
	سازوکارهای قانونی و سیاستی	۷	۰/۸۶۳
	سازوکارهای زیرساختی	۴	۰/۷۱۶
	سازوکارهای اجتماعی	۵	۰/۸۴۵
	سازوکارهای اقتصادی	۴	۰/۸۳۹
مؤلفه‌های توسعه کارآفرینی	قوانین و سیاست‌ها	۶	۰/۷۷۸
	زیرساخت‌ها	۶	۰/۷۱۶
نظام آموزشی	عوامل فرهنگی	۶	۰/۷۴۹
	نظام آموزشی	۷	۰/۸۷۵
	بازار	۷	۰/۸۶۴

کیلومتر با کشور افغانستان هم‌مرز است. این شهرستان در آخرین تقسیمات کشوری از شهرستان قاینات جدا شد. این شهرستان از سه بخش مرکزی به مرکزیت شهر حاجی‌آباد و شامل دهستان‌های زیرکوه و پترگان؛ بخش زهان به مرکزیت شهر زهان شامل دهستان‌های

شهرستان زیرکوه در استان خراسان جنوبی با وسعتی حدود ۶۴۲۷ کیلومترمربع از شمال به بخش‌های قاسم‌آباد و سنگان شهرستان خواف، از جنوب به بخش قهستان شهرستان درمیان، از غرب به شهرستان قاینات و از شرق به طول حدود ۱۱۶

محسوب می‌شود. از نظر فعالیت مردم زیرکوه سخت‌کوش و فعال هستند و برای کارهای تولیدی نیز از خود تمایل نشان می‌دهند. طبق سرشماری عمومی نفوس و مسکن (۱۳۹۵) جمعیت شهرستان زیرکوه ۴۰۱۵۵ نفر گزارش شده است.

زهان و افین؛ و بخش شاسکوه به مرکزیت شهر آبیز شامل دهستان‌های شاسکوه و بهناباد تشکیل شده است. مرکز این شهرستان در موقعیت ۵۹ درجه و ۵۸ دقیقه طول شرقی و ۳۳ درجه و ۳۷ دقیقه عرض شمالی واقع است (شکل ۲). وجود بازارچه مرزی یزدان به‌عنوان یکی از پتانسیل‌های رونق منطقه



شکل ۲- موقعیت جغرافیایی منطقه مورد مطالعه

گوسفند، پرورش زنبور عسل، قالی‌بافی، حوله بافی، پخت نان محلی و غیره از جمله مشاغل ایجاد شده در منطقه بوده‌اند. مبلغ وام هم به‌طور میانگین از ۳۰ میلیون تومان تا ۲۰۰ میلیون تومان متغیر بوده است. **مؤلفه‌های توسعه کارآفرینی:** در این مطالعه به منظور اولویت‌بندی مؤلفه‌های توسعه کارآفرینی از آماره ضریب تغییرات استفاده شد تا اولویت هر یک از مؤلفه‌ها از دیدگاه پاسخگویان ارزیابی شود. جدول (۲) مقادیر ضریب تغییرات محاسبه شده برای هر یک از مؤلفه‌های توسعه کارآفرینی روستایی را از نظر روستاییان منطقه مورد مطالعه نشان می‌دهد. با توجه به بررسی‌های انجام گرفته در بین افراد مورد مطالعه، از بین گویه‌های قوانین و سیاست‌ها «حمایت‌های تسهیلاتی و یارانه‌ای برای راه اندازی کسب و کار با

نتایج و بحث

توصیف جامعه مورد مطالعه: از مجموع افراد مورد مطالعه تعداد ۱۴۴ نفر (۶۷ درصد مرد و ۷۱ نفر ۳۳ درصد) زن بودند. از نظر سنی میانگین، انحراف معیار، واریانس، کمینه و بیشینه جمعیت مورد مطالعه در این پژوهش به ترتیب، ۳۷/۵۵، ۱۰/۲۸، ۱۰۵/۷۲، ۶۲ و ۱۸ سال بود. بررسی وضعیت تأهل پاسخگویان نشان داد که ۱۶۹ نفر (۷۸/۶ درصد) از جمعیت مورد مطالعه را افراد متأهل و ۴۶ نفر (۲۱/۴ درصد) را افراد مجرد تشکیل دادند. از نظر تحصیلات نیز بیشتر پاسخگویان دارای سطح تحصیلات لیسانس و بالاتر با فراوانی ۹۷ نفر و در رتبه بعد افراد دارای دیپلم با فراوانی ۶۸ نفر قرار داشتند. مشاغلی همچون احداث اقامتگاه بوم‌گردی و گردشگری، پرورش شترمرغ، پرورش

ضریب تغییرات (۰/۴۳۲) «مهم‌ترین گویه بوده است. در میان گویه‌های زیرساخت‌ها، «توسعه شبکه راه‌ها و جاده‌های مناسب برای تسهیل ارتباطات (۰/۳۸۷)» بیشترین اهمیت را داشته است. در میان گویه‌های عوامل فرهنگی، «وجود فرهنگ کارآفرینی در بین روستاییان و فرهنگ‌سازی مناسب در خصوص کارآفرینی روستایی (۰/۴۵۲)» مهم‌ترین مؤلفه بوده است. در میان گویه‌های نظام آموزشی، «هدایت فعالیت‌های پژوهشی و تحقیقاتی در راستای شناسایی فرصت‌های کارآفرینی و برطرف نمودن موانع آن (۰/۴۷۵)» بیشترین اهمیت را داشته است و نهایت در میان گویه‌های بازار، «توسعه شبکه بازار رسانی محصولات به سایر مناطق (۰/۴۵۸)» از جمله مهم‌ترین گویه‌های توسعه کارآفرینی روستایی در شهرستان زیرکوه بوده‌اند. در کل از بین پنج مؤلفه توسعه کارآفرینی (قوانین و سیاست‌ها، زیرساخت‌ها، عوامل فرهنگی، نظام آموزشی و بازار)، مؤلفه‌های زیرساخت‌ها (۰/۴۴۱) از سایر مؤلفه‌های اهمیت بیشتری داشته است.

سازوکارهای توسعه کارآفرینی: توسعه کارآفرینی روستایی مستلزم به کارگیری سازوکارهای مناسب در جهت تسریع فرآیند توسعه کارآفرینی روستایی است. برای اولویت‌بندی سازوکارهای توسعه کارآفرینی روستایی نیز همانند مؤلفه‌های توسعه کارآفرینی روستایی از ضریب تغییرات برای اولویت‌بندی گویه‌ها استفاده شد. براساس جدول (۲) در کل از بین سازوکارهای توسعه کارآفرینی مؤلفه قانونی و سیاسی (۰/۳۲۴) مهم‌تر از سایر سازوکارها بوده است. از نظر پاسخگویان در میان سازوکارهای مدیریتی «هدایت پروژه‌های مطالعاتی و تحقیقاتی در راستای شناسایی و اولویت‌بندی فرصت‌های کارآفرینانه در روستا با ضریب تغییرات (۰/۳۱۴)»، مهم‌ترین سازوکار بوده‌اند. در میان سازوکارهای قانونی - سیاسی، «تشویق

بیمه‌گزاران به ارائه خدمات بیمه‌ای متنوع مانند تأمین اجتماعی، سلامت و محصول به کارآفرینان روستایی از طریق سیاست‌های حمایتی و تشویقی نظیر معافیت‌های مالیاتی برای آنها (۰/۳۰۵)» مهم‌ترین گویه بوده است. در بین سازوکارهای زیرساختی، «توسعه زیرساخت‌های رفاهی در روستا (۰/۳۲۶)»، بیشترین اهمیت را داشته است. در بین سازوکارهای اجتماعی، «برنامه‌ریزی در راستای ارتقای خودباوری و روحیه کارآفرینی با مشارکت دادن روستاییان در فعالیت‌های گروهی و کارآفرینانه (۰/۳۳۹)» مهم‌ترین گویه بوده است و در بین سازوکارهای اقتصادی، «فراهم کردن زمینه‌های بازاریابی و صادرات محصولات کارآفرینان روستایی به سایر استان‌ها و یا خارج از کشور (۰/۳۳۱)» از جمله مهم‌ترین سازوکارهای توسعه کارآفرینی روستایی بوده‌اند (جدول ۲).

هرچند بررسی انفرادی متغیرها نشان‌دهنده نگرش کلی بر یک پدیده است اما در دنیای واقعی متغیرها از یکدیگر جدا نبوده و دارای اثرات متقابل هستند. لذا برای مدیریت بهتر یک مسئله بهتر است متغیرها در کنار هم بررسی شوند تا اثرات متقابل متغیرها نیز مورد بررسی قرار گیرد. به همین منظور برای تحلیل مدل مفهومی سازوکارهای توسعه کارآفرینی در شهرستان زیرکوه از روش تحلیل عاملی مبتنی بر روش حداقل مربعات جزئی (PLS) استفاده شد. قبل از تحلیل این قبیل مدل‌ها نخست باید موضوع برازندگی مدل مورد ارزیابی قرار گیرد که خود شامل ارزیابی بخش‌های اندازه‌گیری و ساختاری است. لذا در ادامه شاخص‌های برازندگی مدل بررسی شده است.

ارزیابی برازش بخش‌های اندازه‌گیری مدل: در ارتباط با مدل اندازه‌گیری توسعه کارآفرینی بر اساس نتایج (جدول ۴) از میان ۳۲ نشانگر اصلی و اولیه مورد استفاده برای ارزیابی مؤلفه‌های توسعه کارآفرینی، ۲۵ گویه برای سنجش پنج مؤلفه قوانین و

مؤلفه‌های توسعه کارآفرینی، از آنجا که مقادیر میانگین واریانس استخراج شده (AVE) هر یک از پنج مؤلفه اصلی بالاتر از مقدار ۰/۵ است، هر کدام از این سازه‌ها از روایی مطلوبی برخوردار هستند. در شکل (۳) مدل عاملی مرتبه دوم مربوط به سنجش توسعه کارآفرینی براساس پنج مؤلفه (قوانین و سیاست‌ها، زیرساخت‌ها، عوامل فرهنگی، نظام آموزشی و بازار) مشخص شده است.

سیاست‌ها، زیرساخت‌ها، عوامل فرهنگی، نظام آموزشی و بازار، مناسب بودند و دارای بار عاملی مناسب بوده و مقادیر آماره t این گویه‌ها نیز مناسب (بیشتر از ۱/۹۶) بوده است. به بیان دیگر گویه‌های انتخاب شده برای سنجش هر سازه مناسب بوده‌اند. گذشته از مقادیر بارهای عاملی، مقادیر شاخص پایایی ترکیبی برای هر یک از این سازه‌ها نیز بالاتر از مقدار ۰/۷ بود که حاکی از پایایی مناسب هر یک از این مؤلفه‌ها است. در ارتباط با روایی سازه‌های مختلف

جدول ۲- نشانگرها و مؤلفه‌های توسعه کارآفرینی

شاخص	نماد	متغیرها	میانگین	انحراف معیار	CV	بار عاملی	مقادیر t
قوانین و سیاست‌ها (۰/۴۶۵) AVE = 0.504; PC=0.802	FLP1	برخوردار از قوانین و نظام قانون‌گذاری مناسب در حوزه کارآفرینی روستایی	۲/۱۹	۱/۰۵۱	۰/۴۸۱	۰/۶۴۰	۸/۷۲۳
	FLP2	مشارکت بخش خصوصی و جامعه مدنی در توسعه قوانینی و سیاست‌های کارآفرینی	۱/۹۶	۰/۹۲۴	۰/۴۷۲	۰/۷۰۸	۱۲/۵۷۵
	FLP3	وجود سیاست‌های تشویقی (مالیاتی، انگیزشی و غیره) برای توسعه کارآفرینی در روستاها	۲/۱۴	۰/۹۹۷	۰/۴۶۵	-	-
	FLP4	گسترش پوشش خدمات حمایتی نظیر بیمه‌های کاری و محصولی برای کارآفرینان	۲/۱۰	۱/۰۱۸	۰/۴۸۴	۰/۷۳۴	۱۵/۰۹۸
	FLP5	بروکراسی یا فرآیند اداری سهل برای کارآفرینان روستایی برای راه‌اندازی کسب‌وکار	۲/۲۴	۱/۰۳۱	۰/۴۶۰	-	-
	FLP6	حمایت‌های تسهیلاتی و یارانه‌ای برای راه‌اندازی کسب‌وکار	۲/۳۸	۱/۰۲۹	۰/۴۳۲	۰/۷۵۲	۱۹/۰۶۰
زیرساخت‌ها (۰/۳۴۱) AVE = 0.542; PC=0.825	Finfra1	وجود اینترنت در روستا برای تسهیل ارتباط و افزایش اطلاعات کارآفرینان روستایی	۲/۶۸	۱/۲۰۵	۰/۴۴۹	-	-
	Finfra2	توسعه شبکه راه‌ها و جاده‌های مناسب برای تسهیل ارتباطات	۲/۸۸	۱/۱۱۵	۰/۳۸۷	۰/۸۱۴	۲۴/۱۵۴
	Finfra3	دسترسی به بازارهای فروش	۲/۲۸	۱/۰۸۴	۰/۴۷۵	۰/۷۱۴	۱۴/۳۰۱
	Finfra4	وجود رسانه‌های دیداری و شنیداری (تلویزیون و رادیو) در روستا	۳/۳۲	۱/۳۶۲	۰/۴۱۰	۰/۶۶۹	۱۱/۸۵۰
	Finfra5	وجود زیرساخت‌های مرتبط با محیط کسب‌وکار	۳/۲۳	۱/۳۱۲	۰/۴۰۶	۰/۷۴۰	۱۴/۳۵۴
	Finfra6	وجود شبکه بانکی کارآمد در روستاها	۲/۳۲	۱/۱۹۷	۰/۵۱۷	-	-
عوامل فرهنگی (۰/۴۸۷) AVE = 0.500	Fcultur1	وجود فرهنگ کارآفرینی در بین روستاییان	۲/۳۶	۱/۲۶۷	۰/۴۵۲	۰/۷۰۵	۱۳/۹۵۲
	Fcultur2	توجه به نقش زنان و دختران روستایی در کارآفرینی روستایی	۲/۴۸	۱/۱۳۵	۰/۴۵۸	۰/۶۶۵	۱۱/۵۳۵

تحلیل سازوکارهای توسعه کارآفرینی... / الهام قادری و همکاران

شاخص	نماد	متغیرها	میانگین	انحراف معیار	CV	بار عاملی	مقادیر t
نظام آموزشی (۰/۵۰۷) AVE = 0.572; PC=0.903	Fcultur3	وجود تشکل‌های مردم‌نهاد برای حمایت از توسعه کارآفرینی روستایی	۲/۱۳	۱/۰۳۳	۰/۴۸۵	-	-
	Fcultur4	برخورداری از تعلق مکانی در میان جوانان و نبود میل به مهاجرت کردن از روستا	۲/۳۹	۱/۱۰۴	۰/۴۶۳	۰/۶۵۹	۹/۵۵۱
	Fcultur5	وجود فرهنگ کار گروهی، تیمی و مشارکتی در بین اهالی روستا	۲/۱۱	۱/۰۶۹	۰/۵۰۷	۰/۷۷۴	۱۸/۲۲۹
	Fcultur6	شناسایی، معرفی و قدردانی از الگوهای موفق کارآفرین در روستا	۲/۰۶	۱/۱۱۵	۰/۵۴۱	۰/۷۲۶	۱۵/۶۶۳
	Feduc1	برگزاری دوره‌های آموزشی مهارت‌افزایی و کارآفرینی در روستاها	۲/۰۷	۱/۰۸۷	۰/۵۲۷	۰/۷۸۶	۲۳/۷۱۳
	Feduc2	توسعه مراکز آموزش و ترویج کارآفرینی در روستا	۱/۹۱	۰/۹۵۲	۰/۵۰۰	۰/۷۶۲	۲۰/۵۹۵
	Feduc3	افزایش آگاهی روستاییان از پتانسیل‌های موجود برای کارآفرینی در روستا	۲/۱۵	۱/۰۶۳	۰/۴۹۴	۰/۷۸۴	۱۸/۹۰۳
بازار (۰/۵۱۲) AVE = 0.649; PC=0.902	Feduc4	تربیت نیروهای متخصص و مجرب در زمینه کارآفرینی در روستاها	۱/۹۶	۱/۰۰۶	۰/۵۱۴	۰/۷۸۲	۱۸/۳۳۲
	Feduc5	جذب، معرفی، تشویق و استفاده از افراد با ایده‌های کارآفرینانه و ریسک‌پذیر	۱/۹۷	۱/۰۳۴	۰/۵۲۶	۰/۷۲۴	۱۲/۸۷۳
	Feduc6	هدایت نظام آموزشی و پژوهشی برای تربیت نیروی کار توانمند و ماهر کارآفرین روستایی	۱/۹۲	۰/۹۸۷	۰/۵۱۵	۰/۷۵۳	۱۷/۲۳۴
	Feduc7	هدایت فعالیت‌های پژوهشی و تحقیقاتی در راستای شناسایی فرصت‌های کارآفرینی	۱/۹۳	۰/۹۲۰	۰/۴۷۵	۰/۶۹۹	۱۱/۹۲۲
	Fmarket1	معرفی ظرفیت بازار محلی برای فروش محصولات تولید شده توسط کارآفرینان	۲/۶۳	۱/۳۶۴	۰/۵۱۹	-	-
	Fmarket2	وجود ظرفیت بازارهای فرامحلی برای فروش محصولات	۲/۳۴	۱/۱۶۱	۰/۴۹۶	۰/۷۱۷	۱۱/۴۳۷
	Fmarket3	توسعه شبکه بازار رسانی محصولات به سایر مناطق	۲/۰۶	۰/۹۴۳	۰/۴۵۸	۰/۷۹۳	۱۷/۲۹۲
Fmarket4	وجود ساختار حمایت از کارآفرینان در مقابل نوسانات قیمت در بازار	۱/۷۴	۰/۹۶۵	۰/۵۵۵	۰/۸۳۰	۲۵/۷۱۲	
Fmarket5	داشتن اطلاعات جامع و کامل از بازار و نیازهای مشتری	۲/۲۴	۱/۰۷۱	۰/۴۷۸	۰/۸۵۶	۲۸/۰۸۶	
Fmarke6	برخورداری از مزیت تولید با قیمت تمام شده مناسب و کیفیت بالا	۲/۳۱	۱/۲۰۷	۰/۵۲۳	۰/۸۲۶	۲۲/۹۴۴	
Fmarket7	عدم وجود واسطه‌ها و دلالتان	۲/۸۶	۱/۵۸۲	۰/۵۵۳	-	-	

بالاتر از ۰/۷) و مقادیر آماره t (بیشتر از ۱/۹۶) نشانگرهای انتخاب شده مناسب بوده‌اند. همچنین، مقادیر شاخص پایایی ترکیبی برای هر یک از این عوامل نیز بالاتر از مقدار ۰/۷ می‌باشد که حاکی از پایایی مناسب هر یک از این مؤلفه‌ها است. در ارتباط با روایی نیز از آنجا که مقادیر میانگین واریانس استخراج شده (AVE) هر یک از مؤلفه‌های اصلی بالاتر از مقدار ۰/۵ است، هر کدام از این سازه‌ها از روایی مطلوبی برخوردار هستند (جدول ۳).

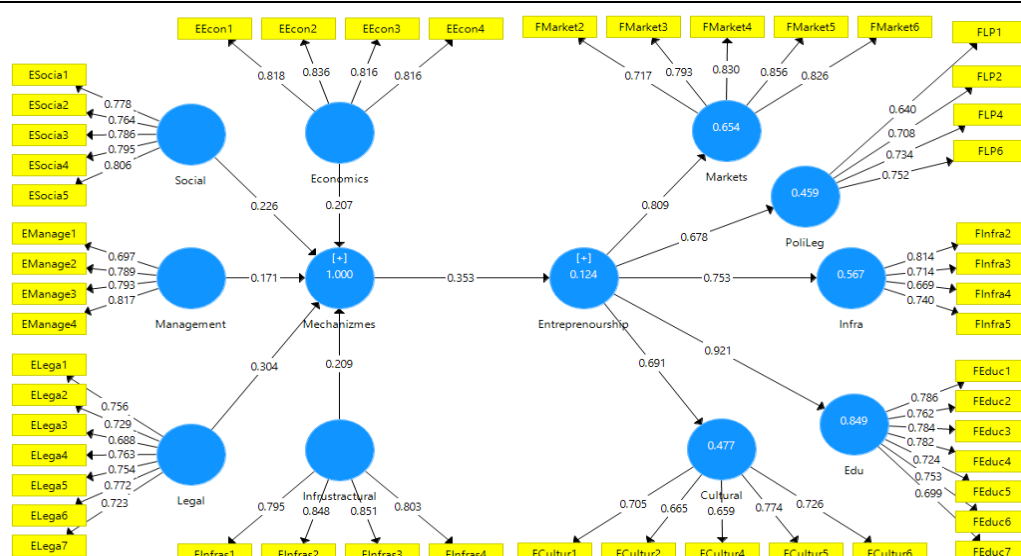
با توجه به مدل مفهومی تحقیق سمت دیگر این مدل به سازوکارهای توسعه کارآفرینی مربوط می‌شود که در این سمت نیز از میان ۲۴ نشانگری که برای سنجش هر گروه از مؤلفه‌های مدیریتی، قانونی و سیاستی، زیرساختی، اجتماعی و اقتصادی مورد استفاده قرار گرفتند، همه نشانگرها برای اندازه‌گیری عوامل مختلف تأثیرگذار بر سازوکارهای توسعه کارآفرینی مناسب تشخیص داده شده‌اند (شکل ۳). به عبارت دیگر بر اساس مقادیر بارهای عاملی (همه

جدول ۳- روایی و پایایی مدل اندازه‌گیری سازوکارهای مؤثر بر توسعه کارآفرینی

شاخص	نماد	متغیرها	میانگین	انحراف معیار	CV	بار عاملی	مقادیر t
مدیریتی (۰/۳۳۴) AVE = 0.601; PC=0.857	Emanage1	هدایت پروژه‌های مطالعاتی و تحقیقاتی در راستای شناسایی و اولویت‌بندی فرصت‌های کارآفرینانه	۳/۶۵	۱/۱۴۶	۰/۳۱۴	۰/۶۹۷	۱۳/۱۴۸
	Emanage2	تشویق کارآفرینان به توسعه کار خود در محیط روستا و برخورداری از مزیت‌های نسبی روستا	۳/۷۱	۱/۱۷۶	۰/۳۱۷	۰/۷۸۹	۲۵/۸۱۳
	Emanage3	راه‌اندازی مراکز تخصصی کارآفرینی روستایی برای مشاوره و راهنمایی در راستای شروع یک کسب‌وکار	۳/۲۷	۱/۳۴۴	۰/۴۱۱	۰/۷۹۳	۲۷/۶۱۵
	Emanage4	هدایت نهادهای محلی در راستای فراهم نمودن فضای مناسب برای فعالیت کسب‌وکارهای روستایی	۳/۵۹	۱/۲۰۴	۰/۳۳۶	۰/۸۱۷	۳۲/۳۳۹
قانونی و سیاستی (۰/۳۳۴) AVE = 0.550; PC=0.895	Elega1	قانون‌گذاری و سیاست‌گذاری در راستای بهبود و ایجاد زیرساخت‌های بازاریابی و بازاریارسانی	۳/۷۳	۱/۱۷۶	۰/۳۱۵	۰/۷۵۶	۲۴/۹۱۶
	Elega2	تشویق بیمه‌گزاران به ارائه خدمات بیمه‌ای متنوع برای کارآفرینان روستایی	۳/۸۶	۱/۱۷۷	۰/۳۰۵	۰/۷۲۹	۱۶/۴۳۹
	Elega3	تدوین سند و برنامه راهبردی و برنامه کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت در حوزه کارآفرینی روستایی	۳/۴۰	۱/۳۰۷	۰/۳۸۴	۰/۶۸۸	۱۷/۰۸۶
	Elega4	نظام‌مند نمودن و تدوین دستورالعمل‌ها و آئین‌نامه‌های مناسب برای حمایت از کارآفرینان	۳/۴۰	۱/۲۴۴	۰/۳۶۷	۰/۷۶۳	۲۲/۵۷۷
	Elega5	معرفی محصولات کارآفرینان روستایی از طریق بسترهای مجازی و غیرمجازی	۳/۸۱	۱/۲۱۰	۰/۳۱۸	۰/۷۵۴	۲۴/۶۷۴
	Elega6	ارائه حمایت‌ها و مشوق‌های مالیاتی و بیمه‌ای برای ترغیب سرمایه‌گذاری در محیط‌های روستایی	۳/۸۲	۱/۲۰۹	۰/۳۱۷	۰/۷۷۲	۲۳/۴۷۱
	Elega7	مشارکت دادن بخش خصوصی و جامعه مدنی در تدوین قوانینی و سیاست‌های کارآفرینی	۳/۴۴	۱/۲۴۰	۰/۳۶	۰/۷۲۳	۲۰/۷۹۳

تحلیل سازوکارهای توسعه کارآفرینی... / الهام قادری و همکاران

شاخص	نماد	متغیرها	میانگین	انحراف معیار	CV	بار عاملی	مقادیر t
زیرساختی (۰/۳۳۷) AVE = 0.542; PC=0.825	Einfras1	توسعه زیرساخت‌ها و امکانات اطلاعاتی و ارتباطی در روستاها نظیر تلفن، اینترنت و شبکه‌های بانکی	۳/۶۱	۱/۲۶۶	۰/۳۵۱	۰/۷۹۵	۲۲/۷۵۳
	Einfras2	توسعه زیرساخت‌های رفاهی در روستا	۳/۶۹	۱/۲۰۴	۰/۳۲۶	۰/۸۴۸	۴۱/۸۴۴
	Einfras3	توسعه زیرساخت‌های حمل‌ونقل	۳/۶۷	۱/۱۹۹	۰/۳۲۷	۰/۸۵۱	۳۶/۳۴۷
	Einfras4	فراهم‌سازی بسترهای و زیرساخت‌های بازاریابی	۳/۷۰	۱/۲۷۳	۰/۳۴۴	۰/۸۰۳	۳۰/۱۵۵
اجتماعی (۰/۳۶۷) AVE = 0.618; PC=0.890	Esocia1	برنامه‌ریزی در راستای ارتقای خودباوری و روحیه کارآفرینی با مشارکت دادن روستائیان	۳/۶۰	۱/۲۱۹	۰/۳۳۹	۰/۷۷۸	۲۱/۸۹۶
	Esocia2	فراهم نمودن زمینه مشارکت فعالانه زنان و دختران روستایی در حوزه کارآفرینی	۳/۵۶	۱/۲۵۵	۰/۳۵۲	۰/۷۶۴	۱۹/۷۵۶
	Esocia3	حمایت از توسعه فعالیت‌های جمعی و گروهی کارآفرینانه در محیط روستا	۳/۵۹	۱/۲۳۵	۰/۳۴۴	۰/۷۸۶	۲۴/۹۹۰
	Esocia4	برنامه‌ریزی در راستای توسعه نظام آموزش رسمی و غیررسمی در حوزه کارآفرینی روستایی	۳/۲۴	۱/۳۱۷	۰/۴۰۷	۰/۷۹۵	۲۲/۳۷۸
	Esocia5	ترویج فرهنگ کارآفرینی از طریق برگزاری جشنواره‌های سالیانه و معرفی کارآفرینان برتر	۳/۴۱	۱/۳۳۳	۰/۳۹۴	۰/۸۰۶	۳۲/۰۸۲
اقتصادی (۰/۳۵۴) AVE = 0.675; PC=0.892	Eecon1	حمایت از توسعه زنجیره‌های ارزش و تأمین محصولات کارآفرینان	۳/۷۳	۱/۲۷۵	۰/۳۴۱	۰/۸۱۸	۳۲/۷۹۷
	Eecon2	فراهم نمودن زمینه‌های بازاریابی و صادرات محصولات کارآفرینان روستایی	۳/۸۲	۱/۲۶۴	۰/۳۳۱	۰/۸۳۶	۳۳/۵۲۵
	Eecon3	الزام مؤسسات اعتباری و بانک‌ها به پرداخت بخشی از تسهیلات خود به کارآفرینان روستایی	۳/۴۲	۱/۳۸۸	۰/۴۰۶	۰/۸۱۶	۲۹/۶۲۶
	Eecon4	ارائه کمک‌ها و حمایت‌های گوناگون نظیر کاهش و یا حذف مالیات پرداختی کسب‌وکارهای نوپا	۳/۷۵	۱/۲۷۲	۰/۳۳۹	۰/۸۱۶	۳۰/۳۲۹



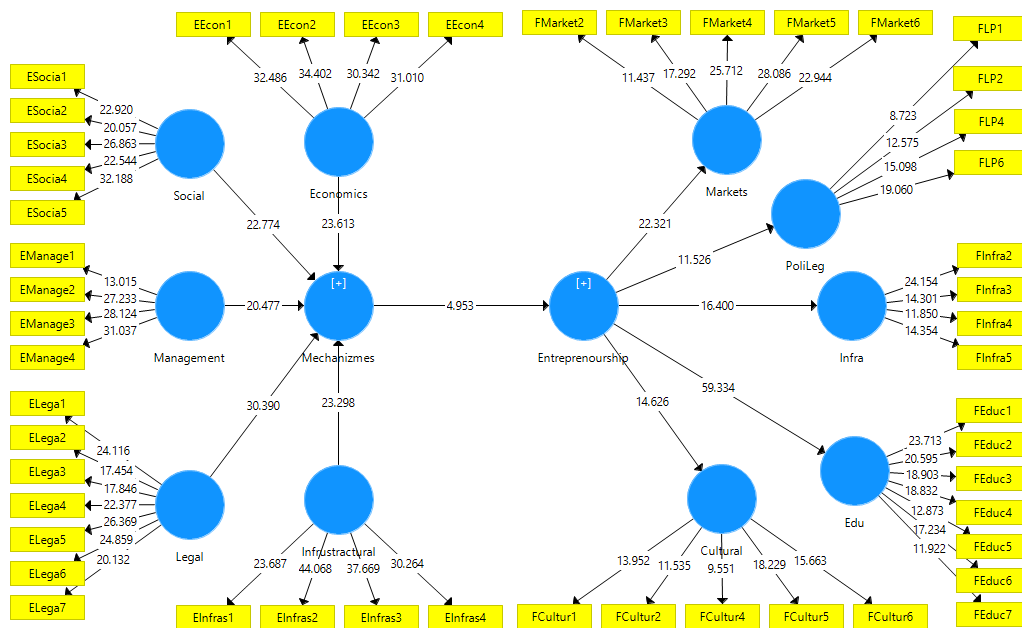
شکل ۳- مقادیر بارهای عاملی و ضرایب مسیر مدل سازوکارهای مؤثر بر توسعه کارآفرینی

گرفت. بر اساس نتایج (جدول ۴)، مدل ساختاری مورد پژوهش از برازندگی مناسب و کافی برخوردار است.

ارزیابی بخش ساختاری مدل: برای ارزیابی بخش ساختاری مدل لازم است معیارهای ضریب تبیین (R²) برای متغیرهای نهفته درون‌زا، شاخص پیش‌بین (Q²) و معنی‌داری ضرایب مسیر مورد بررسی قرار

جدول ۴- ارزیابی بخش ساختاری مدل توسعه کارآفرینی روستایی

نوع مدل	سازه	ضریب مسیر	مقدار t	P-Values	R ²	Q ²
انعکاسی	قوانین و سیاست‌ها	۰/۶۷۸	۱۰/۲۸۲	۰/۰۰۰	۰/۴۵۹	۰/۲۱۲
	زیرساخت‌ها	۰/۷۵۳	۱۶/۱۹۴	۰/۰۰۰	۰/۵۶۷	۰/۲۸۰
	عوامل فرهنگی	۰/۶۹۱	۱۴/۲۰۰	۰/۰۰۰	۰/۴۷۷	۰/۲۱۱
	نظام آموزشی	۰/۹۲۱	۵۷/۱۹۹	۰/۰۰۰	۰/۸۴۹	۰/۴۵۱
	بازار	۰/۸۰۹	۲۲/۹۶۵	۰/۰۰۰	۰/۶۵۴	۰/۳۹۴
سازنده	مدیریتی	۰/۱۷۱	۲۰/۴۷۷	۰/۰۰۰		
	قانونی و سیاستی	۰/۳۰۴	۳۱/۷۴۳	۰/۰۰۰		
	زیرساختی	۰/۲۰۹	۲۴/۱۱۹	۰/۰۰۰	۱/۰۰	-
	اجتماعی	۰/۲۲۶	۲۱/۷۱۹	۰/۰۰۰		
	اقتصادی	۰/۲۰۷	۲۳/۶۳۲	۰/۰۰۰		



شکل ۴- مقادیر آماره t مدل سازوکارهای مؤثر بر توسعه کارآفرینی

اصلی سازوکارها و مؤلفه‌های توسعه کارآفرینی است. بر اساس ضرایب مسیر (شکل ۳) از میان سازوکارهای مختلف توسعه کارآفرینی روستایی در حال حاضر سازوکارهای قانونی و سیاستی (با ضریب مسیر

پس از ارزیابی برازندگی مدل ارائه شده می‌توان به تفسیر نتایج این مدل پرداخت. همان‌گونه که از مدل مفهومی و نهایی تحقیق مشخص است، به‌طورکلی مدل سازوکارهای توسعه کارآفرینی شامل دو بخش

زیرساخت‌ها، نشانگر توسعه شبکه راه‌ها و جاده‌های مناسب برای تسهیل ارتباطات (با بار عاملی ۰/۸۱۴)، در مؤلفه فرهنگی نشانگر وجود فرهنگ کار گروهی، تیمی و مشارکتی در بین اهالی روستا (با بار عاملی ۰/۷۷۴) و در نهایت در میان نشانگرهای قانونی و سیاستی نیز حمایت‌های تسهیلاتی و یارانه‌ای برای راه‌اندازی کسب‌وکار (با بار عاملی ۰/۷۵۲)، از جمله نشانگرهایی بوده‌اند که بیشترین مقدار واریانس آنها تبیین شده است. می‌توان این گونه نتیجه‌گیری نمود که به عنوان مثال از میان سازوکارهای تعریف شده، سازوکارهای قانونی بیشترین تأثیر را به ترتیب بر جنبه‌های آموزشی و پس از آن بازاری توسعه کارآفرینی روستایی خواهند داشت و الی آخر.

بحث، نتیجه‌گیری و پیشنهادها

تحقیق حاضر که با هدف تحلیل سازوکارهای مؤثر بر توسعه کارآفرینی در شهرستان زیرکوه انجام شد، نشان داد که از میان سازوکارهای مختلف توسعه کارآفرینی روستایی در حال حاضر سازوکارهای قانونی بیشترین تأثیر را بر توسعه کارآفرینی دارا هستند. پس از این سازوکارها به ترتیب سازوکارهای اجتماعی، زیرساختی، اقتصادی و در نهایت مدیریتی قرار دارند. در میان سازوکارهای قانونی و سیاستی، ارائه حمایت‌ها و مشوق‌های مالیاتی و بیمه‌ای برای ترغیب سرمایه‌گذاری در محیط‌های روستایی و نظاممند نمودن و تدوین دستورالعمل‌ها و آئین‌نامه‌های مناسب در راستای حمایت از کارآفرینان روستایی مهم‌ترین سازوکار بود، این نتیجه با نتیجه تحقیق علیزاده و همکاران (۱۳۹۹) همسو است، آنها نیز ارائه حمایت‌های مالی همچون اتخاذ تدابیر لازم برای آموزش در زمینه تجاری‌سازی و نیز ایجاد شرایط مناسب برای استفاده از تسهیلات بانکی را جهت توسعه کسب‌وکارها مورد تأکید قرار دادند. در میان

بیشترین تأثیر را بر توسعه کارآفرینی دارا هستند. پس از این سازوکارها به ترتیب سازوکارهای اجتماعی، زیرساختی، اقتصادی و در نهایت مدیریتی قرار دارند که ضرایب مسیر مربوط به هر یک از آنها نیز به ترتیب عبارت است از ۰/۲۲۶، ۰/۲۰۹، ۰/۲۰۷ و ۰/۱۷۱. البته نباید این نکته را نیز از نظر دور داشت که این سازوکارها به تنهایی تنها قادرند بخش کوچکی از واریانس توسعه کارآفرینی را تبیین کنند (بیش از ۱۲ درصد). این خود بدان مفهوم است که موضوع توسعه کارآفرینی به‌ویژه در محیط روستایی، موضوعی پیچیده است که توسعه آن مستلزم لحاظ نمودن متغیرها و عوامل مختلف و گوناگونی است که در این مطالعه شناسایی و مورد توجه قرار نگرفته‌اند.

بخش دیگر مدل توسعه کارآفرینی اختصاص به مهم‌ترین مؤلفه‌های توسعه کارآفرینی دارد. از میان مؤلفه‌های مختلف نشان‌دهنده وضعیت توسعه کارآفرینی، به ترتیب اولویت بیشترین واریانس مربوط به زیرمؤلفه‌های نظام آموزشی (با ضریب مسیر ۰/۹۲۱)، بازار (با ضریب مسیر ۰/۸۰۹)، زیرساخت‌ها (با ضریب مسیر ۰/۷۵۳)، عوامل فرهنگی (با ضریب مسیر ۰/۶۹۱) و قوانین و سیاست‌ها (با ضریب مسیر ۰/۶۷۸) بوده است. بر این اساس، سازوکارهای شناسایی و تعریف شده در این مطالعه بیش از هر چیز قادرند این ابعاد از توسعه کارآفرینی، یعنی به ترتیب ابعاد آموزشی، بازاری، زیرساختی، فرهنگی و در نهایت قانونی و سیاستی را تحت تأثیر خود قرار دهند. لازم به توضیح است که از میان نشانگرهای مختلف تعریف شده برای تعیین وضعیت توسعه‌یافتگی کارآفرینی در جامعه مورد مطالعه، در نظام آموزشی نشانگر برگزاری دوره‌های آموزشی مهارت‌افزایی و کارآفرینی در روستاها (با بار عاملی ۰/۷۸۶)، در مؤلفه بازار، نشانگر داشتن اطلاعات جامع و کامل از بازار و نیازهای مشتری (با بار عاملی ۰/۸۵۶)، در مؤلفه

توسعه کارآفرینی در نواحی روستایی نیز شناسایی شوند که عبارت بودند از: نظام آموزشی، بازار، زیرساخت‌ها، عوامل فرهنگی و قوانین و سیاست‌ها. در هر یک از این مؤلفه‌ها برخی نشانگرها از اهمیت بیشتری برخوردار هستند. به عنوان نمونه در نظام آموزشی برگزاری دوره‌های آموزشی مهارت‌افزایی و کارآفرینی در روستاها، نشانگری مهم برای توسعه‌یافتگی کارآفرینی روستایی است. چرا که برگزاری این دوره‌ها ضمن افزایش مهارت افراد و افزایش تخصص باعث ایجاد روحیه کارآفرینی در سایر افراد نیز خواهد شد. آموزش کارآفرینی و موضوعات مربوط به آن سبب افزایش دانش، مهارت و توانایی انسان‌ها شده آنها را نوآور و خلاق به بار می‌آورد. (Aladejebi, 2018) نیز در مطالعه خود به ضرورت امر آموزش بسیار تأکید کرده است. در خصوص منطقه مورد مطالعه با توجه به این که اکثر وام‌گیرندگان مشاغلی همچون پرورش زنبور عسل، پرورش گوسفند و قالی‌بافی راه‌اندازی کرده‌اند، آموزش آنها و افزایش مهارت ایشان باعث توسعه کسب‌وکار و انگیزه بیشتر برای ادامه کار خواهد شد. در مؤلفه بازار، نشانگر داشتن اطلاعات جامع و کامل از بازار و نیازهای مشتری، از جمله نشانگرهای توسعه کارآفرینی شناسایی شدند. اگر افراد اطلاع درستی از بازار داشته باشند، امکان دسترسی به بازار مناسب و عرضه محصولاتشان فراهم خواهد شد. در واقع قابلیت‌های بازاریابی فرآیندهای یکپارچه و منسجمی هستند که برای اعمال مهارت‌های جمعی، دانشی و منابع طراحی شده و باعث شناسایی نیازهای بازار می‌شوند، کارآفرینان لازم است با شناخت کامل از بازار و توسعه شبکه‌های بازاریابی، امکان توسعه کار خود را فراهم سازند. این نتیجه با نتایج تحقیقات پیشین (حسینی و همکاران، ۱۳۹۹؛ Arranz et al, 2019) مطابقت دارد. آنها نیز تأکید داشتند که پایین‌بودن سطح دانش در خصوص بازارهای کسب‌وکار از مهم‌ترین موانع ایجاد و توسعه کارآفرینی روستایی است. لذا، شناخت کامل بازار و توسعه شبکه

سازوکارهای اجتماعی ترویج فرهنگ کارآفرینی از طریق برگزاری جشنواره‌های سالیانه و معرفی کارآفرینان برتر روستایی و برنامه‌ریزی در راستای توسعه نظام آموزش رسمی و غیررسمی در حوزه کارآفرینی روستایی، مؤثرترین سازوکارها برای توسعه کارآفرینی روستایی هستند. جشنواره‌ها فرصتی مناسب برای تکریم و ترغیب کارآفرینان بوده، باعث بهبود روحیه نوآوری و کارآفرینی در افراد می‌شوند. این یافته، مورد تأکید انتظاری (۱۳۹۸) نیز بوده است. بر اساس یافته‌های این تحقیق بهبود و توسعه زیرساخت‌ها نیز برای توسعه کارآفرینی باید در اولویت قرار گیرند. از جمله این سازوکارها می‌توان به توسعه زیرساخت‌های حمل و نقل و رفاهی در روستا اشاره نمود. بدون شک توسعه این قبیل امکانات باعث ماندگاری بیشتر جوانان در روستا و توسعه هر چه بیشتر کارآفرینی خواهد شد. چرا که توسعه زیرساخت‌های حمل و نقل امکان ارتباط کارآفرینان با سایر نقاط را افزایش داده و باعث افزایش امکان صادرات محصولات تولیدی به سایر نقاط می‌شود. بر این اساس، توسعه شبکه راه‌های مواصلاتی اعم از آزادراه‌ها، بزرگراه‌ها، راه‌آهن و غیره در راستای توسعه کسب‌وکارها لازم و ضروری است. یکی از مهم‌ترین شاخصه‌های توسعه‌یافتگی کارآفرینی در منطقه، وجود شبکه حمل و نقل و جاده‌های ایمن و مناسب برای دسترسی و ارتباط با سایر مراکز مهم است. این یافته در دیگر مطالعات از جمله (Adewumi, 2020؛ شریف‌زاده و همکاران، ۱۳۹۵؛ لنتظاری، ۱۳۹۸؛ حیدری، ۱۴۰۰) نیز مورد تأکید بوده است.

گذشته از موضوع سازوکارهای توسعه کارآفرینی، شناخت وضع موجود توسعه‌یافتگی کارآفرینی در نواحی روستایی حایز اهمیت بوده خود مستلزم ارائه چارچوبی یا معیارهایی برای این منظور است. در این تحقیق سعی شد مهم‌ترین مؤلفه‌های و نشانگرهای

ج) بروکراسی یا فرآیند اداری سهل برای کارآفرینی، به ویژه نوع روستایی آن، یک ضرورت انکار ناپذیر است. لذا، پیشنهاد می‌گردد با از میان برداشتن بروکراسی‌های اداری و تسهیل روند ایجاد کسب‌وکارها امکان توسعه کارآفرینی فراهم گردد. در این میان راه‌اندازی سامانه یکپارچه مجوزدهی راهی برای کاهش بروکراسی‌های اداری است. وضعیت فعلی به شکلی است که مراحل دریافت مجوز، کند، انحصاری و نیازمند امضاهای طولانی است که سامانه یکپارچه می‌تواند این مشکلات را تا حدود زیادی مرتفع کند.

د) ارائه حمایت‌ها و مشوق‌های مالیاتی و بیمه‌ای برای ترغیب سرمایه‌گذاری در محیط‌های روستایی از جمله مهم‌ترین سازوکارهای قانونی و سیاستی برای توسعه کارآفرینی روستایی است. به همین منظور، پیشنهاد می‌شود، دولت از طریق اهرم‌های مختلف خود نظیر سازمان بیمه تأمین اجتماعی، در این زمینه با کارآفرینان همکاری نموده، با تسهیل زمینه تحت پوشش درآوردن رایگان کارآفرینان شهرستان و حمایت از آن‌ها، انگیزه کارآفرینی را در آنان پرورش دهد.

ه) ترویج فرهنگ کارآفرینی با برگزاری جشنواره‌های سالیانه و معرفی کارآفرینان برتر روستایی و برنامه‌ریزی در راستای توسعه نظام آموزش رسمی از جمله دیگر سازوکارهای توسعه کارآفرینی روستایی است. دولت و سایر تشکل‌های مردم‌نهاد یا سازمان‌های خصوصی و غیردولتی می‌توانند با برگزاری نمایشگاه‌ها و جشنواره‌های مختلف در شهرستان زیرکوه، امکان معرفی کارآفرینان این شهرستان را بیش از گذشته فراهم نموده، از این طریق زمینه توسعه هر چه بیشتر فرهنگ کارآفرینی در این شهرستان را فراهم نمایند.

بازار، راه‌حلی اساسی برای توسعه کارآفرینی روستایی می‌باشد. از نظر زیرساختی توسعه کارآفرینی روستایی مستلزم توسعه شبکه راه‌های ارتباطی است. توسعه راه‌ها امکان ارتباط افراد با مراکز و سایر شهرستان‌ها را فراهم کرده، در نتیجه به آسانی قادر خواهد بود کار تولیدی خود را پیش ببرد و در نهایت محصول تولیدی خود را به بازار عرضه نماید. درخصوص منطقه مورد مطالعه، شناخت پتانسیل‌های رشد بازارچه مرزی یزدان و شناخت و آگاهی از نیاز مشتریان می‌تواند باعث ایجاد سود و درآمد برای افراد کارآفرین در منطقه شود و قادر خواهند بود با ایجاد ارتباط با استان‌های همجوار از جمله سیستان و بلوچستان و خراسان رضوی بازار محصولات خود را گسترش دهند.

در نهایت می‌توان پیشنهاد‌های زیر که برگرفته از یافته‌های این پژوهش است را به عنوان مهم‌ترین سازوکارهای توسعه کارآفرینی روستایی ارائه داد:

الف) باتوجه به این که دوره‌های آموزشی از مهم‌ترین اهرم‌های موفقیت در هر حوزه‌ای می‌باشد، پیشنهاد می‌شود، با برگزاری دوره‌های آموزشی توسط نهادهای مربوطه از قبیل جهاد کشاورزی، بهزیستی، کمیته امداد و اداره تعاون، کار و رفاه اجتماعی، امکان استفاده از فناوری‌های نوین برای کارآفرینان این شهرستان فراهم شود، چرا که یکی از مشکلات کارآفرینان در این شهرستان عدم دانش و آگاهی در خصوص فناوری‌های نوین است.

ب) توسعه شبکه جاده‌ای می‌تواند به تسهیل ارتباطات و توسعه کارآفرینی کمک نماید. بنابراین، پیشنهاد می‌شود تا با ایجاد و توسعه شبکه‌های ارتباطی موجود مبادلات کارآفرینان روستایی با سایر نقاط تسهیل و تسریع شده و زمینه‌های لازم برای توسعه شبکه بازاریابی و بازاریابی نیز فراهم شود.

منابع

- بخش شمال شهرستان بوئین زهرا. پژوهش‌های روستایی، ۴(۴): ۷۱۵-۷۴۸.
- علیزاده، ح.، سالارزهی، ح. ا و پورانجنار، گ. ۱۳۹۹. شناسایی و اولویت‌بندی راهبردهای توسعه کارآفرینی و تجاری‌سازی زعفران مناطق روستایی استان خراسان جنوبی. زراعت و فناوری زعفران، ۸(۴): ۵۷۵-۵۹۷.
- مبارکی، م. ح.، رضوانی، م.، بدالهی فارسی، ج و طغرای، م. ت. ۱۳۹۵. طراحی و تبیین مدل مفهومی آمیخته بازاریابی کارآفرینانه در کسب‌وکارهای خلاق هنری: مورد مطالعه صنایع خلاق. نشریه تحقیقات بازاریابی نوین، ۶(۳): ۳۷-۵۲.
- محمدزاده، ع. ۱۴۰۰. سند توسعه شهرستان زیرکوه. استانداری خراسان رضوی، دفتر امور روستاها و شوراها.
- محمدی یگانه، ب.، عینالی، ج و بیگدلی، ا. ۱۳۹۸. نقش کارآفرینی در توسعه مناطق روستایی با تأکید بر گردشگری (مورد: دهستان حصار ولیعصر شهرستان آوج). برنامه‌ریزی منطقه‌ای ۶(۲۱): ۲۰۴-۱۹۳.
- مومنی هلالی، ه.، صدیقی، ح.، چیدری، م و عباسی، ع. ۱۳۹۸. تحلیل وضعیت اکوسیستم کارآفرینی مؤثر بر توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه روستایی، بینش‌هایی از یک پیمایش در میان شالیکاران چندکاره حوضه آبریز دشت هراز. علوم ترویج و آموزش کشاورزی ایران، ۱۵(۲): ۱۶۷-۱۸۶.
- Adewumi, S. A., and Keyser, E. 2020. Challenges and prospects of rural entrepreneurship: a discourse analysis of selected local government areas of Osun state, Nigeria. *International Journal of Business and Management Studies*, 12(2): 544-560.
- Aggarwal, A. K. 2018. Aggarwal, A. K., Micro and Small Village Enterprises (MSVEs) – An Alternative Paradigm for Cooperation and Development (May 23, 2018). Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3183681> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3183681>.
- Arranz, N., Arroyabe, M. F., and Fdez. de Arroyabe, J. C. 2019. Entrepreneurial انتظاری، ی. ۱۳۹۸. الزامات توسعه اکوسیستم کارآفرینی دانشگاه بنیان در ایران. فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی، ۲۵(۱): ۱-۲۵.
- براتی، ع. ا.، مرادی، م.، ژولیده، م و سهرابی ملایوسف، ع. ۱۴۰۰. تحلیل وضعیت فقر چندبعدی در جوامع روستایی ایران. پژوهش‌های روستایی، ۱۲(۱): ۶۱-۴۴.
- پاداش، ح. ۱۳۹۶. مکانیسم‌های توسعه کارآفرینی نوپا در ایران در چارچوب گفتمان اقتصاد مقاومتی. پژوهش‌نامه انتقادی متون و برنامه‌های علوم انسانی، ۱۶(ویژه نامه اقتصاد مقاومتی)، ۲۷-۱.
- تقی‌نژاد، پ.، نادری، ع. ا و سیف نراقی، م. ۱۴۰۰. بررسی مفهوم کارآفرینی در آموزش عالی کشور: مروری نظام‌مند بر مقالات پژوهشی آموزش کارآفرینی با رویکرد تحلیل مضمونی. فناوری آموزش (فناوری و آموزش)، ۱۵(۳): ۵۶۶-۵۵۵.
- حسینی، س. م.، منشی‌زاده، ر. ا.، رضویان، م. ت و مرید سادات، پ. ۱۳۹۹. بررسی موانع توسعه پایدار اقتصادی سکونتگاه‌های روستایی با رویکرد کارآفرینی (مطالعه موردی: شهرستان کیار-استان چهارمحال و بختیاری). فصلنامه علمی و پژوهشی نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی، ۱۲(۱): ۶۲-۴۱.
- حیدری، م.، بدیع‌زاده، ع و حیدرزاده، ک. ۱۴۰۰. شناسایی و اولویت‌بندی ابعاد توسعه اکوسیستم کارآفرینی در استان‌های مرزی ایران. فصلنامه مدیریت توسعه و تحول، ۱۲(۴۶): ۱۳۲-۱۱۷.
- رحمانی فضلی، ع.، عزیزپور، ف و شامانیان، م. ۱۳۹۸. تحلیل ظرفیت‌های توسعه کارآفرینی در ناحیه روستایی دامغان. فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، ۲(۱۸): ۱۵-۱۳۳.
- شهبازی، ح. ر. ۱۴۰۱. کار آفرینی کشاورزی راهبردی در توسعه پایدار روستایی. جغرافیا و روابط انسانی، ۵(۲): ۲۴۳-۲۴۸.
- فراهانی، ح و حاجی حسینی، س. ۱۳۹۲. ارزیابی ظرفیت‌های نواحی روستایی جهت توسعه کارآفرینی و توانمندسازی روستاییان مطالعه موردی: روستاهای

- Scandinavian Journal of Management, 37 (1): 101-141.
- Kang, H. 2021. Sample size determination and power analysis using the G*Power software. *J Educ Eval Health Prof*, 18:1-12.
- Kusio, T., Kudelko, J., Borges, A., Delic, A., and Stroila, I. 2022. Are there any differences in rural development challenges within European countries? Social and economic contexts from EU rural leaders. *International Food and Agribusiness Management Review*, 25(5), 737-756.
- López, M., Cazorla, A., and Panta, M. D. P. 2019. Rural entrepreneurship strategies: Empirical experience in the Northern Sub-Plateau of Spain. *Sustainability*, 11(5):1243.
- Lordkipanidze, M., Brezet, H., and Backman, M. 2005. The entrepreneurship factor in sustainable tourism development. *Journal of Cleaner Production*, 13(8): 787-798.
- Paul, M., & Sharma, A. 2013. Entrepreneurship as a tool for rural development. *Global Journal of Management and Business Studies*, 3(3): 319-322.
- Rezaei-Moghaddam, K., and Izadi, H. 2019. Entrepreneurship in small agricultural quick-impact enterprises in Iran: Development of an index, effective factors and obstacles. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9: 1-21.
- Senou, M. M., and Manda, J. 2022. Access to finance and rural youth entrepreneurship in Benin: Is there a gender gap? *African Development Review*, 34(1): 29-41.
- Stam, E., and Van de Ven, A. 2021. Entrepreneurial ecosystem elements. *Small Business Economics*, 56(2): 809-832.
- Supekar, S., and Dhage, S. K. 2022. Rural Entrepreneurship through Khadi and Village Industries. *SEDME (Small Enterprises Development, Management and Extension Journal)*, 49(3): 219-226.
- Syam, H., Akib, H., Patonangi, A. A., and Guntur, M. 2018. Principal entrepreneurship competence based on creativity and innovation in the context of intention and obstacles of undergraduate students: the case of the universities of Andalusia. *Studies in Higher Education*, 44(11): 2011-2024.
- Ariffin, A. S., Baqutayan, S. M. S., and Mahdzir, A. M. 2020. Enhancing women entrepreneurship development framework: Policy & institution gap and challenges in the case of Malaysia. *Journal of Science, Technology and Innovation Policy*, 6(2): 22-33.
- Aladejebi, O. 2018. The effect of entrepreneurship education on entrepreneurial intention among tertiary institutions in Nigeria. *Journal of Small Business and Entrepreneurship Development*, 5(2): 1-14.
- Barati, A. A., Zhooldideh, M., Moradi, M., Sohrabi Mollayousef, E., and Fürst, C. 2022. Multidimensional poverty and livelihood strategies in rural Iran. *Environment, Development and Sustainability*, 24(11): 12963-12993.
- Barinova, V. A., Zemtsov, S. P., and Tsareva, Y. V. 2018. Entrepreneurship and institutions: Does the relationship exist at the regional level in Russia. *Voprosy Ekonomiki*, 6: 92-116.
- Chen, S. C., Hsiao, H. C., Chang, J. C., Chou, C. M., Chen, C. P., and Shen, C. H. 2015. Can the entrepreneurship course improve the entrepreneurial intentions of students?. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11(3): 557-569.
- Cheng, Y., and Zheng, D. 2023. Does the Digital Economy Promote Coordinated Urban-Rural Development? Evidence from China. *Sustainability*, 15(6): 5460.
- Darnihamedani, P., Block, J. H., Hessels, J., and Simonyan, A. 2018. Taxes, start-up costs, and innovative entrepreneurship. *Small Business Economics*, 51(2): 355-369.
- Iancu, A., Popescu, L., and Popescu, V. 2021. Factors influencing social entrepreneurship intentions in Romania. *Economic Research*, 34(1): 1190-1201.
- Leunbach, D. 2021. Entrepreneurship as a family resemblance concept: A Wittgensteinian approach to the problem of defining entrepreneurship.

of entrepreneurship in saint petersburg and leningrad oblast: assessments and projections. International Journal of Civil Engineering and Technology, 9(10): 1149-1157.

learning organizations in Indonesia. Journal of Entrepreneurship Education, 21(3): 1-13.
Yaluner, E. V., Levitina, I. Y., Vetrenko, P. P., Chernysheva, E. A., and Voronkova, O. V. 2018. Infrastructure for the support