

روستا و توسعه، سال ۲۲، شماره ۸۵، بهار ۱۳۹۸

تحلیل عوامل مؤثر بر تمایل مالکان کسب و کارهای روستایی به توسعه فعالیت اقتصادی در روستا

حجت ورمزیاری^۱، بابک ایمانی^۲، جمشید اقبالی^۳

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۱۱/۲۷ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۹/۸

چکیده

بیکاری از مشکلات اساسی کشور به ویژه در مناطق روستایی است. کسب و کارهای روستایی نقشی مهم در کاهش بیکاری و مهاجرت روستایی و به طور کلی، در توسعه پایدار روستایی دارد. در این راستا، هدف مطالعه حاضر تحلیل عوامل مؤثر بر تمایل مالکان کسب و کارهای روستایی غیرکشاورزی شهرستان ملکان برای توسعه فعالیت اقتصادی در روستا بود. پژوهش حاضر از نظر ماهیت جزو تحقیقات کمی و از نظر هدف، کاربردی و همچنین، از نظر میزان کنترل متغیرها، غیرآزمایشی و از نظر گردآوری داده‌ها، پیمایشی و از لحاظ شیوه تحلیل داده‌ها نیز از نوع تحقیقات علی بود. جامعه آماری تحقیق ۱۲۰ نفر از مالکان کسب و کارهای روستایی شهرستان ملکان بودند. برای جمع‌آوری داده‌ها، از پرسشنامه استفاده شد که روایی آن توسط پانل متخصصان و پایایی آن از طریق ضریب آلفای کرونباخ تأیید شد. نتایج تحلیل تشخیصی نشان داد که متغیرهای تاب‌آوری مالک کسب و کار، دلبستگی به روستا، سرمایه اجتماعی، تاب‌آوری طول عمر کسب و کار و رضایت‌مندی از خدمات کسب و کار بیشترین تأثیر را بر تمایل مالکان کسب و کارهای روستایی برای توسعه فعالیت اقتصادی خود در روستا دارند.

کلیدواژه‌ها: تاب‌آوری، توسعه، کسب و کار روستایی، ملکان (شهرستان).

- ۱- نویسنده مسئول و استادیار توسعه کشاورزی، دانشگاه تهران، پردیس کشاورزی و منابع طبیعی کرج، دانشکده اقتصاد کشاورزی و توسعه، گروه مدیریت و توسعه کشاورزی (varmazari@ut.ac.ir).
- ۲- دانش‌آموخته کارشناسی ارشد توسعه روستایی، دانشگاه تهران، پردیس کشاورزی و منابع طبیعی کرج، گروه مدیریت و توسعه کشاورزی.
- ۳- دانشجوی دکتری توسعه کشاورزی، دانشگاه تهران، پردیس کشاورزی و منابع طبیعی کرج، گروه مدیریت و توسعه کشاورزی.

مقدمه

یکی از مشکلات اصلی کشورهای در حال توسعه، بیکاری و مهاجرت‌های روستا-شهری است. در این خصوص، یکی از اهداف کلان توسعه در اغلب کشورها کاهش بیکاری و توسعه فعالیت‌های شغلی است. امروزه، بحث اشتغال صرفاً یک بحث اقتصادی مربوط به یک کشور خاص نیست؛ بلکه تقریباً تمامی جوامع با معضل بیکاری دست به گریبان هستند و ابعاد این معضل، تمامی بخش‌ها از جمله امور اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و حتی سیاسی و امنیتی را نیز متأثر ساخته است.

بر اساس گزارش سازمان توسعه صنعتی سازمان ملل متحد (UNIDO)^۱، کسب‌وکارهای کوچک و متوسط (SMEs)^۲ نقشی بسیار مهم در ایجاد اشتغال و کاهش فقر دارند (۲۶). به علت بالا بودن عرضه نیروی کار و فصلی بودن فعالیت‌های کشاورزی، همواره نوعی بیکاری پنهان در طول دوره فعالیت کشاورزی و بیکاری فصلی در روستاها وجود دارد. بنابراین، با ایجاد و توسعه بنگاه‌های کوچک و متوسط در بخش‌های کشاورزی، صنعت و خدمات در مناطق روستایی، می‌توان برای روستاییان به ویژه دانش‌آموختگان و جوانان، اشتغال مولد و دائم ایجاد کرد (۱۵).

توسعه فعالیت‌های اقتصادی در مناطق روستایی نیازمند راهبردهای مشوق توسعه کارآفرینی، مؤسسات اجرایی تأثیرگذار و تواناسازی سیاست‌های محیطی است. از آنجا که بیشتر فعالیت‌های اقتصادی در نواحی روستایی به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم با کشاورزی و منابع طبیعی در ارتباط است، افزایش ارتباطات بین کسب‌وکارهای کشاورزی و غیرکشاورزی ضرورت دارد.

اکثر صاحب‌نظران توسعه روستایی معتقدند که در راهبردهای توسعه روستایی، باید به تنوع بخشی اقتصاد روستایی توجه شود. با ایجاد و توسعه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، زمینه برای تنوع بخشی اقتصاد روستایی هموار می‌شود. تنوع بخشی اقتصاد روستایی با القا از بیرون محقق نمی‌شود، مگر آنکه خود مالکان و کارآفرینان کسب‌وکارهای روستایی به شناسایی فرصت‌ها و منابع بالقوه و بالفعل بپردازند و با استفاده بهینه از آنها، تنوع اشتغال و اقتصاد را برای محیط‌های روستایی به ارمغان بیاورند (۳).

1. United Nations Industrial Development Organization
2. Small and Medium-sized Enterprises

توان بالای شهرستان ملکان در تولید محصولات کشاورزی، بستری مناسب را برای توسعه فعالیت‌های غیرکشاورزی به‌ویژه در زمینه صنایع تبدیلی و تکمیلی فراهم کرده، به‌گونه‌ای که در سال ۱۳۹۲، این شهرستان ۶۵ درصد تولید استان و هفت درصد تولید کشوری انگور را به خود اختصاص داده است. هرچند، شهرستان ملکان با وجود اینکه مقام اول تولید انگور استان را داراست و قطب تولید این محصول در آذربایجان شرقی به‌شمار می‌آید، ولی اکثر محصولات تولیدی کشاورزی این شهرستان به‌صورت محصولات خام و با قیمت پایین به خارج از منطقه صادر می‌شود. در سال ۱۳۹۲، سهم شهرستان ملکان از کارگاه‌های صنعتی استان آذربایجان شرقی تنها ۰/۴۲ درصد و از تعداد شاغلان کارگاه‌های صنعتی این استان ۰/۲۶ درصد بوده است؛ این در حالی است که شهرستان ملکان توان بالایی در خصوص گسترش صنایع تبدیلی و تکمیلی دارد و با توجه به موقعیت جغرافیایی و نزدیکی به کشورهای همسایه و قرار گرفتن در مسیر راه‌های مواصلاتی عمده، می‌تواند مرکزی برای صادرات محصولات کشاورزی و توسعه صنایع تبدیلی باشد. کمبود واحدهای صنایع تبدیلی و فرآوری محصولات باغی و عدم وجود کشتارگاه‌های صنعتی دام و طیور از جمله چالش‌های این شهرستان به‌شمار می‌آید (۲).

با وجود اهمیت تنوع‌بخشی مزرعه و توسعه فعالیت‌های غیرکشاورزی در اقتصاد روستایی و به‌ویژه قابلیت شهرستان ملکان برای توسعه این فعالیت‌ها از یک سو و چالش‌های موجود در این زمینه از سوی دیگر، مطالعه‌ای به منظور شناسایی عوامل اثرگذار بر تمایل فعالان اقتصاد غیرکشاورزی در روستاها برای توسعه فعالیت اقتصادی خود منتشر نشده است. در این راستا، تحقیق حاضر در پی یافتن پاسخ این سؤال است که «چه عواملی در تمایل مالکان کسب و کارهای روستایی غیرکشاورزی شهرستان ملکان برای توسعه فعالیت اقتصادی در نواحی روستایی مؤثرند؟». شایان ذکر است که برخی از پژوهشگران اقتصاد غیرکشاورزی را شامل همه فعالیت‌های اقتصادی به‌جز تولید محصولات کشاورزی اولیه دانسته‌اند. اقتصاد غیرکشاورزی شامل معدن‌کاوی، صنعت، حمل‌ونقل، ساختمان، بازرگانی، خدمات عمومی (آب، برق، تلفن و ...) و دامنه‌ای گسترده از خدمات مالی، پرسنلی و دولتی است. فرآوری محصولات کشاورزی و تبدیل آنها از طریق آسیاب، بسته‌بندی، افزودن حجم‌دهنده‌ها یا حمل‌ونقل، مؤلفه کلیدی اقتصاد روستایی غیرکشاورزی را شکل می‌دهند.

در چنین فضایی، شناسایی عوامل مؤثر بر تمایل مالکان کسب و کارهای روستایی غیرکشاورزی شهرستان ملکان برای توسعه فعالیت اقتصادی خود، می‌تواند به سیاست‌گذاران در تدوین برنامه‌های مناسب، به منظور تقویت و تشویق بخش غیردولتی در توسعه و تنوع‌بخشی به اقتصاد روستا و رشد اشتغال و ارزش افزوده روستایی بسیار کمک کند. جلب سرمایه‌های این افراد در فضایی که دولت‌ها معمولاً با کمبود منابع مالی مواجه‌اند، می‌تواند در توسعه مشاغل روستایی مؤثر باشد.

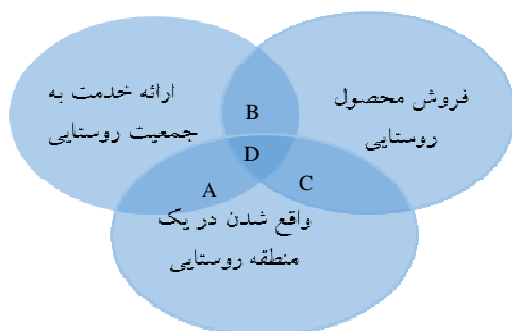
شایان یادآوری است که در این حوزه، چندان مطالعاتی منتشر نشده است و اغلب مطالعات مشابه نیز علی‌رغم تحلیل عوامل مؤثر بر موفقیت و عملکرد کسب و کارها و موانع توسعه آنها، به تحلیل عوامل مؤثر بر تمایل مالکان کسب و کارها برای توسعه سرمایه‌گذاری اقتصادی پرداخته‌اند، که از آن جمله‌اند: آیالا کالوو و مانزانو گارسیا (۱)، گروتائرت و ون باستلار (۸)، حسینی‌نیا و همکاران (۹)، کارپاک و تاپکو (۱۰)، مقیمی و سیدامیری (۱۴)، مطیعی لنگرودی و همکاران (۱۷)، ریاحی و اللهیاری سوینی (۲۲)، و روگوف و همکاران (۲۳). این مطالعات نشان داده‌اند که عواملی مانند «ویژگی‌های فردی» شامل پشتکار، مهارت، استقلال فردی، تجربه‌های قبلی، «ویژگی‌های روان‌شناختی» مانند ریسک‌پذیری مالک، گرایش به نوآوری، داشتن چشم‌انداز کاری، کنترل درونی مالک و تاب‌آوری فردی و نیز «ویژگی‌های بنگاه» بر موفقیت و عملکرد کسب و کارها مؤثرند.

مطالعه حاضر سعی در رفع این نقیصه داشته است و یکی از نوآوری‌های بارز آن، بررسی جامع اثر متغیرهای روان‌شناختی مرتبط با کسب و کار بر توسعه فعالیت اقتصادی، از طریق اندازه‌گیری آنها در قالب دو مقیاس استاندارد با عنوان مقیاس تاب‌آوری کانر-دیویدسون و مقیاس تاب‌آوری در طول عمر کسب و کار است. از سوی دیگر، برخی از مطالعات پیشین مانند مطیعی لنگرودی و همکاران (۱۷)، شریف‌زاده و همکاران (۲۴) به بررسی تقلیل‌گرای گویه‌های مربوط به خدمات کسب و کار مانند کیفیت نهاده‌ها پرداخته‌اند، در حالی که در تحقیق کنونی، ابتدا رضایت‌مندی مالکان نسبت به انواع خدمات کسب و کار در قالب یک مقیاس اندازه‌گیری شده و سپس، اثر آن بر تمایل آنها به توسعه فعالیت‌های اقتصادی خود سنجیده شده است.

مبانی نظری

تعاریف گوناگون از کسب و کار ارائه شده است. به زبان ساده، کسب و کار فعالیت‌هایی است که تولید و خرید کالاها و یا عرضه خدمات به منظور به دست آوردن سود را دربرمی‌گیرد. ویژگی‌های کسب و کار عبارت است از: تولید و فروش یا انتقال کالاها و خدمات برای کسب ارزش، تکرار معاملات، کسب سود و فعالیت توأم با مخاطره (۱۶). ارائه خدمات برای حفظ و نگهداشت مشتری روستایی می‌تواند یکی از پارامترها برای طبقه‌بندی کسب و کارهای روستایی در نظر گرفته شود. علاوه بر این، دو پارامتر واقع بودن در ناحیه روستایی و فروش محصولات روستایی برای طبقه‌بندی کسب و کارهای روستایی به کار می‌روند. بنابراین، از سه پارامتر می‌توان در تعریف کسب و کارهای روستایی سود جست.

چنان‌که شکل ۱ نشان می‌دهد، ضرورتی ندارد که کسب و کارهای روستایی از هر سه معیار برخوردار باشند و در قسمت «D» قرار گیرند، بلکه کسب و کارهای دیگری که در بخش‌های دیگر این نمودار قرار دارند، می‌توانند جزو کسب و کارهای روستایی به حساب آیند. در واقع، کسب و کارهایی که در بخش «D» قرار گرفته‌اند، گروهی بسیار اندک را شامل می‌شوند.



منبع: باسورث (۵)

شکل ۱- طبقه‌بندی کسب و کارهای روستایی

تعداد روزافزون فعالیت‌های گردشگری و تفریحی در بخش «C» نشان‌دهنده گرایش کسب و کارها به کالاها و محصولات محلی (۲۱) و تمرکز بر بازارهای بیرونی است. در مقابل آن، کسب و کارهایی که در بخش «A» قرار دارند، در حال افول هستند که عامل اصلی آن تغییر سلیقه مصرف‌کنندگان در بازار روستایی است. باسورث معتقد است که اگر یک کسب و کار در مناطق هم‌پوشانی این نمودار قرار گیرد، کسب و کار روستایی به‌شمار خواهد رفت (۵).

حال، پس از تبیین مفهوم کسب و کارهای روستایی، مطالعات مرتبط با عوامل مؤثر بر تمایل مالکان این گونه کسب و کارها نسبت به توسعه فعالیت‌های اقتصادی خود مورد تحلیل قرار می‌گیرد تا در نهایت، یک چارچوب مشخص ترسیم شود. شایان ذکر است که در پیشینه تحقیق حاضر، با توجه به کمبود مطالعات در خصوص بررسی عوامل مؤثر بر توسعه فعالیت‌های اقتصادی توسط مالکان و نیز لزوم موفقیت کسب و کارهای روستایی در قالب یکی از پیش‌شرط‌های توسعه آنها، عمدتاً به تحلیل عوامل مؤثر بر موفقیت کسب و کارها پرداخته شده است.

بر پایه نتایج تحقیق ریاحی و اللهیاری سویی (۲۲)، عوامل مؤثر در موفقیت و توسعه کسب و کارهای کوچک و متوسط عبارت‌اند از: ۱- تقویت زمینه‌های همکاری بین رسته‌های اتحادیه و تشویق آنها به تشکیل شکل‌های صنفی-صنعتی و اقتصادی، ۲- توجه به نوآوری به عنوان پدیده‌ای اجتماعی که موجب فعال شدن روابط میان رسته‌ها و فرآیند یادگیری از یکدیگر و محیط اطراف می‌شود، ۳- ایجاد یا فعال کردن کانال‌های ارتباطی بین بخش خصوصی و بخش دولتی، ۴- ایجاد و تقویت نهادهای واسطه‌ای با مرتبط ساختن شکل‌ها با نهادهایی چون شوراهای مشارکتی، شوراهای محلی و مراکز نوآوری کسب و کار (BIC)^۱ از طریق ارائه تسهیلات مالی و اعتباری، خدمات صادراتی و به‌ویژه آموزش زمینه‌های رشد و توسعه کسب و کار.

در همین راستا، مان و همکاران (۱۲) در پژوهشی به مرور ادبیات موفقیت کسب و کارهای کوچک و متوسط پرداخته و دریافتند که سه ویژگی عوامل درونی، ویژگی‌های فردی و ویژگی‌های حرفه‌ای کارآفرین بر موفقیت این کسب و کارها مؤثرند. از سوی دیگر، در مطالعه روگوف و همکاران (۲۳)، عوامل مؤثر بر موفقیت بنگاه‌های

تحلیل عوامل مؤثر بر تمایل مالکان

کوچک، شامل مشخصات فردی، مسائل مدیریتی، مسائل مالی، فعالیت‌های بازاریابی، مسائل منابع انسانی، شرایط اقتصادی، مشخصات محصول، رقابت، انضباط، فناوری و عوامل محیطی شناسایی شدند.

همچنین، بنزینگ و همکاران (۴) از طریق روش آماری تحلیل عاملی، عوامل موفقیت و شکست کارآفرینی در ترکیه را مطالعه کردند. طبق نتایج این تحقیق، کارآفرینان ترکیه خوشنامی شرکت و مدیریت (شامل صداقت و مهارت‌های اجتماعی)، تجربه قبلی و ویژگی‌های شخصیتی مدیر را مهم‌ترین عوامل موفقیت بنگاه‌های کوچک برشمردند؛ افزون بر این، مهم‌ترین مشکلات کارآفرینی، نظام مالیاتی پیچیده و همچنین، نداشتن توانایی جذب و نگهداری کارکنان توانمند ارزیابی شد. کارپاک و تاپکو (۱۰) نیز از روش تحلیل شبکه‌ای برای اولویت‌بندی عوامل اثرگذار بر موفقیت کسب‌وکارهای کوچک و متوسط تولیدی در ترکیه استفاده کردند. در واقع، این تحقیق تنها پژوهشی است که در مورد موفقیت کسب‌وکارهای کوچک و متوسط از عوامل چندگانه و برای اولویت‌بندی آن از روش ANP استفاده کرده و بر اساس نتایج به‌دست آمده، قوانین و مقررات، تأثیرگذارترین عامل در موفقیت بنگاه‌های کوچک ارزیابی شده است. آیالا کالوو و مانزانو گارسیا (۱) نیز در مطالعه عوامل مؤثر بر موفقیت مالکان کسب‌وکارهای راه‌اندازی‌شده، به بررسی تأثیر عواملی مانند میزان تجربه، نیاز به موفقیت، کنترل درونی مالک و تاب‌آوری فردی و ویژگی‌های بنگاه پرداختند و بر پایه نتایج به‌دست آمده، اندازه بنگاه، تجربه مالک، ادراک مالک نسبت به مساعد بودن فضای کسب‌وکار و تاب‌آوری فردی در تبیین موفقیت مالکان این‌گونه کسب‌وکارها نقش داشته‌اند.

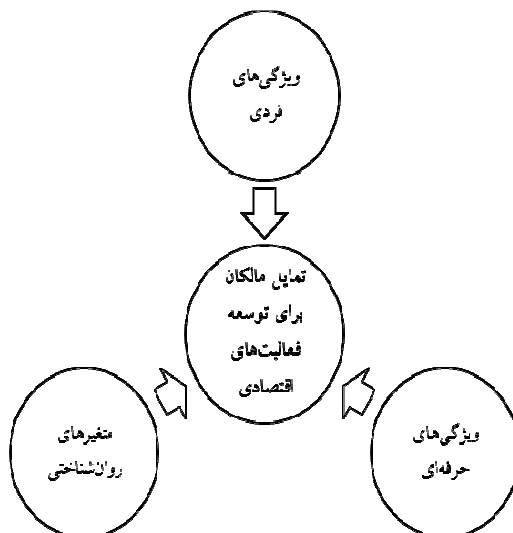
از سوی دیگر، بررسی‌های مطیعی لنگرودی و همکاران (۱۷) نشان داد که عوامل فردی و محیطی بر توانمندی کارآفرینان روستایی تأثیرگذار هستند. عوامل محیطی عبارت‌اند از عوامل سازمانی، آموزش، مالی و الگوی نقش و عوامل فردی عبارت‌اند از پشتکار، مهارت، استقلال فردی، تجربه‌های قبلی، خلاقیت، احساس موفقیت و کنترل درونی، که مجموعه عناصر توانمندی کارآفرینی روستاییان را تشکیل می‌دهند. مقیمی و سیدامیری (۱۴) نیز در تحقیقی با عنوان «عوامل مؤثر بر رشد و توسعه شرکت‌های خانوادگی استان تهران: پژوهشی در دو صنعت نساجی و نفت»، بدین نتیجه رسیدند که

رابطه رشد و توسعه شرکت‌ها با متغیرهای مخاطره‌پذیری مالک، گرایش به نوآوری، مهارت‌های مدیریتی، تمایل اعضای خانواده برای حمایت از کسب و کار، داشتن چشم‌انداز کاری در خانواده، محیط سیاسی-قانونی، محیط فرهنگی-اجتماعی و محیط اقتصادی-فنی مثبت و معنی‌دار است.

بررسی موانع توسعه کسب و کارهای کشاورزی در استان گلستان توسط شریف‌زاده و همکاران (۲۴) نشان داد که بروز خطرات طبیعی، کیفیت پایین نهاده‌های موجود در بازار، زمان‌بر بودن رسیدن به مرحله سودآوری و شرایط دشوار کسب اعتبارات از موانع توسعه کسب و کارهاست. حسینی‌نیا و همکاران (۹) نیز در تحقیق خود دریافتند که اهداف، انگیزه‌ها، داشتن مهارت برنامه‌ریزی و مهارت‌های مختلف کسب و کار با عملکرد کسب و کار ارتباط معنی‌دار دارند.

در زمینه عوامل مؤثر بر توسعه فعالیت‌های اقتصادی روستایی نیز برخی مطالعات تجربی انجام شده‌اند که در ادامه، یادآوری می‌شوند. نگلر و نائوده (۱۸) و گونزالز آلوارز و نیتو آنتولین (۷) در مطالعات خود نشان دادند که قابلیت‌های فردی، ویژگی‌های خانوار و عوامل نهادی بر ورود خانوارهای روستایی به فعالیت‌های غیرکشاورزی مؤثرند. استینر و کلیری (۲۵) در مطالعه خود تأکید کرده‌اند که با توجه به جهانی شدن و تحولات سریع ناشی از آن، تاب‌آوری بنگاه‌های اقتصادی در برابر تغییرات بیرونی و درونی در تداوم فعالیت مؤثر آنها نقش اساسی دارد. علاوه بر آن، سرمایه اجتماعی می‌تواند اثر مثبت بر بهره‌برداری از فرصت‌های بازار داشته باشد، زیرا کسب منابع و سازمان‌دهی به تسهیل تلاش‌ها برای راه‌اندازی و مدیریت کسب و کار جدید می‌انجامد. در این راستا، بر پایه نتایج مطالعه گونزالز آلوارز و نیتو آنتولین (۷)، بین سرمایه اجتماعی و درصد افرادی که فرصت‌هایی جدید را در حوزه کسب و کار پیدا کرده‌اند، رابطه‌ای معنی‌دار و مثبت وجود دارد. به همین ترتیب، نیرا و همکاران (۱۹) هم در مطالعه خود بدین نتیجه رسیدند که سرمایه اجتماعی بر نرخ فعالیت‌های کارآفرینانه و راه‌اندازی بنگاه جدید مؤثر است.

به‌طور کلی، با اقتباس از مطالعات مشابه موجود در حوزه تحقیق حاضر، می‌توان چنین جمع‌بندی کرد که تمایل مالکان کسب و کارها به توسعه فعالیت‌های اقتصادی خود در گرو ویژگی‌های فردی، حرفه‌ای و روان‌شناختی آنهاست (شکل ۲).



شکل ۲- چارچوب نظری متغیرهای تبیین کننده تمایل مالکان

در تحقیق حاضر، متغیرهای مورد بررسی عبارت‌اند از: ویژگی‌های فردی مالک شامل متغیرهایی مانند سن، تعداد اعضای خانواده و مدت سکونت در روستا، ویژگی‌های حرفه‌ای شامل متغیرهایی مانند سابقه کاری مالک، درآمد ماهانه کسب و کار، وام گرفته شده، تعداد نیروی کار خانوادگی، درآمد ماهانه خانوار، مساحت بنگاه و فاصله بنگاه تا شهر، و ویژگی‌های روان‌شناختی شامل تاب‌آوری مالک کسب و کار، تاب‌آوری طول عمر کسب و کار، دلبستگی مالک به روستا، سرمایه اجتماعی و رضایت‌مندی از خدمات کسب و کار.

به‌طور کلی، ویژگی‌های حرفه‌ای مانند میزان تجربه، ویژگی‌های بنگاه و ویژگی‌های خانوار مالک در مطالعات مطیعی لنگرودی و همکاران (۱۷)، بنزینگ و همکاران (۴)، آیالا کالوو و مانزانو گارسیا (۱)، نگلر و نائوده (۱۸)، متغیرهای روان‌شناختی مانند کنترل درونی، ویژگی‌های شخصیتی، احساس خلاقیت، مخاطره‌پذیری، انگیزه‌های مالک و سرمایه اجتماعی در مطالعات بنزینگ و همکاران (۴)، آیالا کالوو و مانزانو گارسیا (۱)، مقیمی و سید امیری (۱۴)، حسینی‌نیا و همکاران (۹)، استینر و کلیری (۲۵) و نیرا و همکاران (۱۹)، و ویژگی‌های فردی در تحقیقات مطیعی لنگرودی و همکاران (۱۷)، شریف‌زاده و همکاران (۲۴)، نگلر و نائوده (۱۸) و روگوف و همکاران (۲۳) مطرح و بررسی شده‌اند.

روش تحقیق

پژوهش حاضر از نظر ماهیت جزو تحقیقات کمی و از نظر هدف، کاربردی بوده، از نظر میزان کنترل متغیرها، غیرآزمایشی و از نظر گردآوری داده‌ها نیز پیمایشی است؛ همچنین، از لحاظ شیوه تحلیل داده‌ها، پژوهش حاضر از نوع تحقیقات علی به‌شمار می‌رود. نمونه آماری تحقیق شامل ۱۲۰ نفر از مالکان کسب و کارهای روستایی شهرستان ملکان استان آذربایجان شرقی بود، که به روش نمونه‌گیری در دسترس در سال ۱۳۹۵ مورد مطالعه قرار گرفتند. این روش به دلیل فقدان اطلاعات کامل از اعضای جامعه آماری و فقدان چارچوب نمونه‌گیری مشخص استفاده شد. چارچوب نمونه‌گیری فهرستی از تمام مواردی است که شانس برابری برای قرار گرفتن در نمونه دارند. در صورت فقدان چنین فهرستی، عملاً امکان نمونه‌گیری تصادفی در پیمایش‌های اجتماعی-اقتصادی از بین می‌رود. در مجموع، تعداد ۱۲۰ نفر از بین هشت روستای شهرستان ملکان که کسب و کارهای روستایی در آنها رونق و فراوانی بالاتری داشتند، انتخاب شدند. اطلاعات از طریق پرسشنامه جمع‌آوری و با استفاده از نرم‌افزار SPSS²⁴ تحلیل شد. برای اندازه‌گیری تاب‌آوری مالکان کسب و کارهای روستایی، از مقیاس تاب‌آوری کانر-دیویدسون (CD-RISC)¹ و برای سنجش تاب‌آوری کسب و کارهای روستایی، از منتخبی از گویه‌های مقیاس تاب‌آوری در طول عمر کسب و کار (LRS-B)² استفاده شد (جدول ۱).

شایان ذکر است که یکی از مقیاس‌های بین‌المللی اندازه‌گیری تاب‌آوری فردی، مقیاس تاب‌آوری کانر-دیویدسون است، که هدف آن سنجش میزان تاب‌آوری در طیفی متنوع از افراد از طریق بررسی پنج عامل بدین شرح است: ۱) صلاحیت شخصی، استانداردهای بالا و سخت‌کوشی، ۲) اعتماد به استعدادهای ذاتی خود، تحمل‌پذیری در برابر احساسات و اثرات منفی و اثرات تقویت‌کننده استرس، ۳) پذیرش مثبت فرصت‌ها و روابط ایمن، ۴) کنترل، و ۵) معنویت. هر چه امتیاز فرد از این مقیاس بالاتر باشد، میزان تاب‌آوری فرد پاسخ‌دهنده بیشتر خواهد بود و برعکس.

-
1. Connor-Davidson Resilience Scale
 2. Lifespan Resilience Scale-Business

تحلیل عوامل مؤثر بر تمایل مالکان

از سوی دیگر، مقیاس تاب‌آوری در طول عمر کسب و کار را می‌توان مبتنی بر رهیافت تکاملی تاب‌آوری ارزیابی کرد که بر ظرفیت سازگاری و گذار به سمت وضعیت بهتر در شرایط چالش‌برانگیز و دگرگون‌شونده تأکید دارد. در چارچوب این مقیاس، کسب و کاری تاب‌آور است که ضمن بهره‌گیری مناسب از منابع درونی و برقراری روابط مناسب با جامعه، از حمایت خانواده برخوردار باشد و با ایفای کارکردهای نوآوری، جست‌وجوی فرصت، سازگاری و مدیریت مخاطره، خود را به‌خوبی با شرایط مختلف در راستای دستیابی به اهداف معین سازگار کند (۶).

علاوه بر این، در مطالعه کنونی، سرمایه اجتماعی از طریق مقیاسی برگرفته از مقیاس‌های تدوین‌شده در مطالعات گروتائرت و ون باستلار (۸)، کریشنا و شریدر (۱۱) و پارک و همکاران (۲۰) اندازه‌گیری شد. به منظور سنجش دل‌بستگی به روستا نیز از مقیاس ارائه‌شده در مطالعه مک‌کول و مارتین (۱۳) استفاده شد. نهایتاً به منظور اندازه‌گیری رضایت‌مندی افراد از خدمات ارائه‌شده به کسب و کارهای روستایی، مقیاسی متشکل از ۲۳ گویه با هدف تحلیل رضایت‌مندی در ابعادی مانند خدمات تسهیلات بانکی، بیمه و معافیت‌های مالیاتی، عمومی و زیرساختی، و حمایت‌های جامعه محلی طراحی شد. پایایی برساخت‌های پرسشنامه با استفاده از آلفای کرونباخ سنجیده شده، که نشان‌دهنده قابلیت مناسب اعتماد گویه‌های سنجیده شده است (جدول ۱).

جدول ۱- آلفای کرونباخ و نحوه اندازه‌گیری برساخت‌های پژوهش

برساخت‌ها	تعداد گویه	نحوه اندازه‌گیری گویه‌ها	آلفای کرونباخ
رضایت‌مندی از خدمات ارائه شده به کسب و کارهای روستایی	۲۳	امتیازی بین ۱ (کمترین رضایت) و ۱۰ (بیشترین رضایت)	۰/۸۷
تاب‌وری مالکان کسب و کار	۲۴	طیف لیکرت پنج‌درجه‌ای (۱: همیشه درست و ۵: کاملاً نادرست)	۰/۸۹
دل‌بستگی به روستا	۵	طیف لیکرت پنج‌درجه‌ای (۱: کاملاً مخالفم و ۵: کاملاً موافقم)	۰/۷۲
تاب‌آوری طول عمر کسب و کار	۲۴	امتیازی بین ۱ (کمترین حد ویژگی‌های تاب‌آورانه) و ۱۰ (بیشترین حد ویژگی‌های تاب‌آورانه)	۰/۹۰
سرمایه اجتماعی	۲۴	طیف لیکرت پنج‌درجه‌ای (۱: کاملاً مخالفم و ۵: کاملاً موافقم)	۰/۸۹

منبع: یافته‌های تحقیق

همچنین، روایی پرسشنامه توسط پانل متخصصان گروه مدیریت و توسعه روستایی دانشگاه تهران مورد تأیید قرار گرفت. به منظور مشخص کردن عوامل مؤثر بر تمایل مالکان کسب و کارهای روستایی به توسعه فعالیت‌های اقتصادی خود در روستا، از شیوه تحلیل تشخیصی استفاده شده است.

نتایج و بحث

بر پایه نتایج پژوهش، ۹۲ نفر (۷۶/۷ درصد) مالکان کسب و کارها متأهل و ۱۱۲ نفر (۹۴ درصد) مرد بودند؛ میانگین سنی مالکان ۳۳ سال و میانگین سابقه کار آنها ۱۱/۴۰ سال بود؛ میانگین درآمد ماهانه مالکان از کسب و کار روستایی ۱۲۴۰۰۰۰۰ ریال بود؛ ۶۱ نفر (۵۱ درصد)، دارای تحصیلات ابتدایی و راهنمایی بودند؛ ۱۰۶ نفر (۸۸/۳ درصد) در روستا سکونت داشتند؛ حدود ۴۳ نفر (۳۶ درصد) از مالکان کسب و کارها فاقد نیروی کار استخدامی بودند و فقط از نیروی خانوادگی به عنوان نیروی کار استفاده می کردند، و حدود ۴۳ نفر (۳۶ درصد) یک تا سه نفر نیروی کار استخدامی داشتند؛ این دو طبقه به طور مساوی بیشترین فراوانی را به خود اختصاص داده بودند؛ از سوی دیگر، ۷۶ نفر (۷۱/۷ درصد) از مالکان هیچ دوره آموزشی فنی و حرفه‌ای در ارتباط با کسب و کار خود نگذارنده بودند؛ و ۱۰۶ نفر (۸۸/۳ درصد) از مالکان تمام طول سال را در روستا سکونت داشتند (جدول ۲).

جدول ۲- ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای پاسخ‌گویان

متغیر	ویژگی‌ها	تعداد و درصد فراوانی
تأهل	مجرد	۲۸ (۲۳/۳٪)
	متأهل	۹۲ (۷۶/۷٪)
جنسیت	مرد	۱۱۲ (۹۴٪)
	زن	۸ (۶٪)
گذراندن دوره‌های آموزشی و فنی	بله	۳۴ (۲۸/۳٪)
	خیر	۸۶ (۷۱/۷٪)
	شهر	۱۰ (۸/۳٪)
مکان سکونت	روستا	۱۰۶ (۸۸/۴٪)
	هر دو	۴ (۳/۳٪)
سطح تحصیلات	بی سواد	۰
	ابتدایی و راهنمایی	۶۱ (۵۰/۸٪)

تحلیل عوامل مؤثر بر تمایل مالکان

متغیر	ویژگی‌ها	تعداد و درصد فراوانی
سابقه مالک کسب و کار در کسب و کار خود (میانگین = ۱۱ سال)	متوسطه و پیش‌دانشگاهی	۳۶ (۳۰٪)
	فوق دیپلم و کارشناسی	۱۸ (۱۵٪)
	فوق لیسانس	۳ (۲/۵٪)
	دکتری	۲ (۱/۷٪)
تعداد نیروی کار استخدامی هر بنگاه (میانگین = ۳ نفر)	زیر ۵ سال	۳۱ (۲۵/۸٪)
	۵-۱۰	۴۱ (۳۴/۲٪)
	۱۱ - ۱۵	۱۶ (۱۳/۳٪)
	بالاتر از ۱۵	۳۲ (۲۶/۷٪)
سن مالک (میانگین ۳۳ سال)	۰	۴۳ (۳۵/۸٪)
	۱ - ۳	۴۳ (۳۵/۸٪)
	۴ - ۶	۱۵ (۱۲/۵٪)
	۷ - ۹	۸ (۶/۷٪)
درآمد ماهانه کسب و کار (ریال) (میانگین ۱۲۴۰۰۰۰۰ ریال)	بالاتر از ۹	۱۱ (۹/۲٪)
	۱۴-۲۵	۲۶ (۲۱/۷٪)
	۲۶-۳۵	۵۵ (۴۵/۸٪)
	۳۶-۴۵	۲۷ (۲۲/۵٪)
کسب و کار خود نداشتند.	۴۶-۵۵	۱۰ (۸/۳٪)
	۵۶ >	۲ (۱/۷٪)
	کمتر از ۸,۰۰۰,۰۰۰	۳۴ (۲۸/۴٪)
	۸,۰۱۰,۰۰۰ - ۱۴,۰۰۰,۰۰۰	۴۹ (۴۰/۸٪)
روستا توسعه دهید؟	۱۴,۰۱۰,۰۰۰ - ۲۰,۰۰۰,۰۰۰	۲۹ (۲۴/۲٪)
	بالاتر از ۲۰,۰۰۰,۰۰۰	۸ (۶/۷٪)

منبع: یافته‌های تحقیق

تمایل مالکان به توسعه فعالیت اقتصادی

متغیر وابسته تحقیق یک سؤال دوسطحی بود. نتایج مندرج در جدول ۳ نشان می‌دهد که تنها ۲۹ نفر از مالکان (۲/۲۴ درصد) تمایل به بهبود و توسعه فعالیت اقتصادی خود داشتند، اما ۹۱ نفر (۸/۷۵ درصد) تمایلی به بهبود و توسعه کسب و کار خود نداشتند.

جدول ۳- فراوانی تمایل افراد به توسعه فعالیت اقتصادی خود در روستا

متغیر	سطح		تعداد فراوانی	تعداد فراوانی	خیر
	بله	تعداد			
آیا تمایل دارید فعالیت اقتصادی خود را در روستا توسعه دهید؟	بله	۲۹	۲۴/۲	۹۱	۷۵/۸

منبع: یافته‌های تحقیق

عوامل اثرگذار بر تفکیک مالکان مایل به توسعه فعالیت اقتصادی خود در محیط روستایی از سایر مالکان

در پژوهش حاضر، برای مشخص کردن متغیرهای تأثیرگذار در تفکیک مالکان دارای تمایل و عدم تمایل به توسعه فعالیت‌های اقتصادی خود در روستا از تحلیل تشخیصی استفاده شد. یافته‌های تحقیق نشان داد که ۹۱ نفر از مالکان کسب و کارها تمایلی به توسعه فعالیت اقتصادی خود نداشتند، که در گروه اول طبقه‌بندی شدند و ۲۹ نفر نیز چنین تمایلی داشتند، که در گروه دوم قرار گرفتند. بر اساس مندرجات جدول ۴، که بیانگر توان متغیرهای مستقل قبل از تشکیل مدل است، می‌توان دریافت که تنها در زمینه متغیرهای تاب‌آوری مالک کسب و کار، دل‌بستگی به روستا، سرمایه اجتماعی، تاب‌آوری طول عمر کسب و کار و رضایت‌مندی، بین دو گروه از مالکان تفاوت معنی‌دار وجود دارد.

جدول ۴- آزمون‌های برابری میانگین‌های گروهی

متغیرهای مستقل	سطح معنی‌داری	آماره F	لامبدای ویلکز
تاب‌آوری مالک کسب و کار	۰/۰۰۰	۲۷/۲۰۲	۰/۷۲۹
دل‌بستگی به روستا	۰/۰۰۰	۱۴/۳۶۸	۰/۸۳۶
سرمایه اجتماعی	۰/۰۰۰	۱۳/۴۵۶	۰/۸۴۴
تاب‌آوری طول عمر کسب و کار	۰/۰۰۴	۸/۶۴۵	۰/۸۹۴
رضایت‌مندی از خدمات	۰/۰۱۲	۶/۶۶۳	۰/۹۱۷
درآمد ماهانه کسب و کار	۰/۱۶۳	۱/۹۸۸	۰/۹۷۳
تعداد نیروی کار خانوادگی	۰/۱۷۵	۱/۸۷۵	۰/۹۷۵
سن	۰/۶۴۴	۰/۲۱۶	۰/۹۷۷
مدت سکونت در روستا	۰/۲۶۶	۱/۲۵۶	۰/۹۸۳
درآمد ماهانه خانواده	۰/۲۷۳	۱/۲۲	۰/۹۸۴
فاصله بنگاه تا شهر	۰/۴۸۹	۰/۴۸۳	۰/۹۹۳
تعداد نیروی کار خانوادگی	۰/۴۹۹	۰/۴۶۳	۰/۹۹۴
تعداد اعضای خانوار	۰/۶۴۱	۰/۲۱۹	۰/۹۷۷
سابقه کار مالک کسب و کار	۰/۶۳۹	۰/۲۲۲	۰/۹۹۷
وام گرفته شده	۰/۸۸۷	۰/۰۰۲	۱
مساحت بنگاه	۰/۹۲۸	۰/۰۰۸	۱

منبع: یافته‌های تحقیق

تحلیل عوامل مؤثر بر تمایل مالکان

با توجه به دوسطحی بودن متغیر تمایل مالکان کسب و کارها به توسعه فعالیت اقتصادی، یک تابع تشخیصی استخراج شد (جدول ۵). نتایج مربوط به مقدار ویژه حاکی از آن است که توان تشخیصی این تابع بسیار مناسب است و ۷۵/۶ درصد از واریانس متغیر وابسته را تبیین می‌کند. همبستگی کانونی مندرج در جدول ۵ نشان می‌دهد که همبستگی بین نمرات تشخیصی و سطوح متغیر وابسته در سطح بسیار خوبی قرار دارد. شایان ذکر است که هرچه این ضریب بالاتر باشد، نشانگر قدرت تفکیک بالاتر معادله مربوط است.

جدول ۵- مقدار ویژه

تابع	مقدار ویژه	درصد واریانس	درصد تجمعی	همبستگی کانونی
۱	۰/۷۵۶	۱۰۰	۱۰۰	۰/۶۵۶

منبع: یافته‌های تحقیق

از آنجا که آماره کای اسکوتر در سطح خطای پنج درصد معنی دار است، می‌توان گفت که متغیرهای مستقل وارد شده به مدل دارای توان تشخیصی قابل قبول بوده و تفکیک مالکان مایل به توسعه فعالیت اقتصادی خود در روستا از سایر مالکان به صورت تصادفی نبوده است (جدول ۶).

جدول ۶- لامبدای ویلکز

آزمون تابع	لامبدای ویلکز	کای اسکویئر	df	سطح معنی داری
۱	۰/۵۷۰	۳۶/۳۱۰	۱۷	۰/۰۰۴

منبع: یافته‌های تحقیق

ضرایب همبستگی کانونی استاندارد شده تابع تشخیصی نشان می‌دهد که متغیرهای تاب‌آوری مالک کسب و کار، دلبستگی به روستا، سرمایه اجتماعی، تاب‌آوری طول عمر کسب و کار و رضایت‌مندی از خدمات کسب و کار به ترتیب بیشترین توان تشخیصی را دارند و بر این اساس، از بیشترین سهم در تفکیک مالکان دارای تمایل به توسعه فعالیت اقتصادی و مالکان دارای عدم تمایل برخوردارند (جدول ۷).

جدول ۲- ضرایب همبستگی کانونی استاندارد شده تابع تشخیصی

تابع	متغیرهای مستقل
۰/۶۹۷	تاب آوری مالک کسب و کار
۰/۴۴۲	دلبستگی به روستا
۰/۱۲۹	سرمایه اجتماعی
۰/۰۰۲	تاب آوری طول عمر کسب و کار
۰/۰۱۰	رضایت مندی از خدمات

منبع: یافته‌های تحقیق

بر پایه نتایج مندرج در جدول ۸، ۶۹ نفر (۷۵/۲ درصد) از افرادی که تمایل به توسعه فعالیت اقتصادی خود نداشتند، به درستی طبقه‌بندی شده‌اند، در حالی که ۲۲ نفر (۲۴/۸ درصد) به اشتباه در این گروه قرار گرفته‌اند. از سوی دیگر، تابع تشخیصی هجده نفر (۶۲/۵ درصد) از افرادی را که تمایل به توسعه فعالیت اقتصادی داشتند، به درستی تفکیک کرده و یازده نفر (۳۸/۵ درصد) را به اشتباه در گروه «خیر» طبقه‌بندی کرده است. به طور کلی، تابع تشخیصی به دست آمده از ورود متغیرهای سرمایه اجتماعی، تاب آوری مالک کسب و کار، دلبستگی به روستا، تاب آوری طول عمر کسب و کار و رضایت مندی از خدمات ارائه شده به کسب و کارهای روستایی توسط سازمان‌ها، نهادهای مربوط و مردم محلی در حدود ۷۸ درصد نمونه‌ها را در گروه‌های مورد نظر به درستی تفکیک کرده است. بنابراین، می‌توان دریافت که این تابع از توان تشخیصی خوبی برخوردار است (جدول ۸).

جدول ۸- میزان درستی تفکیک گروه‌ها

جمع	گروه پیش‌بینی شده			
	بله	خیر		
۹۱	۲۲	۶۹	خیر	نفر گروه
۲۹	۱۸	۱۱	بله	
۱۰۰	۲۴/۸	۷۵/۲	خیر	درصد
۱۰۰	۶۲/۵	۳۸/۵	بله	

منبع: یافته‌های تحقیق

تحلیل عوامل مؤثر بر تمایل مالکان

به طور کلی، بر اساس ضرایب تابع تشخیصی کانونی استاندارد نشده (جدول ۹)، تابع تشخیصی مربوط به تمایل مالکان به توسعه فعالیت‌های اقتصادی و حفظ و بهبود کسب و کار بدین شرح است:

$$DF = -3.45 + 3.77X_1 + 3.34X_2 + X_3 + 0.02X_4 + 0.04X_5$$

جدول ۹- ضرایب کانونی تابع تشخیصی

متغیرها	تابع
تاب آوری مالک کسب و کار	۳/۷۷
دلبستگی به روستا	۲/۳۴
سرمایه اجتماعی	۱
رضایت مندی از خدمات کسب و کار	۰/۰۴
تاب آوری طول عمر کسب و کار	۰/۰۲
مقدار ثابت	-۳/۴۵

منبع: یافته‌های تحقیق

در معادله یادشده، DF تابع تشخیصی مربوط به عوامل مؤثر بر تمایل مالکان به توسعه فعالیت اقتصادی خود در روستا، X_1 تاب آوری مالک کسب و کار که دارای بیشترین تأثیر بر تمایل مالکان است، و X_2 دلبستگی به روستاست که این متغیر نیز تأثیر زیادی بر متغیر وابسته دارد؛ و X_3 سرمایه اجتماعی موجود بین مالکان است که دارای ضریب یک است و پس از آن، متغیرهای X_4 و X_5 قرار دارند که به ترتیب عبارت‌اند از رضایت مندی و تاب آوری طول عمر کسب و کار، و تأثیر کمتری دارند، ولی به هر حال تأثیر آنها هم معنی دار است. مراکز ثقل مالکان مایل به توسعه فعالیت اقتصادی خود و سایر مالکان مورد مطالعه به ترتیب برابر با ۰/۵۳۵ و ۱/۳۷۵- است (جدول ۱۰).

جدول ۱۰- مرکز ثقل گروه‌ها

گروه‌ها	تابع
بله	۰/۵۳۵
خیر	-۱/۳۷۵

منبع: یافته‌های تحقیق

نقطه برش کل برای تفکیک گروه‌ها برابر با میانگین وزنی و بدین شرح است:

$$\text{نقطه برش} = \frac{81(0.535) + 39(-1.375)}{81 + 39} = 0.085$$

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

توسعه و راه‌اندازی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در بخش غیرکشاورزی می‌تواند زمینه را برای تنوع‌بخشی اقتصادی روستایی و بهبود بهره‌وری نیروی کار روستایی هموار سازد. کسب‌وکارهای روستایی با وجود اهمیت ویژه، گاه مورد بی‌اعتنایی قرار گرفته و یا با رکود مواجه می‌شوند. یافته‌های تحقیق حاضر نشان داد که تنها ۲۴/۲ درصد از مالکان کسب‌وکارهای روستایی غیرکشاورزی تمایل به توسعه فعالیت اقتصادی خود در روستا دارند. از این رو، شناسایی عوامل مؤثر بر تمایل مالکان کسب‌وکارهای روستایی نسبت به توسعه فعالیت اقتصادی خود در قالب هدف تحقیق حاضر می‌تواند در برنامه‌ریزی به منظور افزایش تعداد مالکان مایل به توسعه فعالیت‌های اقتصادی در نواحی روستایی و در نتیجه، رشد سرمایه‌گذاری در نواحی یادشده، کارکرد اساسی داشته باشد.

در تحقیق حاضر، نتایج تحلیل تشخیصی نشان داد که متغیرهای تاب‌آوری مالک کسب‌وکار، دلبستگی به روستا، سرمایه اجتماعی، رضایت‌مندی از خدمات کسب‌وکار و تاب‌آوری طول عمر کسب‌وکار، به ترتیب، از بالاترین توان در تفکیک مالکان دارای تمایل و عدم تمایل به توسعه فعالیت‌های اقتصادی خود در روستا برخوردارند. مثبت بودن ضریب این متغیرها حاکی از اثرگذاری مثبت آنها بر تمایل مالکان نسبت به توسعه فعالیت‌های اقتصادی خود است.

به‌وضوح مشخص است که با توجه به شرایط، اگر مالک کسب‌وکار از توان تحمل و تاب‌آوری بالا برخوردار باشد، فعالیت اقتصادی خود را در روستا توسعه خواهد داد. دلبستگی به روستا نیز از متغیرهای مهمی است که می‌تواند سبب بهبود تمایل مالک کسب‌وکار روستایی به توسعه فعالیت اقتصادی خود در روستا شود. این نکته نیز به لحاظ روانی منطقی است که مالک با توسعه فعالیت اقتصادی، علاقه‌مند به زادگاه خود و در پی رونق محل سکونت خود و کسب منزلت اجتماعی بهتر است. همچنین، افزایش سرمایه اجتماعی از متغیرهایی است که باعث توسعه فعالیت اقتصادی مالک کسب‌وکار خواهد

تحلیل عوامل مؤثر بر تمایل مالکان

شد. از آنجا که سرمایه اجتماعی متشکل از ابعادی مانند انسجام و اعتماد و مشارکت است، بهبود متغیرهای یادشده تمایل مالک را برای توسعه کسب و کار در روستا افزایش خواهد داد. این نتیجه با یافته‌های مطالعات گونزالز آلوارز و نیتو آنتولین (۷) و نیرا و همکاران (۱۹) مبنی بر اثر مثبت سرمایه اجتماعی بر نرخ فعالیت‌های کارآفرینانه و راه‌اندازی بنگاه جدید هم‌راستاست.

رضایت‌مندی از خدمات ارائه‌شده به کسب و کارهای روستایی نیز از متغیرهای تأثیرگذار بر تمایل به توسعه فعالیت اقتصادی کسب و کار بود. این نکته نیز معقول است که رضایت‌مندی از خدمات کسب و کار باعث افزایش تمایل به توسعه فعالیت اقتصادی خواهد شد. تأثیر تاب‌آوری طول عمر کسب و کار نیز واضح است، چراکه حفظ و تداوم بنگاه اقتصادی در سال‌های اولیه، انگیزه مالک را افزایش و مسیر توسعه اقتصادی کسب و کار را مشخص خواهد کرد. این نتیجه با تأکید استینر و کلیری (۲۵) بر اثرگذاری تاب‌آوری بنگاه‌های اقتصادی در تداوم فعالیت مؤثر آنها هخوانی دارد.

همان‌گونه که در مرور پیشینه تحقیق هم تصریح شد، سنجش استاندارد تاب‌آوری فردی و کسب و کار و رضایت‌مندی از خدمات کسب و کار و سپس، تحلیل اثرات آنها بر تمایل مالکان کسب و کارهای روستایی به توسعه فعالیت‌های اقتصادی، از نوآوری‌های مطالعه حاضر به‌شمار می‌رود که نتایج نیز حاکی از اثرات قابل توجه آنها بود. بر اساس نتایج تحقیق حاضر، در نهایت، مشخص شد که متغیرهای تأثیرگذار بر تمایل افراد به توسعه فعالیت‌های اقتصادی خود در روستا عمدتاً به باورها و برداشت‌های ذهنی و برساخت‌های ذهنی مانند سرمایه اجتماعی، دلبستگی به روستا و تاب‌آوری مالک بستگی دارند. بر اساس نتایج تحقیق، به‌منظور فراهم‌سازی زمینه مناسب برای رشد سرمایه‌گذاری و رونق کسب و کارهای روستایی، پیشنهادهایی به شرح زیر ارائه می‌شود:

۱- ارتقای میزان تاب‌آوری مالکان کسب و کارهای روستایی از طریق برگزاری دوره‌های آموزشی تقویت ویژگی‌ها و مهارت‌های روان‌شناختی مانند عزت نفس، امیدواری و مدیریت استرس؛

۲- برنامه‌ریزی به‌منظور بهبود تاب‌آوری کسب و کار از طریق توانمندسازی مالکان در حوزه‌هایی مانند برنامه‌ریزی کسب و کار و ترسیم چشم‌انداز روشن، مدیریت مخاطره و مدیریت مالی کسب و کار، دانش و مهارت‌های تخصصی؛ به‌ویژه با توجه به این

نکته که ۷۱/۷ درصد از مالکان هیچ دوره آموزشی فنی و حرفه‌ای در ارتباط با کسب و کار خود نگذارنده بودند؛

۳- اولویت بخشی به افراد دارای دلبستگی بیشتر به روستا در دریافت وام‌های اشتغال‌زایی روستایی؛ چنین رویکردی می‌تواند امکان انحراف این گونه وام‌ها از مسیر تولید و اشتغال را نیز کاهش دهد؛ و

۴- بهبود همکاری‌ها و شبکه‌سازی افقی و عمودی بین مالکان کسب و کارهای روستایی با هدف ارائه خدمات عمومی و مشترک کسب و کارها به صورت یکپارچه و در نتیجه، بهبود رضایت مندی مالکان.

منابع

1. Ayala Calvo, J.C. & Manzano García, M.G. (2010). Established business owners' success: influencing factors. *Developmental Entrepreneurship*, 15(3): 263-286.
2. Azerbaijan, M.A.P.O.O.E. (2015). *East Azerbaijan Development Document Strategy*.
3. Bar-El, R. & Felsenstein, D. (1990). Entrepreneurship and rural industrialization: comparing urban and rural patterns of locational choice in Israel. *World Development*, 18(2): 257-267.
4. Benzing, C., Chu, H.M. & Kara, O. (2009). Entrepreneurs in Turkey: a factor analysis of motivations, success factors, and problems. *Small Business Management*, 47(1): 58-91.
5. Bosworth, G. (2012). Characterising rural businesses—tales from the paperman. *Rural Studies*, 28(4): 499-506.
6. Ferguson, C., Cohen, L., Pooley, J. & Harms, C. (2010). Resilience in small business owners. *Unpublished Manuscript, Edith Cowan University, Perth, WA*.
7. González Álvarez, N. & Nieto Antolín, M. (2012). Descubrimiento y explotación de oportunidades empresariales: un análisis desde la perspectiva del capital social y el género economía industrial.
8. Grootaert, C., & Van Bastelar, T. (2002). Understanding and measuring social capital: a multi-disciplinary tool for practitioners. The World Bank.
9. Hosseininia, Gh.H., Yaghoobi Farani, A.A.S. & Reza, S. (2015). Measuring factors affecting female entrepreneur's business performance in rural areas of Mianeh County. *Women in Politics and Development*, 12(5): 558-545.
10. Karpak, B. & Topcu, I. (2010). Small and medium manufacturing enterprises in Turkey: an analytic network process framework for prioritizing factors affecting success. *Production Economics*, 125(1): 60-70.

11. Krishna, A. & Shrader, E. (2000). Cross-cultural measures of social capital: a tool and results from India and Panama. *Social Capital Initiative Working Paper*, 21: 1-118.
12. Man, T.W., Lau, T. & Chan, K. (2002). The competitiveness of small and medium enterprises: a conceptualization with focus on entrepreneurial competencies. *Business Venturing*, 17(2): 123-142.
13. McCool, S.F. & Martin, S.R. (1994). Community attachment and attitudes toward tourism development. *Travel Research*, 32(3): 29-34.
14. Moghimi, S.M. & Seyed-Amiri, N. (2010). Factors affecting the development of family companies of Tehran province: a study in two textile and oil industries. *Management Science of Iran*, 5(18): 77-95.
15. Mohapatra, S., Rozelle, S. & Goodhue, R. (2007). The rise of self-employment in rural China: development or distress? *World Development*, 35(1): 163-181.
16. Moradhasn, N., Amir-Hosseini, M. & Parayeb, S.H. (2008). The effect of information and communication technology on business space and trade facilitation. *Modern Economics and Trade*, 14(4): 63-87.
17. Motiee Langroodi, S.H., Ghadiri-Masoum, M., Dadvar Khani, F., Yadollahi Farsi, J. & Turkashvand, Z. (2012). Explaining the factors affecting the empowerment of rural people in the development of entrepreneurship (case study: Zand and Saman districts of Malayer County). *Human Geography Research*, 80: 119-138.
18. Nagler, P. & Naudé, W. (2014). Non-farm enterprises in rural africa: new empirical evidence: The World Bank.
19. Neira, I., Portela, M., Cancelo, M. & Calvo, N. (2013). Social and human capital as determining factors of entrepreneurship in the Spanish regions. *Investigaciones Regionales* (26).
20. Park, D.B., Nunkoo, R. & Yoon, Y.S. (2015). Rural residents' attitudes to tourism and the moderating effects of social capital. *Tourism Geographies*, 17(1), 112-133.
21. Perkins, H.C. (2006). Commodification: re-resourcing rural areas. *Handbook of Rural Studies*, 243-257.
22. Riahi, A. & Allahyari Souini, R. (2004). The approach of development of small and medium producing enterprises in the form of trade-industrial bazaars. *Modiriat-e-Farda (Tomorrow Management)*, 2(5-6): 19-32.
23. Rogoff, E.G., Lee, M.S. & Suh, D.C. (2004). Who done it? Attributions by entrepreneurs and experts of the factors that cause and impede small business success. *Small Business Management*, 42(4): 364-376.
24. Sharifzadeh, A., Arabiun, A. & Sharifi, M. (2010). The obstacles to development of businesses in Golestan province. *Village and Development*, 13(4): 129-160.
25. Steiner, A.A. & Cleary, J. (2014). What are the features of resilient businesses? Exploring the perception of rural entrepreneurs. *Rural Community Development*, 9(3).

26. UNIDO (2003). Strategy document to enhance the contribution of an efficient and competitive small and medium-sized enterprise sector to industrial and economic development in the Islamic Republic of Iran. Available at: <Http://Www.unido.Org/Publications/Publications-By-Type/Policy-Advice/O4530/O18254.html>.